



Find guldet på dit website med brugertest og splittest

Af Mogens Møller

Sådan kommer du i gang med brugertests og splittests

Introduktion

I denne guide vil jeg hjælpe dig i gang med at brugerteste og splitteste dit website. Ingen ved præcist hvad der fungerer på netop dit website! Du ved det ikke selv, dit webbureau eller rådgivere ved det heller ikke - derfor SKAL du ganske enkelt teste dit website, hvis du driver en seriøs online forretning eller har ambitioner om at gøre det.

Jeg håber, du får lyst til selv at komme i gang med at brugerteste og splitteste, når du har læst denne guide. Hiv endelig fat i mig, hvis du har spørgsmål.

Rigtig god fornøjelse!



Med venlig hilsen

Mogens Møller

Specialist i splittest og brugertest

www.mogens-moeller.dk

mm@mogens-moeller.dk

Brugertest

Et overset og værdifuldt værktøj

Brugertest er ofte en meget overset og undervurderet disciplin. Jeg har flere gange holdt foredrag for nogle af landets største online virksomheder og skræmmende få af dem bruger effektivt brugertests til at optimere deres website.

Brugertest går ud på, at du får nogle forskellige personer uden kendskab til din hjemmeside til at bruge den og "tænke højt" dvs. løbende fortælle, hvad de tænker. Samtidig sidder du bagved, observerer og skriver ned.

Vær klar til at få tæsk!

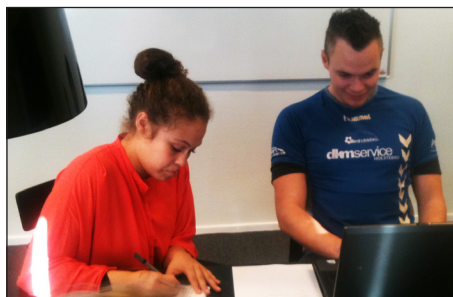
Brugertest er på ingen måde kompliceret eller besværligt, men det kræver mod! Mod til at høre dit website få verbale tæsk! Det kan gøre ekstremt ondt - virkelig! Men det kan til gengæld også give dig ufattelig værdifuld input, som i sidste ende kan hæve din omsætning markant!

F.eks. lavede jeg for kort tid siden en brugertest for en kunde, som omsætter online for over 50 millioner kroner. Til denne brugertest kunne ikke én eneste af de 8 testpersoner finde ud af, at bestille kundens produkt på websitet! Websitet var ganske enkelt én stor forhindringsbane, som ubevidst nærmest gjorde det umuligt, at få lov at købe et produkt.

Min kunde var chokeret og kunne næsten ikke fatte, at de trods alt havde en vis omsætning. Men vi kunne ikke undgå at tænke på: hvad kan vi mon omsætte, hvis det bliver simpelt og logisk at købe varerne på websitet? Potentialet er enormt!

Brugertest og splittest er en fantastisk hybrid!

Brugertest er et oplagt værktøj sammen med splittests, da du ofte får en masse gode inputs i brugertests, som med fordel kan testes af på dit website efterfølgende. På måde sikrer du, at du ikke laver ændringerne på baggrund af testper-



Billeder fra brugertest workshops

sonerne, som ikke har en positiv effekt på din konvertering og omsætning.

Opsæt et scenarie for testpersonen

Lad vær med at tænke på brugertest som noget svært og kompliceret. Det er i virkeligheden ekstremt simpelt. Du skal simpelthen have nogle personer til at bruge dit website dvs. navigere rundt på det, købe produkter, udfylde oplysninger osv. og samtidig fortælle, hvad de oplever.

Opsæt gerne et lille scenarie for testpersonen, som personen kan sætte sig ind i. På min egen webshop www.lasttouch.dk kunne det f.eks. være:

Forestil dig, du skal have et nyt maleri hjem til stuen. Du er blevet træt af de gamle billeder og vil gerne have noget, som passer ind til resten af indretningen i din stue. Start på Google.dk og skriv de 5-10 søgeord, som du umiddelbart tænker på.

Gå nu ind på www.lasttouch.dk, surf rundt på siden og prøv at finde 1-2 malerier, som vil passe godt hjem til din stue. Fortsæt efterfølgende til kassen, men stop lige inden du vil gå til betalingen.

Slut af med at fortælle, hvad dit indtryk generelt er af www.lasttouch.dk. Vil du f.eks. være tryk ved at handle på denne webshop, synes du sortimentet er interessant osv.?

Husk at agere så naturligt og afslappet som muligt ligesom hvis du sad derhjemme. Det eneste du skal gøre anderledes er, at du skal forsøge at "tænke højt" imens du surfer rundt dvs. fortælle hvad der umiddelbart falder dig ind.

Du kan ikke begå fejl, når du udfører opgaven. Hvis der er noget, som du ikke kan finde ud af på siden, så er det webshoppen, som ikke er lavet godt nok. Det er ikke dig, som er til eksamen - det er mig :-)

Dette er blot eksempel på en opgave, som den f.eks. kan se ud til min egen webshop. Har du god tid, kan du også få personen til at gå ind på søgeresultaterne på Google og dermed få nogle ideer fra konkurrenternes websites. Det kan give rigtig værdifuld information om, hvad de gør godt og skidt, hvilket i sidste ende kan komme dig til gode.

Find nogle personer og kom i gang!

Nu har du fået foræret en simpel opgave, som du lynhurtigt kan tilpasse til dit eget website og som en testperson typisk kan løse på 10-15 min. Så nu skal du bare i gang og finde nogle personer, som kan teste dit website. Det kan du gøre på flere måder - hermed lidt inspiration:

- » Er kærestens mødregruppe på besøg, så spørg om ikke de lige vil hjælpe dig 10 min. hver især.
- » Har du en fysisk butik, kan du stille en bærbar computer op i butikken og få nogle af kunderne til at teste dit website.
- » Du kan også tage din computer med ned på en cafe eller i en offentlig kantine og tilbyde folk en kop kaffe, hvis de vil hjælpe dig.
- » Du kan også hyre personer hos et vikarbureau, hvor du så kan lave testene hjemme hos jer selv. Mulighederne er mange - det er bare, at komme i gang!

Vil du have hjælp?

Jeg er personligt blevet "bidt af en gal brugertester"! Jeg ved, hvor meget guld der ligger gemt i brugertests - derfor vil jeg nu gøre det endnu lettere for dig at komme i gang med brugertests!

I den kommende tid vil jeg arrangere deciderede heldags brugertest workshops i hele landet, hvor jeg får fat på testpersoner af forskellig køn og alder og hvor du kan deltage og få dit website testet grundigt af.

Jeg vil på disse workshops først introducere dig og de andre deltagere til brugertests generelt. Herefter lærer du, hvordan du skriver et godt testscenarie. Når vi alle har lavet vores testscenarier, så starter selve brugertestene, hvor alle deltagere får brugertestet sit website af 8 forskellige personer.

Ønsker du, jeg finder testpersoner fra netop din målgruppe, kan det også sagtens lade sig gøre.

Er du interesseret i at høre mere om disse brugertest workshops, så skriv en mail til mig på mm@mogens-moeller.dk.

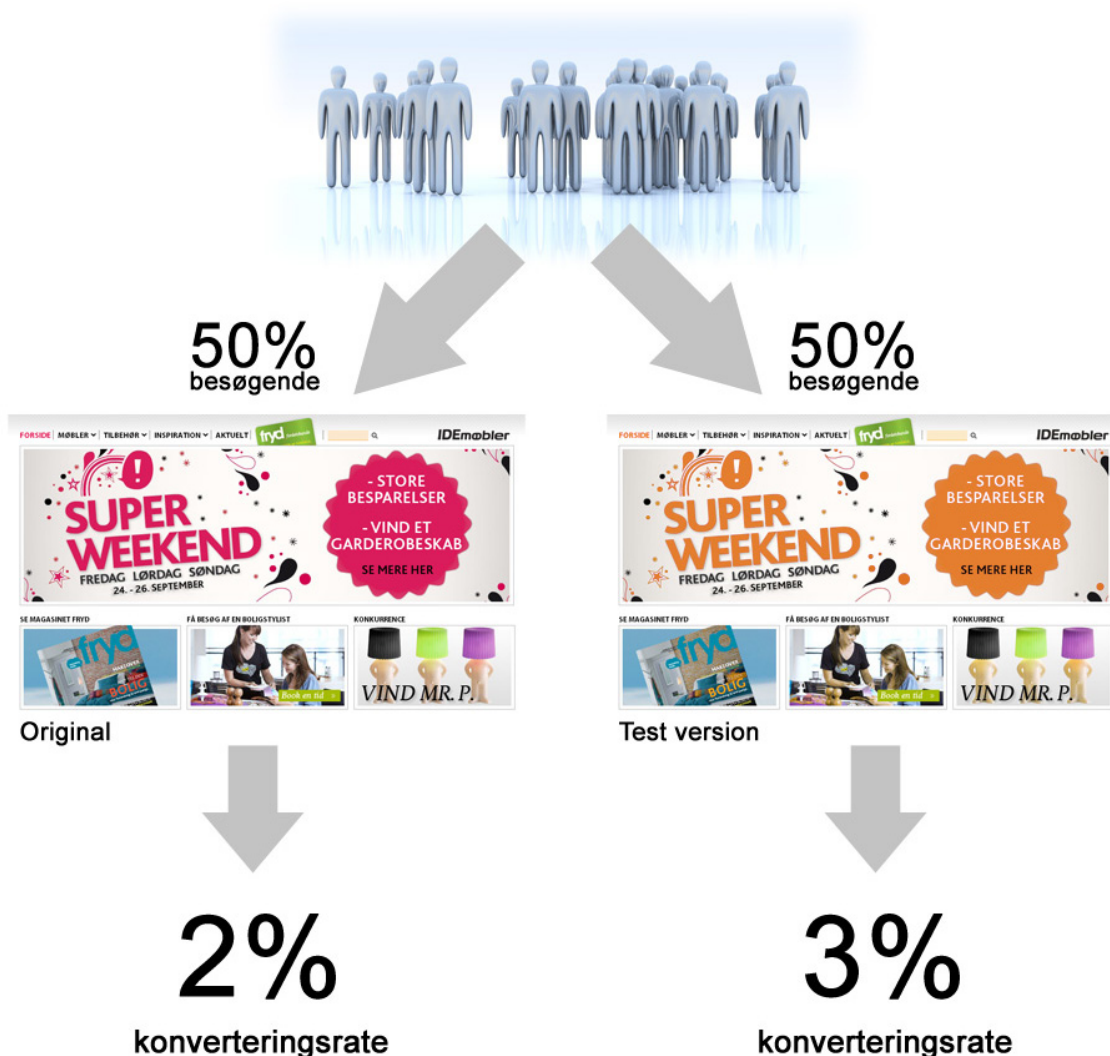
Splittest

Forskellige versioner af dit website

Splittest går i bund og grund ud på, at du viser 2 eller flere forskellige versioner af dit website til de forskellige besøgende. Herefter måler du på, hvilken version, der har givet dig flest konverteringer f.eks. salg, downloads, nyhedsbrevtilmeldinger osv.

Kræver mange besøgende

Splittest er utrolig effektiv for websites med mange besøgende og konverteringer, da disse websites typisk lynhurtigt kan få et signifikant resultatet dvs. der kan kåres en testvariant som vinder. Herefter kan der så igangsættes endnu en test og jagten på en højere konverteringsrate og større omsætning fortsætter.



Fiktivt eksempel på en a/b splittest på IDEmøblers website.

Ferie, børnepenge, løn, dårligt vejr - intet problem!

Det der gør splittests så effektive fremfor f.eks. hvis du laver en ændring på dit website den ene uge og så tester, om det fungerer bedre end den forrige uge er, at de forskellige testvarianter kører samtidig dvs. du piller alle usikkerhedsmomenter ud som f.eks. ferie, børnepenge, lønudbetaling, dårligt vejr osv.

F.eks. kan jeg tydeligt mærke på vores webshop, når vejret er dårligt, for så kommer folk indenfor og får tid til at overveje, om der skal noget nyt kunst på væggene. Testede jeg blot én uge op imod en anden uden at lave splittest, så ville jeg aldrig få et korrekt resultat, da netop vejret er så afgørende et element for os.

Test få ting vs. test mange ting

Hænger dit website voldsomt i bremsen, når det kommer til brugervenlighed og layout, så kan den korteste vej til højere konverteringsrate nogle gange være et decideret redesign. Laver du et redesign, så husk også at få det splittestet, hvis det er muligt.

Problemet med et større redesign rent testmæssigt er, at du ikke efterfølgende kan sige præcist, hvad der gjorde forskellen. Det kan være redesignet konverterer 15% bedre end det gamle design, men du ved ikke, om dette blot skyldes, at du i redesignet f.eks. gjorde indkøbskurven tydeligere. Måske kunne du have opnået samme forbedring, hvis du havde gjort indkøbskurven tydeligere i det gamle design.

Fordelen ved et komplet redesign er, at du ofte kan slå en genvej og opnå en markant højere konverteringsrate på én gang i stedet for at teste element for element.

Min holdning er, at du løbende bør teste dit website og hele tiden lave små ændringer, som optimerer konverteringen. Når så du er kommet dertil, hvor det er det overordnede grafiske udtryk, der skal testes f.eks. baggrundsfarven eller topgrafikken, så kan du også teste dette for sig og på den måde udelukke usikkerheden om, hvilke elementer i et komplet redesign, der gør forskellen.

Kom i gang

Sidder du med et website med mange besøgende og konverteringer og har du ikke endnu lavet splittests, så er det simpelthen bare at komme i gang! Du har ganske enkelt ikke råd til andet!

Afhængig af hvilket CMS du bruger kan der være nogle begrænsninger i, hvor vildt du kan teste. De senere år er der dog kommet testværktøjer, som gør det ekstremt let at implementere - selv på meget låste systemer.

Testværktøjer

Der findes flere forskellige værktøjer til at lave splittests. Jeg nævner her de to værktøjer, som jeg personligt har gode erfaringer med.

Visual Website Optimizer

Dette er min personlige favorit. På deres hjemmeside www.visualwebsiteoptimizer.com skriver de selv: "World's easiest A/B testing tool", hvilket nok er meget rammende.

Det er utroligt let at gå til. Du behøver ikke kendskab til programmeringssprog, da du kan arbejde med en WYSIWYG (what-you-see-is-what-you-get) editor.

Det er muligt, at måle alverdens forskellige konverteringer, så hvis ikke lige du sælger et decideret produkt, så kan du også måle på udfyldte formularer, klik på bestemte knapper osv.

Selve installationen er ekstrem simpel, da du blot får en stump Javascript kode, som skal indsættes i head'eren på samtlige sider. Langt de fleste CMS giver dig mulighed for selv at indsætte dette.

En forholdsvis ny feature er [revenue tracking](#), så du ikke blot kan se, hvilket testvariant, der fik flest konverteringer, men også hvilken variant der omsætter mest - det er langt fra sikkert, det er den samme testvariant.

Du kan prøve VWO gratis i 30 dage. Herefter koster det mellem 50-250 dollars om måneden afhængig af, hvor besøgende du har samt, hvor tests du vil køre samtidig.

Google Content Experiments

Google har i mange år tilbudt deres eget gratis splittest værktøj: Google Website Optimizer. Det brugte jeg selv meget i starten, da jeg testede primært på min egen webshop.

Det har Google dog valgt at lukke ned og har nu integreret det i Google Analytics i stedet for under navnet: Google Content Experiments.

Hvis du har Google Analytics på din side i forvejen, skal du lige have tilføjet en smule ekstra kode. Herefter har du mulighed for at lave simple a/b splittests på dit website ganske gratis.

Inspiration og ressourcer

Website med gode a/b split test resultater!

- [A/B tests](#)

Værktøjer

- [Visual Website Optimizer](#)
- [Guide til at få Visual Website Optimizer data i Google Analytics](#)
- [Brugertest.nu - Fantstisk dansk brugertest service](#)

Ekne test cases og blogindlæg

- [50 webshop brugertests er netop gennemført og sammenkogt til 9 power-tips](#)
- [Sådan halverer du afvisningsprocenten du din forsides afvisningsprocent](#)
- [Kører du uden hænder på rettet?](#)
- [Skal du bruge brugertest.nu?](#)
- [Split test - Hvilken indehaver konverterer bedst?](#)

Andre danske test cases og blogindlæg

- [Pas på med at teste forkert](#)
- [Den der røde knap...](#)
- [Bed om mindre og få mere](#)
- [En ændring = 196% bedre konvertering](#)
- [Downloads øget med 99,4% Pris pr. konvertering reduceret med 48,24%](#)
- [Forbedring på i alt 304% ved at flytte formularen under folden](#)

Udenlandske test cases

- [How to increase sales by 62%? Remove content from your landing page](#)
- [Selling cookies online? Next-day shipping offer may increase sales by 41%](#)
- [How online retailer increased sales by 27% - A/B testing Android phone option](#)
- [How to increase conversions by 25% by doing multiple A/B tests](#)

Bøger

- [Always be testing](#)
- [Rocket Surgery Made Easy](#)
- [Landing Page Optimization](#)

Video

- [Website Optimizer A/B Experiments in 5 Minutes](#)
- [Always Be Testing Webinar](#)