

## Indici standard rivisitati n. 3: Il tasso di rimbalzo

### Standard Metrics Revisited #3: Bounce Rate

<http://www.kaushik.net/avinash/2007/08/standard-metrics-revisited-3-bounce-rate.html>



Quando [Ann](#) mi chiese di cominciare a scrivere per [MarketingProfs Daily Fix](#) ne fui entusiasta e rapidamente scrissi un articolo sull'indice Web di cui mi ero innamorato di recente: il tasso di rimbalzo (bounce rate). Sfortunatamente, come ben sanno i lettori di questo blog, io scrivevo troppo. La buona notizia è che adesso, a distanza di settimane, posso pubblicare qui il pezzo per intero!!

Questo articolo è la versione espansa di quello pubblicato su MarketingProfs ([Bounce Rate: Sexiest Web Metric Ever?](#)). E' stato ampliato ad alla fine è più contestualizzato ed ha due linee guida aggiuntive.

Per quelli che hanno partecipato al seminario di una giornata [Google Conversion University](#) per la divulgazione del Web Analytics, qui c'è molto più materiale. Ce n'è molto di più di quanto avessi intenzione di trattare in quell'occasione!

E' estremamente probabile che la vostra azienda stia spendendo soldi a palate, tempo ed energia nel Web marketing e che nonostante tutto i tassi di conversione (ed il ROI) rimangano inchiodati fra il due ed il tre per cento.

State provando in ogni modo a capire come migliorare i risultati ma siete paralizzati dal fatto che c'è una tale mole di dati da analizzare che non sapete da dove cominciare.

La signora "Percentuale di rimbalzo" (bounce rate) arriva in soccorso!

Il tasso di rimbalzo è un modo magnifico per misurare la qualità del traffico che arriva sul tuo sito. E' un dato accessibile quasi istantaneamente in tutti gli strumenti di analisi delle statistiche. E' facile da comprendere, difficile da equivocare e può essere applicato in tutti i campi.

Allora cos'è questo indice misterioso? In due parole, il tasso di rimbalzo misura il numero di persone che sono arrivate sul vostro sito e se ne sono andate immediatamente.

Dal punto di vista del cliente vuol dire che invece di "vieni, vidi e vinsi" la sequenza è: "vieni, vidi, ... che schifo e me ne sono andato".

I vostri impegni di marketing dovrebbero portare più clienti in grado di "vincere" (completare il compito per cui sono arrivati) e meno di quelli che dicono "che schifezza" e se ne vanno.

La percentuale di rimbalzo misura la qualità del traffico che state acquisendo e se è il traffico giusto. Vi aiuterà a farvi progredire nella conoscenza del "dove" e del "come" il vostro sito impedisce ai visitatori di raggiungere il loro obiettivo.

**Definizione:**

Viene generalmente misurato in due modi:

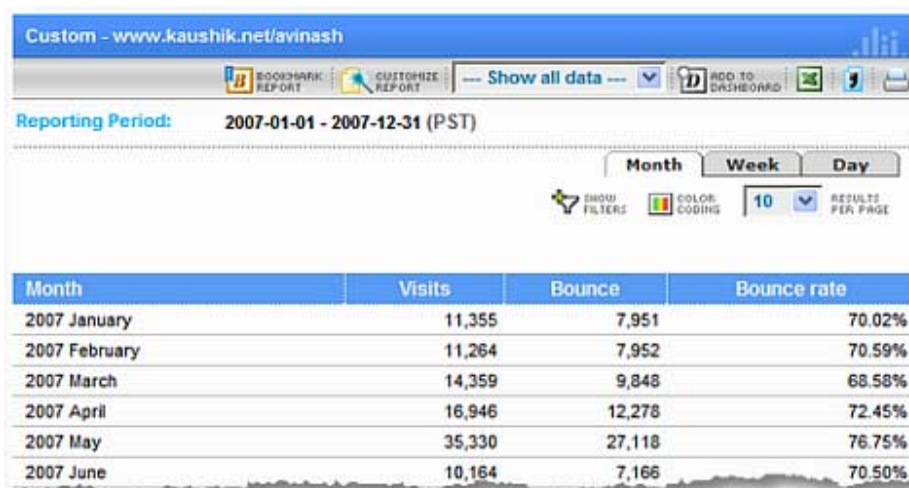
- La percentuale di visitatori che vedono una sola pagina del vostro sito
- la percentuale di visitatori che stanno sul vostro sito per poco tempo (di solito 5 secondi o meno)

Nella mia analisi sono un po' più aggressivo e personalmente preferisco la seconda definizione (quella che usa il tempo), ma ambedue vanno bene ed ognuna ha le sue particolari sfumature. Mi raccomando di verificare qual è la definizione utilizzata del vostro strumento ed assicuratevi di aver capito bene e di comunicarla correttamente a chi utilizzerà quei dati.

Ora, come potete utilizzarla?

**1) Misurate il tasso di rimbalzo sul vostro sito.**

Vi aiuterà a capire quale percentuale del traffico è effettivamente interessata dal vostro sito (vale a dire che non esiste la possibilità di avere successo con tutto il traffico!)



Month	Visits	Bounce	Bounce rate
2007 January	11,355	7,951	70.02%
2007 February	11,264	7,952	70.59%
2007 March	14,359	9,848	68.58%
2007 April	16,946	12,278	72.45%
2007 May	35,330	27,118	76.75%
2007 June	10,164	7,166	70.50%

Questo report di IndexTools mostra che approssimativamente il 70% del traffico del sito sta rimbalzando via. Questo 70% non vi da nemmeno 5 secondi o vede più di una pagina. Non potete neppure cominciare ad impressionarli con le vostre virtù, non importa quanto siano grandiose.

A questo ci sono due eccezioni:

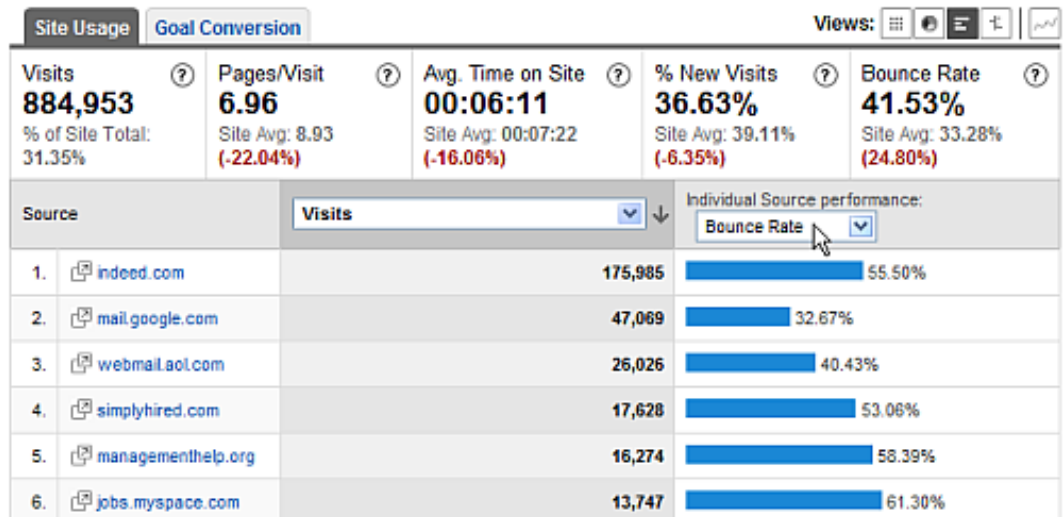
- 1) avete un sito di una sola pagina
- 2) il vostro motto di presentazione è così convincente che la gente vedrà tutto quello che gli serve in una sola pagina e poi se ne andrà.

Se non ricadete in una di queste due categorie, dovete fare molta attenzione a questo indice.

**Azione:** Comprenderete meglio il perché del vostro tasso di conversione così basso; dopo aver fatto le necessarie modifiche e atteso per un determinato lasso di tempo, mettetevi ad osservare il trend del tasso di rimbalzo. Questo è un modo sicuro per vedere se le modifiche vanno nella direzione giusta.

## 2) Misurate il tasso di rimbalzo per ogni sorgente di traffico

Il vostro obiettivo è quello di rendervi conto se qualche sorgente vi sta spedendo un traffico eccezionale rispetto a tutte le altre. Nel vostro strumento di Web Analytics andate semplicemente su "Referring URL" o "Referring Site" e date un'occhiata, troverete una cosa come questa:



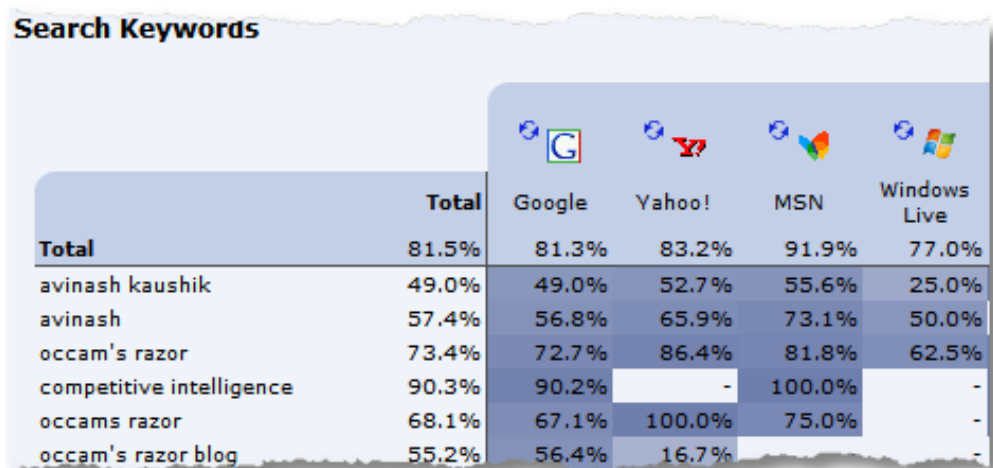
Per il sito in questione, Google Analytics mostra che sia myspace.com, che simplyhired.com non stanno mandando un gran traffico, mentre le campagne di marketing diretto (posizione 2 e 3) sembrano andare molto meglio.

**Azione:** Avete bisogno di rivedere gli accordi con i siti che non vi stanno mandando un traffico di alta qualità? Quale richiamo all'azione è responsabile di portare sul vostro sito gente che poi rimbalza? Le vostre campagne di email, i siti affiliati e le altre campagne di marketing, producono un basso tasso di rimbalzo?

Avete afferrato il concetto.

## 3) misurate il tasso di rimbalzo per le vostre parole chiave.

I motori di ricerca sono i re e quindi probabilmente vi stanno mandando una larga fetta di traffico. Determinate la qualità del traffico che proviene dai motori di ricerca. Oltre a guardare solo il livello aggregato (la riga dei totali dell'illustrazione sottostante) osservate anche ogni singola frase.



In questo report di ClickTracks, osservate come ogni parola o frase da risultati differenti a seconda del motore di ricerca. Gustosa informazione di valore pratico, utile all'istante!

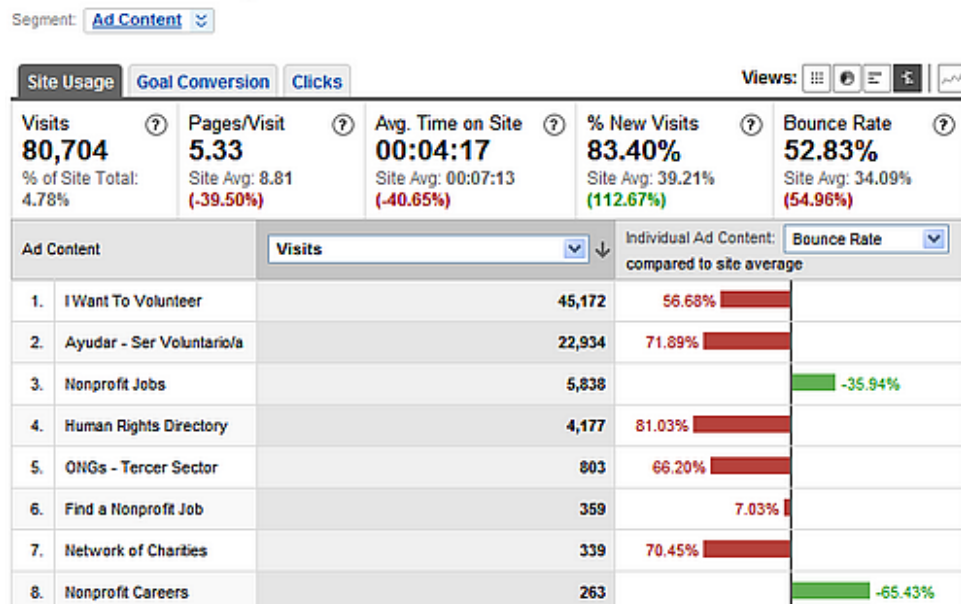
**Azione:** Quando create campagne SEO e SEM assicuratevi che i responsabili abbiano questi dati. Nel caso illustrato, o la frase "competitive intelligence" non ha niente a che vedere con il vostro contenuto (da cui il 90% di rimbalzo), oppure il traffico sta arrivando sulle pagine sbagliate.

#### 4) Misurate il tasso di rimbalzo per le vostre campagne AdWords, AdCenter, YSM (PPC)

Nella mia umile esperienza questo è una parte di analisi che molte agenzie e aziende trascurano quando fanno l'analisi delle campagne di annunci a pagamento.

Certamente misuriamo tasso di conversione, ROI e guadagno, ma state misurando il tasso di rimbalzo per le vostre campagne Pay Per Click? Ricordate che la gente può convertire solo sta sulla pagina per più di 5 secondi (o se vede più di una pagina)!

#### AdWords sent 80,704 visits via 20 ad contents



La schermata sopra, presa da Google Analytics, mostra il tasso di rimbalzo su ogni parola chiave raffrontata alla media del sito; scorcio molto efficace. Come si vede il traffico nel lasso di tempo analizzato sta andando tristemente peggio della media del sito (Così state letteralmente buttando soldi nel ... sapete bene dove!).

**Azione:** Prima di tutto cessate di puntare su quelle parole, poi fate una analisi più approfondita di quanto sono buone le landing page e tutti gli altri parametri della campagna (può essere che la vostra campagna per vendere condizionatori venga visualizzata solo alle persone residenti nel grande stato dell'Alaska).

#### 5) Misurate il tasso di rimbalzo per le vostre pagine più trafficate

E' estremamente probabile che il vostro impegno sia immenso (come generalmente è) ma che sia il vostro sito a buttarvi giù. Questo è quello da fare per il vostro caso

URL	Pageviews ↓	Bounce Rate
1. <a href="#">/if/idealist/en/SiteIndex/AssetViewer/vi</a>	1,598,244	61.33%
2. <a href="#">/if/as/Job</a>	737,025	34.30%
3. <a href="#">/</a>	626,191	13.11%
4. <a href="#">/if/idealist/en/SiteIndex/AssetViewer/vi</a>	516,730	35.73%
5. <a href="#">/if/as/Find</a>	301,060	20.55%
6. <a href="#">/en/job/</a>	259,299	57.12%
7. <a href="#">/if/idealist/en/SiteIndex/AssetViewer/di</a>	136,282	48.95%

Quali pagine stanno rimbalzando il traffico come un perfetto elastico e quali invece sono grandiose nell'accoglierlo a braccia aperte dentro il vostro sito? Tirate su il report sopra nel vostro strumento di analisi e scopritelo.

In aggiunta alle pagine più trafficate vi consiglio anche di guardare le principali pagine di accesso al sito e misurare anche lì la percentuale di rimbalzo. Avrete rapidamente una lista di pagine che necessitano della vostra attenzione.

**Azione:** verificate se ci sono i giusti richiami all'azione sulle pagine. Il contenuto è organizzato in modo ottimale? Se le pagine sopra sono le landing page delle vostre campagne (di direct marketing o di annunci sui motori), allora mantengono la promessa scritta nell'email che gli avete spedito o delle parole che il cliente ha inserito nella ricerca? Rispondete a queste domande e valutate.

#### Una eccezione:

Esiste un caso ovvio in cui il tasso di rimbalzo potrebbe non essere utile per tutte queste analisi, sto pensando ai blog.

Questi, fra le esperienze online sono una razza a se: la gente viene principalmente per leggere l'ultimo post, lo leggono e se ne vanno. Il vostro tasso di rimbalzo sarà alto per come l'indice viene calcolato ed in questo scenario va bene.

Non vorrete che il tasso di rimbalzo sia del 90%, i nuovi visitatori guarderanno in giro e leggeranno qualche altro post ecc... Ma non preoccupatevi se il bounce rate del blog è del 50% o perfino del 75%. ☺

#### In conclusione:

- Il tasso di rimbalzo è un indice che troverete con facilità negli strumenti di analisi del traffico.
- E' facile da comprendere, difficile da equivocare (questo non si può dire per tutti e nemmeno per la maggioranza degli altri indici)
- E' straordinario nell'identificare gli elementi più evidenti (vi siete stressati abbastanza, cominciate da qui e troverete facilmente moltissime cose da fare). Provate per prima cosa questi cinque passi.
- Vi prego di non confondere il tasso di rimbalzo con il tasso di uscita dal sito, sono radicalmente differenti. Inoltre chiunque che arriva sul vostro sito dovrà anche

uscire, invece quasi nessuno che viene sul vostro sito avrà bisogno di rimbalzare via!

Siete d'accordo con me che è un indice eccezionale? Non vi da tutte le risposte di cui avete bisogno, ma vi aiuterà a focalizzare molto rapidamente quello che è importante, vi mostra dove state sprecando denaro e quale contenuto del vostro sito va rivisto.

Come linea guida dalla mia personale esperienza negli anni, è difficile avere un tasso di rimbalzo inferiore al 20%. Qualsiasi cosa sopra il 35% desta qualche preoccupazione e qualsiasi numero oltre il 50% è preoccupante.

**Avinash Kaushik**

*Traduzione di **Marco Dini***

[www.ideawebitalia.it](http://www.ideawebitalia.it)