

استفاده از داده برای بهینه سازی نرخ تبدیل



استفاده از داده برای

بهینه سازی

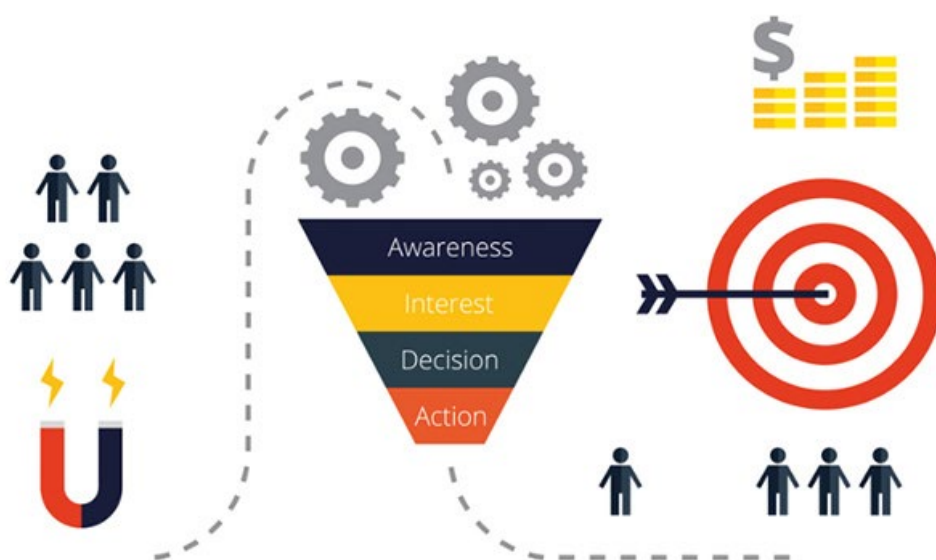
نرخ تبدیل



نویسنده: مهران منصوری فر

در این مقاله از مدیر وب به فاکتورها و ابزارهایی که برای بهینه سازی و افزایش نرخ تبدیل برای هر سایتی نیاز است، می پردازیم.

این روزها با افزایش و توسعه اینترنت و فضای مجازی در تمامی جنبه های زندگی، کسب و کارهایی موفق هستند که بتوانند در دنیای اینترنت بازدید بالایی داشته و فعالیت حرفه ای در این فضا داشته باشند. هر چه ترافیک و بازدید از یک سایت و صفحه بیشتر باشد، احتمال فروش بیشتر و ارائه خدمات برای آن سایت بیشتر است. یکی از مهمترین فاکتورهایی که سایتها با کمک آن می توانند داده های خود را آنالیز کرده و ترافیک سایت خود را بالا ببرند، نرخ تبدیل و بهینه سازی آن است. در این مقاله اطلاعات جامعی راجع به بهینه سازی نرخ تبدیل و استفاده از داده ها جهت ارتقا بازدید از سایت در اختیار شما قرار خواهیم داد.



### نرخ تبدیل چیست؟

در گام اول از این مقاله باید بدانیم که نرخ تبدیل دقیقا چیست و چگونه از داده‌ها می‌توان برای بهینه سازی آن استفاده کرد. زمانی که شما وارد یک سایت می‌شوید شما یک فرصت طلایی برای فروشنده یا ارائه دهنده خدمات هستید، تا بتوانید به یک خریدار و یا سفارش دهنده تبدیل شوید. ممکن است شما از یک بازدید کننده ساده به خریدار موقت و یا دائمی تبدیل شوید، ممکن است خدمات ارائه دهنده شرکت مورد نظر را سفارش دهید، ممکن است به یکی از خوانندگان دائمی سایت تبدیل شده و در خبرنامه‌های آن عضو شوید، ممکن است در نظرسنجی‌های سایت شرکت کنید و هر اقدام دیگری که نشان دهنده درگیر شدن شما با سایت باشد. در اصطلاح دیجیتال شما تبدیل شده‌اید! از یک کاربر معمولی به خریدار و یا سفارش دهنده خدمات.

به میزان درگیری کاربران و خوانندگان سایت با فعالیت‌های مورد نظر سایت، نرخ تبدیل می‌گویند. بدون شک هرچه این نرخ بالاتر باشد، یعنی سایت محبوبتر بوده و احتمال موفقیت آن بالاتر است. کارشناسان هر سایت و فضای مجازی از داده‌های مختلفی برای تعیین نرخ تبدیل و بهینه سازی آن استفاده می‌کنند. به طور خلاصه نرخ تبدیل به شما اطلاعاتی خواهد داد تا بتوانید

با رفتار کاربران، کارایی وب سایت و بازخوردها آشنا شده و از آنالیز داده‌های آن برای رفع کمبودها و توسعه نقاط قوت خود استفاده کنید.

### بهینه سازی نرخ تبدیل یا CRO چیست؟

تا اینجای کار با مفهوم نرخ تبدیل آشنا شدیم. اکنون می‌خواهیم بدانیم که بهینه سازی نرخ تبدیل چیست؟ همان‌طور که از نام این مفهوم پیدا است، به هر اقدامی که منجر به افزایش مشتری و کاربران همیشگی سایت شود، در راستای بهینه سازی نرخ تبدیل قرار خواهد گرفت.

نکته بسیار مهم آن که بهینه سازی این نرخ یک پروژه نیست که شما با خود بگوئید یک ماه یا دو ماه روی آن کار کرده و به نتیجه مطلوب برسید. بلکه بهینه سازی یک روند همیشگی است و شما تا زمانی که یک سایت دارید و در دنیای اینترنت فعالیت می‌کنید، باید به دنبال آن باشید.



### نحوه اندازه گیری نرخ تبدیل

اندازه گیری نرخ تبدیل کاری نسبتاً ساده است. البته ممکن است فاکتورها و موارد دیگری نیز در این محاسبه تاثیرگذار باشند اما در حالت کلی می‌توان گفت برای اندازه گیری نرخ تبدیل کافی است میزان رفتارهای مورد نظر مشتری را به تعداد بازدیدها تقسیم کرد.

رفتار مورد نیاز مشتری با توجه به نوع سایت‌ها و اهداف آنها متفاوت است. برای یک سایت فروشگاهی میزان خرید مشتری و برای یک سایت خبری، عضویت در آن رفتار مورد نظر می‌باشد.

برای یک سایت فروشگاهی، کافی است تعداد خریدهای کاربران را بر تعداد بازدیدها تقسیم کنید. برای مثال اگر در یک بازه زمانی ۱۰۰ کاربر به سایت

شما سر زده‌اند و ۲۰ نفر آنها اقدام به خرید کرده‌اند، نرخ تبدیل سایت شما ۰/۲ خواهد بود.



### آیا سئو و CRO یکی هستند؟

یکی از رایجترین خطاها در مفاهیم دنیای دیجیتال، آن است که بسیاری از افراد تصور می‌کنند که سئو و بهینه سازی نرخ تبدیل یک مفهوم هستند، در حالی که این گونه نیست. درست است که این دو مفهوم با یکدیگر در ارتباط هستند و هر دو می‌توانند بر موفقیت سایت شما و افزایش میزان فروش و ارائه خدمات تاثیر بگذارند، اما دو مفهوم کاملاً متفاوت هستند. سئو فرآیند و راهکارهایی است که کارشناسان یک سایت برای ارتقا جایگاه



سایت در موتورهای جست و جو انجام می‌دهند و در واقع هدف آنها جلب رضایت و توجه موتورهای جست و جو است، در حالی که همان طور که در بالا اشاره شد، بهینه سازی نرخ تبدیل به دنبال افزایش مشتریان بوده و رفتارهای آنها را بررسی می‌کند.



### برای افزایش نرخ تبدیل چه فاکتورهایی در سایت خود را بهینه کنیم؟

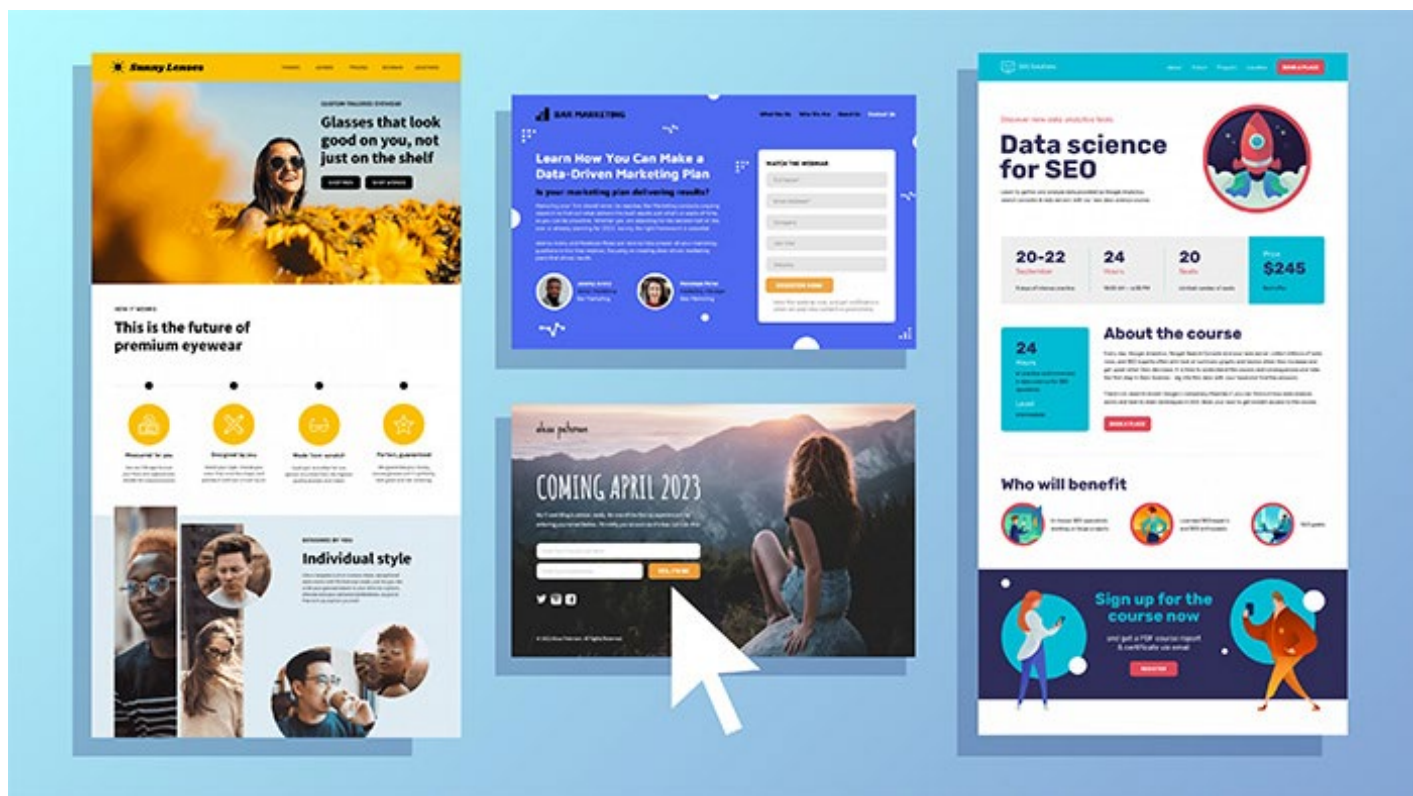
برای آن که بتوانید نرخ تبدیل سایت خود را بالا ببرید، سایت شما باید بتواند در همان لحظه اول ورود کاربر به سایت، نظر مشتری را جلب کند. برای این کار موارد کلیدی مانند سرعت سایت، صفحه فرود و غیره وجود دارد که در گام اول از بهینه سازی باید به آن توجه کنید.

### بهینه سازی صفحه اصلی و یا صفحه فرود

صفحه فرود هر سایت، اولین صفحه‌ای است که کاربران با کلیک روی لینک سایت شما وارد آن خواهند شد که با صفحه اصلی سایت متفاوت است. برای آن که بتوانید نرخ تبدیل داده‌های خود را بالا ببرید، باید بهینه سازی صفحه فرود و صفحه اصلی سایت خود را انجام دهید.

برای مثال اگر شما یک سایت فروشگاهی دارید، بهتر است به جای خریدهای جداگانه و پرداخت‌های مجزا برای هر کالا، سبد خریدی طراحی کرده تا کاربران بتوانند به راحتی ابتدا تمامی محصولات و کالاهای مورد نظرشان را سفارش داده و هزینه آنها را پرداخت کنند. مطمئن باشید، اگر کاربران مجبور باشند جداگانه عملیات خرید را برای هر محصول انتخاب کنند، اعطای آن را به لقایش خواهند بخشید!





## بهینه سازی متن و محتوا

فاکتور اصلی دیگری که بر نرخ تبدیل سایت تاثیرگذار است، متن و محتوای آن است. شما باید برای تولید محتوا به جنبه‌های مختلفی توجه داشته باشید.

- سعی کنید که برای محتواهای سایت، عناوین جذاب و زیبا انتخاب کنید تا توجه کاربران و خوانندگان را در نگاه اول به خود جلب کند.
- محتواهایی با زبان گویا و روان بنویسید تا تمامی کاربران بتوانند آن را خوانده و با مفهوم آن آشنا شوند.

- از پاراگرافها و زیر عنوانها استفاده کرده و از نوشتن متنهای طولانی و یک پارچه خودداری کنید.
- عنوانها و زیر عنوانها را پررنگ تر کرده تا خواننده متوجه اختلاف آنها با بخشهای دیگر مقاله شوند.
- محتواهایی کامل بنویسید تا خواننده بتواند تمامی اطلاعات مورد نیازش را از محتوای شما به دست آورد.
- تنها به محتوای متنی اکتفا نکرده و از محتواهای دیگر مانند فیلمها، پادکست، انیمیشن، تصویر و غیره استفاده کنید.

## استفاده از فرم و بهینه سازی آن

یکی از مهمترین اقداماتی که می‌توانید برای بهینه سازی نرخ تبدیل سایت خود انجام دهید، استفاده از فرمهای اطلاعاتی برای کاربران است. این فرمها می‌توانند اطلاعات مفیدی را در اختیار شما قرار دهند. برای مثال شما می‌توانید از کاربران خود بخواهید قبل از خرید و یا عضویت در سایت و یا سفارش خدمات، فرمهای مخصوصی را پر کنند. این فرمها می‌تواند دارای اطلاعاتی مانند شغل، سن، جنسیت، نحوه آشنایی با سایت و غیره باشد.

برای آن که این فرمها نیز بتواند شما را به اطلاعات مورد نیازتان برساند، باید بهینه سازی شود. این بهینه سازی شامل موارد زیر خواهد بود:

- فرمها را مختصر و مفید انتخاب کنید. مطمئن باشید پر کردن فرمهایی با فیلدهای زیاد کاربران را خسته کرده و ممکن است بسیاری از آنها، پر کردن فرم را از اواسط کار رها کنند.
- فرم طراحی شده شما باید زیبا و پیوسته باشد. پرسشهای آن باید واضح باشد و از پرسیدن سوالهایی نامفهوم و گنگ خودداری کنید.
- فیلدهای مهمتر را در بخشهای بالاتر و فیلدهای کم اهمیتتر را در بخشهای پایینتر قرار دهید.
- اگر نیاز به ساخت حساب کاربری دارید، میتوانید از کاربران بخواهید ایمیل و یا جیمیل خود را وارد کرده تا به خاطر سپردن آن نیز ساده باشد.
- اگر نیاز به دریافت رمز ورود دارید، سعی کنید رمز ورود شما دارای قوانینی باشد که استفاده از آن و به خاطر سپردن آن آسوده باشد. همچنین می‌توانید از گزینه به خاطر سپردن رمز عبور و حساب کاربری استفاده کرده تا اگر کاربران با همان دستگاه دیجیتال وارد سایت شما شوند، مستقیماً وارد حساب کاربری خود شده و نیازی به ورود اطلاعات و رمز عبور نداشته باشند.

**CONTACT FORM**

Please use the contact form below to get in touch.  
Fields with pink border are required fields others are optional.

Subject

Your Name

Your Email

Your Phone

Your Mobile/Cell

Enter your Enquiry Details

Select your Car Make

Date of Birth

How many Cars in your family?

### بهینه سازی ساختار سایت

از دیگر فاکتورهایی که می‌تواند تاثیر مثبت و مستقیمی روی بهینه سازی نرخ تبدیل بگذارد، ساختار سایت شما است. سایت باید نقشه و ساختار ساده‌ای داشته باشد و کاربران به راحتی بتوانند داخل آن جابجا شده و بخش‌های مورد نظرشان را پیدا کنند. اگر سایت شما کاملاً یک پارچه باشد و دارای دسته بندی و تقسیم بندی نباشد، کاربران به سرعت بعد از ورود به سایت خسته و کلافه شده و سایت شما را ترک خواهند کرد.

### بهینه سازی دکمه اقدام به عمل

اقدام به عمل دکمه یا کاری است که شما به کمک آن از کاربران می‌خواهید

کاری که مورد نظر شما است را انجام دهند. برای مثال این دکمه می‌تواند خرید، سفارش و یا عضویت باشد. برای آن که بتوانید این دکمه را نیز بهینه سازی کنید می‌توانید روی فونت، سایز، رنگ و دیگر فاکتورهای این دکمه تغییراتی ایجاد کنید.



### بهینه سازی سرعت سایت

فاکتور مهم و موثر دیگر در بهینه سازی نرخ تبدیل، بهینه سازی سرعت سایت است. آمارها نشان می‌دهد که هر یک ثانیه تاخیر می‌تواند نرخ تبدیل را بین ۷ تا ۱۱ درصد کاهش دهد. اگر سایت شما دارای سرعت بارگذاری بیشتر از ۶ ثانیه باشد، جز سایت‌های کند محسوب شده و ممکن است در زمان کوتاهی تعداد زیادی از کاربران خود را از دست دهید.

مقاله مرتبط: [چرا سرعت سایت بسیار مهم است و چگونه باید آن را افزایش](#)

[داد؟](#)

### روش‌های مختلف اندازه گیری نرخ تبدیل و بهینه سازی آن

برای آن که شما بتوانید به داده‌های مورد نیازتان جهت به دست آوردن نرخ تبدیل دسترسی پیدا کنید ابزارهای مختلفی در دسترس شما وجود دارد. شما برای به دست آوردن نرخ تبدیل و فاکتورهای موثر در آن به اطلاعات زیادی نیاز دارید. دسترسی به این اطلاعات در حالت کلی به دو روش تحلیلی و استفاده از ابزارها و روش استفاده از نظرات مردمی انجام می‌شود.

### روش تحلیلی

در این روش از ابزارهای مختلفی مانند گوگل آنالیتیکس برای بررسی رفتار مشتری استفاده می‌شود. این ابزارها به شما نشان می‌دهند که بازدید کنندگان سایت شما از چه صفحه‌ای و از کجا وارد سایت شما شده‌اند. از چه مرورگرهایی استفاده می‌کنند، سن و جنسیت آنها چیست؟ کدام قسمت از سایت شما بیشترین مقدار بازدید و کدام قسمت کم‌ترین میزان را داشته است و اطلاعات دیگری که بسیار برای شما مفید خواهد بود در اختیار شما قرار خواهد داد.





## استفاده از نظرسنجی و فرمها

روش دیگری که با استفاده از آن می‌توانید به داده‌های مورد نیازتان دسترسی پیدا کرده و جهت ارتقا نرخ تبدیل از آن استفاده کنید، استفاده از فرمها و نظرسنجی‌های مختلف است. البته میزان کارآمدی این روش نسبت به روش قبل کمتر است اما در موارد خاص و جزئی می‌تواند تاثیرات قابل توجهی داشته باشد.

شما می‌توانید در سایت خود نظرسنجی‌ها و فرمهای مختلفی قرار داده و

سوالات مورد نظرتان را از مشتری و کاربران بپرسید. این فرمها می‌تواند دارای سوالاتی مانند سن، جنسیت و اطلاعات شخصی آنها باشد. همچنین می‌توانید از کاربر بپرسید، چه چیزی در سایت شما برای آنها جذاب است؟ نقطه ضعف و قدرت سایت شما چیست؟ و هر سوال دیگری که برای شما مهم است.

### ابزارهای مختلف برای جمع آوری اطلاعات و داده‌ها جهت بهبود نرخ تبدیل

همان طور که در بالا نیز اشاره شد، برای به دست آوردن و بهینه سازی نرخ تبدیل به داده‌های مختلفی نیاز داریم که هم به صورت تحلیلی و هم به صورت نظرسنجی می‌توان به آنها دسترسی پیدا کرد. در کنار ابزارهای تحلیلی مانند گوگل آنالیتیکس، ابزارهای مختلف دیگری نیز موجود هستند که می‌توانید جهت تحلیل داده‌ها از آنها استفاده کنید. این ابزارها شامل موارد زیر می‌باشد:

### تست قابلیت استفاده از سایت

همان طور که در بالا نیز اشاره شد، سادگی سایت یکی از فاکتورهای مهمی است که روی بهینه سازی نرخ تبدیل تاثیرگذار خواهد بود. برای آن که بتوانید

این فاکتور سایت خود بررسی کنید، می‌توانید از ابزارهای مختلف جهت تست آن استفاده کنید. این ابزار از نگاه مشتری میزان سهولت استفاده از سایت، دسترسی به محتواها و غیره را بررسی کرده و به شما نمایش خواهد داد.

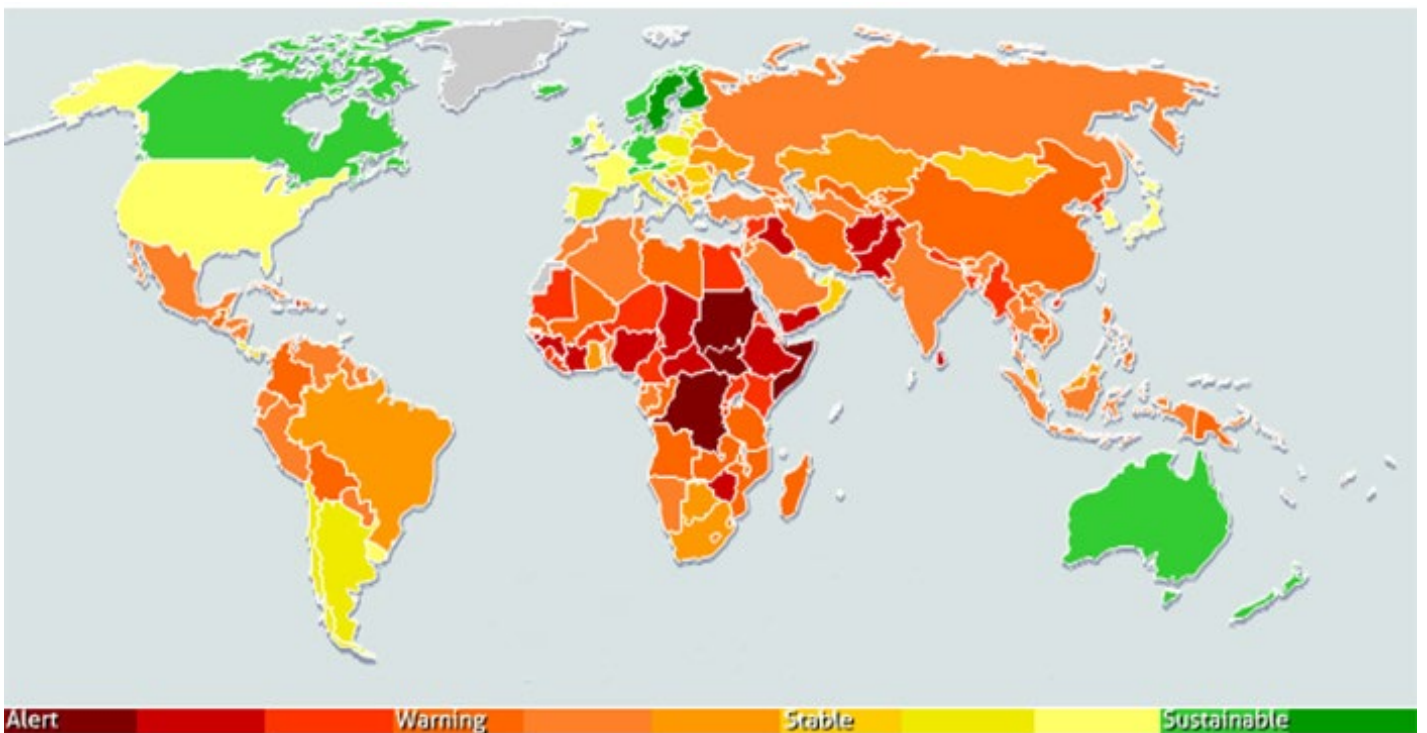
### شاخص خالص ترویج کننده

از دیگر ابزارهایی که در بهینه سازی نرخ تبدیل به شما کمک خواهد کرد، توجه به شاخص خالص ترویج کننده یا NPS است. این شاخص نشان دهنده میزان وفاداری کاربران و مشتریان سایت شما خواهد بود. این ابزار کاربران و مشتریان را به سه دسته ترویج کننده، منفعل و دفع کننده تقسیم می‌کند.

ترویج کننده‌ها مشتریان همیشگی و وفادار شما بوده و محصولات شما را به دیگران نیز معرفی خواهند کرد. منفعل‌ها کسانی هستند که وارد سایت شما شده اما نه خریدی انجام می‌دهند، نه شما را به دیگران معرفی می‌کنند. دفع کننده‌ها نیز کسانی هستند که از خدمات شما و خرید ناراضی بوده و احتمالاً برای شما تبلیغ منفی خواهند کرد. دسترسی به این اطلاعات و داده‌ها به شما کمک کرده تا به نقاط ضعف و قدرت خود آشنا شده و نرخ تبدیل داده خود را ارتقا دهید.

## نقشه‌های گرمایی و نقشه‌های کلیکی

از دیگر ابزارهای تحلیل داده، استفاده از نقشه‌های کلیکی و گرمایی است. این نقشه‌ها به شما نشان خواهند داد که بخش‌های پرفرمدار سایت شما کدام بخش بوده و کدام بخش‌ها کلیک کمتری داشته‌اند.



## نقشه‌های اسکروول

این نقشه‌ها رفتار کاربر در سایت شما را نمایش خواهد داد. شما می‌توانید به راحتی متوجه شوید که کاربر بعد از ورود به سایت شما از چه بخش‌هایی عبور کرده، روی چه بخش‌هایی زمان بیشتری صرف کرده، وارد چه بخش‌هایی نشده و غیره.

### بهینه سازی نرخ تبدیل چه مزایایی برای شما به دنبال خواهد داشت؟

در صورتی که شما بتوانید به داده‌های مورد نیازتان دسترسی پیدا کرده، آنها را تجزیه و تحلیل کنید و اقدامات لازم جهت رفع کاستی‌ها و توسعه نقاط قوت خود انجام دهید:

- مشتریان بالقوه شما به بالفعل تبدیل خواهند شد.
- جامعه هدف خود را شناسایی کرده و روی آنها سرمایه گذاری خواهید کرد.
- بازگشت سرمایه شما سریعتر خواهد بود.
- مشتریان ترویج کننده شما افزایش پیدا خواهند کرد.
- ترافیک سایت شما بالا رفته، سئو و جایگاه آن در موتورهای جست و جو ارتقا پیدا خواهد کرد.
- میزان اعتماد کاربران به سایت شما بالاتر خواهد رفت.



### نتیجه گیری

نرخ تبدیل داده نشان دهنده آن است که چه تعداد از کاربران و بازدید کنندگان سایت شما، رفتار مورد انتظار شما را انجام داده‌اند. این رفتار می‌تواند خرید، عضویت و یا سفارش خدمات باشد. برای بهینه سازی نرخ تبدیل باید به داده‌های مختلفی دسترسی پیدا کنید. این اطلاعات از روش‌های مختلفی مانند فرم‌ها و نظرسنجی‌ها و یا ابزارهای مختلف تحلیلی به دست خواهد آمد. بعد از تجزیه و تحلیل اطلاعات شما می‌توانید از راهکارهای مختلفی مانند تولید محتوای مناسب، سادگی سایت، اقدام به عمل و غیره نرخ تبدیل داده خود را بهبود بخشید.