

O Teste A/B no E-commerce

Teste A/B no e-commerce A utiliza a técnica de Teste A/B no E-commerce a melhor maneira para aprimorar as diversas funções de um comércio eletrônico. Por vezes, gerentes de e-commerce perdem oportunidades incríveis de aumentar a taxa de conversão de suas lojas virtuais simplesmente por acreditarem na "verdade absoluta" de que nada mais precisa ser mudado em sua plataforma, já que ela, pelo menos na teoria, estaria no State of Art da usabilidade. O teste A/B no e-commerce funciona como uma forma de medir quais alternativas de mudanças na página podem gerar um número maior de conversões. Através da realização do Teste A/B podemos definir qual versão da página agrada mais os usuários refinando assim a experiência de cada um em nosso site. Qual o objetivo que o teste A/B? Chamamos de Teste A/B o método para comparação de desempenho de duas ou mais versões de uma página ou elemento específico da página para determinarmos qual delas apresenta maior taxa de conversão para uma meta estabelecida para o teste ou etapa do teste. Através desse teste conseguimos determinar as preferências do usuário e até mesmo padrões de comportamento, criando assim um ambiente mais agradável de compra na loja. É uma forma de criarmos um ambiente digital de relacionamento sensível com o usuário, identificando suas preferências e orientando nossas estratégias no sentido de satisfazer suas exigências de usabilidade. Como fazer um teste A/B no e-commerce Atualmente, muitas [plataformas de e-commerce](#) possuem uma função que possibilita a realização do teste A/B no e-commerce através de configurações pré-definidas, o que facilita bastante a coisa, inclusive, fornecendo resultados mais confiáveis. Mas se este não for o seu caso, nem tudo está perdido. O Google oferece gratuitamente uma ferramenta que podemos usar no Teste A/B para e-commerce, chamada Google Analytics Content Experiments, a substituta do Google Optimizer que foi desativada. Com o Google Analytics Content Experiments dela, podemos realizar testes com diversas versões de uma página e termos os resultados na própria interface do Google Analytics. Com o Google Analytics Content Experiments você pode: Comparar o desempenho de duas ou mais páginas apresentadas aleatoriamente aos visitantes do seu site; Definir qual o percentual da amostra em relação ao universo de visitas do site; Determinar um objetivo específico para a meta de conversão; Ser notificado por e-mail sobre o andamento do teste. O teste A/B no e-commerce pode revelar surpresas Um erro muito comum é achar que para conseguir melhorar a taxa de conversão de uma determinada página seria necessária uma mudança radical na disposição ou dimensão dos elementos. Muitas vezes, mudanças sutis como, por exemplo, a mudança de cor de um elemento, provoca um incremento significativo na taxa de conversão. A alteração da cor do botão Comprar da página de detalhes de uma loja virtual pode fazer uma diferença significativa no desempenho de um e-commerce. Mas qual cor seria a melhor? É aí que entra o teste A/B para e-commerce. Através dele podemos mensurar o resultado de desempenho de duas ou mais cores em termos de conversibilidade. O teste A/B no e-commerce pode ajudar em muito no desempenho da sua loja virtual através de pequenas alterações que em uma primeira abordagem não parecem significativas, mas que aos olhos dos usuários, produzem uma experiência bem mais agradável de navegação.

Sobre o Autor

O Curso de E-commerce é uma consultoria especializada em treinamentos nas áreas do e-commerce, marketing digital e mídias sociais.

Source: <http://www.artigopt.com>