Hallo Valeriya,

ich habe etwas unter die Motorhaube des Modells geschaut. Folgendes kann ich dazu sagen:

Grundsätzlich hat das Modell eine sehr hohe Güte – ich konnte <95% der Varianz in holdout set erklären (also bei Daten, die das Modell selbst nicht gesehen hat). Wir können das „alte“ Modell also hervorragend reproduzieren.

Zu Deinen Fragen kann ich folgendes Beitragen:

* Ob P&C oder L&H mehr Policen generiert. So explizit wird das nicht geschätzt, aber ein höherer Anteil an L&H Polices sorgt dafür, dass mehr „werbeinduzierte“ Policen ermittelt werden – somit ergibt das Modell implizit, dass L&H stärker von der Werbung profitiert.
* Welche Rolle Brand (Consideration spielt) Brand hat keinen sehr großen Einfluss auf das Ergebnis, tatsächlich haben die Mediagrößen >60% Einfluss auf das Ergebnis, aber Brand hat immerhin knapp 10% Einfluss (hätten wir noch Purchase Intent wäre das noch etwas höher…).
* Welcher Touchpoint (TV / Print / OOH / Social) einen größeren Beitrag leistet
* Welche Rolle spelt Share of Ad

Die beiden Fragen kann man am besten beantworten, indem Du auf die % Einfluss schaust:

* Media ca. 65%, davon
  + TV 30 pp
  + Social / Search 20 pp
  + Rest 10 pp
  + Share of Ad 5%
* Distribution ca. 15%
* Brand ca. 10%
* Ländereffekte ca. 10% (auch wie „groß“ i.S.v. verkaufte Policen ein Land ist)

Ich hoffe das beantwortet die Fragen. Falls im Call am Diesntag noch andere Fragen kommen, kann ich die dann nächste Woche gerne „nachschauen“.