

А/Б тестирование сайта НКО

Открытый мастер-класс Теплицы социальных технологий

Сергей Исаков, рук. внедрения CRM БФ "ВЕРА"

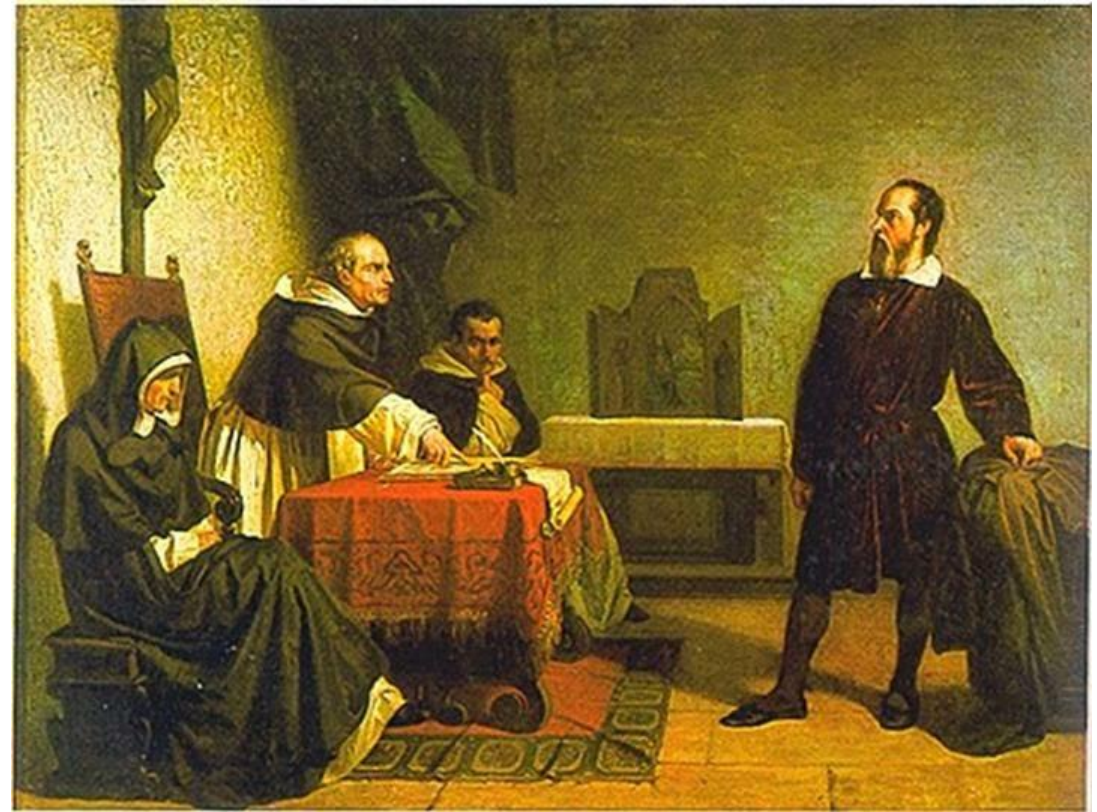
20.06.18 г.

План мастер-класса

- Матчасть
 - Определение (если нужно)
 - Кому это должно быть интересно и зачем
 - Что для этого нужно
 - Нюансы и проблемы
- Прикладная часть - настроим эксперимент на одном сайте
 - Создать аккаунт в google optimizer
 - Создать эксперимент
 - Трактовать результат
- Темы не относящиеся к предмету: adwords, SEO, UX в части дизайна, стратегия и брендинг, data mining

Главное

- Определение: АБ-тест (он же сплит-тест) - математический метод определения, какая вариация страницы дает больше измеримого результата.
- Принцип работы: Случайное распределение посетителей сайта по группам, которые видят различные варианты страницы.
- Зачем это нужно: чтобы закончить вкусовые споры, споры через отсылку к авторитетам, крики, истерики и пр. ненаучные методы выяснения истины
- Откуда это пришло: прикладная адаптация фундаментальных наук: математической статистики, теории эксперимента
- Кому это целесообразно внедрять: НКО с 5000+ посетителей в месяц



Реальная польза от незначительных вещей, и бесполезность значительных

- Изменение текста кнопки - повысило конверсию сайта на 5%.

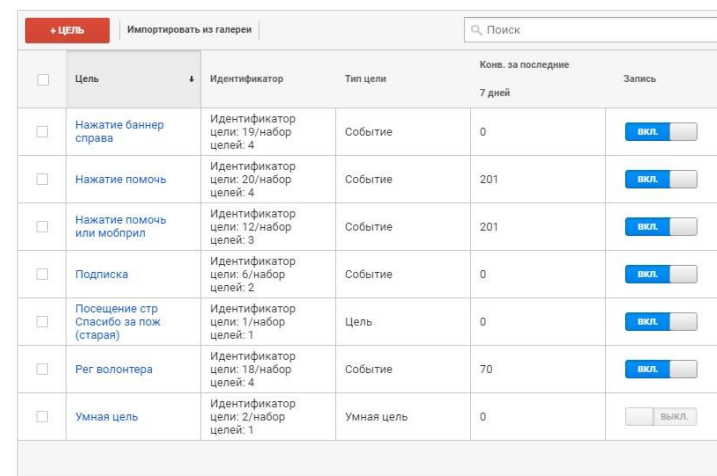
Надо ли объяснить что такое конверсия?

- Изменение формы кнопки - повысило конверсию еще на 10%
- Снижение количества полей в форме - не изменило конверсию
- Добавление второй кнопки пожертвовать вниз каждой страницы - не изменило конверсию
- АБ-тест это не разовое мероприятие - это циклический процесс (у меня 20 тестов в год, а результат дали всего 2)



Необходимые условия

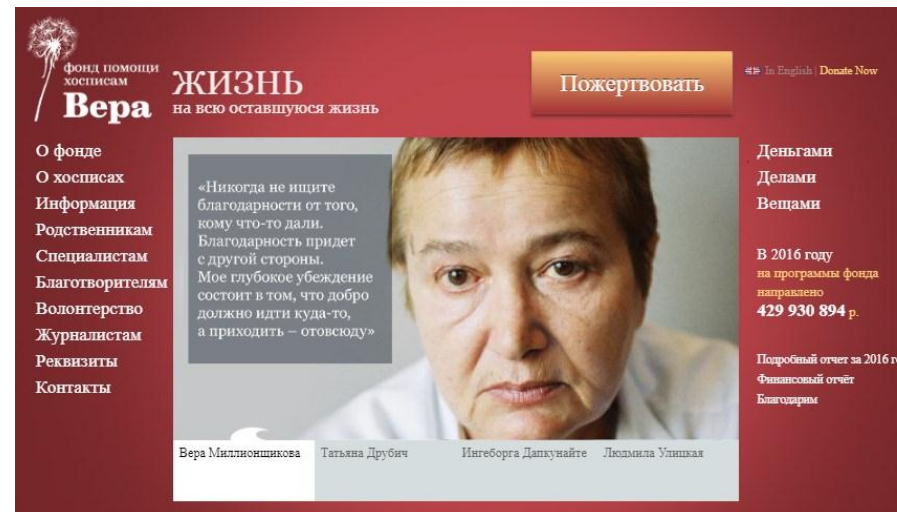
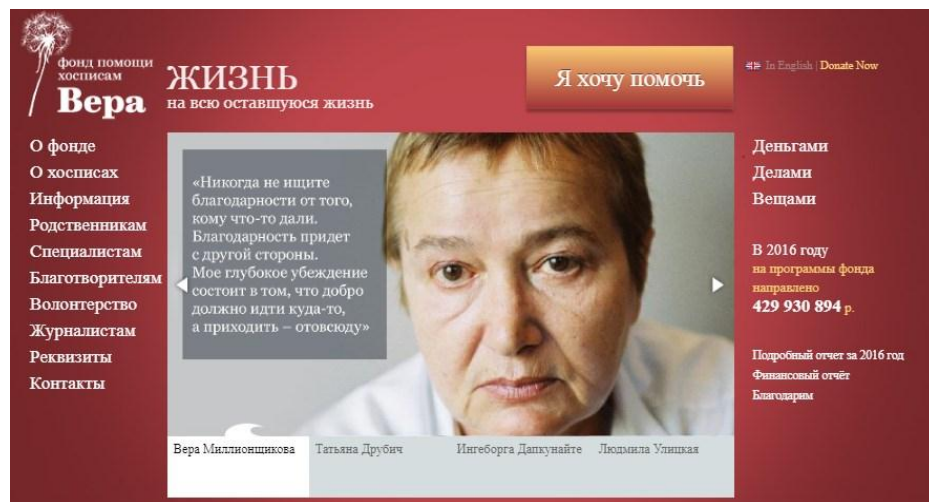
- Аккаунт google analytics (и google optimize) и лучше всего google tag manager
- Страница(-ы) с достаточным количеством посетителей:
 - Об этом чуть позже, но порядково от ~150 посетителей в сутки
- Измеримая и настроенная в google analytics цель тестируемых страниц:
 - Нажатие кнопки
 - Переход на страницу спасибо за пожертвование
 - Регистрация на сайте (отправка формы)
 - Прочтение страницы до конца



<input type="checkbox"/>	Цель	Идентификатор	Тип цели	Конв. за последние 7 дней	Запись
<input type="checkbox"/>	Нажатие баннер справа	Идентификатор цели: 19/набор целей: 4	Событие	0	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Нажатие помочь	Идентификатор цели: 20/набор целей: 4	Событие	201	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Нажатие помочь или мобприл	Идентификатор цели: 12/набор целей: 3	Событие	201	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Подписка	Идентификатор цели: 6/набор целей: 2	Событие	0	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Посещение стр Спасибо за пож (старая)	Идентификатор цели: 1/набор целей: 1	Цель	0	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Рег волонтера	Идентификатор цели: 18/набор целей: 4	Событие	70	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Умная цель	Идентификатор цели: 2/набор целей: 1	Умная цель	0	<input type="checkbox"/> Выкл.

Схема теста

- Об этом часто забывают: при классическом тесте между вариантами страниц только 1 отличие!
- 2 и более отличий можно тестировать - но при этом используется более сложная математическая схема аб-теста - мультивариативный тест.



Нюансы математические (теория)

- Принцип тервера - закон больших чисел:
 - Если при 100 показах каждого варианта, первый кликнули 4 , второй 5, это ни о чем не говорит
 - Если при 1 000 000 показов, первый кликнули 40 000 раз, а второй 50 000, то второй бесспорно работает лучше
 - Но у нас нет 1 000 000 показов - что же делать:
 - Ответ из тервера, подсчет размера выборки для формирования доверительного интервала (95%)
- В итоге все упирается в количество посетителей
- Одна радость - все расчеты google делает за нас.



Нюансы математические (практика)

- Требуемое время на сбор статистики посетителей увеличивается при:
 - Малой посещаемости тестируемых страниц (лучше всего тесты проводить на главной)
 - Большом количестве вариантов простого эксперимента
 - Замеру априорно более низких конверсий - например регистрации формы волонтера (0,1% от всех посетителей)
- Подробнее о требуемом размере(длине) выборки (количеству посетителей в варианте страницы) здесь - <https://liraltd.com/raschet-dliny-vyiborki-dlya-testirovaniya>

Что потестить

- Первое - определить цели сайта и основных страниц, понять приоритеты.
- Второе - понять траекторию пользователя и с какими элементами он взаимодействует на пути к целям.
- Третье - проверить как организованы эти траектории у самых успешных конкурентов (в т.ч. международных)
- В своей траектории человек взаимодействует с главными элементами:
 - Кнопка
 - Форма
 - Информационный раздел ведущий к цели (как правило "о фонде" или ведущий адресный сбор или как стать волонтером)
 - Большие фото
 - Логотип
 - Слоган

Что потестить (продолжение)

- Тестируем расположение, текст, размер, цвет каждого элемента на траектории
- Чем радикальней отличаются варианты, тем лучше. Если тестируете размер фото - тестируйте порядково. 200px / 500px / 1000px. Основная цель тестирования - найти определяющие факторы, тонко подогнать всегда успеем.
- Иногда значение имеют элементы с которыми человек не взаимодействует: избыток информации на главной может отвлекать и прироста можно достичь убрав избыточные элементы

Приложение 1. Нюансы технические

- Посетитель здесь - тождественно устройству, с одного устройства человек может увидеть только один вариант страницы.
- Тестированию подвергаются в общем случае все устройства, заходящие на сайт.
- Отрисовка варианта производится на стороне устройства
- Информация о том, в какую группу попадает посетитель хранится в т.н. cookies, спец. области памяти браузера, которую можно сбросить в настройках.
- Данные об отображенной версии эксперимента и действиях посетителя браузер отправляет на сервер google analytics
- На различных страницах можно проводить различные эксперименты. Можно несколько на одной - но это чрезмерная нагрузка

спасибо

- Вопросы на serguey.issakov@gmail.com
- Больше моих материалов <https://charitech.livejournal.com/>
- <https://www.facebook.com/serge.issakov.7>