

Практическое задание к занятию "Основы A/B"							
№ п/п	Гипотеза	Тестируемое изменение	Бизнес-цель	Генеральная совокупность	Первичные метрики	Вторичные метрики	Метод агрегации метрик
1	Если мы повысим цену из центра города на 5% для пользователей с rfm "high" то выручка увеличится на 3%	как поменяется выручка при увеличении стоимости из центра города	увеличение выручки	пользователи с rfm "high"	средняя выручка	среднее количество поездок	общее значение метрики
2	Если мы повысим цену для пользователей с rfm "high" и возрастом 35-45, то выручка увеличится на 3%	как поменяется выручка при увеличении стоимости поездки	увеличение выручки	пользователей с rfm "high" и возрастом 35-45	средняя выручка	среднее количество поездок	общее значение метрики
3	Если мы дадим скидку 100 руб. для всех пользователей на следующую поездку от 15 км, то конверсия увеличится на 5%	как повлияет на конверсию наличие промо на скидку	увеличение конверсии	все пользователи	конверсия	средняя выручка	общее значение метрики
1	Если при заказе указывать не только стоимость, но и примерную стоимость в течение 15 минут на дальние поездки типа эконом, то количество отмененных заказов упадет на 7%. Пользователи смогут подождать спада высокого спроса и выбрать этот сервис, а не отказаться вовсе.	как поменяется количество заказов при добавлении показателя примерной стоимости в течение некоторого времени	увеличение заказов	все пользователи	заказы	средняя выручка	общее значение метрики
2	Если создать систему накопления баллов за выполнение заданий, то это увеличит количество пользователей 18-30 лет на 6%. По данным видно, что меньшая часть пользователей находится в диапазоне 18-30 лет, в основном, эти люди заинтересованы в поездках и необходимо их привлекать	как увеличится конверсия при создании системы накопления баллов	увеличение конверсии	пользователи 18-30 лет	конверсия	средняя выручка	поведение среднего юзера
3	Если стоимость поездки при повышенном спросе будет стоить на 5% дороже для типа эконом при заказах из центра, то общий доход увеличится на 10%. Так как из центра часто заказывают такси и в большинстве случаев без него никак, пользователи будут выбирать эконом даже с увеличенной стоимостью, так как остальные типы будут все равно дороже	как увеличится выручка при увеличении стоимости поездки	увеличение выручки	пользователи с заказом из центра	средняя выручка	среднее количество поездок	поведение среднего юзера