

Bienvenidos a EN VIVO





TEMA DE HOY

A/B Testing con HubSpot



AGENDA

- 1. Qué es A/B Testing
- 2. Beneficios de hacer A/B Testing
- Pasos para crear una estrategia de A/B Testing en email marketing
- 4. Otras aplicaciones de A/B Testing
- 5. A/B Testing con email en HubSpot
- 6. Tips generales
- 7. Q&A



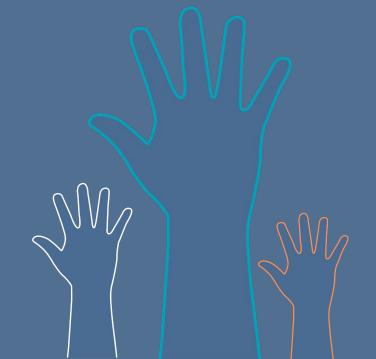
QUÉ APRENDERÁS HOY

- 1. Por qué es importante segmentar tu base de datos
- 2. Cómo aplicar estrategias de segmentación
- 3. Cómo y cuándo usar la Herramienta de Listas



Ingresa tus preguntas en la herramienta de

C & A de Zoom.



#1

¿Qué es A/B Testing?



Experimento que consiste en dividir tu audiencia para probar diferentes variaciones de una campaña y determinar cuál tiene mejor desempeño





Cambiar una variable a la vez



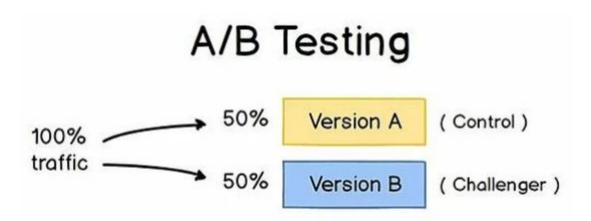


Image Credit: ConversionXL



Y después analizar números y tomar decisiones con base en resultados numéricos



Dónde se hace A/B Testing?

- Email marketing
- Páginas web o páginas de destino
- CTAs
- Aps móviles
- Productos de software (como HubSpot)

#2

Beneficios de hacer A/B Testing



Beneficio principal:

Mejorar métricas a un costo relativamente bajo identificando las variables clave que tienen el mayor impacto



Objetivos y Métricas

- Aumentar tráfico web
- Aumentar tasa de conversión de leads
- Disminuir tasa de rebotes en sitio web
- Disminuir tasa de abandono de carrito
- Aumentar interacción con software



Las grandes empresas como Amazon o Facebook tienen equipos dedicados a A/B Testing!

¡Tú lo puedes y debes hacer también!



#3

Pasos para crear una estrategia de A/B Testing en email marketing



El test

1. Definir el propósito o meta del test

Ejemplos de propósitos/metas

- Aumentar la tasa de aperturas de mis correos de marketing
- Aumentar la tasa de clicks en los CTAs de mis correos de marketing
- Aumentar la tasa de respuesta de mis correos de marketing





El test

- 1. Definir el propósito del test
- 2. Escoger una variable para medir

Ejemplos de variables para medir:

Meta: Aumentar tasa de apertura del correo de marketing

Posibles variables:

- Número de correos enviados a una lista de contactos
- Asunto del correo
- Vista previa del correo



El test

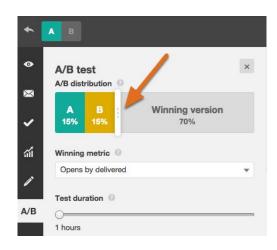
- 1. Definir el propósito del test
- 2. Escoger una variable para medir
- 3. Evaluar el segmento de destinatarios a los que se les va a enviar el correo

¿Con cuántos contactos debo llevar a cabo el A/B testing de mi correo de marketing?



Importante:

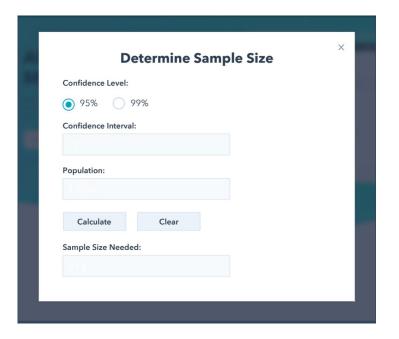
- Población: lista total de contactos
- Tamaño de la muestra: % de la lista de contactos con los cuales se prueba el experimento





Calculadora para tamaño de muestra

- Población
- Intervalo de confianza
- Nivel de confianza



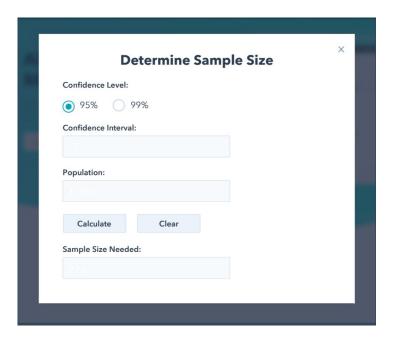


Calculadora para tamaño de muestra

Población: 1.000

• Intervalo de confianza: 5%

Nivel de confianza: 95%





Calculadora para tamaño de muestra

Version A 278 Version B 278



El test

- 1. Definir el propósito del test
- 2. Escoger una variable para medir
- 3. Evaluar el segmento de destinatarios a los que se les va a enviar el correo
- 4. Diseñar el test

Diseñar el test

- META: Aumentar la tasa de apertura del newsletter del 10% al 15% durante el siguiente trimestre
- VARIABLE: Asunto del correo
- HIPÓTESIS: El asunto del correo tiene palabras y caracteres que están activando los filtros de SPAM de los destinatarios
- DISEÑO: Generar una variación del correo en la que se modifique el asunto







El test

- 1. Definir el propósito del test
- 2. Escoger una variable para medir
- 3. Evaluar el segmento de destinatarios a los que se les va a enviar el correo
- 4. Diseñar el test
- 5. Revisar e iniciar el test

¿Por cuánto tiempo debo correr el experimento?







Los resultados pueden no ser significativos después de una hora o incluso después de 24 horas de haber iniciado la prueba. Revisa el desempeño de los correos en el pasado, es importante centrarse en el análisis basado en datos.



Uno de los errores más comunes en A/B testing es terminar la prueba demasiado pronto.



¿Qué pasa si mi test falla?





No tengan miedo de probar una y otra vez.

Cada test que corramos nos proporciona información valiosa.



#4

Otras aplicaciones de A/B Testing



Dónde se hace A/B Testing?

- Email marketing
- Páginas web o páginas de destino
- CTAs
- Aps móviles
- Productos de software (como HubSpot)

Páginas web o landings

Variables a probar

- Títulos
- Contenido
- Imágenes o video
- CTAs
- Estructura de la página
- Diseño y preguntas del formulario

CTAs

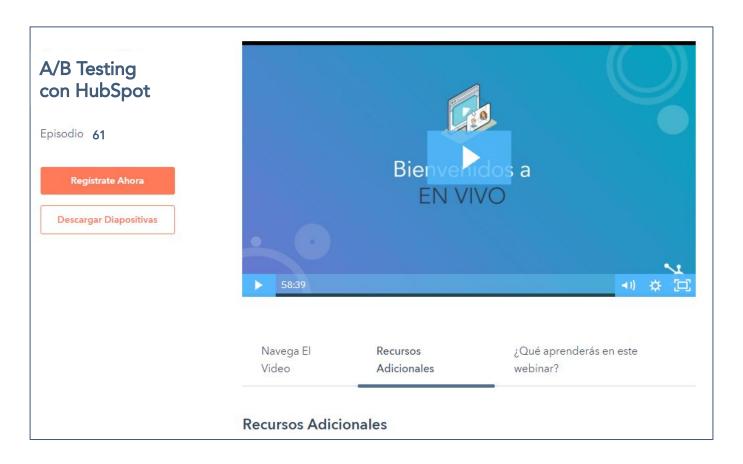
Variables a probar

- Texto
- Color
- Imágenes
- Forma
- Ubicación
- Tamaño

¿Cómo hacer A/B Testing en páginas web o landings y CTAs?



Videos instructivos mañana!





#5

A/B Testing con email en HubSpot



Vamos a hacer A/B testing en HubSpot



#6

Tips generales



Prueba de Variables

- Hacer: Prueba todas las variables que puedas y quieras probar.
- No Hacer: No pruebes todas las variables de una sola vez.

Haz progreso poco a poco

- Hacer: Empieza por pruebas simples.
- No Hacer: Tener miedo de intentar cosas nuevas.

Canales de prueba

- Hacer: Estar probando constantemente.
- No Hacer: Únicamente utilizar un canal para tus pruebas.

Pruebas concluyentes

- Hacer: Analizar siempre si las estadísticas son concluyentes o no.
- No Hacer: Asumir que todos los resultados van a ser concluyentes.

Cambios y resultados

- Hacer: Una vez analizados los resultados, hacer los cambios necesarios.
- No Hacer: Rendirse en hacer pruebas si los resultados no son concluyentes algunas veces.



iGracias!