

[m]asterclass

Ekspertymenty produktowe

Jak skutecznie zaplanować i przeprowadzić test A/B?

W trakcie szkolenia z eksperymentów produktowych dowiesz się, jak obiektywnie mierzyć wpływ Twoich zmian w produkcie na działania użytkowników. W toku zajęć przećwiczysz dobór metryk sukcesu, obliczanie wielkości grupy koniecznej do przeprowadzenia eksperymentu oraz analizę jego wyników. Zrozumiesz też do jakich problemów warto skorzystać z testu A/B, a kiedy lepiej sprawdzą się inne metody. Całość wiedzy przekazana zostanie przez praktyka z kilkunastoletnim doświadczeniem w eksperymentach, który przeprowadził lub konsultował ponad 100 eksperymentów w kilkunastu dużych produktach cyfrowych.

Masterclass to 4-godzinne, intensywne warsztaty online, szczegółowo omawiające zagadnienia z tworzenia produktów cyfrowych. Są one zaprojektowane z myślą o osobach już pracujących w zawodzie i chcących poszerzyć swoje umiejętności.

Dzięki szkoleniu uczestnicy

- Dowiedzą się czym są eksperymenty produktowe
- Poznąją rozumowanie pochodzące z metody naukowej, dzięki któremu eksperymenty zawsze działają
- Dowiedzą się kiedy test A/B jest złym rozwiązaniem dla problemu badawczego
- Nauczą się jak zmierzyć wpływ zmiany w produkcie na użytkowników
- Dowiedzą się czym jest p-value i jak go używać do interpretacji wyników eksperymentów
- Zrozumieją, ilu użytkowników należy mieć, żeby skutecznie prowadzić eksperymenty
- Poznąją przepis na bezbłędne przeprowadzenie testu A/B
- Będą prosto i skutecznie dokumentować prowadzone eksperymenty

Trener



Michał Witkowski

Z wykształcenia psycholog i badacz, z zawodu analityk danych. Od 2010 roku zajmuje się zawodowo analizą ludzkiego zachowania. Od 2014 roku wykorzystuje kompetencje analityczne w biznesie. Zbudował zespoły analityczne od podstaw w trzech krakowskich firmach, w tym Base (obecnie Zendesk). Pracował jako doradca m.in. w Onecie, Canal+, Booksy i ING. Wykłada analitykę ilościową UX na studiach podyplomowych UX & Product Design (AGH) oraz analitykę produktową na studiach podyplomowych Sustainable Digital Design (SWPS).

[EXP] Eksperymenty produktowe

Program szkolenia

Czas trwania: 4 godziny

- Czym są i jak działają eksperymenty produktowe?
- Które problemy badawcze można rozwiązać z użyciem eksperymentów?
- Dobór metryk sukcesu w eksperymentach produktowych
- Interpretacja wyników testów A/B
- Określanie wielkości próby i czasu trwania testu A/B
- Projektowanie eksperymentów
- Dokumentacja i archiwizacja wyników eksperymentów

Dla kogo

- Product Managerowie – nauczą się, jak poprawnie korzystać z najważniejszej ilościowej metody badawczej w biznesie
- Specjaliści UX – poznają sposób na zmierzenie, jak wprowadzona przez nich zmiana wpłynęła na produkt i użytkowników
- Badacze UX – dowiedzą się, jak ilościowo wykazać trafność wniosków z badań jakościowych
- Specjaliści ds. Marketingu – dowiedzą się, jak tworzyć testy A/B, które skutecznie zoptymalizują Twoje działania marketingowe

Skontaktuj się z nami!



contact@ationcenter.com



+48 608 689 510