Практическое задание к семинару 7.

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

***Продукт - Онлайн-кинотеатр***

1. **Гипотеза:** Если предложить пользователю готовый типовой набор фильтров наряду с возможностью выставлять их по одному, это ускорит выбор контента и повысит вовлеченность пользователей: Retention Rate (повторные визиты) увеличится на 15%.

**Что делаем:** *Контрольная версия*: оставляем вс как есть. *Тестовая версия*: Формируем подборку по наиболее частотным комбинациям фильтров, например – комедия, мелодрама, Франция, 2000-2010гг.; США, франшиза, высокий рейтинг, высокие кассовые сборы и т.д.

**На каких пользователях тестируем:** Тестирование проводится на 30% общего количества пользователей в течение месяца.

**Метрики:** Retention Rate — коэффициент удержания клиентов. Secondary - Stickiness — лояльность, Daily Active Users (DAU) и Monthly Active Users (MAU).

**Ожидаем, что**: пользователь будет быстрее подбирать фильм или сериал и больше времени проводить в нашем онлайн-кинотеатре, смотреть больше контента, а также чаще заходить в него.

**План дальнейших действий**: Если гипотеза подтвердится, оставляем такие подборки для всех пользователей, даем им названия.

1. **Гипотеза:** Если предложить скидку на фильм при заказе еды в сервисах доставки на определенную сумму, это повысит доход на n процентов.

**Что делаем**: Размещаем рекламу со ссылкой на актуальный блокбастер в приложении партнера, генерируем уникальный одноразовый промокод.

**На ком тестируем**: Пользователи, купившие фильм по промокоду (*тестовая группа*) и пользователи, купившие фильм без промокода (*контрольная группа*). Продолжительность эксперимета – 2 недели.

**Метрики**: **Conversion Rate (С) — конверсия**, secondary - CAC («customer acquisition cost», стоимость «приобретения» клиента), количество новых пользователей.

**Ожидаем, что**: людей заинтересует скидка на актуальный фильм, количество его просмотров и новых пользователей увеличится.

**План дальнейших действий**: Если кампания окажется успешной, будем проводить подобные мероприятия по мере необходимости привлечения новых клиентов в различных регионах или во время спада пользовательской активности.