

# Test A/B fictif sur le temps passé sur la page « explore » de l'application Tech Tok

## Note

Ce document représente un exemple fictif d'utilisation d'un test A/B dans une démarche de design centré utilisateur. Il a été réalisé dans le cadre du cours **Design centré utilisateur et ergonomie II** du *Master of Sciences in Learning and Teaching Technologies* (MALTT) de l'Université de Genève.

## Introduction

Ce rapport présentera les résultats d'un test A/B fictif réalisé sur la page *explore* de l'application fictive **Tech tok** également imaginée dans le cadre de ce cours. L'application se voulant à la fois divertissante et inspirante voire instructive, ses concepteurs cherchent à mesurer le temps d'attention des visiteurs capté par deux propositions distinctes de navigations.

## Versions comparées

La proposition de comparaison se fait au niveau de la navigation de la page explore, avec une navigation thématique en premier lieu dans le cas A et des aperçus de vidéos étiquetées dans le cas B.

### Version A : Navigation thématique

La version A propose une liste de catégories permettant à l'utilisateur d'orienter sa navigation et de découvrir ensuite des vidéos référencées dans une même thématique. Elle considère donc que l'utilisateur a des intérêts de découvertes plus ou moins définis lorsqu'il utilise l'application. L'écran suivant propose ensuite à l'utilisateur des vidéos (dans un carrousel) dans la thématique choisie qu'il peut swiper vers le haut afin d'accéder à la suivante.

### Version B : Aperçu de contenus

La version B s'appuie une proposition qui cherche à susciter l'intérêt par un aperçu du contenu pour entrer dans le même carrousel de vidéos. Cette proposition se focalise davantage sur la curiosité du visiteur en évoquant potentiellement une émotion grâce à l'aperçu en image.

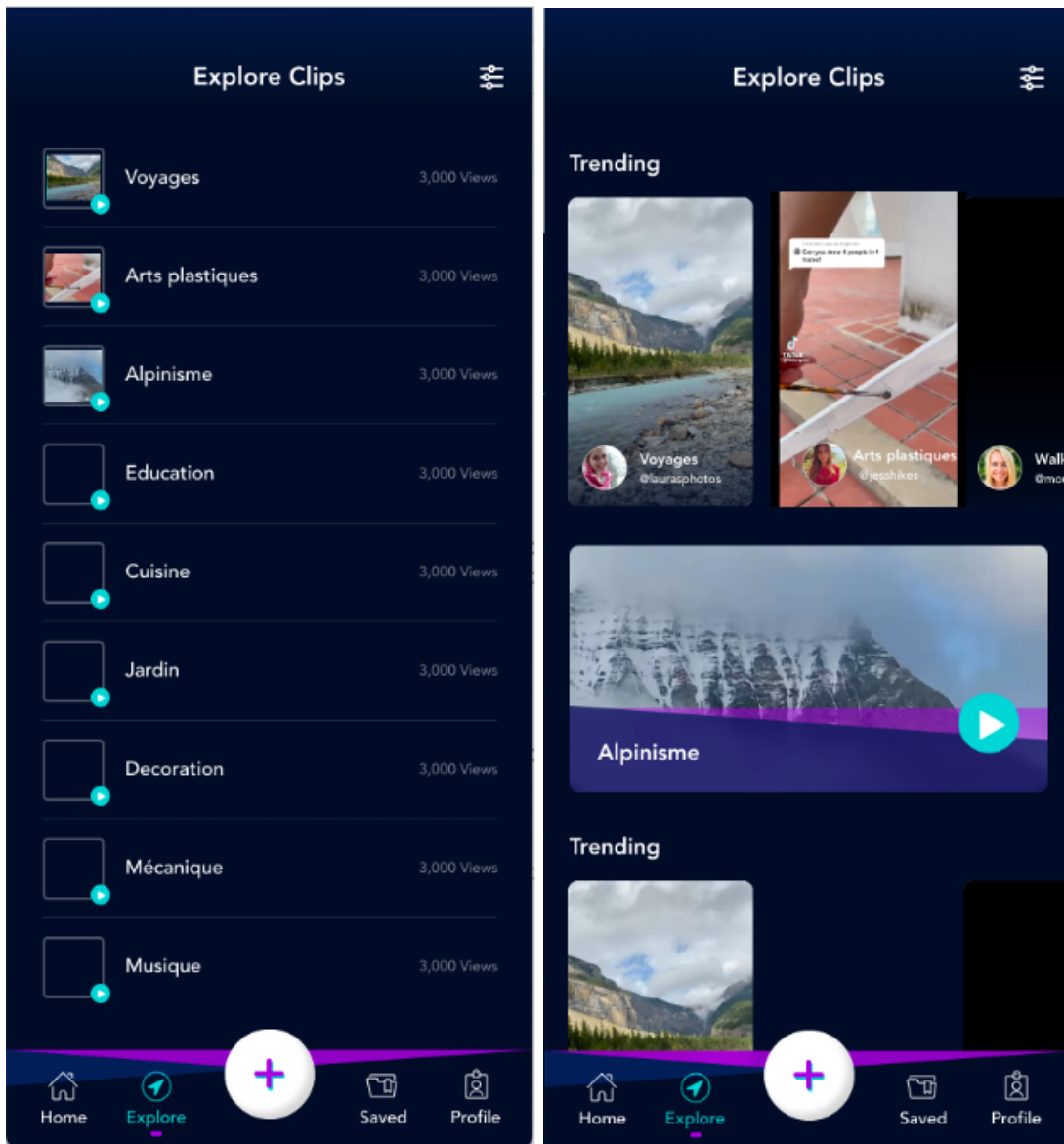


Fig. 1. Version A (gauche) orientée thématique, Version B(droite ) orientée découvertes.

### Test

L'échantillon du test est composé de 300 personnes déjà utilisatrices de réseaux sociaux de ce type (TikTok, instagram) et dont la moyenne d'âge avoisine 20 ans.

La mesure se fera sur le temps passé (en minutes) sur la page explore, du moment où l'utilisateur y atterrit jusqu'à ce qu'il change de menu ou qu'il quitte l'application, la visualisation des vidéos se faisant en overlay de là-dite page. Ceci permettra de déterminer quelle option obtient la plus grande rétention d'attention de la part de l'utilisateur.

Il s'agira donc d'une approche globale dans la mesure où l'affichage est affecté par cette variation. Elle est également exploratoire, aucune hypothèse n'ayant été prioritairement énoncée.

## Résultat

Suite à l'élimination de 4 valeurs incohérentes dans la version A de mon échantillon de données (temps passé sur la page négatif), voici mes résultats.

Nous observons pour l'échantillon issu de la version A un temps moyen de fixation de  $A_M=10.6 \text{ minutes}$  ( $SD=4.34$ ) contre  $B_M=12.2 \text{ minutes}$  ( $SD=3.66$ ) pour celui de la version B. On observe également une différence dans la médiane des deux versions  $A_{Me}=10.3 \text{ minutes}$  ( $SD=4.34$ )  $B_{Me}=11.9 \text{ minutes}$  ( $SD=3.66$ ).

Ainsi bien que la P valeur suggère le rejet de l'hypothèse nulle, le fait que les deux valeurs d'intervalles se trouvent du même côté de la crête nous autorise à penser que la version B a une meilleure propension à retenir l'attention du visiteur.

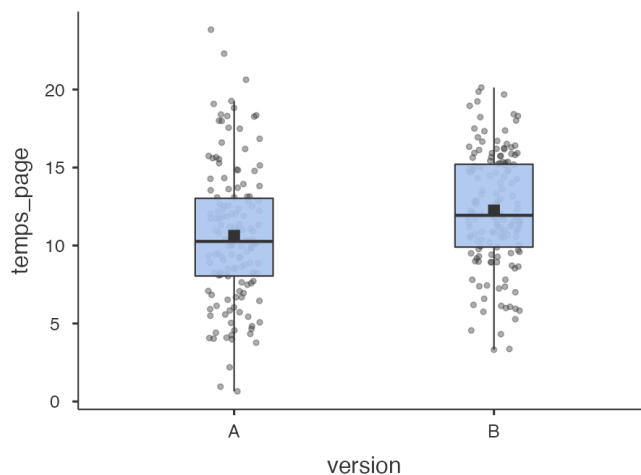
## Descriptives

Descriptives

	version	N	Missing	Mean	Median	SD	Minimum	Maximum
temps_page	A	146	0	10.6	10.3	4.34	0.652	23.8
	B	150	0	12.2	11.9	3.66	3.320	20.1

## Plots

temps\_page

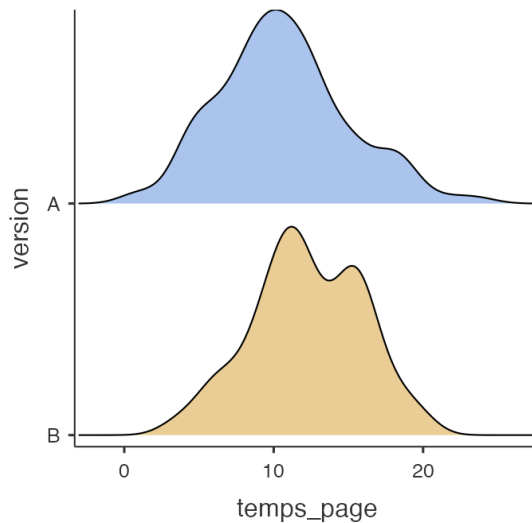


## Independent Samples T-Test

Independent Samples T-Test										
	Statistic	df	p	Mean difference	SE difference	95% Confidence Interval		Effect Size	95% Confidence Interval	
						Lower	Upper		Lower	Upper
temps_page	Student's t	294	<.001	-1.62	0.467	-2.54	-0.704	Cohen's d	-0.404	-0.636
	Welch's t	283	<.001	-1.62	0.468	-2.54	-0.702	Cohen's d	-0.404	-0.171

## Plots

temps\_page



J'ai également ajouté ce graphique qui a mon sens ajoute une information supplémentaire que je serais incapable de défendre mathématiquement mais que j'interprète de la manière suivante:

La version A présente une courbe en cloche et une fois le point d'inflexion atteint, la tendance reste négative. La version B quant à elle fait un rebond et produit une seconde crête. Je l'interpréteraïs donc de la manière suivante: dans chacune des versions, on constate qu'un pic de rétention d'attention est atteint, selon nos deux graphes à peu près en même temps à T= ~10'. En revanche, contrairement à la version A, dans le cas de la version B le rebond laisse supposer qu'un nombre potentiellement significatif d'utilisateurs s'est vu proposer un nouveau contenu digne d'intérêt après le premier pic contrairement à la version A.

## Conclusion

L'algorithme de l'application suscite davantage de rétention d'attention qu'un contenu organisé dans lequel l'utilisateur a davantage le choix du contenu qu'il consomme.

Un biais important à signaler néanmoins réside dans le fait que l'on ignore si l'utilisateur revient plus régulièrement sur la version A sachant qu'il y trouve du contenu plus ciblé par rapport à

ses intérêts (à prouver). Il serait ainsi nécessaire de mener une étude sur la pérennisation des habitudes d'utilisation de l'application pour chacune des deux versions.

Sans cette étude approfondie, je dirais donc qu'un positionnement idéologique est nécessaire à la mise en place de cette application à travers le questionnaire suivant:

- La priorité est de proposer du contenu intéressant pour l'utilisateur, potentiellement en fidélisant son attention grâce à du contenu à plus forte valeur ajoutée.
- La priorité est de retenir l'attention de l'utilisateur le plus longtemps possible sur l'application lorsque celui-ci la découvre.

## Sources

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Valeur\\_p](https://fr.wikipedia.org/wiki/Valeur_p)