

Урок 7. Нестандартные ситуации

На основе выбранных продуктов из первого вебинара, выберите 2 А/В-теста и составьте план эксперимента, чтобы избежать Peeking Problem
Распишите, какие метрики и как вы будете анализировать

На первом вебинаре выбор пал на OZON

Шаблон дизайна эксперимента.

Гипотеза: Предложение скидки в 10% при покупке на сумму от 5000 рублей в течение 5 дней увеличит количество покупок / онлайн заказов и увеличит удержание клиентов.

Что делаем:

Контрольная версия: оставляем текущие данные.

Тестовая версия: подключаем предложение скидки. Вес - 50% от выборки

На каких пользователях тестируем:

Новых и текущих пользователей.

Метрики:

- Purchase revenue & CRM - primary
- Retention - secondary

План действий:

Определяем MDE (minimum detectable effect) – 10% for purchase revenue & crm, 5% for retention

Определяем и оптимизируем размер выборки и длительности теста.

Подготавливаем группы: разбиваем клиентов на группы; замораживаем клиентов, участвующих в кампании (контрольная и тестовая группы).

Запускаем эксперимент

Анализируем данные:

Если наш эксперимент будет положительным, и мы зафиксируем ожидаемое улучшение в ключевых метриках и не посадим добавочные, то масштабируем изменение и «выкатываем» его на всех пользователей.

Если основные метрики падают или растут недостаточно либо добавочные метрики падают, откатываем эксперимент.

Для того чтобы избежать Peeking problem при запуске эксперимента:

1. проверьте размер выборки (предварительно оценить необходимую выборку);

2. проверьте статус факта воздействия;
3. проверьте, что объекты из контрольной группы были без воздействия;
4. проконтролируйте заморозку объектов;
5. уточните, как замораживается глобальная контрольная группа (если планируется ее учет в анализе).

Но в то же время нужно правильно интерпретировать peeking problem.

Главное правило — не делать преждевременных выводов. А не дословно: не смотрите на данные до того, как наберется требуемая выборка и пройдет требуемое количество дней после запуска теста.

Поэтому настраиваем процессы так, чтобы ежедневно видеть актуальные данные для мониторинга KPI (ключевые показатели эффективности) проектов. В заранее подготовленных дашбордах следим за ходом эксперимента с самого запуска: проверяем, равномерно ли набираются группы, нет ли критичных проблем после запуска теста, которые могут повлиять на результаты, и так далее.

P.S. Сделал только один шаблон дизайна проекта, т.к. все действия и выводы для устранения peeking problem (что требуется в задании) будут они и те же, и второй шаблон отличался бы минимально в гипотезе.