

Повышение эффективности сайта с помощью инструментов тестирования

Бобылев Дмитрий
веб-аналитик AdLabs, подразделение KeyVision



Содержание

О чем сегодня пойдет речь...

- Проблема низкой конвертируемости трафика
- Тестирование как метод повышения конверсии
- Принцип A/B тестирования
- Эксперименты с Google Analytics
- Возможности Visual Website Optimizer
- Что проверять?

Проблема низкой конвертируемости трафика

- Различные источники генерируют тысячи переходов на страницы сайта



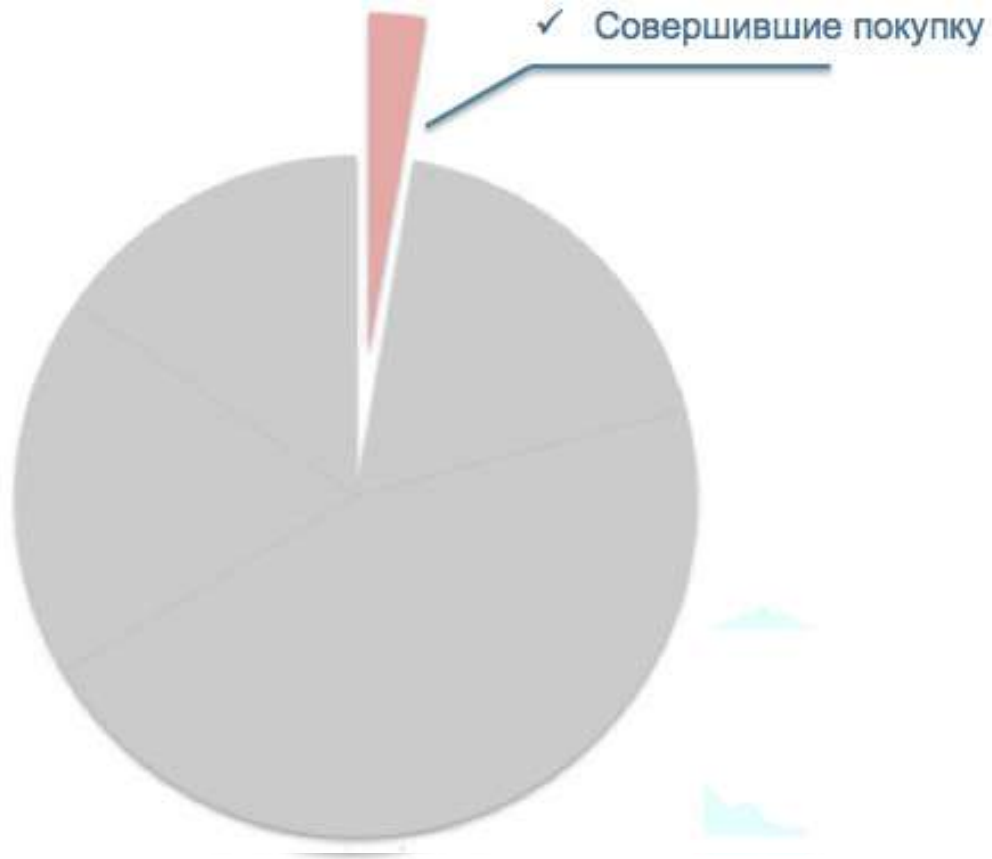
- Только 2-4% посетителей в среднем, становятся покупателями
- При оценке рекламных кампаний мы учитываем поведение этих людей

С какой целью посетили сайт остальные 96% посетителей?



Проблема низкой конвертируемости трафика

Кто все эти люди?



Проблема низкой конвертируемости трафика

Посещая различные разделы вашего сайта, посетитель задает наиболее существенные для него вопросы:

- Смогу ли я быстро найти тот товар, который ищу?
- Есть ли на этом сайте еще что то интересное?
- Какую выгоду я получу от покупки товара, нужен ли он мне?
- Могу ли я доверять компании?
- Какова цена и во сколько обойдется доставка?
- На сколько просто оформить и оплатить покупку?

Ответы, которые получает клиент, оказывают решающее значение на совершение покупки.



Тестирование как метод повышения конверсии

Оптимизируя содержимое сайта и его страниц в соответствии с интересами посетителей, мы формируем впечатление того, что сайт способен решить их проблемы.

Лучший способ определить, какое содержание наиболее привлекательно, предоставить возможность сделать выбор посетителю. В этом и заключается метод тестирования контента сайта.

2 основных метода:

- A/B тестирование
- Мультивариантное тестирование



Принцип A/B тестирования



Вариант А



Отправить заявку

Ваше имя:

Телефон:

E-mail:

[Отправить](#)

Conv.1,25%

Вариант В



Отправить заявку

Ваше имя:

Телефон:

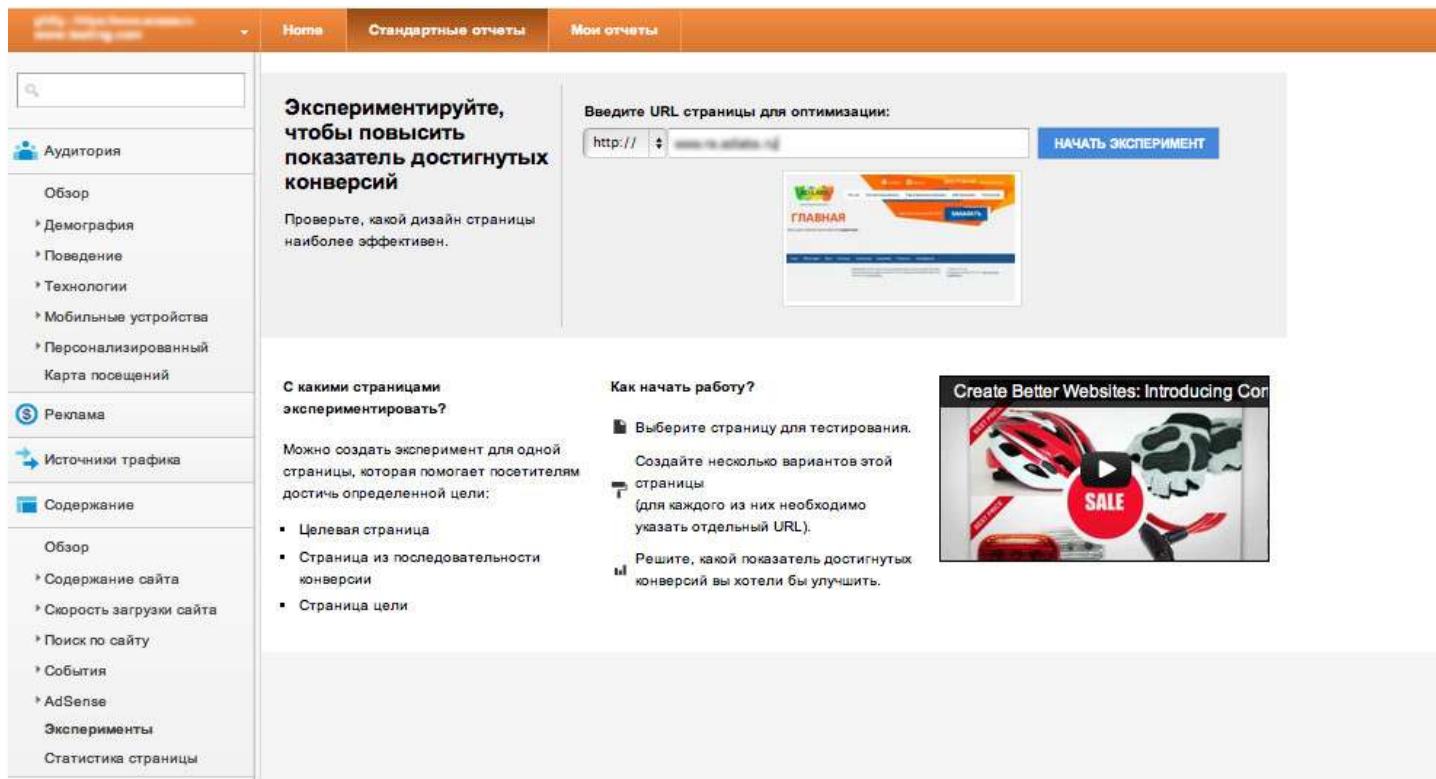
E-mail:

[Отправить](#)

Conv.2,01%

Эксперименты A/B с Google Analytics

Лучший способ начать тестирование страниц



The screenshot shows the Google Analytics Experiments interface. At the top, there are navigation tabs: "Home", "Стандартные отчеты", and "Мои отчеты". On the left, there is a sidebar menu with categories: "Аудитория", "Реклама", "Источники трафика", and "Содержание". The main content area is titled "Экспериментируйте, чтобы повысить показатель достигнутых конверсий" (Experiment to increase conversion rate). It includes a text input field for "Введите URL страницы для оптимизации:" (Enter the URL of the page to optimize) with a "НАЧАТЬ ЭКСПЕРИМЕНТ" (START EXPERIMENT) button. Below this, there is a preview of a website with a "ГЛАВНАЯ" (HOME) button. The interface also contains sections for "С какими страницами экспериментировать?" (Which pages to experiment with?) and "Как начать работу?" (How to get started?).

Экспериментируйте, чтобы повысить показатель достигнутых конверсий

Проверьте, какой дизайн страницы наиболее эффективен.

Введите URL страницы для оптимизации:

[НАЧАТЬ ЭКСПЕРИМЕНТ](#)

С какими страницами экспериментировать?


Можно создать эксперимент для одной страницы, которая помогает посетителям достичь определенной цели:

- Целевая страница
- Страница из последовательности юнверсии
- Страница цели

Как начать работу?

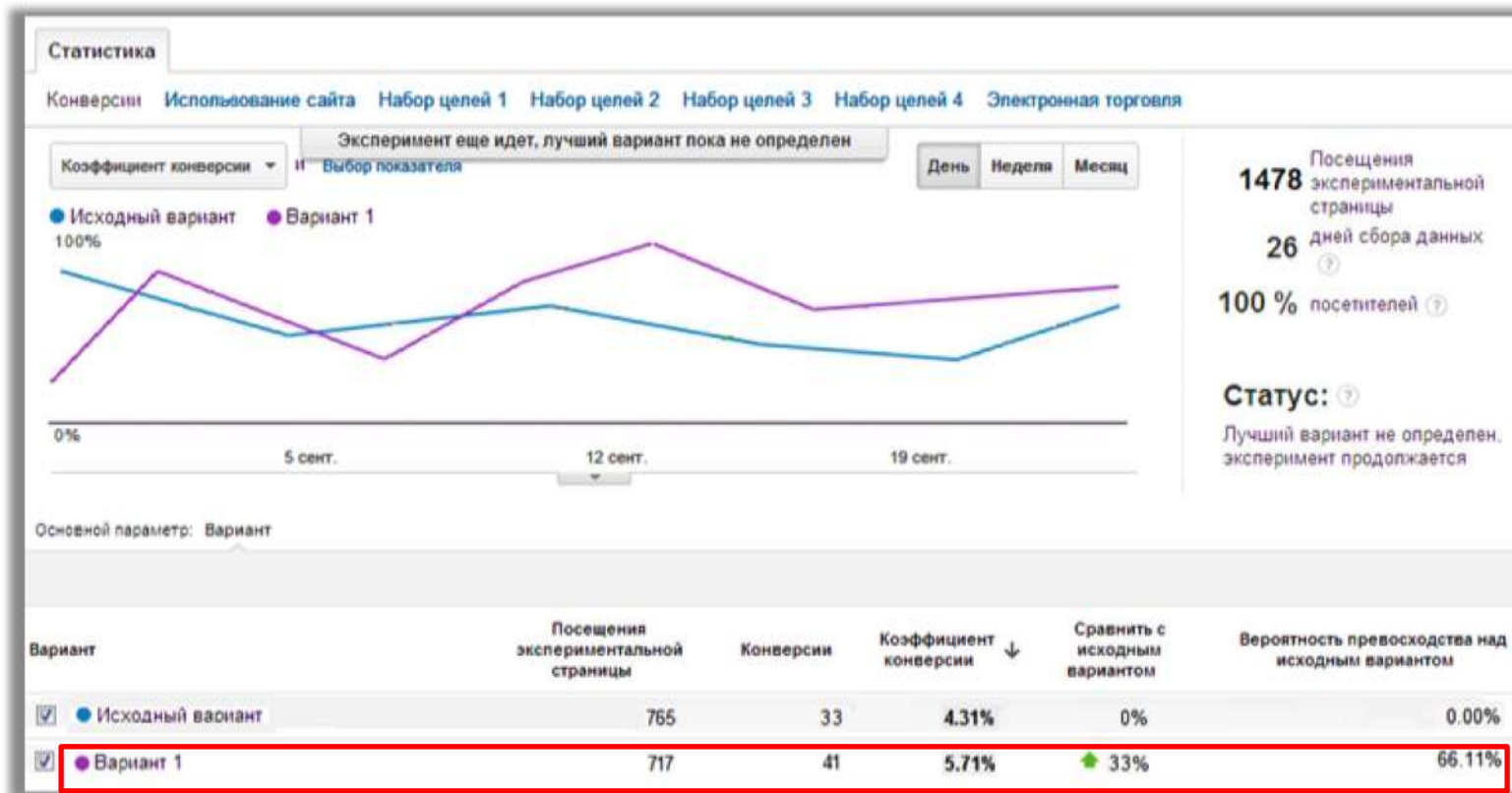
- Выберите страницу для тестирования.
- Создайте несколько вариантов этой страницы (для каждого из них необходимо указать отдельный URL).
- Решите, какой показатель достигнутых конверсий вы хотели бы улучшить.

Create Better Websites: Introducing Cor



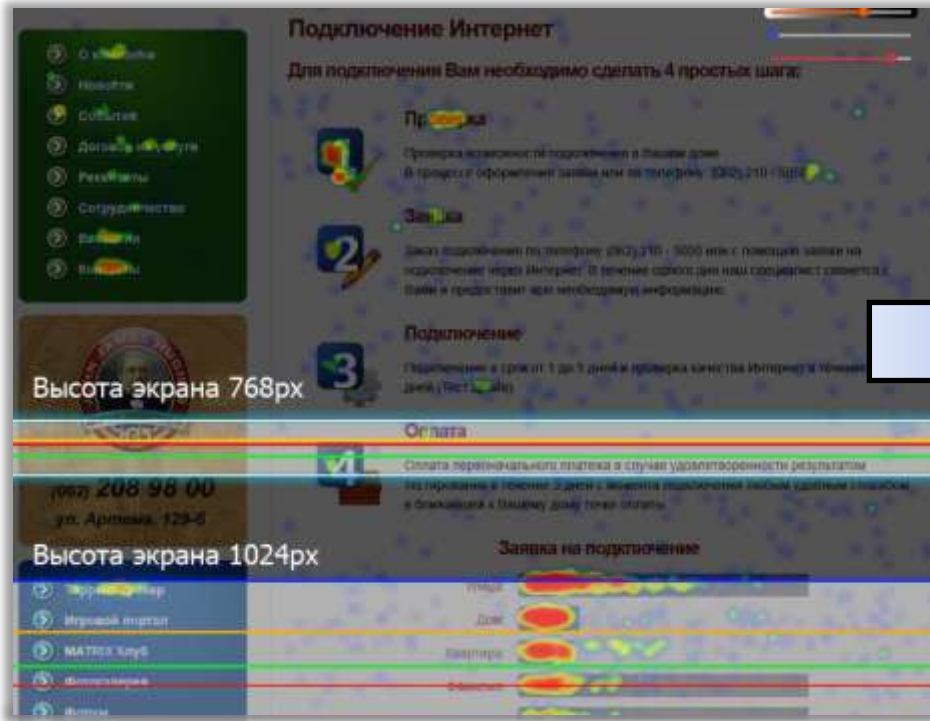

Эксперименты A/B с Google Analytics

Интерпретация результатов



Эксперименты A/B с Google Analytics

Тестирование формы заявки



Эксперименты A/B с Google Analytics

Почему он хорош?

- A/B/C тестирование
- Бесплатное решение
- Простая установка кодов на сайт
- Интеграция с Google Analytics
- Легкая интерпретация отчетов


Недостатки:

- Нет возможности отслеживать несколько целей
- Нет сегментации пользователей
- Не поддерживает мультивариантное тестирование



Возможности Visual Website Optimizer

A/B Test



- Choose different elements and test combination of changes

Create A/B Test

Multivariate Test



- Choose different elements on your page and combine changes to test

Create Multivariate Test


Split URL Test



- Traffic is split randomly amongst different URLs you specify

Create Split URL Test


Geo-Behavioral Targeting



- Show targeted content to different segments of visitors

Create Targeting Campaign


Usability Test



- Gather usability improvement feedback and A/B testing ideas

Create Usability Test

Heatmap & Clickmap



- Create a heatmap to visualize where visitors are clicking on your page

Create Heatmap & Clickmap

Возможности Visual Website Optimizer

The screenshot displays the Visual Website Optimizer interface. At the top, there is a navigation bar with 'Visual Website Optimizer' logo, 'Back' and 'Dashboard' buttons, and 'Undo', 'Redo', 'Save', 'Help' buttons. On the right, there are 'Design Mode' and 'Browse Mode' radio buttons, and a 'Proceed to Next Step' button.

The main content area shows a website page with the following elements:

- Navigation:** Главная > Семинары > Розничная торговля > Семинар. Trade-маркетинг: интегрированный подход
- Menu (МЕНЮ):**
 - О семинарах и курсах
 - Ближайшие семинары
 - Расписание семинаров
 - Авторы семинаров
 - Программы семинаров
 - Отзывы
- Learning by Topics (ОБУЧЕНИЕ ПО ТЕМАМ):**
 - Маркетинг, Реклама, PR
 - Сбыт, Продажи
 - Розничная торговля
 - Личная эффективность руководителя
- Page Content:**
 - Title:** Trade-маркетинг: интегрированный подход
 - Image:** Two red dice with 'BUY' and 'SELL' written on them.
 - Text:**

Цель семинара - обеспечить основн...
 оптового торговца с предприятиями...
 В ходе занятия будут использованы...

Семинар предназначен для:

 - Руководителей отделов продаж;
 - Коммерческих директоров и дире...
 - Трейд-маркетинг менеджеров и т...
 - Сотрудников отделов оптовых и р...
 - Руководителей отделов по работ...

углубить знания по данной теме.
 - Buttons:** 'ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ' (green)
 - Share:** 'Поделиться...' with social media icons (Vkontakte, Facebook, Twitter, etc.)
 - Navigation:** 'Программа', 'О семинаре', 'Авторы', 'Отзывы', 'Рег...' (green tabs)
 - Upcoming Dates (Ближайшие даты проведения):**
 - 29.10.2012 - 30.10.2012
 - 04.04.2013 - 05.04.2013
- Context Menu (Table Data <td>):**
 - Edit
 - Edit HTML
 - Rearrange
 - Move
 - Resize
 - Hide
 - Remove
 - Change CSS
 - Select Parent
- Right Sidebar:**
 - Консультант сайта (OFFLINE)
 - ОСТАВИТЬ СООБЩЕНИЕ
 - системы маркетингового... (text partially visible)
 - инструментов торгового маркетинга (trade-маркетинг)...
 - trade-маркетинга отечественных и зарубежных компаний.
 - ых представителей;
 - системы маркетинга, желающих систематизировать и

Возможности Visual Website Optimizer

Step 4 of 5

Which visitor actions would you like to track for this test?

				Primary ?	Delete
Заявка на обучени	triggers when visitor	visits a page:	http://www.src-master.ru/seminar/result_	<input checked="" type="radio"/>	-
Клик по кнопке	triggers when visitor	clicks on a link:	http://www.src-master.ru/seminar/?/ffor	<input type="radio"/>	-
Экспресс-заявка	triggers when visitor	visits a page:	http://www.src-master.ru/seminar/result_	<input type="radio"/>	-
Корпоративный се	triggers when visitor	visits a page:	http://www.src-master.ru/training/result_	<input type="radio"/>	-

+ Add another goal



Возможности Visual Website Optimizer

Percentage traffic to include in test: [?](#) [Change](#)

Target test to a Segment [?](#) [Cancel](#)

is equal to (case insens.) [x](#)

- Current URL
- Referring URL
- Visitor Type
- Search keywords
- Cookie value
- Referral Type
- Query Parameter
- Operating System
- Mobile Device
- Browser
- JavaScript Variable
- User Agent
- Day of Week
- Hour of the Day
- Location

Other Settings

Are multiple different domains involved in the test? [?](#)

Enable heatmap for this test? [?](#)

Integration with Google Analytics [?](#)

Automatically disable losing variations? [?](#)

Automatically show winner to all visitors? [?](#)

Test running schedule [?](#) [Change](#)



Возможности Visual Website Optimizer

☆ Summary
📊 Detailed Report
🔍 Preview Combinations
🔥 Heatmaps & Clickmaps
🔧 View / Edit Test Details
📄 Code Snippet
Feb 27 to May 10

20,504

Total Visitors

97

Conversions

0.47%

Conversion Rate

2

Combinations Active

4

Goals Tracking

🏆 **Заявка на обучение:** Congratulations! Winning variations found for the test. We would like to get this test featured as a Visual Website Optimizer case study, so please get in touch (success@wingify.com) with us.


Summary Table

Combinations (visitors)	Заявка на обучение	Клик по кнопке	Экспресс-заявка на к...	Корпоративный семи...	Action
Без кнопки Base (10288)	0.38% <i>% change</i>	0.00% <i>% change</i>	0.03% <i>% change</i>	0.02% <i>% change</i>	⚙️
Control (10216)	0.57% 🏆 	0.59% !	0.03% 	0.04% 	⚙️

📊 View Detailed Report

Возможности Visual Website Optimizer


A/B Test



- Choose different elements and test combination of changes

Create A/B Test


Multivariate Test



- Choose different elements on your page and combine changes to test

Create Multivariate Test


Split URL Test



- Traffic is split randomly amongst different URLs you specify

Create Split URL Test


Geo-Behavioral Targeting



- Show targeted content to different segments of visitors

Create Targeting Campaign


Usability Test



- Gather usability improvement feedback and A/B testing ideas

Create Usability Test

Heatmap & Clickmap



- Create a heatmap to visualize where visitors are clicking on your page

Create Heatmap & Clickmap

Возможности Visual Website Optimizer

Подбор курса Английского языка среди языковых школ Москвы под ваши требования



- ✔ У нас обширная и постоянно пополняемая база программ обучения от школ английского языка.
- ✔ Мы подбираем самые выгодные курсы под Ваши индивидуальные предпочтения.
- ✔ Вы получаете идеальный вариант **БЕСПЛАТНО** всего за 24 часа!

Быстрый подбор программы

ФИО

Телефон

E-mail

Удобная станция метро

Удобное время занятий

Не имеет значения ▾

Ваш уровень

Beginner ▾

Тип программы

Общий английский ▾

Только с носителем языка

Индивидуальные требования

Отправить заявку

Возможности Visual Website Optimizer

A/B Test



- ◆ Choose different elements and test combination of changes

Create A/B Test

Multivariate Test



- ◆ Choose different elements on your page and combine changes to test

Create Multivariate Test

Split URL Test



- ◆ Traffic is split randomly amongst different URLs you specify

Create Split URL Test

Geo-Behavioral Targeting



- ◆ Show targeted content to different segments of visitors

Create Targeting Campaign

Usability Test



- ◆ Gather usability improvement feedback and A/B testing ideas

Create Usability Test




Heatmap & Clickmap



- ◆ Create a heatmap to visualize where visitors are clicking on your page

Create Heatmap & Clickmap

Предоставим возможность выбора

		 Visual Website Optimizer	
A/B Тестирование	✓	✓	✓
Мультивариантное тестирование	✗	✓	✓
Интеграция с Google Analytics	✓	✓	✓
Отслеживание нескольких целей	✗	✓	✓
Сегментация трафика	✗	✓	✓
Стоимость	Free	\$49 - 10.000	\$19 - 2.000



Что проверять?

Важнейшие страницы сайта

- Домашняя страница
- Целевые страницы
- Карточки товаров
- Формы заявок
- Корзина

Используем метрики веб-аналитики

- Показатель отказов
- Страницы выхода
- Визуализация последовательностей



Что проверять?

Содержимое в пределах страницы

Заголовок

Изображение

Предложение

Призыв к действию

- ✓ **Выгода**
- ✓ **Преимущество**

Безопасность и доверие

KEEP CALM AND CONTINUE TESTING

Бобылев Дмитрий
веб-аналитик AdLabs, подразделение KeyVision
+7 (945) 77-55-145 доб. 780
dbobylev@adlabs.ru

