

Masterclass

A/B Testing

Tweakwise

Welkom!



Mathilde Visscher
Customer Experience Manager



Colin Leurink
Lead Onboarding Specialist

Doel

**Keuzes maken op basis
van echte data**

Vraag

**Wie optimaliseert al op
gevoel vs data?**

Waarom A/B testen?



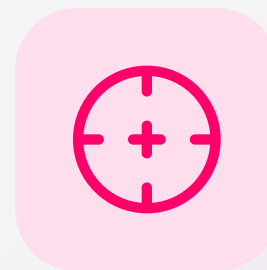
Geen aannames meer

Beslissen op gevoel vergroot het risico op verkeerde keuzes.



Echte bezoekers, echte inzichten

Test met real-life gedrag en data van je eigen bezoekers.



Meetbaar resultaat

Elke test levert concreet En aantoonbaar inzicht op.

Uitgebreide filterset vs. eenvoudige filterset

January 04, 2026

January 31, 2026

Filter template	Distribution	Revenue	Conversion Rate	AOV	UPT
A Uitgebreid	50.3% (2,6k)	175.000	5,96%	49,74	3,7
B Eenvoudig	49.7% (2,6k)	176.172,5	6,16%	48,80	3,69
		↑ 0.067%	↑ 3.356%	↓ -1.89%	↓ -0.27%

Resultaten interpreteren

→ **Wat Tweakwise automatisch meet**

Conversie, Omzet, Average Order Value (AOV), Units Per Transaction (UPT)

→ **Resultaten per variant**

Winnaar, verliezer of geen significant verschil

→ **Voorbeeldcase**

Veel filters vs. weinig filters

- Conversie stijgt
- Omzet daalt
- AOV daalt
- UPT daalt

→ **Mogelijke conclusie**

Bezoekers kopen sneller, maar oriënteren zich minder, waardoor het totale resultaat negatief uitvalt

Stappenplan voor succesvolle A/B-tests

1 Hypothese formuleren

“Door bestverkopers hoger te tonen, stijgt de conversie.”

2 Test opzetten in Tweakwise

Bepaal varianten en meetdoelen en periode

3 Test live zetten

Verdeel verkeer eerlijk over varianten

4 Resultaten monitoren & interpreteren

Analyseer impact op conversie, omzet en AOV

5 Implementeren of dooroptimaliseren

Winnaar doorvoeren of nieuwe test starten

Grid Personalization – Merchandising Builder

January 04, 2026

January 31, 2026

Builder template	Distribution	Revenue	Conversion Rate	AOV	UPT
A Personalized	50.3% (2,6k)	44.028,13	5,32%	124,29	2,56
B NOT Personalized	49.7% (2,6k)	32.145,75	4,66%	102,99	2,58
		↓ -26.60%	↓ -12.41%	↓ -17.14%	↑ 11.33%

Tips & best practices



Begin klein en concreet

Bijvoorbeeld: filters ingeklapt vs. uitgeklappt
Focus op belangrijke producten of categorieën met veel verkeer



Test één variabele tegelijk

Zo weet je precies wat het effect veroorzaakt



Zorg voor voldoende verkeer

Bij te weinig verkeer of geen statistische significantie: test verlengen



Houd timing en context consistent

Voorkom versturende factoren tijdens de testperiode



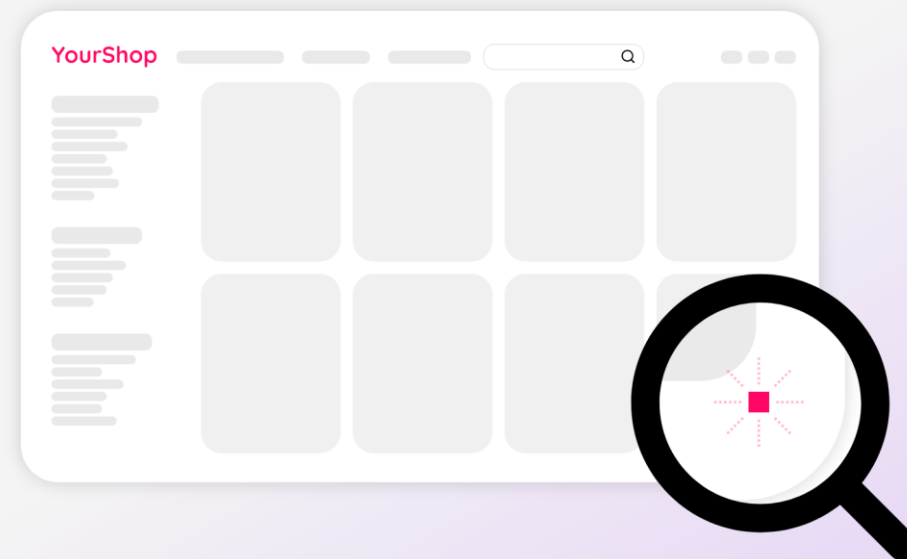
Leer van elke test

Optimaliseer door en blijf testen

Tweakwise Event Tag

Waarom de Event Tag essentieel is

- **A/B-testing draait om gedrag**
Kliks, interacties en acties van echte bezoekers
- **Zonder event tag missen we cruciale data**
Clickdata en high-intent acties worden niet gemeten
- **Met event tag = betrouwbare resultaten**
Volledige meting van bezoekersgedrag en testimpact
- **Voorwaarde voor goed interpreteren**
Geen event data = geen eerlijke vergelijking tussen A en B



Q&A

Stel je vragen in de chat

Tot slot

→ Start vandaag nog met je eerste A/B-test

→ Bekijk onze documentatie en video's



Thank You!

**Tweakwise**