Урок 2. Введение в инструменты A/b тестирования

**Цель домашнего задания:**  
Научиться выявлять ошибки при проведении А/B-тестирования.

**Что нужно сделать:**

1. Представьте, что вы главный менеджер сети магазинов цветов. Ваша задача — увеличить востребованность ваших цветочных продуктов на рынке, а самая главная задача — увеличить прибыль. У вас большой опыт, но, увы, ваши сотрудники не всегда действуют верно и совершают множество ошибок. Вам постоянно приходится за ними следить, чтобы компания не разорилась из-за принятия неверных решений.  
  
2. Изучите кейсы ниже и найдите в них по одной ошибке, которые совершили ваши сотрудники при организации А/B-тестирования. Поясните свой выбор.  
  
3. Для каждого кейса напишите, как сотрудникам следовало поступить, чтобы корректно организовать А/B-тестирование.  
  
**Кейс № 1 — Новые цветы**  
  
В ваши магазины завезли пробную партию букетов из гладиолусов, чтобы проверить, насколько хорошо они покупаются, ваш сотрудник Алёша решил провести А/B-тест. С 1-го по 10-е марта он продавал только букеты гладиолусов, а с 11-го по 20-е марта он продавал все остальные, кроме гладиолусов. Выяснилось, что гладиолусов было продано в разы больше. В связи с этим было принято решение продавать только гладиолусы.  
Допустил ли Алёша какую-либо ошибку? Если да, то какую?

Алеша допустил ошибку, не соблюдая одно из требований, а именно – одновременность, т.к. первый период с 1-го по 10-е марта выпадает на праздник 8-ое марта, когда идет очень большое количество продаж именно цветов. Алеше надо было проводить свое А/В тестирование в равноценные периоды, т.е. либо оба периода должны предшествовать какому-либо празднику, связанному с массовыми покупками цветов, либо оба периода не должны быть в предпраздничные дни.  
  
**Кейс № 2 — Сайт и продажи**  
  
Ваши магазины не отстают от современных трендов. Вот и вы решили завести онлайн-магазин, где будут продаваться оформленные авторские букеты. Ваша сотрудница Мария пробует разные варианты дизайна для оформления букетов. Однажды она заметила, что некоторые варианты оформления букетов имеют более высокую просматриваемость. Недолго думая, Мария решила сделать такое оформление для всех букетов, чтобы увеличить возможные продажи.  
Допустила ли Мария какую-либо ошибку? Если да, то какую?

Мария допустила ошибку, не соблюдая одно из требований, а именно – понимание метрики/цели компании, т.к. высокая просматриваемость некоторых букетов не влияет непосредственно на сами продажи. Марии надо было обратить внимание на количество продаж тех или иных вариантов оформления букетов. И даже в этом случае оставлять только одно оформление для всех букетов неправильно.  
  
**Кейс № 3 — Опросы и люди**  
  
В вашей сети магазинов есть множество букетов цветов, но вы бы хотели увеличить ассортимент. Для того, чтобы выявить новые потребности покупателей, ваши сотрудники решили провести опрос с выбором четырёх вариантов ответа, где каждый вариант означает какой-то экзотический цветок, который можно потенциально включить в ассортимент вашего магазина. Ваш сотрудник Дмитрий (у Алёши в этот день был выходной) выходит на улицу и приглашает людей пройти опрос. Собрав мнение десяти человек, Дмитрий понимает, что рабочий день подходит к концу и опрос пора заканчивать.. Взглянув на список, Дмитрий говорит вам, что фаворитом стали кактусы. В итоге вы провели закупки и спустя некоторое время обнаружили, что кактусы почти всегда остаются непроданными.  
Допустил ли Дмитрий какую-либо ошибку? Если да, то какую?

Дмитрий допустил ошибку, не соблюдая одно из требований, а именно – достаточный объем выборки, т.к. мнение всего лишь десяти человек за один день и в одном месте не презентативно. Дмитрию надо было проводить свой опрос на большей и целевой аудитории, возможно, добавим онлайн-опрос на своем сайте/группе или какой-то группе в соц. Сетях, связанной с подарками/цветами. Также можно было опросить своих покупателей.  
  
**Кейс № 4 — Вазы и пластик**  
  
Ваша сеть уже достаточно крупная, у вас около 100 цветочных магазинов. Вы все активнее используете А/B-тестирование для оптимизации различных процессов бизнеса. Ваш старший менеджер Алёша хочет проверить, увеличится ли количество продаж, если цветы на полке ставить в фарфоровые вазы, а не в пластиковые. Для этого он решает в одной половине магазинов ставить цветы в фарфоровые, а в другой половине — в пластиковые. Однако Алёша не знал, как разделить каждый магазин на две части, поэтому решил сделать так: в крупных магазинах, где продаётся больше 30 видов цветов, ставить их в фарфоровые вазы, а в магазинах поменьше, где количество видов цветов меньше 30, — ставить в обычные пластиковые вазы. После теста оказалось, что фарфоровые вазы увеличивают продажи в несколько раз! Алёша тут же закупил большое количество фарфоровых ваз во все магазины. После нескольких месяцев выяснилось, что количество продаж не изменилось.  
Допустил ли Алёша какую-либо ошибку? Если да, то какую?

Алеша допустил ошибку, не соблюдая одно из требований, а именно – случайность, т.к. фарфоровые вазы он поставил только в крупные магазины, а пластиковые – только в более мелкие магазины, в более крупных магазинах всегда продажи выше. Алеше надо было проводить свое А/В тестирование поставив фарфоровые и пластиковые вазы более-менее равномерно как в крупные, так и в магазины помельче.