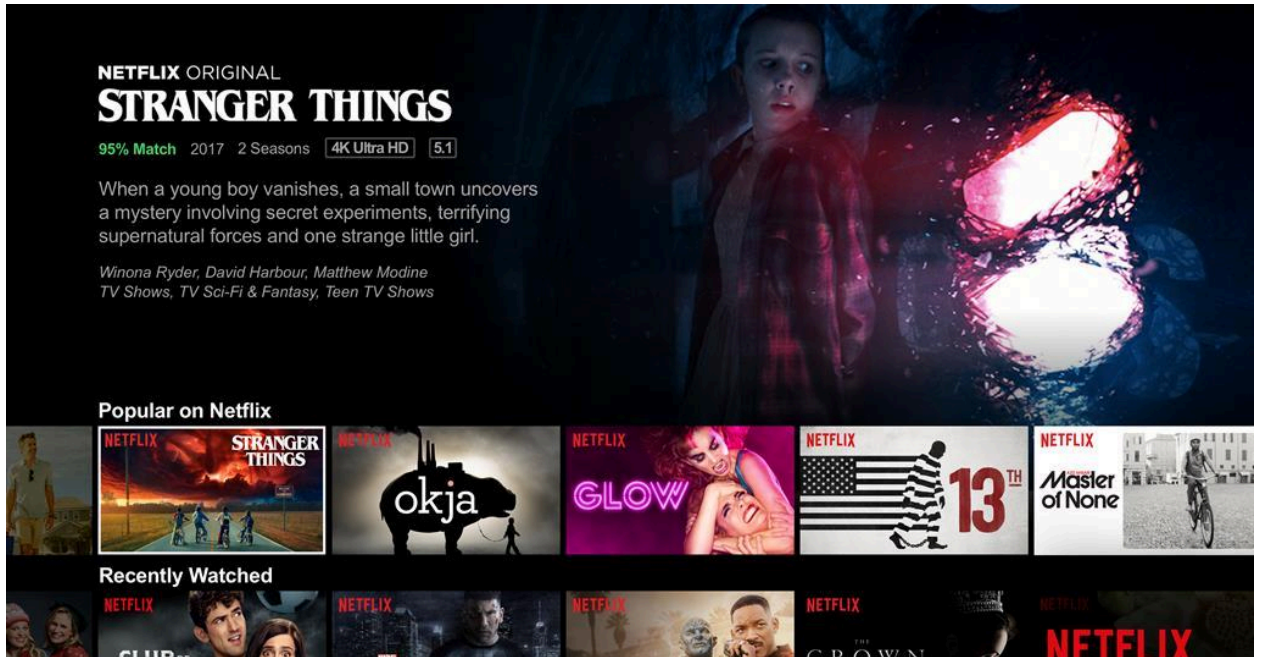


CRO Nedir?

CRO (Conversion Rate Optimization - Dönüşüm Oranı Optimizasyonu) web sitelerini ziyaret eden kullanıcıların site içerisinde yaptığı dönüşümlerin oranlarını artırmaya dayalı bir çalışma biçimidir. Web sitelerini ziyaret eden kullanıcıların deneyimini artırmak adına onlara sunduğumuz site içi değişiklikleri yapmadan önce test ettiğimiz ve bunun sonucunda web sitemiz içerisinde belirlediğimiz hedeflerin yükselmesinde rol oynayan önemli bir sistemdir.

Güncelde ziyaret ettiğimiz ve gündelik kullandığımız birçok web sitesi bu yöntemi kullanmakta ve kullanıcı deneyimlerini buna göre artırmaktadır.



Eğer ki bir Netflix kullanıcısı iseniz bir çok defa CRO sürecine katılmışsınız demektir. Netflix kullanıcılara hangi görselin daha çok dönüşüm getirdiğini ölçebilmek adına her bir içerik görselini her gün birden fazla değiştiriyor ve test sonucunda ise bir içeriğin en çok performans gösteren görselini buluyor.

Peki, Netflix bu kadar küçük bir noktada bile test işlemi gerçekleştiriyor ve CRO bu

kadar hayatımızın içerisinde yer alırken bunu biz kendimiz için nasıl kullanabiliriz hemen bir göz atalım!

CRO Önemi

Temelde 4 aşamadan oluşur ve web sitelerini ziyaret eden kullanıcıların deneyimini artırmak adına onlara sunduğumuz site içi değişiklikleri test ettiğimiz, web sitelerinde tasarım değişikliği yapmadan önce kullanmamız gereken bir sistemdir.

CRO sisteminin çalışma prensibi test etmeye dayalıdır. Web sitenizi ziyaret eden kullanıcılara daha iyi bir deneyim sunabilmek adına öncelikle yapacağınız değişiklikleri test etmeniz gerekmektedir. Site içerisinde ki önemli olarak belirlenen ve kullanıcıların tamamlaması gereken hedefler özelinde yapılacak olan testler ile birlikte burada ki dönüşüm oranları artırılabilir.

CRO Süreci

CRO süreçleri 4 aşamadan oluşmakta olup öncelikle başlanması gereken aşama analiz aşamasıdır;

Analiz Süreci

Öncelikle bu adım içerisinde web sitemiz için öncelikli hedeflerimizi belirlemeliyiz ve kullanıcı davranışını anlayabilmek adına, kullanıcıları hangi aşamada kaybediyoruz? Kullanıcılar web sitemizi ziyaret ediyor mu? Gibi sorulara cevap bulacağımız şekilde siteyi ziyaret eden kullanıcıların yaşadığı problemleri anlayabilmek ve bu açıkları kapatmamız gerekmektedir. Analiz süreci içerisinde ele alabileceğimiz 3 adet ayrı süreç bulunmaktadır. Bunlar;

- Sayısal Analiz
- Görsel Analiz
- Rakip Analizi

Yukarıda ki 3 adım ile birlikte web site içerisinde kullanıcıların yaşadığı problemleri anlamlandırıp burada ki eksik noktalarını nasıl düzelteceğimiz dair hipotezleri belirlediğimiz hipotez aşamasına geçiş yapabiliriz.

Hipotez Süreci

Burada yapılan analizler sonrasında elde ettiğimiz çıktılar ile birlikte siteniz üzerinde test edeceğimiz alanları belirliyoruz. Burada testlerimizi belirlerken alacağımız kararlarda puanlama sisteminin önemli bir yeri bulunuyor. Elde ettiğimiz analizleri kullanacağımız puanlama sistemi ile birlikte puanlamanın ardından önceliklendirme sırasına alıp tasarım aşamasına geçiş yapıyoruz.

Test Oluşturma Süreci

Bu aşamada ise hipotezimizi canlı ortamda görebilmek adına sitede nasıl duracağını belirleyebilmek için tasarımını oluşturuyoruz. Elde ettiğimiz tasarım tek bi varyasyon yerine birden fazla varyasyon olabilir, farklı durumları aynı anda test edebiliriz. Tasarım aşamasını tamamlayıp test edeceğimiz varyasyonları belirlememizin ardından kodlama aşamasına geçip site üzerinde yapacağımız test hazırlık sürecinin son aşamasına geçiş yapabiliriz.

Test Yayın Süreci

Bu aşama oldukça kritik bir önem taşımaktadır. Testimizi yayına alırken yapacağımız tüm işlemler özelinde dikkat etmemiz gerekiyor. Öncelikle testimizi yayına almadan önce kullandığımız test aracı üzerinden, testimizin canlıda nasıl gözüktüğünü kontrol etmemiz gerekiyor. Testimizi yayına almadan önce en önemli konulardan biri ise test süresi boyunca sitemizde bir değişiklik yapmamak. Test yayında olduğu süre boyunca site üzerinde bir değişiklik yapmak veya test kapatıp tekrar açmak testin olumsuz yönde yorumlanmasına verilerin hatalı çıkmasına sebep olacaktır. Testimizi yayına almamızın ardından doğru sonucu bekleyebilmek adına genelde 14 gün sınırimız bulunması verimli olacaktır. Test sonucunda ise verileri inceleyip bir sonra ki aşamada neler yapacağımıza karar vermemizin ardından tekrar 1. Aşamaya dönüp analiz sürecimizden devam edebiliriz 😊

Bu yazımızda genel anlamda CRO Nedir ve aşamaları nasıl konusunda göz attık, bu

aşamalar içerisinde önemli olan kısımlara değindik. Bir sonraki yazımızda görüşmek
zere 😊