

A/B testování webových stránek

Co to je A/B testování?

A/B testování je jednou z nezákladnějších metod vytváření a následného vyhodnocování úspěšnosti provedených změn na webové stránce. Název metody je odvozen od samotného principu testování, kdy jsou většinou mezi sebou porovnávány dvě varianty jedné stránky nebo změn na stránce. Jednotlivé varianty jsou označovány písmeny. V případě testování dvou verzí mluvíme o A/B testování, testování tří verzí se nazývá A/B/C testování. Označení pro testování více variant se odvozuje analogicky.

Stránky A a B se **náhodně** zobrazují uživatelům a měří se, která z verzí stránek nebo změn je efektivnější, respektive která varianta splní stanovený cíl lépe. Je nezbytné, aby se k návštěvníku dostala za celou dobu testování jen jedna verze, a to buď A nebo B. V opačném případě by mohl být návštěvník různými variantami zmaten a testování by přineslo více škody než užitku.

Vzhledem k tomu, že se jedná o metodu, která je založena na statistických datech, musí se stránky zobrazovat uživatelům náhodně. Uživatelé musí navíc **pocházet ze stejného zdroje**. Zároveň je důležité, aby návštěvníci přišli na stránky ve **stejném období**.

Princip této metody by se dal připodobit k boji, kde vítězí jen ten nejlepší. Proto je někdy stránka A označována jako Šampion a stránka B jako Vyzyvatel. Pokud Vyzyvatel porazí Šampiona, nahradí ho na jeho místě. Nový Šampion bude opět bojovat s dalším Vyzyvatelem.

Koloběh soubojů končí ve chvíli, kdy už nevíte, jaké změny na stránce provést nebo jste s výsledkem spokojeni a nic víc už měnit nechcete, což je stav, který v praxi nenastává, protože je vždy co zlepšovat.

Co je k A/B testování potřeba?

Krásou této testovací metody spočívá zejména v její menší náročnosti na přípravu v porovnání s více sofistikovanějšími metodami, jako je například **uživatelské testování**. Předpokladem je zvolení si cíle, který se bude na webu měřit. Celý postup testování můžeme rozdělit do několika bodů:

- Stanovení si cíle, podle kterého se bude vyhodnocovat úspěšnost testovaných variant.
- Vytvoření dvou verzí jedné stránky, které se budou mezi sebou porovnávat. Kvůli odfiltrování jiných vlivů a možnosti přiřadit efekt konkrétní změně je nutné na stránce provést jen jednu úpravu.
- Výběr a nastavení měřicího nástroje, který bude obstarávat náhodné zobrazování stránek a měření úspěšnost splnění cíle. Takovým nástrojem může být Website Optimizer od společnosti Google nebo Omniture Test&Target, případně Crazy Egg.
- Vyhodnocení testování na základě dat získaných z měřicího nástroje.

Výhody

Použití A/B testování má několik nezanedbatelných výhod:

- Náklady na spuštění a provoz A/B testování jsou opravdu nízké. Nejdražší na celém procesu testování je samotné vytvoření druhé verze webové stránky, která se bude porovnávat s původní stránkou. Díky velkému množství marketingových nástrojů sloužících k A/B testování, které jsou na internetu dostupné zdarma, je A/B testování ve výsledku **jednou z nejlevnějších testovacích metod**.
- S množstvím dostupných nástrojů pro testování souvisí i další nesporná výhoda této testovací metody, kterou je **jednoduchost jejího nasazení**. Vytvoříte varianty stránky pro porovnávání, nastavíte nástroje pro testování, a můžete začít doslova okamžitě získávat data, z kterých lze následně vyhodnotit kvality testovaných stránek.
- Další výhodou je **jednoduché vyhodnocování získaných dat**. Nemusíte provádět žádné komplikované analýzy, abyste mohli určit, která z variant stránek je lepší. Měřicí nástroj vám většinou sám doporučí variantu, která vykazovala nejlepší výsledky.

Nevýhody

Ačkoli má použití A/B metody nesporné výhody, najdou se bohužel i nevýhody, díky kterým nelze tuto testovací metodu aplikovat na testování všech webových stránek:

- Pro použití a vyhodnocení A/B testování musíte mít web, u kterého lze izolovat jediný konkrétní cíl. Co víc, ten cíl musí být na **počítačem měřitelný**. Takovým cílem může být například objednání zboží, vyplnění formuláře nebo stažení nějakého dokumentu. Pokud váš web žádný počítačem měřitelný cíl nemá, musíte se poohlédnout po jiné testovací metodě.
- Další nevýhodou je **nemožnost testování více změn najednou**. Abyste určili, jestli je nová verze stránky lepší než ta původní, musíte testovat v jednu chvíli jen jednu změnu. Chcete-li testovat více změn různých prvků na stránce, musíte provést postupně několik testování.
- Z předchozí nevýhody vyplývá nevýhoda další, a to **neschopnost měřit závislost několika změn na sobě**. Jednoduše řečeno, použitím A/B testování nemůžete přesně určit tu nejlepší kombinaci změn.

A/B testování je relativně nenáročná testovací metoda, co se týče finanční a technické stránky věci. Díky relativně přesným výstupům lze jednoduše zjistit, zda přinesly provedené úpravy webových stránek kýžené výsledky nebo ne. Doporučujeme vám A/B testování vyzkoušet, protože určitě zjistíte, že je na vašem webu co zlepšovat.

Marek Hrečka