

АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ОПОВЕЩЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ О ЗАДОЛЖЕННОСТИ

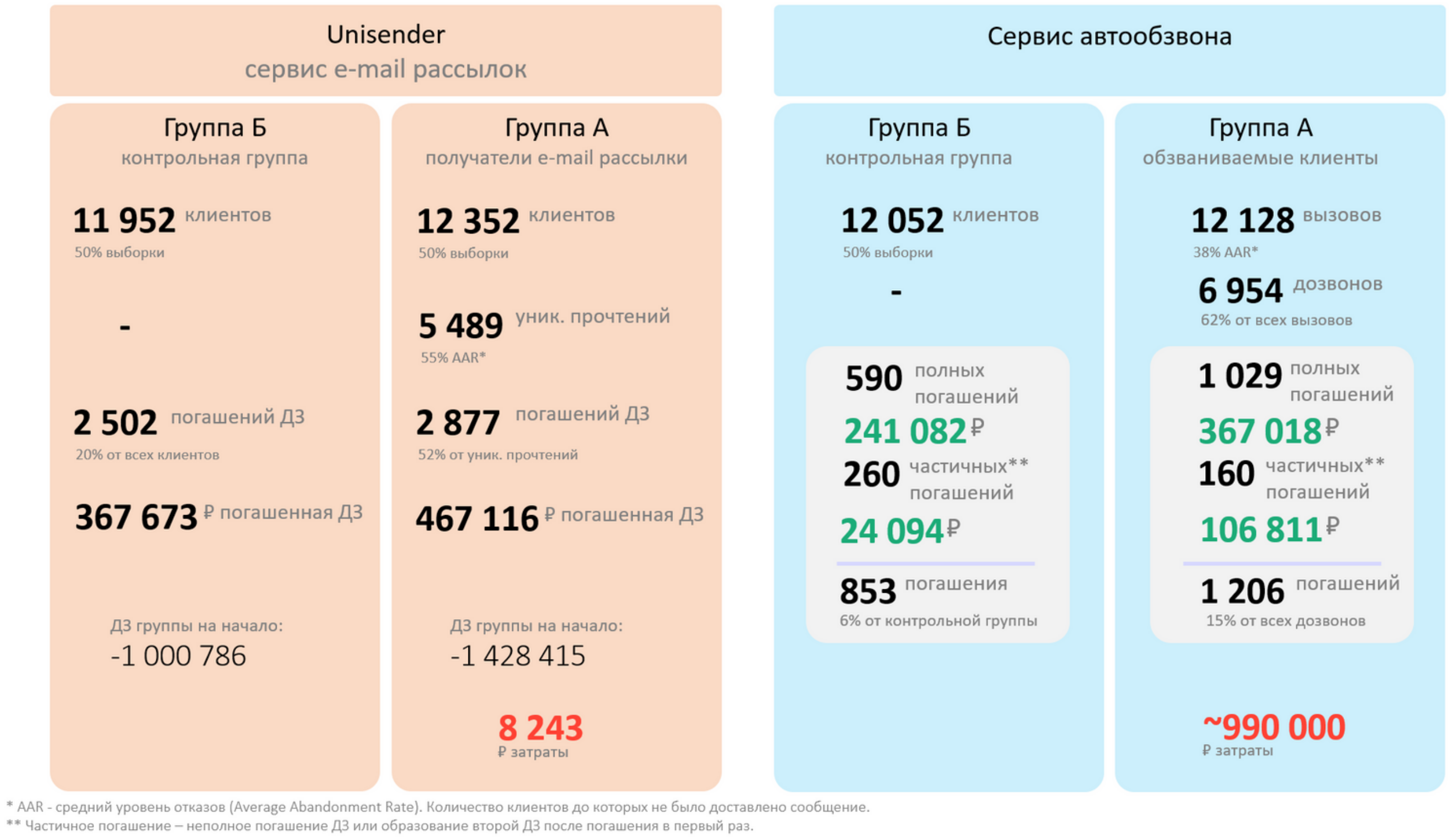
2023 14. 12.

Алексей Симонов



Данные представлены лишь для отображения
динамики и не являются актуальными

Результаты исследования



Ошибки

1) Разное количество клиентов в выборках

4 469 клиентов

12 352 клиентов

2) Некорректное **различие** в количестве погашенных ДЗ в контрольных выборках

909 погашений ДЗ

853 погашения

3) Разная сумма погашений при одинаковом количестве (Группа А)

133 391 Р

241 080 Р

Вывод: некорректное разбиение на группы А и Б, в последствии отсутствие возможности сравнить результаты тестов и сделать вывод о их достоверности.

Сравнение показателей

	Unisender	Сервис автообзвона
AAR	56%	38%
Конверсия	23%	9.7%
Конверсия2	52%	15%
CAC	3 р.	83 р.
Полезная разница	2.95%	2.86%

Конверсия2 высчитывалась относительно уникальных прочтений/дозвонов

Полезная разница показывает прирост клиентов оплативших ДЗ относительно группы Б

Итоги: На основе этих данных, e-mail рассылка кажется более эффективной с точки зрения затрат на одно погашение долга и процента отклика.

Аналогичные варианты уведомления о ДЗ

- **Push уведомления** в приложении: Использование уведомлений в мобильных приложениях или на онлайн–порталах, где пользователи обычно пополняют свой счет или оплачивают проезд.
- **Информационные табло на ПВП:** Уведомления о задолженности, а также текущий баланс могут отображаться на табло в местах оплаты или на въезде/выезде с платной дороги.