

bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی است؟



نویسنده: مهران منصوری فر

نرخ پرش یکی از فاکتورهای مهمی هست که همواره نشان از سلامت و کارکرد مطلوب یک وب سایت دارد، و لازم هست هر مدیر سایتی درباره آن به خوبی بداند. در این نوشته درباره نرخ پرش و دلایل بالا و پایین بودن آن خواهیم گفت.

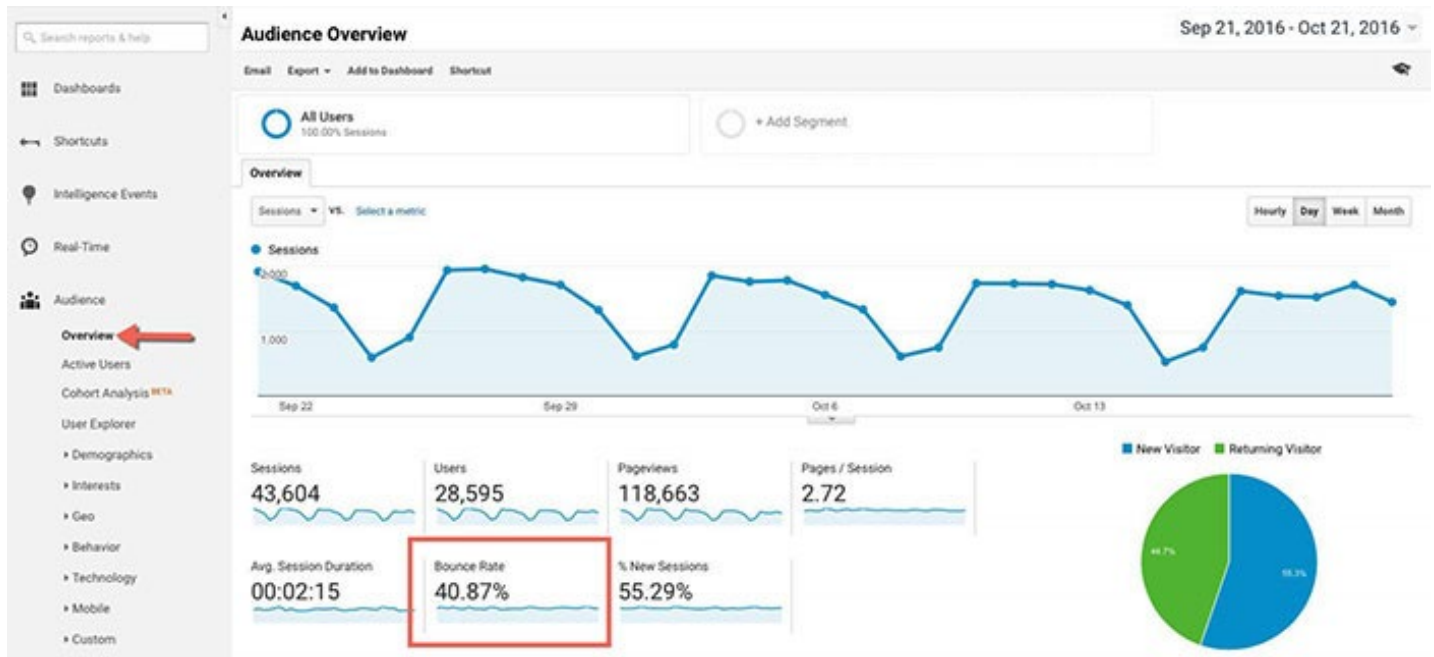
نرخ پرش را می‌توان یکی از مهم‌ترین و البته درک‌نشده‌ترین معیارها در سیستم رتبه‌بندی گوگل دانست. این که یک سایت باید حدوداً چه نرخ پرشی داشته باشد، سوالی است که این روزها مدیران بسیاری به دنبال پاسخی مناسب برای آن هستند. ما سعی داریم در این مقاله پاسخی مناسب به این سوال داده و راهکارهایی را برای اصلاح نرخ پرش ارائه دهیم. موضوعات مورد بررسی در این نوشته عبارت اند از:

- تعریف نرخ پرش
- چگونه در Google Analytics نرخ پرش را بررسی کنیم؟
- نرخ پرش شما باید چه مقدار باشد؟
- چرا نرخ پرش شما اینقدر بالا است؟
- آیا بالا بودن نرخ پرش همیشه بد است؟
- تجارت الکترونیکی و نرخ پرش
- چگونه می‌توان نرخ پرش را کاهش داد؟
- نرخ پرش به چه معناست؟

تعریف گوگل از نرخ پرش بدین شرح است: «درصد زمانی که طی یک بازدید در یک صفحه سپری می‌شود». این تعریف کمی مبهم است. اگر بخواهیم دقیقتر تعرف کنیم، نرخ پرش درصد بازدیدهایی که طی آن کاربر بدون تعامل با صفحه، پس از ورود، بلافاصله از آن خارج می‌شود. به عبارت دیگر، «پرش» به معنای خروج بازدیدکنندگان از وبسایت شماست، بدون اینکه بر روی دیگر صفحات کلیک کنند. از این رو، نرخ پرش، درصد افرادی است که این کار را انجام می‌دهند.

است؟ bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

چگونه می‌توان در Google Analytics نرخ پرش را بررسی کرد؟ شما می‌توانید با مراجعه به بخش Audience > Overview نرخ پرش وبسایتان را مشاهده نمایید.



این نرخ پرش کلی وبسایت شماست. اما وبسایت شما در واقع چندین نرخ پرش دارد. نرخ پرش هر یک از صفحات عملکرد بازدید کنندگانی که وارد آن صفحه شدند و از آنجا «پریده‌اند» را نشان می‌دهد. علاوه بر این، نرخ پرش هر دستگاه درصد افرادی که از موبایل، تبلت یا کامپیوتر استفاده کرده و از صفحه پریده‌اند را نشان می‌دهد. در ادامه به هر یک از این نرخ‌های پرش نگاهی خواهیم داشت اما در حال حاضر می‌خواهیم در مورد نرخ پرش کلی صحبت کنیم.

عوامل کلیدی موثر بر نرخ پرش یک وبسایت

نرخ پرش وبسایت شما به چندین فاکتور بستگی دارد که این فاکتورهای کلیدی شامل موارد زیر هستند:

- نوع ترافیکی که جلب می‌کنید

آیا بازدیدکنندگان وبسایت شما اختصاصا به دنبال شرکت شما هستند یا اینکه صرفه به دنبال اطلاعاتند؟ افرادی که با وبسایت شما آشنا هستند، نسبت به آن دسته افرادی که صرفا می‌خواهند کسب اطلاعات کنند، کمتر پرش دارند. اگر شما یک فروشگاه آنلاین دارید، آیا مردم قصد خرید کردن از شما را دارند یا اینکه تنها به دنبال تحقیق برای خریدهای آتی‌شان هستند؟

- منشا ترافیک وبسایت شما

بازدیدکنندگانی که از طریق نتایج جستجوی گوگل به وبسایت شما هدایت می‌شوند، نسبت به بازدیدکننده‌هایی که مثلا از «فیسبوک» آمده اند نرخ پرش بسیار کمتری دارند.



- صفحاتی که بازدیدکنندگان شما وارد آن می‌شوند

به عنوان مثال، صفحات نا مرتبط وبلاگ نسبت به صفحات محصولات یا خدمات نرخ پرش بالاتری دارند. اگر افراد مستقیما به صفحه اصلی شما وارد شوند احتمالا نباید فوراً پرش داشته باشند. اما اگر آن‌ها وارد صفحه ای قدیمی‌از وبلاگ شوند که ربطی به صفحات دیگر وبسایت شما ندارد، قطعا نرخ پرش بالایی وجود خواهد داشت.

- طراحی و چیدمان وبسایت شما

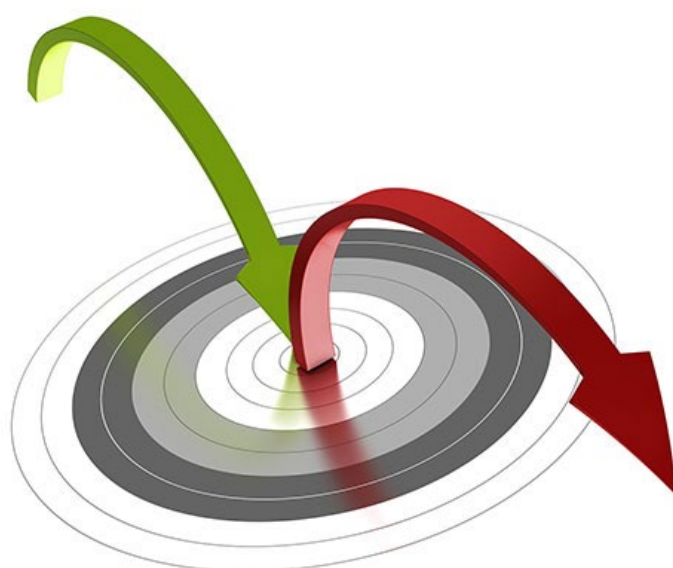
سایت‌هایی که چرخیدن در آن‌ها دشوار و گمراه‌کننده است یا اینکه ظاهری پیش پا افتاده دارند، نسبت به سایت‌های جدید که کار با آن‌ها آسان است و با موبایل سازگار هستند، نرخ پرش بالاتری دارند. آیا سایت شما آن چیزی است که مردم به دنبالش هستند؟ اگر اینطور نیست قطعاً مردم سایت شما را ترک خواهند کرد.

- شفافیت پیغامی که انتقال می‌دهید

مردم مشغله دارند و اگر نتوانند سریعاً چیزی که می‌خواهند را پیدا کنند تلاش بیشتری برای پیدا کردن آن نمی‌کنند و سایت شما را ترک خواهند کرد. این موضوع یکی از دلایل مهم نرخ پرش بالا است که اغلب اوقات دست کم گرفته می‌شود.

- سرعت و کاربرد وبسایت

وبسایت‌هایی که سرعت لودینگ پایینی دارند نرخ پرش بالا و نرخ تبدیل پایینی دارند.



نرخ پرش وبسایت من باید چه مقدار باشد؟

قاعده کلی بدین صورت است که باید نرخ پرش زیر ۴۰٪ داشته باشید. معمولا بین ۴۰٪ تا ۵۵٪ نیز خوب است، اما نرخ پرش بالاتر از ۵۵-۶۵٪ یعنی شدیداً نیاز به بهینه‌سازی دارید. اگر نرخ پرش شما بالاتر از ۹۰٪ یا کمتر از ۲۰٪ است، احتمالاً مشکلی در نظارت یا کدنویسی شما وجود دارد.

این یک قاعده کلی و جامع است و ممکن است شرایطی وجود داشته باشد که حتی داشتن نرخ پرش‌های بالاتر از این موارد نیز کاملاً منطقی به نظر برسد.

چرا نرخ پرش وبسایت من خیلی بالاست؟

اولین دلیل برای نرخ پرش بالا: ترافیک پولی یا ترافیک هدایت شده از شبکه‌های اجتماعی

اگر درصد بالایی از ترافیک شما از شبکه‌های اجتماعی یا تبلیغات پولی بدست بیاید، ممکن است بر میانگین نرخ پرش وبسایت شما تاثیرگذار باشد، زیرا معمولا این بازدیدکنندگان نرخ پرش بالایی دارند. در مثال زیر می‌توانید ببینید که نرخ پرش‌های حاصل از جستجوی پولی (ردیف ۴، ۸۸٪) و شبکه‌های اجتماعی (ردیف ۵، ۷۰/۹۸٪) بسیار بالاتر از جستجوی معمولی (۴۴/۷۹٪)، ترافیک مستقیم (۳۹/۷۶٪) و ترافیک ارجاعی (۳۷/۸۳٪) هستند.

Default Channel Grouping	Acquisition			Behavior			Conversions <small>eCommerce</small>		
	Sessions <small>↓</small>	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Ecommerce Conversion Rate	Transactions	Revenue
	16,136 <small>% of Total: 100.00% (16,136)</small>	56.91% <small>Avg for View: 56.91% (0.00%)</small>	9,183 <small>% of Total: 100.00% (9,183)</small>	46.64% <small>Avg for View: 46.64% (0.00%)</small>	3.72 <small>Avg for View: 3.72 (0.00%)</small>	00:04:48 <small>Avg for View: 00:04:48 (0.00%)</small>	0.77% <small>Avg for View: 0.77% (0.00%)</small>	125 <small>% of Total: 100.00% (125)</small>	£2,107.57 <small>% of Total: 100.00% (£2,107.57)</small>
1. Organic Search	5,881 (36.45%)	58.63%	3,448 (37.55%)	44.79%	3.68	00:04:33	0.34%	20 (16.00%)	£223.91 (10.62%)
2. Direct	4,935 (30.58%)	52.56%	2,594 (28.25%)	39.76%	4.48	00:06:05	0.71%	35 (28.00%)	£670.31 (31.60%)
3. Referral	2,807 (17.40%)	40.04%	1,124 (12.24%)	37.83%	4.10	00:06:02	2.39%	67 (53.60%)	£1,208.35 (57.33%)
4. Paid Search	1,641 (10.17%)	84.77%	1,391 (15.15%)	88.00%	1.19	00:00:30	0.00%	0 (0.00%)	£0.00 (0.00%)
5. Social	410 (2.54%)	69.27%	284 (3.09%)	70.98%	2.71	00:02:40	0.24%	1 (0.80%)	£0.00 (0.00%)
6. (Other)	398 (2.47%)	81.66%	325 (3.54%)	31.66%	3.24	00:02:53	0.50%	2 (1.60%)	£5.00 (0.24%)
7. Email	64 (0.40%)	26.56%	17 (0.19%)	10.94%	5.78	00:08:33	0.00%	0 (0.00%)	£0.00 (0.00%)

است؟ bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

بالتر بودن نرخ پرش ترافیک حاصل از جستجوی پولی نسبت به جستجوی معمولی کاملاً طبیعی است، اما در این مثال نرخ پرش آن دقیقاً دو برابر نرخ پرش جستجوی طبیعی می‌باشد. چند احتمال برای این موضوع وجود دارد، احتمال اول آن است که این تبلیغات ترافیک نابه‌جایی را جلب می‌کند، مثلاً به این علت که، تبلیغ موردنظر شامل جملاتی است که با این کسب و کار، ارتباط چندانی ندارند. دومین احتمالی که می‌شود برای این موضوع در نظر گرفت، این است که صفحه اصلی این وبسایت، در تبدیل ترافیک حاصل از تبلیغات به مشتری، به خوبی عمل نمی‌کند.

در مثال زیر وبسایتی را می‌بینید که نرخ پرش میانگین ۷۵/۳۳٪ دارد. در نگاه اول، این رقم فاجعه‌بار به نظر می‌رسد. اگر نگاهی به جزئیات منشا ترافیک سایت بیاندازید، متوجه خواهید شد که مقدار زیادی از ترافیک این وبسایت از شبکه‌های اجتماعی حاصل می‌شود و نرخ پرش میانگین آن نیز به همین دلیل بالاست. در واقع، اگر نرخ پرش حاصل از ورودی‌های شبکه‌های اجتماعی را فاکتور بگیریم، نرخ پرش حاصل از جستجوهای معمولی ۳۸٪ است. که فقط کمی بیشتر از میزان مطلوب (۳۰-۳۴٪) است که این رقم به هیچ وجه فاجعه‌بار نیست.

Default Channel Grouping	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Contact (Goal 1 Conversion Rate)	Contact (Goal 1 Completions)	Contact (Goal 1 Value)
	5,322 % of Total: 100.00% (5,322)	86.11% Avg for View: 86.08% (0.04%)	4,583 % of Total: 100.04% (4,581)	75.33% Avg for View: 75.33% (0.00%)	1.69 Avg for View: 1.69 (0.00%)	00:01:06 Avg for View: 00:01:06 (0.00%)	0.34% Avg for View: 0.34% (0.00%)	18 % of Total: 100.00% (18)	£0.00 % of Total: 0.00% (£0.00)
1. Social	3,719 (69.88%)	91.64%	3,408 (74.36%)	85.13%	1.28	00:00:32	0.05%	2 (11.11%)	£0.00 (0.00%)
2. Organic Search	780 (14.66%)	66.03%	515 (11.24%)	38.72%	3.27	00:03:02	1.41%	11 (61.11%)	£0.00 (0.00%)
3. Direct	716 (13.45%)	80.45%	576 (12.57%)	67.18%	2.03	00:01:59	0.56%	4 (22.22%)	£0.00 (0.00%)
4. Referral	93 (1.75%)	76.34%	71 (1.55%)	50.54%	1.90	00:00:53	1.08%	1 (5.56%)	£0.00 (0.00%)

کارهایی که این وبسایت می‌تواند در این زمینه انجام دهد، شامل موارد زیر می‌باشد:

بفهمد که چگونه می‌تواند این ترافیک حاصل از شبکه‌های اجتماعی را به

مدت طولانی‌تری حفظ کند (امکان دارد که مشکلات ریسپانسیو بودن سایت در موبایل علت این مشکل باشد). سعی کند ترافیک‌های طبیعی بیشتری جذب کند زیرا این نوع ترافیک در حال حاضر کم است، اما بیشترین میزان بازدیدکنندگان واقعی و تبدیل به مشتری را داراست.

دومین دلیل برای نرخ پرش بالا: مطالب وبلاگ جلب کننده ترافیک

همانطور که می‌دانید، نوشتن مطالب جذاب برای وبلاگتان می‌تواند ترافیک زیادی جذب کند. اما این ترافیک اغلب اوقات برای آن نوع افراد است که تنها به دنبال اطلاعات هستند و اهداف تجاری بالایی ندارند. از این رو ترافیکی که برای مطالب وبلاگ جلب می‌شود نسبت به ترافیکی که به صفحه اصلی وبسایت شما می‌آید نرخ پرش بالاتری خواهد داشت.

در ادامه، مثالی از یک وبسایت حسابداری را مشاهده می‌کنید که بخش وبلاگی بسیار خوبی دارد. این صفحه نرخ پرش مرتبط با صفحات وبسایت (نوارهای سفید) را در مقایسه با مطالب وبلاگی آن (نوارهای قرمز) نشان می‌دهد. می‌توانید ببینید که چگونه نرخ پرش صفحات وبلاگ (۹۳٪) نسبت به صفحات اصلی وبسایت بیشتر است. ممکن است تصور کنید که این به این معناست که کیفیت مطالب وبلاگ به اندازه کافی بالا نیست، اما اگر به بخش «زمان متوسط سپری شده در صفحه» توجه کنید متوجه می‌شوید که به صورت میانگین مردم تقریباً شش دقیقه زمان برای خواندن مطالب، در وبلاگ سپری می‌کنند که نشان‌دهنده‌ی کیفیت مناسب مطالب آن است.

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate
	40,465 % of Total: 100.00% (40,465)	33,605 % of Total: 100.00% (33,605)	00:01:35 Avg for View: 00:01:35 (0.00%)	23,670 % of Total: 100.00% (23,670)	79.19% Avg for View: 79.19% (0.00%)
1. /	10,204 (25.22%)	7,250 (21.57%)	00:01:16	6,876 (29.05%)	62.30%
2. /2012/05/30/	6,006 (14.84%)	5,692 (16.94%)	00:04:29	5,681 (24.00%)	93.10%
3. /daily-blog/	2,129 (5.26%)	1,524 (4.54%)	00:01:17	908 (3.84%)	42.84%
4. /2012/05/25/	2,083 (5.15%)	1,977 (5.88%)	00:05:57	1,962 (8.29%)	93.63%
5. /our-team/	1,972 (4.87%)	1,484 (4.42%)	00:00:52	96 (0.41%)	48.96%

است bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

این وبسایت تنها به یک کلید دعوت به عمل (Call to Action) جذاب در مطالب و بلاگ‌هایش نیاز دارد.

سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چه باید کرد تا بتوان ترافیک و بلاگ‌ها را برای مدت زمان بیشتری در وبسایت نگه داشت؟

یک راه برای انجام این کار، استفاده از لینک‌های داخلی مرتبط، به دیگر مطالب و بلاگ است تا خواننده بتواند ورود عمیق‌تری به مطالبی که به آن‌ها علاقه دارد داشته باشد. یک راه دیگر برای نگه داشتن این بازدیدکنندگان استفاده از دعوت به عمل (Call to Action) در انتهای تمام مطالب و بلاگ است که برای خواننده‌ها نیز جالب توجه باشد. به خاطر داشته باشید که بازدیدکنندگان و بلاگ معمولاً اهداف تجاری کمی دارند (یعنی در فاز تحقیق هستند و هنوز قصد خرید ندارند)، از این رو معرفی محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید همیشه کار درستی نخواهد بود. در عوض، ارائه یک کورس کوتاه مدت که مطالب و بلاگ را بیشتر تعریف می‌کند و نیازمند ایمیل و نام آن‌ها نیز است می‌تواند تصمیم مناسب‌تری باشد. آیا یک خبرنامه ایمیلی دارید که آن‌ها بتوانند عضوی از آن شوند؟ آیا دوره مشاوره رایگانی دارید که به آن‌ها پیشنهاد دهید؟

سومین دلیل برای نرخ پرش بالا: ترافیک موبایلی بالا

بازدید کنندگان موبایلی نرخ پرش بالاتری دارند، از این رو اگر وبسایت شما بازدید کنندگان موبایلی زیادی دارد می‌بایست انتظار نرخ پرش میانگین بالاتری نیز داشته باشید.

Device Category	Acquisition			Behavior		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	23,578 <small>% of Total: 100.00% (23,578)</small>	35.92% <small>Avg for View: 35.92% (0.01%)</small>	8,470 <small>% of Total: 100.01% (8,469)</small>	44.41% <small>Avg for View: 44.41% (0.00%)</small>	2.25 <small>Avg for View: 2.25 (0.00%)</small>	00:02:11 <small>Avg for View: 00:02:11 (0.00%)</small>
1. mobile	13,434 (56.98%)	30.68%	4,121 (48.65%)	53.02%	1.94	00:01:44
2. desktop	8,365 (35.48%)	44.41%	3,715 (43.86%)	30.48%	2.74	00:02:49
3. tablet	1,779 (7.55%)	35.64%	634 (7.49%)	44.91%	2.26	00:02:41

توجه داشته باشید که این سایت تقریباً ۶۵٪ از ترافیکش را از موبایل و تبلت دریافت می‌کند. همچنین مشاهده می‌کنید که چگونه ترافیک موبایلی ۵۳٪ نرخ پرش دارد و همین باعث شده است که نرخ پرش میانگین این وبسایت به ۴۴٪ برسد. البته این نرخ پرش موبایلی آن قدر هم بد نیست، مخصوصاً که مقدار بالایی از ترافیک این سایت از شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌شود. از این رو، با وجود آن که مدیر این سایت می‌بایست به دنبال نگره داشتن طولانی‌تر ترافیک‌های موبایلی باشد، اما حقیقت امر آن است که در حال حاضر نیز عملکرد بسیار خوبی دارد. نرخ پرش ۳۰٪ برای این وبسایت بسیار خوب بوده و نشان می‌دهد که سایت کاربرپسند است.

با افزایش کاربران موبایلی که از دستگاه‌های موبایل برای جستجوهای خود استفاده می‌کنند، گوگل نیز مدتی است که از این اطلاعات برای شاخص‌بندی وبسایت‌ها استفاده می‌کند. این بدین معناست که ریسپانسیو سازی وبسایت‌تان برای دستگاه‌های موبایل بیش از پیش اهمیت دارد. با ارائه بهترین تجربه موبایلی برای کاربران می‌توانید نرخ پرش وبسایت‌تان را در دستگاه‌های موبایل کاهش دهید.

دلایل بالا یا پایین بودن غیر واقعی نرخ پرش

اگر نرخ پرش وبسایت شما به هر کدام از دلایلی که در فوق اشاره کردیم بالا است، پس به خواندن ادامه مطلب بپردازید تا بفهمید چگونه می‌توانید آن را کاهش دهید و ترافیک بیشتری را بدست آورد. در این قسمت از مطلب، ما قصد داریم به طور مختصر، دلایل نا سالمی که به صورت غیر واقعی نرخ پرش را بالا یا پایین می‌برند مورد بررسی قرار دهیم.

اولین دلیل: ارجاع یا روبات‌های اسپم

روبات‌ها اغلب اوقات وارد وبسایت شما خواهند شد. برخی از این روبات‌ها خوب و بی‌آزارند (مثلاً روبات گوگل وارد وبسایت شما می‌شود و مطالب را

است bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

مطالعه کرده و به وبسایت شما نمره می‌دهد)، اما برخی دیگر آزاردهنده و بد هستند (مانند روبات‌هایی که به دنبال سرقت مطالب و قرار دادن آن‌ها بر روی سایت‌های اسپمی هستند). برخی اوقات این روبات‌ها از طریق Google Analytics شناسایی و وارد حساب آماری شده و به شدت باعث تغییر اعداد و ارقام آماری شما می‌شوند زیرا ترافیک روبات‌ها گاهی نرخ پرش ۰٪ یا ۱۰۰٪ خواهد داشت.

در مثال زیر مشاهده می‌فرمایید که نرخ پرش میانگین برای یک وبسایت تجاری برابر با ۲۷٪ است. اعداد و ارقام مربوط به ترافیک ارجاعی که ۶۴٪ است کمی‌بالا به نظر می‌آید. ترافیک ارجاعی بازدیدکنندگانی را شامل می‌شود که با کلیک کردن بر روی یک لینک، از وبسایتی دیگر وارد وبسایت شما شده‌اند.

Default Channel Grouping	Acquisition			Behavior			Conversions <small>eCommerce</small>		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Ecommerce Conversion Rate	Transactions	Revenue
	23,648 <small>% of Total: 100.00% (23,648)</small>	83.42% <small>Avg for View: 83.42% (0.00%)</small>	19,727 <small>% of Total: 100.00% (19,727)</small>	27.02% <small>Avg for View: 27.02% (0.00%)</small>	1.88 <small>Avg for View: 1.88 (0.00%)</small>	00:01:45 <small>Avg for View: 00:01:45 (0.00%)</small>	0.68% <small>Avg for View: 0.68% (0.00%)</small>	160 <small>% of Total: 100.00% (160)</small>	£24,599.02 <small>% of Total: 100.00% (£24,599.02)</small>
1. Direct	9,787 (41.39%)	92.59%	9,062 (45.94%)	9.27%	0.64	00:00:49	0.40%	39 (24.38%)	£12,611.38 (51.27%)
2. Paid Search	6,309 (26.68%)	79.13%	4,992 (25.31%)	40.88%	2.23	00:01:43	0.92%	58 (36.25%)	£5,982.65 (24.32%)
3. Organic Search	5,785 (24.46%)	76.72%	4,438 (22.50%)	32.32%	3.45	00:03:03	0.97%	56 (35.00%)	£5,704.19 (23.19%)
4. Referral	864 (3.65%)	70.14%	606 (3.07%)	64.12%	2.19	00:02:37	0.12%	1 (0.62%)	£22.45 (0.09%)
5. Social	680 (2.88%)	74.85%	509 (2.58%)	63.82%	2.45	00:02:43	0.88%	6 (3.75%)	£278.35 (1.13%)
6. (Other)	180 (0.76%)	50.00%	90 (0.46%)	25.00%	3.31	00:05:10	0.00%	0 (0.00%)	£0.00 (0.00%)
7. Email	43 (0.18%)	69.77%	30 (0.15%)	2.33%	1.84	00:00:42	0.00%	0 (0.00%)	£0.00 (0.00%)

اگر بر روی ترافیک ارجاعی کلیک کنیم و نگاهی دقیق‌تر به آن داشته باشیم متوجه خواهیم شد که مقدار زیادی از این ترافیک ارجاعی از دو روبات حاصل شده است. همانطور که می‌بینید، نرخ پرش این ترافیک بسیار بالاست و دلیل آن هم این است که بازدیدکنندگان آن واقعی نیستند. این امر باعث تغییر و انحراف نرخ پرش میانگین ترافیک ارجاعی شده و به همین طریق نیز نرخ پرش میانگین کل وبسایت را نیز دچار انحراف کرده است.

است؟ bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

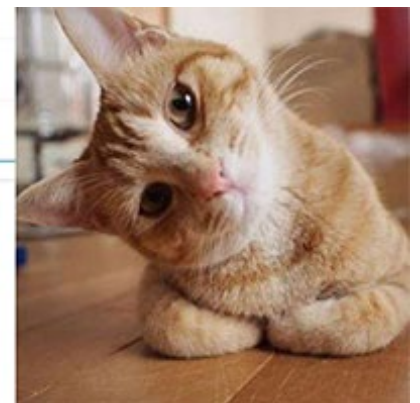
Large proportion of referral traffic is bot traffic here

Source	Acquisition			Behavior		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	864 % of Total: 3.65% (23,648)	70.14% Avg for View: 83.42% (-15.92%)	606 % of Total: 3.07% (19,727)	64.12% Avg for View: 27.02% (137.30%)	2.19 Avg for View: 1.88 (16.60%)	00:02:37 Avg for View: 00:01:45 (48.74%)
1. site-auditor.online	347 (40.16%)	85.88%	298 (49.17%)	97.69%	1.02	00:00:24
2. monetizationking.net	69 (7.99%)	85.51%	59 (9.74%)	98.55%	1.01	00:00:17
3. .org	56 (6.48%)	0.00%	0 (0.00%)	51.79%	3.27	00:08:43

دومین دلیل: تنظیمات نادرست

تنظیمات نادرست در Analytics می‌تواند خوشی‌های موقتی را برای صاحبان وبسایت به همراه داشته باشد، قطعاً هرکسی ببیند که نرخ پرش وبسایتش صفر درصد است، بسیار خوشحال خواهد شد. اما این افراد درست زمانی که در اوج خوشحالی به سر می‌برند، احتمالاً متوجه خواهند شد که تنظیمات آن‌ها به خوبی انجام نشده است و مشکلی جدی در رابطه با وبسایت‌شان وجود دارد.

در ادامه مثالی از یک وبسایت آورده ایم که مشخصاً نتایج نادرست داشته است. می‌توانید ببینید که چگونه نرخ پرش این وبسایت همیشه یا ۱۰۰٪ است یا ۰٪.



از دلایل متداولی که منجر به چنین نتایج عجیبی می‌شود، می‌توان

از داشتن چندین نمونه از Analytics نصب شده در یک صفحه، تداخل کدها و یا قرار دادن کد ردیابی در مکانی اشتباه نام برد.

اگر در Analytics اعداد و ارقام عجیب مشاهده کردید، سریعاً افزونه Google Tag Assistant را برای کروم دریافت کرده و مشکل را پیدا کنید.

چگونه نرخ پرش وبسایتمان را بهینه کنیم؟

حالا که می‌دانیم که باید چه نرخ پرشی داشته باشیم و متداول‌ترین دلایل بالا بودن نرخ پرش را فهمیدیم، بد نیست نگاهی داشته باشیم به راه‌هایی که می‌توان به کمک آن‌ها نرخ پرش را کاهش داده و تعامل مشتریان با وبسایت را افزایش دهیم.

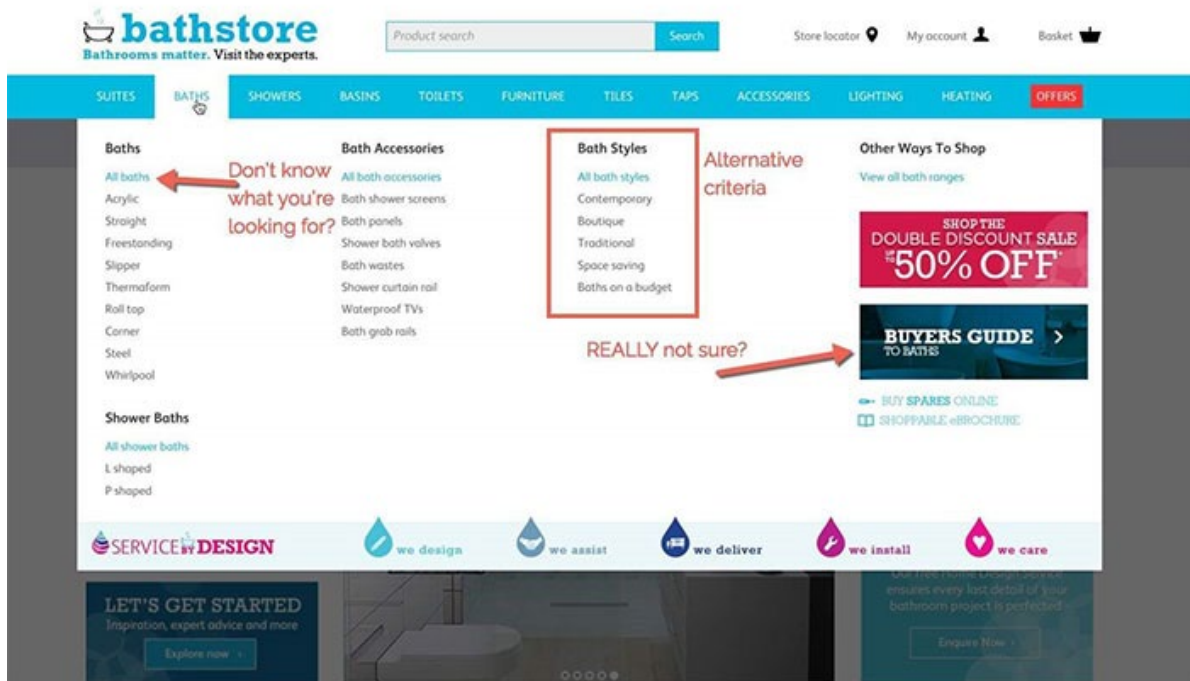
هرچه بازدیدکنندگان آسان‌تر بتوانند وبسایت شما را پیدا کنند، کمتر تمایل به پرش از وبسایت شما خواهند داشت. بهبود تجربه کاربری وبسایت را باید یک فرآیند بی‌انتهای در نظر بگیرید و به خاطر آن، همواره درگیر آزمون، نظارت و صحبت کردن با مشتری‌ها باشید. اما صرفاً جهت داشتن چیزی که می‌توان به سرعت از آن استفاده کرد، بد نیست که چند ترفند را برای کاهش نرخ پرش مرور کنیم:

اولین کاهنده نرخ پرش: ناوبری واضح

ناوبری واضح باعث می‌شود که افراد به سادگی و با سرعت بتوانند به جایی که می‌خواهند بروند. ببینید که Bathstore.com چگونه به خریداران چندین راه برای کوتاه کردن مسیر خریدشان در انتخاب محصول ارائه می‌کند. منوهای آن‌ها به صورتی است که انگار یک فروشنده از مشتریان می‌پرسد که چه نوع وسیله حمامی نیاز دارید؟ هیچ نوع؟ خب آیا می‌خواهید بدانید چه طرح حمامی دارید؟ خیر؟ آیا می‌خواهید تمام انواع طرح‌هایی که برای حمام داریم را ببینید؟ خیر؟ خب آیا می‌خواهید راهنمای خریداران را برای انتخاب حمام مورد نظر ببینید؟ با انتخاب هر گزینه، این راهنماهای ناوبری

است؟ bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

در سایت به مشتری‌های گمراه و سردرگم کمک می‌کنند که بتوانند بدون زحمت و راحت‌تر خرید کنند.



کاملاً برعکس این قضیه را در وبسایت Alfred Sung شاهد هستیم. اسکرین شات زیر از وبسایت خرید عینک گرفته شده است. این کل صفحه این وبسایت است و هیچ بخش‌بندی‌ای نظیر منو و یا حداقل چندین نوشته در آن وجود ندارد. برای پیدا کردن منو خریداران می‌بایست به بخش پایین سمت چپ صفحه اسکرول کنید. البته خود منو نیز به صفحاتی نامربوط‌تر وصل می‌شود. این یک مثال بارز از وبسایتی است که در آن «طراحی حرف اول را می‌زند و بازاریابی هیچ» و در نتیجه نرخ پرش بسیار بالایی نیز خواهد داشت.



دومین کاهنده نرخ پرش: استفاده از صفحه اصلی برای صحنه سازی و انتقال مشتریها

صفحه اصلی وبسایت را به عنوان مسئول لابی یک هتل تصور کنید. وظیفه‌ی مسئول لابی به شرح زیر است:

پیدا کردن رزروها و اینکه به شما حس راحتی بدهد. (این جا جایست که دوست دارم باشم)

به شما بگوید که باید کجا بروید و اینکه که اتاقتان کجاست، کافه کجاست و رستوران کجاست (این جا جایست که باید به آن جا بروم)

صفحه اصلی وبسایت شما مانند همین لابی عمل می‌کند. باید به مردم بگوید که برای چه اینجا هستند و باید کجا بروند. باید مانند یک سرتیتر واضح باشد. کار شما را توضیح دهد و بگوید که این کار را برای چه کسانی انجام می‌دهید. اینکه صفحه اصلی شما چگونه می‌تواند به طور موثر این پیغام را به گوش همگان برساند هیچ ربطی به نحوه طراحی یا هزینه‌ی آن ندارد. وبسایت‌های تجارت الکترونیک می‌بایست از دسته بندی‌ها در صفحه اصلی برای هدایت مشتریها به دسته‌ای که نیاز دارند، استفاده کنند.

سومین کاهنده نرخ پرش: قرار دادن کلیدهای دعوت به عمل در همه صفحات

به خاطر داشته باشید که همه بازدیدکنندگان وارد صفحه اصلی وبسایت شما نمی‌شوند و گاهی از طریق صفحات جانبی دیگر وارد وبسایت شما می‌شوند. ببینید که چگونه تمام صفحات وبسایت Davis Associates طوری طراحی شده است که جمله مشاوره رایگان و کلید دعوت به عمل «ارتباط با ما» در آن قرار دارد. این کار باعث کوتاه شدن زمان و رفع زحمت از دوش مشتری خواهد شد و نرخ پرش شما را نیز بهبود می‌بخشد.

The screenshot shows the Davis Associates website. The navigation bar includes 'Who We Are', 'What We Do', 'Our Clients', 'Blog', 'Contact Us', and a phone number '+44 (0)20 8398 6644'. The main header features a photo of people in a meeting with the text 'Career Advice' and 'Career Management'. Below this are three menu items: 'Outplacement Services', 'Career Advice' (highlighted), and 'Graduate Employability'. The main content area has a breadcrumb trail: 'Home > What We Do > Career Management > Career Advice'. The primary heading is 'Unsure of what direction to take your career?'. The text below asks if the user is at a crossroads and offers help from business psychologists. A list of services is provided, including identifying personal abilities, linking life and work goals, building confidence, and assessing alternative paths. A 'Free No Obligation Consultation' form is highlighted with a red box, containing fields for Name, Email, and Message, and a 'Get in Touch' button. A blue box labeled 'We Can Help You' contains a 'CONTACT US' button. Red annotations on the right side state: 'CTA is targeted to the page & low barrier to entry' pointing to the consultation form, and 'Alternative 'softer' CTA for those that aren't sure they need a consultation' pointing to the 'We Can Help You' button.

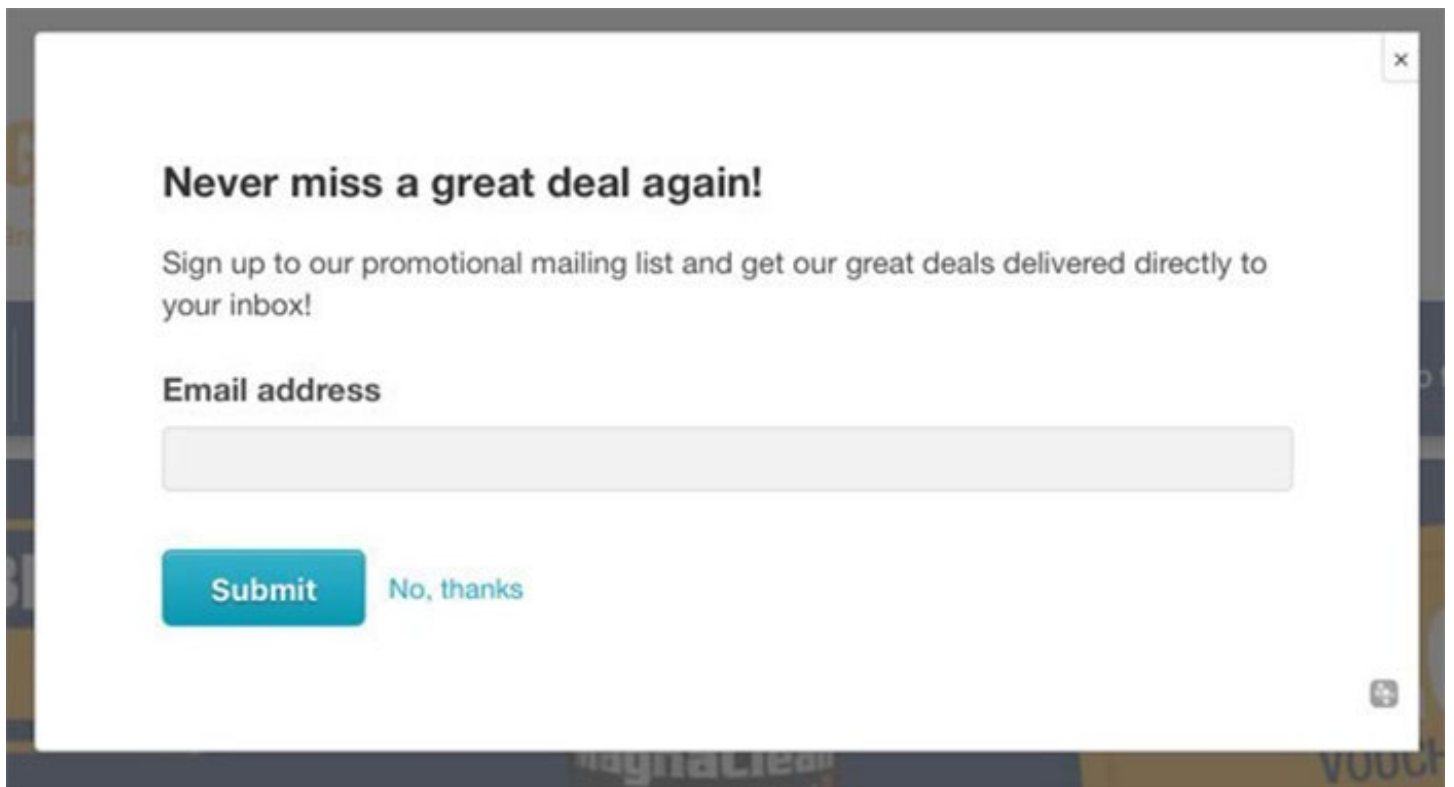
چهارمین کاهنده نرخ پرش: سرعت وبسایتان را افزایش دهید

طبق آمار Kissmetrics، ۴۷٪ از افراد انتظار دارند که یک صفحه وب در عرض ۲ ثانیه لود شود و ۴۰٪ از افراد صفحه ای که بیشتر از ۳ ثانیه زمان برای لود شدن نیاز دارد را ترک می‌کنند. این تحقیق که SOASTA انجام داد مشخص کرد که تنها یک ثانیه زمان بیشتر برای لود شدن صفحات، می‌تواند نرخ پرش را تا ۵۶٪ افزایش دهد.

از این رو بهتر است با Shortpixel، حجم تصاویر را کاهش دهید و اسکریپت‌های جاوا و CSS‌هایتان را نیز کوتاه و فشرده کنید و مطمئن شوید که سرورهایتان سالم و سریع هستند.

پنجمین کاهنده نرخ پرش: پاپ‌آپ‌های مناسب و چت‌ها می‌توانند نرخ پرش را کاهش دهند

یک راه درست و یک راه غلط برای استفاده از پاپ‌آپ‌ها در وبسایت وجود دارد. در تصویر زیر مثالی از استفاده غلط را برایتان آورده ایم:

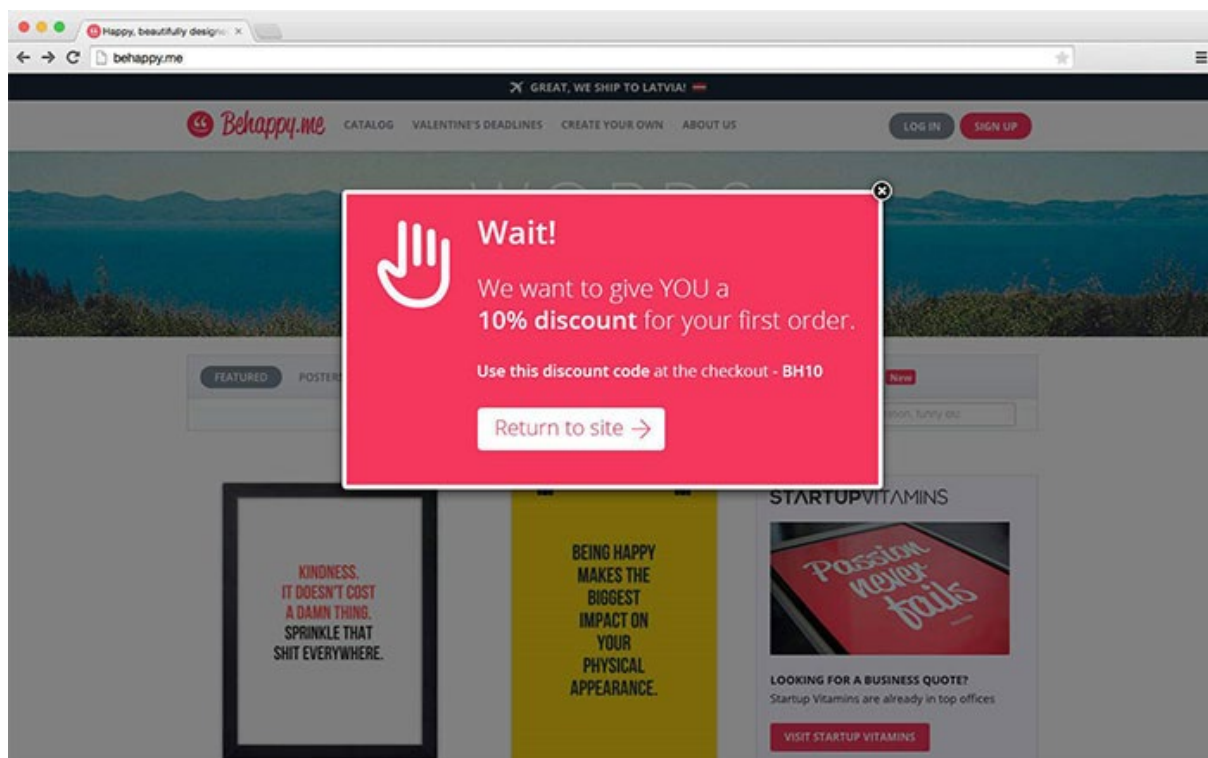


این پاپ آپ خیلی ساده است و هیچ مزیتی ندارد و اینکه لیست ایمیل را «لیست ایمیل تبلیغاتی» بنامید، مانند این است که اسمش را «لیست ایمیل آشغالی» گذاشته باشید!

راه درست استفاده از پاپ‌آپ‌ها این است که آن‌ها را درست زمانی که فرد می‌خواهد وبسایت را ترک کند نمایان کنید. درست زمانی که آن‌ها موس را

است؟ bounce rate یا نرخ پرش چیست؛ بانس ریت خوب چه عددی

به سمت بستن پنجره می‌برند، یک پاپ‌آپ به موقع می‌تواند یک شانس دوباره باشد و زمان سپری شده در صفحه را افزایش دهد و آن‌ها را برای مدت زمان بیشتری نگه دارد. در زیر مثالی از یک پاپ‌آپ درست را برایتان آورده ایم:



یک پاپ‌آپ هنگام خروج که به مشتری‌ها پیشنهاد تخفیف می‌دهد تا برای ماندن در وبسایت ترغیب شوند، درست مانند مغازه‌داری که به مشتری‌های احتمالی که پس از چانه زدن قصد ترک مغازه را دارند تخفیف بیشتری می‌دهد تا بمانند و خرید کنند. پاپ‌آپ‌های هنگام خروج نیز می‌توانند تخفیف بیشتر، هدیه‌های مجانی در صورت خرید، تحویل رایگان و یا هر چیز رایگانی که می‌تواند معامله را شیرین‌تر کند را شامل شوند.

اگر این نوع پاپ‌آپ با اهداف و موضع فروشگاه شما موافق نیست و یا اینکه کار شما تجارت آنلاین نیست می‌توانید در پاپ‌آپ‌هایتان چیزی به غیر از تخفیف ارائه کنید. می‌توانید کلید عضویت در شبکه اجتماعی تان را در

آن جا قرار دهید و افرادی که وبسایت تان را ترک می‌کنند به دنبال کردن شما در فیسبوک تشویق کنید، یا اینکه آن‌ها را به دانلود راهنمایی آموزنده در مورد بازاریابی دعوت کنید و یا اینکه می‌توانید لینکی به یکی از مطالب مفید در وبلاگتان بدهید و یا آن‌ها را به یک کارگاه آموزشی آنلاین یک هفته ای دعوت کنید و مشکلی که آن‌ها برای حل آن به وبسایت شما آمده اند را در آن کارگاه برایشان حل کنید.

با رعایت موارد فوق خواهید توانست نرخ پرش وبسایت خود را تا حد قابل قبولی کاهش دهید. با این وجود، نرخ پرش نیز مانند سایر موضوعات دنیای دیجیتال مارکتینگ بسیار گسترده است و عوامل بسیاری ممکن است باعث افزایش نرخ پرش شوند و راه‌های بسیاری نیز برای کاهش نرخ پرش وجود دارد. اگر شما نیز در این زمینه تجربه یا نظر خاصی دارید، می‌توانید آن را با ما در میان بگذارید.