



Bounce Rate چیست؟

ضرب بازگشت یا Bounce Rate چیست؟

ضرب یا درصد خروج به معنی تعداد افرادی است که پس از ورود به سایت شما بدون مشاهده هیچ صفحه دیگری از آن خارج میشوند. ضرب Bounce Rate به میزان حضور آنها در صفحه شما بستگی نداشته و معیاری برای سنجش جذابیت سایت شما از دید بازدیدکنندگان است.



تعیین موفقیت یک سایت برای جذب بازدیدکننده معمولاً براساس تعداد بازدیدکننده یکتا در روز سنجیده میشود، در مراحل ابتدایی شروع به کار و در چند ماه نخست استناد به این آمار میتواند تا حدی میزان نفوذ شما در اینترنت و عملکرد بخش بازاریابی را مورد ارزیابی قرار دهد ولی در ادامه کار حفظ افرادی که به سایت شما وارد میشوند و تبدیل آنها به مشتری اهمیت ویژه ای خواهد داشت.

بررسی Bounce Rate سایت به شما نشان میدهد که کاربران تا چه حد با محیط سایت ارتباط برقرار کرده و تشویق به بازدید صفحات بیشتر میشوند.

در عمل ضرب بازگشت بعنوان یک فاکتور منفی شناخته میشود و بالا بودن آن نشانگر ضعف شما در نحوه ارائه مطالب است، مهمترین فاکتور برای سنجش موفقیت یک وبسایت تعداد کاربران ثابت آن است؛ یعنی افرادی که هرچند وقت یکبار به آن سر میزنند و بروزرسانی مطالب شما را پیگیری میکنند.

اگر سایت شما دارای محتوایی است که اکثر افراد تنها یکبار به آن وارد میشوند بررسی ضرب بازگشت یا Bounce Rate میتواند معیار مناسبی برای موفقیت شما باشد. افزایش تعداد بازدیدکنندگان روزانه اگر با افزایش ضرب بازگشت نیز همراه باشد در درازمدت نتیجه مثبتی برای شما در پی نخواهد داشت.

Bounce Rate زیاد نشانگر عدم رضایت کاربران از محیط سایت است

Bounce Rate زیاد نشانگر عدم رضایت کاربران از محیط سایت است





تحلیل نرخ خروج یا Bounce Rate

با توجه به حجم اطلاعاتی که سیستم های آمارگیر قوی در اختیار مدیران سایت ها میگذارند، عدم بررسی و تحلیل دقیق آنها میتواند موجب سردرگمی و اشتباه برای تصمیم های آینده گردد. برای تحلیل ضریب بازگشت سایت و تصمیم گیری درست در مورد مناسب یا نامناسب بودن آن باید بازدیدکنندگان را براساس نحوه ورود به سایت دسته بندی کرده و هر یک را جداگانه تحلیل کنیم.

۱- ارجاع دهنده های کم ارزش

سایت هایی که به جمع آوری فله ای اطلاعات از اینترنت پرداخته و بدون نظارت بر محتوا در اختیار کاربران قرار میدهند بعنوان ارجاع دهنده های نامناسب شناخته میشوند، افرادی که از این طریق به سایت شما وارد میشوند، خیلی سریع آن را ترک میکنند زیرا عموماً انتظار ورود به سایت جدیدی را نداشته اند و یا بدنبال مطلب دیگری بوده و به سایت شما راهنمایی شده اند. در میان سایت های ایرانی لینک پد میتواند نمونه مناسبی باشد.

۲- لینک مستقیم به سایت

این گونه لینک ها معمولاً با یک پیام مشوق همراه هستند مانند "پیشنهاد میکنیم از این سایت بازدید کنید" یا "برای حمایت از ما از سایت زیر دیدن کنید" افرادی که از این طریق به سایت شما وارد میشوند به هدف مشخص نیامده و انتظار زیادی از محتوای شما نخواهد داشت. این افراد کمی اشتیاق دارند ولی نباید انتظار ضریب بازگشت مناسبی از آنها داشته باشید.

۳- Bounce Rate ورودی از موتورهای جستجو

افرادی که از طریق موتور جستجو و با عبارت مشخصی به سایت شما وارد میشوند بطور حتم بدنبال موضوع خاصی بوده و به محتویات شما علاقه مند شده اند. اگر ضریب بازگشت برای این افراد در سایت شما عدد بالایی باشد یعنی بیش از ۵۰ درصد آنها بدون بازدید هیچ صفحه دیگر از سایت شما خارج شوند، شما با مشکلی اساسی مواجه هستید و باید در محیط و مطالب سایت خود بازنگری عمیقی داشته باشید. توجه به دو نکته زیر بسیار مهم خواهد بود:

گاهی اوقات گوگل برای کلمات کلیدی خاصی که به زمینه کاری شما مربوط نیست و یا برای آن برنامه ریزی خاصی انجام نداده اید جایگاه مناسبی در نتایج خود به سایت شما میدهد. این عبارات و کلمات را به درستی شناسایی کرده و از جامعه آماری خود خارج کنید.

بررسی ضریب بازگشت سایت با توجه به ورودی گوگل نیازمند یک آمارگیر قوی و دقیق است، چیزی که خود گوگل در قالب گوگل آنالیتیکز ارائه کرده و متناسبانه برای ایران تحریم شده است. بنابراین وبسیتما به شما پیشنهاد میدهد که از جایگزین مناسبی مانند آمارسیتما استفاده کنید. زیرا علاوه بر مشخص نمودن کلمه کلیدی جستجو شده توسط کاربر، رتبه شما در نتایج گوگل برای آن کلمه یا عبارت خاص را به شما نمایش میدهد.





۴- کاربران ثابت سایت

افرادی که مرتب به سایت شما سر میزنند و مطالب آن را دنبال میکنند کاربران ثابت یا مشتریان پروپا قرص شما هستند. از یک طرف شما انتظار بازدید از تعداد صفحات زیادی را از آنها دارید ولی از طرف دیگر با توجه به مراجعه زیاد ممکن است مطلب جدیدی در سایت پیدا نکنند و بلافاصله آن را ترک کنند. بطور مثال افرادی که با خبرنامه از ارائه مطالب جدید سایت آگاه میشوند به سرعت از سایت شما بازدید میکنند ولی احتمال آنکه به صفحات دیگر سایت نیز بروند کم است زیرا همه مطالب را بروز مطالعه کرده اند.

نمودار زیر یک مقایسه نسبی میان چهار حالت ذکر شده در بالا و انتظار شما از ضریب بازگشت هر کدام را نمایش میدهد.

Bounce Rate مورد انتظار بر اساس نوع ورود افراد

Bounce Rate مورد انتظار بر اساس نوع ورود افراد

تمام تلاش خود را برای یافتن مشکلات سایت و تشویق بازدیدکنندگان به مشاهده صفحات بیشتر انجام دهید؛ استفاده از سایدبار و ارائه پربازدیدترین مقالات و یا پرفروشترین محصولات میتواند گزینه مناسبی برای اینکار باشد، همچنین ایجاد ارتباط میان مقالات و معرفی مقالات مرتبط شانس شما را برای بازدید بیشتر صفحات افزایش میدهد.

