



Konverzióoptimalizálás

TIPPEK ÉS KRITIKUS ELEMEEK

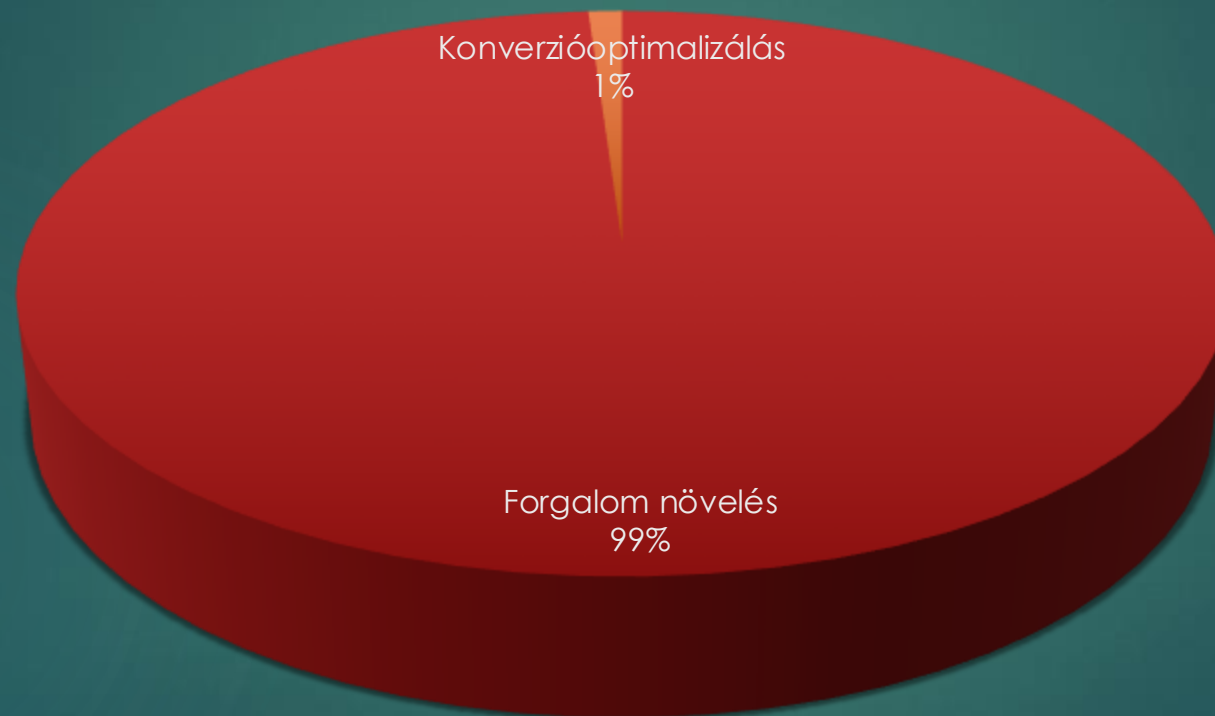
Konverzióoptimalizálás

CRO

Egy olyan stratégiai folyamat, melynek a célja a weboldalon végrehajtott műveletek maximalizálása.

Forgalom növelés nem egyenlő a Konverzióoptimalizálással

2024-es felmérés alapján



■ Forgalom növelés ■ Konverzióoptimalizálás

A CRO megtérül

	1% CTO	2% CTO
Látogató	5.000	5.000
Rendelés	50	100
Átlagos CPC	100 HUF	100 HUF
Haszon/rendelés	10.000 HUF	10.000 HUF
Költségek	500.000 HUF	500.000 HUF
Profit	0	500.000 HUF
ROI	0	100%

Konverzióoptimalizálás lépései

- ▶ Adatgyűjtés
- ▶ Hipotézis felállítás
- ▶ Tesztelés
- ▶ Elemzés

Adatgyűjtés

Látogatói

- ▶ Látogatók száma
- ▶ Forgalmi források
- ▶ Eszközök
- ▶ Földrajzi elhelyezkedés

Felhasználói viselkedés

- ▶ Oldalon töltött idő
- ▶ Oldalmegtekintések száma
- ▶ Visszafordulási arány
- ▶ Kattintási térkép

Konverziós adatok

- ▶ Konverziós arány
- ▶ Kosárelhagyási arány
- ▶ Mikrokonverziók

Adatgyűjtés

Űrlapok

- ▶ Űrlapkitöltési arány
- ▶ Űrlapkitöltésének ideje

Hőtérképek

- ▶ Hőtérkép
- ▶ Felhasználói felvételek

Keresési adatok

- ▶ Belső keresések
- ▶ Navigációs útvonalak

Technikai adatok

- ▶ Sebesség
- ▶ Hibajelentések

Hipotézisek felállítása - **ESZKÖZFIGYELÉS**

- **Kosárérték!**
 - Információk mennyisége
 - Termékek megjelenítésének módja
 - Termékek összehasonlítása egyszerűbb desktop nézetben

Hipotézisek
felállítása -
MIKROKONVERZIÓK

- **Elköteleződés mértékét tudjuk vizsgálni**
 - Hosszú űrlap
 - Kevés információ
 - CTA gombra nem kattintanak

Hipotézisek felállítása - **BELSŐKERESÉSEK**

- Tartalmi hiányosságok
- Új termék vagy szolgáltatás bevezetése
- SEO
- Termékkombinációk

Hipotézisek felállítása - **SEBESSÉG**

- LEGYEN ZÖLD
- Aranyközéput



BugMonitor

Hipotézisek felállítása – **HIBAKERESÉS**

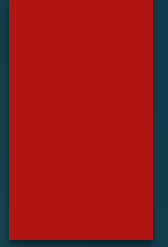
Hibajelentések

- Ide nem kell hipotézis, a hiba rontja a konverziót!!!
- Nem a látogató dolga a hibák detektálása

A/B TESZTELÉS

- Hipotézis felállítás
- Két (vagy több) verzió létrehozása
- Látogatót szétosztása (80/20)
- Adatgyűjtés
- Elemzés

PROGRESSZÍV TESZTELÉS



Egymást követően, időben eltolva futtatjuk a tesztet

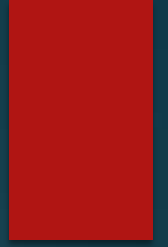
Előny

- Kisebb látogatottságú oldalnál lehet hasznos

Hátrány

- - Hosszú időt vesz igénybe

MULTI VARIÁNS TESZTELÉS



Egyszerre több elem különböző variációját teszteled ugyanazon az oldalon

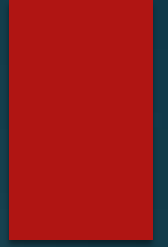
Előny

- Egyszerre több változtatás lehet tesztelni
- Gyorsabban megtalálod az optimális megoldást

Hátrány

- Nagy forgalomra van szükség a teszteléshez

SZEGMENTÁLT TESZTELÉS



Szegmentárod a látogatókat (mobil használók, új látogató, visszatérő látogató)

Előny

- Finomhangolás
- Célzott optimalizálás

Hátrány

- Nagy forgalomra van szükség a teszteléshez

GEOTARGETÁLT TESZTELÉS

A látogatók földrajzi elhelyezkedése alapján végzed a tesztelést

Előny

- Lokalizált optimalizálás
- Nemzetközi értékesítésnél elengedhetetlen

Hátrány

- A helyi preferenciák ismerete elengedhetetlen

TIME-BASED TESZTELÉS

Különböző időpontok alapján, napszak alapján futtatjuk a tesztet

Előny

- Finomhangolás napszakok alapján

Hátrány

- Összetett az eredmények vizsgálata, mivel az időpontok hatása sok tényezőtől függ (Időjárás)



Köszönöm a
figyelmet!