

In-house Masterclass:

De replicatiecrisis van onbetrouwbare A/B test winnaars



Wat houdt het in?

A/B-testen wordt vaak gezien als de heilige graal voor structurele, effectieve optimalisatie en innovatie.

“Dat klopt, maar de waarheid is ook dat de huidige praktijk van A/B-testen zich bij de meeste organisaties –ook de meer ervaren– in een replicatiecrisis bevindt”

–Kobe Millet–

Een replicatie crisis? Wat is dat? Is het je weleens opgevallen dat testen tegenovergestelde resultaten kunnen opleveren? Of dat winnaars bij elkaar in werkelijkheid minder opleveren dan verwacht, zelfs bij goed uitgevoerde testen met hoge aantallen bezoekers en conversies? De meeste organisaties zijn zich niet bewust van de replicatiecrisis in hun organisatie en lopen zo veel groei in kennis en omzet mis. In deze speciale masterclass laten Bart Schutz en Kobe Millet zien wat de ‘Replicatie crisis van A/B-testen’ inhoudt en leren ze hoe je de impact van A/B-testen kan vermenigvuldigen in jouw organisatie.

“Belangrijker nog, met uw team bekijken wij welke aanpassingen aan de A/B-test praktijken gaan zorgen voor wel betrouwbare klant kennis opbouw en serieuze omzetgroei”

–Bart Schutz–

Deze masterclas volgt uit de lange samenwerking van de Vrije Universiteit Amsterdam en Online Dialogue. Experts en thought leaders Kobe Millet (VU) en Bart Schutz (OD) bundelden de state-of-the-art kennis uit wetenschap en praktijk in deze in-house masterclass en nemen u mee in wat de werkelijke betrouwbaarheid en impact van uw A/B-testen is en waarom die zo tegenvalt.

Voor wie?

Is uw organisatie / team al goed aan het A/B-testen, maar twijfelt u weleens of alle winnende testen wel echt de impact maken die uit de testen kwam, of de learnings betrouwbaar zijn en zou u graag de impact van alle A/B-testen verveelvoudigen? Of moet uw organisatie nog beginnen aan het A/B traject en wilt u meteen goed beginnen?

Staat uw team bovendien open voor 'de ongemakkelijke waarheid' over de menselijke en methodologische factoren die jullie A/B-testresultaten zoveel onbetrouwbaarder en ineffectiever maken? En/of willen jullie vooral leren van 'de masters' wat daaraan te doen is? Zijn u en uw team kritisch, open voor verbetering en gedreven om voorop te lopen en de werkelijke impact te vermenigvuldigen?

→ **Dan is deze in-house masterclass voor jullie!**

Deliverables

- Eén op één inzichten van de A/B-masters
- Beter begrip van de 'perverse prikkels' in testprocessen
- Helder zicht op het aandeel valse A/B-testresultaten
- Handvatten om te werken aan een betrouwbaarder experimenteerproces en -cultuur
- Toolset met methodes en metrics om 'de waarheid' in kaart te brengen
- Een Earn & Learn framework met
 - betrouwbaarder learnings uit uw A/B-testen, en
 - een vermenigvuldiging van de werkelijke bijdrage aan de omzetgroei

Wat gaat u leren?

In deze Masterclass leren u en uw team(s):

1. **De waarheid** kennen: De praktijk van A/B-testen verkeert in een replicatiecrisis. Veel winnende A/B-testen doen in werkelijkheid niets, en de meeste effecten zijn overdreven. Bovendien falen de meeste bedrijven in het opbouwen van betrouwbare klantkennis op basis van hun A/B-testen.
2. De **menselijke factoren** die deze A/B-test crisis veroorzaken en hoe die te voorkomen.
3. De **methodologische factoren** die de crisis veroorzaken en hoe deze te tackelen.
4. Hoe de **impact te vermenigvuldigen** van A/B-testen -met deze recente inzichten- op zowel de commerciële doelen als customer intelligence doelen van jouw A/B-testen.

1. De waarheid

Deze Masterclass begint waar anderen stoppen. We geven u zeg maar 'de rode pil' en tonen de ongemakkelijke waarheid. A/B-testen is en blijft de heilige graal voor structurele, effectieve optimalisatie en innovatie, maar... het huidige effect is minder mooi dan meestal gedacht en voorgespiegeld. Wist u dat veel (zo niet de meeste) winnende A/B-tests in werkelijkheid helemaal niets doen? Dat de meeste significante winnaars vals of sterk overschat zijn? En dat u dat kunt voorkomen?!



Kobe Millet (VU) en Bart Schutz (Online Dialogue) zullen aan de hand van de menselijke en methodologische oorzaken uitleggen waarom de huidige gangbare A/B-testen worden overschat en bieden u de handvatten om de betrouwbaarheid en effectiviteit van uw AB-testcapaciteiten en -cultuur te verbeteren.

Met deze Masterclass bent u één van de eersten die profiteert van de aankomende Renaissance van A/B-testen en vermenigvuldigt u de impact van A/B-testen in één slag!

2. Menselijke factoren

In de masterclass zal Dr. Kobe Millet u bijpraten over (achteraf) problematische praktijken in de empirische wetenschap, waaruit de zogenaamde “replicatiecrisis” voortkwam en hoe de menselijke natuur de sleutel is om te begrijpen wat er mis ging. Vervolgens kijkt hij samen met u en uw team of en hoe sterk dergelijke praktijken in uw organisatie een rol spelen.

Na deze oefening in ongemakkelijke waarheid, zal Kobe enkele eenvoudige initiatieven bespreken die de kwaliteit en betrouwbaarheid van wetenschappelijk gedragsonderzoek en A/B-testen enorm verbeterden. Hoe voorkomen wetenschappers relatief eenvoudig de negatieve impact van onze oh zo menselijke neigingen en biases?

Tot slot werkt Kobe samen met u en uw team aan het opstellen van initiatieven die de cultuur en praktijk van A/B-testen in uw organisatie sterk verbeteren en leiden tot veel betrouwbaarder en impactvollere experimenten en resultaten.

3. Methodologische factoren

Naast menselijke factoren ondermijnen ook methodologische toepassingen en interpretaties de betrouwbaarheid en impact van A/B-testen. Bart Schutz neemt u en uw team -in ‘Jip en Janneke’ taal- mee in welke A/B-test praktijken en interpretaties inmiddels achterhaald en verbeterd zijn. Hij behandelt zowel de betrouwbaarheid en validiteit van testdata, als de werkelijke waarde van testresultaten (uw echte business case).

Bart zal vervolgens heel pragmatisch illustreren hoe de waarde van uw A/B-testen vermenigvuldigt als u en uw team de nieuwe methodologische paradigma's toe gaan passen.

4. Impact vermenigvuldigen (Earn & Learn 2.0)

Tot slot gaan Kobe en Bart dieper in op hoe de Renaissance van A/B-testen verschillende consequenties heeft voor A/B-testen waarbij men wil leren van het klantgedrag groei, ten opzichte van A/B-testen die omzetgroei tot doel hebben.

Ook hierbij gaan zij samen met u en uw team concrete handvatten formuleren om iedere afzonderlijke AB-test zoveel mogelijk impact te laten maken op a) de commerciële groeidoelen, en/of b) het vergroten van de (1st party) customer intelligence.

Over Kobe en Bart

Kobe Millet (Vrije Universiteit Amsterdam)

Een enthousiaste gedragswetenschapper, met jarenlange ervaring in experimenteel gedragsonderzoek. Hij studeerde psychologie, promoveerde in de marketing en werkt al meer dan tien jaar aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Hij heeft gepubliceerd in een diversiteit aan gerenommeerde internationale academische tijdschriften. Inhoudelijk richten zijn huidige onderzoeksinteresses zich op de schijnbaar irrationele overwegingen en gedragingen van consumenten (met speciale interesse in de rol van identiteit en milieu/ duurzaamheid bij consumentenoverwegingen en besluitvorming).



Kobe is echter ook methodoloog. Hij is ervaren en gespecialiseerd in het valideren van (academische & praktijk-) kennis door het combineren van grootschalige gerandomiseerde experimenten (A/B-testen) met gecontroleerde lab-studies. Vanuit zijn onderzoeksexpertise en interesse doceert hij aan de VU in zowel het regulier als in het postacademisch onderwijs aan de VU, geeft hij masterclasses voor professionals en adviseert experimenterende organisaties zoals bijvoorbeeld NS-international.

Bart Schutz (Online Dialogue)

Bart behoeft geen introductie. Hij is onze internationaal gerenommeerde consumentenpsycholoog. Zijn motto is 'evidence-everything'. Hij namelijk wars van de veelheid aan 'meningen over gedrag'. Daarbij is hij een methodoloog pur sang. Zoals hij het zelf stelt in zijn keynotes, adviezen en colleges: 'not all evidence is equal'. Bart heeft zich gespecialiseerd in de ongemakkelijke wereld van ethiek, betrouwbaarheid en validiteit van grootschalig A/B-testen. Ter illustratie: Zijn passie voor de werkelijke effecten van digitale experimenten gaat zo ver dat hij intern bij Online Dialogue een euro moet betalen als hij ongevraagd termen bezigt zoals 'Sample Dilution' of 'False Negative Discovery Rate'...



Bart streeft ernaar organisaties de gedragskennis en onderzoeksvaardigheden bij te brengen om menselijk gedrag te veranderen en beïnvloeden op een manier die ethisch is, positief voor 'people, planet & prosperity' en vooral highly-evidence-based. Hij is daarnaast oprichter van a) TeamCROco.com en Ulaya.com, b) de sectie 'Sociale & Economische Psychologie' en c) meerdere commissies en expertgroepen binnen het Nederlands Instituut van Psychologen (NIP). Hij is een internationaal veelgevraagd spreker, consultant en gastdocent aan meerdere universiteiten.

Praktische zaken

Opzet:	Twee middagen inspiratie en training (met één week ertussen voor huiswerk)
Locatie & tijd:	In-company (kan evt. in overleg in Utrecht) 13:00 uur - 17:00 uur (beide sessies)
Prijs:	€7.500 (ex. btw)
Certificaat:	Ja (bewijs van succesvolle deelname)



Reserveer nu!

Contact en reserveren

Er is per maand slechts ruimte voor één in-house Masterclass, dus reserveer snel!



Isabella Klaassens

isabella@onlinedialogue.com

030 - 2272440