

# [KOAN-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><b>Цель:</b> Рост выручки рекламы в поток v4</p> <p><b>Описание:</b> Продолжаем поиски катибельного 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	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)
	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)
	CPM РСЯ	0,3% (в экспе +0,2)	-2,9% (в экспе -1,9)
	CTR РСЯ	-1,9% (в экспе -0,05)	-2,3% (в экспе -0,06)
Команда	Реклама		
Направление	Рекламных технологий и продуктов		
Ответственный Продакт	Афоняшина Екатерина		
Ответственный Аналитик	Забелина Инесса		
Ссылки	Задача на анализ аб теста	KOAN-12428 - Getting issue details... STATUS	
	АБшница	Touch: <a href="https://ab.yandex-team.ru/task/EXPERIMENTS-244739">https://ab.yandex-team.ru/task/EXPERIMENTS-244739</a> YaStart: <a href="https://ab.yandex-team.ru/task/EXPERIMENTS-244733">https://ab.yandex-team.ru/task/EXPERIMENTS-244733</a>	
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. <a href="#">[КОАН-12324] Мягкий скролл в потоке V4 [Новости]</a>)</p> <p>В выборках [1451310] и [1451330] с баннером внутри стори удастся нарастить выручку относительно выборки с бровью над бэнгером и за счет дополнительного рекламного места отбить падение в v4 потока, но в интеграле</p> <p>* на Тачах все еще теряем <b>-1,6%</b> выручки</p> <p>* на Я.Старте остаемся при своих - выручка серая <b>+0,4%</b></p> <p>Показы растут за счет добавления нового места: Тач <b>+3,2%</b>(в экспе +2,2 млн) и Я.Старт <b>+4,9%</b> (в экспе +2,7 тыс).</p> <p>Клики растут относительно выборов с бровью над бэнгером, но в абсолюте падают на Тачах <b>-1,4%</b> (в экспе -15,1 тыс) и Я.Старт <b>-1,6%</b>(в экспе -17,9 тыс).</p> <p>CPM падает на Тач <b>-4,3%</b> (в экспе -2,5) и Я.Старт <b>-2,9%</b> (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.</p> <p><b>Рекомендации:</b> 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 - <a href="#">[КОАН-12427] Гипотезы рекламы в потоке v4. Реклама перед медиаблоком.</a></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	Клики 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
[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	Относит ельное изменен ие	Клики РСЯ	Клик и МТ	Клики Тотал	Абсол ютное измене ние	Относит ельное изменен ие	CPM РСЯ	CPM МТ	CPM Тотал	Абсол ютное измене ние	Относит ельное изменен ие	CTR РСЯ	CTR МТ	CTR Тотал	Абсол ютное измене ние	Относит ельное изменен ие
[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 бангером	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 бангером	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 бангером	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 бангером	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_bot tom	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 бангером	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 бангером	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	463	6 ,4	0,2	962 639	17 301	53 ,2	5,0
[1451288] Бровь над бангером	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_bot tom	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 удастся нарастить выручку относительно выборки с бровью над бэнгером и за счет дополнительного рекламного мест 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 выборов 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 траффика.

## 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 \(флаги РСЯ\)](#)