

Приоритизация/проверка гипотез по увеличению выручки в интернет-магазине — оценка результатов A/B теста

Вместе с отделом маркетинга крупного интернет-магазина мы подготовили список гипотез для увеличения выручки.

В нашем распоряжении данные о 9 гипотезах по увеличению выручки интернет-магазина с указанными параметрами и результаты, описывающие проведение A/B-теста.

Наша задача:

- приоритизировать гипотезы;
- проанализировать полученные результаты A/B-теста;
- принять решение по результатам теста.

Ход исследования

Исследование пройдет в две части:

1. Приоритизация гипотез
 - применим фреймворк ICE для приоритизации гипотез;
 - применим фреймворк RICE для приоритизации гипотез;
 - посмотрим как изменилась приоритизация гипотез при применении RICE вместо ICE.
2. Анализ A/B-теста
 - построим графики: кумулятивной выручки / кумулятивного среднего чека / кумулятивной конверсии по группам; относительного изменения кумулятивного среднего чека / кумулятивной конверсии группы В к группе А; точечный график количества заказов по пользователям / стоимостей заказов;
 - посчитаем перцентили количества заказов на пользователя / стоимости заказов;
 - посчитаем статистическую значимость различий в конверсии / в среднем чеке заказа между группами по «сырым» данным / по «очищенным» данным;
 - примем решение по результатам теста.