Задание 1.1 AB-тест

1. а) Конечная стоимость позволяет клиенту заранее рассчитать свои средства при поездке, тем самым, клиент сам для себя морально застрахован от слишком большой траты денег.

б) Существуют приложения, сравнивающие цены на услуги различных такси-сервисов, в случае, если цена заранее не будет сформирована, то те клиенты, которые пользуются такими приложениями вероятнее всего не перейдут в приложение Gett.

в) В случае, если клиент получит слишком дорогой чек за поездку (на его взгляд), можно потерять его лояльность, поэтому предварительный расчёт может помочь её сохранить.

1. Критерии для тестовой группы (надо учитывать класс такси):

а) Эконом/Комфорт. Мужчины (т.к мужчины чаще оформляют заказы, в том числе для девушек). Возраст 20-30 (т.к молодые люди чаще пользуются недорогими категориями такси). Среднемесячный доход 1800-2600 фунтов (исходя из статистики за сентябрь 2019 года +-400 фунтов от среднего). Не имеют личного транспорта.

б) Всё, что выше комфорта. Мужчины. Возраст 30-45 (т.к. данная возрастная категория уже более склонна к комфорту). Среднемесячный доход 2500-3500 фунтов (следуя уже вышеприведенной статистике). Не имеют личного транспорта.

в) Если группа должна быть универсальная. Мужчины. Возраст 25-35. Среднемесячный доход 2200-3000 фунтов. Не имеют личного транспорта.

1. Эксперимент следует проводить в холодное время года в период «ноябрь – февраль», т.к. при низких температурах люди чаще предпочитают сесть в такси.
2. а) Отношение количества заказов к количеству открытий приложения. В процентном соотношении это отношение должно стать выше, чем до введения нового функционала

б) Количество переходов из сторонних приложений, позволяющих сравнивать цены на такси (если имеются статистические данные по переходам внутри этого сравнивающего приложения, то очень легко оценить, насколько данное нововведение «оттянет» клиентов в сторону Gett)

По результатам эксперимента, процент из соотношения 4а упал с 80 до 78. Поэтому, на мой взгляд следует пролонгировать эксперимент на 1-2 месяца и посмотреть дальнейшую динамику. В случае, если процент тестовой группы не увеличится, отказаться от введения расчёта предварительной цены.

Задание 1.2. Suggested pick-up.

Предложенная точка должна располагаться максимально близко к клиенту, при этом позволив ему снизить стоимость поездки (т.е машина не должна выполнять при поездке с клиентом лишних действий, типа «разворот», это позволит водителю не терять время и деньги, так как, например, на тех же разворотах часто скапливаются пробки). Точка должна быть привязана к каким-то опорным объектам, которые клиент сможет визуально опознать. В случае, если клиент находится в области, где находится много общественных заведений, нужно выбирать точки с учётом расположения выхода из этих заведений.