

Le taux de conversion d'un site web est l'un des chiffres-clés de sa réussite. Comment savoir ce qui plaît aux internautes ?

L'A/B testing sert justement à déterminer ce qui fonctionne le mieux sur un site internet.

Découvrez dès à présent comment se réalisent ces tests stratégiques !

Qu'est-ce que l'A/B Testing ?

L'A/B testing ou test Multivariable A/B est une technique d'analyse statistique. Elle sert à comparer deux versions d'une page web afin de déterminer laquelle des deux est la plus performante.

Ces deux versions, dénommées A et B, vont être présentées aux internautes de façon aléatoire.

Ensuite, les données recueillies permettront d'établir l'efficacité de chacune, en fonction des critères spécifiques. Ces résultats impactent directement la stratégie marketing de l'entreprise, qui peut alors adapter son offre.

Optimiser le taux de conversion

L'objectif premier de l'A/B testing est l'augmentation du taux de conversion. En effet, notamment sur les plateformes e-commerces, celui-ci stagne à 3 %.

Il faut dire qu'il s'agit d'un mécanisme complexe, dans lequel entrent en jeu :

- La qualité du trafic
- L'Expérience Utilisateur (UX)
- La réputation de l'entreprise

En déterminant les meilleurs axes d'amélioration, les tests A/B amènent à générer davantage de revenus à partir du trafic existant.

En effet, la détermination d'une version à plus forte conversion permettra d'impacter significativement le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Mettre en place un test A/B : La solution Google Optimize

Google Optimize est la **solution A/B testing de Google**. Gratuite, elle propose des services inédits grâce à sa combinaison avec Google Analytics.

Concrètement, ce type d'intégration permet de s'appuyer sur l'outil de mesure d'audience pour lier les expériences réalisées aux indicateurs de performance.

Le résultat est une meilleure identification des segments clés nécessaires et donc, du ciblage d'audience. Pour les grandes entreprises, une version plus élaborée (mais payante) existe, connue sous le nom de Google Optimize 360.

« L'intégration native de Google Optimize avec Google Analytics en fait l'un des outils les plus efficaces sur le marché pour la réalisation de tests A/B. »

Choisir parmi les différents types de tests

Selon vos besoins, il existe différents types de tests A/B sur Google Optimize :

- **Le test classique**, avec deux variations d'une même page
- **Les tests par redirection**, avec des URL distinctes
- **Les tests multivariés**, qui prennent en compte plusieurs changements sur une même page

Grâce au choix de tests A/B, vous optez pour la solution qui vous convient pleinement, en fonction de ce que vous souhaitez évaluer.

Analyser les résultats de l'A/B Testing

L'analyse des informations recueillies lors des tests est l'opération la plus délicate. Avec Google Optimize et Google Analytics, vous obtiendrez des données sur :

- Le **taux de conversion** de chaque page

- Le **pourcentage d'amélioration**, par rapport à la page originale
- Le **degré de fiabilité** de chaque variation

L'analyse des résultats obtenus par A/B testing est essentielle pour prendre ensuite les décisions qui s'imposent et atteindre ses objectifs en termes de conversion.

Nos prestations en A/B Testing et WebAnalytics

L'agence Expertisme vous accompagne dans la mise en place de tests A/B sur votre site, avec :

- L'installation et le paramétrage de Google Optimize
- La réalisation d'un audit en Web analytics
- Un accompagnement en Web analytics

L'avis de l'Expert Webanalytics



Les tests A/B sur Google Optimize sont très efficaces pour optimiser le trafic existant et faire augmenter le taux de conversion.

Leur réalisation nécessite toutefois une équipe de professionnels afin de garantir la qualité des résultats.

Nous sommes à votre écoute si vous souhaitez en savoir davantage pour votre propre site.