

Маркетинговый А/Б Тест

В последний раз
Эльмира
Дима
Тая

Дизайн А/Б тестирования

название группы	группа А	группа Б
способ рекламной рассылки	пуш-уведомления	смс-сообщения
	старая техника	новая техника
значение в столбце id_group	0	1
общее кол-во отправок	7585	7586
срок проведения	с 1 января 2021 по 1 сентября 2021	с 1 января 2021 по 1 сентября 2021

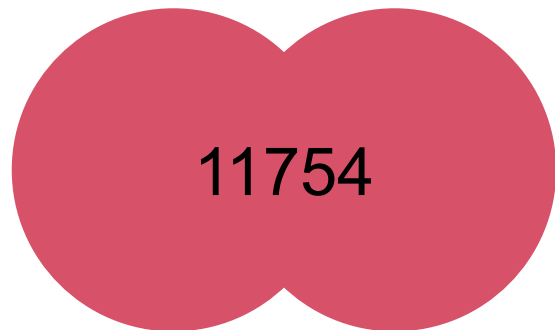
Кол-во отправлений рекламы в рамках каждой акции

	А	Б
Bundle Limited	1134	1112
Gold Bundle	1894	1846
Platinum Bundle	1804	1811
Std Bundle	2753	2817

НАВЫСЫЛАЛИ!

количество людей, получивших

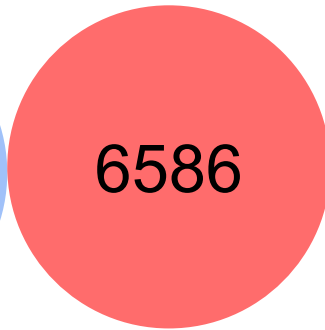
пуш или смс



пуш



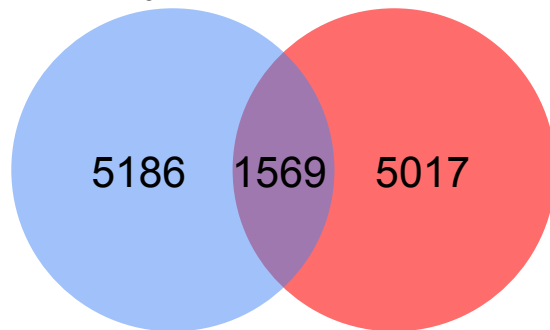
смс



пуш
и смс

только
пуш

только
смс



Почему мы убрали все повторы

- В датах творится такая жесь, что Лавкрафту и не снилось...
- Если пользователю выслано несколько уведомлений в рамках одного процесса, у него может повыситься лояльность, а это может помешать чистоте эксперимента;
- Если пользователю выслано несколько уведомлений в рамках обеих процессов, то нет смысла выбирать, к какой группе его в итоге относить, проще совсем исключить, потому что опять же чистота эксперимента пострадает.

В наше исследование попали

только люди, получившие рекламную рассылку
любого типа не более одного раза, таких:

8820

ПУШ

СМС

4551

4269

Общая конверсия

	УСПЕХ	ВСЕГО	СРЗНАЧ		z-crit	16,59
ПУШ	3022	4551	0,66			
СМС	2100	4269	0,49			

Конверсия по акциям

	УСПЕХ		ВСЕГО		СРЗНАЧ		z-crit
	пуш	смс	пуш	смс	пуш	смс	
лимитед	183	557	386	856	0,47	0,65	-5,84981
голд	1291	501	1619	546	0,80	0,92	-7,78514
платинум	1258	412	1579	538	0,80	0,77	1,480303
стандарт	290	630	967	2329	0,30	0,27	1,691864

Конверсия по месяцам

	срзнач			
	пуш	смс		z-crit
январь	0,73	0,54		7,172714
февраль	0,75	0,59		5,786047
март	0,78	0,61		6,230746
апрель	0,76	0,58		7,148573
май	0,72	0,56		6,352918
июнь	0,82	0,45		12,01127
июль	0,50	0,30		5,818565
август	0,09	0,12		-1,51614

Время реакции на рекламу

