**Задание 1**

На основе выбранных продуктов из первого вебинара, выберите 2 A/B-теста и составьте план эксперимента, чтобы избежать Peeking Problem. Распишите, какие метрики и как вы будете анализировать.

**OZON.RU**

**Изменение цветовой схемы интерфейса:**

Группа A: пользователи видят текущую цветовую схему (контрольная группа)

Группа B: пользователи видят новую цветовую схему (тестируемая группа)

**Изменение макета страницы товара:**

Группа A: пользователи видят текущий макет страницы товара (контрольная группа)

Группа B: пользователи видят новый макет страницы товара (тестируемая группа) План эксперимента для проведения A/B-тестов без Peeking Problem:

***Определение целевых метрик:***

Конверсия (процент пользователей, совершивших покупку)

Среднее время, проведенное на сайте

Количество добавлений в корзину на одного пользователя

***Разделение пользователей на группы:***

Случайная выборка пользователей в соотношении 50:50 на контрольную и тестируемую группы Запуск эксперимента:

Контрольной группе показывается текущая версия интерфейса/макета, тестируемой группе - новая версия Отслеживание метрик для обеих групп на протяжении определенного времени (например, 14 дней)

***Анализ метрик:***

Зафиксированные метрики анализируются после завершения эксперимента, чтобы избежать Peeking Problem. Для каждой метрики выполняется статистический анализ (например, t-тест) для определения статистической значимости различий между контрольной и тестируемой группами. Если статистическая значимость присутствует, можно принять решение о применении изменений (если новая версия показала лучшие результаты) или отклонении изменений (если текущая версия оказалась лучше)

***Документирование результатов:***

Зафиксировать и проанализировать результаты A/B-тестов вместе с полученными метриками и статистическими данными. Однозначно определить принятые решения и их обоснование.

***Развертывание изменений:***

Если тестируемая версия показала лучшие результаты, применить ее к полной аудитории пользователей. Провести последующий мониторинг метрик для подтверждения улучшения эффективности сайта или отката изменений, если результаты оказались неудовлетворительными. Важно не проводить анализ метрик и не принимать решения на основе промежуточных результатов или при постоянном наблюдении за экспериментом, чтобы избежать Peeking Problem.