

Vídeo 5**Transcrição**

Vimos que na análise do "Open rate", o e-mail enviado para três grupo de quase 2.200 pessoas, teve um tipo de **subject** mais interessante.


Aparentemente, as pessoas estão mais interessadas em recomendações do que em boas práticas (neste grupo de assinantes).

Combination results

Combo ↑	Subject line	Open rate	Click rate	Sales	Sends	Unsubs	Abuse	
1	Alura Experts - 10 boas práticas de refatoração Java	40.7% ± 1.3%	6.0% ± 0.7%	\$0.00	2,209	0	1	View re
2	Alura Experts - 3 recomendações de cursos Java	44.7% ± 1.4%	6.8% ± 0.8%	\$0.00	2,209	2		View re
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	0		View re

Levamos em consideração o intervalo de confiança na análise.

Vamos analisar outro e-mail, que contem um conteúdo diferente.

 Campaigns Templates Lists **Reports** Automation

Alura News - Segmentada 2 - PHP

[Switch Report](#)

[Test Results](#) [Link Comparison](#)

1,887 Recipients

List: Alura

Tested on: 1,887 recipients (100%)

Variable tested: Subject line

Recipients per combination: Approx. 629

Delivered: Wed, 14 Oct 2015 09:00 am

[View emails](#) [Download](#) [Print](#) [Share](#)

Neste, enviamos um e-mail sobre PHP. Observe que agora, obtivemos os seguintes resultados na coluna "Open rate": o primeiro teste alcançou 40,2% , o segundo 39,1% e o terceiro, 41,3% . A margem de erro ficou em 2,5% . Considerando este valor, o terceiro teste que obteve o melhor resultado, no pior dos caso, pode ter o valor de 38,8% - menor do que todos os outros valores. Neste caso o "Open rate" não nos esclareceu nada.

No exemplo do e-mail sobre **Java**, conseguimos identificar algo, mas já nos tocamos que ele pode não ser tão preciso. Para que o valor seja realmente justo, o usuário precisa primeiramente clicar no "visualizar a imagem". Só assim teremos a informação exata. Já a coluna do "Click rate" nos oferece a informação exata.

Então, vamos analisar o 'Click rate'.

Combination results

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

Neste e-mail, encontraremos os seguintes valores: o primeiro obteve 6,0% , o segundo 6,8% e o terceiro 7,2% . Observe que a margem de erro ficou relativamente semelhante entre os testes. Ou seja, os valores ficaram bastante parecidos. Dado o intervalo de confiança, não poderemos diferenciar muito o número de cliques. Só conseguimos falar algo sobre o "Open rate".

E o e-mail sobre **PHP**? Não podemos falar nada sobre o "Open rate", mas será que podemos falar sobre os cliques?

Combination results

Combo	↑	Subject line	Open rate	Click rate
1		Alura Experts - 10 boas práticas de refatoração PHP	40.2% ± 2.5%	4.6% ± 1.0%
2		Alura Experts - 3 recomendações de cursos PHP	39.1% ± 2.5%	3.3% ± 1.0%
3		3 cursos PHP e 10 boas práticas de refatoração dos experts do Alura	41.3% ± 2.5%	5.6% ± 1.2%

Vemos uma diferença entre os valores: o primeiro alcançou o valor 4,6% , o segundo 3,3% e o terceiro 5,6% . O último teste pode ter uma margem de erro de 4.4% a 6.8% e teve um melhor desempenho em cliques do que o segundo. Mas neste e-mail, não podemos fazer outras afirmações além destas.

Observe que sempre que fazemos um teste A/B e comparamos uma variável, precisamos analisar o intervalo considerando a margem de erro.

A versão paga do MailChimp permite você testar diversas variáveis simultaneamente.

Para que a margem de erro seja cada vez menor, precisamos mandar para uma lista sempre maior. Mas o nosso objetivo é ter uma lista com pessoas que tenham um interesse em receber o nosso conteúdo.

O nosso intervalo de confiança está baseado no nível de confiança que temos interesse. Trata-se de uma porcentagem que podemos definir - como 80% ou 90%. Por exemplo, em testes científicos é comum ser trabalhado com o valor de 95% a 99%. Qual será o nível de confiança usado pelo MailChimp? O blog do MailChimp informa em um [post](http://kb.mailchimp.com/campaigns/ab/view-ab-testing-campaign-reports) (<http://kb.mailchimp.com/campaigns/ab/view-ab-testing-campaign-reports>) que o nível de confiança é de 80% . Ele não usa o 95% , que é um nível mais forte - e as margens de erro seriam ainda maiores. Com esta porcentagem, temos 80% de certeza de que a taxa de abertura e a taxa de clique corresponde aos valores apontados. Lembrando que quanto maior o nível de certeza desejado, maior será a margem de erro.

