Аналитика

Как выбрать и посчитать метрики, чтобы сделать крутой продукт

productodegree

Зачем что-то измерять?

Чтобы знать наверняка и быть data-driven вместо подхода "очевидно, что ..."

- ... что-то изменилось (dashboard)
- ... некоторые пользователи не такие как все (ad hoc)
- ... новая версия лучше/хуже (experiment)

Популярные метрики

- \$
- Число заказов, показов рекламы, платных подписок
- Число пользователей и LTV
- Churn & Retention Rate

LTV

LTV = Lifetime * ARP U

Эксперименты

Гипотеза

Если мы изменим X, то метрика Y вырастет хотя бы на Z%

Распределение на control и treatment группы

 Распределяем пользователей, а не показы или сессии

• Делаем это случайным образом

Статистическая значимость и минимальный размер выборки

 Скольким пользователей должно участвовать в эксперименте, чтобы быть уверенным, что разница в метрике не случайна?

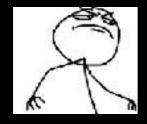
• Какая вероятность того, что разница в значении метрики случайна

Примеры

1 час

CTR +30%

1 час



1 час 2 часа 1 день 5 дней

CTR +30% -70% +3.2% +3.15%

stats sig

1 час 2 часа 1 день 5 дней 7 дней 14 дней

CTR +30% -70% +3.2% +3.15% +2% +2.01%

stats sig полный бизнесцикл

A B



Neil Borrett Black Biker Jeans €455



Ai Riders On The Storm □
Zip-Up Micro Ripstop Down
Jacket
€309



Cost #2189 £1351 (35% off)



Versage loonis Print Silk Shirt \$1791



Kigu Present Onesie \$76 \$34 | 155% offi



Christopher Raeburn

Orange Remade Shark Shoulder

Rag

\$1.83 Sold Out



DRKSHDW by Rick Owens

Black Baseball Sweatshirt

€535



Uma Wang Long Blazer Jacket €1700



ASOS

Bomber Jacket in Extreme
Longline With Drop Collar in
Black

GR 625 (65% off)



Comme Des Garçons Homme Plus Black Leather Guerachero Boots \$164 Sold Out



Paul Smith Screwdriver Keyring CON CON (40% off)



Versooe Barcoue-print Trunka - For Men £125

A

Конверсия в 1% 2%

покупателя

заказа

Средний размер \$100 \$50

B Конверсия 1% 2% В покупателя Средний \$100 \$50 размер заказа Сумма \$1000 \$1000

заказов за

неделю

Какой вариант принесет больше денег через полгода?

AB

Конверсия

B 1% 2%

покупателя

Больше новых покупателей

Можно продать им еще раз (e-mail рассылки, ретаргетинг, push-напоминания etc.)

Результаты эксперимента

- Значение метрики не зависит от варианта
- Один из вариантов явно лучше

Результаты эксперимента

- Значение метрики не зависит от варианта
- Один из вариантов явно лучше
- Иногда один из вариантов лучше можно персонализировать

Например, для части пользователей, в некоторое время суток или погоду

Machine Learning

С учителем (Supervised)

Без (Unsupervised)

Предсказать, какой комментарий будет удален

Выделить теги из текста

Предсказать LTV пользователя

Распределить пользователей по группам

Определить пол человека на фотографии

Обнаружение аномалий



Спасибо

facebook.com/oleg.v.novikov