

Čo je A/B test

Last updated 21 marca, 2025

A/B test porovnáva dve alebo aj viac verzií určitého prvku na webovej stránke, v e-maile alebo reklame, aby sa zistilo, ktorá z nich dosahuje lepšie výsledky.

Cieľom A/B testovania je optimalizovať výkon a efektivitu daného prvku na základe reálnych dát od používateľov.

Ako A/B test funguje?

Pri A/B teste je dôležité **zmeniť len jeden konkrétny prvok**, aby sa zabránilo nejasnostiam v meraní. Tým prvkom môže byť len iná farba tlačidla, nadpis či predmet e-mailu, obrázok, ale aj celá [úvodná stránka](#) či reklamná sada (v prípade [PPC reklamy](#)).

1. Vytvorenie dvoch verzií:

- Verzia A: Pôvodná (kontrolná) verzia.
- Verzia B: Upravená verzia

2. Rozdelenie používateľov: Publikum je náhodne rozdelené do dvoch skupín:

- Skupina 1: Zobrazuje sa verzia A.
- Skupina 2: Zobrazuje sa verzia B.

3. Zber dát: Sledovaním vybraných [konverzií](#), napr. počtu kliknutí ([CTR](#)), registrácii alebo nákupov sa meria výkon oboch verzií.

4. Analýza výsledkov: Na základe nazbieraných dát je možné web či reklamu zefektívniť.

Prečo je A/B testovanie dôležité?

Vďaka A/B testovaniu sa môžete rozhodnúť na základe reálnych a aktuálnych dát, nie domnienok a pocitov.

A/B testy odhalia, ktoré konkrétne úpravy majú pozitívny vplyv na vašich návštevníkov a zákazníkov.

Príklady použitia A/B testu

- **Webové stránky:** Testovanie nadpisov, tlačidiel (farba, text), rozloženie obsahu.
- **E-mailové kampane:** Porovnanie rôznych predmetov e-mailu alebo [call-to-action](#).
- **Online reklamy:** Testovanie rôznych grafických prvkov, textov alebo cielenia.