

	Гипотеза	Тестируемое изменение	Бизнес-цель	Генеральная совокупность	Первичные метрики	Вторичные метрики	Метод агрегации метрик	
1	Если введем накопительную систему поездок, с целью поощрения клиентов, то сможем увеличить количество поездок, следовательно - увеличим прибыль	количество выполненных поездок: Ride_completed - поездка успешно завершена)	Увеличение прибыли. Общее значение метрики	Все клиенты	Ride_completed - поездка успешно завершена	Price_seen (нет ли уменьшения числа заявок)	общее значение метрики	
2	Т.к. большинство поездок заказывают пользователи в сегменте low, то, если мы сделаем скидки на первые 3 поездки для таких пользователей, то сможем оставить этих клиентов у себя (они перейдут в сегмент medium) и увеличим прибыль	повторные поездки (увеличение класса medium)	Увеличение прибыли.	пользователи в сегменте low	увеличение класса medium	Price_seen (нет ли уменьшения числа заявок)	Поведение среднего юзера	
3	Т.к. большинство отмен поездок проходит по классу есопому, если мы сделаем скидку для заказов по этому классу, то сможем уменьшить количество отмен поездок и увеличить прибыль	количество выполненных поездок: Ride_completed - поездка успешно завершена)	Увеличение прибыли. Общее значение метрики	пользователи в классе есопому	Ride_completed - поездка успешно завершена	Price_seen (нет ли уменьшения числа заявок)	общее значение метрики	
4								
5								
	Цель задания:							
	● понять, как принимаются решения о продуктовых изменениях;							
	● понять, что можно тестировать и какие границы применимости у А/Б-тестов;							
	● научиться проводить подготовку к А/Б-тестированию;							
	● научиться определять метрики для трактовки результатов тестирования.							
	Описание задания:							
	Выберите топ-3 гипотез из предыдущего ДЗ.							
	Продумайте, какие А/Б тесты можно провести, чтобы проверить эти гипотезы.							
	Для каждого А/Б теста четко сформулируйте:							
	● тестируемое изменение							
	● бизнес-цель							
	● выбранную генеральную совокупность							
	● гипотезу (какие метрики должны измениться), укажите первичные и вторичные метрики							
	● метод агрегации значения метрики (среднее поюзерное vs общее значение метрики)							