

[w]orkshop

Testy A/B

Jak optymalizować produkty cyfrowe dzięki eksperymentom?

Testy A/B, często nazywane eksperymentami, są jedyną metodą, która umożliwia sprawdzenie jak zmiana w produkcie wpłynęła na zachowanie użytkowników. W trakcie tego szkolenia poznasz kluczowe zagadnienia związane z prowadzeniem eksperymentów w biznesie: od wyboru odpowiednich problemów badawczych do przetestowania, przez dobór metryk i grupy badanych, interpretację wyników testów A/B, aż po zarządzanie nimi w codziennej pracy z produktem cyfrowym. Szkolenie jest oparte o ponad 10 lat doświadczenia trenera i poparte wieloma praktycznymi przykładami z jego kariery zawodowej. Cała wiedza jest przekazywana w formule warsztatowej, gdzie 70% materiału to ćwiczenia i ich omówienia, a 30% to wykład prowadzony przez trenera.

Dzięki szkoleniu uczestnicy

- dowiedzą się, dlaczego testy A/B działają i dlaczego prowadząc je w produkcie wcielają się w rolę naukowca
- będą w stanie określić, kiedy warto stosować tę metodę w produkcie
- nauczą się, jak korzystać ze statystyki, żeby nie nadinterpretować wyników i nie wyciągać pochopnych wniosków
- dowiedzą się, dlaczego 2 tygodnie to dobry czas trwania eksperymentu
- zaplanują testy A/B, które zagwarantują uzyskanie nowej wiedzy o użytkownikach
- nauczą się, jak nie utonąć w nadmiarze eksperymentów prowadzonych na produkcie
- będą w stanie zarządzać ryzykiem związanym z prowadzeniem wielu testów A/B w tym samym czasie, w tym samym produkcie

Trener



Michał Witkowski

Jeden z pionierów analityki produktowej w Polsce, pracujący w tym obszarze od 2014 roku. Łączy umiejętności matematyczne z wiedzą psychologiczną. Zbudował zespoły analityczne w trzech firmach produktowych, zarządzał zespołem analityków produktowych w Zendesku, zaprojektował i wdrażał od podstaw system ankietowego pomiaru zadowolenia użytkowników w Onecie. Wykłada na uczelniach i występuje na konferencjach, gdzie uczy jak korzystać z danych ilościowych żeby tworzyć lepsze produkty cyfrowe.

[ABT] Testy A/B

Program szkolenia

Czas trwania: 1 dzień (szkolenie stacjonarne)

- Mechanizm działania testów A/B
- Rola p-value i istotności statystycznej
- Interpretacja wyników testu A/B
- Obliczanie przewidywanego czasu trwania testu A/B
- Zaawansowane testy statystyczne
- Jak dokumentować eksperymenty?
- Prowadzenie wielu testów A/B w tym samym czasie w jednym produkcie
- Zarządzanie testami A/B w praktyce produktowej

Dla kogo

- Analitycy produktowi - odświeżą i pogłębią swoją wiedzę o najważniejszej metodzie badawczej w analityce produktowej
- Product managerowie - poznają metodę badawczą, która znacząco ułatwia podejmowanie decyzji o kierunkach rozwoju produktu
- Specjaliści ds. marketingu - poszerzą swoją wiedzę o testach A/B, aby prowadzić jeszcze efektywniejsze działania marketingowe
- Projektanci UX - dowiedzą się, jak korzystać z eksperymentów, żeby projektować jeszcze lepsze doświadczenia użytkowników

Skontaktuj się z nami!



contact@ationcenter.com



+48 608 689 510