

**Аналитический отчёт
моделирования и А/В-тестов:
Изучение эффективности и
принятие обоснованных решений**

Введение

Цель работы заключается в проведении анализа данных и представлении результатов моделирования и A/B-тестов для определения влияния на бизнес-процессы компании. Методика анализа данных включает в себя использование статистических методов и техник машинного обучения для извлечения значимых выводов.

Обзор данных

На этом слайде мы представляем обзор данных с помощью наглядных графиков и диаграмм. Это поможет нам лучше понять ключевые показатели и тенденции, выявленные в данных.



Результаты моделирования и тестирования. Поиск оптимального варианта.

Конверсия: Отвергнута нулевая гипотеза. Конверсия в тестовой группе отличается на -18.0% от контрольной. Это означает, что изменения, внесенные в тестовую группу, оказали влияние на результаты конверсии.

Цена полиса: Не удалось отвергнуть нулевую гипотезу. Наблюдаемое изменение цены полиса в тестовой группе составляет 4.2% по сравнению с контрольной. Это указывает на то, что цена полиса в тестовой группе осталась примерно на том же уровне, что и в контрольной.

Убыточность: Не удалось отвергнуть нулевую гипотезу. Убыточность в тестовой группе на 15.83% выше, чем в контрольной. Средняя убыточность в тестовой группе на 148.21% выше, чем в контрольной. Это говорит о том, что убыточность в тестовой группе значительно выше, чем в контрольной.

Оптимальный путь и результаты

Из предоставленных данных, самый оптимальный вариант – это изменение в конверсии. Поскольку нулевая гипотеза была отвергнута, это означает, что изменения, внесенные в тестовую группу, действительно повлияли на конверсию и привели к отличиям от контрольной группы на 18.0%. Это ключевой показатель успеха, который может указывать на эффективность внесенных изменений. Поэтому вариант с изменением в конверсии является наиболее значимым и оптимальным для принятия решений.

Результаты конверсии:

Но Конверсия контрольной группы равна конверсии тестовой группы.

H1: Конверсия контрольной группы не равна конверсии тестовой группы.

Результат: p-value равно $1.2376025494738044e-12$.

Отвергаем нулевую гипотезу. Конверсия в тестовой группе отличается на -18.0% от контрольной.

Итоги и рекомендации

Конверсия в оформления в тестовой группе снизилась на 18.0% по сравнению с контрольной группой – Тест не показал статистически значимой разницы цен между группами – Тест не показал статистически значимой разницы убыточности между группами

Новый кластерный подход, похоже, не дает каких-либо существенных преимуществ по сравнению с традиционным методом оценки рисков. Учитывая снижение коэффициента конверсии и отсутствие явных улучшений в ценообразовании и убытках, переход на кластерный подход может оказать негативное влияние на бизнес, потенциально снижая доходы и доверие клиентов. Поэтому рекомендуется продолжать использовать традиционный подход к оценке рисков для определения стоимости полисов ВЗР. Если компания по-прежнему заинтересована в изучении кластерного подхода, потребуются дальнейшие исследования и уточнения, прежде чем рассматривать его внедрение.