

Retailwebsites worden langzamer

08-06-2016 04:50



De websites van grote retailers zijn momenteel gemiddeld zeven procent langzamer dan een jaar geleden. Dat blijkt uit onderzoek van Dynatrace. De lange laadtijden zorgen er volgens de ontwikkelaar voor dat bedrijven inkomsten mislopen en de klanttevredenheid daalt.

Dynatrace voerde een jaar lang elke tien minuten een benchmark uit op de homepages van ruim driehonderd buitenlandse retailers. De gemiddelde responstijd steeg van 4,2 seconden in 2015 naar 4,5 seconden nu. De belangrijkste oorzaak is dat websites zwaarder zijn geworden en meer objecten en elementen van externe partijen bevatten.

Volgens het onderzoek is er een rechtstreeks verband tussen de snelheid en het aantal elementen van derden zoals Facebook en Twitter, het aantal afbeeldingen en andere objecten op de homepage en de paginagrootte. Het gemiddeld aantal elementen van derden steeg van 27 naar 32, het aantal objecten van 134 naar 144 en de paginagrootte van 1,84 MB naar 2 MB.

Klanten verwachten dat een website die ze bezoeken binnen drie seconden geladen is en maar liefst 46 procent haakt af bij vertraging. Moderetailer Nordstrom becijferde al dat een vertraging van slechts een halve seconde leidt tot een elf procent lagere conversie.