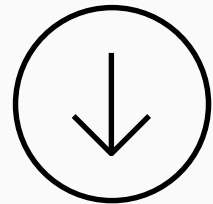


Кейс «Моделирование»

Уваров Кирилл

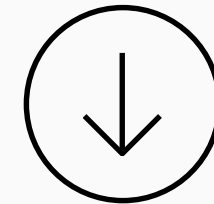
Синий уровень

Подход А



Алгоритм внедрения

1. Делаем 200 показов
2. Если конверсия среди 200 показов выше 21% внедряем новый дизайн

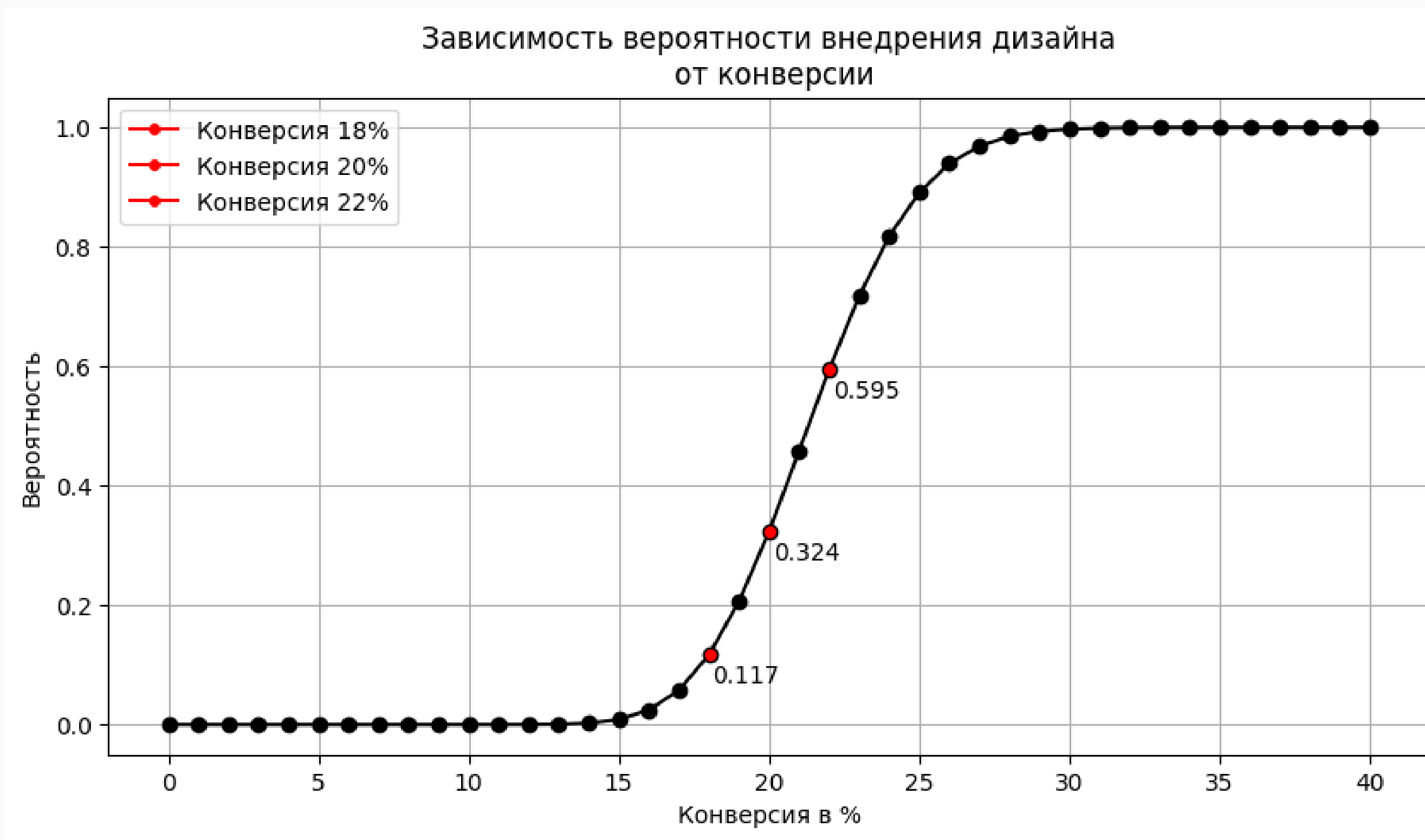


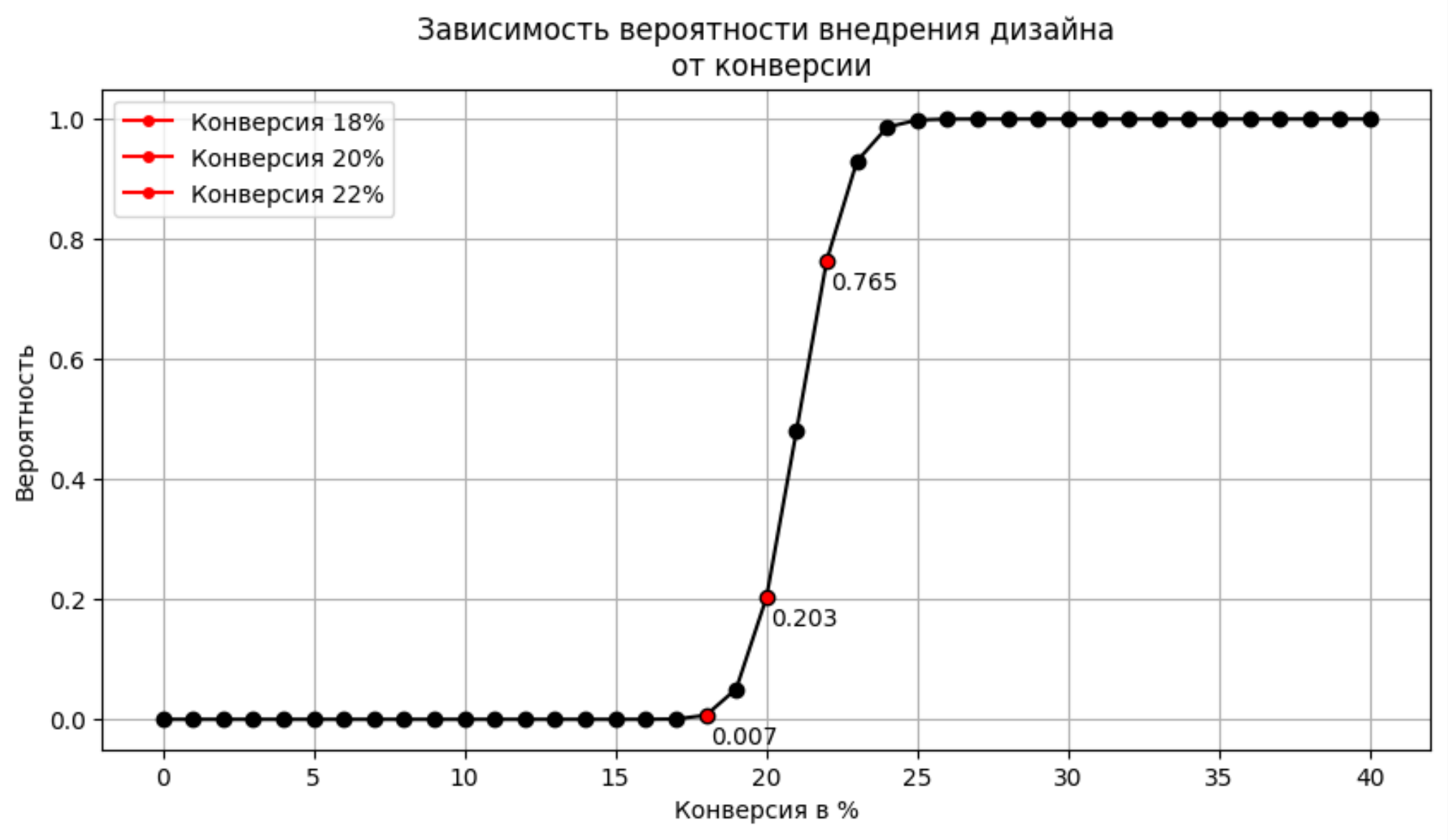
Что произошло в компании?

Идея внедрения нового дизайна в компании ясна и с первого взгляда даже должна работать, но согласно модели вероятность внедрить дизайн с конверсией меньше нынешней составляет **79,8%**, что не очень хорошо.

Вероятность внедрить дизайн с настоящей конверсией 18% составляет **11,7%**.

Подход А

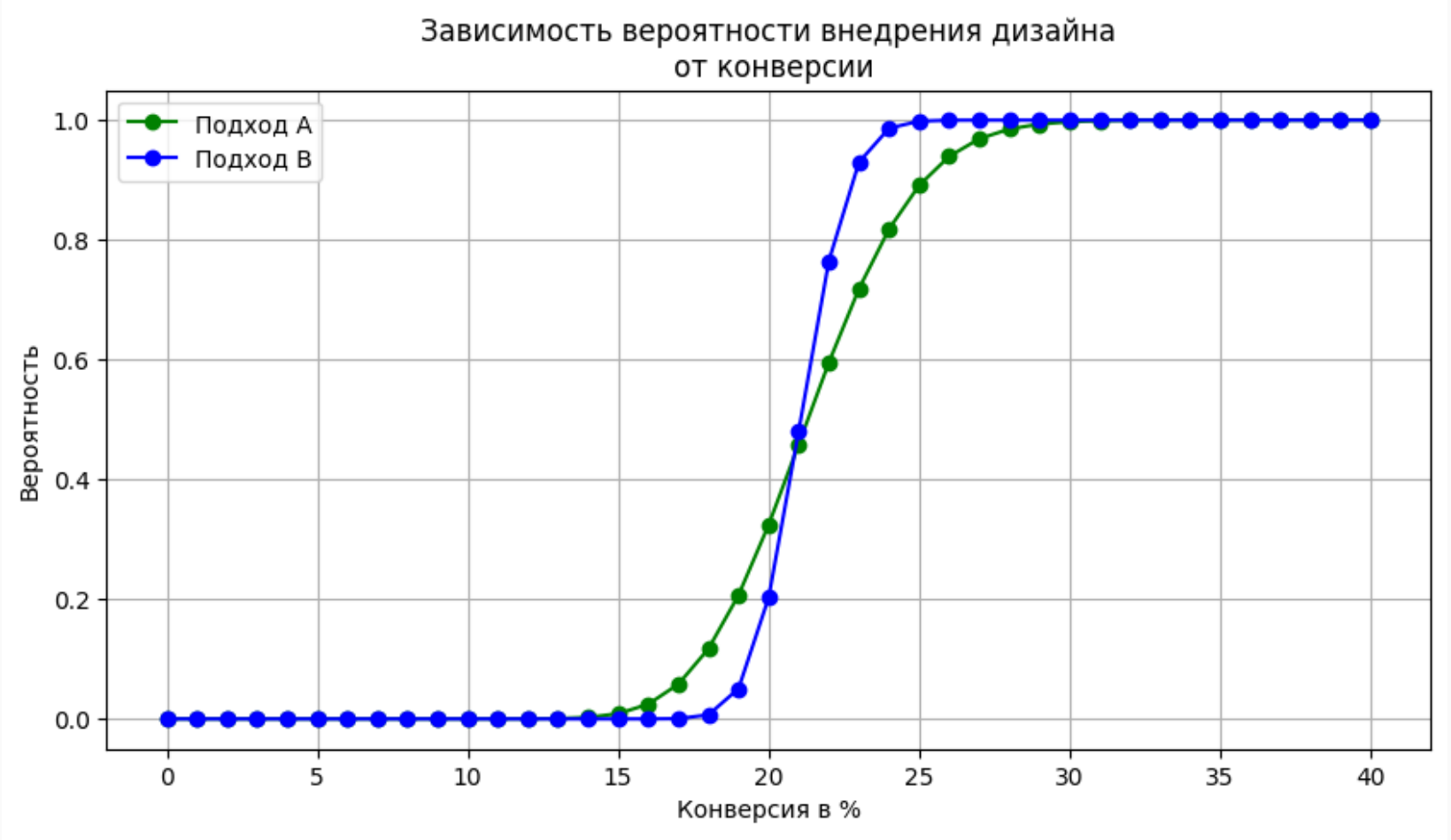




Подход В имеет больше вероятность внедрить дизайн с настоящей конверсией больше нынешней и меньше вероятность внедрить дизайн конверсией меньше нынешней по сравнению с подходом А.

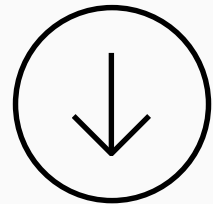
Но подход В все так же имеет ненулевую вероятность внедрить дизайн с конверсией меньше нынешней и требует выборки больших размеров

Подход В



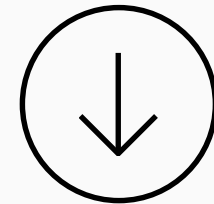
Красный уровень

Подход А



Алгоритм внедрения

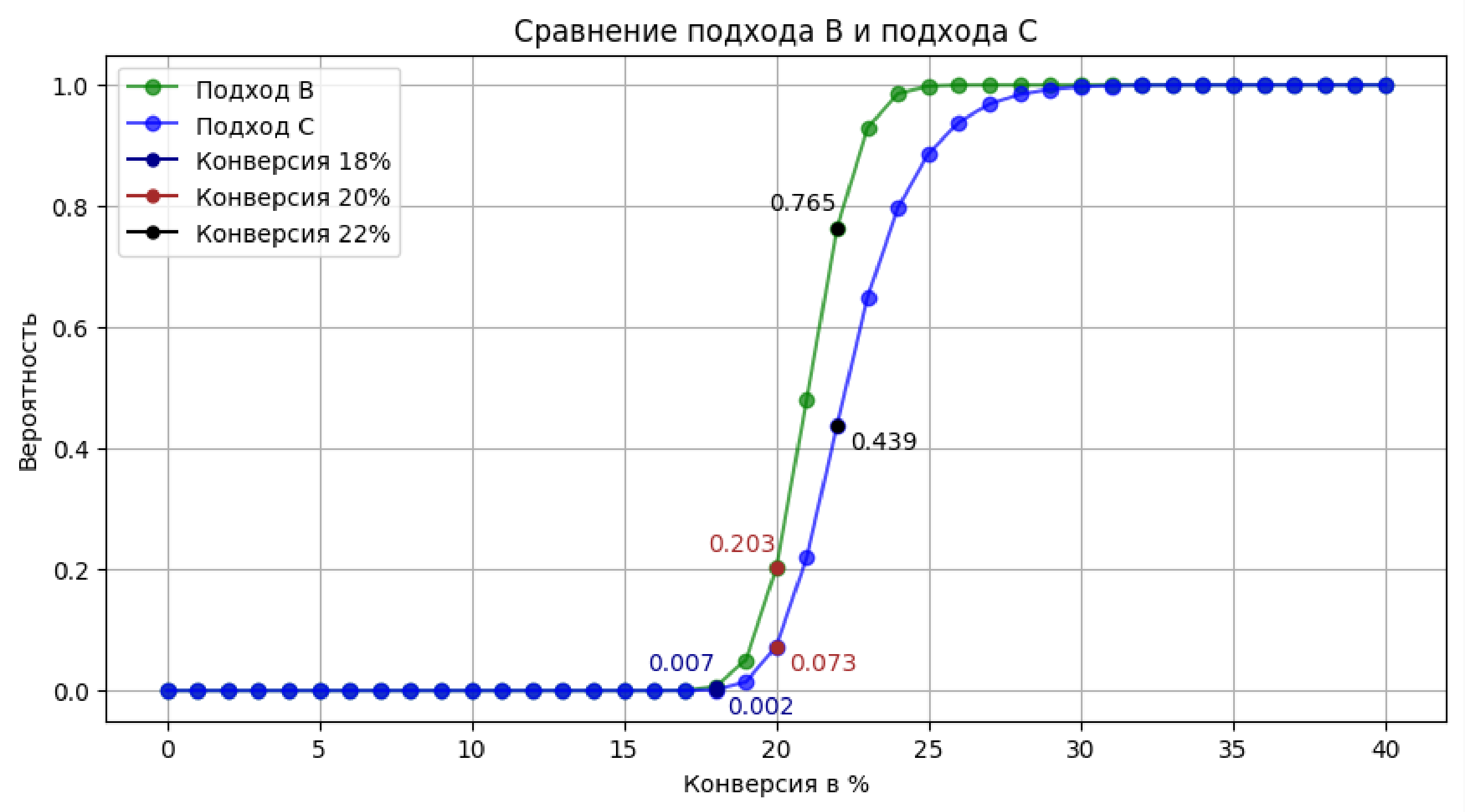
1. Делаем 200 показов
2. Если конверсия среди 200 показов выше 20% делаем еще 800 показов
3. Если от 800 показов конверсия выше 20%, то внедряем дизайн



Может все повторится?

Вероятность внедрить дизайн с конверсией меньше 20% не превосходит **1%**.

Вероятность внедрить дизайн с конверсией 18% - **0.2%**

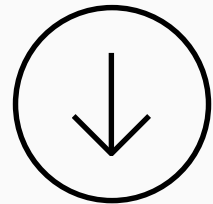


Сравнение подхода В и С

Вероятность внедрения дизайна с конверсией меньше нынешней больше в подходе С, чем в В. Подход С жестче отсеивает дизайны, он внедряет дизайн с почти 100% вероятностью только начиная с 30% конверсии, когда в подходе В с 25%.

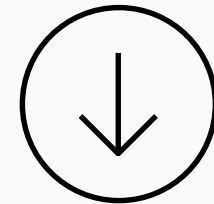
Черный уровень

Подход А



Алгоритм внедрения

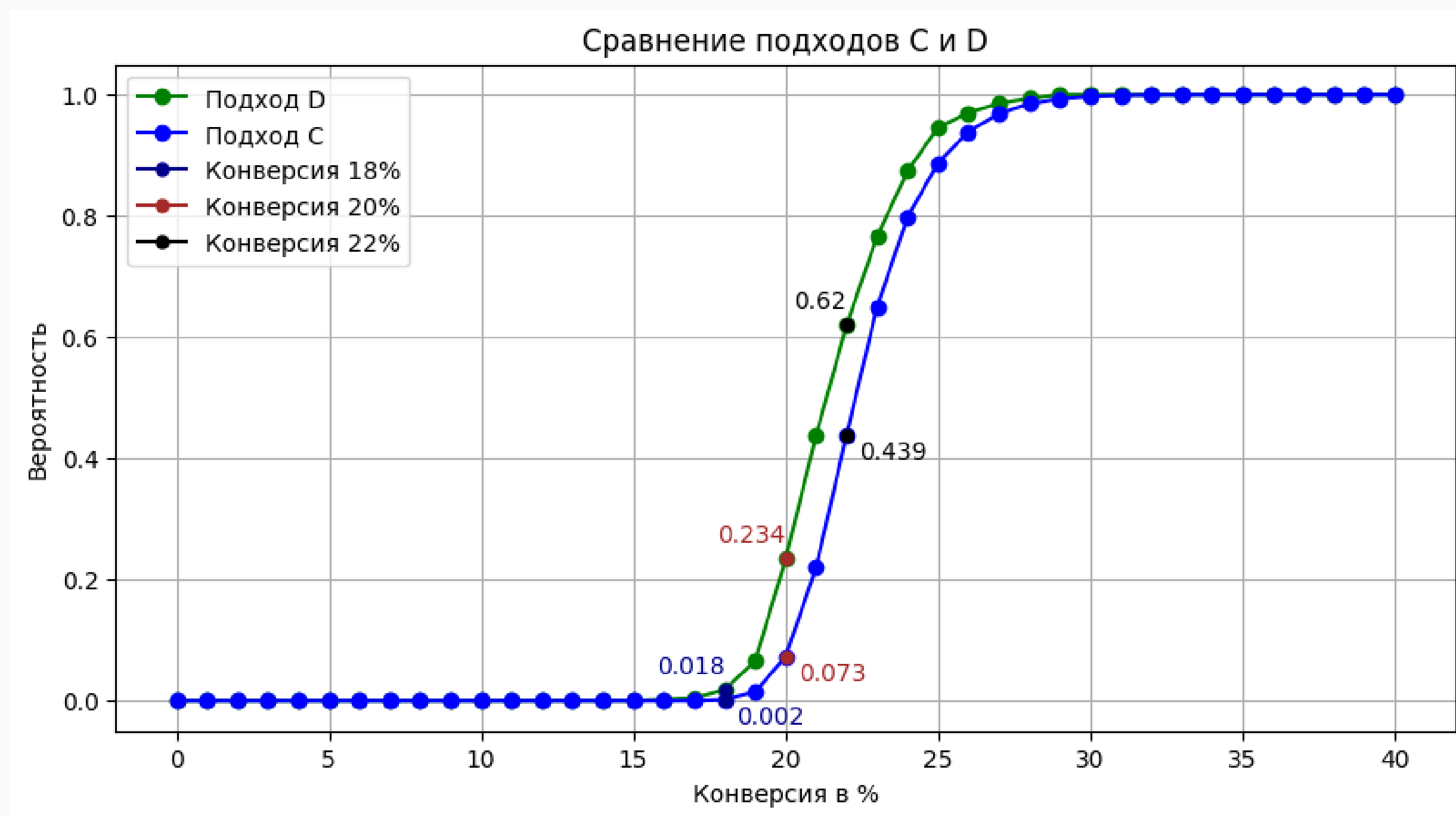
1. Делаем 200 показов
2. Пока конверсия больше 19.6% добавляем показы, каждый раз пересчитывая конверсию
3. После 1000 показов внедряем дизайн



Может все повторится?

Вероятность внедрить дизайн с конверсией меньше 20% около 10%.

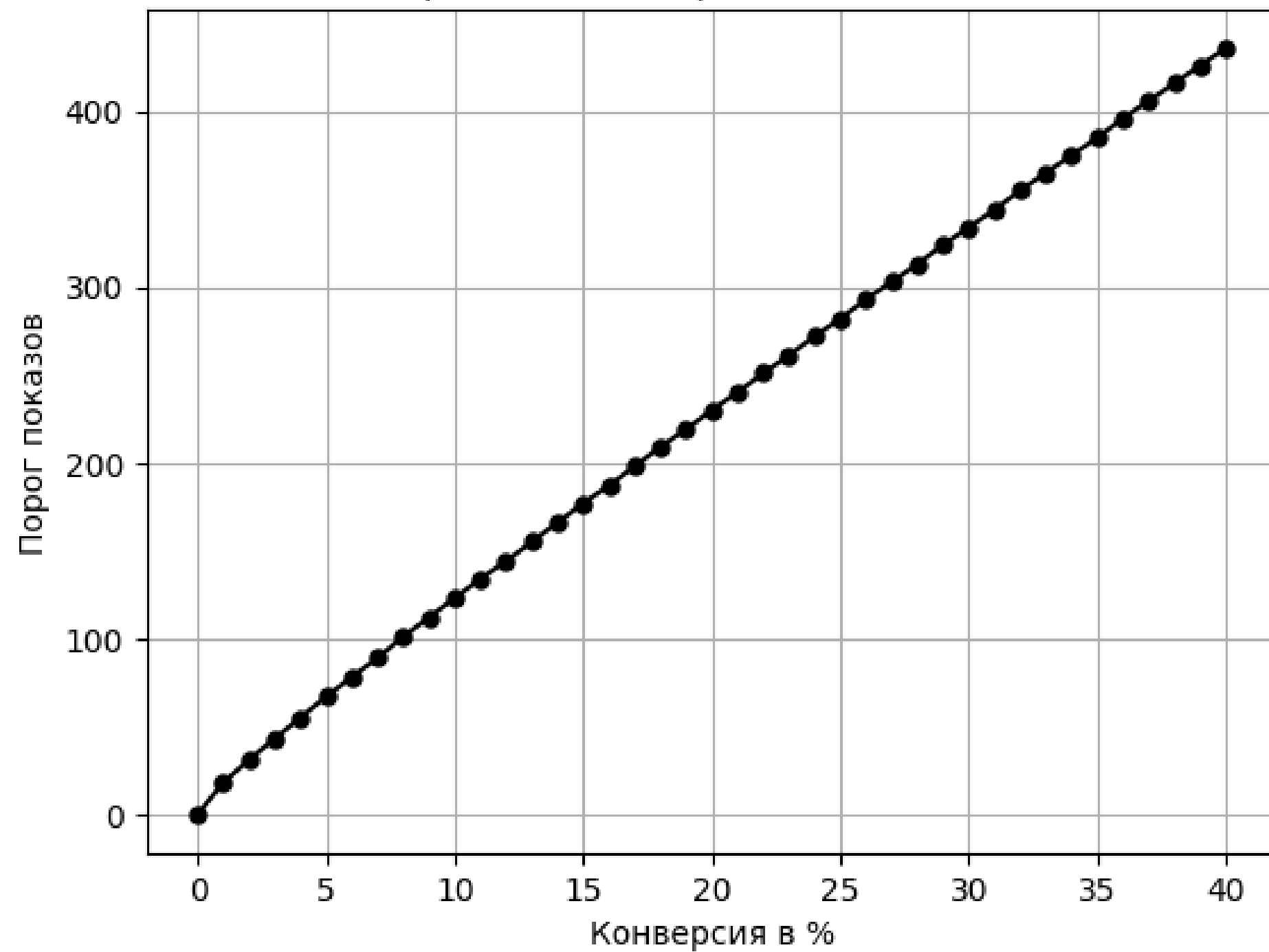
Вероятность внедрить дизайн с конверсией 18% - **1.8%**



Сравнение подхода С и D

Значения вероятностей больше в подходе D, при чем оба подхода внедряют дизайн почти со 100% вероятностью начиная с 30%. Оценка дизайнов в подходе D менее жесткая по сравнению с С, но соответственно вероятность внедрить «плохой» дизайн выше в подходе D.

Порог показов, который не будет
превышен с вероятностью 99%



Порог показов

Алгоритм работает хорошо для
значений больше 18%.

Ссылка на
расчеты в
Google Coolab

