## АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ОПОВЕЩЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ О ЗАДОЛЖЕННОСТИ

2023 14. 12. **Алексей Симонов** 



# Данные представлены лишь для отображения динамик и не являются актуальными

## Результаты исследования

#### Unisender

сервис e-mail рассылок

#### Группа Б

контрольная группа

11 952 клиентов

50% выборки

2 502 погашений Д3

20% от всех клиентов

367 673 ₽ погашенная Д3

Д3 группы на начало: -1 000 786

#### Группа А

получатели e-mail рассылки

12 352 клиентов

50% выборки

55% AAR\*

**5 489** уник. прочтений

**2 877** погашений Д3

52% от уник. прочтений

**467 116** Р погашенная ДЗ

Д3 группы на начало:

-1 428 415

**8 243** ₽ затраты

#### Сервис автообзвона

#### Группа Б

контрольная группа

12 052 клиентов

50% выборки

-

590 полных погашений

**241 082**<sup>P</sup>

260 частичных\*\*

**24** 094<sup>p</sup>

**853** погашения

6% от контрольной группы

#### Группа А

обзваниваемые клиенты

12 128 вызовов

38% AAR\*

**6 954** дозвонов

62% от всех вызовов

**1 029** полных погашений

**367 018**₽

**160** частичных\*\* погашений

**106 811**<sup>P</sup>

**1 206** погашений

15% от всех дозвонов

~990 000

<sup>\*</sup> AAR - средний уровень отказов (Average Abandonment Rate). Количество клиентов до которых не было доставлено сообщение.

<sup>\*\*</sup> Частичное погашение – неполное погашение ДЗ или образование второй ДЗ после погашения в первый раз.

## 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

**241** 080 P

**Вывод**: некорректное разбиение на группы А и Б, впоследствии 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	З р.	83 p.
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, е-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.