# Увеличение конверсии сайта

О понятии конверсии осведомлен каждый владелец коммерческого сайта. По сути, конверсия — это процентное соотношение посетителей интернет-ресурса, с теми пользователями, которые совершили в конкретный промежуток времени определенные целевые действия, то есть перешли по ссылке, скачали файлы, купили товар, подписались на рассылку, заказали услугу, сделали звонок в компанию и т.д.

Даже если сайт не сходит с первых позиций поисковых систем и имеет высокий трафик, это не значит, что посетители станут потенциальными покупателями. Увеличение продаж товаров или услуг зависит от активности пользователей. Однако в большей степени на успешные продажи влияет именно уровень конверсии сайта.

## Расчет конверсии

По показателю конверсии можно судить об эффективности сайта. С нулевой или минимальной конверсией продвижение в ТОПе выдачи не даст эффективного результата. Расчет Conversion Rate (CR) производится по формуле А/В \* 100 %, где А — количество целевых пользователей, В — количество посетителей сайта. То есть если в течение месяца сайт посетили 5 тысяч человек, а сделали целевые действия 100 пользователей, то конверсия сайта составит 2%. В целом, это не высокий показатель. В среднем, норма конверсии — от 1 до 5 %. Низкий процент конверсионного уровня — 1 %, когда лишь один из ста пользователей ресурса совершает покупку товаров/услуг.

При этом рассчитать оптимальный показатель для всех сайтов — невозможно, для каждого конкретного интернет-ресурса SEO-специалист проводит персональный анализ с использованием тех площадок, которые дают исчерпывающую информацию о посетителях. Достичь высокой конверсии сайта — более 5 %, возможно только за счет проведения поэтапной профессиональной работы. В обратном случае, низкая конверсия приведет к бессмысленным финансовым растратам на продвижение и содержание сайта.

Чтобы увеличить конверсию сайта, специалист изначально определяет причину, по которой посетители, так сказать, не становятся покупателями. При этом учитываются все факторы, зависящие от конверсионного показателя: юзабилити, контент и дизайн онлайн-ресурса. Для повышения конверсии, меняется или обновляется наполнение сайта, его внешний облик, а также разрабатывается простой и удобный функционал. Кроме того, при необходимости специалист может сменить семантическое ядро или решить задачи по техническому состоянию сайта, чтобы эффективно повысить конверсионный уровень.

Проверка - https://text.ru/antiplagiat/5acf57a4f3994