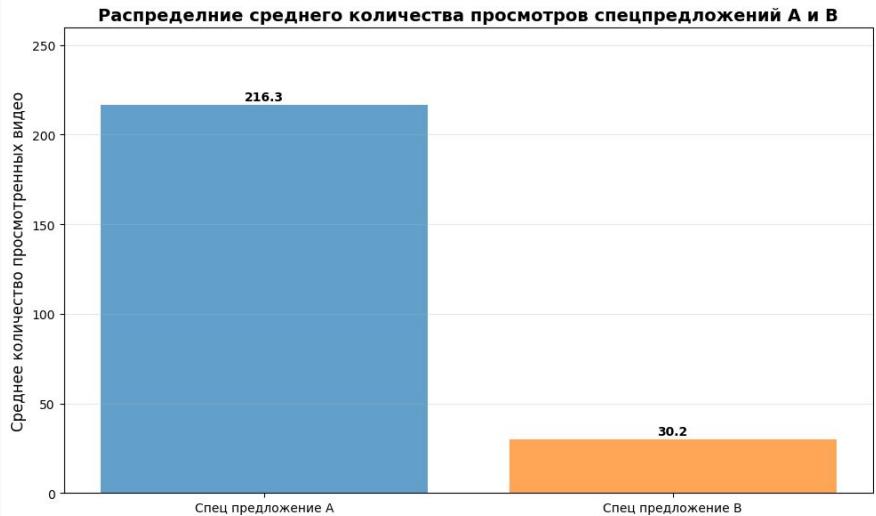


Кейс “Бой без правил”

Аналитик отдела качества продукта

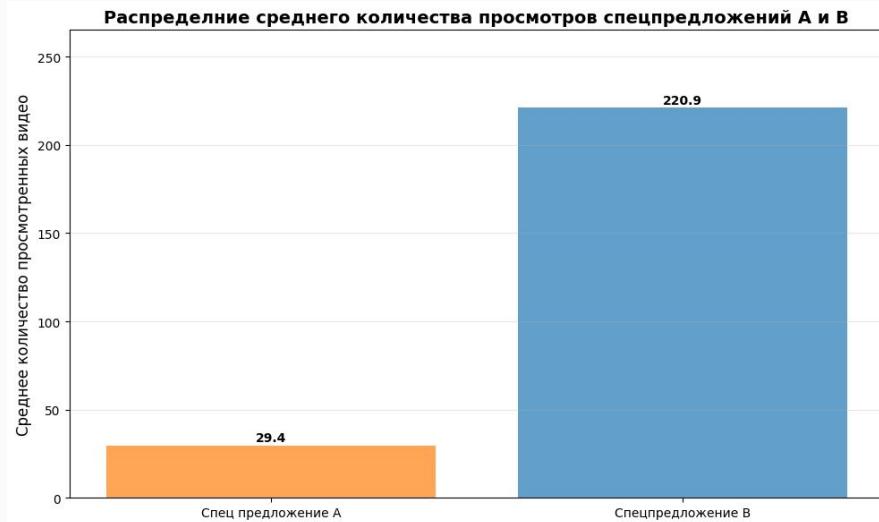
Спецпредложение А

- Выборка включала 200 пользователей продукта А и 200 пользователей продукта В.
- Среднее кол-во просмотренных видео продукта А: 216,3
- Среднее кол-во просмотренных видео продукта В: 30,2
- Процентное преимущество А над В: +617,2%
- Продукт А показывает статистически значимое превосходство по вовлеченности пользователей. Рекомендуем к запуску продукт А как наиболее эффективное решение для роста платформы.



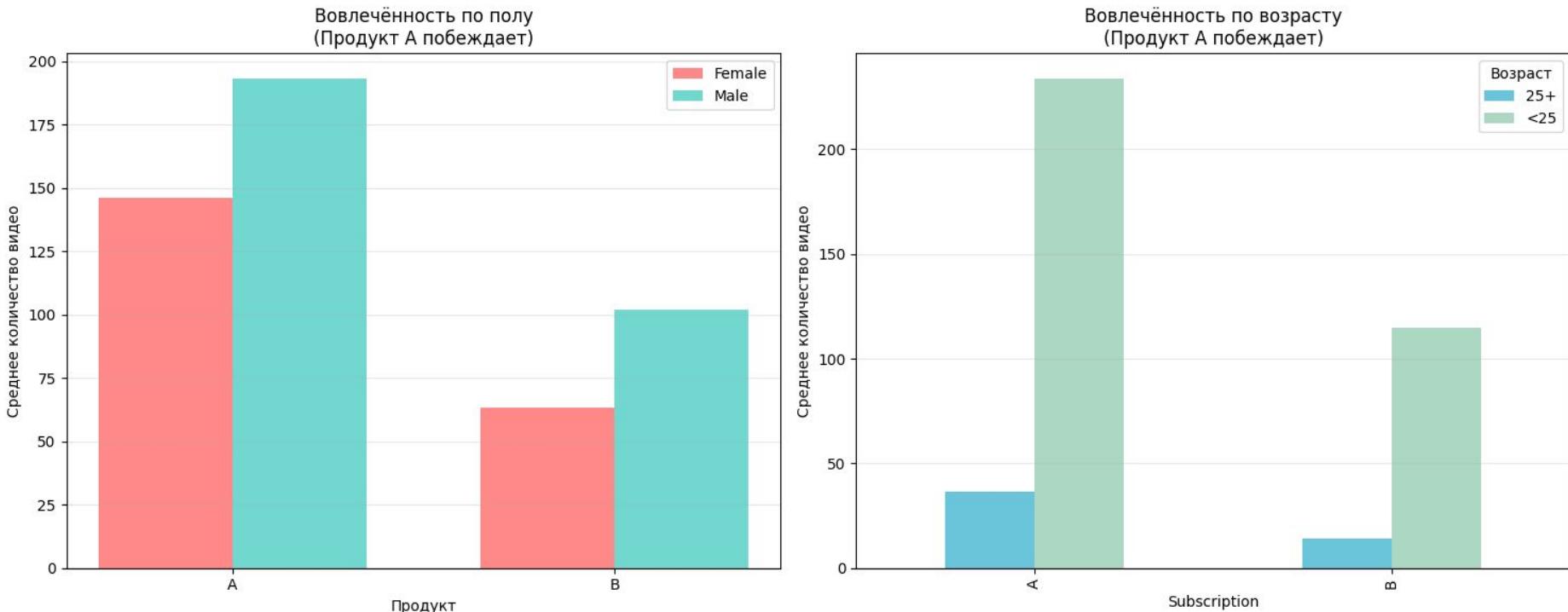
Спецпредложение В

- Выборка включала 200 пользователей продукта А и 200 пользователей продукта В.
- Среднее кол-во просмотренных видео продукта А: 29,4
- Среднее кол-во просмотренных видео продукта В: 220,9
- Процентное преимущество В над А: +652,7%
- Продукт В показывает статистически значимое превосходство по вовлеченности пользователей. Рекомендуем к запуску продукт В как наиболее эффективное решение для роста платформы.



Стратификация по полу и возрасту

Победа А





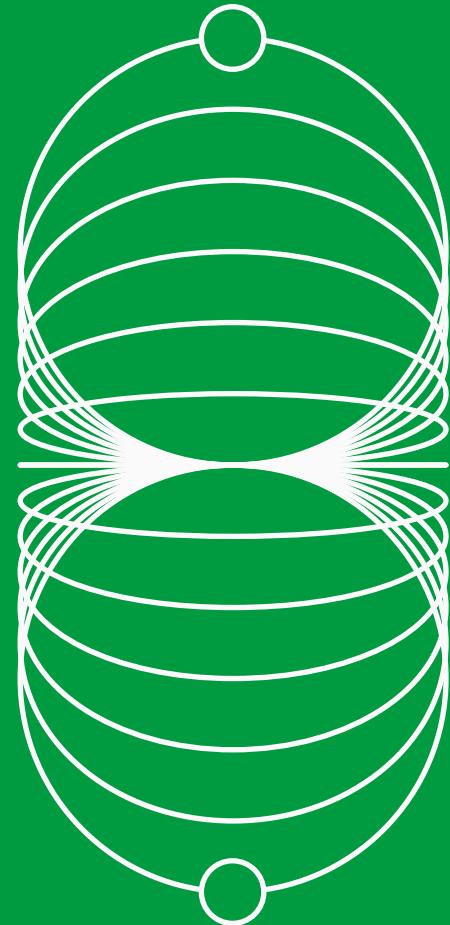
Среднее кол-во просмотров продукта А
среди женщин - 146. Среднее кол-во
просмотров продукта В среди женщин - 63.



Среднее кол-во просмотров продукта А
среди мужчин - 193. Среднее кол-во
просмотров продукта В среди мужчин - 102.

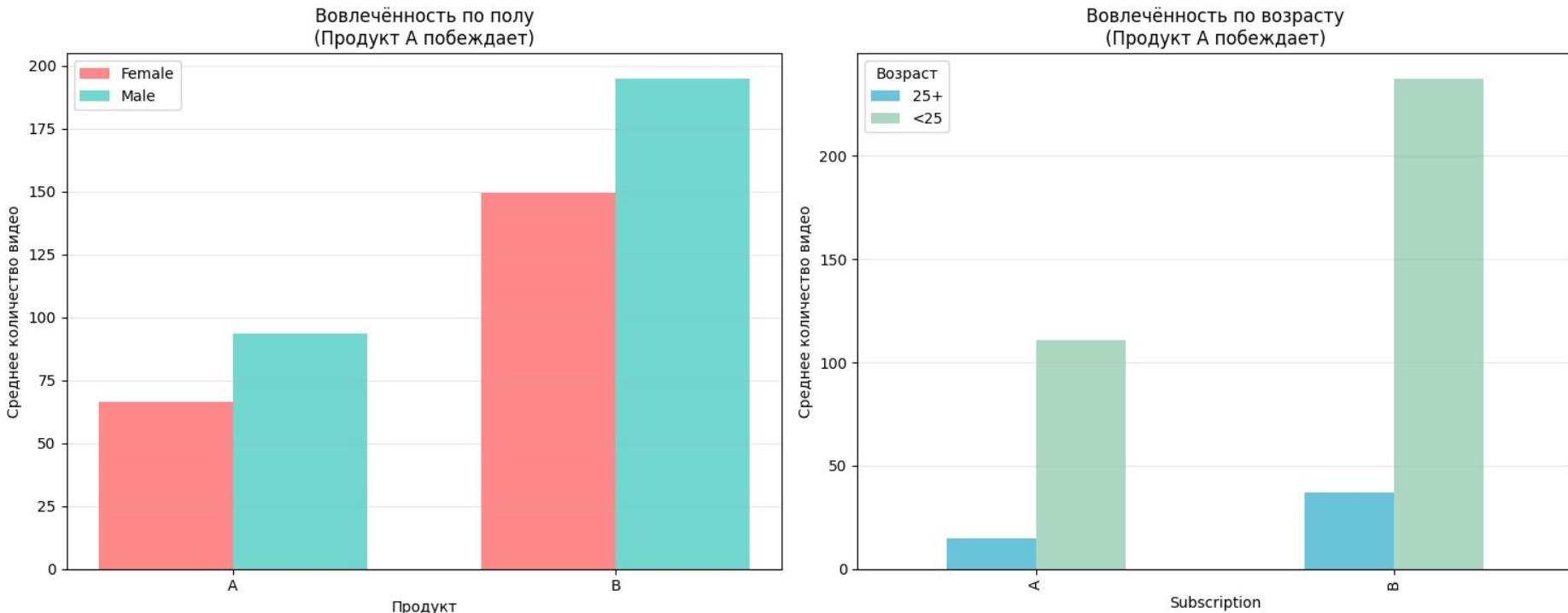


Преимущество в возрастных категориях
также у продукта А: 36 просмотров в
среднем против 14 просмотров в среднем в
категории 25+ и 233 просмотра в среднем
против 114 просмотров в среднем в
категории <25



Стратификация по полу и возрасту

Победа В





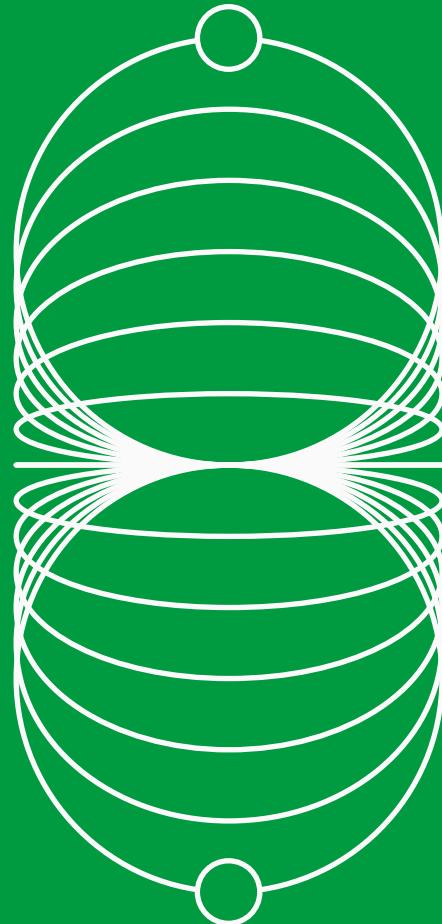
Среднее кол-во просмотров продукта А среди женщин - 66. Среднее кол-во просмотров продукта В среди женщин - 149.



Среднее кол-во просмотров продукта А среди мужчин - 93. Среднее кол-во просмотров продукта В среди мужчин - 195.



Преимущество в возрастных категориях также у продукта В: 37 просмотров в среднем против 15 просмотров в среднем в категории 25+ и 237 просмотра в среднем против 111 просмотров в среднем в категории <25





Вопросы