

# Cum creștem engagementul pe site

Majoritatea oamenilor de SEO știu cât de important este user engagementul pentru succesul campaniilor lor de optimizare și nu numai.

Dacă vizitatorul e pe site și nu face vreo acțiune când ajunge pe el, atunci șansele sunt ca el să îți părăsească site-ul web.

Scopul motoarelor de căutare este să ofere userilor cele mai bune răspunsuri la întrebările lor și la ceea ce caută ei.

Când Google determină ce pagini să afișeze pe prima pagină, el caută site-urile care oferă răspunsuri la întrebările userilor.

## CE ESTE USER ENGAGEMENT-UL?

La bază sa, user engagementul este o metodă prin care un vizitator a unui site web face o acțiune anume – click pe imagine, link, descarcă un document, adaugă produs în cos.



## TIPURI DE USER ENGAGEMENT

Rata de click – CTR-ul ofera un nivel de engagement care este necesar pentru un engagement viitor care va avea loc pe site-ul tau.

Rata de click are nevoie de cele mai bune practici de SEO pentru ca site-ul tau sa apara in fata userilor interesati care sa gaseasca mai mult content care sa le raspunda la intrebari.

Pe langa acel content de calitate, trebuie sa vezi ce tipuri de titluri si meta descrieri vor incuraja userii sa dea click

pe site-ul tau in rezultatele de cautare Google.

Poti sa vezi cum arata site-ul tau in SERP daca vei verifica Google Search Console.

Actiuni din alte surse

Nu toate tipurile de engagement se intampla pe site – multe din ele sunt din alte surse precum – link spre content

- atragere de trafic pe site
- share pe social media

Linkurile din afara site-ului tau sunt un factor important de clasare a acestuia in Google. Asta inseamna ca daca cineva gaseste un link spre site-ul tau de pe un site de incredere atunci ei vor fi mai tentati sa dea click pe acel link si sa ajunga pe site-ul tau.

Dar chiar daca share-urile pe social media nu sunt un factor de clasare direct, ele vor afecta direct traficul care ajunge pe site-ul tau si incurajeaza oamenii sa dea click.

Sharing, linking, comentarea, subscrierea la newslettere este o versiune de user-engagement care ajuta sa atragi trafic pe site.

DWELL TIME

Intr-un articol recent de pe SEJ – Duane Forrester a aratat ca Dwell Time este durata de timp pe care o persoana o petrece pe site-ul tau pana sa il paraseasca.

Dwell Time este o masura prin care motoarele de cautare vor contoriza cat de bun este site-ul tau la oferirea de raspunsuri la intrebarile userilor si ca rezultatele de cautare le indeplinesc nevoia.



indexare site google

Cand oamenii cauta ceva pe Google, iar site-ul tau va aparea in rezultatele de cautare, atunci ei vor da click pe site-ul tau. Dar daca ai si un content care sa le raspunda la intrebari atunci cu siguranta vei avea de castigat.

## METRICI DE ENGAGEMENT DE MASURAT

In timp ce aceste metrice nu au efect direct asupra rezultatelor de clasare, este foarte important sa vezi metricile de user engagement care sunt cruciale pentru site-ul tau si care trebuie monitorizate constant.

Aceste numere iti vor oferi o idee despre cat de multumiti sunt userii cu site-ul tau si cu continutul gasit pe site. Ele sunt un semnal direct a calitatii site-ului tau web.

### PAGEVIEWS

In Google Analytics, cand mergi la Audiente>Overview – poti sa iti dai seama de cat de multe pagini sunt vizitate pe site-ul tau web intr-o perioada anume.

Aceasta metrica iti arata si mai multe vizualizare a unei pagini anume. Vezi atent la fluctuatii de pageviews pentru a determina daca userii sunt satisfacuti de site-ul tau web.

### TOP CONTENT

Sub User Behavior-Site Content-Toate Paginile – poti sa vezi paginile si contentul de pe site care are o rata de engagement mare pentru o perioada anumta. Vezi ce pagini au o rata de engagement mare si asigura-te ca principalele pagini sunt interactive si tin userii mai mult timp pe site.

## NEW VS RETURNING VISITORS

In Analytics sub audiente – overviews – poti sa vezi un grafic de tip placinta a noilor versus old visitors care revin pe site. Este bine sa atragi mereu useri noi.

Ne place sa avem noi oameni pe site, care sa descopere contentul nostru. Este bine sa avem un balans intre cele tipuri de vizitatori pe site.

Oamenii care revin pe site-ul tau o fac dintr-un motiv anumte – pentru ca le-au placut site-ul tau sau pentru ca au gasit ceea ce au cautat pe site.



## RATA DE BOUNCE

De fiecare data cand cineva ne intreba care este o rata de bounce buna – raspunsul nostru este – depinde de site, nisa, oferte, clienti. Daca scopul site-ului tau este sa ofere userilor cele mai bune raspunsuri la intrebari, atunci este important sa ai un content dens, bine scris care sa raspunda la intrebarile din mintea clientilor tai.

Este important cand dezvolti o campanie de SEO sa monitorizezi constant rata de bounce de pe site si sa vezi daca sunt fluctuatii pe anumite perioade.

## TIMP PE SITE

Vezi daca durata sesiunilor tale este mai mare de 2 minute pentru ca asa iti dai seama ca userii care ajung pe site sunt bucurosi de contentul gasit.

Intraba-te de ce nu stau mai mult userii pe site-ul tau web, cum poti sa cresti timpul petrecut de useri pe site-ul tau.

## CONVERSIILE

Acestea sunt metrice foarte importante de masurat cand ai un magazin online si nu doar atat. Daca nu ai timp ca monitorizezi aceste metrice de mai sus, macar monitorizeaza te rugam conversiile.

Poti sa setezi conversii si obiective foarte usor in Google Analytics.

Este important pentru user engagement sa faci tracking la aceste micro-conversii care ajuta userii sa ajunga la o conversie finala.

## DE CE CONTEAZA RATA DE ENGAGEMENT IN SEO?

Toate metricile de mai sus nu sunt factori de clasare, dar daca vrei sa sa ti mai mult userii pe site trebuie sa ti cont de ele.

Unele update-uri de la Google arata ca ca acest motor de cautare tine cont intr-o masura de aceste metrici cand vor sa determine daca ai un content care sa sa satisfaca nevoia userilor si sa le raspunda la intrebari.





# METODE DE A CRESTE RATA DE ENGAGEMENT

## 1. Imunbatateste viteza site-ului tau

Daca pagina pe care aterizeaza userii se incarca prea greu, aproape jumate din useri vor parasi site-ul tau – potrivit studiilor Unbounce.

Oamenii vor sta mai mult pe site-uri care se incarca mai rapid de pe orice device.

## 1. Elimina erorile de baza tehnice

Nimic nu este mai enervant in online decat un site web care are erori tehnice.

Am realizat un research pentru diversi clienti, iar astfel ne-am dat seama ca site-urile care au erori tehnice nu doar ca alunga clientii de pe site dar si sunt mai slab clasate in Google.

Astfel este important sa elimini aceste erori tehnice de pe site-ul tau pentru a te asigura ca oamenii sunt multumiti.

## 1. Tipuri de content.

Ofera mai multe tipuri de content util pe site-ul tau web nu doar text. Incearca sa adaugi tutoriale, video demonstrative, imagini clare, ghiduri – toate pentru ca ele sa raspunda nevoilor clientilor potentiali si sa le vina in ajutor.