Название эксперимента

## Какую бизнес-проблему решаем?

Какова текущая ситуация? Зачем что-то меняем?

*Например: “Сейчас пользователю интернет-магазина необходимо зарегистрироваться перед оформлением заказа. Хотим повысить конверсию из посещения в заказ, сократив количество форм, которые необходимо заполнить пользователю. Делаем в процессе оформления заказа скрытую регистрацию, используя в качестве логина номер телефона”*

## Описание user story

“Как (роль), Я (действие), Чтобы (ценность)”:

*Например: “Как новый пользователь, у которого еще нет учетной записи в интернет-магазине, я хочу оформить заказ без регистрации, чтобы сэкономить время на заполнение данных.”*

## Гипотеза

“Если сделать <то-то> для <такого-то пользователя>, то <метрика Z> повысится на <10(%)>, потому что <то-то>”.

*Например: “Если для новых пользователей отключить обязательную регистрацию перед оформлением заказа, то конверсия из посещения в заказ вырастет на 5%, потому что согласно данным веб-аналитики 35% пользователей покидает процедуру оформления заказа на этапе регистрации.”*

## Подсчет прибыли и ROI от решения проблемы

1. Сколько денег компания заработает на решении этой проблемы за следующий месяц/квартал/год
2. Ссылка на ROI-калькулятор эксперимента

## Варианты решения / эксперимента

* + Какой самый дешевый вариант по разработке теста?

## Описание эксперимента

1. Какой размер выборки для теста?
2. Какие именно будут группы/варианты?
3. Как именно их будем отбирать?
4. Что будут видеть пользователи в каждой из групп?
5. Чем будет отличаться бизнес-процесс?

## Метрики по которым будем оценивать эксперимент

1. Основные метрики (что хотим улучшить)
2. Добавочные метрики (что хотим не уронить)
3. Планируемый прирост и эффект
4. При каких развитиях событий и получения каких результатов какие решения я принимаю.
5. Когда запускаем эксперимент?
6. Когда останавливаем набор в группы?
7. Сколько ждем после остановки набора до подсчета целевой метрики?