



# A/B-Test Konzept:

## Hypothese:

**Wenn:**

wir den Nutzer:innen im Check-out ein positives Feedback zu ihrer Produktauswahl geben,

**Dann:**

werden weniger User auf der Check-out Seite abspringen und die Conversion Rate wird sich erhöhen,

**Weil:**

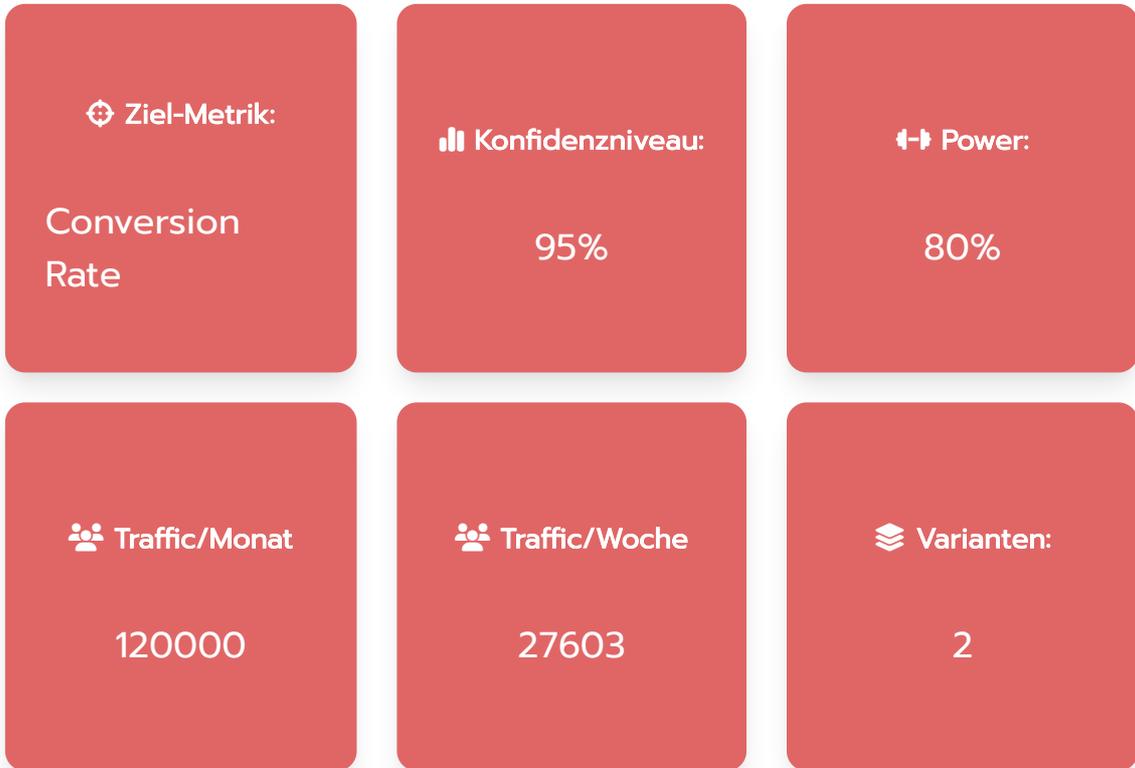
eine positive Emotion ausgelöst wird und durch den Cheering Effekt ein persönlicher Erfolg beim Kaufprozess entsteht.

## Behavioral Science:

### Cheering

Cheering ist ein psychologischer Effekt, der bei Verbrauchern positive Emotionen auslöst, wenn sie persönliche Erfolge beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen erzielen. Der Begriff kommt aus dem Englischen und bedeutet "anfeuern". Cheering ist eine Art Belohnung für Kunden, die zuvor mit einer bestimmten Handlung belohnt werden.

## Testdetails:



## 📅 Testlaufzeit:

👤 Nutzer Gesamt:

100814

👤 Nutzer/Variante:

50407

📅 Testzeit:

4 Wochen

Mindestlaufzeit	Visitors pro Variante	Nachweisbarer Uplift
1 Woche	13802	ab 14.56%
2 Woche	27604	ab 10.2%
3 Woche	41406	ab 8.29%
<b>4 Woche</b>	<b>55208</b>	<b>ab 7.16%</b>
5 Woche	69010	ab 6.39%
6 Woche	82812	ab 5.83%
7 Woche	96614	ab 5.39%
8 Woche	110416	ab 5.04%
9 Woche	124218	ab 4.75%
10 Woche	138020	ab 4.5%
11 Woche	151822	ab 4.29%