А/В тестирование

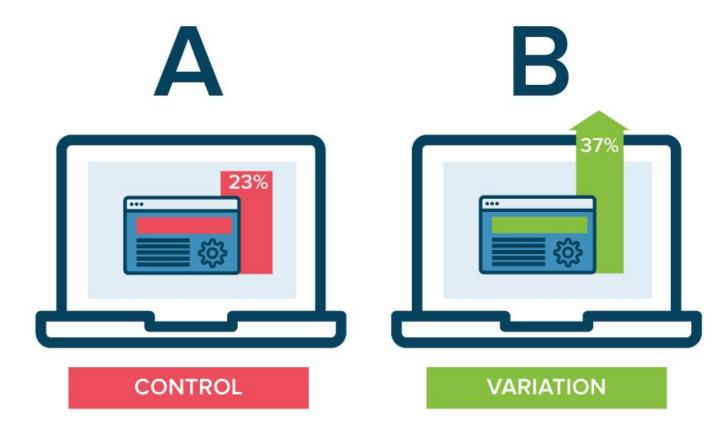
Занятие 1

Мурашкин Вячеслав mvjacheslav@gmail.com

Содержание

- Методология проведения А/В тестов
- Выбор метрики
- Дизайн эксперимента
- Проверка гипотез

А/В тестирование



А/В тестирование

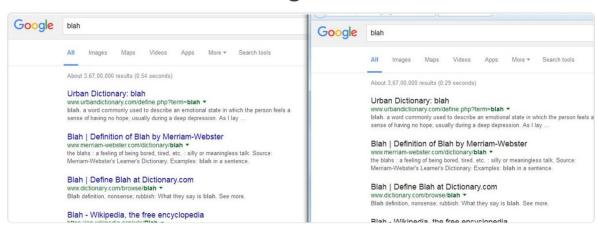
- Метод маркетингого исследования
- Набор пользователей разбивается на контрольную и тестовую группы
- В тестовой группе вносится некоторое изменение
- Эффект от изменений оценивается сравнением целевых метрик в группах

Примеры А/В тестов: интерфейсы

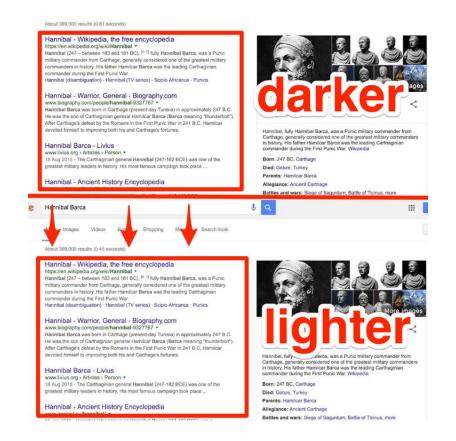




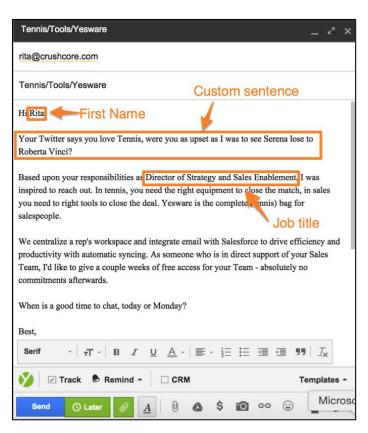
Google doing some A/B Testing with black links? #UX #Webdesign



Примеры А/В тестов: интерфейсы



Примеры A/B тестов: email



Примеры А/В тестов: реклама





Примеры А/В тестов - алгоритмы

Frequently Bought Together



Customers Who Bought This Item Also Bought





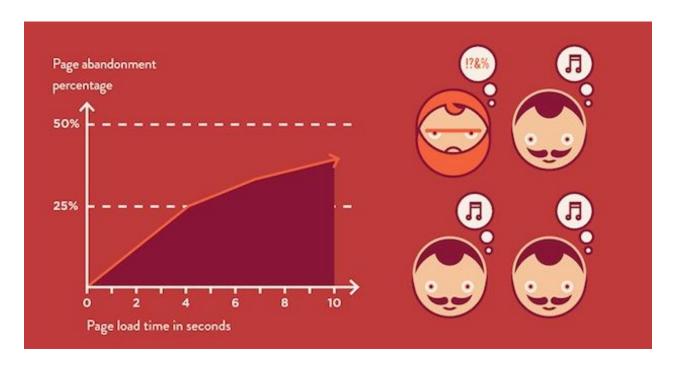
Rich Dad Poor Dad. What The Rich Teach Their Robert T. Kiyosaki (2.825) Mass Market Paperback \$7.19





The Law of Success In Stateen Lessons by ... Napoleon Hill

Примеры А/В тестов - время загрузки страницы



How One Second Could Cost Amazon \$1.6 Billion In Sales

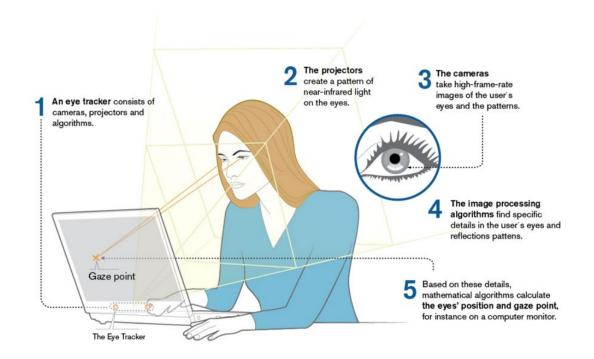
А/В тесты проводить дорого

- Для проведения теста нужна инфраструктура
 - разбиение пользователей на группы
 - сбор и хранение необходимых данных
- Результат нельзя получить мгновенно
 - необходимо время для накопления достаточного объема данных
- В некоторых случаях можно отказаться от проведения А/В теста
 - о если изменение будет в любом случае внесено

Альтернативы А/В тестам

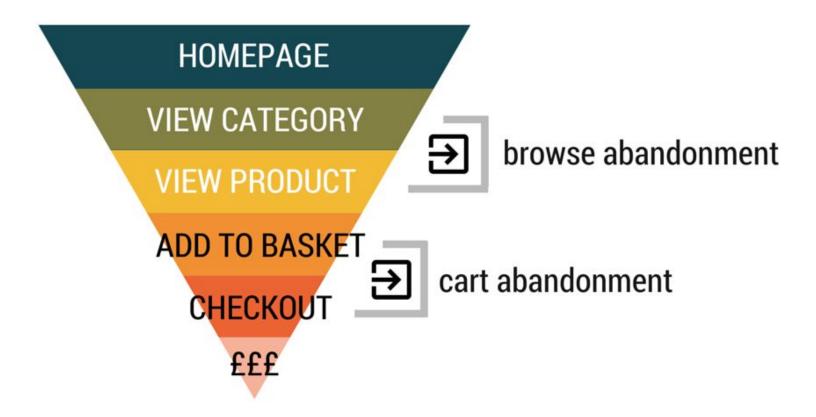
- Qualitative analysis (качественный анализ)
- UX исследования, фокус группы
- Eye tracking
- Опросы

Альтернативы A/B тестам: Eye Tracking



Методология

Методология: воронка интернет-магазина



Методология: воронка интернет-магазина

	CLICKS	USERS
VIEW PRODUCT	10000	100
ADD TO BASKET	100	10
CHECKOUT	50	8

Методология: воронка интернет-магазина

	CLICKS	USERS
VIEW PRODUCT	10000	100
ADD TO BASKET	100 (1%)	10 (10%)
CHECKOUT	50 (20%)	8 (80%)

Методология: метрики

- Метрика выбирается исходя из бизнес-задачи
- При выборе метрики важно учитывать:
 - о чувствительность
 - стабильность
 - о сложность вычисления

Методология: метрики

- Метрика выбирается исходя из бизнес-задачи
- При выборе метрики важно учитывать:
 - чувствительность
 - стабильность
 - о сложность вычисления
- Для оценки качества метрики проводят А/А тесты

Дизайн эксперимента

Дизайн эксперимента

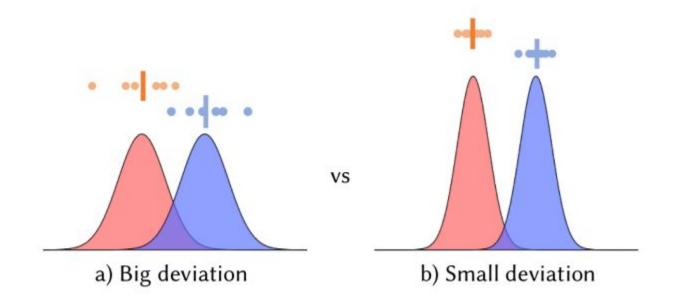
- Зафиксировать цели и метрики эксперимента
- Исключить внешние факторы
- Оценить необходимый объем выборки и время проведения эксперимента

Оценка эффекта и проверка гипотез

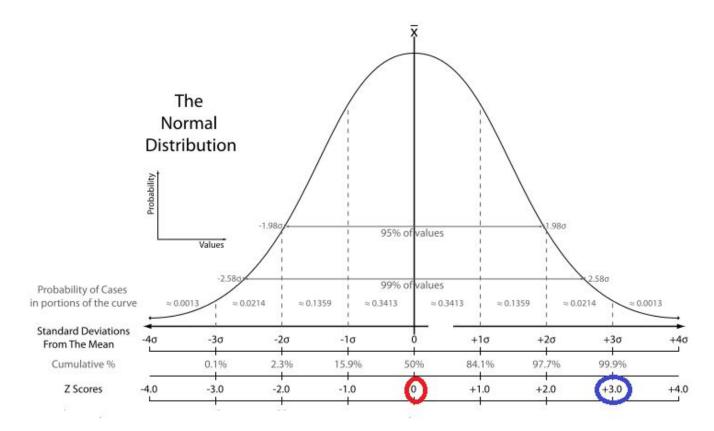
Оценка эффекта

	A	В
Conversion Rate	5%	8%

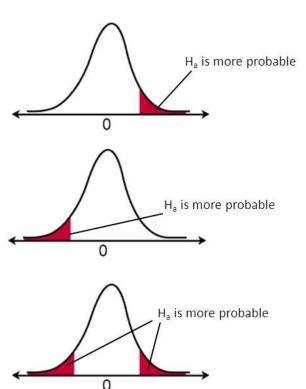
Оценка эффекта: разница случайна?



Доверительный интервал, z-score



Проверка гипотез



Right-tail test

 H_a : μ > value

Left-tail test

 H_a : μ < value

Two-tail test

 H_a : $\mu \neq value$

Полезные материалы

- The Ultimate Guide To A/B Testing
- Udacity: Online Experiment Design and Analysis
- Statistics for Online Experiments
- How To Increase Site Performance Through A/B Split Testing