OZON.RU

Метрики:

1. Количество зарегистрированных пользователей
2. Время сессии
3. Количество конверсий у одного пользователя
4. Количество отказов
5. Количество посещений за день

Гипотезы:

1. Ели разместить рекламу приложения на разных сайтах и других приложениях, то количество зарегистрированных пользователей увеличится
2. Если мониторить предпочтения пользователя в продукте и предоставлять на главной странице для выбора предпочтительные продукты, то время сессии увеличится.
3. Если ввести систему скидок и бонусов, то количество конверсий увеличится.
4. Если следить за логистикой и качеством доставки, то количество отказов уменьшится
5. Если размещать рекламу с контентом о скидках и выгодных ценах, количество посещений за день будет повышаться.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Гипотеза | Impact | Confidence | Ease | ICE Score |
| 1 | 7 | 6 | 8 | 336 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 100 |
| 3 | 7 | 5 | 6 | 210 |
| 4 | 8 | 4 | 5 | 160 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 100 |

**Гипотеза:** Ели разместить рекламу приложения на разных сайтах и других приложениях, то количество зарегистрированных пользователей увеличится

**Что делаем в каждой из групп:** контрольная группабез изменений; в сторонних сервисах появляется реклама сайта

**На каких пользователях тестируем:** на всех пользователях

**Метрика:** количество зарегистрированных пользователей

**Избегание Peeking Problem:** А/Б тест должен продолжаться весь срок (неделя), так как по выходным дням обычно клиентов больше, чем в рабочие дни.