

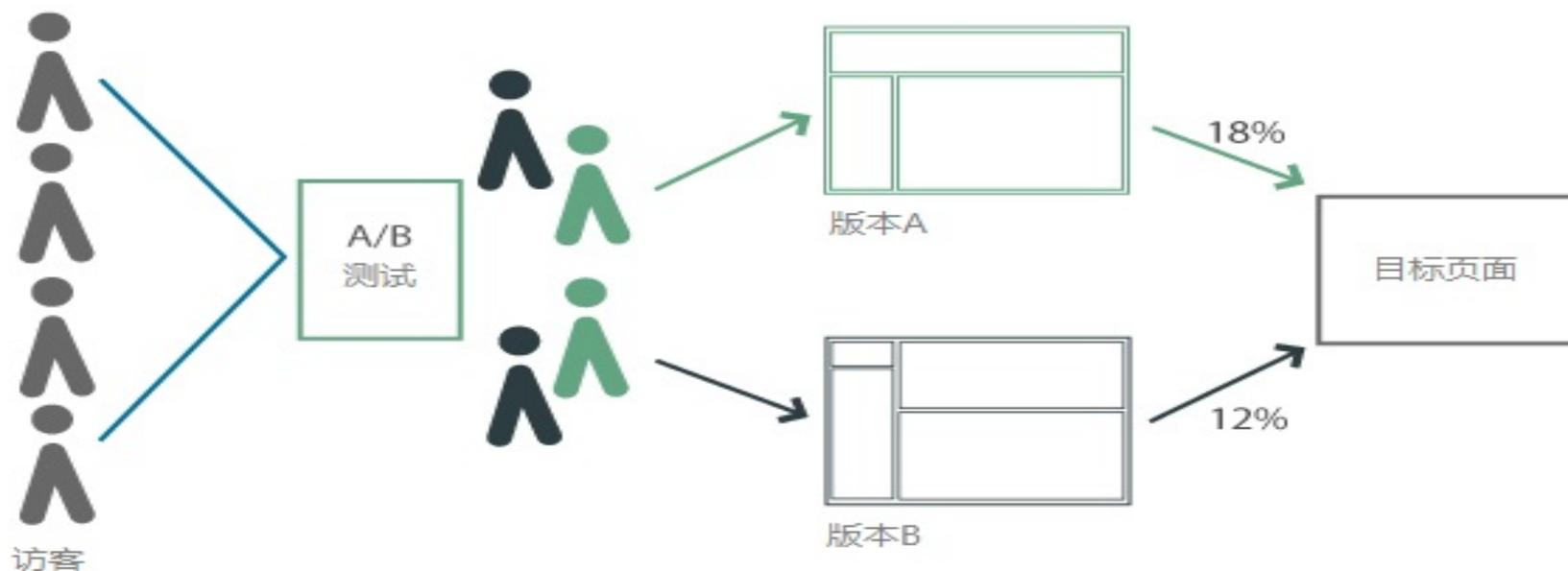
云眼A/B测试基本概念解析



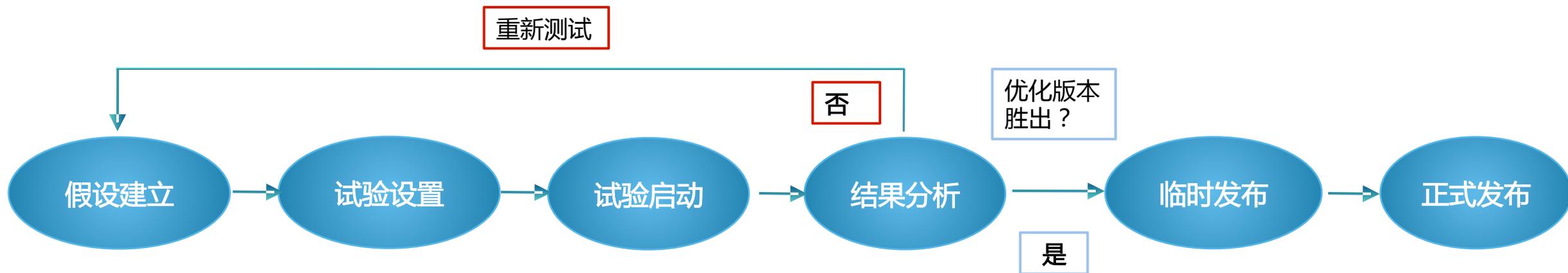
持续优化您的线上业务

A/B测试

页面或流程设计两个版本（A和B）或多个版本（A/B/n），同时、随机的让一定比例抽样客户访问，然后比较这各个版本的实际效果（转化率），最后选择效果最好的版本正式发布给全部客户。



A/B测试流程



根据“问题描述”、“解决方案”和“评估指标”建立假设

1. 可视化或参数化编辑新版本
2. 设置受众属性、测试目标和流量分配

根据改进效果和统计显著性选择落地方案

在控制台将优化版本流量逐步调高

将修改正式发布到产品的下一版本

A/B测试假设

【假设】：运行试验之前创建的预测。强有力的假设包括三个部分：问题陈述，解决方案和评估指标



- 清楚的定义问题
- 描述解决方案
- 建议衡量结果的指标
- 定量和定性的确定问题
- 阐述原理（为什么此方案能解决这个问题？）
- 设置成功和失败的标
准

{参考：

<https://www.eyeofcloud.com/6257.html?highlight=%E5%81%87%E8%AE%BE>}

结果分析(一)

【统计显著性】：也叫统计学显著性，是云眼A/B测试结果分析里的一个重要指标，它能告诉我们优化版本和原始版本之间转化率存在差异的可能性或可信度。换句话说就是，它能回答优化版本上的改变是否真的对转化率产生了影响。

统计显著性数值所代表的含义：

≥95%：优化版本和原始版本之间有显著的统计差异，转化率的“改进”是可信的；

90%~95%：优化版本和原始版本之间的统计差异存有疑问，转化率的“改进”是存有疑问的；

<90%：优化版本和原始版本之间没有显著的统计差异，转化率的“改进”是不可信的；

{参考：

[https://www.eyeofcloud.com/175.html?](https://www.eyeofcloud.com/175.html?highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7)

[highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7}](https://www.eyeofcloud.com/175.html?highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7)

结果分析(二)

【改进效果】：表示转化率提高（或降低）的幅度。

改进效果 = (优化版本转化率 - 原始版本转化率) / 原始版本转化率，表示优化版本与原始版本相比，转化率提高的幅度。

【差异区间】：优化版本与原始版本之间转化率差异的置信区间，或者说是最可能分布的区间范围。

{参考：

<https://www.eyeofcloud.com/224.html?>

[highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7](https://www.eyeofcloud.com/224.html?highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7)}

业务术语

【独立访客数】：某段时间内访问Web应用、APP的用户数或设备数。

【访问数】：用户使用应用的次数，如果用户连续两次请求界面的时间间隔不超过30分钟，则按1次访问计算；否则，就是2次访问。

【转化数】：用户触发某个目标的次数，在1次访问中，如果这个目标被触发多次，该目标的转化数只按1次计算。

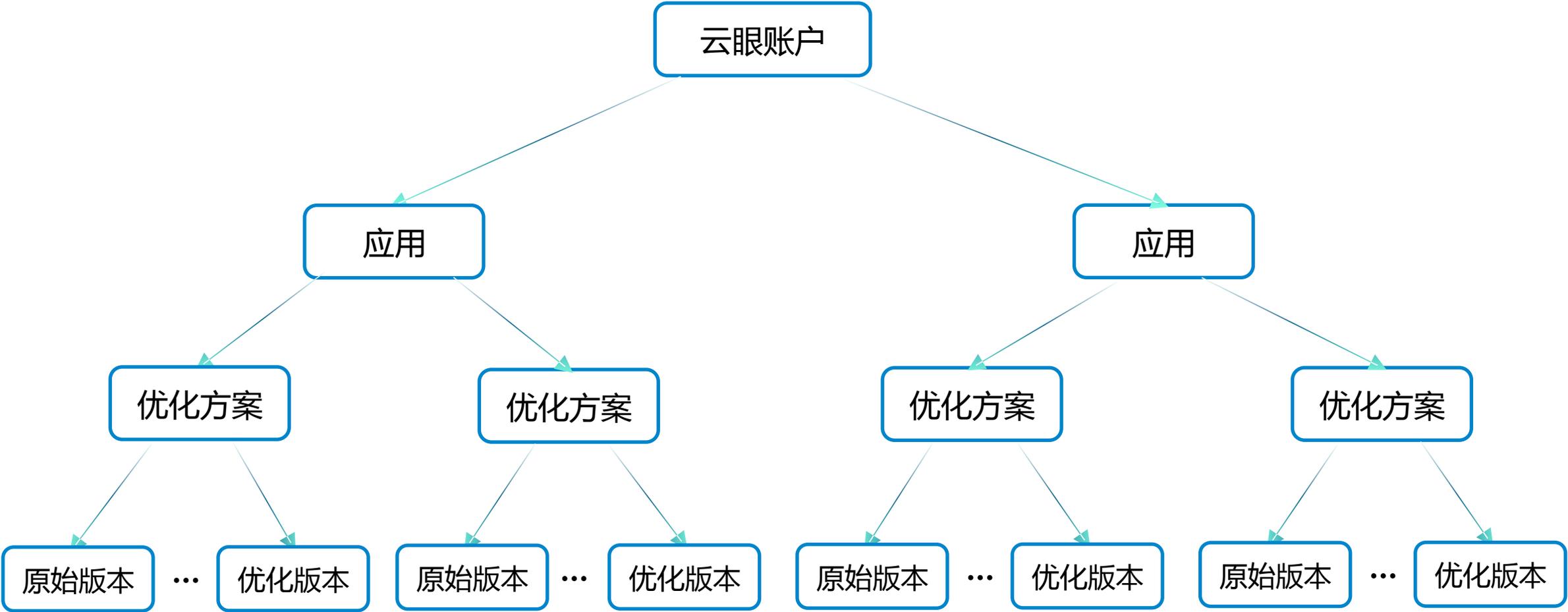
【转化率】：转化数 / 访问数，云眼转化率的计算是以访问数为基数，而不是访客数。

{参考：

[https://www.eyeofcloud.com/224.html?](https://www.eyeofcloud.com/224.html?highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7)

[highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7}](https://www.eyeofcloud.com/224.html?highlight=%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%98%BE%E8%91%97%E6%80%A7)

云眼平台层次结构



产品术语（一）

【应用】：组织企业网站或APP的优化方案（试验）。在云眼平台完成注册、建立应用后，系统会自动分配应用ID。

每个应用中包含多个优化方案（试验），可同时运行。

每个应用对应唯一的SDK代码。

【优化方案】：即A/B测试试验。

【版本】：试验的对照体，同一个试验里包含一个原始版本（A）和多个优化版本（BCD...）。

【SDK】：嵌入应用中，与云眼平台配合进行AB测试和数据统计。

产品术语(二)

【目标】：优化的指标，用来衡量试验效果的标准，常见的有注册率、点击率等等。

【流量分配】：分配进入试验及不同版本的流量比例。

【受众】：表示参与试验的用户群体类型，不符合受众条件的用户将不会参与到试验中。

【A/B测试类型】：

单变量A/B测试：测试网页中单个元素的不同设计对业务目标的影响；

多变量A/B测试：测试网页中多个元素的不同设计对业务目标的影响；

多页面A/B测试：测试一系列网页的不同设计对业务目标的影响。

更多云眼文章参考：

- 云眼Web/H5 AB测试文章总览：
https://www.eyeofcloud.com/user_help - Web页面AB测试
- 怎样做AB测试:
<https://www.eyeofcloud.com/1911.html>
- 设计有效的假设:
<https://www.eyeofcloud.com/6257.html?highlight=%E5%81%87%E8%AE%BE>
- 云眼Web/H5页面AB测试使用帮助:
<https://www.eyeofcloud.com/4252.html>
- AB测试试验启动前怎样做QA ? :
<https://www.eyeofcloud.com/2546.html>
- AB测试类型：
<https://www.eyeofcloud.com/2394.html?highlight=AB%E6%B5%8B%E8%AF%95%E7%B1%BB%E5%9E%8B>