

A/B-Testing für Nicht-Statistiker

Lernziel: Nach diesem Modul können Sie einen echten A/B-Test von einem Vorher-Nachher-Vergleich unterscheiden, erklären, warum nur paralleles, randomisiertes Testen externe Störfaktoren ausschließt, und eine falsifizierbare Hypothese mit Variable, Wirkung und Primärmetrik formulieren.

Key Takeaways

- Nicht mehr Traffic, sondern bessere Entscheidungen im bestehenden Traffic.
- Mit zufälliger Aufteilung und parallelem Testen bekommen Sie Antworten, denen Sie vertrauen können.
- Mit einer klaren Hypothese wissen Sie bereits vor dem Test, woran Sie den Erfolg messen werden.
- Die drei Säulen eines validen A/B-Tests sind: eine klare Hypothese, eine zufällige Aufteilung der Besucher und eine parallele Messung über denselben Zeitraum.
- Fehlt eine dieser Säulen, wackelt das gesamte Ergebnis.
- Merken Sie sich dieses Dreieck, dann können Sie jedes Experimentier-Setup schnell bewerten.

Framework-Schritte

1. Hypothese formulieren
2. Zufällig aufteilen
3. Parallel messen
4. Mit Daten entscheiden
5. Zufällige Aufteilung
6. Variante A Kontrolle
7. Variante B Änderung

Kernpunkte im Überblick

CONCEPT

Das Geschäftsproblem: siebzig Prozent Abbruch

Stellen Sie sich vor, siebzig von hundert Kunden legen die Ware an der Kasse zurück und gehen.

CONCEPT

Warum mehr Traffic kein Hebel ist

Viele versuchen, sich aus dem Abbruch herauszukaufen.

Ein echter Test ist ein kontrolliertes Experiment.

Zwei hartnäckige Mythen kosten Unternehmen jedes Jahr Geld.

CONCEPT

Anatomie einer Hypothese

Ohne klare Hypothese testen Sie ins Blaue.

CONCEPT

Randomisierung: der wichtigste Schritt

Randomisierung ist der wichtigste Schritt im Test.

So nutzen Sie dieses Job-Aid: Nutzen Sie es als Kurzreferenz, bevor Sie eine Kampagne, ein Audit oder eine Strategieentscheidung anpacken. Die Takeaways und die Entscheidungsmatrix helfen Ihnen, schnell den Fokus zu setzen und typische Fehler zu vermeiden.