

Технічне завдання: Оцінка ефективності промо-кампаній

Оцінити ефективність промо-кампаній за ключовими показниками (конверсія, дохід, середній чек тощо) з урахуванням того, що один чек може належати до кількох промо-пропозицій. Провести порівняння результатів промо-груп із контрольними групами (A/B тестування) та сформулювати бізнес-висновки.

Вхідні дані

Надається додатковим excel-файлом. Всі транзакції надаються в межах єдиного промо-періоду спільному для всіх промо-кампаній.

| Поле | Тип | Опис |
|-------------------------|----------|--|
| promoid | int | Ідентифікатор промо-кампанії |
| memberid | int | Унікальний ідентифікатор гостя |
| CG | int | 1 - отримав промо, 2 - контрольна група |
| chequeid | int | Ідентифікатор чеку |
| created | datetime | Дата створення чеку |
| sumcheq | decimal | Сума чеку без знижок |
| sumreg | decimal | Сума чеку із урахуванням знижок |
| flag_lagercheque | int | В чеку була категорія, на яку діяла промо-пропозиція |

Особливості даних

- Всі транзакції надаються в межах єдиного промо-періоду спільному для всіх промо-кампаній.
- Одна транзакція може бути пов'язана з кількома promoid.

Вимоги до аналітичної частини

1. Для кожного promoid необхідно обчислити:

- Конверсія
- Загальний виторг
- Середній чек
- Загальна кількість покупців та чеків
- Додаткові метрики

2. Розрахувати:

- ΔCR (різниця конверсій)
- ΔAOV (різниця середніх чеків)
- ΔRevenue (додатковий виторг)
- статистичну значущість ефекту (p-value, uplift тощо).

3. Виявити частку чеків, які зустрічаються в декількох промо. Оцінити, як дублювання впливає на точність розрахованих метрик (zmіна конверсії, виторгу, AOV). Розробити рекомендації щодо усунення подвійного обліку.

4. Побудувати інтерактивний дешборд (Power BI, Tableau, Looker тощо) із такими блоками:

- Загальний огляд усіх промо-кампаній
- Порівняння груп (A/B)
- Ранжування промо за ефективністю

5. Надати узагальнену оцінку ефективностіожної промо.