

Vídeo 6

Transcrição

Nós fizemos o teste e identificamos qual subject teve um melhor desempenho:


Combination results

| Combo | ↑ | Subject line | Open rate | Click rate | Sales | Sends |
|-------|---|--|-----------------|----------------|--------|-------|
| 1 | | Alura Experts - 10 boas práticas de refatoração Java | 40.7% ± 1.3% | 6.0% ± 0.7% | \$0.00 | 2,209 |
| 2 | | Alura Experts - 3 recomendações de cursos Java | 44.7% ± 1.4% | 6.8% ± 0.8% | \$0.00 | 2,209 |
| 3 | | 3 cursos Java e 10 boas práticas de refatoração dos experts do Alura | 40.6% ± 1.3% | 7.2% ± 0.8% | \$0.00 | 2,209 |

Mas ficamos com a sensação que perdemos a oportunidade de enviar o e-mail com melhor desempenho para vários outros usuários e não só para um terço da lista. Imagine um caso em que a porcentagem de "Open rate" de um dos testes seja três vezes maior do que outro. Ficaremos com a sensação de que desperdiçamos uma oportunidade. Seria interessante fazermos um teste apenas com um subconjunto da lista de assinantes. Assim, ao identificarmos qual é o e-mail "vencedor", enviariamos para o restante das pessoas interessadas em receber. Ou seja, o objetivo é fazer o teste apenas com uma parte (com um subconjunto) dos usuários.

Para fazer este teste, faremos uma nova campanha do tipo A/B, para a lista da Alura. Se trabalharmos apenas com parte da lista de quatro pessoas que trabalhamos até aqui, não conseguiremos executar o que desejamos.

Vimos anteriormente que podemos testar até três *subject lines*.

 Untitled Help Save And Exit

What would you like to test?

Choose the variable you want to test. We'll generate a campaign for each combination of those variables—up to 3 combinations.

3
Subject lines

+

+

+

From name

Content

Send time

Summary

3
Combinations
Max

Recipients per combination **3,245**
Approx.

Sempre especificamos que queríamos enviar para 100% da nossa lista. Se repetíssemos isso agora, não faltaria ninguém dos assinantes para receber o e-mail com o subject vencedor. No entanto, temos a opção de enviarmos o e-mail para uma quantidade menor, por exemplo, 50% das pessoas.

those variable—up to 3 combinations.

3
Subject lines

From name

Content

Send time

What percentage of your recipients should receive your test combinations?

50%

0% 100%

How should we determine a winning combination?

3
Combinations
Max

| | |
|---|------------------|
| Recipients per combination | 3,245 Approx. |
| We recommend at least 5,000 recipients per combination. | |
| Test segment | 50% 9,736 |
| Winning segment | 50% 9,737 |

Agora, o Teste A/B/C será feito com três grupos que terá cerca de 3.200 pessoas. Cada grupo receberá um tipo de e-mail.

| | |
|---|------------------|
| <div>3 Combinations Max</div> | |
| Recipients per combination | 3,245 Approx. |
| We recommend at least 5,000 recipients per combination. | |
| Test segment | 50% 9,736 |
| Winning segment | 50% 9,737 |
| Total recipients | 19,473 |

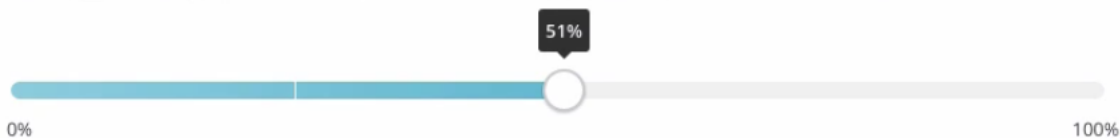
Após encontrarmos um ganhador do teste, o e-mail com melhor desempenho será enviado para os 9.736 assinantes que não participaram do teste e ainda não receberam a mensagem. É uma forma de aplicarmos o que aprendemos com o nosso teste.

Observe que o MailChimp continuará recomendando que trabalhemos com uma lista de pelo menos 5 mil contatos. Talvez, fosse interessante testarmos apenas dois subject lines, porque assim teríamos 4.868 pessoas para realizarmos o teste.

Lembrando que temos a liberdade de trabalho com a porcentagem que quisermos. Tudo dependerá do tamanho do *mailing*.

Depois, vamos configurar qual será o critério que determinará o vencedor: "Click rate", "Open rate", "Total revenue" ou "Manual selection".

What percentage of your recipients should receive your test combinations?



How should we determine a winning combination?

By open rate ▾ after hours ▾

By click rate

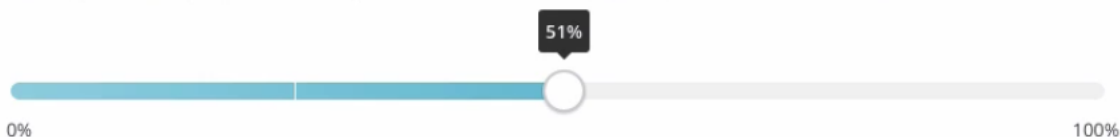
By open rate

By total revenue

Manual selection

Nós usaremos a taxa de abertura.

What percentage of your recipients should receive your test combinations?



How should we determine a winning combination?

By open rate ▾ after hours ▾

O e-mail com a maior taxa de abertura após quatro horas, será enviado para o restante da lista. Poderíamos ter escolhido também a configuração da taxa de clique. Neste caso, a opção com maior número de cliques seria enviado para os demais. Na configuração manual, nós selecionaríamos manualmente qual e-mail deveria ser enviado.

Desta forma conseguiremos tirar maior proveito do teste A/B.