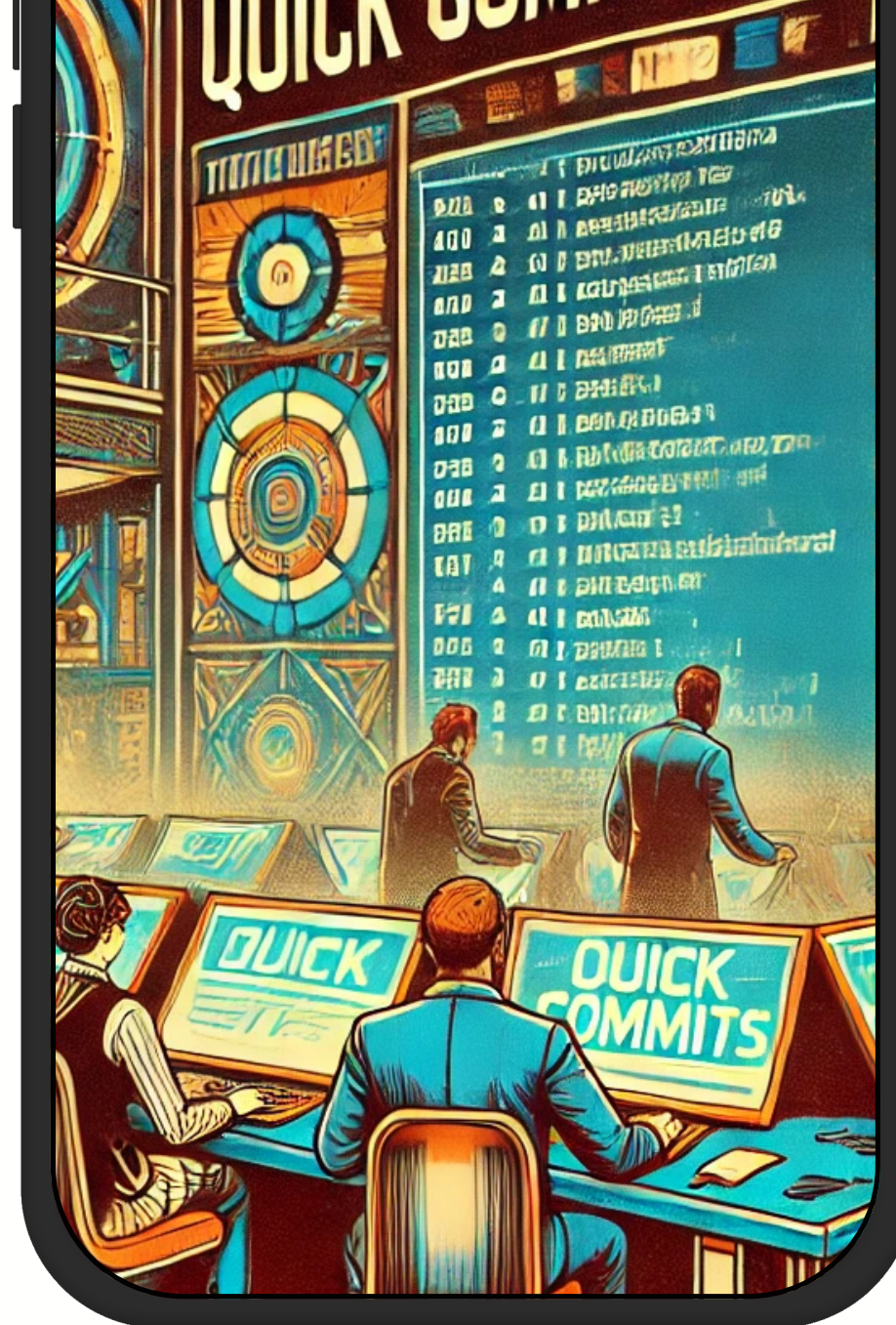
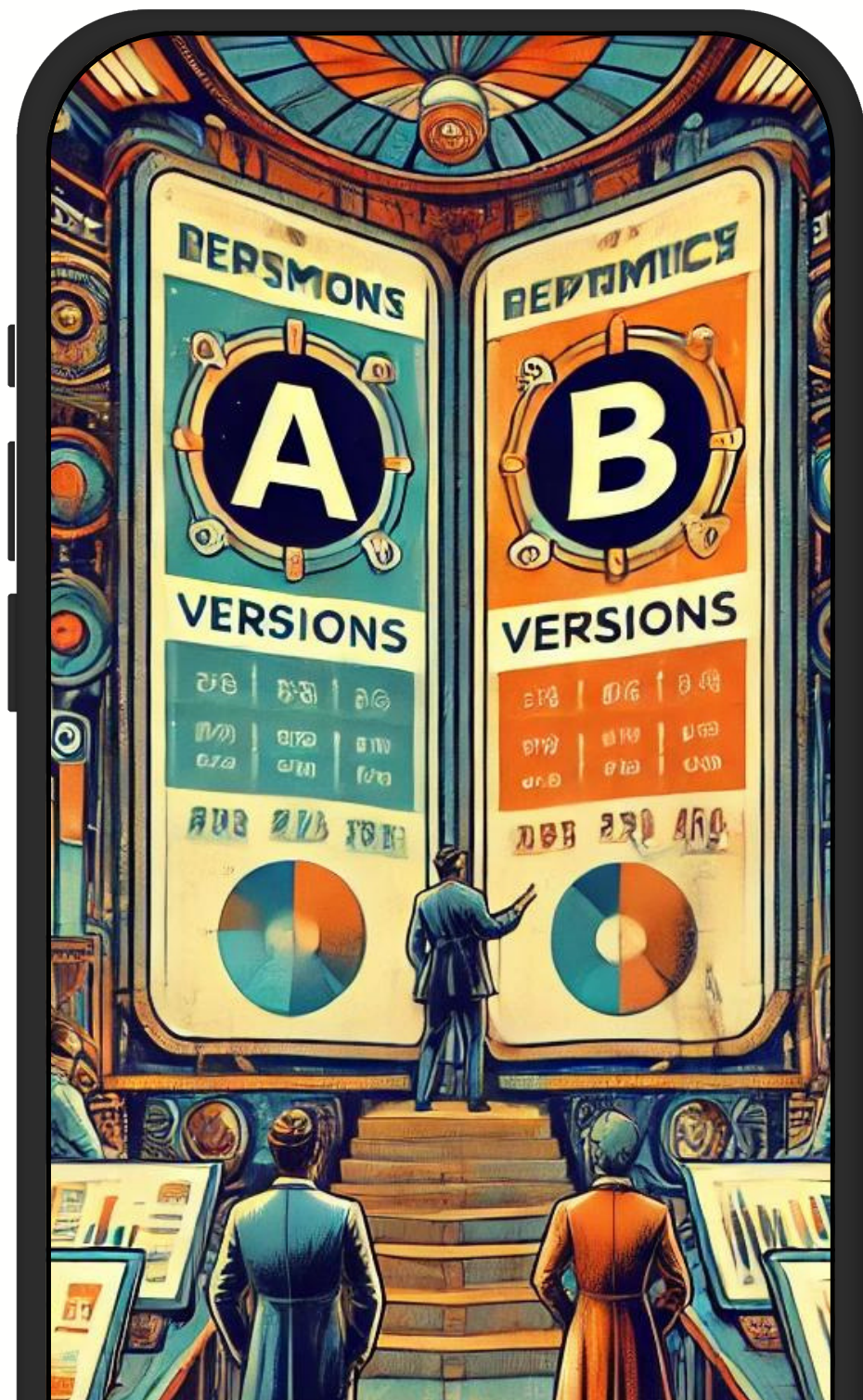


A/B тести



Швидкий коміт і рекоміт

МЕТА

Навчитися **ВИЯВЛЯТИ** рішення,
що найкраще підходять клієнтам



**STANFORD UNIVERSITY:
YOSSI FEINBERG
PROFESSOR OF ECONOMICS**

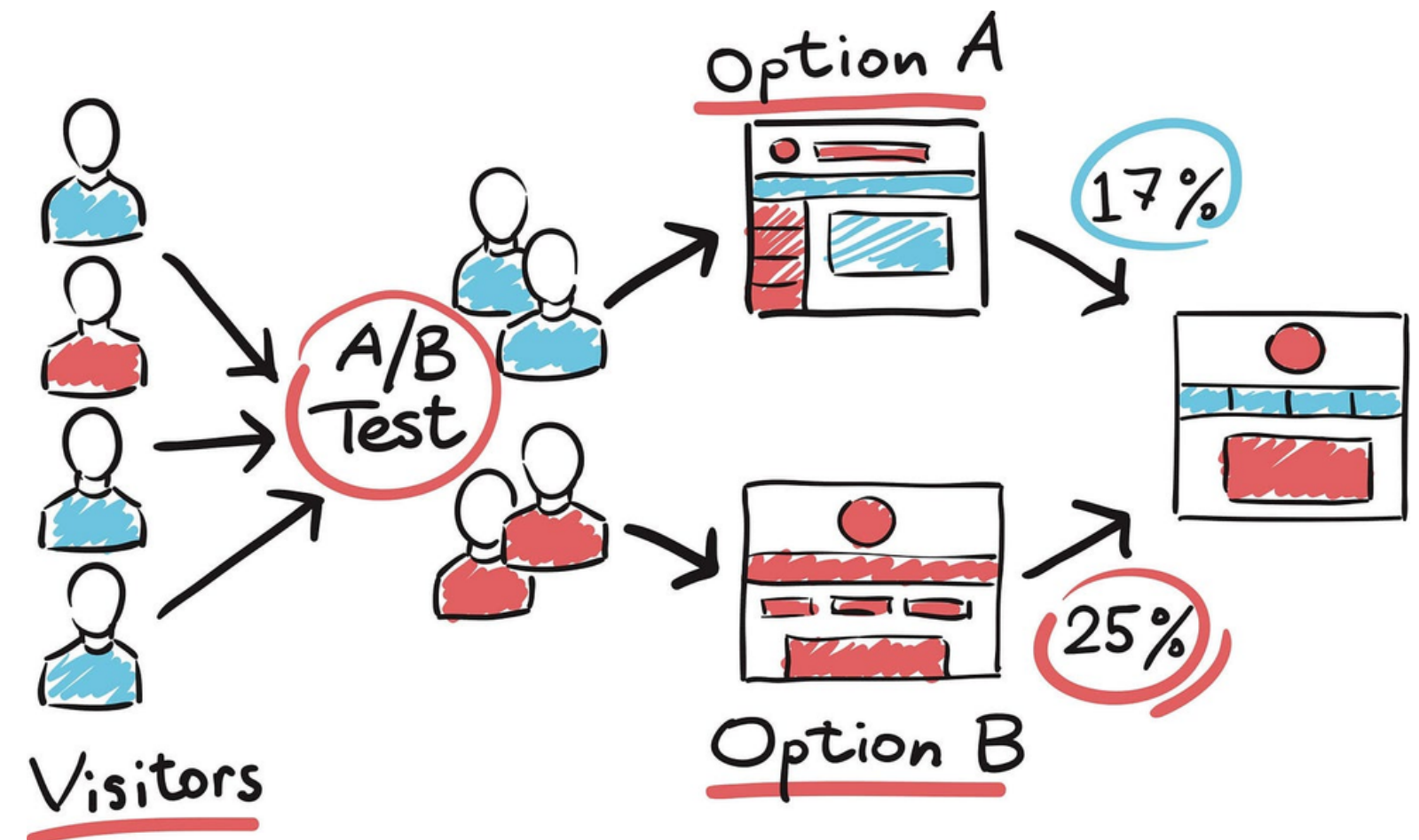
2024

A/B тести

A/B тести — це метод порівняння двох варіантів продукту або його елементів, щоб визначити, який з них працює краще для досягнення поставлених цілей.

Основні поняття:

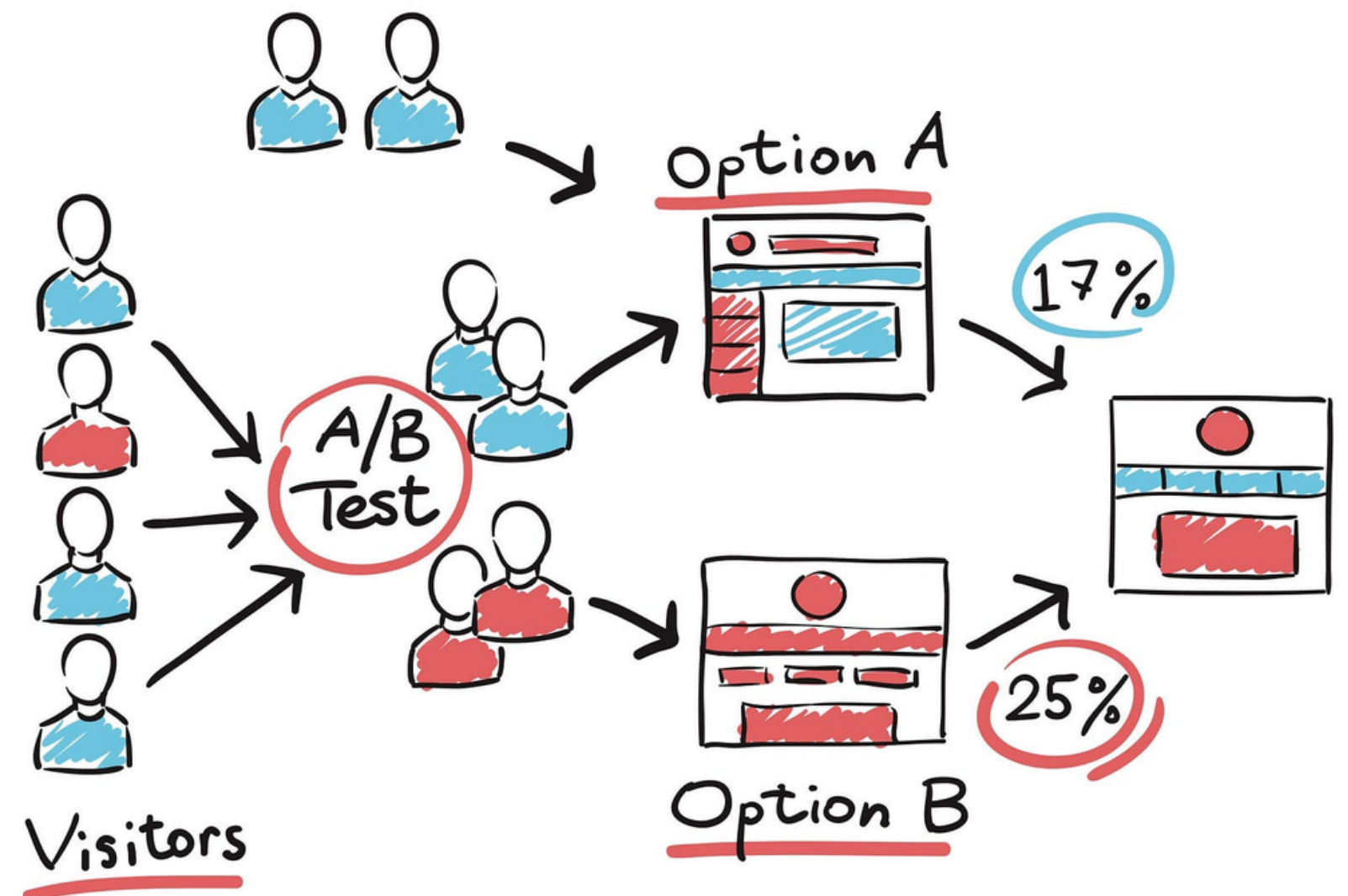
- **Контрольний варіант:** Існуюча версія продукту, яка порівнюється з новою.
- **Тестовий варіант:** Нова версія або зміна, яка тестується.
- **Аналітика:** Збір даних і оцінка результатів тесту.



A/A/B Тестування

Мета: A/A/B тестування включає порівняння двох однакових оригінальних версій (A/A) і однієї зміненої версії (B). Це робиться для перевірки точності методики тестування та впевненості в тому, що зміни, які вносяться, дійсно впливають на результат, а не є результатом випадкових факторів.

Процес: Користувачі розподіляються між двома ідентичними версіями (A/A) та однією зміненою версією (B). Це дозволяє визначити базові показники для A/A версій і порівняти їх з результатами зміненої версії, що будь-які зміни в поведінці користувачів дійсно пов'язані з тестованими змінами.



ПРИКЛАД

Facebook

Facebook провела A/B тестування алгоритмів стрічки новин, що збільшило середній час перегляду на 8% у 2023 році.



Booking.com

Booking.com постійно проводить A/B тести різних елементів сайту, що допомагає збільшити конверсію на 5-10% щороку.



ПРИКЛАД

×

Subscribe to our newsletter

Tips, guides, and informative content delivered to your inbox

Subscribe

Give it a try, it only takes a click to unsubscribe

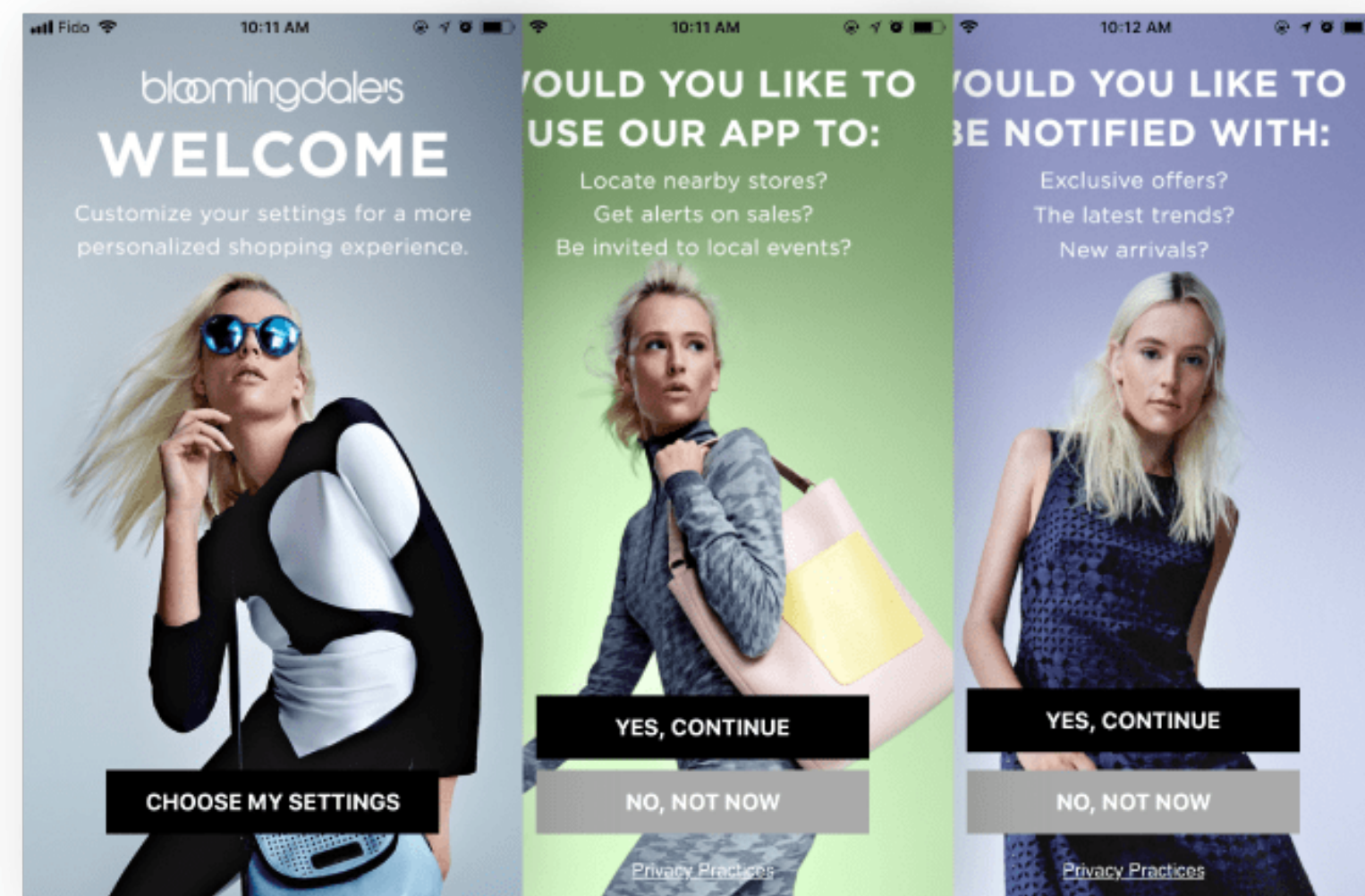
×

Get awesome tips to improve your business

Tips, guides, and informative content delivered to your inbox

Subscribe

Give it a try, it only takes a click to unsubscribe



ПРИКЛАД Hotjar



Алгоритм для проведення

1. Визначення цілей та гіпотез

Великі корпорації спочатку визначають чіткі бізнес-цілі і гіпотези для тестування. Ці цілі можуть включати збільшення конверсії, покращення користувацького досвіду, збільшення частки відтворень відео, тощо.

2. Розробка та реалізація варіантів

Далі, команди займаються створенням двох або більше варіантів (А та В), де "В" - це змінений варіант "А". Зміни можуть варіюватися від простих, як зміна кольору кнопки, до більш складних, як нова структура сторінки або новий функціонал.

3. Сегментація та відбір аудиторії

Аудиторія для тесту розділяється на випадкові, рівно великі групи, щоб забезпечити надійність результатів. В корпоративному середовищі сегментація часто включає демографічні, географічні та поведінкові фактори.

4. Запуск тесту

Тестування проводиться на контрольований період часу, щоб зібрати достатньо даних для статистичного аналізу. Це може бути від кількох днів до кількох тижнів залежно від трафіку та волатильності показників.

Алгоритм для проведення

5. Аналіз результатів

Після завершення тесту дані аналізуються, щоб визначити, який варіант показав кращі результати згідно з встановленими метриками.

Використовуються статистичні методи для переконання в достовірності результатів.

6. Реалізація та оптимізація

Якщо варіант В (або інший тестовий варіант) показує кращі результати, його можна реалізувати як постійний елемент продукту. Після впровадження можлива подальша оптимізація на основі зібраних даних та зворотного зв'язку від користувачів.

Відповідальний - продакт менеджер

FAQ

01 Де брати респондентів?

Залучайте існуючих клієнтів, можна запуснути рекламу для перевірки візуалів.

Не опитуйте людей, що не є вашими потенційними покупцями!

03 Навіщо це, якщо мій продукт - це гвинти та гайки?

Тобі це найпотрібніше, пакування продукту може бути досить великою конкурентною перевагою.

02 Яка частота проведення?

Я раджу проводити тестування на початку створення продукту та при різких змінах в продукті. При збільшені команди від 20 чоловік, рекомендую створити посаду аналітика, який буде проводити тестування на постійній основі.

04 Як не задовбати своїх клієнтів опитуваннями?

Мотивуйте клієнтів знижками, робіть фокус на соціальну складову, використовуйте скриті інструменти аналізу даних.

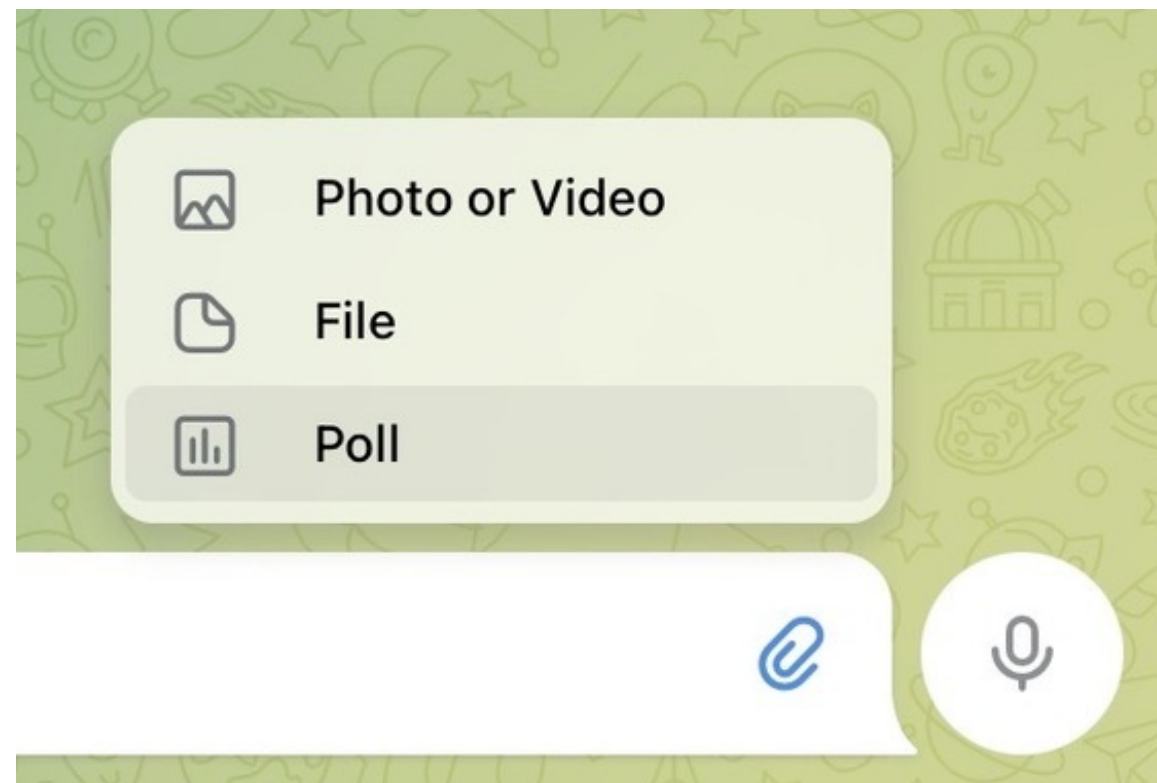
05 Які інструменти використовувати для проведення?

Достатньо буде Google Analytics, Гугл форм, Hotjar.

ПРАКТИКА

ЗАВДАННЯ

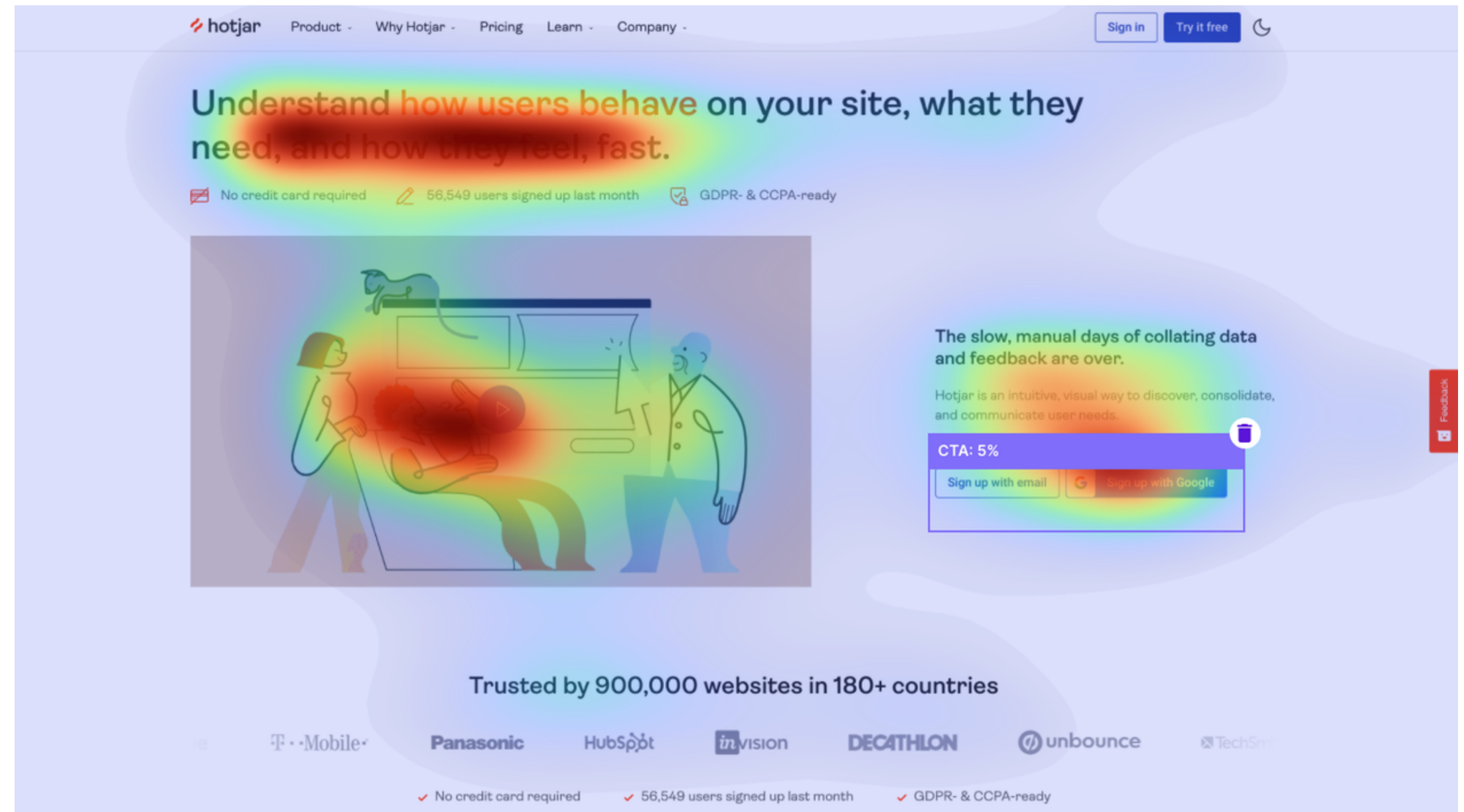
Створіть 2 логотипа за допомогою ChatGPT, потім створіть групу респондентів та проведіть опитування використовуючи функцію POLL в Telegram

A screenshot of the 'New Poll' creation screen in Telegram. The screen has a white background with a green border. At the top, there is a close button (X) and a 'New Poll' title, followed by a blue 'CREATE' button. Below the title is a text input field labeled 'Ask a Question' containing the text 'Як створити опитування в Telegram?'. Underneath is a section titled 'Poll options' containing two input fields for options. The first option is 'Зайти на сайт Факти ICTV та подивитися і' with a close button (X). The second option is 'Немає інших варіантів!' with a close button (X). Below the options is an 'Add an Option' input field. At the bottom, there are three checkboxes: 'Anonymous Voting' (checked), 'Multiple Answers' (unchecked), and 'Quiz Mode' (unchecked).

ПРАКТИКА

ЗАВДАННЯ

Ознайомитись із
платформою Хот Джар



Швидкий коміт і рекоміт

Коміт (commit) — метод виходу на ринок, швидке прийняття рішення щодо впровадження нової ідеї або змін, а **рекоміт (recommit)** — повторна перевірка і підтвердження раніше прийнятих рішень, щоб переконатися в їхній актуальності.

Основні поняття:

- **Коміт:** Прийняття швидких рішень для збереження гнучкості та швидкості в розробці.
- **Рекоміт:** Оцінка раніше прийнятих рішень для перевірки їхньої актуальності в нових умовах.
- **Адаптація:** Готовність змінювати рішення на основі нових даних.



ПРИКЛАД

Lego



У 2000-х роках Lego зіткнулася з фінансовими труднощами через розширення у неосновні категорії продуктів і втрату фокусу на основному бізнесі. Після невдачі компанія переглянула стратегію, повернувши увагу до основних продуктів, таких як конструктивні набори, та запустила серію тематичних наборів, що базуються на популярних франшизах (наприклад, Star Wars). Цей крок дозволив Lego значно підвищити прибутковість і повернути собі лідерство на ринку іграшок.



ПРИНЦИПИ

1. Не закохуйтесь у власний продукт.

Ваш продукт може змінюватись враховуючи потреби ринку, нові технології та інші фактори.

2. Намагайтеся не вносити не кординальні зміни.

Чим більше змін ви вносите, тим більше часових та грошових втрат отримаєте. Пробуйте спочатку впроваджувати менш витратні зміни.

3. Невдачі (які і досягнення) - є результатом роботи команди, та її неякісного делівері. Зробіть аналіз завдань (або їх відсутності) які призвели до невдачі.

4. Створюйте продукт разом із клієнтами.

Неякісні коміти засновані на неякісному аналізі клієнтів та конкурентів.

5. Час - критичний для стартапу.

Немає межі досконалості. Потрібно виходити на ринок швидко, навіть якщо продукт не повністю готовий, із частковим функціоналом. Отримувати фідбеки, покращуватись та знову перезапускатись.

5. Використовуйте мінімальні інструменти ризик менеджменту. Компанії використовують матриці оцінки вартості змін та чеклісти запуску продукту.

ПРАКТИКА

01 Використовуючи шаблон введіть необхідні дані та створіть матрицю

ЗАВДАННЯ

Створити матрицю оцінки вартості змін в продукті

Група параметрів	Параметр продукту	Оцінка складності змін від 1 до 10	Приблизна вартість в USD, враховуючи час роботи команди
Фзичні характеристики	Вага	5	5000
	Колір	3	3000
	Розміри	4	200
	Форма	5	5000
	Матеріали	5	3000
	Текстура	3	200
	Логотип	4	5000
	Упаковка	5	3000
	Інструкції	4	200
	Кількість компонентів	5	400
Зміни в програмному забезпеченні та вебсайті	Дизайн головної сторінки	5	600
	Структура навігації	3	5000
	Функціональність пошуку	4	3000
	Розміщення контенту	5	200
	Зміна серверу	5	5000
	Оптимізація швидкості завантаження	3	3000
	Зміна домену	4	200
	Інтеграція з новими сервісами	5	5000
	Оновлення безпеки	3	3000
	Покращення користувацького інтерфейс	4	200

ПРАКТИКА

02 Використовуючи шаблон створіть чекліст запуску продукту

Чекліст					
Тт	Завдання	Статус	Власник	Термін виконання	Посилання на результат
	Аналіз конкурентів	Виконується	Vlad Nanit Robot	22.08.2024	nanitrobot.com
	Визначити цільову аудиторію	Не розпочато	Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Розробити ціннісну пропозицію	Завершено	Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Створити бізнес-план		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Провести SWOT-аналіз		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Створити прототип		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Оцінити витрати		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Визначити ціну		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Створити пітчдек для інвесторів		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Розробити брендбук		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Створити логотип		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Розробити візуальний стиль		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Розробити продукт		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Провести тестування		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Поліпшити прототип		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат
	Розробити маркетингову стратегію		Назва	dd.mm.yyyy	Посилання на результат

ЗАВДАННЯ

Чекліст запуску продукту

Дякую за увагу