

[APP]Доп точки в карту

- 0. Рабочая группа
- 1. Описание
 - 1.1 Дизайн
 - 1.2. Шаги сценария
- 2. Эпики Jira
- 3. Аналитика
 - 3.1 Описание новых событий
 - 3.2 АБ тест
 - МДЕ: (метрика Сквозная конв в заказ с выбора на карте) 3 недель: Целевая метрика - ord_flg MDE равно 2.61%
 - 3.3 Метрики
 - 3.4 Подведение итогов
 - 3.5 Вывод и рекомендации
 - 3.5 Вывод и рекомендации
- 4. Тестирование
- 5. Подготовка к внедрению
- 6. Внедрение
- 7. Соглашения
- 8. Action items
- Приложение
- Полезные ссылки

0. Рабочая группа

Кто	Роль
Неизвестный пользователь (pyatkov.vo)	Product owner
Неизвестный пользователь (zhukov.es)	Дизайнер
Неизвестный пользователь (istomin.ns)	Аналитик
Кудряшов Алексей Сергеевич	Разработчик мобильного приложения
Якубов Роман Владимирович	QA Backend
Неизвестный пользователь (zhdanova.is)	QA Mobile
Кудряшов Алексей Сергеевич	Ответственный разработчик

1. Описание

Гипотеза:

as is: при переходе в полку и джобы алкоголя нет возможности сразу перейти в поиск по карте

to be: добавить точку входа на карту как в самовывозе и аптеках

гипотеза добавление поиска по карте увеличит конверсию в оформление

Где добавить:

джоба алкоголь и кешбек

джоба 2го уровня в самовывозе (алкоголь, кешбек)

полка алкоголь и кешбек

1.1 Дизайн

макеты

1.2. Шаги сценария

Делаем под А/В

ios android	pickup_map_in_alco_retailers	https://paas-content-growth-ab-platform-front.sbmt.io/ab/54f87831-d687-4f71-8d78-d4b458ec8aa1	https://paas-content-growth-ab-platform-front.sbmt.io/ab/8b999279-3872-49f4-b48f-a4cd6e596514	Параметр - feature_stat e. Группы: <ul style="list-style-type: none"> test <ul style="list-style-type: none"> feature_stat_e = 1 control <ul style="list-style-type: none"> feature_stat_e = 0 	5 недели	24.09			
----------------	------------------------------	---	---	---	----------	-------	--	--	--

МДЕ: (метрика Сквозная конв в заказ с выбора на карте)

3 недель: Целевая метрика - ord_flg MDE равно 2.61%

4 недель: Целевая метрика - ord_flg MDE равно 2.30%

5 недель: Целевая метрика - ord_flg MDE равно 2.07%

6 недель: Целевая метрика - ord_flg MDE равно 1.91%

ноутбук: Подсчет MDE для До точки на карту.ipynb

Фича не самая важная, больше гигиена, раскатка не горит, воронку из джобы алкоголя долго красить в связи с небольшой посещаемостью + на карту из выбора магазина заходят не все. Держим 5 недель

3.3 Метрики

тип	название метрики	из события	в событие
основная	сквозная в заказ в рамках выбора магазина из алкоджобы		
контр	смена магазина в рамках заказа самовывоза из алкоритейлеров		
прокси	конверсия из карты в выбор магазина алкоритейлеров		
доп	доля отмен в алкоритейлерах		

3.4 Подведение итогов

название метрики	результат	комментарий
<u>Конверсия сквозная из выбора алкоритейлера в заказ</u>	p-value: 0.41 (контрольная) 3.33 % --> (тестовая) 3.39 % абсолютные изменения: 0.059 % относительные изменения: 1.758 %	Можно сказать что фича практически не повлияла на сквозную конверсию в заказ.
Конверсия сквозная из выбора алкоритейлера в чекаут	p-value: 0.97 (контрольная) 6.89 % --> (тестовая) 6.89 % абсолютные изменения: 0.003 % относительные изменения: 0.046 %	Аналогично для чекаута.

Пошаговая из выбора алкоритейлера в добавление товара	<p>p-value: 0.31</p> <p>(контрольная) 15.74 % --> (тестовая) 15.88 %</p> <p>абсолютные изменения: 0.145 %</p> <p>относительные изменения: 0.918 %</p>	Аналогично для добавления товара в корзину
Пошаговая из выбора алкоритейлера в выбор магазина	<p>p-value: 0.13</p> <p>(контрольная) 41.43 % --> (тестовая) 41.72 %</p> <p>абсолютные изменения: 0.288 %</p> <p>относительные изменения: 0.694 %</p>	Не смогли прокрасить даже выбор магазина
Пошаговая из выбора алкоритейлера в выбор магазина (на карте)	<p>p-value: 0.2</p> <p>(контрольная) 0.41 % --> (тестовая) 0.38 %</p> <p>абсолютные изменения: 0.031 %</p> <p>относительные изменения: -7.645 %</p>	Вероятно, все дело в том, что фичей воспользовалось меньше 15% аудитории, которые находились на этапе выбора ритейлера
<u>Доля отмен заказов самовывоза</u>	<p>p-value: 0.65</p> <p>(контрольная) 25.29 % --> (тестовая) 25.02 %</p> <p>абсолютные изменения: 0.273 %</p> <p>относительные изменения: -1.081 %</p>	Целились на снижение доли отмен, но результата не получили.
Средний чек заказов самовывоза	<p>p-value: 0.16</p> <p>(контрольная) 2914.77 --> (тестовая) 3025.72</p> <p>абсолютные изменения: 110.948</p> <p>относительные изменения: 3.806 %</p>	Красные прокрасы с АБ платформы не подтвердились в реальности
Частотность заказа самовывоза	<p>p-value: 0.81</p> <p>(контрольная) 1.9 --> (тестовая) 1.88</p> <p>абсолютные изменения: 0.023</p> <p>относительные изменения: -1.22 %</p>	Красные прокрасы с АБ платформы не подтвердились в реальности

Ноутбук с расчётами - [\[app\] Доп точки на карту.ipynb](#)

3.5 Вывод и рекомендации

Серый тест, по итогам которого сложно сказать, повлияла ли как то фича на поведение пользователя. Как итог - отсутствие красных прокрасов и полностью серые прокрасы. Меньше 15% аудитории воспользовались фичей. Как было описано в критериях принятия решения, тк нет падения конверсий, то будем все равно раскатывать в рамках улучшения вариативности флоу самовывоза

3.5 Вывод и рекомендации



Описываем свой вывод на основании предыдущего пункта и выдаем рекомендации о раскатке и дальнейших шагах.

4. Тестирование



Этот пункт заполняет QA инженер

5. Подготовка к внедрению



Этот пункт заполняют мобильные разработчики.

6. Внедрение

7. Соглашения

8. Action items



Приложение

Полезные ссылки



Здесь можно добавить ссылки на связанные с задачей страницы. Например, описание фичи со стороны бэкенда или продуктов