

Smitizzare il Web analytics parte 3

di Avinash Kaushik

Articolo originale: **Web Analytics Demystified**
<http://www.kaushik.net/avinash/2007/12/web-analytics-demystified.html>



Terza parte dell'articolo "Smitizzare il Web analytics".

Nelle puntate precedenti sono stati trattati [gli indici di base](#) e poi [le sorgenti di traffico](#). In questa puntata vedremo gli strumenti per effettuare i primi interventi correttivi.

3) Aggiustare cose / risparmiare denaro!

Abbiamo già visto abbastanza report, adesso vediamo come il Web analytics può aiutarti a risparmiare soldi (dopo tutto ci sei già stato sopra per 45 muniti!!!). ☺

Qui faremo due cose: osserveremo un report nel tuo strumento di analisi del traffico, che mostra il tasso di rimbalzo per le principali pagine di ingresso.

Entrances		Bounces	Bounce Rate
345,146		122,439	35.47%
% of Site Total: 100.00%		% of Site Total: 100.00%	Site Avg: 35.47% (0.00%)
URL	Entrances	Individual URL performance: Bounce Rate	
1. /	108,404	16.01%	
2. /galerias/concurso/imagenes/?o	12,671	72.76%	
3. /galerias/	11,183	14.26%	
4. /tablon/	6,850	24.23%	
5. /galerias/concurso/imagenes/	6,812	18.00%	
6. /galerias/aves/	5,593	7.35%	
7. /mifotonatura/galeria.php	3,539	26.93%	
8. /util/login.php	3,273	6.63%	
9. /mifotonatura/mifotonatura.php	3,183	2.26%	
10. /galerias/paisaje/	2,393	16.30%	

Il secondo report preso da IndexTools mostra il tasso di rimbalzo per le chiavi di ricerca che mandano traffico al tuo sito.

Custom - www.kaushik.net/avinash

Reporting period: 2007-01-01 - 2007-12-31 (PST)

SHOW FILTERS | EVENTS | COLOR CODING | TRAFFIC ATTRIBUTION | 10 RESULTS PER PAGE

Search Phrases (Direct)	Visits	Bounce rate
avinash kaushik	2,643	42.79%
occams razor	2,459	61.56%
avinash	1,878	51.65%
survey questions	1,224	95.50%
competitive intelligence	724	85.08%
occams razor blog	385	51.68%
bounce rate	378	81.74%
survey examples	371	94.60%
kaushik	339	52.50%
web analytics tools	302	60.59%
Subtotal	10,703	61.85%
Total	234,414	72.75%

Che cos'è

Come forse ti sarai già reso conto da solo, hai perso il controllo di quella che è la tua homepage. I motori di ricerca decidono qual è la tua homepage. Le persone ti cercano (o cliccano dal link di un altro sito) e arrivano direttamente in una pagina interna del tuo sito.

Il report delle principali pagine di ingresso, il primo qui sopra, mostra quante persone stanno entrando su ogni pagina del tuo sito e quindi mostra le principali homepage del tuo sito. Fantastico!

Aggiungendo il tasso di rimbalzo (nel caso in cui non sapessi cos'è, puoi leggere [Standard Metrics Revisited: Bounce Rate](http://www.kaushik.net/avinash/2007/08/standard-metrics-revisited-3-bounce-rate.html) [<http://www.kaushik.net/avinash/2007/08/standard-metrics-revisited-3-bounce-rate.html>] hai l'indicazione di quanto sia attraente ☺ ognuna delle tue homepage.

Idem per il report delle keyword. La ricerca è dove sta tutto il traffico per adesso. Il report personalizzato che mostra visite e tasso di rimbalzo l'ho creato appositamente in poco tempo con IndexTools.

Cosa ti sta dicendo?

Semplice: puzza, il tuo sito puzza.

Per prima cosa stai guardando le pagine con il più alto tasso di rimbalzo. Ricorda che il tasso di rimbalzo da punto di vista del cliente misura questo: "sono venuto, ho vomitato e me ne sono andato", o tecnicamente parlando: sessioni con la richiesta di una sola pagina.

Le pagine con un alto tasso di rimbalzo non stanno mantenendo la promessa che ha portato i clienti sul tuo sito. Quelle presenti nel report delle principali pagine di accesso necessitano della tua attenzione.

Correggile e migliorerai la probabilità che la gente vada più in profondità sul tuo sito e forse "converta".

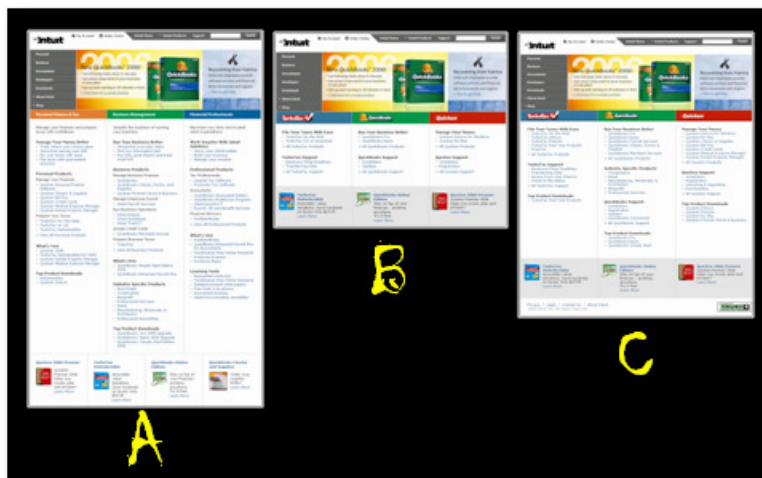
Il rapporto sulle parole chiave è perfino più interessante, qui hai l'intenzione. I clienti ti stanno dicendo perché potrebbero venire e le keyword con il più alto tasso di rimbalzo è dove non stai soddisfacendo quell'intenzione.

Potrebbe darsi che tu sia visibile per le parole sbagliate. Potrebbe essere che le pagine dove questa gente arriva non abbia la giusta chiamata all'azione. Correggi il problema.

L'ho già detto prima: I blog sono una razza a parte, la gente arriva solamente per leggere il tuo ultimo post, il tuo tasso di rimbalzo sarà alto per come è definita questa metrica; va bene. Su un sito che esiste con lo scopo di avere una interazione (per profitto o senza), invece è ancora una metrica eccellente.

Cosa farai dopo?

Non importa quanto tu sia sofisticato, puoi sempre usare lo strumento Google Website Optimizer per effettuare un A/B test o test multivariato. Per impostare un A/B test con GWO ci vogliono sei minuti e lo strumento è gratis. Prendi le pagine che vuoi aggiustare, crea un paio di versioni per ogni pagina ed inseriscile nel test. Migliorerai le pagine in base al feedback del cliente.



Guardo le pagine di arrivo delle principali parole chiave (un report a portata di un click per la maggioranza degli strumenti di statistica) per vedere cosa posso migliorare nel materiale / contenuto / immagini / chiamata all'azione.

Prenderò tempo per segmentare il traffico naturale e quello a pagamento per tutti i motori di ricerca. Bloccherò la spesa sulle parole a pagamento dove ho un alto tasso di rimbalzo, fino a che non capirò perché è così alto (forse parole chiave sbagliate, forse stai portando traffico su pagine generiche e hai bisogno di pagine di atterraggio fatte apposta ecc...).

Sintesi del punto 3 del Web Analytics:

Ci vogliono circa due minuti per avere ognuno di questi report ed un altro minuto per guardare i numeri, premendo pochi bottoni. Alla fine di una mezz'ora hai creato una lista specifica di aree da mettere a fuoco, su misura per te. Quando si tratterà di correggere le pagine sul tuo sito e migliorare potenzialmente le tue campagne di annunci a pagamento, saprai esattamente da dove cominciare.

Sei già a 20 punti su 35. E sai cosa stai facendo!! Congratulazioni!!!

Avinash Kaushik

Traduzione di **Marco Dini**