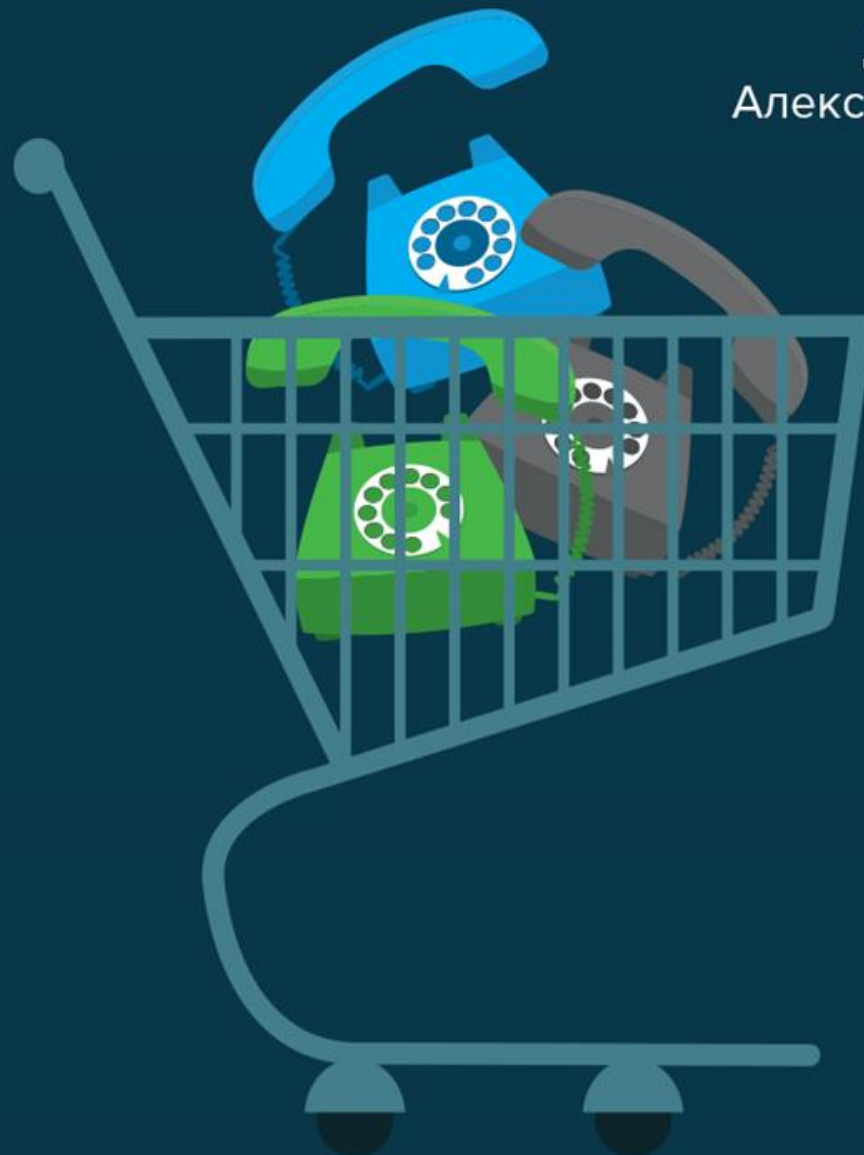
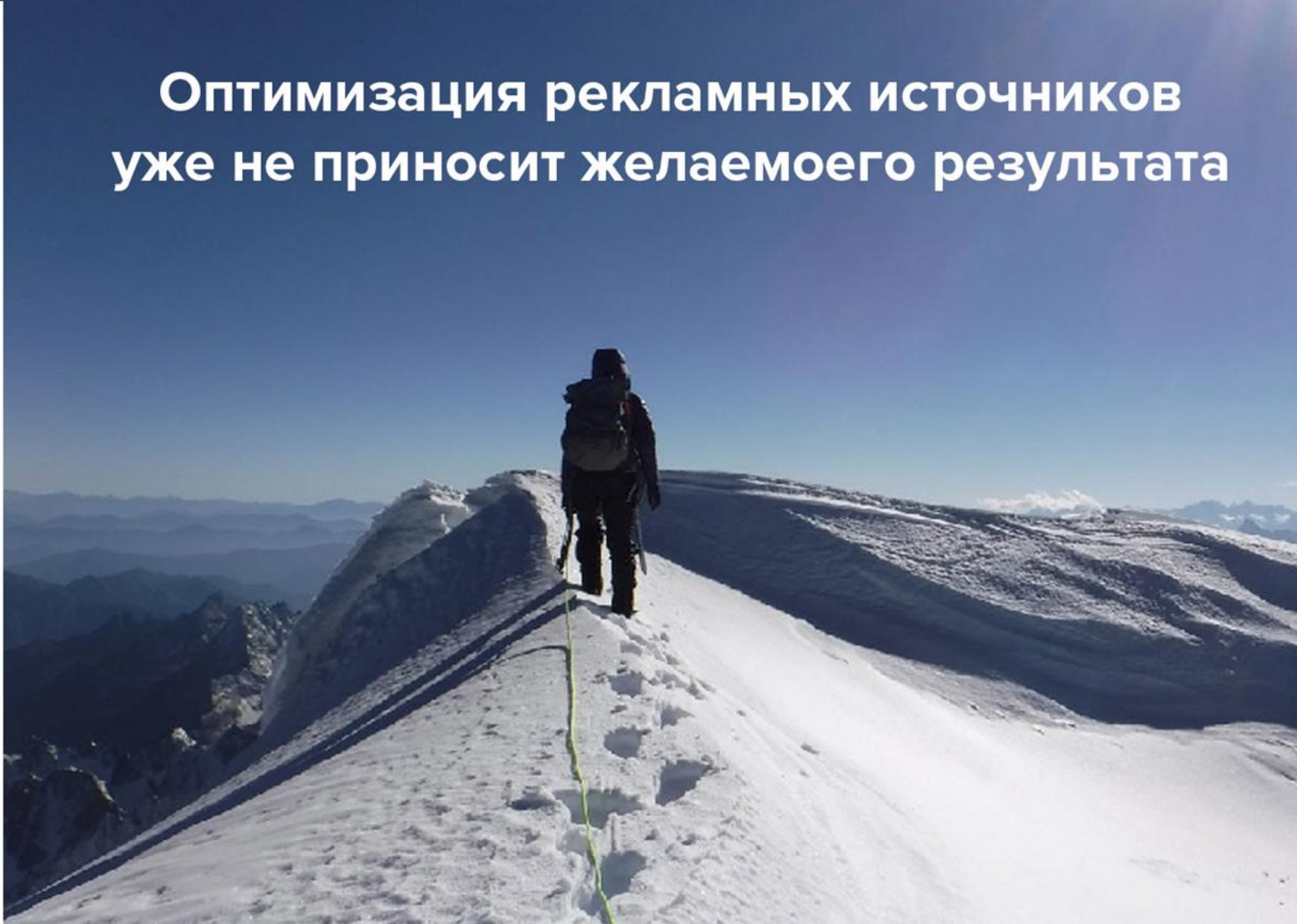


**PERFORMANCE
MARKETING
НА РЫНКЕ
НЕДВИЖИМОСТИ**





Оптимизация рекламных источников уже не приносит желаемого результата



ОДНОВРЕМЕННОЕ ПРОВЕДЕНИЕ НЕСКОЛЬКИХ А/В ТЕСТОВ

Вы можете одновременно проводить несколько (непересекающихся между собой) А/В тестов, однако это могут позволить себе только крупные проекты с достаточным количеством трафика.



amazon



К примеру, Amazon.com проводит свыше 10-ти единовременные А/В-тестов на постоянной основе.

ПОЧЕМУ ВАЖНО ПРОВОДИТЬ А/В ТЕСТЫ?

Затраты

1,5 млн руб.



Визиты

37 500

КОНВЕРСИЯ

1%

цена звонка

4 000 руб.

звонки

375

2%

цена звонка

2 000 руб.

звонки

750

ЧТО ИМЕННО ТЕСТИРОВАТЬ НА СВОЕМ САЙТЕ?

А



В



ТЕСТИРУЕМ



ВСЕ!



САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ГИПОТЕЗЫ

- СТА-кнопки (текст, внешний вид, место на странице)
 - Заголовки и описания товаров
 - Формы (внешний вид, количество полей)
 - Изображения, видео
 - Макет и дизайн страницы
 - Цену товара
- 
- 

ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ А/В ТЕСТИРОВАНИЯ



ЭТАП 1 — ПОСТАНОВКА ГИПОТЕЗЫ

[Вверх](#) [Описание](#) [Квартиры](#) [Документация](#) [Фото](#) [Спецпредложения](#) [Ипотека](#) [Местоположение](#) [+7 \(495\) 134 ...](#) [ПОКАЗАТЬ НОМЕР](#)



[Заказать звонок](#)

**КВАРТИРЫ
В КВАРТАЛЕ
«КРАСКИ ЖИЗНИ»**

ЧИТАЙТЕ ДАЛЕЕ

Специалисты застройщика
проконсультируют Вас быстро и
бесплатно.
Мы с радостью расскажем про наш объект!





Жилой
комплекс

+7 (495) 134 ... [показать номер](#)

Заказать звонок

[Вверх](#)

[Описание](#)

[Квартиры](#)

[Документация](#)

[Фото](#)

[Спецпредложения](#)

[Ипотека](#)

[Местоположение](#)

ЦЕНТРИРОВАЛИ
ЗАГОЛОВОК

КВАРТИРЫ
В КВАРТАЛЕ

«КРАСКИ ЖИЗНИ»

ДОБАВИЛИ УТП

Квартиры в Видном
с выгодой до 15%

Узнать подробнее

СДЕЛАЛИ
БОЛЕЕ
ЗАМЕТНОЙ

ЧИТАЙТЕ ДАЛЕЕ

Специалисты застройщика
проконсультируют Вас быстро и
бесплатно.
Мы с радостью расскажем про наш объект!



А также увеличили количество кнопок обратного звонка
и номеров телефонов в 2 раза

ЭТАП 2 – НАСТРОЙКА А/В ТЕСТИРОВАНИЯ

Сервисы для проведения А/В тестирования:

- optimize.google.com
(бывший Google эксперименты)
- [Changeagain.me](https://changeagain.me)
- [Vwo.com](https://vwo.com)
- [Optimizely.com](https://optimizely.com)
- [ABTest.ru](https://abtest.ru)
- [RealRoi.ru](https://realroi.ru)
- [Visual Website Optimizer](https://visualwebsiteoptimizer.com)
- [Convert.com](https://convert.com)
- [ABtasty.com](https://abtasty.com)
- [Maximizely.com](https://maximizely.com)
- [Unbounce.com](https://unbounce.com)
- [Keitarotds.ru](https://keitarotds.ru)

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ НАСТРОЙКА А/В ТЕСТИРОВАНИЯ

1. Настраиваем отправку событий Google Analytics на сайте, в зависимости от того, какой вариант страницы показывается пользователю

Пример кода:

```
ga('send', 'event', 'segment', 'new_landing', 'variant1');  
ga('send', 'event', 'segment', 'new_landing', 'variant2');
```

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ НАСТРОЙКА А/В ТЕСТИРОВАНИЯ

2. Настраиваем сегменты в Google Analytics

АВ тест Лендингов, Дизайн №1 Сохранить Отмена Предварительный просмотр

Условия
Группировать пользователей и/или посещения с учетом одного или нескольких сеансов.

Фильтр Сеансы ▾ Включить ▾
Категория событий ▾ содержит ▾ Segment – или и

Фильтр Сеансы ▾ Включить ▾
Действие по событию ▾ содержит ▾ new_landing – или и

Фильтр Сеансы ▾ Включить ▾
Ярлык события ▾ содержит ▾ variant1 – или и

Фильтр Сеансы ▾ Включить ▾
Источник или канал ▾ не содержит ▾ (direct) / (none) – или и

Демографические данные
Технология
Поведение
Дата первого сеанса
Источники трафика
Расширенный
Условия **4**
Последовательности

ЭТАП 3 – ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДОСТАТОЧНОГО ОБЪЕМА ТРАФИКА В КАЖДУЮ ВЕТКУ А/В ТЕСТА

$$n = [A+B]^2 \times \frac{p_1 \times (1-p_1) + (p_2 \times (1-p_2))}{[p_1 - p_2]^2}$$

p_1 – конверсия в первом тестируемом варианте

p_2 – конверсия во втором тестируемом варианте

Значение А и В берется из приведенной ниже таблицы, рекомендуем использовать уровень значимости 5% и мощность 80%

Уровень значимости	А
5%	1.96
1%	2.58

Мощность	В
80%	0.84
90%	1.28
95%	1.64

ЭТАП 4 – СБОР ДАННЫХ

○

AB тест Лендингов, Дизайн №1

Сеансы: 0,77 %

○

AB тест лендингов, Дизайн №2

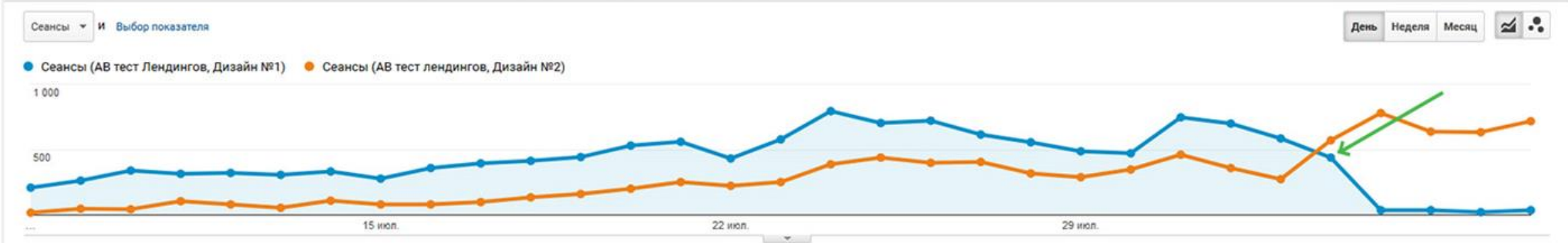
Сеансы: 0,53 %

+

8 июл. 2017 г. - 7 авг. 2017 г. ▾

Статистика

Сводка [Использование сайта](#) [Набор целей 1](#) [Набор целей 2](#) [Набор целей 3](#) [Набор целей 4](#) [Электронная торговля](#) [AdSense](#)



Основной параметр: [Источник или канал](#) [Источник](#) [Канал](#) [Ключевое слово](#) [Другое](#) ▾

[Показать на диаграмме](#) [Дополнительный параметр](#) ▾ Тип сортировки: [По умолчанию](#) ▾

Источники трафика	Источники трафика			Действия			Конверсии		
	Сеансы ? ▾	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Показать телефон в рекламе (Коэффициент конверсии для цели 7) ?	Показать телефон в рекламе (Достигнутые переходы к цели 7) ?	Показать телефон в рекламе (Ценность цели 7) ?
AB тест Лендингов, Дизайн №1	13 028 % от общего количества: 0,77 % (1 697 242)	40,82 % Средний показатель для представления: 49,16 % (-16,97 %)	5 318 % от общего количества: 0,64 % (834 421)	0,00 % Средний показатель для представления: 18,69 % (-100,00 %)	2,04 Средний показатель для представления: 5,08 (-59,81 %)	00:02:46 Средний показатель для представления: 00:04:53 (-43,17 %)	1,34 % Средний показатель для представления: 0,31 % (329,32 %)	174 % от общего количества: 3,30 % (5 280)	51 597,13 ₺ % от общего количества: 3,26 % (1 584 141,81 ₺)
AB тест лендингов, Дизайн №2	8 991 % от общего количества: 0,53 % (1 697 242)	57,66 % Средний показатель для представления: 49,16 % (17,28 %)	5 184 % от общего количества: 0,62 % (834 421)	0,00 % Средний показатель для представления: 18,69 % (-100,00 %)	1,73 Средний показатель для представления: 5,08 (-65,94 %)	00:03:16 Средний показатель для представления: 00:04:53 (-33,06 %)	2,95 % Средний показатель для представления: 0,31 % (847,43 %)	265 % от общего количества: 5,02 % (5 280)	79 042,42 ₺ % от общего количества: 4,99 % (1 584 141,81 ₺)

ЭТАП 5 – ПРОВЕРКА СТАТИСТИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ РЕЗУЛЬТАТА

Для определения статистической значимости результата A/B теста нам нужно вычислить тестовый статистический показатель t :

$$t = \frac{p_1 - p_2}{SE}, \text{ где } SE = \sqrt{(p \times (1-p)) \times \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}, p = \frac{a_1 + b_2}{n_1 + n_2}$$

n_1 и n_2 – количество трафика на 1 и 2 вариант

p_1 и p_2 – конверсия 1 и 2 тестируемого варианта

a_1 и b_2 – количество конверсий в 1 и 2 вариантах

Чем выше $|t|$, тем меньше вероятность того, что один вариант лучше другого по-случайности.

Для рекомендуемой вероятности в 95+%, значение $|t|$ должно быть больше 1,96

$$|t| > 1.96$$

ГУГЛ-ДОКС ФАЙЛ ДЛЯ ПРОВЕРКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ



А/В тестирование ☆

Файл Правка Вид Вставка Формат Данные Инструменты Дополнения Справка Все изменения сохранены на Диске

100% р. % .0 .00 123 Arial 10 B I A

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Определение размера выборки			Определение статистической значимости результатов теста				
2	Базовая конверсия (p1)	1,45%		Количество трафика вариант 1	13 028	Количество трафика вариант 2	8 991	
3	Минимальная видимая разница	50,00%		Количество конверсий 1	174	Количество конверсий 2	265	
4	Проверяемая конверсия (p2)	2,18%		Победил вариант 2				
5	Размер выборки для каждой группы	5305						
6								
7								

Ссылка на файл: <https://goo.gl/qFZiCd>

РЕЗУЛЬТАТ ТЕСТИРОВАНИЯ ЛЕНДИНГОВ

Суммарный трафик на 110 лендингов: ~ 100 000 сеансов в месяц
Среднее количество конверсий в месяц на старом лендинге: 1 340
Среднее количество конверсий на новом лендинге: 2 950

число звонков увеличилось


в 2,2 раза


ПРИМЕР А/В ТЕСТИРОВАНИЯ ВИДЖЕТОВ ОБРАТНОГО ЗВОНКА

Популярные сущности
для тестирования виджетов
обратного звонка:

- 1 – Цвет А В
- 2 – Размер А В
- 3 – Форма А В
- 4 – Номер во всплывающем окне А В
- 5 – Текст А В
- 6 – Расположение А В
- 7 – Дизайн А В
- 8 – Версия для мобильных устройств А В
- 9 – Задержка показа А В
- 10 – Сценарии показа в нерабочее время А В
- 11 – Количество показов в сутки А В
- 12 – Сценарии соединения с оператором А В
- 13 – Поведение при бездействии А В
- 14 – Работа с горячим клиентом А В
- 15 – Работа с тёплым клиентом А В
- 16 – Работа с холодным клиентом А В

ПОЛУЧИВШИЕСЯ ВИДЖЕТЫ

Технологии Smartis.bi 



Вам интересно это предложение? Мы вам перезвоним за 30 секунд!

В течение 30 секунд наш менеджер ответит на все ваши вопросы, а также расскажет о спецпредложениях и акциях

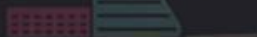
30


осталось до звонка


+7() - - -

Позвоните мне!

Нажимая кнопку "Позвонить мне!" Я даю согласие на обработку моих персональных данных.



Технологии Smartis.bi 



Закажите бесплатный звонок (связь за наш счет)

Звонок ни к чему вас не обязывает. Наши менеджеры с удовольствием проконсультируют вас по данному объекту.

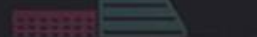
29

осталось до звонка

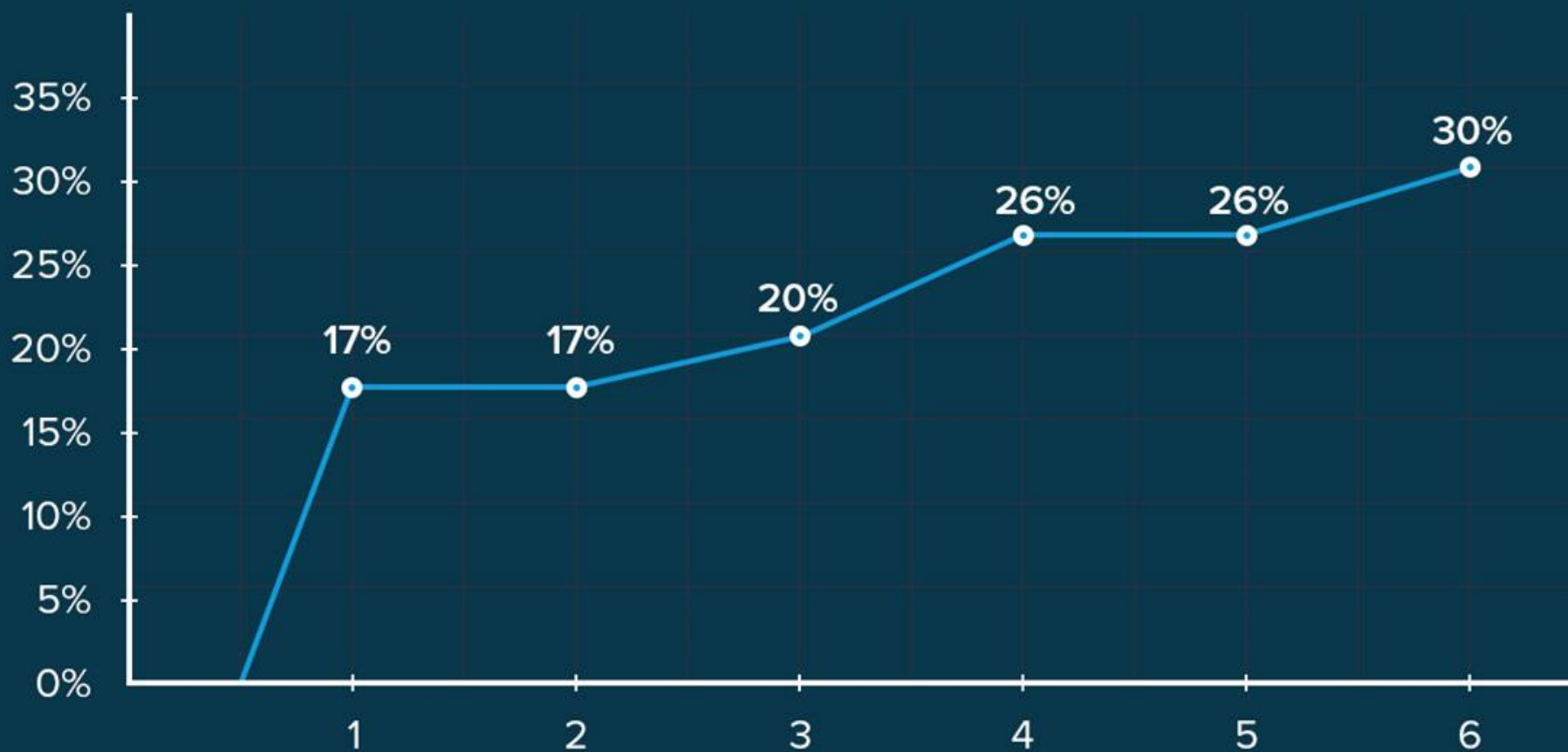
Ваш телефон

Позвоните мне!

Нажимая кнопку "Позвонить мне!" Я даю согласие на обработку моих персональных данных.



РЕЗУЛЬТАТ СЕРИИ А/В ТЕСТИРОВАНИЙ ВИДЖЕТА ОБРАТНОГО ЗВОНКА В НЕДВИЖИМОСТИ



+30% к конверсии из нажатий на виджет в звонки

A/B ТЕСТИРОВАНИЕ - ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Даже если проводить один A/B тест в месяц и далеко не все ваши тестирования будут заканчиваться положительным результатом, суммарный рост конверсии, а соответственно и дохода за год получится весьма внушительным.

Январь	+25%	Апрель	-	Июль	+35%	Октябрь	+8%
Февраль	-	Май	-	Август	×	Ноябрь	×
Март	+5%	Июнь	+12%	Сентябрь	+17%	Декабрь	+23%

+208%



Остались вопросы?

Алексей Геннадьевич Шмонов
Генеральный директор marketcall.ru
E-mail: as@marketcall.ru

Скачать презентацию можно
по ссылке: www.marketcall.ru/polza

facebook.com/alexeyshmonov