2015: sarà l'anno di Twitter?

Si continua a parlare delle difficoltà di monetizzare la popolarità di **Twitter**, schiacciato dai due colossi del web come **Google** e **Facebook**. Il social dell'uccellino ha infatti "solo" 60 mila inserzionisti contro, rispettivamente, 4 e 2 milioni di Google e Facebook, secondo i dati di **Macquarie Securities**. Ma, dalla parte di Twitter, secondo Macquerie, c'è il fatto che i suoi inserzionisti sono tutti big dell'industria, riuscendo così a ottenere una maggior revenue per inserzionista, rispetto agli altri due colossi; nel 2014 il valore di ogni inserzionista per Twitter è stato di 21 mila dollari, contro i 16 mila per Google e i 7 mila per Facebook. Inoltre nell'ultimo trimestre dell'anno i ricavi sono cresciuti del 97% rispetto a 12 mesi prima e l'engagement per i brand è aumentato di 85% anno su anno. Ormai, secondo **Simply Measured**, 98 tra i Top 100 di Interbrnad, si trovano sul social da 140 caratteri. Basterà alla società fondata da **Dick Costolo** per, finalmente, andare in attivo?