



Планирование эксперимента

4/4 баллов получено (100%)

Отлично!

Пересдать

Главная страница курса



Баллов: 1
/ 1

1.

В каких ситуациях лучше **не** использовать АБ-тестирование?



Когда мы проверяем эффективность какой-то совершенно новой функции нашего продукта, введение которой полностью меняет пользовательский сценарий



Правильно

Пользователям может быть нужно много времени, чтобы понять, как пользоваться совершенно новыми им функциями



Когда мы хотим исследовать взаимодействие пользователей с продуктом в максимально естественной среде: АБ-тест слишком искусственен, лучше провести опрос и явно выяснить у пользователей, нравится ли им изменение



Правильный вариант не выбран



Когда мы плохо понимаем, как и зачем пользователь взаимодействует с нашим продуктом, — в таком случае лучше провести фокус-группу



Правильно



Когда мы проверяем эффективность небольшого изменения: вряд ли оно сильно влияет на пользователей, поэтому, чтобы заметить эффект, нужно очень много испытуемых. Делать на них АБ-тест дорого, дешевле провести опрос.



Правильный вариант не выбран



Баллов: 1
/ 1

2.

Выберите верные утверждения о дизайне АБ-тестов.



Нельзя одновременно проводить несколько экспериментов на одних и тех же пользователях



Правильный вариант не выбран



Рандомизация, то есть, случайное распределение пользователей по экспериментальным группам, автоматически балансирует их по всем демографическим показателям



Правильно

Верно, особенно, когда выборки достаточно большие



Если мы хотим показать каждому пользователю два варианта функциональности, нужно, чтобы это делалось в случайном порядке, иначе между группами возникает систематическое различие



Правильно

Самый простой пример: если мы сравниваем два лекарства по результатам прохождения испытуемым какого-нибудь теста, во второй раз проходить его уже будет легче, поэтому результаты будут систематически лучше. Чтобы этого избежать, нужно давать лекарства в разном порядке.



Только стратификацией пользователей можно добиться того, что сравниваемые группы пользователей будут одинаковы по полу, возрасту и прочим интересующим нас показателям



Правильный вариант не выбран



Баллов: 1
/ 1

3.

Какие требования предъявляют к offline метрикам качества?



Корреляция с ключевыми показателями бизнеса



Правильный вариант не выбран



Корреляция с online метриками качества



Правильно

Корреляция с online метриками качества важна, потому что решение о проведении online эксперимента принимается по offline метрикам качества. Конечно, всегда хочется, чтобы в случае, когда по offline метрикам мы видим прирост качества, то же самое подтверждалось и в online эксперименте — отсюда требование наличия корреляции.



Возможность расчета в offline по историческим данным



Правильно

Возможность расчета по историческим данным является одним из ключевых требований, предъявляемых к offline метрикам. Это происходит, потому что оценивание изменений по историческим данным — основной сценарий их использования.



Баллов: 1
/ 1

4.

Как провести АБ-тест в случае, когда отсутствует возможность напрямую измерить KPI (ключевой бизнес показатель) метрику непосредственно во время эксперимента?



Принять решение о том, что интересующее изменение не будет внедрено, так как нет возможности его предварительно оценить.



В этой ситуации проведение АБ-теста невозможно, нужно выбрать другую методику тестирования изменения — например, провести опрос или фокус-группу.



Использовать промежуточную проху-метрику, которая согласована с KPI-метрикой и которую можно измерить непосредственно во время эксперимента.



Правильно



Принять решение о внедрении изменения по offline метрике качества

