



Smart A/B testen

Handleiding Smart CRM & Marketing Platform

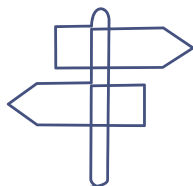
Versie: 1.3 | Classificatie: Vertrouwelijk

Inhoudsopgave

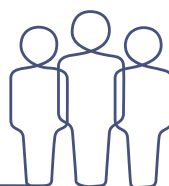
1	Introductie	3
2	Best practices A/B testen	4
2.1	Eén testdoel bepalen per test.....	4
2.2	A/B testen als een doorlopend proces.....	4
2.3	Een testplan maken	5
2.4	Een steekproef bepalen.....	5
2.5	Steekproef omvang bepalen	6
3	A/B testen in het SMP	8
3.1	Soorten A/B-testen	8
4	Een A/B test opzetten in het SMP.....	9
4.1	Configuratie van een Split run.....	9
4.2	Configuratie van een Smart run.....	10
4.3	Campagnestappen koppelen	12
5	A/B testen verzenden of inplannen	13
5.1	Split run verzenden of inplannen.....	16
5.2	Smart run inplannen	17
6	Dashboard.....	18



Inzicht



Strategie



Organisatie



Technologie

1 Introductie

Als marketeer is data de belangrijkste factor om campagnes te sturen. Daarom is het belangrijk om te begrijpen wat de data je vertelt. Het gaat hierbij niet alleen om wie je doelgroep is of wat ze doen, maar ook om de momenten en triggers waarop een campagne goed wordt ontvangen.

A/B-testen is een effectieve manier om hier slimmer mee om te gaan. Door bijvoorbeeld meerdere versies van een nieuwsbrief te versturen, kun je zien welke variant beter presteert. Door dit regelmatig te doen en kleine verbeteringen door te voeren, kun je de resultaten en conversie stap voor stap verhogen. Intuïtie is vaak een slechte raadgever, met A/B-testen meet je wat echt werkt.

In deze handleiding vind je praktische tips voor A/B-testen, uitleg over veelgemaakte valkuilen en een toelichting op de A/B-splitrunfunctionaliteit binnen het Smart CRM & Marketing Platform (SMP). Zo kun je direct aan de slag om je marketinginspanningen verder te optimaliseren.

2 Best practices A/B testen

A/B-testen is een krachtig middel om campagnes stap voor stap te verbeteren. Door gestructureerd te testen en te leren van de resultaten, krijg je steeds beter inzicht in wat werkt voor jouw doelgroep. De onderstaande best practices helpen je om A/B-testen zo effectief mogelijk in te zetten.

Wil je meer ondersteuning bij het effectief opzetten van A/B-testen? Neem contact op met je primaire contactpersoon bij Smart Connections.

2.1 Eén testdoel bepalen per test

De beste manier om betrouwbare inzichten te krijgen, is door per A/B-test één verschil te testen. Zo weet je zeker welk element verantwoordelijk is voor het resultaat. Door per test één specifiek element te kiezen, blijft de test helder en goed meetbaar. Kies bijvoorbeeld voor een test op alleen de onderwerpregel, het beeldmateriaal of de call-to-action.

Alle A/B-testen binnen e-mailcampagnes zijn grofweg in te delen in drie categorieën:

1. Creativiteit

- Vormgeving van het design, lay-out, kleurgebruik en lengte van de nieuwsbrief

2. Content

- Onderwerpregel, call to actions, content (titel, tekst of afbeelding)

3. Tijdstip & verzenddag

- Verzendtijdstip, verzenddag en zendfrequentie

2.2 A/B testen als een doorlopend proces

De meeste waarde haal je uit A/B-testen door ze structureel in te zetten. Eén succesvolle test betekent niet automatisch dat een wijziging altijd beter blijft werken. Door tests te herhalen en variaties te blijven onderzoeken, ontstaat een steeds beter beeld van welke factoren echt bijdragen aan betere resultaten.

Door A/B-testen vast onderdeel te maken van campagnes, leer je welke elementen voor jouw doelgroep de juiste trigger zijn. Neem bij elke campagnestap die je uitstuurt even de tijd om ook een A/B-test in te bouwen en monitor de resultaten na afloop. En stel voor een gestructureerde aanpak een testplan op.

2.3 Een testplan maken

A/B-testen wordt het meest effectief wanneer het onderdeel is van een duidelijk plan. Een testplan helpt om overzicht te houden, gericht te testen en resultaten vast te leggen.

Vanuit een testplan denk je vooraf na en heb je één centraal document waarin bevindingen worden bijgehouden.

Het testplan bestaat uit de volgende onderdelen:

1. **Testopties**
Beschrijf welke testmogelijkheden je hebt en haal hier de benodigde inspiratie uit om het testschema invulling te geven.
2. **Testschema**
Bepaal welke mailings geschikt zijn om te testen en maak een schema met planning. Geef per mailing aan welke test je wil doen.
3. **Hypotheses van testen**
Beschrijf voor iedere test de verwachting die je vooraf hebt.
4. **Testoverzicht en rapportage**
Noteer direct na uitvoering welke test wanneer is uitgevoerd. Ook wanneer is afgeweken van een test uit het testschema wordt het hier vastgelegd.
5. **Conclusie**
Zet alle conclusies op een rij om snel inzicht te hebben in het resultaat.
6. **Aanbevelingen & vervolgtesten**
Vat de belangrijkste aanbevelingen samen. Ga na welke testen nog open staan en definieer nieuwe vervolgtesten.

2.4 Een steekproef bepalen

Een goede A/B-test begint met een passende steekproef. Dit zorgt ervoor dat de resultaten betrouwbaar zijn en je er conclusies aan kunt verbinden.

1. **Begrijp je doel**
Wil je bijvoorbeeld de doorklikratio verhogen of de conversieratio verhogen?
2. **Bereken de steekproefgrootte**
Deze wordt bepaald op basis van statistische berekeningen die zorgen dat de resultaten betrouwbaar en significant zijn. De belangrijkste factoren die van invloed zijn op de steekproefgrootte zijn het verwachte effect van de wijziging, het betrouwbaarheidsniveau (meestal 95%) en de power (meestal 80%).
3. **Houd rekening met segmentatie**
Als je je e-maillijst hebt gesegmenteerd, overweeg dan om aparte A/B-tests uit te voeren voor elk segment. Dit kan leiden tot meer nauwkeurige resultaten, omdat het gedrag van verschillende segmenten van je doelgroep kan variëren.

4. Wees realistisch

Zorg ervoor dat je een realistische steekproefgrootte kiest op basis van de grootte van je e-maillijst en het verwachte effect van de wijziging. Een te kleine steekproef kan leiden tot onbetrouwbare resultaten, terwijl een te grote steekproef middelen verspilt.

5. Test en leer

A/B-testen is een iteratief proces. Begin met een steekproefgrootte die voldoende is om betrouwbare resultaten te genereren, maar wees bereid om je aanpak aan te passen op basis van wat je leert uit de resultaten van eerdere tests.

2.5 Steekproef omvang bepalen

Bij A/B-testen in e-mailcampagnes zijn een paar verdelingen vrij standaard. Welke je kiest hangt vooral af van hoe belangrijk de campagne is en hoe groot je lijst is:

1. Meest gebruikte verdeling:

- *20% – 20% – 60% verdeling*
 - 20% → variant A
 - 20% → variant B
 - 60% → winnaar
- Voordelen:
 - Je hebt snel genoeg data om een winnaar te bepalen
 - Het grootste deel van je lijst krijgt alsnog de beste variant

2. Klassieke statistische test

- 50% – 50% verdeling
 - 50% → variant A
 - 50% → variant B
- Voordelen:
 - Meest statistisch krachtig
 - Snelst significant resultaat
 - Alle verzendingen op hetzelfde moment

3. Kleine test + grote roll-out

- 10% – 10% – 80%
 - 10% → A
 - 10% → B
 - 80% → winnaar
- Voordelen:

- Minimaliseert risico
- Goed bij belangrijke commerciële mails

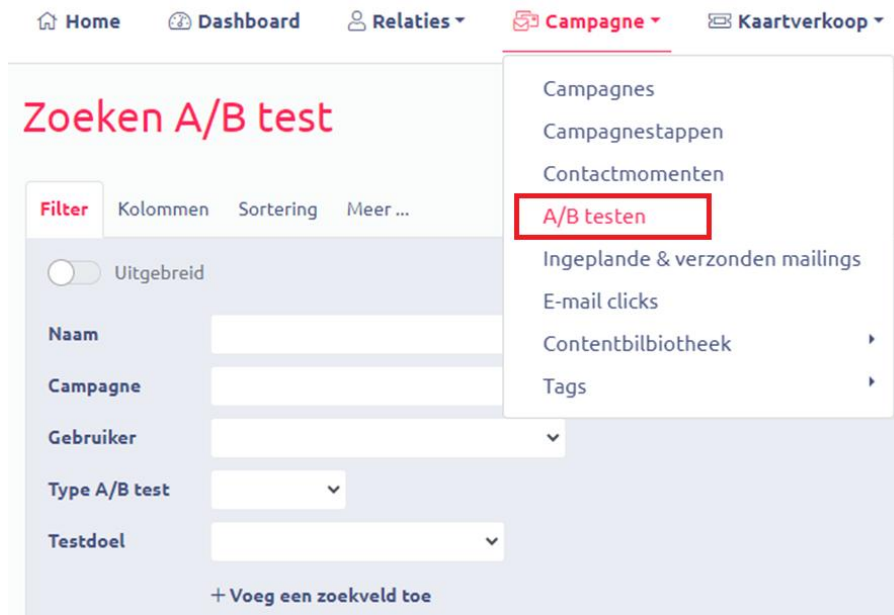
Afhankelijk van wat je test adviseert Smart Connections de volgende verdeling:

Type test	Verdeling
Onderwerpregel	20 / 20 / 60
Verzendtijd/dag	25 / 25 / 25 / 25
Lay-out (body)	50 / 50

Je kunt online tools gebruiken om te berekenen hoeveel mensen je nodig hebt voor je test.

3 A/B testen in het SMP

Via de additionele module A/B-testen in het SMP is het mogelijk om eenvoudig een A/B-test te configureren en te verzenden. Via het hoofdmenu item 'Campagnes', klik je door naar 'A/B testen'. Hier zet je de test op.



3.1 Soorten A/B-testen

Binnen de module heb je de mogelijkheid om twee soorten A/B-testen te verzenden:

- Met een **Split run** wordt de steekproef evenredig verdeeld of wordt er bewust een restgroep over gelaten. In het laatste geval laat je een restgroep over om niet of juist later de (winnende) mailing te verzenden. De reden kan zijn om de gewenste test op slechts een kleine groep 'te proberen' of zelf grip te houden op de winnende campagnestap en deze zelf te versturen.
- Met een **Smart run** wordt een steekproefgrootte bepaald die als testgroep dient. Later krijgt het restant van de doelgroep automatisch de 'winnende' variant van de campagne in de mailbox.

4 Een A/B test opzetten in het SMP

Voordat je een A/B-test gaat opzetten, is het handig om eerst de campagnestappen aan te maken die je wilt gebruiken. Maak bijvoorbeeld twee varianten om te testen of een andere onderwerpregel beter werkt, of om te experimenteren met verschillende contentblokken of buttons. De campagnestappen hoeven nog niet helemaal klaar te zijn, maar ze zijn dan wel beschikbaar om aan de A/B-test te koppelen.

Om een nieuwe A/B-test op te zetten, ga je naar 'Campagnes' en dan 'A/B testen' en klik je op "A/B test toevoegen" onder de zoekvelden.

Er zijn twee types A/B-test: een Split run en een Smart run. Het opzetten van deze types werkt bijna hetzelfde. Beide komen apart aan bod in deze handleiding, zodat de verschillen en nuances duidelijk worden.

4.1 Configuratie van een Split run

Met een **Split run** wordt de steekproef gelijkmatig verdeeld of wordt er bewust een restgroep overgelaten. In het laatste geval laat je bewust een restgroep over om niet of later een mailing te verzenden. De reden kan zijn om de gewenste test op een kleine groep 'te proberen' of zelf grip te houden op de winnende campagnestap en deze zelf te versturen.

Voor het instellen van een **Split run** zijn enkele stappen vereist om te vullen:

- Geef de A/B test een naam.
- Koppel de A/B test aan de bijbehorende campagne.
- Koppel de A/B test aan een gebruiker zodat duidelijk is wie de eigenaar is.
- Geef de A/B test een (interne) omschrijving. Vul bijvoorbeeld kort in wat het testdoel is, wat je gaat testen en op welke KPI dit gemeten wordt.
- Vul een testdoel in:
 - Onderwerpregel/ pre-header
 - Afzenderadres/ afzendernaam
 - Headerbeeld
 - Button
 - Contentblok
 - Verzendmoment
 - Anders, namelijk
- Voeg een selectie toe aan de A/B test. Dit is de zoekvraag waarmee je alle uiteindelijke ontvangers selecteert.

- Maak de keuze voor **Split run** (naast de andere optie Smart run).
- Het totaal aantal personen in de zoekvraag wordt automatisch berekend op basis van het resultaat in de zoekvraag.
- De steekproefgrootte bepaald hoeveel personen de mailing binnen de A/B test mogen ontvangen.

Campagnedetails	
Naam	🔗 Demo AB/ testen split run
Campagne	🔗 42 - Test (template)
Gebruiker	🔗 Sander van Rooijen
Omschrijving	🔗 Dit is een test om de onderwerpregel te testen (tekst voor interne administratie).
Testdoel	🔗 Onderwerpregel/pre-header
Selectie	🔗 Persoon: SCSVR - 20220214 - selectie @smartconnections e-mailadressen
Type A/B test	🔗 Split run
Totaal aantal personen	🔗 15 Update
Steekproefgrootte	🔗 5

Het koppelen van campagnestappen die je wil gebruiken in de A/B test wordt verder uitgelegd in hoofdstuk 4.3 Campagnestappen koppelen.

4.2 Configuratie van een Smart run

Met een **Smart run** wordt een steekproefgrootte bepaald die als testgroep dient. Later krijgt het restant van de doelgroep automatisch de 'winnende' mailing in de mailbox.

Voor een Smart run zijn de instellingen zo goed als hetzelfde als bij een split run. Het verschil zit in de keuze om de winnende A/B mail te bepalen. Op basis van de gekozen KPI wordt de winnaar automatisch naar het restant van de doelgroep verstuurd.

Voor het instellen van een **Smart run** zijn enkele stappen vereist om te vullen:

- Geef de A/B test een naam.
- Koppel de A/B test aan de bijbehorende campagne.
- Koppel de A/B test aan een gebruiker zodat duidelijk is wie de eigenaar is.
- Geef de A/B test een (interne) omschrijving. Vul bijvoorbeeld kort in wat het testdoel is, wat je gaat testen en op welke KPI dit gemeten wordt.
- Vul een testdoel in:
 - Onderwerpregel/ pre-header
 - Afzenderadres/ afzendernaam

- Headerbeeld
- Buttons
- Contentblok
- Verzendmoment
- Voeg een selectie toe aan de A/B test. Dit is de zoekvraag waarmee je alle uiteindelijke ontvangers selecteert.
- Maak de keuze voor **Smart run** (naast de andere optie Split run).
- Methode winnaar is van toepassing bij een smart run. Op basis van de gekozen KPI wordt de winnaar naar het restant van de doelgroep verstuurd.
 - Open rate (percentage geopend)
 - Click through rate (percentage clicks)
 - Click to open (percentage click to open)
 - Conversie (percentage gekocht)
- Het totaal aantal personen in de zoekvraag wordt automatisch berekend op basis van het resultaat in de zoekvraag.
- De steekproefgrootte bepaald hoeveel personen de mailing binnen de A/B test mogen ontvangen.

Campagnedetails		
Naam	🔍 Demo AB/ testen split run	
Campagne	🔍 42 - Test (template)	
Gebruiker	🔍 Sander van Rooijen	
Omschrijving	🔍 Dit is een test om de onderwerpregel te testen (tekst voor interne administratie).	
Testdoel	🔍 Onderwerpregel/pre-header	
Selectie	🔍 Persoon: SCSVR - 20220214 - selectie @smartconnections e-mailadressen	
Type A/B test	🔍 Smart run	
Methode om winnaar te bepalen	Open rate (percentage geopend)	
Totaal aantal personen	🔍 14	Update
Steekproefgrootte	🔍 5	

Het koppelen van campagnestappen die je wil gebruiken in de A/B test wordt verder uitgelegd in hoofdstuk 4.3 Campagnestappen koppelen.

4.3 Campagnestappen koppelen

Nadat de basisinformatie van de A/B test is ingevuld kunnen de campagnestappen gekoppeld worden. De campagnestappen koppel je in de sectie 'Campagnestappen'.

Campagnestappen

Totaal aantal ontvangers: **14**

Totaal aantal ontvangers voor de testverzending: **5**

Totaal aantal ontvangers die de winnende campagnestap ontvangt: **9**

Naam	Onderwerpregel		
Demo campagnestap AB testen v1	Dit is een onderwerpregel		
Demo campagnestap AB testen v2	De onderwerpregel voor de mailing		

Campagnestap koppelen

Bewerken

Er verschijnt een pop-up met campagnestappen die binnen de gekozen campagne beschikbaar zijn die gekoppeld zijn. Met de selectievinkjes links in het scherm kies je eenvoudig één of meerdere campagnestappen voor de test.

Let op: een campagnestap kan maar één keer gebruikt worden voor een A/B test. Dit om te voorkomen dat per ongeluk twee keer dezelfde mail getest wordt.

Selecteer Campagnestap

Id

Zoek tot en met

Naam

Kanaal

23 Campagnestappen

☐	Id	Campagne	Soort verzending	Naam	Kanaal
☐	1715	42 - Test (template)	Eenmalige verzending	Test campangestap onderwerpregel	E-ma
☐	1702	42 - Test (template)		Test met extra tips	E-ma
☐	1658	42 - Test (template)	Eenmalige verzending	Test subject met emoticon	E-ma

5 A/B testen verzenden of inplannen

Wanneer de configuratie van de A/B test gereed is en de campagnestappen zijn gekoppeld kan de mailing verzonden worden. Boven in het scherm is de knop “**A/B test verzenden**” aanwezig. Op basis van de selectie en steekproefgrootte worden de doelgroepen willekeurig verdeeld en vervolgens verzonden op het gewenste moment.



Vervolgens kom je in het preview scherm. Boven in het scherm kun je wisselen van campagnestap om de content van de verschillende varianten te controleren.

A/B test verzenden

< Terug

Aantal te verzenden: 5

Selecteer een campagnestap om preview te tonen

1419 - Demo campagnestap AB testen v1

1418 - Demo campagnestap AB testen v2

Preview

1 van 5

< Vorige

Volgende >

Van Zwolse theaters <info@zwolsetheaters.nl>

Aan sander.van.rooijen@smartconnections.nl

Onderwerp Dit is een onderwerpregel

Preview

Je mag deze mail negeren en verwijderen | [Bekijk online](#)

/ zwolse theaters



Stef Bos

Bloudruk

Zoekend naar de samenhang In de chaos Zoekend naar de verbinding In de verdeeldheid
Zoekend naar de stilte In de storm Zoekend naar het onverwachte In het voorspelbare
Zoekend naar een Bloudruk Met woorden Muziek Verhalen Zoals hij dat al jaren doet En
zingt En zoekt en vindt Met nieuw werk en oudere songs Van daar waar hij naartoe gaat
Tot daar waar hij...

 **Bestel**

Afbeelding 1: voorbeeld variant A bij verzenden campagnestap

A/B test verzenden

[< Terug](#)

Aantal te verzenden: 5
Selecteer een campagnestap om preview te tonen

1419 - Demo campagnestap AB testen v1

1418 - Demo campagnestap AB testen v2

Preview

1 van 5

[< Vorige](#)

[Volgende >](#)

Van Zwolse theaters <info@zwolsetheaters.nl>

Aan maarten.van.der.kamp@smartconnections.nl

Onderwerp De onderwerpregel voor de mailing

Preview

Je mag deze mail negeren en verwijderen | [Bekijk online](#)

/ zwolse theaters



Miss Montreal
EEN STAP TERUG

Soms moet je een stap terug doen en nieuwe dingen ontdekken. En hoe vul je de toekomst in? Allemaal levensvragen die aan bod komen met een lach en een traan, en vooral veel muziek! Oude en nieuwe liedjes in een bijzondere akoestische setting. Een intieme, eerlijke, mooie show, zoals we die van Sanne kennen! eten & drinken Kom culinair dineren of gezellig borrelen Bestel...

 **Bestel**

Afbeelding 2: voorbeeld variant B bij verzenden campagnestap

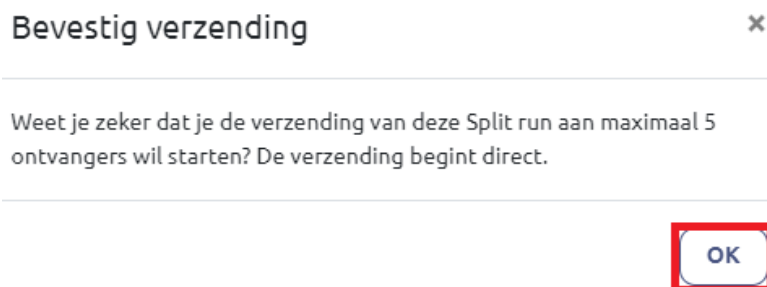
5.1 Split run verzenden of inplannen

Onder de preview van de mailing kan de **Split run** daadwerkelijk verzonden of ingepland worden. Dit werkt hetzelfde als het verzenden van nieuwsbrieven in de campagnestap.

Ook hier kan eerst nog een testverzending gestuurd worden naar een e-mailadres.

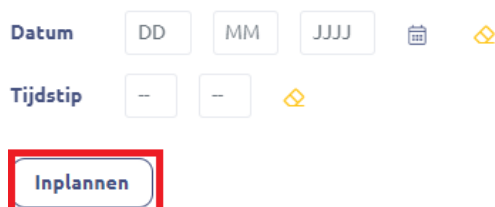


Door te kiezen voor 'Versturen' worden de campagnestappen binnen de A/B test direct verstuurd aan de willekeurige selectie binnen de steekproef. Klik ter bevestiging op 'OK' om de verzending te starten.



Door te kiezen voor 'Inplannen' kan het moment vastgesteld worden waarop de campagnestappen binnen de A/B test verzonden moeten worden. Klik na de keuze voor datum en tijd ter bevestiging op *Inplannen*.

Kies een datum en tijdstip.



5.2 Smart run inplannen

Onder de preview van de mailing kan de **Smart run** daadwerkelijk ingepland worden.

Uiteraard kan eerst een testverzending gestuurd worden naar een e-mailadres.

Testverzending

E-mailadres voor testverzending ?

Aantal test e-mails ?

Verzend test e-mail(s)

Inplannen

Door te kiezen voor 'Inplannen' kan het moment vastgesteld worden waarop de campagnestappen binnen de A/B test verzonden moeten worden. De campagnestappen die vanuit de steekproef worden verstuurd kunnen direct of op een later moment ingepland worden.

De winnende mailing (o.b.v. de vastgestelde KPI) kan minimaal 24 uur later ingepland worden ten opzichte van de testverzending.

Kies een datum en tijdstip.

Deze mailing wordt direct voorbereid en verzonden op het ingeplande tijdstip.

Testverzending inplannen

Naar maximaal 5 ontvangers worden at random 2 Campagnestappen verstuurd.

Planning ☒ Direct versturen ☐ Inplannen

Winnaarverzending inplannen

Naar 10 ontvangers wordt de best presterende Campagnestap gestuurd op basis van het criterium Open rate (percentage geopend). De winnaarverzending kan 24 uur na het verzenden van de testverzending worden ingepland.

Datum

Tijdstip

Inplannen

Klik na de keuze voor gewenste verzendmomenten ter bevestiging op *Inplannen*.

6 Dashboard

Op het dashboard is de pagina “A/B testen” beschikbaar. Deze pagina geeft een overzicht van de belangrijkste statistieken van verzonden en geplande A/B-tests, zodat je snel inzicht krijgt in de prestaties van je campagnes.

Op deze pagina zie je:

- Een overzicht van campagnes die een A/B-test bevatten en die op een ingepland moment verzonden worden,
- Een overzicht van de mailstatistieken per campagnestap binnen de A/B-test, zoals opens, kliks en conversies.

Het dashboard geeft je zo inzicht in welke varianten beter gepresteerd hebben en maakt het makkelijk om resultaten te monitoren en vergelijken. Deze inzichten kan je direct gebruiken voor verdere optimalisatie van je campagnes.

Ingeplande AB testen

Ingeplande mailjobs

Ingepland	Uitgevoerd	Type	Omschrijving	
25-03-2024 19:00		Emailverzending	Single mailbatch (14075)	Wijzigen Verwijderen

Overzicht en resultaten campagnes AB-testen

Selecteer datum (t/m)  

Selecteer het testdoel

2 resultaten

Naam	Gebruiker	Campagne	Naam	Type A/B test	Testdoel
Demo AB/ testen split run	Sander van Rooijen	42 - Test (template)	Demo campagnestap AB testen v1	Smart run	Onderwerpregel/pre-header
Demo AB/ testen split run	Sander van Rooijen	42 - Test (template)	Demo campagnestap AB testen v2	Smart run	Onderwerpregel/pre-header

