

[КОАН-12428] Гипотезы рекламы в потоке v4. Блок внутри стори потока + бровь у бенгера

- Карточка а/б теста
 - Анализ эксперимента
 - Выручка
 - Монетарные метрики
 - Ручной расчет
 - Разбивка по рекламным местам по флагам РСЯ
 - Результаты
 - Примечание
 - Выводы
 - Скрипты

Карточка а/б теста

Этап	АНАЛИЗ												
Проработка	Детальный												
Краткое описание	<p>Цель: Рост выручки рекламы в поток v4</p> <p>Описание: Продолжаем поиски катаильного конфига рекламы для потока v4.</p> <p>В эксперименте две выборки:</p> <p>тест 1 - бровь над бенгером "Продолжение после рекламы"</p> <p>тест 2 - блок внутри стори Потока высотой 100px.</p>												
Поверхности	<table border="1"><thead><tr><th>Поверх.</th><th>% Аудитор.</th><th>Длит. дн. (план)</th><th>Длит. дн. (факт)</th></tr></thead><tbody><tr><td>Touch</td><td>6% = 2 × 3%</td><td>14</td><td>7</td></tr><tr><td>YaStart</td><td>6% = 2 × 3%</td><td>14</td><td>7</td></tr></tbody></table>	Поверх.	% Аудитор.	Длит. дн. (план)	Длит. дн. (факт)	Touch	6% = 2 × 3%	14	7	YaStart	6% = 2 × 3%	14	7
Поверх.	% Аудитор.	Длит. дн. (план)	Длит. дн. (факт)										
Touch	6% = 2 × 3%	14	7										
YaStart	6% = 2 × 3%	14	7										

Метрики	Touch		
		Фактическое изменение, %	
	Метрика	[1451329] бровь над бэнгером	[1451330] баннер внутри стори
	Revenue	-4,8% [-478,4 к/день]	-1,6% [-159,2 к/день]
	Показы	-1,7% (в экспе -1,2 млн)	+3,2% (в экспе +2,2 млн)
	Клики	-2,2% (в экспе -23,7 тыс)	-1,4% (в экспе -15,1 тыс)
	CPM РСЯ	-3,6% (в экспе -2,1)	-4,3% (в экспе -2,5)
Метрики	CTR РСЯ	-1,1% (в экспе -0,02)	-1,9% (в экспе -0,03)
	YaStart		
		Фактическое изменение, %	
	Метрика	[1451288] бровь над бэнгером	[1451310] баннер внутри стори
	Revenue	-1,6% [-144,4 к/день]	+0,4% [+38,8 к/день]
	Показы	-1,9% (в экспе -1,1 млн)	+4,9% (в экспе +2,7 тыс)
	Клики	-3,0% (в экспе -33,6 тыс)	-1,6% (в экспе -17,9 тыс)
Команда	Реклама		
	Направление	Рекламных технологий и продуктов	
	Ответственный Продакт	Афоняшина Екатерина	
	Ответственный Аналитик	Забелина Инесса	
	Ссылки	Задача на анализ а/б теста	KOAN-12428 - Getting issue details... STATUS
		Абшница	Touch: https://ab.yandex-team.ru/task/EXPERIMENTS-244739 YaStart: https://ab.yandex-team.ru/task/EXPERIMENTS-244733
	Дата старта	2025-12-17	
Дата окончания	2025-12-24		

Краткий результат	<p>Гипотеза с ростом конверсии из расхлопа в поток в выборках [1451288] и [1451329] с бровью над бэнгером не подтвердилась. Рост в эксперименте за счет механики мягкого скролла - до 15% на тачах и до 12% на Я.Старте (см. [KOAN-12324] Мягкий скролл в потоке V4 [Новости])</p> <p>В выборках [1451310] и [1451330] с баннером внутри стори удается нарастить выручку относительно выборки с бровью над бэнгером и за счет дополнительного рекламного места отбить падение в v4 потока, но в интеграле</p> <ul style="list-style-type: none"> * на Тачах все еще теряем -1,6% выручки * на Я.Старте остаемся при своих - выручка серая +0,4% <p>Показы растут за счет добавления нового места: Тач +3,2%(в экспе +2,2 млн) и Я.Старт +4,9% (в экспе +2,7 тыс).</p> <p>Клики растут относительно выборок с бровью над бэнгером, но в абсолюте падают на Тачах -1,4% (в экспе -15,1 тыс) и Я.Старт -1,6%(в экспе -17,9 тыс).</p> <p>СРМ падает на Тач -4,3% (в экспе -2,5) и Я.Старт -2,9% (в экспе -1,9) за счет добавления более дешевого рекламного места (СРМ баннера внутри стори - 26 рублей за 1000 показов), но также присутствует эффект каннибализации на Тачах, так как СРМ бэнгера снизился на 10% относительно выборки с бровью над бэнгером.</p> <p>Рекомендации: Выборки [1451288] и [1451329] с бровью над бэнгером не катим. Гипотеза не подтверждена.</p> <p>Так как эксперимент с переносом бэнгера над медиаблоком с плюсом по выручке и ростом монетарных метрик , то рекомендуется рассмотреть его в приоритете - [KOAN-12427] Гипотезы рекламы в потоке v4. Реклама перед медиаблоком.</p> <p>Наиболее рабочий вариант - нарастить выручку за счет повышения видимости бэнгера в первом расхлопе, как одного из самых дорогих рекламных форматов.</p>
Катим на прод	Катить не рекомендуется
Дата выхода в прод	

Анализ эксперимента

Выручка

Touch

Группа	РСЯ	МТ	Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	Раскатка на 100% (к/день)
[1451328] Контроль	3 443 347	564 939	4 008 286			
[1451329] Бровь над бэнгером	3 286 427	530 498	3 816 925	-191 360	-4,8%	-478,4
[1451330] Баннер внутри стори	3 294 237	650 363	3 944 600	-63 688	-1,6%	-159,2

YaStart

Группа	РСЯ	МТ	Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение, %	Раскатка на 100% (к/день)
[1451287] Контроль	3 177 417	531 509	3 708 926			
[1451288] Бровь над бэнгером	3 159 334	491 825	3 651 159	-57 766	-1,6%	-144,4
[1451310] Баннер внутри стори	3 086 378	638 078	3 724 456	15 530	0,4%	38,8

Монетарные метрики

Touch

Группа	Показы РСЯ	Показы МТ	Показы Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	Клики РСЯ	Клик и МТ	Клики Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	СРМ РСЯ	СРМ МТ	СРМ Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	CTR РСЯ	CTR МТ	CTR Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение
[1451328] Контроль	59 612 591	9 130 025	68 742 616			1 028 650	29 938	1 058 588			57,8	61,9	58,3			1,73%	0,33%	1,54%		
[1451329] Бровь над бэнгером	58 990 634	8 567 949	67 558 583	-1 184 033 -1,7%		1 006 962	27 970	1 034 932	-23 656 -2,2%		55,7	61,9	56,5	-1,8	-3,1%	1,71%	0,33%	1,53%	0,0%	-0,5%

[1451330] Баннер внутри стори	59 563 088	11 347 690	70 910 778	2 168 162	3,2%	1 007 553	35 999	1 043 552	-15 036	-1,4%	55,3	57,3	55,6	-2,7	-4,6%	1,69%	0,32%	1,47%	-0,1%	-4,4%
-------------------------------	------------	------------	------------	-----------	------	-----------	--------	-----------	---------	-------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

YaStart

Группа	Показы РСЯ	Показы МТ	Показы Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	Клики РСЯ	Клик и МТ	Клики Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	CPM РСЯ	CPM МТ	CPM Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение	CTR РСЯ	CTR МТ	CTR Тотал	Абсолютное изменение	Относительное изменение
[1451287] Контроль	46 709 871	9 026 343	55 736 214			1 090 161	26 007	1 116 168			68,0	58,9	66,5			2,33%	0,29%	2,00%		
[1451288] Бровь над бэнгером	46 298 251	8 379 954	54 678 205	-1 058 009	-1,9%	1 059 314	23 250	1 082 564	-33 604	-3,0%	68,2	58,7	66,8	0,2	0,3%	2,29%	0,28%	1,98%	0,0%	-1,1%
[1451310] Баннер внутри стори	46 701 358	11 740 114	58 441 472	2 705 258	4,9%	1 064 526	33 773	1 098 299	-17 869	-1,6%	66,1	54,4	63,7	-2,8	-4,2%	2,28%	0,29%	1,88%	-0,1%	-6,2%

Ручной расчет

Расчеты за период:

Разбивка по рекламным местам по флагам РСЯ

Touch

Тестовая группа	Рекламное место	Клики	cpm	ctr	Выручка	show_rate	Показы	fill_rate	
[1451329] Бровь над бэнгером	discrete_banger	76 651	229 ,4	9 ,5	185 461		11 ,1	808 586	81,7
[1451330] Баннер внутри стори	discrete_banger	82 075 5 424	204 ,0 -25,4	9 ,0 -0,5	186 529 1 068		12 ,7 1,6	914 535 105 949	80,3 -1,4
[1451329] Бровь над бэнгером	discrete_feed	56 023	243 ,7	7 ,9	173 263		6,4	710 965	78,4
[1451330] Баннер внутри стори	discrete_feed	55 863 -160	254 ,1 10,4	7 ,7 -0,2	185 385 12 122		6,5 0,1	729 496 18 531	81,4 3,0
[1451329] Бровь над бэнгером	tsar	1 319	5,3	0 ,3	2 668		59 ,9	507 693	42,0
[1451330] Баннер внутри стори	tsar	1 476 157	5,8 0,5	0 ,3 0,0	3 165 497		59 ,4 -0,5	546 824 39 131	42,0 0,0
[1451330] Баннер внутри стори	tiktok_digest_instory_bottom	4 455	2 9,0	0 ,9	14 263		7,6	491 379	43,6

YaStart

Тестовая группа	Рекламное место	Клики	cpm	ctr	Выручка	show_rate	Показы	fill_rate
[1451288] Бровь над бэнгером	discrete_banger	112 142	224	1 1,5	218 414	11,3	975 214	77 ,2
[1451310] Баннер внутри стори	discrete_banger	124 171 12 029	209 -14,5	1 1,5 0,0	226 957 8 543	12,9 1,6	1 083 554 108 340	75 ,9 -1,2
[1451288] Бровь над бэнгером	discrete_feed	76 064	231	8,0	218 250	,6 ,2	945 338	48 ,2
[1451310] Баннер внутри стори	discrete_feed	77 711 1 647 227 -3,7		8,1 0,0	218 713 6 463	,6 ,2	962 639 17 301	53 ,2 5,0
[1451288] Бровь над бэнгером	tsar	4 36	14	0,6	1 048	48,2	74 604	11 ,3
[1451310] Баннер внутри стори	tsar	5 76 1 40 14 -0,3		0,6 0,0	1 387 339	48,8 0,6	101 025 26 421	12 ,9 1,6
[1451310] Баннер внутри стори	tiktok_digest_instory_bottom	4 382	26	0,9	12 145	,8 ,0	471 696	31 ,6

Результаты

Гипотеза с ростом конверсии из расхлопа в поток в выборках [1451288] и [1451329] с бровью над бэнгером не подтвердилась. Рост в эксперименте за счет механики мягкого скролла - до 15% на тачах и до 12% на Я.Старте (см. [\[KOAN-12324\] Мягкий скролл в потоке V4 \[Новости\]](#))

В выборках [1451310] и [1451330] с баннером внутри стори удается нарастить выручку относительно выборки с бровью над бэнгером и за счет дополнительного рекламного места отбить падение в v4 потока, но в интеграле на Тачах все еще теряем **-1,6%** выручки (на Я.Старте остаемся при своих, выручка серая +0,4%)

Показы растут за счет добавления нового места: Тач **+3,2%**(в экспе +2,2 млн) и Я.Старт **+4,9%** (в экспе +2,7 тыс). Клики растут относительно выборок с бровью над бэнгером, но в абсолюте падают на Тачах -1,4% (в экспе -15,1 тыс) и Я.Старт -1,6%(в экспе -17,9 тыс). CPM падает на Тач **-4,3%** (в экспе -2,5) и Я.Старт **-2,9%** (в экспе -1,9)

за счет добавления более дешевого рекламного места (CPM баннера внутри стори - 26 рублей за 1000 показов), но также присутствует эффект каннибализации на Тачах, так как CPM бэнгера снизился на 10% относительно выборки с бровью над бэнгером из-за перераспределения траффи ка.

Примечание

Выводы

Выборки [1451288] и [1451329] с бровью над бэнгером не катим. Гипотеза не подтверждена.

Так как эксперимент с переносом бэнгера над медиаблоком с плюсом по выручке и ростом монетарных метрик , то рекомендуется рассмотреть его в приоритете.

Наиболее рабочий вариант - нарастить выручку за счет повышения видимости бэнгера в первом расхлопе, как одного из самых дорогих рекламных форматов.

Скрипты

Touch:

[Сбор метрик + Стат значимость](#)

[Разбивка по рекламным местам \(флаги РСЯ\)](#)

YaStart:

[Сбор метрик + Стат значимость](#)

[Разбивка по рекламным местам \(флаги РСЯ\)](#)