



۶ معیار کلیدی برای بررسی در گوگل آنالیتیکس

اگر این مطلب را برای مطالعه انتخاب کرده‌اید، پس احتمالاً وبسایتی دارید که در آن محتوا یا محصولی ویژه و منحصر به فرد ارائه می‌دهید. حتی شاید اکانت گوگل آنالیتیکس دارید. تمام وبسایت‌ها، اساساً به صورتی طراحی می‌شوند که مخاطب را به خود جذب کنند؛ ولی جذب مخاطب به تنهایی هیچ درآمدی برایتان ایجاد نمی‌کند. باید کاری کنید تا این خریداران بالقوه، بابت محصول یا خدماتی که دریافت یا دانلود می‌کنند پول بپردازند.

گوگل آنالیتیکس

یکی از رایج‌ترین ابزارهای تحلیل سایت، گوگل آنالیتیکس یا گوگل آنالیتیکز است. این ابزار که البته از طرف شرکت گوگل برای ایرانیان تحریم شده است به شما کمک می‌کند به صورت کاملاً رایگان اطلاعات بسیار دقیقی از اتفاقات سایت خود داشته باشید. البته به کمک وی‌پیان می‌توانید از خدمات گوگل آنالیتیکس به صورت کاملاً

رایگان استفاده کنید. کافی است به صفحه google.com/analytics مراجعه کنید. البته ابزارهای دیگری هم برای بررسی رفتار بازدیدکنندگان سایت وجود دارد.

بسیاری از صاحبان سایت اکانت گوگل آنالیتیکس را ساخته‌اند، ولی دقیقاً نمی‌دانند چه معیارهایی را در آن بررسی کنند تا باعث افزایش فروش و بهبود سایت شود.

روش‌های بسیاری برای بالا بردن فروش محصول وجود دارد؛ ولی پیش از آن، بهتر است روی انتخاب معیارهایی تمرکز کنیم، که قصد داریم آن‌ها را بهبود ببخشیم. برای سنجش وضعیت وبسایت، بهتر است معیارهای خاصی را مد نظر داشته باشیم. معیارهایی که با برند، کسب‌وکار و در کل، وبسایت ما همخوانی داشته باشند.

این مقاله به شما کمک می‌کند، مهم‌ترین مقیاس‌ها را انتخاب کنید. تمام این معیارها از طریق گوگل آنالیتیکس ([Google Analytics](https://google.com/analytics)) به‌صورت رایگان قابل سنجش هستند. وقتی چنین اطلاعات کاملی در اختیار شما باشند، هیچ عاملی نمی‌تواند جلوی رشد وبسایت‌تان را بگیرد. پس بپردازیم به ۶ معیار کلیدی برای رشد سایت که توسط گوگل آنالیتیکس قابل بررسی هستند.

۱. بازدیدکننده‌های تازه‌وارد

بهتر است عملکرد بازدیدکننده‌های وفادار قدیمی را با بازدیدکننده‌هایی که برای اولین بار به سایت شما وارد می‌شوند، مقایسه کنید. اگر بازدیدکننده‌های تازه‌وارد یا New Visitor زیادی دارید، امکانات وبسایت را از دید خریداران جدید نگاه کنید؛ افرادی که با سایت شما خیلی آشنا نیستند و شاید خرید از سایت شما برایشان سخت باشد. کم‌وکاستی‌ها را برطرف کنید تا روند خرید و دریافت محصول یا خدمات به ساده‌ترین و سریع‌ترین حالت ممکن انجام شود.

۲. منابع ترافیک ورودی وبسایت

در حالت ایده‌آل کاربران از چند منبع مختلف به وبسایت شما وارد می‌شوند که توسط گوگل آنالیتیکس قابل بررسی هستند. این منابع به سه دسته تقسیم می‌شوند: بازدیدکننده‌هایی که مستقیماً آدرس URL را تایپ می‌کنند و وارد وبسایت می‌شوند، بازدیدکننده‌هایی که از موتورهای جستجو، وبسایت شما را انتخاب می‌کنند و بازدیدکننده‌هایی که از صفحات دیگر وب ارجاع داده می‌شوند. هر سه دسته مهم هستند؛ ولی واقعیت این است که تعداد آن‌ها با هم برابر نیست و باید روی این تفاوت‌ها تمرکز کنید.

مثلاً اگر تعداد بازدیدکننده‌های مستقیم وبسایت پایین است، شاید آدرسی را انتخاب کرده‌اید که به خاطر سپردن آن برای کاربران مشکل است.

۳. عملکرد بازدیدکننده‌هایی که فعلاً قصد خرید ندارند

تمام بازدیدکننده‌ها، تعدادی از صفحات وبسایت را مشاهده می‌کنند؛ حتی آن دسته از کاربرانی که فعلاً قصد خرید ندارند. با این حال بررسی رفتار آن‌ها در وبسایت به اندازه سایر مشتریان اهمیت دارد. دفعات بازدید از صفحات، مدت زمانی که روی هر صفحه صرف می‌شود و تعداد نظرات و لایک‌های مخاطب را بررسی کنید. هدف اصلی ما، بالا بردن این آمار و ارقام است.

۴. بازدیدکنندگان غیرجدید

وقتی یکی از بازدیدکننده‌ها برای بار دوم به وبسایت شما وارد می‌شود، سولاتی به ذهن خطور می‌کند: دلیل بازگشت چه بوده است؟ آیا در بازدید اول خرید صورت گرفته؟ در غیر این صورت، برای ترغیب او به خرید در بازدید دوم، چه کاری می‌توانیم انجام بدهیم؟

اگر بازدیدکننده‌های شما برای بار دوم یا چندم به وبسایت مراجعه می‌کنند، به شما

تبریک می‌گوییم. محتوای تولیدی وبسایت توانسته آن‌ها را جذب کند. حالا زمان آن رسیده که مشتری را به خرید ترغیب کنیم. برخی از وبسایت‌ها این کار را با ارائه کد تخفیف، پرسشنامه جهت دریافت آدرس ایمیل کاربر یا در اختیار گذاشتن خدمات رایگان انجام می‌دهند.

۵. ارزش هر بازدید

ارزش مادی هر بازدید به محصولی که در نهایت خریداری می‌شود، بستگی دارد. ارزش هر بازدید را می‌توانیم به سادگی، با تقسیم کردن کل درآمد بر تعداد بازدیدها به دست آوریم. البته این عدد به صورت مستقیم توسط گوگل آنالیتیکس ارائه نمی‌شود؛ ولی خودتان به راحتی می‌توانید این عدد را محاسبه کنید.

اندازه‌گیری دقیق ارزش هر بازدید گاهی مشکل یا حتی غیرممکن به نظر می‌رسد. به عنوان مثال خواننده‌های وبلاگ با هر بار کلیک بر صفحات، بازدید آن را بالا می‌برند، مطلبی را لایک می‌کنند یا نظر می‌نویسند و اندازه‌گیری دقیق ارزش آن امکان‌پذیر نیست.

اگر وبسایت شما به فروش محصول اختصاص پیدا کرده، می‌توانید ارزش هر بازدید را به درآمد وبسایت ارتباط بدهید.

۶. نرخ خروج بازدیدکنندگان

هدف ما از اندازه‌گیری ارزش بازدید، درآمد وبسایت، تعداد بازدیدکننده‌های جدید و تعداد کاربرانی که دوباره رجوع می‌کنند، این است که نرخ ریزش کاربران را به حداقل برسانیم؛ ولی نرخ ریزش چیست؟

نرخ خروج یا ریزش، درصد کاربرانی هستند که وارد وبسایت می‌شوند و بدون اینکه هیچ تاثیری روی وبسایت داشته باشند، بلافاصله صفحه را ترک می‌کنند؛ یعنی

مدت زمان فوق العاده محدودی را صرف وبسایت می‌کنند و آن را بدون کلیک بر لینک، خرید محصول، نوشتن نظر یا حتی لایک کردن رها می‌کنند. به عنوان مثال تعداد زیادی از کاربران فروشگاه‌های اینترنتی محصولاتی را انتخاب می‌کنند؛ ولی آن‌ها را در سبد خرید باقی می‌گذارند.

["message_box text_color="light]

دلایل نرخ خروج بالای سایت

۱. پیچیدگی صفحه خرید
۲. طراحی ضعیف سایت
۳. تخفیف‌ها و قول‌های غیرواقعی
۴. هزینه ارسال بیش از حد توقع
۵. کندی سایت و زمان طولانی باز شدن صفحات

[message_box/]

این موارد باعث بیشتر شدن نرخ خروج می‌شود. هرچه سریع‌تر، صفحه‌ای که موجب افزایش نرخ خروج کاربران می‌شود را شناسایی و مشکلات آن را برطرف کنید. این مورد به راحتی در گوگل آنالیتیکس قابل بررسی است.

معمولا وبلاگ‌ها، نرخ ریزش بالایی دارند؛ چون مخاطب مطلب مورد نظر خود را مطالعه می‌کند و بعد بی‌سروصدا صفحه را می‌بندد. در این مورد بهتر است تعداد بازدید صفحات، معیار موفقیت محتواهای تولید شده باشد.

به محض اینکه نسبت به این معیارهای مهم آگاهی پیدا کردید از گوگل آنالیتیکس استفاده کنید تا شاهد رشد این اعداد و ارقام باشید. این اعداد در کنار هم معنا پیدا می‌کنند و تغییر هر کدام بر دیگری اثر خواهد گذاشت. به این ترتیب، به محض توجه و سرمایه‌گذاری در جهت بهبود یک معیار، شاهد رشد و بهبود سایر معیارها هم



خواهید بود. کمی توجه و زمان صرف این مسئله کنید تا به معجزه گوگل آنالیتیکس پی ببرید.

["message_box text_color="light]

منابع استفاده شده در این مقاله

dynamapper.com

medium.com

[message_box/]