Тинькофф.Таргет - это агрегатор кэшбэков от партнеров (супермаркеты, магазины электроники, онлайн магазины, заправки и тому подобное). Под каждого партнера собирается целевая аудитория и запускается на ограниченный период, поэтому у каждого клиента свой набор офферов и они периодически меняются. Механика: когда клиент совершает покупку по нашей карте в магазине X и у него есть оффер от этого партнера, он получает часть денег (какой-то фиксированный процент) за эту операцию обратно на карту.

Одна из основных целей этого сервиса, чтоб как можно больше операций клиентов проходили через офферы. То есть если клиент хочет купить велосипед, то он сначала идет в наш сервис, смотрит есть ли у него кэшбэк в таком магазине и покупает велосипед по офферу. Плохой сценарий, если у клиента нет подходящего оффера или клиент его не находит среди других ( у каждого клиента в моменте 200-400 офферов).

Придумайте 2 кейса-гипотезы для достижения этой цели и опишите процесс проведения исследования и АВ теста для проверки этой гипотезы.