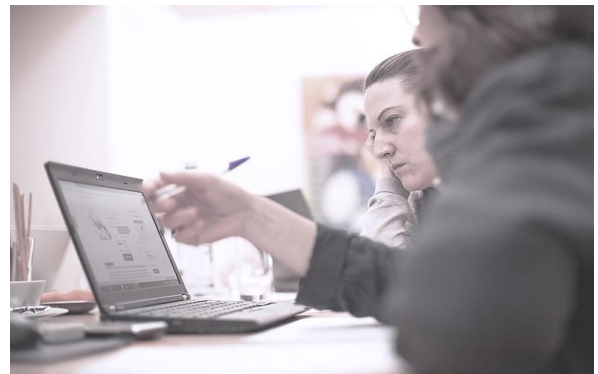


A/B-TESTING

KURZBESCHREIBUNG

Beim A/B-Testing werden zwei Varianten einer Anwendung (Webseite, Medien, Werbebanner etc.) erstellt, um zu testen, welche Variante im Hinblick auf das gesteckte Ziel (zum Beispiel eine höhere Conversion Rate) besser funktioniert. Die beiden Varianten werden mit jeweils einer Gruppe von Benutzern getestet. Beim A/B-Testing von z. B. Webseiten wird über einen festgelegten Zeitraum der Traffic auf der Seite (Conversion Rate, Absprungrate, Verweildauer etc.) analysiert und bewertet. Auch die Usability von Seiten kann über A/B-Testing miteinander verglichen werden.



Getestet werden z. B. bei Webseiten:

- Überschrift oder Produktbeschreibung
- Länge des Textes
- Positionierung von Seitenelementen und Aktionsschaltflächen
- Länge, Anzahl und Art von auszufüllenden Feldern
- Design und Layout allgemein
- Bilder, Grafiken oder Videos
- Farben
- Preise oder Rabatte
- Bestellablauf

ERGEBNIS

Vergleichbare Traffic-Zahlen: Da die Varianten im selben Zeitraum mit der gleichen Anzahl von Benutzern getestet werden, erhält man verlässliche Zahlen, die Aussage darüber geben, welche Variante zu effizienteren Ergebnissen führt.

Argumentationsgrundlage: Auf Basis der Analysedaten lassen sich Gestaltungsentscheidungen in Design, User Experience, Wording und Funktionalität sachlich belegen.

VORAUSSETZUNGEN

Voraussetzungen/Projektstand

Beim Online-A/B-Testing von Webseiten oder Interface-Entwürfen wird mind. ein interaktiver Prototyp benötigt. Besser: zwei voll funktionsfähige Varianten.

Benötigte Ressourcen

1 Experte zur Auswertung des Trackings
1 Experte zur Erstellung der A/B-Testszenarien

Zeitaufwand

Auswertung: 0,5 – 1 Tag
(Mehraufwand in Design und Programmierung berücksichtigen!)

Hilfsmittel

Google Website Optimizer:
<https://support.google.com/analytics/answer/1745147>
Visual Website Optimizer: <https://vwo.com/>
Optimizely: <https://www.optimizely.de/>

Sonstige Anmerkungen

Der Experte sollte Ahnung von Statistik haben, um den Test statistisch signifikant zu gestalten und auswerten zu können.

 **SO FUNKTIONIERT'S**

Vorbereitung

1. Entscheidung für ein Tool, mit dem das A/B-Testing durchgeführt wird (siehe Hilfsmittel)
2. Festlegung des Testzeitraumes bzw. der Nutzerzahl. Hierfür gibt es keine pauschale Empfehlung – wichtig ist, dass der Test statistisch signifikant (siehe Literaturhinweis 0) ist.
3. Vorbereitung der beiden Varianten zur Integration auf der Webseite

Durchführung

Mit Hilfe des Testing-Tools werden die beiden Varianten erstellt und online gestellt. Die Software entscheidet dann per Zufall, wie die Besucher auf die Varianten verteilt werden. Nach Erreichen der erforderlichen Anzahl an Besuchern kann der Test ausgewertet werden.

Rahmenbedingungen

Es ist ratsam, immer nur eine Variable zwischen den Varianten zu verändern. Nur so kann garantiert werden, dass genau dieser Aspekt den Unterschied ausmacht.

Literaturhinweise

Signifikanz: <http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/122/signifikanz/>