

Co je A/B test

Poslední aktualizace 2 prosince, 2024

A/B test porovnává dvě nebo i více verzí určitého prvku na webové stránce, v e-mailu nebo reklamě, aby se zjistilo, která z nich dosahuje lepších výsledků.

Cílem A/B testování je optimalizovat výkon a efektivitu daného prvku na základě reálných dat od uživatelů.

Jak A/B test funguje?

Při A/B testu je důležité **změnit pouze jeden konkrétní prvek**, aby se zabránilo nejasnostem v měření. Tím prvkem může být jen jiná barva tlačítka, nadpis či předmět e-mailu, obrázek, ale také celá přistávací stránka či reklamní sada (v případě PPC reklamy).

1. Vytvoření dvou verzí:

- Verze A: Původní (kontrolní) verze.
- Verze B: Upravená verze

2. Rozdělení uživatelů: Publikum je náhodně rozděleno do dvou skupin:

- Skupina 1: Zobrazuje se verze A.
- Skupina 2: Zobrazuje se verze B.

3. Sběr dat: Sledováním vybraných konverzí, např. počtu kliknutí (CTR), registrací nebo nákupů, se měří výkon obou verzí.

4. Analýza výsledků: Na základě nasbíraných dat je možné web či reklamu zefektivnit.

Proč je A/B testování důležité?

Díky A/B testování se můžete rozhodnout na základě reálných a aktuálních dat, ne domněnek a pocitů.

A/B testy odhalí, které konkrétní úpravy mají pozitivní vliv na vaše návštěvníky a zákazníky..

Příklady použití A/B testu

- **Webové stránky:** Testování nadpisů, tlačítek (barva, text), rozložení obsahu.
- **E-mailové kampaně:** Porovnání různých předmětů e-mailu nebo call-to-action.

- **Online reklamy:** Testování různých grafických prvků, textů nebo cílení.