

A/B testing

L'A/B testing è un metodo per confrontare due diverse versioni di una pagina web o di un'applicazione per determinare quale delle due ha una prestazione migliore in termini di metriche specifiche, come ad esempio i click, le conversioni o l'engagement degli utenti.

Per condurre un test A/B, un'azienda dividerà casualmente il proprio pubblico in due gruppi: il Gruppo A, che visualizzerà la versione originale della pagina web o dell'applicazione (gruppo di controllo), e il Gruppo B, che visualizzerà una versione modificata della pagina web o dell'applicazione (gruppo sperimentale). I due gruppi verranno poi confrontati per determinare quale versione ha una prestazione migliore.

L'A/B testing può aiutare le aziende a ottimizzare i propri prodotti digitali identificando quali cambiamenti portano a un maggiore engagement e conversioni. Può essere utilizzato per testare vari elementi di una pagina web o di un'applicazione, come il layout, la combinazione di colori, il font, la scelta delle parole e le chiamate all'azione. Tuttavia, è importante assicurarsi che i risultati del test siano statisticamente significativi e non solo il frutto del caso o di eventuali bias.