



Персонализированные открытки: как повысить лояльность и средний чек

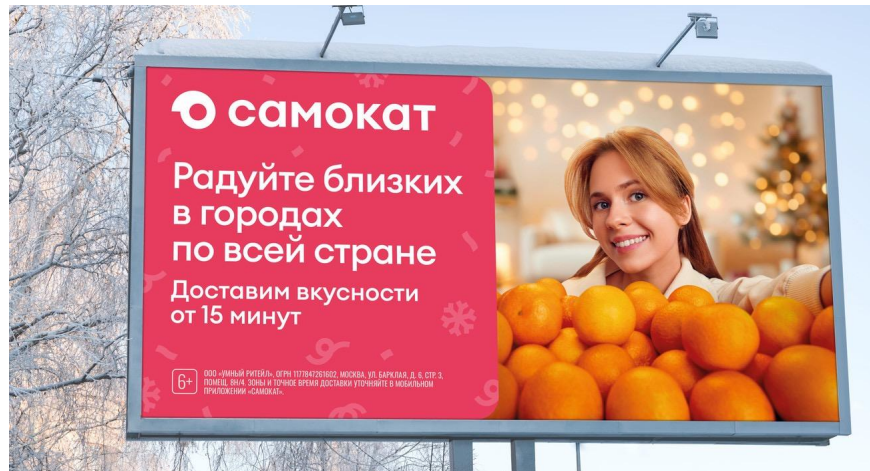
*Рет-проект по аналитике данных
Александра Зеливянская*

Проблема

Многие клиенты используют сервис доставки не только для себя, но и для отправки заказов членам семьи или близким.

Однако текущий процесс заказа не включает персонализированного подхода для таких подарочных моментов.

Добавив функцию «персонализированная открытка», компания сможет повысить удовлетворенность и вовлеченность клиентов, одновременно выделив сервис на рынке.





Предлагаемое решение

1. Добавить функционал добавления открытки в приложение
2. Подготовить открытки в типографии и распределить по дарксторам
3. Назначить в каждом пункте сборки заказа ответственного за открытки, провести обучение персонала
4. Выкатить функционал на выбранных пользователей (если в пункте сборки их заказа есть в наличии открытки)



Гипотеза

Внедрение персонализированных открыток повысит:

- средний чек на 5%
- retention rate 7-го дня на 5%

Мощность:

Для уровня значимости = 0.5% и мощности = 0.9 (взяв стандартное отклонение = $\frac{1}{3}$ среднего), чтобы заметить изменение в 5% нам нужно ~700 наблюдений



Метрики

Целевые метрики:

- Конверсия. Пример: «10% пользователей добавили открытку»
- Средний чек. Пример: «В среднем заказы с открыткой — 1100 ₺ vs 1000 ₺ без».

Контр-метрики:

- Снижение продаж других допов (если открытка «заменяла» десерт в корзине)

Барьерные метрики:

- Отказы на этапе оформления заказа (если добавление открытки усложняет процесс)



Аудитория

Будем применять кластерное A/B тестирование

Поскольку фича (персонализированные открытки) внедряется только в выбранные дарксторы, будем формировать группы на уровне точек доставки, а не пользователей.

Почему именно так?

- Минимизация внешних факторов:
Дарксторы в одном районе имеют схожую аудиторию и спрос (например, рядом с офисными центрами чаще заказывают подарки).
- Упрощение логистики:
Печать и доставка открыток будут единообразными для тестовой группы.



Сегментация

Группа	Кол-во дарксторгов	Условие	Критерий отбора
Тестовая	3-5	Фича включена	<ol style="list-style-type: none">1. Высокий трафик подарочных заказов2. Географическая близость
Контрольная	3-5	Старый интерфейс	<ol style="list-style-type: none">1. Аналогичные по трафику и профилю тестовым2. Расположены в том же районе



Стоимость внедрения

- **Стоимость разработки фичи в мобильном приложении**
(время разработки и тестирования ~50 часов)
- **Внедрение в CRM** (время разработки + адаптация сотрудников)
- **Увеличение времени сборки заказа** (30 сек / шт.)
- **Себестоимость открытки** (~5 рублей / шт.)