

# Введение

---

*Нет неудачных экспериментов, есть эксперименты с непредвиденными результатами.*

Ричард Бакминстер (Richard Buckminster)

*Если вы не готовы ошибиться, то никогда не придумаете ничего нового.*

Сэр Кен Робинсон (Sir Ken Robinson)

*Одно точное измерение стоит 1 000 мнений экспертов.*

Адмирал Грейс Мюррей Хоппер (Grace Murray Hopper)

В концепции экспериментирования и проверки нет ничего нового. Но так или иначе, с детства до зрелого возраста мы зачастую колеблемся и, пересматривая значение экспериментирования и проверки своих предположений согласно интуиции, обнаруживаем нечто новое.

Поскольку наша деловая жизнь требует все больше усовершенствований маркетинговых усилий, ныне не время полагаться на предположения и интуицию. При всем при этом не время цепляться и за традиционные маркетинговые практики в этой области, поскольку большинство из них устарело.

Сегодня настало время исследовать практически все, что мы делаем, когда ведем бизнес в интерактивной среде. Один из наилучших способов полной реализации своего потенциала — это закатать рукава и начать проверять, а также дать себе обещание “проверять всегда”.

Мы имеем полных 10 лет опыта помощи компаниям в оптимизации их веб-сайтов и проведения проверок. По свидетельству JupiterResearch/ERI Executive Survey за декабрь 2006 года, самая большая проблема проверки — это демонстрация коэффициента окупаемости инвестиций для проверки и создание ее элементов. Эта книга познакомит вас с инфраструктурой, предоставит ключевые области проверки и продемонстрирует, как определить их для достижения максимального успеха.

В части I, “Взгляд маркетолога на проверки: мощь оптимизации”, мы ознакомим вас с процессами проектирования проверок, продемонстрируем, насколько мощной может быть проверка, а также научим устанавливать проверки, используя Google Website Optimizer.

Часть II, “Что проверять”, отвечает на самый большой вопрос, который встает перед каждым, кто когда-либо задумывался о проверке: что проверять? Мы исследуем больше 30 ключевых факторов, способных повлиять на показатели переходов для веб-сайтов (или розничную продажу, или публикации, или побуждение спроса), и предоставим вам больше 250 идей по проверке. Для каждого фактора мы сделаем следующее:

- объясним связанные ключевые концепции;
- перечислим специфические вопросы, на которые вы можете ответить;
- предоставим ресурсы для дальнейшего изучения;

- предоставим упражнение, которое поможет оценить фактор в контексте вашего сайта и в контексте маркетинга показателя переходов вообще;
- предложим проверить идею;
- предложим стратегию для применения изученного на вашем сайте.

В части III, “Углубление в технические проблемы”, мы обсудим некоторые из проблем интерактивной проверки. Мы подробнее исследуем работу сценариев Website Optimizer, способы дополнительных проверок, математический механизм проверки, а также использование инструмента Website Optimizer на блоге WordPress.

В приложении мы предоставим дополнительные ресурсы для последующего изучения и достижения успеха.

Мы надеемся, что эта книга вдохновит вас и пробудит вашу фантазию, подвигнув на усилия по проверке, а также поможет усовершенствовать ваш маркетинг показателя переходов.

Проверяйте всегда.

## Соглашения, принятые в этой книге

При оформлении книги использованы соглашения, общепринятые в компьютерной литературе.

- Новые термины в тексте выделяются *курсивом*. Чтобы обратить внимание читателя на отдельные фрагменты текста, также применяется *курсив*.
- Текст программ, функций, переменных, URL веб-страниц и другой код представлен моноширинным шрифтом.
- Все, что придется вводить с клавиатуры, выделено **полужирным моноширинным** шрифтом.
- Знакоместо в описаниях синтаксиса выделено *курсивом*. Это указывает на необходимость заменить знакоместо фактическим именем переменной, параметром или другим элементом, который должен находиться на этом месте  $\text{BINDSIZE} = (\text{максимальная ширина колонки}) * (\text{номер колонки})$ .
- Пункты меню и названия диалоговых окон представлены следующим образом: Menu Option (Пункт меню).