

IT-Practicum

веб-аналитика

4 занятие

Проверка гипотез и АБ тестирование

В поисках ~~Неме~~ лучших результатов

Смотрим на аналитику и понимаем, что у нас где-то, что-то, не так

- Настроенная аналитика нам в этом помогает

В поисках ~~Неме~~ лучших результатов

Смотрим на аналитику и понимаем, что у нас где-то, что-то, не так

- Настроенная аналитика нам в этом помогает
- Выбор места улучшения

| Название | Сложность | Влияние на результат | Стоимость |
|----------|-----------|----------------------|-----------|
| | | | |

Формулируем гипотезу(ы)

- Измеримый KPI
- Корректная гипотеза

Выбираем инструмент для проведения теста

- Optimizely <https://www.optimizely.com>
- Visual Website Optimizer <https://vwo.com>
- Google Optimize <https://optimize.google.com/>
- Своё решение
- <https://github.com/RetailRocket/RetailRocket.Segmentator>
- <https://netpeak.net/ru/blog/kak-nastroit-a-b-test-s-pomoshch-yu-google-optimize-poshagovyi-manual/>

Проводим тест

- Деление аудитории
- Размер аудитории
- АА тест
- “Жадные” алгоритмы
- Сроки эксперимента

АА тест

Перед основным тестом надо проверить начальное распределение аудитории по группам.

Ориентируемся на KPI !

Группы должны быть равны не только по размеру, но и по доходу.
Или другому KPI вашего проекта.

Деление аудитории

Делим аудиторию на равные части по числу вариантов теста

Размер аудитории

На глаз - 100 конверсий в каждом из сегментов

За обозримые промежутки времени

“Жадные” алгоритмы

- [https://support.google.com/analytics/answer/284487/](https://support.google.com/analytics/answer/284487)
- <https://habrahabr.ru/post/120343/>

Итак, жадный алгоритм (greedy algorithm) — это алгоритм, который на каждом шагу делает локально наилучший выбор в надежде, что итоговое решение будет оптимальным.



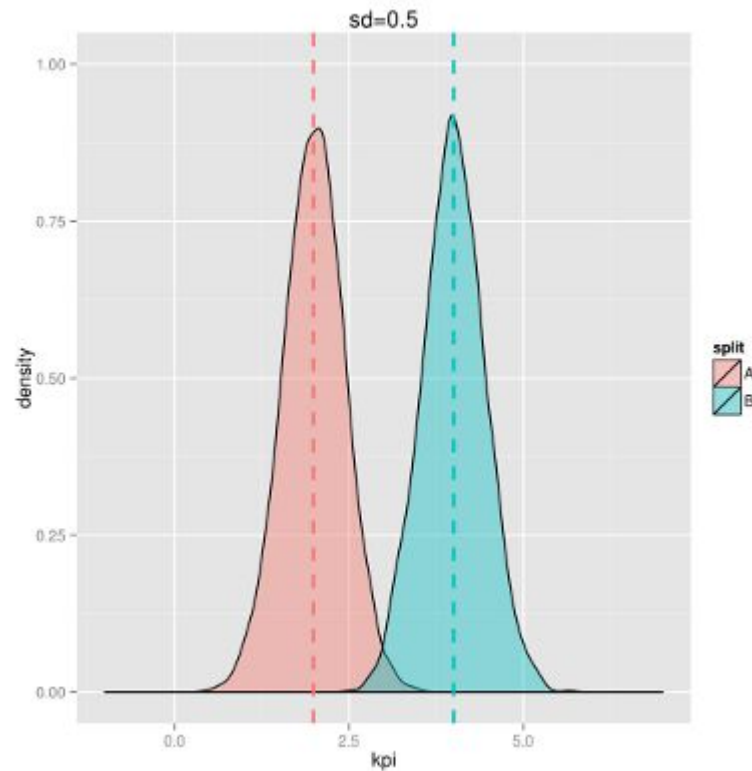
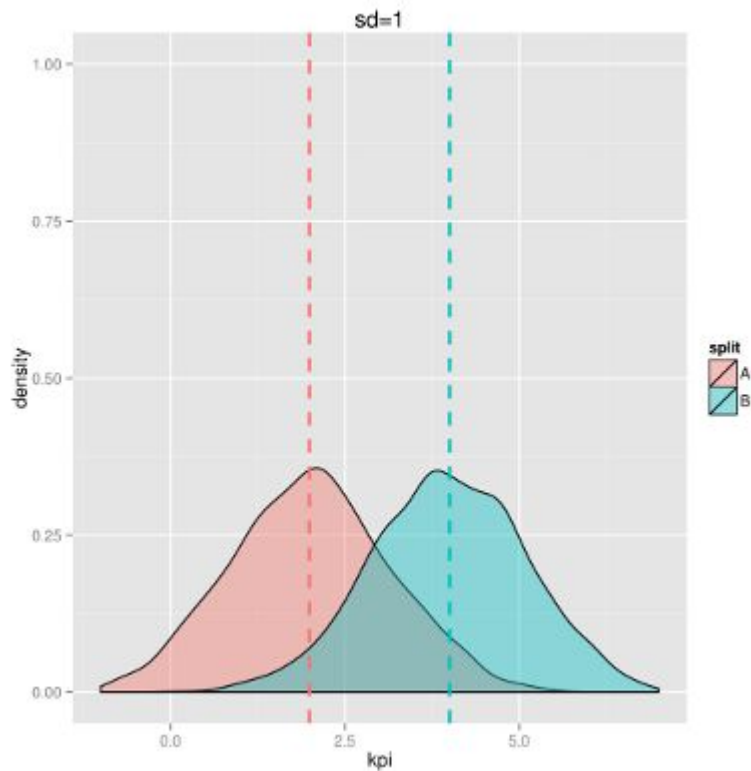
Сроки эксперимента

Минимальный срок - 1 неделя, лучше 2, лучше месяц

А так зависит от колебаний трафика

<https://vwo.com/ab-split-test-duration/>

Статистическая достоверность



Статистическая достоверность

<https://vwo.com/ab-split-test-significance-calculator/>

<http://htraffic.ru/calc/> Полезный калькулятор!

Внедрение результата и последующий анализ

После выявления победителя -> ПОБЕДА !

Внедрение результата и последующий анализ

После выявления победителя -> ~~ПОБЕДА!~~

НЕТ (

Надо внедрить победивший вариант на всю аудиторию сайта (рекламного канала)

И проверить ... сохранились ли результаты

Что нужно для проведения успешного АБ теста?

1. Настроенная аналитика
2. Наличие измеримого KPI
3. Выбор правильной гипотезы для проверки
4. Правильный инструмент проведения теста
5. Хорошая подготовка к тесту
6. Знание статистики
7. Пост-анализ результатов

Ошибки при АБ тестах

<https://netpeak.net/ru/blog/35-oshibok-pri-a-v-testirovanii/>

<https://youtu.be/PLsX17kkmwA?t=48m44s>

Что ещё использовать для проверки гипотез?

- Опросы на сайте
- UX тестирования
- Интервью
- Сортировка карточек
- И другие <http://www.designkit.org/methods#filter> (eng)

Коллтрекинг

Промокоды, id трекары

Зависимость от менеджеров

Зависимость от пользователей

Хорошие результаты = 50% звонков

Статический и динамический

Статический

Закрепление одного номера за одним рекламным каналом

Постоянная цена

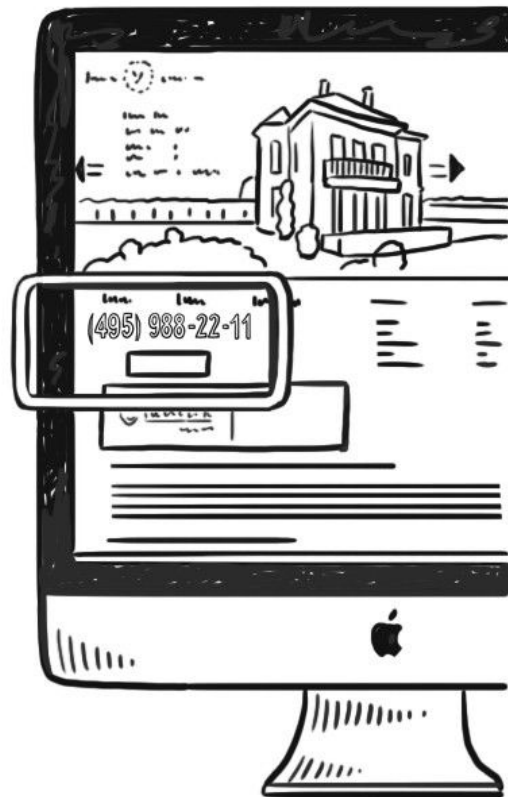
Точность в рамках рекламного трафика

Колтрекинг на уровне источника (статический)

SEO → (495) 789-00-11

Google
AdWords → (495) 456-22-00

Яндекс
директ → (495) 988-22-11



Статический и динамический

Динамический

Выделение отдельного номера каждому уникальному посетителю

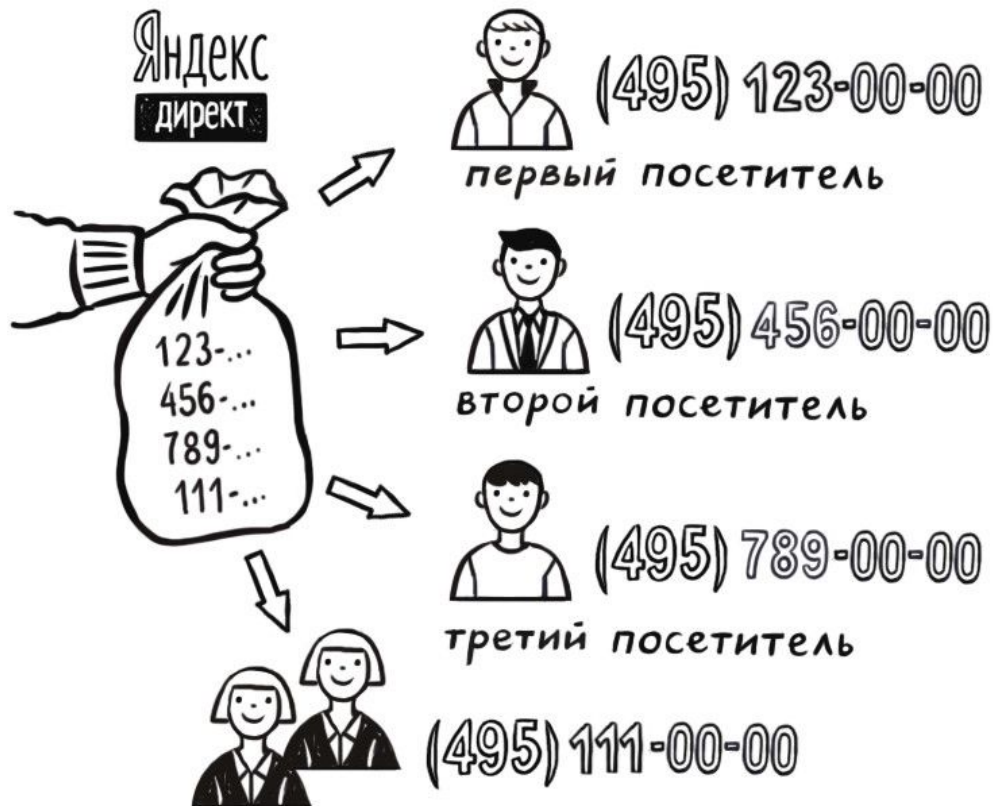
Максимум информации

Цена зависит от объема трафика

Отказные номера <https://vc.ru/p/call-tracking>

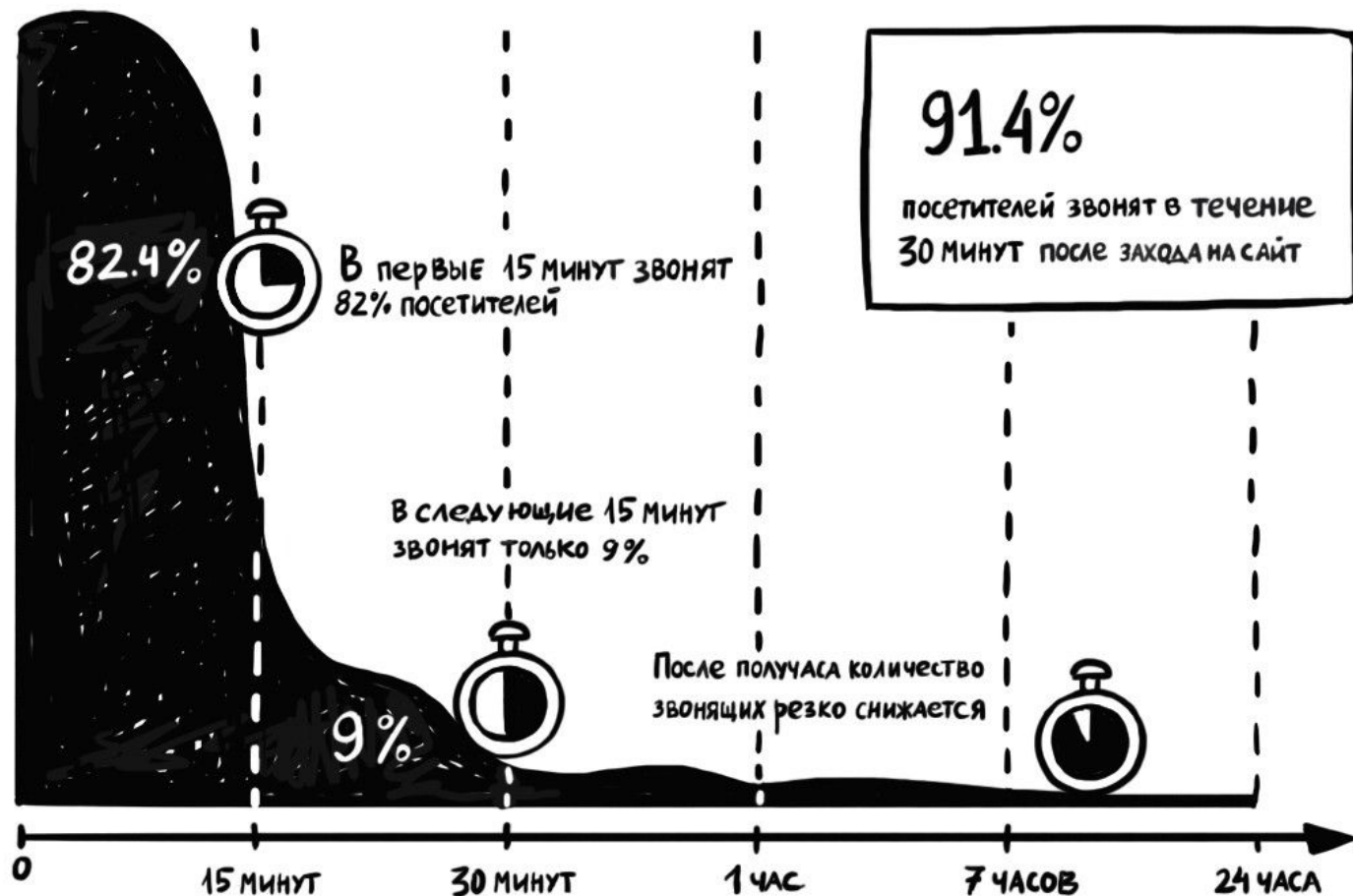
Время фиксации номера за посетителем

Колтрекинг на уровне посетителя (динамический)



Остальные посетители (не хватило номеров из пула)





Популярные возражения

1. Посетитель запишет номер и перезвонит уже после того, как закроет сайт.
2. Нет красивых номеров
3. Есть проблема «нечистых» номеров
4. Системы коллтрекинга небесплатны

Настройка



Конструктор фотокниг

+7 (343) 201-33-66

```
<script type="text/javascript">
var __cs = __cs || [];
__cs.push(["setAccount", "81MHWaWBT2oaZxCrrPdSCQumtRQ5GrmO"]);
__cs.push(["setHost", "http://server.comagic.ru/comagic"]);
</script>
<script type="text/javascript" async
src="http://app.comagic.ru/static/cs.min.js">
</script>
```

Еще

Бумага

Коробка

Минибуки

Кейс

Стоимость



2

Количество разворотов

10

Как выглядит отчет

Opera

Кабинет Callibri

callibri.ru/kabinet/phones

Callibri

Поиск...

Поддержка Колибри

Сайты

Номера (0/0)

Номера

Заказать

Тикеты

Финансы

Номера

| Номер | Название канала | Город | Сайт | Вкл | Выкл | Цена | | Комментарий | Статус |
|--------------------|-----------------|--------------|---------------|-----|------|------|-------------------------------------|-------------|----------|
| +7-(343)-288-25-28 | | Екатеринбург | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(345)-258-81-31 | | Тюмень | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(499)-649-28-85 | | Москва | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(800)-200-26-50 | | 8 800 | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(800)-775-23-02 | | 8 800 | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(800)-775-49-30 | | 8 800 | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(804)-333-01-95 | | 8804 | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(804)-333-81-30 | | 8804 | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |
| +7-(804)-333-88-50 | | 8804 | Callibri_сайт | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | В работе |

15 из 9

Написать в поддержку

www.Callibri.ru

Как выглядит отчет

The screenshot displays the Callibri web application interface in a browser window. The main content area shows a call history report for a specific client, titled "История (в) Клиент". The report lists five calls with their timestamps, durations, and types.

| Дата | Время | Тип звонка | Длительность |
|------------|-------|------------------|-------------------|
| 11.11.2015 | 13:47 | Входящий звонок | 02:06 |
| 09.11.2015 | 15:59 | Исходящий звонок | 00:17 |
| 09.11.2015 | 15:59 | Исходящий звонок | 00:00 |
| 09.11.2015 | 15:59 | Исходящий звонок | Телефон был занят |
| 09.11.2015 | 14:27 | Входящий звонок | 04:38 |

The interface includes a left sidebar with navigation options: Сайты, Лиды, Каналы, Графики, Контакты, Настройки, Добавить сайт, Номера (0/0), Тикеты, and Финансы. The top right corner shows a user profile and a "Поддержка Колибри" link. The bottom right corner displays a table with columns for "Клиент" and "Тип".

Сервисы коллтрекинга

CoMagic

 **CALLTOUCH**
+7 (495) 984-42-17

 Callibri

 alloka

 Ringostat
intelligent call tracking

Яндекс

Метрика

Счётчики

Целевой звонок

Представители

API

Блог

Сравнение сервисов

<http://www.lpgwebinar.ru/calltracking/>

Своё решение: <http://sbjs.rocks/sb-placer>

Дополнительные материалы

Визуализация результатов

Сервис <https://datastudio.google.com/>

Презентация

https://docs.google.com/presentation/d/1k_dbvuyWb3Y8Uod60QpyqY-r7fCYilGVIW1NsZZ9WNg/edit?usp=sharing

Статья

<https://netpeak.net/ru/blog/kak-cdelat-krasivuyu-vizualizatsiyu-v-google-data-studio-podrobnoe-rukovodstvo/>

Выгрузка отчётов по API

ЯМ <https://tech.yandex.ru/metrika/>

GA <https://developers.google.com/analytics/devguides/reporting/core/v4/>

Query Explorer <https://ga-dev-tools.appspot.com/query-explorer/>

R <http://code.markedmondson.me/googleAnalyticsR/index.html>

Excel <http://www.analyticsedge.com>

Google Sheets

<https://developers.google.com/analytics/solutions/google-analytics-spreadsheet-add-on>

Статьи <https://netpeak.net/ru/blog/category/web-analytics/>

Data driven marketing



Идеи-фикс для маркетинговых стратегов

1. Система точного и оперативного **измерения эффективности маркетинговых коммуникаций**, которая бы позволила сократить нецелевые расходы.
2. Платформа оперативной **доставки персонализированных, релевантных предложений** существующим и потенциальным клиентам в подходящие для этого моменты на основе индивидуального профиля каждого потребителя.
3. База аудиторных знаний (потребительских инсайтов), которая бы позволила точнее оценивать текущий и потенциальный спрос.

Что в результате DDM

- Единый профиль клиента
- Сегментация клиентов
- Модели лояльности и оттока клиентов

Что в результате DDM

