

УДК: 339.138

ОСОБЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ А/В-ТЕСТИРОВАНИЯ КАК МЕТОДА МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Сейидова М.М. ¹

Студент

*Уфимский университет науки и технологий,
г. Уфа, Россия*

Аннотация: В статье рассматривается процесс выбора первого инструмента для проведения А/В-тестов. Определяются ключевые критерии выбора, анализируются популярные платформы и этапы внедрения тестирования в работу организации. Материал предназначен для специалистов, начинающих осваивать методы оптимизации конверсии.

Ключевые слова: А/В-тестирование, инструменты, гипотеза, конверсия, статистическая значимость, оптимизация, критерии выбора.

FEATURES AND EFFECTIVENESS OF A/B TESTING AS A MARKETING RESEARCH METHOD

Seidova M.M.

Student

*Ufa University of Science and Technology,
Ufa, Russia*

¹ Научный руководитель - к.э.н., доц. К. В. Апокина, Уфимский университет науки и технологий,
г. Уфа, Россия

Ph.D., Assoc. Prof. K. V. Apokina, Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia

Abstract: The article discusses the process of choosing the first tool for conducting A/B tests. Key selection criteria are defined, and popular platforms and stages of testing implementation in the organization are analyzed. The material is intended for specialists who are starting to master methods of conversion optimization.

Keywords: A/B testing, tools, hypothesis, conversion, statistical significance, optimization, selection criteria.

A/B-тестирование — это контролируемый эксперимент, в ходе которого пользователи случайным образом делятся на группы, чтобы сравнить две или более версии цифрового продукта (например, веб-страницы, элемента интерфейса или рекламного объявления) и определить, какая из них лучше достигает поставленной цели [6]. Для современных компаний этот метод стал не просто тактическим инструментом, а стратегическим активом, позволяющим принимать решения на основе данных, а не предположений.

Однако перед начинающими специалистами и организациями встает сложная задача: как выбрать подходящий инструмент из более чем двух десятков доступных на рынке платформ. Неправильный выбор может привести к напрасной трате времени, ресурсов и, что самое главное, к неверным выводам. Данная статья предлагает пошаговый алгоритм выбора первого инструмента для A/B-тестирования, который поможет избежать распространенных ошибок и заложить основу для успешной программы экспериментов.

1. Подготовительный этап: определение потребностей и целей

Прежде чем анализировать функциональность конкретных платформ, необходимо четко определить внутренние требования. Специалисты рекомендуют оценивать четыре ключевых аспекта:

а. Стратегия. Следует ответить на вопросы: Каковы цели программы экспериментов? Какие метрики будут использоваться для измерения успеха? Где именно планируется тестирование — на сайте, в мобильном приложении, в рассылках? Какие типы изменений предполагается тестировать — косметические правки через визуальный редактор или сложные функциональные изменения с привлечением разработчиков?

б. Команда. Необходимо оценить, кто будет заниматься настройкой и запуском тестов, каковы их технические навыки. Если в команде нет разработчиков, а тесты хочется запускать быстро, критически важным становится наличие удобного визуального редактора. Также важно понять, требуется ли разграничение ролей и прав доступа для разных участников.

в. Технологии. Важно оценить техническую среду, в которой предстоит работать инструменту. Следует проверить совместимость с используемой системой аналитики, а также убедиться, что платформа соответствует требованиям конфиденциальности и законодательства о данных.

г. Бюджет. Нужно понимать ежемесячный объем посещений сайта или активных пользователей приложения, так как стоимость большинства платформ привязана к трафику. Следует соотнести стоимость инструмента с потенциальной выгодой от оптимизации.

Таблица 1. Минимальный рекомендуемый объем трафика для различных типов тестов [2]

Тип теста	Рекомендуемый месячный трафик на страницу	Примечания
A/B-тест	10 000 – 100 000 посетителей	Для обнаружения улучшений конверсии от 9%
Многовариантное (A/B/n) тестирование	от 100 000 посетителей	Требует больше трафика, так как он делится между большим количеством вариантов

Значимые результаты для небольших улучшений (2-9%)	от 100 000 посетителей	Чем меньше ожидаемый эффект, тем больше трафика требуется для его обнаружения
----------------------------------------------------	------------------------	-------------------------------------------------------------------------------

2. Критерии выбора инструмента

На основе определенных потребностей можно составить список критериев для оценки платформ. Рекомендуется разделить их на обязательные и желательные.

а. Тип редактора и простота использования. Для команд без технической поддержки наличие интуитивного визуального редактора (WYSIWYG — «что видишь, то и получаешь») является ключевым фактором. Он позволяет перетаскивать элементы и вносить правки без написания кода. Для более сложных экспериментов, интегрированных в процесс разработки, может потребоваться функциональное тестирование.

б. Статистическая надежность. Платформа должна предоставлять прозрачную и достоверную статистику. Важно, чтобы инструмент четко показывал, когда тест достигает статистической значимости — обычно это 95% уровень достоверности ($p\text{-value} \leq 0.05$), что означает, что вероятность случайного получения наблюдаемой разницы составляет менее 5% [3].

в. Таргетинг и аудитории. Возможность показывать разные версии не всей аудитории сразу, а конкретным сегментам (например, по типу устройства, геолокации, поведению на сайте) значительно повышает гибкость экспериментов.

г. Дополнительные исследовательские функции. Такие функции, как тепловые карты, карты прокрутки и записи сессий, помогают на этапе формирования гипотез, так как дают понимание поведения пользователей на странице [2].

д. Интеграции. Способность инструмента легко интегрироваться с вашей текущей экосистемой (например, Google Analytics, CRM-системой,

платформами для электронной почты) упрощает сбор данных и анализ результатов.

е. Стоимость и масштабируемость. Помимо стартовой цены, стоит оценить, как будет меняться стоимость с ростом трафика и количества экспериментов. Прозрачная модель ценообразования поможет избежать неожиданных расходов в будущем .

3. Обзор популярных инструментов для старта

Следующие платформы хорошо зарекомендовали себя на рынке и могут быть рассмотрены в качестве первого инструмента.

- Convertize: позиционируется как простое и удобное решение для бизнес-сайтов. Имеет визуальный редактор, встроенные функции для повышения конверсии и «гибридный» статистический движок, что делает его безопасным выбором для новичков без глубоких статистических знаний.

- VWO (Visual Website Optimizer): мощная платформа, которая сочетает в себе A/B-тестирование, многовариантное тестирование, тепловые карты и записи сессий. Это делает ее отличным универсальным решением, особенно для маркетинговых агентств. VWO также известен своим интуитивно понятным интерфейсом.

- Google Optimize: бесплатный инструмент, интегрированный с Google Analytics. Идеально подходит для тех, кто только начинает свой путь в A/B-тестировании и хочет экспериментировать с минимальными затратами. Его интерфейс знаком пользователям Google, что снижает порог входа [5].

- Convert: платформа предлагает прозрачное ценообразование (стоимость указана на сайте), веб- и функциональное тестирование, а также продвинутый таргетинг. Является доступной альтернативой с широкими возможностями.

4. Практические шаги для принятия решения

Когда список требований и потенциальных кандидатов готов, можно переходить к финальному отбору.

а. Составьте приоритезированный список функций. Разделите функции из раздела 2 на «must-have» и «nice-to-have». Это поможет сосредоточиться на самом важном и не переплачивать за ненужный функционал.

б. Изучите и сузьте круг кандидатов. На основе вашего списка отберите 2-3 платформы, которые наилучшим образом соответствуют критериям. Изучите их сайты, ознакомьтесь с тарифами и отзывами.

в. Запросите демонстрацию или пробный период. Большинство поставщиков предоставляют бесплатную демонстрацию продукта. Важно участвовать в ней вместе с коллегами, которые будут использовать инструмент на практике. Во время демо задавайте вопросы о простоте использования, интеграциях и качестве поддержки. Если доступен пробный период, используйте его для тестирования ключевых функций на своем сайте.

г. Оцените качество поддержки. На этапе внедрения и запуска первых тестов качественная техническая поддержка может быть решающим фактором. Уточните, какие каналы связи (чат, email, телефон) доступны и насколько быстро служба поддержки отвечает на запросы.

Выбор первого инструмента для А/В-тестирования — это стратегическое решение, которое закладывает основу для культуры, основанной на данных. Универсального решения, подходящего для всех, не существует.

Успешный выбор заключается в том, чтобы найти платформу, которая оптимально соответствует текущим потребностям, ресурсам и уровню зрелости команды, при этом позволяя масштабироваться в будущем.

Следуя предложенному алгоритму — от внутреннего аудита до тестового использования — вы сможете системно подойти к выбору, избежать хаоса и уверенно сделать первый шаг на пути к оптимизации пользовательского опыта и повышению ключевых бизнес-показателей.

Библиографический список

1. Апокина, К. В. Современные подходы к управлению человеческими ресурсами / К. В. Апокина, Н. Г. Шипаева // Актуальные вопросы развития национальной экономики : Материалы VIII Международной заочной научно-практической конференции, Пермь, 19 апреля 2019 года. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2019. – С. 367-371. – EDN ZEYQGZ.

2. Апокина, К. В. Экономические основы бизнеса : Учебное пособие для бакалавров, магистрантов, аспирантов, преподавателей, менеджеров, занимающихся проблемами управленческой и предпринимательской деятельности / К. В. Апокина. Том Часть 2. – Уфа : Башкирский государственный университет, 2022. – 174 с. – ISBN 978-5-7477-5542-0. – EDN HFVVEV.

3. АБ-тесты в ИИ-продуктах: подводные камни из практики // CNews. URL: https://www.cnews.ru/articles/2025-07-29_ab-testy_v_ii-produktah_podvodnye (дата обращения: 16.11.2025).

4. Большой гайд по А/В-тестированию // Хабр. URL: https://habr.com/ru/companies/boodet_online/articles/498688/ (дата обращения: 16.11.2025).

5. Как правильно проводить А/В-тесты: советы от эксперта // blog.karpov.courses. URL: <https://blog.karpov.courses/kak-pravilno-provodit-a-b-testy-sovety-ot-eksperta/> (дата обращения: 16.11.2025).

6. Как устроено А/В-тестирование? Теория, инструменты и инструкция к применению // Callibri. URL: <https://callibri.ru/blog/что-такое-ab-testy> (дата обращения: 16.11.2025).

7. Что такое А/В-тесты: гайд для продакт-менеджера // GoPractice. URL: <https://gopractice.ru/data/ab-tests-guide/> (дата обращения: 16.11.2025).

Оригинальность 75%