

Introdução

O documento propõe a conclusão do projeto da otimização da comunicação da modalidade de ensino WizardOn, na estabilização e aumento da taxa de conversão de visitas para leads e na melhoria da qualidade dos leads capturados para a Wizard by Pearson, através de um Teste A/B.

Metodologia

No projeto utilizou-se a seguinte metodologia:

Teste A/B

O Teste A/B é uma metodologia experimental que compara duas versões de uma página (controle e experimental) para determinar qual delas tem um melhor desempenho, neste caso, em termos de conversão. Através dele foi possível comparar a versão original da página com as versões modificadas, identificando qual mudança influenciou positivamente ou negativamente as taxas de conversão.

No projeto o teste foi realizado com duas páginas: a página de controle será a própria página da Wizard com a campanha do Dia dos Namorados. A página do grupo experimental terá duas sessões: uma com a campanha do dia dos namorados e outra com uma alteração, que consiste em mover o formulário de interesse da primeira sessão para a segunda, ao lado da explicação sobre o curso.

Além disso, através do teste é possível testar a hipótese de que mover o formulário de interesse para uma posição diferente na página poderia melhorar a taxa de conversão. Obtendo resultados quantitativos para tomar decisões sobre qual versão da página adotar para maximizar a conversão de leads.

Ferramentas

No projeto utilizou-se as seguintes ferramentas:

Google Colab : Criação do modelo de Monte Carlo e análise dos dados.

- **Modelo de Monte Carlo:** Permitiu a simulação de diferentes cenários de conversão, ajudando a entender a variabilidade dos resultados e a estimar a eficácia das alterações propostas na página experimental.
- **Análise de Dados:** Facilitou a manipulação e análise de grandes conjuntos de dados, proporcionando uma plataforma interativa e com capacidade de integrar diferentes bibliotecas Python, como Pandas e NumPy, permitindo uma análise detalhada dos resultados.

Google Docs e Sheets: Documentação e acompanhamento dos dados.

- **Centralização da Documentação:** Proporcionou um espaço colaborativo para a equipe documentar cada etapa do processo de análise, desde a coleta até a interpretação dos dados. Isso garantiu que todas as informações fossem armazenadas e acessíveis em um único lugar.
- **Organização e Visualização dos Dados:** Excel foi utilizado para organizar os dados coletados de forma estruturada e para criar gráficos e tabelas que visualizassem as taxas de conversão, sessões e leads de cada grupo. Isso ajudou na identificação de padrões e na comparação visual das performances dos diferentes grupos experimentais e da página de controle.

HubSpot e Looker: Coleta dos dados.

- **Monitoramento:** Utilizados para rastrear e registrar as submissões de formulários de interesse e número de sessões, fornecendo dados sobre os leads gerados por cada versão da página.

Versões A e B

A seguir, apresenta-se as estruturas de informação incorporadas na Proposta B, elaborada para o teste da Wizard. Detalhando os elementos e as modificações realizadas na estrutura.

Versão A

The screenshot shows the Wizard ON Virtual School landing page. At the top, there's a banner with the text "MATRICULOU, GANHOU" and "Matrícula de R\$299 por R\$ 49,90". Below this, there's a photo of a woman and a child laughing while watching TV. To the right, there's a form titled "APRENDA INGLÊS ONLINE COM AULAS AO VIVO -3" with fields for name, email, phone number, and a checkbox for terms and conditions. A red button labeled "APROVEITE!" is at the bottom of the form. On the far right, there's a green button with the text "CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO" next to a phone icon.

Wizard ON: aprenda inglês de onde você estiver!

Conecte-se com sua turma, pratique o idioma e tenha suporte personalizado do seu professor. Supere desafios e aprenda inglês mais rápido!

Aulas online e ao vivo
São 02 horas de aula por semana, 100% ao vivo e online.

Material didático físico
Para você exercitar a escrita com os exercícios e com os conteúdos da aula.

Conversation club
Encontros mensais online, para você praticar o idioma com os outros alunos.

Sala de aula virtual
Ambiente virtual de aprendizado com a sua turma, para você interagir enquanto aprende o idioma.

Professores dedicados
Professor dedicado à sua turma, que te conhece pelo nome e te ajuda a superar desafios no idioma.

Avaliações Internacionais Sem Custo
Tenha acesso à testes internacionais para acompanhar o seu progresso, além da certificação internacional Pearson English International Certificate*.

*A gratuidade do Pearson English International Certificate é válida a partir do nível W8.

FAQ

1. O QUE É A CAMPANHA SEU INGLÊS GARANTIDO - MATRICULOU GANHOU WIZPEN?
2. COMO FAÇO PARA PARTICIPAR DA CAMPANHA?
3. QUAL É O PÉRIODO DA CAMPANHA?
4. QUEM PODE PARTICIPAR DA PROMOÇÃO?
5. QUais SÃO OS IDIOMAS DA WIZPEN, PARTICIPANTES DA PROMOÇÃO?
6. QUEM NÃO PODERÁ PARTICIPAR?
7. ONDE POSSO CONSULTAR O REGULAMENTO?
8. QUEM FICARÁ RESPONSÁVEL POR ME ENTREGAR A CANETA WIZPEN?
9. O QUE ACONTECERÁ SE EU RESCINDIR CONTRATO?
10. NÃO ENCONTREI MINHA DÚVIDA. COM QUEM FALO?

FAQ | Regulamento | Políticas de privacidade

WIZARD by Pearson

Desenvolvimento: market media

CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO

Versão B

WIZARD
by Pearson

HOME | FAQ | REGULAMENTO | EU QUERO!

WIZARD ON Virtual School

MATRICULOU, GANHOU

1 MÊS DE ACESSO A UM APP DE MÚSICA, PARA CURTIR A DOIS

Matrícula de R\$299 por R\$ 49,90

Inglês online com aulas ao vivo.♥♥

*Condições válidas apenas para Wizard On, para matrículas realizadas entre os dias 03/06/2024 e 30/06/2024. Consulte o regulamento e as condições de uso do voucher para acesso ao streaming.

APROVEITE! ❤

CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO

Wizard On: Aprenda inglês de onde você estiver!

- Aulas online e ao vivo**
São duas horas de aula por semana, totalmente ao vivo e online.
- Sala de aula virtual**
Interaja com a sua turma e aprenda o idioma enquanto isso.
- Material didático físico**
Você pode exercitar sua escrita com os exercícios e com os conteúdos da aula.
- Professores dedicados**
Professores exclusivos para a sua turma, que te conhecem de perto e te ajudam a superar seus desafios.
- Clube de conversação**
Você pode ter encontros mensais online, para praticar o idioma com os outros alunos de maneira mais livre.
- Avaliações internacionais sem custo**
Você pode fazer testes internacionais para acompanhar o seu progresso e ter acesso à certificação internacional da Pearson English International Certificate.

APRENDA INGLÊS
ONDE VOCÊ ESTIVER!

Preencha agora o formulário e entraremos em contato para mais informações.

Nome*
Ex: João

E-mail*
teste@intell.com

Telefone*
(00) 0000-0000

Declaro que li, entendi e estou de acordo com o regulamento da Promocão e a política de privacidade da Wizard by Pearson.

EU QUERO!

CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO

FAQ

1. O QUE É A CAMPANHA SEU INGLÊS GARANTIDO - MATRICULOU GANHOU WIZPEN?
2. COMO FAÇO PARA PARTICIPAR DA CAMPANHA?
3. QUAL É O PÉRIODO DA CAMPANHA?
4. QUEM PODE PARTICIPAR DA PROMOÇÃO?
5. QUAIS SÃO OS IDIOMAS DA WIZPEN, PARTICIPANTES DA PROMOÇÃO?
6. QUEM NÃO PODERÁ PARTICIPAR?
7. ONDE POSSO CONSULTAR O REGULAMENTO?
8. QUEM FICARÁ RESPONSÁVEL POR ME ENTREGAR A CANETA WIZPEN?
9. O QUE ACONTECERÁ SE EU RESCINDIR CONTRATO?
10. NÃO ENCONTREI MINHA DÚVIDA. COM QUEM FALO?

FAQ | Regulamento | Políticas de privacidade

WIZARD
by Pearson

Desenvolvimento | market media

CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO

Estruturas de informação presentes na proposta B:

1. Cabeçalho:



- **Logotipo e nome da escola:** Localizado no canto superior esquerdo, serve como identidade visual do site.
- **Menu de navegação:** Inclui links para "Home", "FAQ" e "Regulamento", permitindo acesso rápido a informações importantes.

2. Banner principal



- **Imagen promocional com chamada para ação (CTA):** Um casal jovem celebrando, com textos promovendo uma oferta especial ("MATRICULOU, GANHOU! 1 MÊS DE ACESSO A UM APP DE MÚSICA, PARA CURTIR A DOIS"). O objetivo é atrair atenção e incentivar a inscrição com um desconto atraente.

- **Detalhes da oferta:** Preço promocional e características do curso ("Inglês online com aulas ao vivo").
- **Botão de ação:** "APROVEITE!" incentiva os usuários a aproveitar a oferta imediatamente.

3. Seção de informações do curso

Wizard On: Aprenda inglês de onde você estiver!



Aulas online e ao vivo
LIVE

São duas horas de aula por semana, totalmente ao vivo e online.



Sala de aula virtual

Interaja com a sua turma e aprenda o idioma enquanto isso.



Material didático físico

Você pode exercitar sua escrita com os exercícios e com os conteúdos da aula.



Professores dedicados

Professores exclusivos para a sua turma, que te conhecem de perto e te ajudam a superar seus desafios.



Clube de conversação

Você pode ter encontros mensais online, para praticar o idioma com os outros alunos de maneira mais livre.



Avaliações internacionais sem custo

Você pode fazer testes internacionais para acompanhar o seu progresso e ter acesso à certificação internacional da Pearson English International Certificate.

APRENDA INGLÊS ONDE VOCÊ ESTIVER!

Preencha agora o formulário e entraremos em contato para mais informações.

Nome*
E-mail*
Telefone*

Declaro que li, entendi e estou de acordo com o [regulamento da Promoção](#) e a [política de privacidade](#) da Wizard by Pearson.

EU QUERO!

- **Títulos e ícones explicativos:** "Wizard On: Aprenda inglês de onde você estiver!" seguido por ícones e pequenos textos explicando os benefícios e características do curso, como aulas ao vivo, sala de aula virtual, material didático fixo, professores dedicados, e clube de conversação.
- **Formulário de inscrição rápida:** Um formulário para preenchimento rápido está integrado nesta seção para capturar leads diretamente, pedindo nome, e-mail, e telefone.

4. FAQ (Perguntas frequentes)

- **Lista expansível de perguntas:** Oferece respostas às dúvidas comuns de forma organizada, dividida em perguntas categorizadas que podem ser expandidas individualmente para mostrar as respostas.

The screenshot shows a dark blue header with the word "FAQ" in white. Below it is a list of 10 numbered questions, each with a small downward arrow icon to its right, indicating it can be expanded. The questions are:

1. O QUE É A CAMPANHA SEU INGLÊS GARANTIDO - MATRICULOU GANHOU WIZPEN?
2. COMO FAÇO PARA PARTICIPAR DA CAMPANHA?
3. QUAL É O PERÍODO DA CAMPANHA?
4. QUEM PODE PARTICIPAR DA PROMOÇÃO?
5. QUAIS SÃO OS IDIOMAS DA WIZPEN, PARTICIPANTES DA PROMOÇÃO?
6. QUEM NÃO PODERÁ PARTICIPAR?
7. ONDE POSSO CONSULTAR O REGULAMENTO?
8. QUEM FICARÁ RESPONSÁVEL POR ME ENTREGAR A CANETA WIZPEN?
9. O QUE ACONTECERÁ SE EU RESCINDIR CONTRATO?
10. NÃO ENCONTREI MINHA DÚVIDA. COM QUEM FALO?

At the bottom of the page, there is a blue footer bar with three links: "FAQ", "Regulamento", and "Políticas de privacidade".

5. Rodapé:

- **Links adicionais:** Inclui links para "FAQ", "Regulamento", e "Políticas de privacidade", fornecendo informações legais e adicionais.
- **Redes sociais:** Ícones de redes sociais (Facebook, Twitter, LinkedIn) para promover a conexão com a empresa em outras plataformas.

The screenshot shows a dark blue footer section. On the left, there is a logo for "WIZARD by Pearson". On the right, there is a row of social media icons for Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, and a share icon. At the bottom, there is a "Pearson" logo and a small text "Desenvolvimento | market media".

Mudanças

A imagem a seguir foi desenvolvida para pontuar todas as mudanças que estão presentes na proposta B do teste que está sendo desenvolvido para a Wizard On. Essas alterações foram projetadas para melhorar significativamente a experiência do usuário, aumentando a clareza, reduzindo confusões e garantindo que as informações e as ações desejadas sejam facilmente acessíveis e compreendidas.

The screenshot shows a promotional landing page for Wizard by Pearson. At the top right is a red button labeled 'PARTICIPE!' with a counter '1'. Below it is a large banner with the text 'MATRICULOU, GANHOU' and '3 MESES DE ACESSO A UMA PLATAFORMA DE STREAMING PARA CURTIR COM A SUA MÃE'. It features a woman and a child laughing while eating popcorn. To the left is a logo for 'globo play' (2) and to the right is the Netflix logo (3). A price offer 'Matrícula de R\$299 por R\$ 49,90' is shown with a 'APROVEITE!' button (4). Below the banner is a 'CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO' button with a WhatsApp icon (5). The main content area is outlined in orange and contains several numbered callouts:

- 6**: A red box highlights the 'APRENDA INGLÊS ONLINE COM AULAS AO VIVO' section.
- 7**: Points to the 'APROVEITE!' button in the 'APRENDA INGLÊS ONLINE' section.
- 8**: Points to the bottom of the 'APRENDA INGLÊS ONLINE' section.
- 9**: Points to the title 'Wizard On: Aprenda inglês de onde você estiver!'.
- 10**: Points to the 'Aulas online e ao vivo' section.
- 11**: Points to the 'Sala de aula virtual' section.
- 12**: Points to the 'Professores dedicados' section.
- 13**: Points to the 'Clube de conversação' section.
- 14**: Points to the bottom of the page.

Antes das mudanças:

- **1. Botão "participe" não funcional na primeira tentativa:** Originalmente, ao clicar no botão “participe” pela primeira vez, não ocorria nenhuma ação, porque o formulário de participação já estava visível na primeira página, causando confusão.
- **2. e 3. Identificação do produto na promoção:** Os usuários tinham dificuldade em identificar claramente o produto oferecido pela promoção, uma vez que essas informações estavam disponíveis apenas no FAQ, não estando visíveis na página principal ou nas seções de destaque.
- **4. Elemento sem ação na imagem promocional:** Na imagem da promoção, um elemento gráfico parecia ser um botão interativo, mas não iniciava nenhuma ação quando clicado, frustrando os usuários que esperavam uma funcionalidade.
- **5. Imagem da campanha reduzida:** A imagem promocional competia por atenção com o formulário ao lado, resultando em falta de destaque e dificuldade de foco nas informações promocionais.
- **6. Múltiplos canais de contato:** Existiam três canais de contato diferentes listados na página, o que podia confundir o usuário sobre qual método usar para comunicação efetiva.
- **7. Uso de coração nos caracteres:** A presença de ícones de coração na estrutura do texto atrapalhava mais do que ajudava, comprometendo a clareza e a leitura do conteúdo.
- **8. Formulário competindo com a campanha:** O formulário estava posicionado ao lado da campanha promocional, criando uma competição visual entre duas informações importantes.
- **9. Excesso de vermelho:** O uso intenso da cor vermelha na página criava uma competição visual, diminuindo a eficácia da comunicação visual e causando distração.
- **12. Setas nos diferenciais sem interatividade:** As setas utilizadas nos diferenciais da empresa pareciam sugerir que, ao serem clicadas, expandiriam informações adicionais, o que não ocorria.

- **13. Posicionamento das informações:** As informações estavam dispostas imediatamente abaixo de um vídeo informativo, o que podia confundir o usuário quanto à hierarquia visual da informação.
- **14. Vídeo posicionado abaixo do formulário:** O vídeo estava localizado diretamente abaixo do formulário, o que poderia fazer com que alguns usuários não visualizassem o vídeo enquanto procuravam mais informações.

Depois das mudanças:

- **1. Formulário reposicionado:** O formulário foi movido para a segunda parte da página. Ao clicar no botão "participe", agora o usuário é redirecionado para o formulário, que está posicionado mais abaixo na página.
- **2 e 3 Ícones representativos adicionados:** Ícones que representam os produtos adquiridos com o curso foram adicionados, facilitando a identificação visual e rápida do que está sendo oferecido na promoção.
- **4. Interação com a imagem promocional:** Clicar na imagem promocional agora redireciona o usuário para o formulário, que foi estrategicamente movido para a parte inferior da página para evitar confusões anteriores.
- **5. Ampliação da imagem da campanha:** A imagem foi expandida para preencher todo o campo visual, garantindo que a campanha promocional receba a atenção completa do usuário sem distrações.
- **5. Foco na campanha promocional:** A campanha promocional agora é o único foco na parte superior da página, com o formulário movido para baixo para reduzir a competição visual.
- **6. Redução dos canais de contato:** Foi decidido remover o contato por celular, simplificando as opções para apenas o WhatsApp e o formulário, clarificando os canais de comunicação.
- **7. Remoção do coração dos caracteres:** Os corações foram removidos para melhorar a clareza e a fluidez do texto.

- **9. Redução do uso de vermelho:** O vermelho foi removido dos títulos dos diferenciais, simplificando a paleta de cores e melhorando a legibilidade.
- **Unificação do estilo de redação:** Frases foram reescritas para manter um estilo mais direto e consistente.
- **12. Ícones intuitivos nos diferenciais:** Foram adicionados ícones mais claros e intuitivos para ilustrar os diferenciais da empresa, mesmo visualmente.
- **8 e 13 Repositionamento das informações:** As informações agora são apresentadas ao lado do formulário para uma visualização e compreensão mais claras.
- **14 Repositionamento do vídeo:** O vídeo foi colocado abaixo das informações e do formulário para garantir que seja visto após a leitura das informações principais.

Análise dos dados - Quantitativa

Os dados acumulados durante os testes, foram disponibilizados em duas plataformas: HubSpot e Looker, compilados na tabela abaixo. Contendo as seguintes colunas:

- **grupo:** A qual grupo aquela linha de dados se refere.
- **data_inicial:** Data inicial que os dados foram coletados.
- **data_final:** Data final que os dados foram coletados.
- **sessions:** Número total de sessões no site.
- **numero_leads:** Quantidade de submissões de formulários.
- **taxa_conversao:** O quanto a página experimental converteu de leads.

A seguir são apresentados os dados coletados durante os testes.

grupo	data_inicial	data_final	sessions	numero_leads	taxa_conversao
G1	04/06/2024	06/06/2024	88	8	9,0%
G2	04/06/2024	06/06/2024	47	12	25,5%
G3	04/06/2024	06/06/2024	78	11	14,1%
G4	04/06/2024	06/06/2024	59	7	11,8%

G5	04/06/2024	06/06/2024	49	9	18,3%
G1	07/06/2024	11/06/2024	460	28	6,1%
G2	07/06/2024	11/06/2024	303	19	6,3%
G3	07/06/2024	11/06/2024	443	26	5,9%
G4	07/06/2024	11/06/2024	309	19	6,1%
G5	07/06/2024	11/06/2024	278	15	5,4%
G1	12/06/2024	14/06/2024	574	36	6,3%
G2	12/06/2024	14/06/2024	379	22	5,8%
G3	12/06/2024	14/06/2024	549	29	5,3%
G4	12/06/2024	14/06/2024	390	24	6,2%
G5	12/06/2024	14/06/2024	352	16	4,5%

Os dados foram coletados em três períodos distintos e compilados na tabela acima. Abaixo, apresenta-se uma análise quantitativa dos resultados finais de cada grupo:

grupo	sessions	numero_leads	taxa_conversao
Controle	13.476	470	3,5%
G1	888	45	5,1%
G2	600	30	5,0%
G3	867	32	3,7%
G4	611	31	5,1%
G5	534	17	3,2%

Análise dos dados - Qualitativo

A análise dos dados coletados durante o teste A/B revelou observações que destacam tendências, anomalias e padrões. A seguir estão as mais relevantes:

Desempenho Geral dos Grupos

A taxa de conversão da página de controle foi de 3,5%, servindo como baseline para avaliar o desempenho das páginas experimentais. Todos os grupos experimentais, exceto G5, superaram a taxa de conversão da página de controle. O melhor desempenho foi observado nos grupos G1 (5,1%) e G4 (5,1%).

Desempenho do Grupo 3

O Grupo G3 obteve uma taxa de conversão de 3,7%, que é superior à da página de controle, mas inferior à dos grupos G1, G2 e G4. Isso sugere que a alteração na localização do formulário de interesse teve um impacto positivo, mas não tão significativo quanto outras modificações testadas.

Tendências ao Longo do Tempo

Ao analisar os dados ao longo dos períodos, é normal observar variações nas taxas de conversão durante o primeiro período em comparação aos outros. Essas flutuações podem ser atribuídas ao método de simulação de Monte Carlo utilizado, que distribui aleatoriamente a exibição das páginas aos usuários até atingir o nível de 30% de leads acordado com a Wizard by Pearson.

- **Primeiro Período (04/06/2024 - 06/06/2024):** Todos os grupos experimentais apresentaram taxas de conversão altas neste período inicial, com G2 (25,5%) e G5 (18,3%) destacando-se.
- **Segundo Período (07/06/2024 - 11/06/2024):** Houve uma queda geral nas taxas de conversão para todos os grupos experimentais neste período, com a taxa de conversão variando entre 5,4% e 6,3%.
- **Terceiro Período (12/06/2024 - 14/06/2024):** As taxas de conversão mantiveram-se estáveis, com o G1 e o G4 novamente mostrando bons resultados (6,3% e 6,2%, respectivamente).

Anomalias e Padrões

- **Alta conversão inicial do G2:** O Grupo G2 apresentou uma taxa de conversão anormalmente alta no primeiro período (25,5%). Este pico pode ser devido a distribuição inicial dos leads com a técnica de monte carlo, estabilizando posteriormente.
- **Declínio geral nas conversões:** A redução nas taxas de conversão do primeiro para os períodos subsequentes sugere uma possível equalização da distribuição dos leads entre as páginas com o monte carlo.
- **Consistência dos melhores grupos:** Grupos como G1 e G4 mantiveram taxas de conversão acima da média ao longo de todos os períodos, sugerindo que as modificações testadas nesses grupos tiveram um maior impacto na conversão.

Conclusão

Com base nos resultados do teste A/B, recomenda-se as seguintes ações para otimizar ainda mais a performance do negócio:

- Considerar testes adicionais com variações na posição e visibilidade do formulário de interesse. Experimentar diferentes layouts e hierarquias visuais para determinar a configuração que maximiza a conversão. Para o Grupo 3, explorar ajustes específicos na posição do formulário ou na estrutura da página que possam melhorar sua taxa de conversão além do ponto atual de 3,7%.
- Refinar o conteúdo das páginas experimentais para garantir que as ofertas e benefícios sejam claramente comunicados aos usuários desde o primeiro contato. Isso inclui revisar elementos como textos promocionais, chamadas para ação (CTAs) e imagens utilizadas, especialmente para o Grupo 3, onde a mudança na localização do formulário não teve o impacto esperado.

- Implementar um ciclo de testes contínuos e com maior período com base nos insights obtidos. Utilizar ferramentas de análise de dados como Google Colab e Excel para avaliar o desempenho das alterações implementadas e ajustar estratégias conforme necessário. No caso do Grupo 3, isso pode envolver testes adicionais para validar outras mudanças que possam incrementar a taxa de conversão além do movimento do formulário.
- Incorporar feedback qualitativo dos usuários para identificar pontos de fricção e oportunidades de melhoria não detectadas apenas por dados quantitativos. Isso pode ser realizado por meio de pesquisas, análise de comentários e interações diretas com os usuários, inclusive para entender como a mudança no formulário foi percebida e se houve sugestões para melhorá-la.

Implementando essas ações, a Wizard by Pearson poderá não apenas aumentar as taxas de conversão de leads, mas também melhorar a qualidade dos leads capturados e fortalecer o engajamento dos usuários com a plataforma WizardOn. A abordagem orientada por dados garante que as decisões futuras sejam fundamentadas e alinhadas com os objetivos estratégicos da empresa.