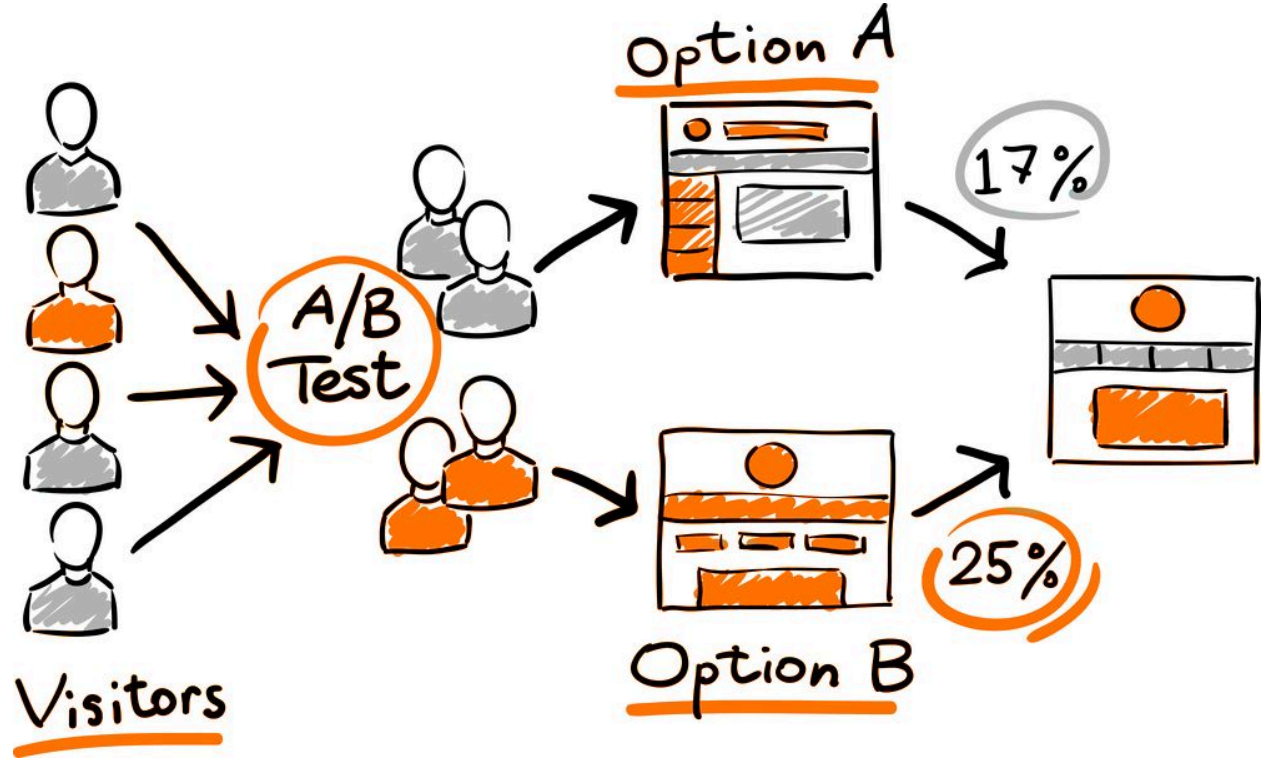


A/B Test: Kullanıcı Merkezli iyileştirmelerin Anahtarı



Web sitelerinin ve mobil uygulamaların başarısını artırmak, kullanıcıların ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verebilmek ve dönüşümleri artırmak için en etkili stratejilerden biri, A/B testleridir.

A/B testi, bir web sitesinin veya uygulamanın farklı versiyonlarını karşılaştırarak hangi versiyonun kullanıcılar tarafından daha iyi karşılandığını belirlemek için yapılan bir deneydir. Bu testler, Google Analytics, Hotjar, Mouseflow gibi araçlarla elde edilen verilerle desteklenerek kullanıcı davranışlarına odaklanır ve iyileştirmeyi hedefler.

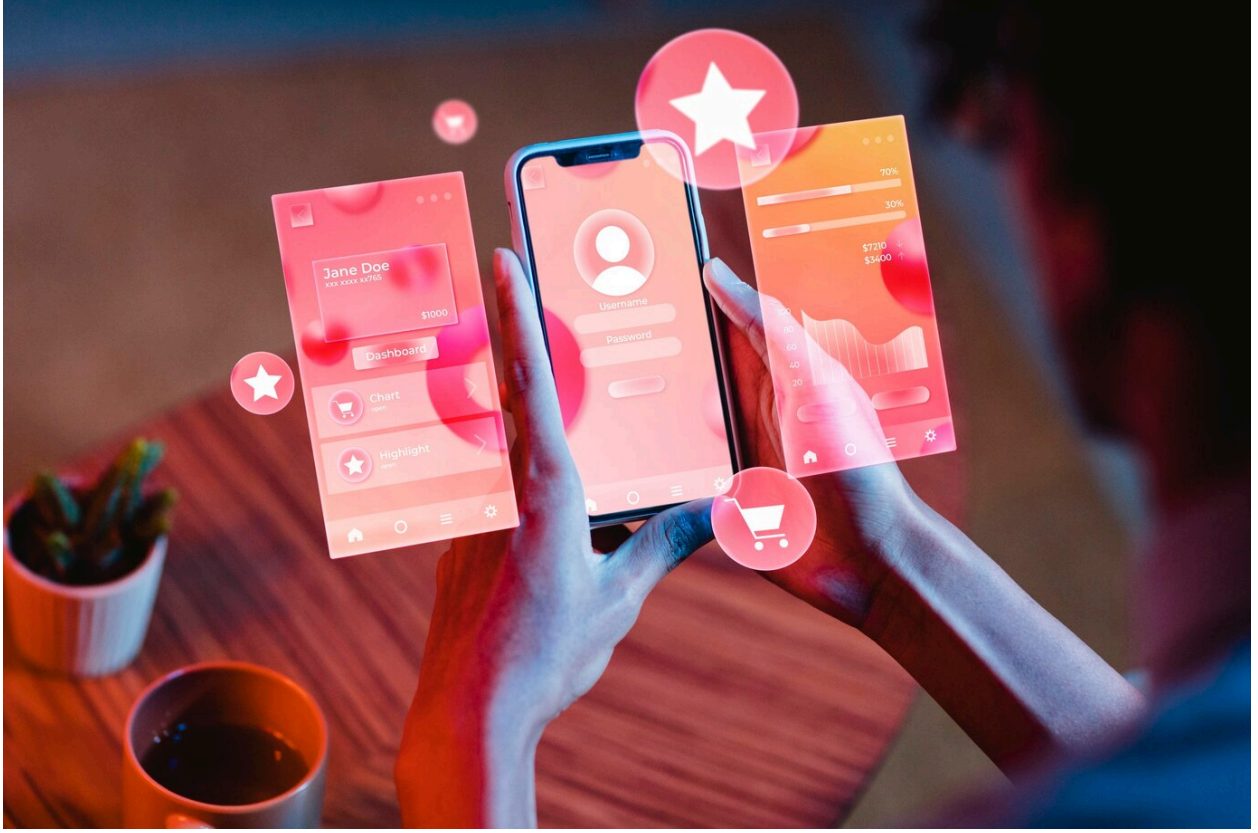


Dijital dünyada var olan her marka, performansını artırmak ve hedeflerini gerçekleştirmek ister. İşte tam da bu noktada devreye giren Dönüşüm Optimizasyonu, web sitelerinde yapılan A/B testleriyle dönüşüm oranlarını artırmayı hedefler. Büyük markaların (Netflix, Instagram, Booking.com vb.) sıkça başvurduğu bu yöntem, kullanıcı davranışlarını ölçerek pazarlama stratejilerini şekillendirir.

A/B testleri, veri odaklı tasarımı mümkün kılar. Kullanıcı trafiğini %50 orijinal ve %50 varyasyon olacak şekilde bölerek, her iki grubun davranışlarını karşılaştırır. Orijinal grup "A" olarak tanımlanırken, değişiklik yapılan grup "B" olarak adlandırılır.

Gerçek zamanlı senaryolarda kullanıcı davranışlarını anlamak oldukça önemlidir. Netflix'in Ürün İnovasyonu Başkan Yardımcısı Todd Yellin'in de belirttiği gibi,

"Kullanıcıların size ne söylediği değil, ne yaptıkları önemlidir."



Örneğin, bir e-ticaret sitesinde satışları artırmak önemli olsa da, kullanıcı yolculuğunu etkileyen diğer adımları da göz önünde bulundurmak gerekir. Bu nedenle, kullanıcı funnel'ında etkili olabilecek tüm adımlar analiz edilmelidir:

A/B testlerinin faydaları oldukça çeşitlidir. Kullanıcı deneyimini geliştirme, dönüşümleri artırma ve veriye dayalı kararlar alma gibi avantajları bulunur. Bu testler, kullanıcı odaklı hale getirilmiş web siteleri ve uygulamalar oluşturarak, sürekli iyileştirmeyi ve en iyi deneyimi sunmayı sağlar.

Ancak unutulmamalıdır ki, A/B testi tek seferlik bir işlem değildir. Sürekli olarak yapılması ve elde edilen verilerin analiz edilmesi gereken bir süreçtir. Bu sayede,

işletmeler stratejilerini sağlam temellere dayandırabilir ve kullanıcılarına sürekli olarak en iyi deneyimi sunabilir.

Kaynak: <https://ideafoster.com/en/ab-testing-social-media/>

VWO