Breaking Down an In-Depth Website Analysis

Above we outlined eight or so primary questions you should be looking to get answers to from your next website analysis.

Let’s drill into each one of these so you can start making educated improvements to your website.

Website Performance Analysis

How is My Website Performing?

There are many different elements that can be a part of website performance, but the three main ones that we encourage you to focus on are:

Page load time / site speed

Bounce rate

Conversion rate

PAGE LOAD TIME / SITE SPEED are heavily weighted factors in the success of a website. If a website takes more than a couple seconds, on average, to load, then there’s an increased chance that visitors will exit the website and possibly never return.

HOW TO TRACK IT: The best ways to gauge page load time / site speed are to (1) use Google Analytics (Behavior > Site Speed) and/or (2) run speed test tools like GTmetrix and Pingdom.

WHAT TO LOOK FOR: The biggest culprits for slow websites are usually server issues, bad or bloated code, unnecessary flash or javascript files and unoptimized images and website files (e.g. style sheets).

WAYS TO IMPROVE IT: If your overall grade is below a B+ (85/100) or your average load time is more than 2.5 seconds, then you’ve got some work to do. Some excellent ways to shave down your load time are to…

implement browser and content caching

compress image and website files

minify your HTML and CSS files

use a CDN (content delivery network)

pony up for a better managed, premium website hosting service

BOUNCE RATE is still a metric that many webmasters do not understand. It’s not your website’s exit rate or how often a visitor leaves your website. The correct, and simplest, definition is the amount of single page visits to your website.

HOW TO TRACK IT: The quickest and easiest way to see your website’s bounce rate is to use your Google Analytics account (Audience > Overview).

WHAT TO LOOK FOR: High bounce rates (usually over 50%) are typically caused by poor marketing that brings irrelevant traffic, shallow content, high website load times, complicated website navigation, broken / buggy / error-filled pages and elements and unimpressive user experience / design.

WAYS TO IMPROVE IT: To keep your website’s bounce rate as low as possible you want to make sure to…

use targeted marketing campaigns to bring highly relevant visitors to your site

invest in creating quality content

improve your website’s speed

clean up / upgrade your site’s code and design

CONVERSION RATE should be your single most important metric. Whether you’re selling product through an online store, presenting your professional services, seeking downloads or encouraging email list subscriptions, your conversion rate has the biggest impact on your website’s ROI.

HOW TO TRACK IT: Proper conversion tracking requires you to know what you want your visitors to do and how you want to capture that action. If you’re selling product on your site, then a common conversion would be a completed transaction that happens through the checkout and order confirmation process. For something like a lead registration you’d be utilizing a landing page form and a confirmation page. By using Google Analytics (Admin > Goals) you can set all different types of conversion goals to track.

WHAT TO LOOK FOR: Conversion rates fluctuate from 1% to 30% and up depending on the purpose of a website. Trying to meet the mythical conversion rate averages of 3% – 5% is somewhat pointless as (1) those averages may not apply to your business at all and (2) meeting an average should never be a goal. That said, anything less than 1% is a huge red flag and can typically be attributed to poor user experience, unconvincing copy, lack of strong calls to action and a terrible registration or checkout process.

WAYS TO IMPROVE IT: To optimize your website’s conversion rate you must…

invest in quality copy that educates and encourages conversion

implement and test various calls to action until effective ones are discovered

simplify registration and checkout processes

focus on driving targeted, interested traffic to your website

Keyword Strategy Analysis

Is My Keyword Strategy Working?

Centering a marketing strategy around the wrong keywords can cost your business a lot of time and money. To ensure that you’re focusing on the correct ones you need to analyze the following data points:

Organic traffic trends

Organic traffic engagement

Paid traffic engagement

ORGANIC TRAFFIC TRENDS are analyzed to answer this one simple question…is my website growing in organic traffic each month?

HOW TO TRACK IT: Google Analytics is one of the best and easiest tools to get the data you need by using the Acquisition report (Acquisition > Overview or Channels) and either comparing specific date ranges or expanding the date range to an extended time period (e.g. 6 months). Your line chart should be steadily increasing up and to the right.

WHAT TO LOOK FOR: If your organic traffic has plateaued or fallen off over an extended period of time, then your website could be (1) victim of an ineffective keyword strategy, (2) lacking quality, relevant content or (3) penalized (assuming all organic traffic has gone to zero).

WAYS TO IMPROVE IT: To help your website’s organic traffic trend upward you need to…

optimize existing pages around the most beneficial keywords

continue adding and promoting new content

leveraging new and existing relationships to get authoritative backlinks to your content

ORGANIC TRAFFIC ENGAGEMENT evaluation is one of the best ways to gauge whether or not you’re focusing on the right keywords. Positive trends may mean you’re gaining ground, but they don’t necessarily mean you’re gaining ground in the right direction.

HOW TO TRACK IT: By digging into your Google Analytics (Acquisition > Channels > Organic > Behavior / Conversion), Google Webmaster Tools (Search Traffic > Search Queries) and possibly some supplemental tools like SEMRush (Organic Research > Position Changes), you should have no problem determining whether you’re on the right track or not.

WHAT TO LOOK FOR: The red flags you’ll be looking for when evaluating organic search traffic will be (1) high bounce rates, (2) reduced session durations, (2) reduced impressions / rankings and (3) reduced click through rates.

WAYS TO IMPROVE IT: To optimize your keyword strategy you need to first know who your target audience is and what type of information they want and need. Once you have this information, then you can refocus your keyword strategy on keywords / pages that meet the following criteria…

have high engagement

have low bounce rates

produces conversions

delivers traffic that meets #’s 1, 2 and 3

PAID TRAFFIC ENGAGEMENT evaluation is obviously specific to those running paid advertising campaigns (e.g. Google AdWords, Bing Ads, Facebook Ads, Display ads, etc.)

HOW TO TRACK IT: If you’re paying for traffic from another source, then you need to be closely following how your money is getting spent and what type of ROI it is producing for you. There are many metrics to track for engagement, but ultimately, conversion rate / ROI are the only ones that matter unless you’re just paying for branding.

WHAT TO LOOK FOR: Some metrics that will immediately tell you whether your campaigns are not effective are (1) cost per click increases without higher conversions, (2) cost per acquisition cost increases, (3) paid traffic bounce rates and session durations worsening and (4) increased impressions without increased traffic or conversions.

HOW TO IMPROVE IT: To maximize your paid advertising budget you need to run smart, targeted, efficient campaigns. Best practices for achieving this are to…

segment keyword groups to match the different stages that your prospects are in

use long-tail, specific keywords to filter out irrelevant traffic

drive each segment traffic to their own highly relevant landing pages

test different ad and landing page copy to find the most effective verbiage for engagement and conversions

Website Structure Analysis

Is My Website Setup for Success?

Often times the most obvious elements can go unseen and thus ignored. Unfortunately, the consequences of missing these elements can mean the difference between a successful website and a wasted effort. How a website is structured dictates which fate your website will realize. The following structural elements must be tracked and optimized for a positive outcome:

Usability

Page and Link Errors

Structured Data / Microdata

USABILITY may be more of a subjective metric, but it is by far one of the most critical elements of a successful website as it directly affects engagement and conversion rates.

HOW TO TRACK IT: Since usability is more about visitor experience, navigation and ease of use some different reports and tools are needed to gain valuable insights on this metric. One such report is offered by Google Analytics (Behavior > In-Page Analytics). Alternative tools like CrazyEgg, KISS Metrics and Qualaroo can offer similar data points like where users are clicking, what information they’d like to see and what appeals or does not appeal to them.

WHAT TO LOOK FOR: Some elements that would lead to a poor usability grade on a particular website would be (1) website is not mobile friendly, (2) website uses too much flash or javascript to load / display important elements, (3) navigation is too complex and confusing and (4) content and forms are too difficult to consume or understand.

HOW TO IMPROVE IT: The best way to avoid these pitfalls and make your website as user-friendly as possible are to…

make your website responsive so it’s usable across all devices

keep things simple, specifically your navigation, your forms and your messaging

PAGE AND LINK ERRORS are often ignored and hardly ever fixed. This results in visitors getting error pages and usually being forced to leave the website due to confusion or frustration. On top of this, these errors can negatively impact a website’s earned SEO value.

HOW TO TRACK IT: What’s funny is that checking for and fixing link errors is relatively simple. There are some fantastic tools that will crawl a website and spit out a report of broken internal and external links, images and more. A couple of our favorite are ScreamingFrog, Integrity and the Check My Links Chrome Extension.

WHAT TO LOOK FOR: It’s pretty obvious what a broken link or an error page are, but what may not be as obvious are the different causes of these issues, such as (1) changes in page URLs, (2) users commonly misspelling / mistyping URLs and (3) linking websites going offline or removing backlinks.

HOW TO IMPROVE IT: Some best practices for reducing, preventing and cleaning up link and page errors are to…

consistently use the tools listed above to spot errors

redirect broken, but commonly visited pages

put up a helpful 404 error page to keep visitors on your website

STRUCTURED DATA, or microdata, continues to become more important as major search engines and social networks look to pull more accurate information from websites to provide their users with more accurate information and better experiences.

HOW TO TRACK IT: Although structured data is a newer development, compared to most traditional web standards, there are already a few handy tools to check and validate proper use. A couple that we particularly like are the Data Markup Helper from Google, Validator from Yandex and the Schema Creator Plugin for WordPress from Raven Tools.

WHAT TO LOOK FOR: Some disadvantages of not using structured data on your website are (1) social posts pulling incorrect headlines and images, (2) not receiving richer, enhanced search snippets (e.g. menu results) and (3) not having a more organized, well-labeled code base for possible future algorithm changes that favor structured data.

HOW TO IMPROVE IT: By using the tools listed above you can easily get started with structured data on your website. Not only will this implementation benefit your website now, but it could very well give you a leg up if and when structured data becomes even more prevalent and important so make sure to…

use the tools provided above

check your implementation with Google’s structured data checked in Webmaster Tools

SEO Analysis

Is My Website Properly Optimized for SEO?

Of all of the requests we get for website analyses the one element that gets asked about the most is SEO. More and more businesses are familiar with the acronym and the importance of having an effective SEO strategy in place. The following factors are critical for SEO success, which is why we include them in our in-depth analyses:

On-page elements

Technical SEO

ON-PAGE ELEMENTS are the fundamental building blocks of a sound SEO strategy. These elements are relatively easily to check for, but do require a basic understanding of what search engines look for.

HOW TO TRACK IT: Viewing and tracking on-page SEO elements can be done through a few different ways like crawling your website with ScreamingFrog, using Developer Mode on your favorite browser or by simply looking at the HTML of each page of your website.

WHAT TO LOOK FOR: The biggest red flags to look for when analyzing on-page elements are (1) duplicate title tags and meta descriptions across pages, (2) missing header tags and image attributes and (3) improper internal and external linking.

HOW TO IMPROVE IT: As you analyze each critical page of your website you’ll want to make sure that oversights are not plaguing your website. More importantly, you will want to get to work by…

making the title tags and meta descriptions for each page unique and actionable

properly formatting each page and post with header tags

optimizing each image to have their appropriate title and alt attributes

optimizing link flow by adding / removing internal links and external links as needed

TECHNICAL SEO is just as important as the right on-page elements. To an experienced SEO, finding and resolving technical SEO issues is second nature. To most other people, it can be confusing and overwhelming. Surprisingly though, most technical SEO issues are fairly easy to spot and resolve…if you know where to look.

HOW TO TRACK IT: As with on-page SEO elements, viewing and tracking technical SEO can be done through a few commonly used tools like ScreamingFrog (or any website crawl reporting tool) and Developer Mode on your favorite browser. That said, one place you’re going to be spending more time than with on-page is with Google and Bing Webmaster Tools.

WHAT TO LOOK FOR: There are a lot of different technical SEO red flags to be aware of, but some of the most critical are (1) canonicalization issues, (2) missing or improperly setup HTML and XML sitemaps, (3) incorrect robots.txt and (4) poor implementation, or lack thereof, of redirects.

HOW TO IMPROVE IT: Knowing what to fix and how to fix technical SEO issues can mean the difference between your website being properly indexed and ranked or not. As mentioned, there are many things to check for and optimize, but if you’re looking for quick wins, then start by…

making sure that your website resolves to one version of your URL to avoid canonicalization issues

optimize and upload an XML sitemap to Webmaster Tools

be careful not to block search engines from crawling and indexing important parts of your website

use 301 redirects over 302 redirects unless you truly only need something temporarily redirected

Content Strategy Analysis

Is My Content Strategy Working?

Whether or not you think content marketing is just another trendy buzzword the fact is this; content marketing works extremely when you know what you’re doing. And since content is so vital to the success of a website we believe that it should an integral part of any website analysis. More specifically, these content strategy elements need to be tracked and analyzed:

Content Quality

Content Engagement

CONTENT QUALITY is something that a lot of marketers throw around. It can often be annoying to hear over and over again, especially when there’s no context provided or any specifics as to what “quality” actually means. Our explanation below should help, but make no mistake…quality is certainly something you need to be focused on.

HOW TO TRACK IT: Quantifying content quality can be a bit challenging unless you know where and how to look. Some helpful tools for gauging content quality revolve around readability. Some tools we like are Hemingway App and Scribe for WordPress.

WHAT TO LOOK FOR: Even though “quality” is more of a subjective metric there are still some common issues to look out for that can be quantified, such as (1) length, (2) formatting and (3) uniqueness.

HOW TO IMPROVE IT: When auditing the quality of a website’s content you can fairly easily spot the issues reported above. Fixing these issues should be very straightforward at that point. For quick wins, make these improvements to your most important content…

unless your information is so powerful or helpful in short form, then keep the word count about 1000 words

use proper formatting (headlines, lists, blockquotes, etc) to make your content as readable as possible

update regurgitated information into your unique opinion or newly discovered facts

CONTENT ENGAGEMENT is one of the easiest things to track, but often the most forgotten or ignored metric. Knowing how well a piece of content leads to your defined goals and objectives should be one of your top priorities in any website analysis.

HOW TO TRACK IT: As mentioned, content engagement can and should be tracked very easily. This can be done simply through Google Analytics (BEHAVIOR > SITE CONTENT > ALL PAGES). Be sure that you have critical goals and events setup or else you’ll just be looking primarily at vanity metrics. Another tool that can be helpful to gauge social engagement is BuzzSumo.

WHAT TO LOOK FOR: When reviewing your site content reports you’ll want to be focusing on these metrics: (1) average time on page, (2) bounce and exit rates, (3) social activity and (4) conversion rate.

HOW TO IMPROVE IT: As you collect and analyze engagement data your end goals will be to improve your content to produce more conversions and encourage more social sharing. To accomplish these goals we recommend that you…

make your content as credible and interesting as possible by including fact based research

include images, charts, videos to break up text

make it easy for visitors to share and comment on your content

integrate obvious, relevant, enticing calls to action to push visitors to convert

Link Building Strategy Analysis

Is My Link Building Strategy Working?

If you want your website to rank well and have diversified sources of traffic then you must invest the time and resources into a sound link building strategy. Backlinks from relevant, authoritative, community backed websites round out a comprehensive SEO strategy that is set to provide long term results. To determine if your link building strategy is working, then here are some important metrics to track:

Backlink quality

Backlink performance

BACKLINK QUALITY used to be overlooked in search of backlink quantity. You used to be able to influence search rankings by sheer volume of backlinks. Fortunately that has died out as quality has become a more important signal for search algorithms – algorithms that continue to get better at sniffing out spammy or low quality links.

HOW TO TRACK IT: Since backlink quality has become such an important metric to track in the SEO community there have been many tools developed to measure this metric. Two of our favorites are Open Site Explorer from Moz and Ahrefs. By using the link analysis components of these tools you can get a quick picture of the actual quality of your backlinks.

WHAT TO LOOK FOR: When using these tools to evaluate each backlink you want to make sure that each link (1) is coming from a high authority domain, (2) is coming from a high authority page, (3) is not using spammy or misleading anchor text and (4) does not have hundreds of other backlinks from the same page going to other websites.

HOW TO IMPROVE IT: Some solid ways to attract backlinks that meet these criteria and have the best potential value for you are to…

develop and share unique, thought-provoking content on your website and on other relevant websites

build relationships with authoritative writers, editors and journalists to become a reference source for their pieces

find sites already providing these types of links and reach out to them with a value offer to become one of their references

BACKLINK PERFORMANCE, much like content engagement, is important to track as the data that’s readily available to you will tell you if you link building efforts are worth your continued time and resources.

HOW TO TRACK IT: To track backlink performance you can simply refer to your Google Analytics stats (ACQUISITION > ALL REFERRALS). This report will breakdown all referral traffic and let you dig into your data to determine if those referral sources are actually benefiting your website.

WHAT TO LOOK FOR: As you’re reviewing your data some signs of poor performance to keep an eye out for are (1) little to no traffic from acquired sources, (2) little to no engagement (shares, conversions, sales) from links originating for acquired sources and (3) little to no improvement in organic search traffic / rankings.

HOW TO IMPROVE IT: Since backlinks come from sites that you have no control over it is in your best interest to do as much research beforehand to ensure that your links will perform for you. Some excellent ways to verify that certain backlinks will benefit your site are to…

make sure the link is prominently placed on a page that has high page authority and few, if any, backlinks to other websites

use BuzzSumo to verify the social activity and popularity of the page you want a link on

ask the webmaster how much traffic the page gets and what the typical engagement metrics are on their similar pages (e.g. clicks, conversions, etc)

Social Media Strategy Analysis

Is My Social Media Strategy Working?

When it comes to social media, or most other online marketing strategies, you have two choices; (1) jump in head first and make it work for you or (2) insist that it doesn’t work and get left behind. Unfortunately, we still find many businesses that prefer the latter. For those that have jumped in and want to continue improving their social media strategy, then here are some specific elements to track:

Presence

Engagement

Performance

PRESENCE as a metric in a website audit is strictly about knowing which social networks to focus on and having the proper setups, designs and optimization in place on each of these accounts, profiles and pages.

HOW TO TRACK IT: There is no tool or report to reference that will tell you which social network to focus on or whether or not your account was setup correctly, but with a little guidance and common sense you’ll be able to check off this task. The best and first question to ask yourself is “Where do my target customers and prospects spend time online?”

WHAT TO LOOK FOR: Once you’ve figured out where to create your social media accounts and you’ve setup your pages and profiles, you will then need to ensure that your accounts are guilty of the following; (1) incomplete information, (2) not using custom, professional profile and cover photos, (3) not taking advantage of backlink opportunities and (4) not utilizing vanity URLs.

HOW TO IMPROVE IT: Setting up a social media account is easy; however, doing the setup completely and correctly is something that many businesses still seem to ignore and/or struggle with. Follow these tips and you’ll be on your way to a better social media presence…

fill out every available field that is offered as the more information you provide the better

pay to have custom cover, profile and background images created

utilize fields for hyperlinks properly by inserting relevant website URLs of yours

lock up the vanity URL for your page or profile for better branding

ENGAGEMENT is probably the most relevant and important metric to stay on top of when it comes to social media strategy audits. As social media ROI becomes easier and more transparent as things develop this may change. Until then one of your main social media strategy objectives should be to encourage the most / best engagement possible.

HOW TO TRACK IT: Tracking social media engagement is actually pretty simple thanks to a slew of tools, plugins and widgets available to marketers and webmasters. Each social network (e.g. Facebook and Twitter) provide their own engagement reporting tools, which are actually quite good. If you’re looking for something than centralizes most of the data you need in one place, then you can use Google Analytics (ACQUISITION > SOCIAL > OVERVIEW) or you can check out reporting tools like SumAll, Domo or Social Report.

WHAT TO LOOK FOR: When tracking engagement and analyzing your data you will want to keep an eye out for these red flags; (1) few to no likes per post, (2) few to no comments per post, (3) few to no shares per post and (4) very brief session duration per receiving page.

HOW TO IMPROVE IT: Once you’ve gotten the proper tracking and reporting in place, then you can try some of our social media engagement tips to see how they affect your current deficiencies;

consider paying to promote certain social media updates to extend their exposure

ask thought-provoking questions or run polls to encourage people to interact

run contests or offer coupons to push people to share

tailor your content to your target social media audience to keep them interested and engaged once they hit a page on your site

PERFORMANCE, as mentioned above, has traditionally been one of the more difficult metrics to track with social media – specifically ROI. For this reason many businesses continue to put off social media as a viable online marketing strategy. This can be avoided by knowing what to track, how to track and where to track social media performance.

HOW TO TRACK IT: It used to be much more difficult to determine whether or not a social share or like actually had any type of inherent value that positively affected a company’s bottom line. Now, thanks to reports provided by Google Analytics (ACQUISITION > SOCIAL > CONVERSIONS) it is fairly simple to tell if your social media efforts are paying off.

WHAT TO LOOK FOR: Since performance is all about what affects the bottom line, then the two main things you need to be looking for when evaluating social media data are (1) conversions and (2) conversions that lead to revenue.

HOW TO IMPROVE IT: To optimize your social media strategy for more conversions, specifically ones that lead to more revenue, you need to first determine what social media strategy is right for you. Once you’ve done that then you will know…

which social networks to focus your time on

what type of content and messaging to use to encourage engagement on those networks

what calls to action and content to use on the pages where your social media traffic is being driven to

Tracking & Reporting Analysis

Do I Have the Right Reporting / Tracking Setup?

We may be listing this one last, but the right reporting and tracking should most definitely be a top priority for any website / business owner. As you’ve probably noticed throughout the other website audits components, being able to analyze the right data is critical to making the best marketing decisions. Here are the main tracking elements you need to have setup properly (at minimum):

Analytics

Webmaster Tools

ANALYTICS can be reported many different ways and through many different tools. It’s hard to argue though that any tool is more common or as widely respected as Google Analytics so we focus our website audits based off of that data. Of course, whenever possible, we pull data from other sources and tools as well and recommend you do the same.

HOW TO TRACK IT: What makes Google Analytics such a powerful tool for tracking website data is that it does a great job of appealing to both novice and advanced users alike. The reports can be analyzed to see very high level, easy to understand information or the data can be sliced and diced by analytics experts to pull out insights that less experienced users may overlook.

WHAT TO LOOK FOR: As for red flags to look for when auditing a site’s tracking setup, in this case Analytics, the main things to look for are a bit obvious; (1) has the tracking code been installed properly on every applicable page, (2) has conversion tracking been setup correctly to record leads, sales, etc, (3) have filters been applied to prevent unnecessary traffic from skewing reports and (4) have dashboards been setup to quickly access / analyze common reports.

HOW TO IMPROVE IT: To avoid these common oversights and to ensure that you’re able to work with the best data you will want to make sure to…

insert the tracking code on every page of your website that you want tracked (usually in the header or footer)

set conversion goals for each action that you attribute “success” to (e.g. signups, inquiries, downloads, purchases, etc)

add filters to prevent traffic from IP addresses of yourself or your employees from being included so as not to skew actual visitor data

setup custom dashboards and/or email reports to yourself and other stakeholders on a consistent basis

WEBMASTER TOOLS has evolved dramatically over the last few years into one of the more useful website tracking tools available to marketers and business owners. One of the biggest issues we see with Webmaster Tools though is that it either commonly gets ignored or is never setup in the first place – such a shame either way. There’s some incredibly powerful information in Webmaster Tools, make sure to take advantage of it.

HOW TO TRACK IT: Two of the main places to manage and monitor your website with the major search engines are Google Webmaster Tools and Bing Webmaster Tools. From these two accounts you can track site issues, crawl issues, speed / performance recommendations, search query information and much more.

WHAT TO LOOK FOR: As you go through your website’s Webmaster Tools accounts there are certainly some major things to keep an eye on to improve your website and to prevent controllable problems, such as (1) warning messages about malware or site penalties, (2) drops in impressions and clicks from organic search results, (3) drops or errors with indexed pages and (4) poor page speed grades.

HOW TO IMPROVE IT: If you’re constantly monitoring your site through your Webmaster Tools accounts then you will have a much better pulse on how your website is performing in the major search engines. In addition, you will be able to find opportunities for improvement such as…

knowing to demote sitelinks that are either irrelevant or don’t produce conversions

knowing to optimize title tags or meta descriptions to improve click through rates on higher ranking search results

catching broken pages or errors that can be resolved quickly or redirected

getting page speed performance advice straight from Google / Bing to produce better user experiences

This comprehensive guide was certainly a hefty one, but even if you take away one or two action items you will be on a much better path to seeing improved results from your website.

That said, the reality is this…unless you’re an in-house marketer and your sole responsibility is to drive performance from online initiatives, then you really have no business using up your valuable time to do your own thorough website analysis.

We certainly appreciate your enthusiasm though.

Instead, you should be concentrating on the job responsibilities you can directly control and are the best suited for to help your company’s bottom line. Time spent anywhere else is a disservice to yourself and your company.

For that reason, we encourage you to take advantage of our offer to get a FREE website analysis / consultation from one of our experienced web strategists. We do this on a daily basis and would love to use our time to help save yours.

Are you ready to finally get key insights to improve your website from a thorough website analysis?

Сбой в работе сайта и его подробный анализ

Выше мы описывали несколько важнейших вопросов, которые было необходимо рассмотреть, чтобы получить ответы на вопросы для последующего анализа сайта.

Давайте детально изучим каждый из них, чтобы вы могли внести прогрессивные новшества на сайт.

Анализ эффективности сайта

Как работает мой сайт?

Существует множество элементов, по которым можно судить об эффективности работы сайта, но есть три основных, на которые мы рекомендуем вам обратить свое внимание:

Время загрузки страниц / скорость сайта

Показатель отказов

Уровень конверсии

Время загрузки страницы / скорость сайта – довольно весомые факторы для успешности сайта. Если сайт загружается, в среднем, больше пары секунд, возрастает вероятность того, что посетители покинут сайт и, возможно, больше никогда не вернутся.

Как отследить скорость работы сайта: Лучшими способами проверки скорости загрузки страницы /сайта являются (1) сервис Гугл Аналитикс. (Работа> Скорость сайта) и / или (2) увеличение скорости с помощью таких инструментов, как онлайн сервисы GTmetrix и Pingdom.

ЧТО ИСКАТЬ: Главными виновниками низкой скорости загрузки сайтов, как правило, являются проблемы ограничения сервера, плохой или «раздутый» программный код, ненужные вспышки или файлы на языке программирования JavaScript и неоптимизированные изображения, а также файлы вебсайта (например, таблицы стилей).

Способы совершенствования сайта: Если ваша общая оценка находится ниже B + (85/100) или среднее время загрузки больше, чем 2,5 секунды, то у вас есть над чем поработать. Вот несколько отличных способов сократить время загрузки ...

- ускорить браузер и произвести кэширование контента;

     - сжать размеры изображений и файлов вебсайтов;

     - уменьшить размеры HTML и CSS файлов;

    - использовать CDN (сеть доставки и дистрибуции контента);

     - просить легко управляемый Премиум веб хостинг.

Показатель отказов – еще одна метрика, которую многие веб-мастеры не понимают. Это не уровень ухода с Вашего веб-сайта или как часто посетители покидают​​сайт. Правильный и простой показатель, он определяет количество посетителей, отказавшихся просматривать сайт и побывавших только на странице входа.

Как его отследить: Самый простой и легкий способ увидеть показатель отказов сайта является использование вашей учетной записи Гугл Аналитикс (Аудитория> обзор).

ЧТО ИСКАТЬ: Высокие темпы отказов (обычно более 50%), как правило, обусловлены низким уровнем продаж, что приносит ненужный трафик, пустое содержание, много времени для загрузки веб-сайта, усложняет навигацию сайта, битые/ багги / с ошибками заполненные страницы и элементы и совсем не впечатляющий пользовательский опыт / дизайн.

Способы его совершенствования: Держите показатель отказов вашего сайта на максимально возможном низком уровне, если хотите не отступая от цели ...

- использовать целевые маркетинговые кампании, привлекающие только подходящих посетителей на ваш сайт;

     - вкладывать в создание качественного контента;

     - увеличить скорость вашего сайта;

    -  очистить / обновить код сайта и дизайн.

Коэффициент конверсии должен быть для вас единственно значимым показателем. Делаете ли вы продажи через интернет-магазин, оказываете ли профессиональные услуги, ищете ли, что скачать или увеличиваете количество подписок по электронной почте, конверсия оказывает огромное влияние на коэффициент рентабельности инвестиций сайта.

Как его отслеживать: необходим надлежащий контроль конверсий для того, чтобы вы знали, чего вы, в действительности, хотите от ваших посетителей и каким образом вы хотите собрать информацию именно об этом целевом действии. Если вы продаете товар на сайте, то общая конверсия будет завершена сделкой, которая произойдет после процедуры проверки подтверждения сделки и оглашения ее результатов. Для такой процедуры, как регистрация в ответ на предложение рекламодателя, вы бы использовали целевую страницу и страницу подтверждения. Используя Гугл Аналитикс (Администратор > Цели) вы можете установить для отслеживания всевозможные типы целей конверсии.

ЧТО ИСКАТЬ: Уровень конверсии колеблется от 1% до 30% и выше в зависимости от цели вебсайта. Пытаться достичь мифического среднего уровня конверсии 3% - 5% несколько бессмысленно, поскольку (1) этот уровень, возможно, совсем не может использоваться в вашем бизнесе, и (2) достижение среднего показателя не должно быть самоцелью. Тем не менее, все, что менее 1% - это сигнал о большой опасности и, как правило, может быть связано со скудным пользовательским опытом, неубедительной копией, отсутствием мотивации к действию и ужасающим процессом регистрации или ее проверкой.

Способы совершенствования: Для оптимизации уровня конверсии сайта вы должны ...

     - вложиться в качественную копию, которая просвещает и поощряет конверсию;

     - вводить в работу и проверять различные позывы к действию до тех пор, пока не будут обнаружены наиболее эффективные;

     - упростить регистрационные процессы;

     - сосредоточиться на активно нацеленных, заинтересованных посетителях на свой сайт.

Анализ стратегии ключевых слов

Работает ли у моя стратегия ключевых слов?

Направив маркетинговую стратегию на неправильные ключевые слова, ваш бизнес может потерять деньги, и вы потратите свое время впустую. Чтобы убедиться, что вы на правильном пути, проанализируйте следующие моменты, которые помогут вам принять верное решение:

- тенденции органического трафика;

     - участие органического трафика;

     - участие оплаченного трафика.

Тенденции органического трафика анализируются, чтобы ответить на один простой вопрос ... растет ли сайт в органическом трафике каждый месяц?

Как его отслеживать: Гугл Аналитикс является одним из лучших и простых инструментов, чтобы получить необходимые данные с помощью отчета о закупках (Приобретение> Обзор или каналы) или сравнивая конкретные промежутки времени, либо путем расширения диапазона дат в течение продолжительного времени, (например, 6 месяцев). Ваш линейный график должен расти неуклонно вверх и вправо.

ЧТО ИСКАТЬ: Если ваш органический трафик застыл или отвалился в течение продолжительного периода времени, значит, сайт мог стать (1) жертвой стратегии неэффективных ключевых слов, (2) ему не хватает качества, соответствующего содержания или (3) работа сайта приостановлена (предполагается, что весь органический трафик приблизился к нулю).

Способы его совершенствования: Чтобы увеличить органический трафик сайта, вам необходимо ...

- оптимизировать существующие страницы под самые выгодные ключевые слова;

   -  продолжать добавлять и способствовать продвижению нового контента сайта;

   -   укреплять новые и уже существующие отношения для получения авторитетных обратных ссылок на ваш контент.

Оценка взаимодействия органического трафика является одним из лучших способов проверить, на правильные ли ключевые слова вы опираетесь. Позитивные тенденции могут означать, что вы набираете силу, но это необязательно означает, что вы двигаетесь в верном направлении.

Как его отслеживать: изучив Гугл Аналитикс (Закупка> Каналы> Органические> Поведение / Конверсия), инструменты для вебмастера поисковой системы Гугл (Поиск Трафик> Поиск запросов) и, возможно, некоторые дополнительные инструменты, такие как сервис для исследования конкурентов SEMRush (Органические исследования> Изменение позиции), вы не должны испытать никаких трудностей, определяя, на правильном ли вы пути.

ЧТО ИСКАТЬ: сигнал опасности вы будете искать при оценке органического поискового трафика, когда у него будут (1) высокие показатели отказов, (2) сократится продолжительность нахождения посетителей на сайте, (2) снизится уровень впечатлений / рейтингов и (3) сократятся показатели кликабельности.

Способы его совершенствования: Для оптимизации стратегии ключевых слов необходимо сначала узнать, кто ваша целевая аудитория и какая информация им нужна и необходима. Как только вы получите эту информацию, вы сможете переориентировать свою стратегию ​​ключевых слов по ключевым словам / страницам, которые соответствуют следующим критериям ...

- имеют высокий уровень вовлеченности;

     - имеют низкие показатели отказов;

     - производят конверсию;

     - обеспечивают трафик, который соответствует # 'S 1, 2 и 3.

Оценка вовлеченности платного трафика, безусловно, имеет свои особенности для тех, кто специализируется на платных рекламных кампаниях (например, сервис контекстной рекламы «Гугл Адвордс», объявления поисковой системы Bing, объявления в Фейсбуке, размещение объявлений и т.д.)

Как его отслеживать: Если вы платите за трафик из другого источника, тогда внимательно следите, как ваши деньги расходуются и какой коэффициент рентабельности инвестиций вам это приносит. Существует множество показателей, чтобы отслеживать вовлеченность, но, в конечном итоге, уровень конверсии / коэффициент рентабельности инвестиций являются единственными, имеющими значение, если вы не просто платите за процесс развития и создания бренда.

ЧТО ИСКАТЬ: Вот некоторые показатели, которые без промедления сообщат вам, что кампании не являются эффективными: (1) Стоимость за клик увеличивается без повышения конверсии, (2) расходы по закупкам увеличиваются, (3) показатели отказов платного трафика и продолжительность сеанса ухудшаются и (4) возрастают представления без увеличения трафика или конверсии.

Как его улучшить: Чтобы увеличить оплачиваемый рекламный бюджет, необходимо запустить умные, целевые и эффективные кампании. Лучшие рекомендации для достижения этой цели ...

- поделить на сегменты группы ключевых слов, чтобы привести в соответствие различные этапы, которые вам в дальнейшем помогут преуспеть;

- использовать специальные длинные ключевые слова, чтобы отфильтровать ненужный трафик;

- произвести сегментирование трафика на собственных высоко релевантных целевых страницах;

     - проверить различные объявления и копию целевой страницы, чтобы найти самый эффективный контент для взаимодействия и конверсии.

 Анализ структуры сайта

Правильно ли выполнена настройка сайта для успешной работы?

Зачастую самые очевидные элементы могут быть незамеченными и, как следствие, игнорируются. К сожалению, последствия от такой невнимательности могут означать разницу между успешным сайтом и напрасно затраченными усилиями. От того, насколько сайт структурирован предписаниями, зависит его дальнейшая судьба. Для положительного исхода должны быть отслежены и оптимизированы следующие структурные элементы:

- удобство и простота использования сайта;

     - Ошибки на странице и ошибки канала;

     - структурированные данные / микроданные.

УДОБСТВО может быть более субъективной метрикой, но это, безусловно, один из наиболее важных элементов успешного сайта, поскольку оно непосредственно влияет на взаимодействие и уровни конверсии.

Как его отслеживать: С тех пор как удобство, по большей части, опыт посетителей, навигации и простоты использования, необходимы некоторые отчеты и инструменты для получения ценной информации об этой метрике. Один из таких отчетов предлагают Гугл Аналитикс (поведение> расширение Пейдж Аналитикс). Альтернативные инструменты, такие как тепловая карта кликов Крейзи Эгг, сервис слежки за пользователями Кисс Метрикс и инструмент создания запросов Куалару могут предложить схожие базовые точки, где пользователи кликают, какую информацию информация, они хотели бы видеть и то, что имеет либо не имеет отношение к ним.

ЧТО ИСКАТЬ: Вот некоторые элементы, которые приводят к низкому уровню удобства на отдельном вебсайте: (1) сайт не отвечает требованиям адаптивности, (2) на сайте используется слишком много графики или javascript для загрузки / отображения важных элементов, (3) навигация слишком сложная и запутанная и (4) содержание и формы слишком сложны для понимания и использования.

Как сделать сайт более удобным: Лучший способ избежать этих ловушек и сделать свой ​​сайт максимально удобным -это ...

- сделать свой ​​сайт работающим с высокой скоростью, поскольку это применимо для всех устройств;

     - настраивать все проще, особенно навигацию, формы и сообщения.

Ошибки на страницах и ошибки канального уровня часто игнорируются и почти никогда не фиксируются. В результате посетители получают страницы с ошибками и, как правило, вынуждены покинуть сайт из-за в замешательстве или разочаровании. Кроме того, эти ошибки могут негативно сказаться на заработанном значении поисковой оптимизации сайта.

Как их отслеживать: Что забавного в том, что процедура проверки и исправления ошибок канального уровня относительно проста. Есть некоторые уникальные средства, которые будут сканировать вебсайт и выдавать доклад разбитых внутренних и внешних ссылок, изображений и многое другое. Пара наших любимых программ для анализа сайтов - Скриминг Фрог и Интегрити, и расширение Check My Links для Гугл Хром.

ЧТО ИСКАТЬ: Случается, что на странице есть битая ссылка или ошибка, но может быть непонятна причина этих проблем, например, бывает: (1) изменение в адресе страницы, (2) пользователи вводят адреса с орфографическими ошибками / неправильно набирают на клавиатуре и (3), компоновка вебсайтов переходит в автономный режим или режим удаления обратных ссылок.

Как его улучшить: Вот некоторые рекомендации по сокращению, предотвращению и очистке ссылок и ошибок на странице ...

- последовательно использовать инструменты, перечисленные выше, для определения ошибок;

    -   переориентировать сломанные, но часто посещаемые страницы;

    -   смиритесь с полезной ошибкой 404, чтобы удержать посетителей на сайте.

Структурированные данные, или микроданные, становятся все более важными, поскольку основные поисковые системы и социальные сети тянут более точную информацию с вебсайтов, чтобы обеспечить своих пользователей более точной информацией и положительными эмоциями.

Как отслеживать: Хотя структурированные данные - более новая разработка, по сравнению с большинством традиционных веб-стандартов, уже есть несколько удобных инструментов для проверки и подтверждения надлежащего использования. Пара, которая нам особенно нравится, это Мастер Разметки Структурированных Данных от Гугл, Валидатор от Яндекс и на Вордпресс плагин Схема Криейтер от Рейвен Тулз.

ЧТО ИСКАТЬ: Вот некоторые неудобства, если на сайте не используются структурированные данные: (1) социальные сообщения выталкивают неверные заголовки и изображения, (2) непринимающие много информации расширенные поисковые сниппеты (например, результаты меню) и (3), отсутствует более организованная, хорошо помеченная кодовая база для возможных будущих изменений алгоритма, которые поддерживают структурированные данные.

Как их улучшить: Используя инструменты, перечисленные выше, вы можете легко начать со структурированных данных на сайте. Это не только желание извлечь выгоду с сайта сейчас, но структурированные данные вполне могут помочь вам встать на ступень выше, и когда они будут все больше распространены и важны, убедитесь, что ...

- используете инструменты, рассмотренные выше;

     - проверьте реализацию структурированных данных с Гугл, проверенных с помощью инструментов для вебмастера.

Анализ поисковой оптимизации

Правильно ли мой сайт оптимизирован для ее проведения?

Из всех запросов, которые мы получаем для анализа сайта, есть один элемент, который характеризует сайт как нельзя лучше – поисковая оптимизация. Все больше предпринимателей знакомы с этой аббревиатурой (SEO) и понимают важность эффективной поисковой оптимизации. Следующие факторы имеют решающее значение для успеха поисковой оптимизации, поэтому мы включаем их в наш подробный анализ:

- элементы на странице;

- технические характеристики поисковой оптимизации.

Элементы на странице являются основными строительными блоками стратегии звуковой оптимизации. Эти элементы являются относительно легкими для проверки, но требуют базового понимания того, что ищут поисковые системы.

Как их отслеживать: Обзор и отслеживание на странице элементов поисковой оптимизации можно сделать с помощью нескольких способов, например, наблюдать, как сайт перемещается можно с помощью Screaming Frog, используя режим разработчика на любимом браузере или просто глядя на расширение HTML каждой страницы вашего сайта.

На что обратить внимание: Самые опасные ситуации, на которые нужно обратить внимание при анализе элементов на странице: (1) дублирование тегов заголовков и мета описаний всех страниц, (2) отсутствие тегов заголовков и атрибутов изображений, (3) неправильная внутренняя и внешняя ссылки.

Как улучшить ситуацию: Как только проанализируете каждую критическую страницу вашего сайта, вы захотите убедиться, что промахи в работе не преследуют сайт. Что еще более важно, вы захотите приняться за дело ...

- делая для каждой страницы уникальные и действенные теги заголовков и мета описания;

  - тщательно форматируя каждую страницу и публиковать с помощью плагина Header Tags ;

   - оптимизируя каждое изображение с соответствующим заголовком и альт атрибутами;

- приводя в порядок поток ссылок путем добавления / удаления внутренних связей и внешних ссылок по мере необходимости.

Техническая поисковая оптимизация так же важна, как и элементы, правильно расположенные на странице. Обращаясь к опытной поисковой оптимизации, поиск и разрешение технических вопросов - ее вторая натура. Для большинства непросвещенных людей, это может привести к путанице и ее превосходству. Удивительно, хотя, большинство технических проблем поисковой оптимизации довольно легко обнаружить и устранить ... если знаете, где искать причину.

Как ее отслеживать: Как и внутренняя оптимизация элементов, просмотр и отслеживания технической оптимизации может быть произведен через некоторые часто используемые инструменты, такие как Screaming Frog (или любой медленно продвигающийся по инструментам отчетности сайт) и режим Разработчик на любимом браузере. Тем не менее, выберете одно место, которому собираетесь уделить больше времени, кроме внутренней оптимизации с помощью инструментов Гугл и средств вебмастеров Bing Webmaster Tools.

ЧТО ИСКАТЬ: Есть много сигналов опасности технической оптимизации, о которых нужно знать, вот наиболее важные из них: (1) вопросы канонизации, (2) отсутствуют или неправильно установлены карты сайта формата HTML и XML, (3) неправильные текстовые файлы, предназначенные для роботов поисковых систем и (4) неэффективное осуществление, или отсутствие редиректа как такового.

Как повысить уровень оптимизации: Зная, что необходимо исправить и как это сделать, вопросы технической оптимизации могут означать разницу между тем, индексируется ли ваш сайт должным образом и находится в топе или нет. Как уже упоминалось, есть много инструментов, чтобы проверить и оптимизировать процессы, но если вы ищете быстрых побед, тогда начните со следующих шагов ...

-  убедитесь, что ваш сайт разрешает одну из версий адреса, чтобы избежать проблем канонизации;

  - оптимизируйте и загрузите карты сайта формата XML в Webmaster Tools;

    - будьте осторожны, не блокируйте поисковые системы от сканирования и индексирования важных частей сайта;

     - используйте 301 редирект, а не 302, за исключением случаев, когда вам действительно необходимо что-то временно перенаправить.

Анализ контент-стратегии

Работает ли моя контент-стратегия?

Не думаете ли вы, что контент маркетинга просто является еще одним модным словом; контент маркетинга работает в полную силу, когда вы знаете, что вы делаете. А поскольку содержание столь важно для успеха сайта, мы считаем, что он должен быть неотъемлемой частью любого анализа сайта. В частности, эти элементы контент-стратегии должны отслеживаться и анализироваться:

Качество содержания

Применение контента

Качество содержания - то, чем разбрасываются многие маркетологи. Часто раздражает слышать об этом снова и снова, особенно, когда нет никакого контекста или каких-либо особенностей относительно того, что термин "качество" на самом деле означает. Наше объяснение, представленное ниже, должно помочь, но не обольщайтесь ... качество, конечно, должно быть в центре вашего внимания.

Как отслеживать содержание: Количественная оценка качества контента может показаться несколько сложной, если вы не знаете, где и как искать. Некоторые полезные инструменты для замера качества контента вращаются вокруг читаемости сайта. Некоторые инструменты, которые нам нравятся – приложение Хемингуэй Эпп и Скрайб для системы управления WordPress.

ЧТО ИСКАТЬ: Даже при том, что «качество» является более субъективной метрикой, существуют еще некоторые наиболее общие вопросы, которые необходимо рассмотреть, так как они могут быть количественными, такие как (1) длина, (2) форматирование и (3) уникальность.

Как улучшить содержание: При проверке качества содержания сайта вы можете довольно легко определить проблемы, описанные выше. Постановка этих вопросов должна быть очень простой на данном этапе. Чтобы быстро достичь результатов, сделайте эти преобразования наиболее важного контента...

- если ваша информация оказывает сильное воздействие и окажется полезной в краткой форме, тогда составляйте текст, насчитывающий не более 1000 слов;

  - используйте надлежащее форматирование (заголовки, списки, блоки цитирования и т.д.), чтобы сделать ваш контент более читабельным, насколько это возможно;

     - обновите уже бывшую актуальной информацию вашим уникальным мнением или вновь открывшимися обстоятельствами.

Взаимодействие контента - одна из самых простых характеристик для отслеживания, но часто самая забытая или игнорируемая метрика. Зная, насколько успешно часть контента приводит к определенных целям и задачам, взаимодействие контента должно быть одним из главных приоритетов в любом анализе сайта.

Как его отслеживать: Как упоминалось ранее, взаимодействие контента может и должны отслеживаться очень легко. Это может быть сделано просто через Гугл Аналитикс (Поведение> Содержание сайта> все страницы). Будьте уверены, что у вас есть критические цели и описание настроек, иначе вы будете просто считать метрики ненужными. Еще одним инструментом, который может быть полезным для оценки социального взаимодействия, является инструмент BuzzSumo.

На что обратить внимание: При рассмотрении отчетов о контенте сайта сконцентрируйтесь на этих метриках: (1) среднее время на странице, (2) показатель отказов и показатель выходов, (3) социальная активность и (4) уровень конверсии.

Как его улучшить: Поскольку вы собираете и анализируете взаимодействие данных своих конечных целей, необходимо улучшить свой контент, чтобы произвести больше конверсий и больше поощрять социальный обмен. Для достижения этих целей мы рекомендуем ...

- сделать свой контент достоверным и интересным, насколько это возможно, путем включения фактов на основе исследования;

  - добавить изображения, графики, видео, чтобы разбить текст;

    - сделать его доступным для посетителей, чтобы они могли поделиться и прокомментировать ваш контент;

    - добавьте очевидные, соответствующие, одновременно не менее привлекательные призывы к действию, чтобы подтолкнуть посетителей к конвертированию.

Анализ стратегии построения ссылки

Работает ли моя стратегия построения ссылок?

Если вы хотите, чтобы сайт занял достойное место и имел разнообразные источники трафика, вы должны инвестировать время и ресурсы в стратегию построения звуковых ссылок. Обратные ссылки из соответствующих, авторитетных, поддерживаемых общественностью сайтов, завершают всеобъемлющую стратегию поисковой оптимизации, которая устанавливается для обеспечения долгосрочных результатов. Чтобы определить, работает ли ваша стратегия построения ссылок, здесь представлены некоторые важные метрики для отслеживания:

Качество обратных ссылок

     Характеристика обратных ссылок

О качестве обратных ссылок раньше забывали в поисках их количества. У вас была возможность влиять на ранжирование поиска по большим объемам обратных ссылок. К счастью, это ушло в прошлое, тогда как качество стало более важным сигналом для поиска алгоритмов, которые продолжают становиться лучше; это алгоритмы по выискиванию спама или низкокачественных ссылок.

Как отслеживать обратные ссылки: С тех пор, как качество обратной ссылки стало таким важным показателем, отслеживаемым в сообществе поисковой оптимизации, появилось множество инструментов, разработанных для измерения этого показателя. Два из наших фаворитов: инструмент для анализа ссылочной массы Open Site Explorer от Moz и сервис проверки обратных ссылок с сайтов Ahrefs. Используя компоненты анализа ссылок этих инструментов вы можете быстро получить картину фактического качества обратных ссылок.

ЧТО ИСКАТЬ: При использовании этих инструментов, чтобы оценить каждую выбранную вами обратную ссылку, убедитесь, что любая из них (1) появляется из домена с высоким уровнем авторитетности, (2) появляется со страницы с высокой авторитетностью, (3) не использует спам или вводящий в заблуждение якорный текст и (4) не имеет сотни других обратных ссылок на той же самой странице, ведущих на другие сайты.

Как улучшить качество обратных ссылок: Вот несколько проверенных способов привлечения обратных ссылок, которые отвечают этим критериям и имеют большую потенциальную ценность для вас ...

- разработать и поделиться уникальным, дающим пищу для размышлений контентом на вашем сайте и на других соответствующих вебсайтах;

- построить сотрудничество с авторитетными писателями, редакторами и журналистами, чтобы стать справочником для их статей;

    - найти сайты, уже обеспечивающие такие связи и обратиться к ним с предложением, чтобы стать одной из их ссылок.

Эффективность работы обратных ссылок так же, как и взаимодействие контента, необходимо отслеживать, наряду с данными, которые легко вам доступны; наблюдение расскажет вам, стоит ли потраченного времени и ресурсов созданная вами ссылка.

Как отслеживать ссылки: Для отслеживания эффективности обратной ссылки можно просто сослаться на вашу статистику Гугл Аналитикс (приобретение> все рефералы). Этот отчет поделит на категории весь реферальный трафик и позволит вам глубже изучить данные, чтобы определить, принесут ли эти реферальные источники реальную выгоду сайту.

ЧТО ИСКАТЬ: Когда просматриваете данные на признаки плохой работы, следите внимательно за тем, что: (1) практически нет трафика от приобретенных источников, (2) практически отсутствует сотрудничество (акции, переходы, продажи) от ссылок, возникающих от приобретаемых источников и (3) практически не наблюдается развитие органического поискового трафика / рейтинга.

Как улучшить работу ссылок: Поскольку обратные ссылки приходят с сайтов, над которыми у вас нет никакого контроля, в ваших интересах сделать как можно больше исследований заранее, чтобы убедиться, что ваши ссылки будут в полной мере работать на вас. Здесь представлены несколько лучших способов, чтобы проверить, что некоторые обратные ссылки принесут пользу сайту ...

-  убедитесь, что ссылка расположена на видном месте на странице, которая имеет высокий рейтинг и кроме того, если таковые имеются, обратные ссылки на другие веб-сайты;

  - используйте инструмент BuzzSumo, чтобы проверить социальную активность и популярность страницы, на которой вы хотите разместить ссылку;

   - спросите у вебмастера, сколько трафика страница получает и какие типичные показатели взаимодействия находятся на аналогичных страницах (например, клики, переходы и т.д.)

Анализ стратегии продвижения в социальных медиа

Работает ли моя стратегия продвижения в социальных медиа?

Когда дело доходит до социальных медиа или большинства других интернет-маркетинговых стратегий, у вас есть два выбора; (1) уйти в нее с головой и заставить работать на вас или (2) утверждать, что она не работает и продвигаться к цели.

К сожалению, до сих пор существует много предприятий, которые предпочитаю последний вариант. Для тех, кто взобрался на вершину и хочет продолжать совершенствование социальной медиа стратегии, здесь представлены конкретные элементы для ее отслеживания:

- динамика;

- взаимодействие;

 - эффективность.

Динамика как метрика в аудите сайта четко информирует о том, на каких социальных сетях следует сосредоточиться, и позволяет иметь соответствующие установки, конструкции и уровень оптимизации на месте по каждому из этих счетов, профилей и страниц.

Как отслеживать стратегию: Не существует никаких инструментов или отчетов для предоставления вам информации о том, на какую социальную сеть направить свои усилия или правильно ли ваш аккаунт настроен, но пользуясь некоторыми указаниями и здравым смыслом, вы сможете отметить эту задачу как решенную. Самый лучший и первый вопрос, который необходимо себе задать: "Где мои целевые клиенты и каковы перспективы нахождения онлайн в Интернете?"

ЧТО ИСКАТЬ: После того как вы выясните, где создать свои аккаунты социальной медиа и установить настройки страниц и профилей, вам необходимо убедиться, что ваши аккаунты являются причиной следующего: (1) неполной информации, (2) неиспользования обычного, профессионального профиля и фотографий на обложке страницы, (3) а также преимуществ обратных ссылок и (4) неиспользования уникального веб-адреса.

Как улучшить стратегию продвижения в социальных медиа: Настроить аккаунт социальных медиа не составляет особого труда; однако, сделать установку полностью и правильно - это то, что многие предприятия до сих пор, кажется, игнорируют и / или борются с этим. Следуйте этим рекомендациям, и вы встанете на путь к более эффективному размещению социальных медиа ...

- заполните все имеющиеся поля, которые предлагаются, в качестве дополнительной информации о том, что вы предоставляете на сайте, как нельзя лучше;

   - внесите плату, чтобы иметь пользовательскую обложку, уникальные профильные и фоновые изображения;

     - используйте правильно поля для гиперссылок, вставив соответствующий уникальный адрес веб-сайта;

    - сделать недоступным уникальный веб-адрес страницы или закрыть профиль для успешного продвижения сайта.

Взаимодействие, вероятно, самый актуальный и важный показатель, чтобы остаться на вершине, когда дело доходит до аудита социальной медиа стратегии. Как и социальные медиа, коэффициент рентабельности инвестиций становится проще и более понятнее, поскольку весь процесс может измениться. До тех пор одна из ваших главных целей социальной медиа стратегии должна заключаться в поощрении самого / успешного возможного взаимодействия.

Как отслеживать стратегию: Отслеживание взаимодействия социальных медиа, на самом деле, довольно простая процедура благодаря множеству инструментов, плагинов и виджетов, доступных для маркетологов и веб-мастеров. Каждая социальная сеть (например, Фейсбук и Твиттер) предоставляет свои собственные инструменты отчетности о взаимодействии, которые, фактически, довольно хорошо представлены. Если вы ищете то, что сосредотачивает большинство необходимых данных в одном месте, используйте Гугл Аналитикс (ПРИОБРЕТЕНИЕ> СОЦИАЛЬНАЯ> ОБЗОР) или проверьте такие инструменты, как сервис для анализа активности компании SumAll, Domo или Соцфункции.

ЧТО ИСКАТЬ: Отслеживая взаимодействие и анализируя данные, наблюдайте за следующими сигналами опасности: (1) чтобы никто не ставил лайки под сообщениями, (2) чтобы никто не комментировал посты, (3) чтобы никто не делился сообщением и (4) на очень короткую продолжительность сеанса за получение страницы.

Как улучшить стратегию: После того как вы стали иметь надлежащий контроль и отчетность на местах, попробуйте применить некоторые из наших рекомендаций по взаимодействию социальных медиа, чтобы посмотреть, как они повлияют на уже существующие недостатки;

- рассмотреть вопрос об уплате, что содействует определенным обновлениям в социальных медиа, чтобы расширить свою экспозицию;

    - задайте провокационные вопросы или ведите опросы, чтобы подтолкнуть людей к взаимодействию;

   -   запустите конкурсы или предлагайте купоны, чтобы подтолкнуть людей делиться;

- адаптировать свой ​​контент для вашей целевой аудитории, чтобы заинтересовать и занять посетителей, как только они попали на страницу вашего сайта.

ДИНАМИКА, как упоминалось выше, традиционно является одной из сложных метрик для отслеживания социальных медиа, в частности, коэффициента рентабельности инвестиций. По этой причине многие предприятия продолжают отодвинуть в сторону социальные медиа как жизнеспособные маркетинговые стратегии онлайн. Этого можно избежать, когда знаете, что необходимо отслеживать, как отслеживать и где отслеживать социальные показатели медиа.

Как отслеживать: Во всяком случае, раньше было гораздо труднее определить социальную квоту или как, в действительности, любой тип ценности, что положительно повлияло на конечную прибыль компании. Теперь, благодаря отчетам, предоставленным Гугл Аналитикс (приобретение> СОЦИАЛЬНЫЕ> конверсии), довольно просто увидеть, окупаются ли ваши усилия социальных медиа.

На что обратить внимание: Так как эффективность - это все то, что влияет на практический результат, то вот два главных показателя, которые необходимо искать при оценке данных социальных медиа: (1) конверсии и (2) конверсии, приносящие выручку.

Как улучшить стратегию: Для оптимизации социальной медиа-стратегии для увеличения числа конверсий, особенно тех, которые приводят к увеличению доходов, необходимо сначала определить, какая стратегия приемлема для вас. После того, как сделаете это, вы будете знать...

 - на каких социальных сетях сосредоточиться;

     - какой тип контента и обмена сообщениями использовать для поощрения участия в этих сетях;

    - что побуждает к использованию действий и контента на страницах, где гонят социальный медиа трафик.

 Отслеживание и анализ отчетов

Есть ли у меня верный отчет / настройки отслеживания?

Мы можем распечатать последний, однако, правильный отчет и отслеживание ситуации должно быть главным приоритетом для любого владельца сайта / бизнеса. Как вы уже, наверное, заметили, посредством других компонентов аудита сайта, поддающихся анализу, верные данные имеют решающее значение для создания лучших маркетинговых решений. Вот основные элементы отслеживания, которые вы должны правильно настроить (это как минимум):

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Инструменты вебмастера.

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ могут быть получены различными способами и с помощью самых разных инструментов. Однако, трудно поспорить, что наиболее авторитетным и распространенным является Гугл Аналитикс, поэтому мы работаем над аудитом сайта, основываясь на этих данных. Конечно, где это возможно, мы получаем сведения из других источников и пользуюсь другими инструментами, рекомендую и вам поступать также.

Как их отслеживать: Что делает Гугл Аналитикс столь мощным инструментом для отслеживания информации на вебсайте, так это то, что он проделывает огромную работу, как по отношению к новичкам, так и к продвинутым пользователям. Можно проанализировать отчеты, чтобы увидеть очень высокий уровень, легкая для понимания информация или данные могут быть «нарезаны» экспертами-аналитиками, показав то, что менее опытные пользователи могут не заметить.

ЧТО ИСКАТЬ: Что касается сигналов опасности, на которые нужно обратить внимание при настройке отслеживания сайта, в данном случае Аналитикс, то основные вещи, которые мы ищем, становятся более очевидными: (1) Код отслеживания должен быть установлен должным образом на каждой странице соответственно. (2) Отслеживания переходов должны быть настроены правильно для подсчета переходов, продаж и т.д.,

(3) Должны быть применены фильтры во избежание ненужного трафика и искажения отчетов и (4) Панели должны быть настроены для быстрого доступа / анализа общих отчетов.

Как улучшить их: Чтобы избежать этих распространенных ошибок, и чтобы вы смогли работать с самыми лучшими показателями, необходимо убедиться, что ...

-добавлен код отслеживания на каждой странице сайта, которую вы хотите отслеживать (как правило, в верхнем или нижнем колонтитуле);

- настроены изменения целей для каждого действия, которому вы выставили атрибут «успех» (например, регистрации, запросы, загрузки, покупки и т.д.);

- добавлены фильтры для предотвращения подсчета трафика с ваших IP-адресов или IP-адресов ваших сотрудников, чтобы не исказить фактические данные посещаемости;

- настроены пользовательские панели и/или отчеты по электронной почте для вас и других заинтересованных сторон на постоянной основе.

Инструменты вебмастера резко эволюционировали на протяжении последних нескольки лет в один из полезных инструментов отслеживания веб-сайта, доступных для маркетологов и владельцев бизнеса. Однако, одной из самых сложных проблем, которые мы видим в инструментах вебмастера является то, что они обычно игнорируется или никогда не ставятся в первую очередь – в любом случае, это позор. В инструментах вебмастера содержится невероятно мощная информация, убедитесь в этом, чтобы воспользоваться ею.

Как отслеживать их: Имеются два основных источника управления и мониторинга сайта с помощью основных поисковых систем – это инструменты вебмастера от Гугл и инструменты вебмастера от Bing. С этих двух систем вы можете отслеживать вопросы сайта, вопросы медленного продвижения, скорость / рекомендации по производительности, информационные поисковый запрос и многое другое.

ЧТО ИСКАТЬ: Если идти дальше по отчетности инструментов вебмастера вашего сайта, есть, конечно, некоторые важные моменты, которые помогают следить за улучшением сайта и служат для предотвращения управляемых проблем, таких как: (1) предупреждающих сообщений о вредоносных программах или штрафах на сайте, (2 ) падение рейтинга показов и кликов по результатам органического поиска, (3) падение или ошибки с проиндексированных страниц и (4) падение скорости при загрузке страниц .

Как улучшить инструменты: Если вы постоянно контролируете сайт через инструменты отчетности вебмастера, то будете иметь гораздо больший толчок к тому, чтобы узнать, как ваш сайт выполняет свои функции в основных поисковых системах. Кроме того, сможете найти возможности для его улучшения, например, такие ...

- владея информацией, сократить ссылки сайта, которые неуместны или не приносят изменений;

  -   обладая знаниями, оптимизировать теги заголовков или мета описания для увеличения кликов по рекламе, повышая тем самым рейтинг поисковых результатов;

     - приостановить работу поврежденных страниц или страниц с ошибками, эти вопросы могут быть решены быстро, либо переадресованы;

    - получить совет по увеличению скорости с целью повышения производительности напрямую от Гугл / Бинг, производя тем самым лучшие впечатления на пользователей.

Это полное руководство, конечно, содержит много информации, но даже если убрать один или два пункта действий, вы станете гораздо ближе на пути к лучшим результатам по работе сайта.

Тем не менее, реальность такова, ... пока еще вы – маркетолог, работающий дома и ваша личная ответственность заключается в повышении производительности от онлайн-инициатив; тогда у вас, в действительности, не будет дела, на которое вам нужно будет тратить свое ​​драгоценное время, чтобы сделать собственный подробный анализ сайта.

Мы, конечно, ценим ваш энтузиазм, хотя…

Вместо этого, вы должны сосредоточить свои усилия на должностных обязанностях, которые можно напрямую контролировать и которые лучше всего подходят, чтобы помочь в получении чистой прибыли вашей компанией. Время, проведенное в другом месте - это медвежья услуга для себя и компании.

По этой причине мы рекомендуем воспользоваться нашим предложением, чтобы получить бесплатный анализ сайта / консультации от одного из наших опытных веб-стратегов. Мы делаем это ежедневно, и хотелось бы использовать наше время, чтобы помочь сохранить ваше.

Готовы ли вы, наконец, получить ключевые идеи по улучшению своего сайта, проведя его тщательный анализ?