

独立站代运营 | 降低独立站跳出率

产品名称	独立站代运营 降低独立站跳出率
公司名称	深圳市云端共赢文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市龙华新区民治大道优城商务大厦
联系电话	暂无

产品详情

跳出率可以衡量一个独立站的消费体验，同样也能衡量流量在独立站转化中的重要节点。消费者体验好、跳出率低的独立站才能够留住消费者，进而实现有效转化。

运用Google Analytics追踪独立站跳出率

Google Analytics（以下简称GA）能够帮助独立站卖家统计独立站跳出率的总体情况，只需在独立站所有页面安装上跟踪代码，卖家就可以在GA中查找到对应的跳出率数值。

在GA中，“跳出”特指仅触发了一次对GA服务器的请求的会话。当消费者只查看了一个独立站页面或者仅触发了一个事件时，GA就会将此次访问视作一次“跳出”。

在GA“所有页面”报告板块，卖家可以查看一个独立站内所有网页的浏览量、进入次数、跳出率和退出百分比等，以便具体分析是哪个页面导致了消费者的跳出，从而进行相应优化。

解决独立站跳出率过高的方法

如何解决上述五种情况导致的独立站跳出率过高？

1、提高独立站页面加载速度

在这个快节奏的时代，消费者耐心有限，独立站网页的加载速度慢是导致跳出率高的最直接原因。试想，当消费者兴致勃勃地打开你的独立站却发现想看的内容迟迟加载不出？这无疑给消费者带来的是很差的浏览体验，会导致很多消费者直接退出独立站，促使跳出率攀升。那如何提高独立站页面的加载速度？

首先我们需要理解，服务器是独立站的核心，选择一个靠谱的服务器是第一步需要做的，如果服务器访问速度不稳定，那做再多优化都白搭。店匠SHOPLAZZA打造的全球一站式零编程SaaS系统采用了亚马逊云服务器（Amazon Web Service，简称AWS），在网站响应速度、稳定性等方面优势显著，为独立站卖家保驾护航，避免因服务器不稳定造成的消费者流失。

当有一个稳定靠谱的服务器之后，就开始尝试做以下的优化内容吧：

检查网站的当前速度

压缩和优化网站内容，比如图片

将网站内容提前缓存到服务器中

将JavaScript和CSS放在外部文件中，使用异步加载

使用CDN加速

避免使用过多网站插件

尽量避免网页跳转

2、设定清晰的站内导航和购物流程引导

跳出率过高也有可能是消费者不知道怎么进行下一步操作。如果独立站内部只有几张无法点击图片展示，没有可以进一步操作的空间，试问消费者该怎么继续停留呢？独立站导航栏设计，避开这些雷区！详细介绍了导航栏的设计原则，可供卖家参考如何设置清晰的站内导航，以便引导消费者的购物旅程。

此外，卖家还需要在独立站内设置清晰明确的icon，给消费者可操作的指引，让消费者有更深入了解的冲动，比如增加一些号召性语言，像Shop Now这样的按钮，引导消费者进行下一步的购物活动，从而使消费者更长久地停留在独立站内进行深度了解，增加转化的几率。

店匠SHOPLAZZA后台提供的独立站店铺模版可以自定义按钮的文案与所要跳转的链接，满足卖家多样化的目的需求。如卖家更想让进入独立站的消费者首先关注店铺的促销活动，将按钮文案改成“ On Sale ”并链接到相应页面即可。

3、丰富站内信息，满足用户需求

消费者在购买商品时有两种决策路径，一种是走核心路径，明确知道自己需要什么，在进入独立站后直奔主题；一种是走边缘路径，消费者对自己意图的判断不甚明确，例如，消费者通过投放的广告“ 滑板鞋 ”进入站内，他是想购买滑板鞋呢？还是想查看滑板鞋的热度排名情况？亦或其他需求？

卖家只能对消费者感兴趣的点进行基本判断，并不能完全洞悉消费者的意图，此时就需要尽可能地丰富站内信息，给予消费者充分的选择空间，才能抓住潜在消费者的眼球，延长他们在站内停留的时间，以便下一步的转化。

在店匠SHOPLAZZA后台可以在多种版位设置商品推荐。例如在应用市场中可以安装博客推荐商品插件，帮助卖家在博客页实现向消费者推荐商品的功能，既借助博客丰富站内资讯信息，又能提升购买转化率。坐享流量复利，独立站Blog营销你会吗？为卖家利用Blog赋能独立站引流、营销和转化提供了详细指导。

4、独立站风格与目标消费人群&品牌调性相匹配

独立站卖家在上新产品时，应该有理想的目标消费人群，转化该部分人群的策略。这就要求卖家在设计之前做好市场调研，充分了解目标消费人群的偏好，做出相应的网站搭建，使独立站足够本地化。

并且，独立站风格需与品牌调性相匹配。例如，站内销售产品是男性香水，而站内设计风格通篇粉色是否会引起消费者不适？设计风格与品牌调性相一致，才能更好地凸显品牌特色，吸引消费者停留。

5、精准广告投放——精确引流

站内进入流量不精准也是导致独立站跳出率高的重要原因。对独立站来说，在做广告投放之前，需要明确目标消费者的诉求，他们购买同类产品时习惯搜索哪些关键字？

比如国内我们更习惯把“Youtube”称为“油管”，在微博上只有跟“油管”相关的话题而没有“Youtube”，因此卖家在设置关键词时一定要充分考虑消费者的行为习惯，如果关键字设置不准确，把一个想买咖啡的人引到了卖牛奶的店铺，消费者自然而然就离开了。

独立站卖家可以在similarweb上查询同类站点关键字的搜索排名，以便对哪些关键字更能吸引目标消费者有清楚的认知。