

Как порой “находят” узкие места?



Google 50 способов повышения конверсии сайта

Все Видео Картины Новости Карты Ещё Настройки Инструменты

Результатов: примерно 478 000 (0.55 сек.)

Видео

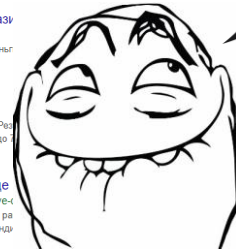
- Как увеличить конверсию сайта: 50 способов
ТопЭксперт YouTube - 4 авг. 2015 г.
- Mokselle - 50 способов повысить конверсию сайта
Dmitry Krutov YouTube - 5 авг. 2015 г.
- 10 способов как увеличить и повысить конверсию сайта
Виталий Виноградов YouTube - 30 сент. 2015 г.

10 способов увеличить конверсию интернет-магазина
<https://www.cossa.ru/155/54251/?ref=...>
Повысить конверсию можно, лишь бы было желание, время и деньги числа посетителей сайта в обычные дни, и до 50-70% в день ...

100 способов повысить конверсию - Convead
convead.ru/blog/100-sposobov-povysit-konversiju
1 апр. 2015 г. - 100 кейсов по повышению конверсии (Часть 1) ... Рост выросла на 33%! ... поставила себе цель снизить этот показатель до 1, в конечном итоге рост продаж достигнет 50%.

11 способов повышения конверсии, которые чаще
<https://lpgenerator.ru/.../11-sposobov-povysheniya-konversii-kotorye-4>
4 авг. 2015 г. - 11 способов повышения конверсии, которые чаще да секретов создания эффективного футера для вашего сайта или ленда уровень конверсии повысился на 50%.

Уууух, щассс как повышу конверсию!



Довольно легко на самом деле вбить запрос в поиске: “ХХ способов повышения конверсии сайта” и начать изучать варианты, затем их внедрять все подряд или понравившиеся. Здесь много ума не нужно, по правде говоря.

За многими такими фишками – не стоят какие-то исследования, тесты. Они могут работать в одних нишах и часто не работать во многих других. К тому же многие ваши конкуренты – также читают эти статьи в открытом публичке.

Такой подход – просто фишинг, оторванный от цифр. Вы здесь не принимаете решения на основании проверенных данных.

Как я нахожу узкие места на сайте?



Я предлагаю абстрагироваться от общих фишек в паблице, не внедрять всё подряд, а поработать над конверсией на более тонком, индивидуальном уровне.

Найти узкие места и гипотезы/решения и протестировать их - именно для конкретного сайта, а не какого-то общего, мифического, идеального.

1. Количественные данные	2. Качественные данные
Тепловая карта скроллинга	Экспертный, эвристический usability-аудит
Тепловая карта кликов	Пользовательское (usability) тестирование
Сессии пользователей (recordings)	Опросы целевой аудитории
Карта сценариев, воронки на сайте	Опросы sales-менеджеров
Аналитика форм	Интервью с руководителем бизнеса
Когорты	Конкурентный анализ
И многие другие инструменты из систем веб-аналитики, с анализом на уровне отдельных сегментов, устройств и т.д.	Анализ телефонных звонков, тайный покупатель (через других подрядчиков).

Хорошая гипотеза рождается на стыке качественных и количественных данных. Количественные - покажут где болит, а качественные - контекст проблемы.

Процесс поиска узких мест/формирования гипотез начинаю со знакомства с количественными данными сайта, а именно с анализа поведения пользователей.

Затем качественные данные, покажут мне проблемы реальных пользователей, которые обязательно будут подкреплены количественными показателями.

Иначе можно столкнуться с тем, что мы начнем решать проблемы одного пользователя и упустим действительно важные вещи.