

Калькулятор финансовых эффектов гипотез 2022-2024

- [Файл калькуляторов \(отдельно для 2023 и 2024гг\)](#)
- [Цели](#)
- [Yet another hypothesis calculator](#) - особенности
- Калькулятор подходит вам если:
- [How-to калькулятор AOV](#)
 - Пример: как посчитать прирост цены товара (на примере фичи рекомендаций "Не показывать дешевые товары в рекомендательных блоках")
 - How-to оценить долю заказов, в которой будет использоваться фича
- [How-to калькулятор конверсии в заказ](#)
 - How-to оценить долю заказов, в которой будет использоваться фича
- [Ограничения:](#)

Файл калькуляторов (отдельно для 2023 и 2024гг)

2023:

калькулятор по Loyalty: [Loyalty_q4.xlsx](#)

2024:

Для факта Q2: [Калькулятор гипотез v16_2024_для факта Q2_a.xlsx](#)

Для плана Q3: [Калькулятор гипотез v17_2024_для плана Q3_a.xlsx](#)

Лог

v2	21.09 .22	добавлен фин.расчет гипотез на частотность
v3	28.09 .22	обновлены финансовые вводные по БП 26.09
v4	14.10 .22	исправлена ошибка в формулах "Оценка_гипотез_частота" (столбцы N:O) и обновлен календарь релизов
v5	14.12 .22	обновлены "Вводные пл платформам" за период 14/11-11/12/2022 по финансовым показателям и за окт-22 по конверсиям (из-за проблем с rudderstack более актуальных надежных данных нет)
v6	03.02 .23	исправлена ошибка в графике раскатки (если не указана дата начала, то 0% все месяцы) обновлены финансовые вводные по БП 20.01 обновлен к-т затухания эффекта (начиная с 23'Q2) заблокированы для редактирования столбцы А и В калькуляторов. Пароль защиты листов: 123456
v8	28.03 .23	обновлены вводные по платформам и календарь релизов - Юля, 23.03
		исправлена ошибка в графике раскатки (взвешивание по платформам) во всех калькуляторах
		обновлен к-т затухания эффекта (начиная с 23'Q3)
		обновлены финансовые вводные по БП 20.03
v9	06.04 .23	исправлена ошибка в столбце J сквозная конверсия прогнозируемая (лист оценка гипотез конверсия)
v 10	21.06 .23	добавлен признак квартала, затухание и расчет 12 месяцев в зависимости от номера квартала
		добавлен 2024 год, убран 2022 год
		добавлена сумма GMV за будущих 12 месяцев (начиная с 1 месяца текущего квартала)
		обновлены финансовые вводные по DRAFT БП 20.06
		на листе "Оценка_гипотез_конверсия" исправлена ошибка в формулах: $I=E$, $J=I*(1+G*N)$. Избавились от двойного умножения на долю заказов
		обновлены продуктовые вводные на листе "Вводные по платформам"

v 11	18.12.2023	обновлены фактические данные на окт 23 и ноя 23
v 12	18.12.2023	калькулятор обновлен для расчета инициатив на 2024 год
v 13	19.12.2023	Упрощен калькулятор по среднему чеку. В столбце D теперь вставляем % увеличения AOV В сводных вкладках добавлена разбивка эффектов по месяцам
v 14	11.03.2024	Обновлен факт на янв-фев
v 15	11.03.2024	Файл подготовлен для планирования Q2
v 16	03.06.2024	Файл подготовлен для расчета факта Q2
v 17	03.06.2024	Файл подготовлен для планирования Q3

Цели

- 1. Сравнимые между доменами и командами оценки гипотез для ежеквартальной приоритизации
- 2. Оценка экономического эффекта от инициатив по утвержденной финансистами модели

Yet another hypothesis calculator - особенности

- 1. Методология пересчета изменения продуктовых метрик на GMV согласована с финансистами (Софьей Борецкой, которая отвечает за финансово-экономическую оценку продуктовых инициатив)
- 2. Для оценки GMV в модели использует бизнес-план на 2022-2023 год
- 3. Модель учитывает планируемый период А/Б тестирования и эффект от постепенной раскатки версии приложения

Калькулятор подходит вам если:

Ваша гипотеза растит одну из двух метрик:

- 1. Товарную составляющую среднего чека (количество товаров в заказе или среднюю цену товара). У AOV есть еще компонента service fee и advertising revenue, для гипотез которые влияют на них этот калькулятор не подходит
- 2. Конверсию из захода в доставку заказа (число доставленных заказов)

How-to калькулятор AOV

внести вашу оценку изменения метрики + сроки А/Б сюда подставляются константы с вкладкой Бюджет по платформам		1		2		4		3							
Платформа	Фича	Среднее число товаров в заказе	Средняя цена товара в заказе	Увеличение числа позиций (процент)	Увеличение стоимости товара (процент)	Увеличиваем средний чек на аудитории и платформе, на которую	В каком % оформленных заказов пользователь использует функционал	Увеличиваем средний чек на платформе, на которую влияем	Доля платформы в заказах	Расчет влияния на общий AOV	Оценка GMV в финансовом калькуляторе , тыс. руб.	Оценка GMV в финансовом калькуляторе , тыс. руб.	AB дата начала (округлить до ближайшего)	AB количество недель теста	AB доля аудитории (тест+контроль)
1) #all	Рекомендации в zero-screen-ax	20,63	110,42	9%		9%	8%	0,7%	48%	0,8%	187.655	741.529	25.08.2022	1	50%
android	Рекомендации в zero-screen-ax														
web	Рекомендации в zero-screen-ax	25,60	129,12	15%		15%	8%	1,2%	8%	0,1%			15.09.2022	1	50%
ios	Рекомендации в zero-screen-ax	20,49	124,68	9%		9%	8%	0,7%	44%	0,3%			10.09.2022	1	50%

- 1. Внести вашу оценку прироста среднего числа позиций на 1 заказ и средней стоимости товара в заказе, где будет использоваться функционал

Пример: как посчитать прирост цены товара (на примере фичи рекомендаций "Не показывать дешевые товары в рекомендательных блоках")

Не показывать дешевые товары в рекомендательных блоках	Прогнозируемый прирост цены товара из рек блока	Среднее число позиций в заказе текущее	Среднее число позиций из рек в заказе с рекомендованными товарами	Увеличение стоимости товара в заказе с покупкой из рекомендаций %
android	1%	20,8	3,0	0,14%
ios	1%	20,7	3,0	0,14%
web	1%	25,9	3,0	0,12%

- Оценить, в каком % заказов на каждой платформе будет использоваться ваш функционал

How-to оценить долю заказов, в которой будет использоваться фи́ча

Для источников добавления товара, которые уже существуют, вы можете посчитать по историческим данным отношение:

[количество заказов в которых успешно применена фи́ча] / [все завершенные заказы]

Можно ориентироваться на таблицу с % заказов, в которых встречается товар (лист "Вводные").

- Внести информацию про планируемый А/Б: дату начала, сколько будет идти, % трафика
- В колонках "Оценка GMV" автоматически появится пересчет гипотезы в GMV на 2022-2023 год в тысячах рублей.

How-to калькулятор конверсии в заказ

внести вводные для вашей метрики + сроки А/Б сюда подставляются константы																				5				4	
Платформа	Фи́ча	Целевая метрика	В каком % оформленных заказов пользователь использует функционал	Значение вашей целевой конверсии	Увеличение вашей целевой конверсии (процент)	Нарядная конверсия заказов (усреднение 4 недель)	Нарядная конверсия заказов, выраженная от всей регистрации	Словесная конверсия (процент)	Average WAU (усреднение 4 недель)	Средняя частота заказов в неделю	Количество заказов total	Количество заказов total (на которые влияет)	Количество заказов total (на которые влияет)	Изменение заказов	Расчет влияния на общее число заказов %	Оценка GMV в финансовом калькуляторе, тыс. руб., 2022	Оценка GMV в финансовом калькуляторе, тыс. руб., 2023	АБ дата начала (округлить до ближайшего понедельника). Для web - дата релиза фи́чи	АБ количество недель теста	АБ доля прод (тест+контроль)					
web	Фи́ча на чекауте в Odeskia 2		100.0%	79.0%	1.0%	29.6%	29.6%	29.6%	665 327.00	1.29	447 330	447 330	447 330	0.569	1.2%	281 368	1 176 096	29.08.2022	3						
android	Фи́ча на чекауте в Odeskia. Фи́ча: заказ успешно > заказ		100.0%	79.0%	4.0%	5.2%	5.2%	5.2%	558 300.75	1.24	38 205	38 205	37 653	1.449				15.09.2022	3						
ios	Фи́ча на чекауте в Odeskia. Фи́ча: заказ успешно > заказ		100.0%	79.0%	1.0%	29.6%	29.6%	29.6%	910 939.75	1.31	199 205	199 205	200 187	1.982				10.09.2022	3						

- Внести вашу целевую конверсию и ее значение (для справки)
- Внести вашу оценку прироста целевой конверсии
- Внести вашу оценку, в каком % заказов пользователь успешно воспользуется вашей фи́чей

How-to оценить долю заказов, в которой будет использоваться фи́ча

Если фи́ча уже существует, можно прикинуть данным отношение:

[количество заказов, где пользователь успешно прошел оба шага вашей целевой конверсии и завершил заказ] / [все завершенные заказы]

Пример:

- целевая метрика конверсия "чекаут заказ": фи́ча влияет на 100% оформленных заказов на платформе
- целевая метрика конверсия "начало ввода адреса ввод адреса": фи́ча влияет на 15% оформленных заказов

- Внести информацию про планируемый А/Б: дату начала, сколько будет идти, % трафика
- В колонках "Оценка GMV" автоматически появится пересчет гипотезы в GMV на 2022-2023 год

Ограничения:

- Сейчас отдельный калькулятор для эффекта от AOV, отдельный для эффекта от числа заказов. Ограничение связано с тем что модель расчета по бизнес-плану немного разная. Если по фидбэку использования будет много продуктовых гипотез, которые планируют растить обе метрики, подумаем над объединением.
- Калькулятор конверсии подходит только для оценки гипотез, увеличивающих число заказов. Если промежуточная конверсия не приводит к росту конверсии в заказ - калькулятор не подходит для перевода ее в деньги.
- Калькулятор AOV подходит только для оценки гипотез, которые таргетируют товарную часть чека. Не подходят для тестов, где прирост происходит за счет service fee.
- Retention, CR, частота заказов и другие метрики - в бэклоге

За поддержку страницы отвечает [Юлия Зиновьева](#)