15-1

< A/B테스트 >

* 특징

목적 기능(A)과 최적화된 기능(B)을 측정/비교함 ( A=control / B=test )

데이터 기반(data driven) 결정의 최고봉

실제 사용자를 대상으로 테스트 .. 점진적으로 할당 traffic %를 늘림 == 처음엔 트래픽의 1%(0.5%/0.5%)로 나눠서 진행하다가 잘 진행됐다면 2%(1%/1%)로 나눔

가설을 바탕으로 진행

interaction inturuption

사용자를 A/B 어디에 넣을지 결정하는 것도 중요

* 조건

1. 충분한 데이터

2. 버그가 없어야 함(버그의 유무가 가설이 되면 안됨)

3. 구체적인 아이디어(가설)

4. 비교대상 필요

* 하는 이유

1. 세운 가설이 효과적인지(지표가 개선되는지) 객관적으로 확인하기 위함

2. 동일한 조건에서 실행되기 때문에 위험이 최소화됨

* 애자일?

1. 시간단축 ( setup/결과분석 에도 시간이 걸림 )

* 과정

1. 가설 설정

2. 주간미팅 진행

3. 사용자 노출(Rollout)

4 .traffic늘리면서 반복 = 전체 트래픽을 쓸 때까지 (0~1% 5~10% 25%~50% 100% .. 4단계)

5. 새로운 기능 효과 확인

* 구성(Configuration)

1.자주하는 A/B테스트는 '템플릿화'해서 또 활용하도록 함

2.flag를 설정해서 테스트함

3.dashboard :

텍스트, 친필, 폰트, 편지이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

* 정보

1. 실험마다 사용자별 A/B 버킷정보 ( user1-A user2-B user3-A .. )

2. 사용자별 행동정보 (user1-item user1-click user1-purchase) = Funnel Data +traffic이 많으면 낭비가 심해지므로 로그파일로 저장

텍스트, 스크린샷, 디자인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

+user에게 노출된 기능, user가 해당 기능을 클릭한 것은 소비와 연결된 지표는 아니지만 해석,디버깅에 도움이 된다 == 가설을 증명하기 위해 어떤 기능을 바꿨고 그 기능을 테스터들이 얼마나 사용했는가도 중요하다

텍스트, 스크린샷, 폰트, 번호이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

+ impression변화에 따라 전보다 늘어나면 녹색, 줄어들면 빨간색 ( 컬러코딩 )

* 고려해야 할 점

가설 검증의 불균형 = 인위적인 결과가 나올 수 있다.

스크린샷, 라인, 직사각형, 디자인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

비용 (데이터 인프라, 분석)

비교대상이 여러 개?

테스트 지속시간 (중단점 찾기) .. UI=시간↑

15-2

* 퀴즈리뷰

Interaction? 다수의 AB테스트의 조합(AA AB BA BB)을 가진 사용자가 있을 수 있는데 조합에 따라 상승/하강효과가 나오는 것 ( 결과 분석이 망가짐 ) >> 사용자를 하나의 조합에 넣던가, 해당 조합의 편향성을 확인을 하던가

* 구성2

1. 런타임 시스템

사용자를 A/B로 나누는 과정 > bias없이 랜덤하게 결정, 그 후 저장

SaaS, Optimizely, VWO 등 서비스를 사용함 > 보통 SaaS를 쓰다가 직접 구현함

2. 분석 시스템

* A/B 분류

1. 사용자(UserID) / 비사용자(DeviceID == cookie)

2. 정적 / 동적

정적 : 사용자(로그인유저)를 대상으로 bias를 제거하면서 테스트 가능

동적 : 일반적으로 사용. 테스트별로 해당 유저를 A/B bucket에 나눔 > bias 확인해야함

텍스트, 스크린샷, 폰트, 로고이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

+bias = 사용자 트래픽 >> 숫자를 변환해서 사용

++그룹을 나눴을 때 그룹 안에서 가격 같은 중요 KPI를 바꾸는 것은 좋지 않다. 대한민국에서 서울 강서구는 비싸게 받고 강남구는 싸게 받고 이런건 좋지 않고 갈꺼면 차라리 행정구역별로 나누자. 서울은 비싸고 경기도는 싸고.

* 결과분석

처음 설정했던 가설을 바탕으로 해석. 결과를 보고 해석하는 결과론적으로 진행 X

1. 객관적이고 투명하게 공개

2. 가설 제안자는 분석 X

3. 여러 사람의 의견 듣기

* Outlier

1. 큰 손 ( 평균의 몇배 이상/이하 인 고객은 AB테스트 제외 )

2. 봇 유저 ( traffic의 40%는 봇유저 )

* 주의점

1. 잘못된 가설/지표

* A/A 테스트

1. 해당 지표(기능)가 유의미한지 테스트

* 현실

1. 규칙기반으로 가려고 하기 때문에 설득력이 중요함

15-3

SaaS : 클라우드 애플리케이션 서비스 ( 소프트웨어 제공 )

IaaS : 클라우드 인프라스트럭처 서비스 ( 물리적 자원 제공 )

PaaS : 클라우드 플랫폼 서비스 ( 소프트웨어 개발을 돕는 플랫폼 제공 )