# А/В тестирование

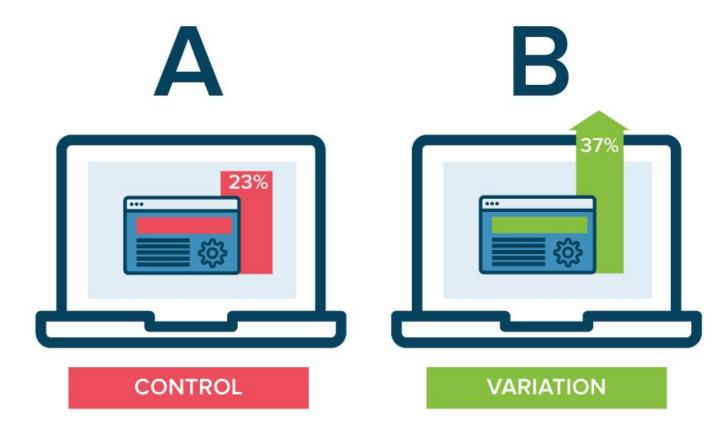
Занятие 1

По материалам Вячеслава Мурашкина

#### Содержание

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

### А/В тестирование



#### А/В тестирование

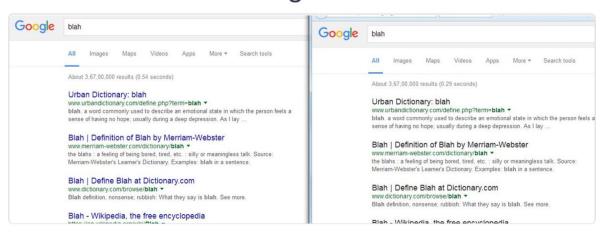
- Метод маркетингого исследования
- Набор пользователей разбивается на контрольную и тестовую группы
- В тестовой группе вносится некоторое изменение
- Эффект от изменений оценивается сравнением целевых метрик в группах

#### Примеры А/В тестов: интерфейсы

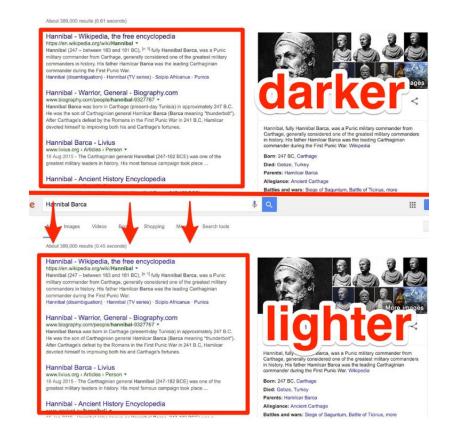




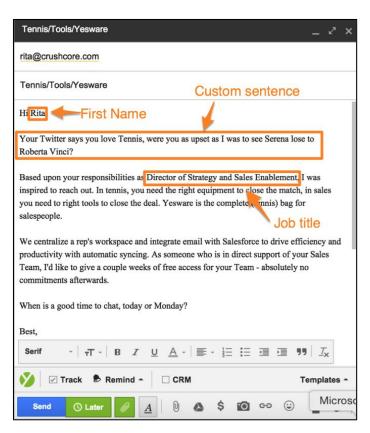
# Google doing some A/B Testing with black links? #UX #Webdesign



#### 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. Kryosaki (2.825) Mass Market Paperback 57.19

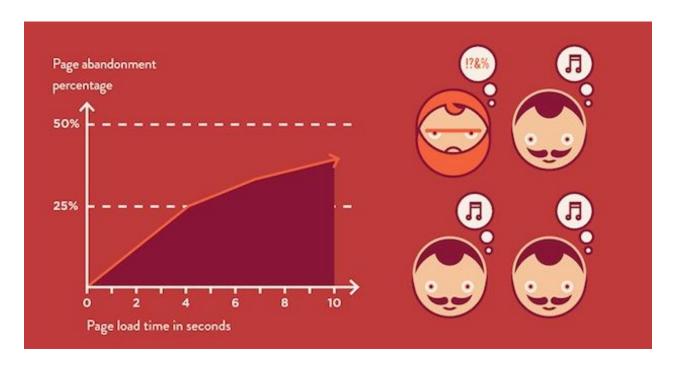


The Richest Man in Babylon: George S. ... > George S. Clason (824) Paperback \$6.99



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

#### Примеры А/В тестов - время загрузки страницы



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

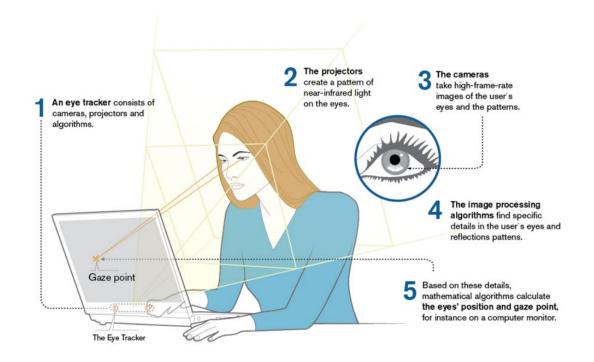
#### А/В тесты проводить дорого

- 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

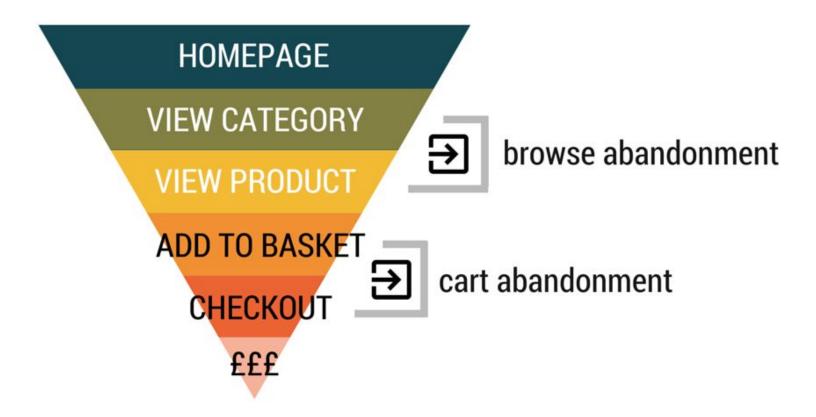
- Qualitative analysis (качественный анализ)
- UX исследования, фокус группы
- Eye tracking
- Опросы

#### 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
  - сложность вычисления

#### Методология: метрики

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

Дизайн эксперимента

#### Дизайн эксперимента

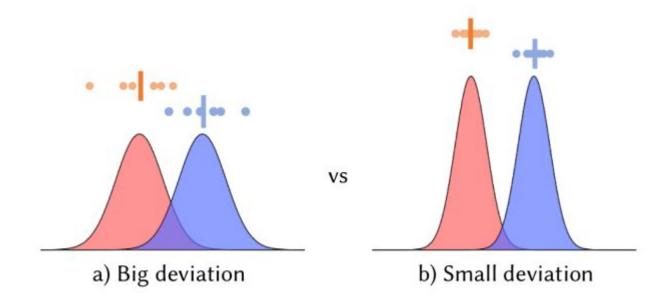
- Зафиксировать цели и метрики эксперимента
- Исключить внешние факторы
- Оценить необходимый объем выборки и время проведения эксперимента

Оценка эффекта и проверка гипотез

## Оценка эффекта

	A	В
<b>Conversion Rate</b>	5%	8%

### Оценка эффекта: разница случайна?



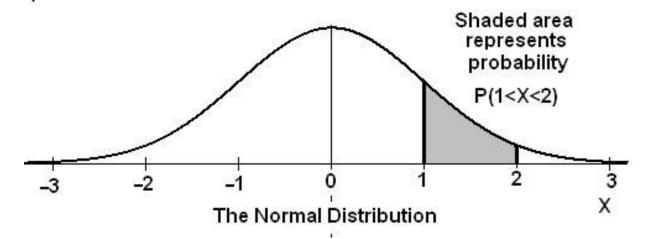
## Случайные величины

#### Случайные величины

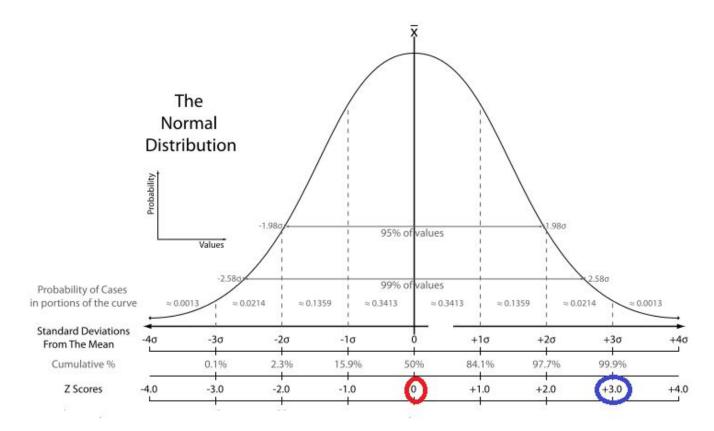
- Дискретные
  - Пример: число покупок на 100 посетителей сайта
- Непрерывные
  - Пример: выручка магазина за день

#### Нормальное распределение

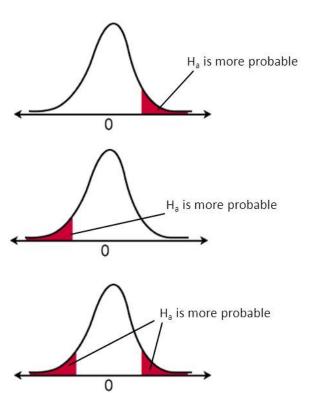
$$f(x \mid \mu, \sigma^2) = rac{1}{\sqrt{2\pi\sigma^2}} \; e^{-rac{(x-\mu)^2}{2\sigma^2}}$$



### Доверительный интервал, z-score



#### Проверка гипотез



Right-tail test

 $H_a$ :  $\mu$  > value

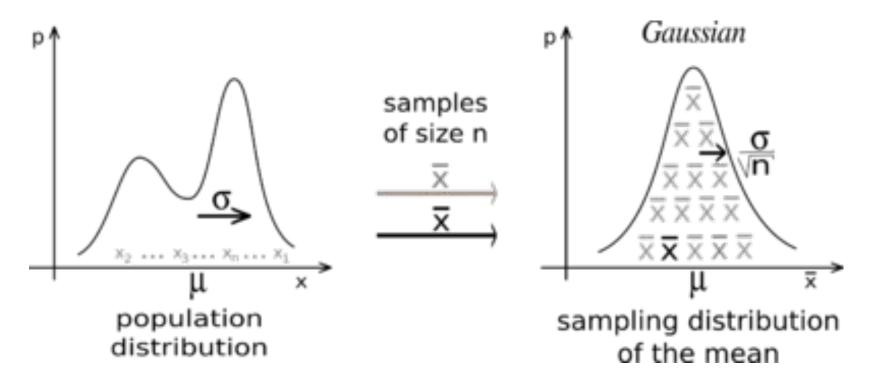
Left-tail test

 $H_a$ :  $\mu$  < value

Two-tail test

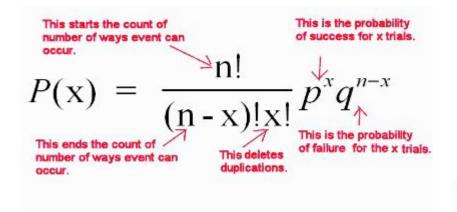
 $H_a$ :  $\mu \neq value$ 

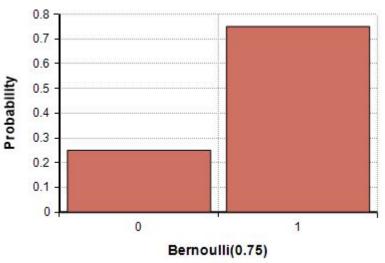
#### Закон больших чисел



https://en.wikipedia.org/wiki/Central limit theorem

#### Распределение Бернулли



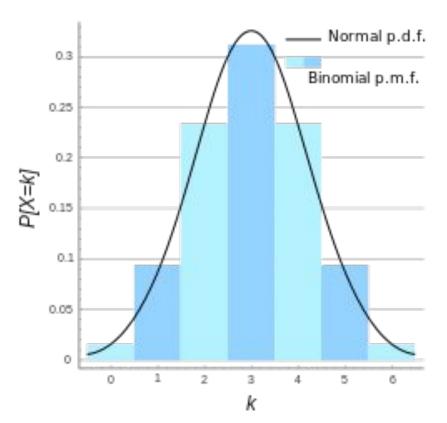


Аппроксимация распределения Бернулли

Нормальным

$$\mu_{\hat{p}} = p$$

$$\sigma_{\hat{p}} = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$



#### 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