

# Comportamentul si calitatea vizitatorilor unui site

## 1. Oamenii au puțin timp să stea pe un site

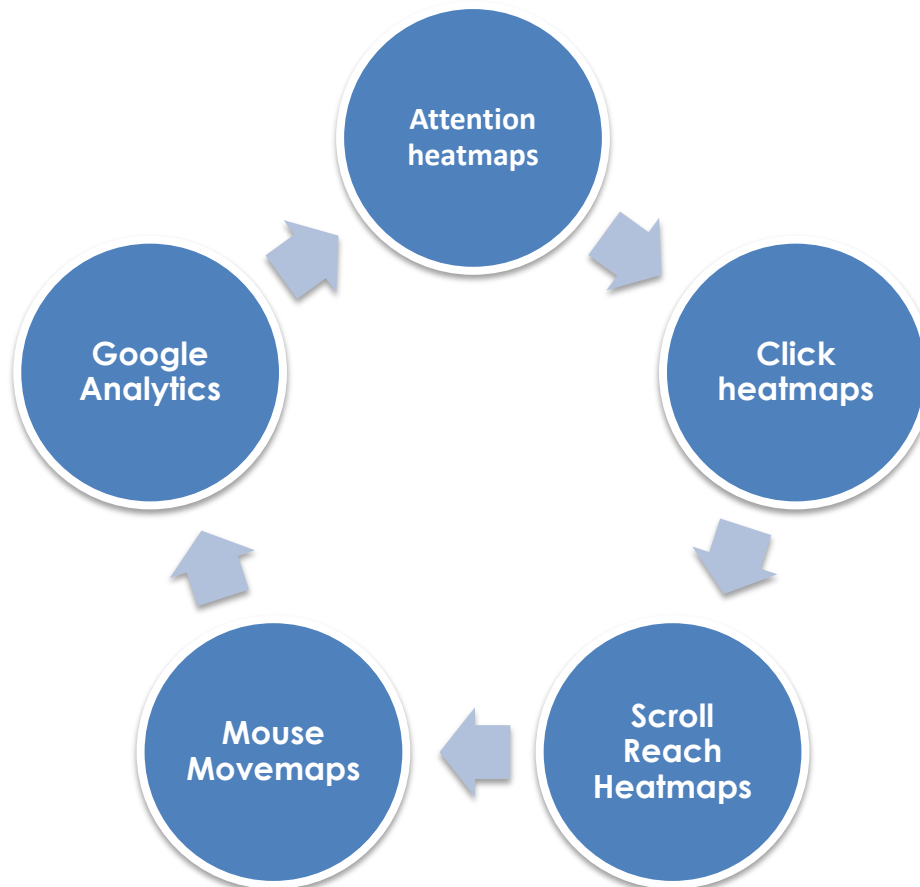
- Să ne gândim la toate site-urile din România ca la un mall imens, în care vizitatorii sunt călători prin acest mall.
- Fiecare site este un magazin, mai mare sau mai mic, mai cunoscut sau mai necunoscut, cu mai multe sau cu mai puține produse.
- Google-ul este un ghid, care știe orice magazin nou care apare. Dacă știi cum să-l întrebi, el îți arată o listă cu magazinele pe care le cauți.
- Încă din prima secundă în care vezi lista, începi să compari și să analizezi, conștient sau nu, observi cum e amenajat magazinul (design-ul site-ului), câte produse are, cum își aranjează produsele în raft (pe site) etc.

**În funcție de acești factori, oamenii decid dacă să stea sau nu pe site!**

2. Dacă tu nu ai timp să analizezi comportamentul vizitatorilor nu te aștepta ca ei să aibă timp să stea pe site-ul tău

**Web Analytics - An Hour A Day** scrisa de **Avinash Kaushik**

**Web Analytics** is the measurement, collection, analysis and reporting of Internet data for the purposes of understanding and optimizing Web usage.



### 3. Fiecare vizitator caută și înțelege în felul său



## 4. Tipurile de site-uri pentru nișele de vizitatori

Există vizitatori care au nevoi comune, astfel putem grupa vizitatorii pe domenii. Pentru fiecare domeniu în care vrem să acționăm avem un anumit tip de site de la care trebuie să pornim în dezvoltarea site-ului ideal.

### Blog:

- Blogroll
- Comentarii
- RSS Feed
- Top post
- Recent post
- Tag-uri

### Magazin online:

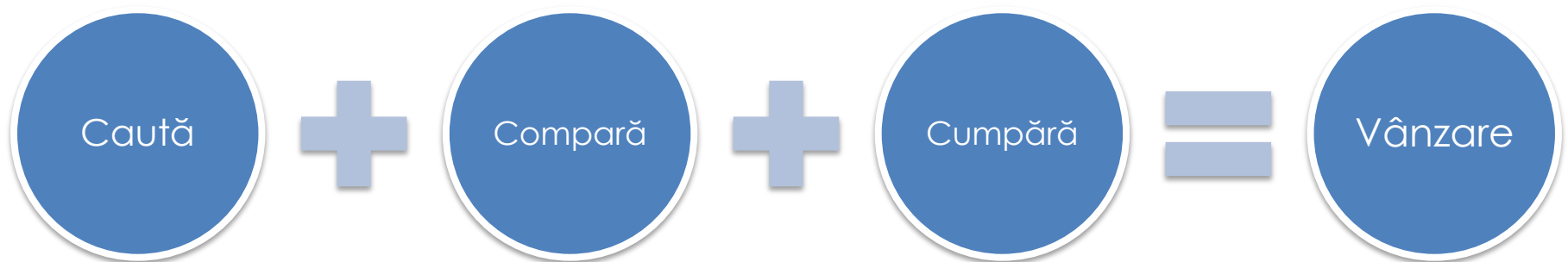
- Categori
- Subcategori
- Poze
- Filtre
- Preturi
- Newsletter

### Site-uri de stiri:

- Categori
- Comentarii
- RSS Feed
- Top post
- Recent post
- Poze

## 5. Stările pe care le are un vizitator

Vorbind exclusiv de site-urile al căror scop este să genereze vânzări (magazine online), vizitatorii site-ului se află în 3 stări înainte de a cumpăra un produs. Ideal este ca site-ul tău să aibă informații pentru toți vizitatorii, indiferent de starea în care se află.



## 6. Site-urile Web 2.0 și influența asupra consumatorului

W Web 2.0 desemnează noi căi de a considera și exploata posibilitățile organizatorice ale webului.

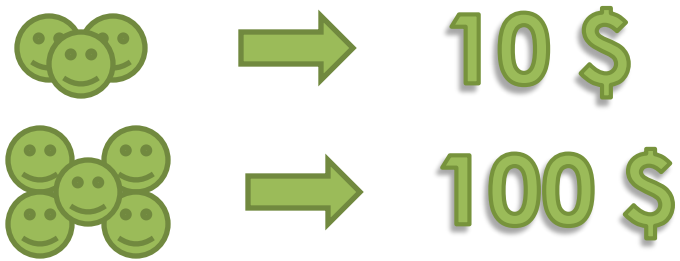
Este foarte important ca site-ul să fie prezent peste tot unde poate atinge vizitatorii țarțetați de tine (în continuare).



Dacă vrei să ai vizitatori, trebuie să fii printre ei!

## 1. Greșelile pe care le facem cu toții

1. Un număr cât mai mare de vizitatori generează un număr mai mare de vânzări.

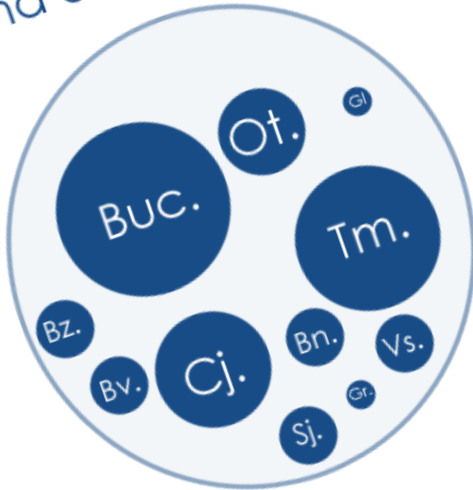


2. Dacă nu ai vizitatori mulți nu poți vinde.
3. Am auzit că cei mai buni vizitatori provin din ...
4. Toți vizitatorii au aceeași calitate.
5. Nu am cum să văd calitatea vizitatorilor de pe site-ul meu



## 2. Tipuri de targhetare a vizitatorilor

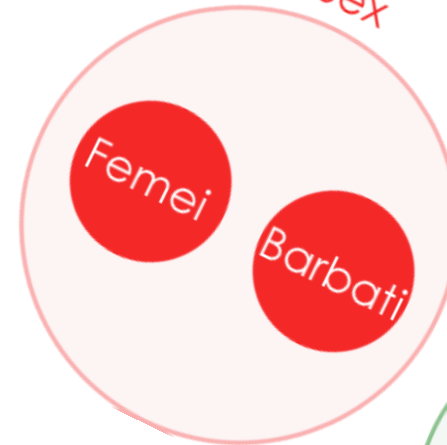
Zona demografica



Pasiuni



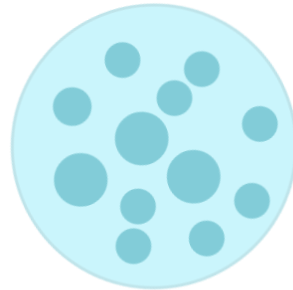
Sex



Varsta



Zodie



Nivel studii



### 3. Profilul vizitatorilor

Odată stabilit profilul vizitatorului, scopul principal este găsirea a cât mai multor medii în care acel tip de vizitator navighează.

Tot ce este în afara țarșetului nostru, sunt vizitatori necalitativi pentru site și nu merită să plătim pentru ei.

Exemplu: Bărbați, cu vârșta cuprinsă între 15 și 45 de ani, care au ca pasiuni PPC-ul, SEO sau mediul online și locuiesc în București sau Timișoara.



## 4. Îmbunătățirea calității vizitatorilor - Studiu de caz

### Motorul de căutare:

- 97,61% Google
- 0,6% Yahoo
- 0,3% Bing

### Bounce Rate:

- Google: 40,93%
- Yahoo: 80,53%
- Bing: 31.59%

### Page/visit:

- Google: 6,71 pagini
- Yahoo: 1,37 pagini
- Bing: 7,68 pagini

### Time On site:

- Google: 00:04:45
- Yahoo: 00:03:37
- Bing: 00:05:45

### Returning Visitor:

- Google: 34,7%
- Yahoo: 84,9%
- Bing: 30,7%

46,5 % din vizitatorii care au accesat site-ul de pe telefonul mobil au provenit din motoarele de căutare. Toți aceștia din Google.

## 5. Îmbunătățirea calității vizitatorilor - Studiu de caz

### Concluzie:

- Cei mai mulți utilizatori au venit din Google.
- Vizitatorii care au venit din motorul de căutare Bing au avut Bounce Rate cel mai mare, au vizitat cele mai multe site-uri și au stat cel mai mult timp pe site. **Bing a adus cei mai calitativi utilizatori!**
- Vizitatorii cei mai prost calitativi au fost cei generați de Yahoo! Au avut cel mai mare Bounce Rate, au vizitat cele mai puține pagini și au stat cel mai puțin timp pe site. **Yahoo a adus cei mai prost calitativi utilizatori**

## 6. Concluzii generale

- Nu există nici un standard cu privire la calitatea vizitatorilor.
- Nu poți face afirmații de genul “dacă stă 1 minut pe site este vizitator bun calitativ”.
- Fiecare variabilă din analytics (time on site, bounce rate, page visits, page / visits, new visits) are altă valoare de calitate pentru fiecare site în parte.
- Calitatea vizitatorilor nu se referă doar la magazinele online.
- Calitatea vizitatorilor este în strânsă legătură cu Goal-urile propuse.

# Cristian Filimon

Social Media Marketing specialist  
Search Engine Marketing specialist

Telefon: 0756.555.656

E-mail: [cristian.filimon@webdigital.com](mailto:cristian.filimon@webdigital.com)

Twitter: [cristianfilimon](https://twitter.com/cristianfilimon)

Facebook: [cristian.filimon](https://www.facebook.com/cristian.filimon)

Yahoo!: [cristian\\_filimon\\_13](https://www.yahoo.com/search?p=cristian_filimon_13)

LinkedIn: [cristianfilimon13](https://www.linkedin.com/in/cristianfilimon13)

**webdigital**  
specialists in pay per click

[www.webdigital.ro](http://www.webdigital.ro)