



- Гипотеза понятно и чётко сформулирована
- Один эксперимент — одна гипотеза
- Счётчик Яндекс.Метрики корректно подключен, цели заданы
- В Яндекс.Директе счётчик Метрики добавлен в кампании
- Кампании в Директе таргетированы на нужные сегменты
- Одно изменение — один сегмент
- У кампаний одинаковый регион показа (если только разные настройки гео — не часть гипотезы)
- Кампании стартовали одновременно и работают одинаковый период
- Эксперимент идёт весь анализируемый период без пауз
- Данные за первый и последний день эксперимента не учитываются при анализе результатов как неполные
- По результатам эксперимента статистически значимые изменения запущены



- «Шашечки» не используются, поскольку разное время суток гарантирует разное поведение пользователей.
- Выводы, полученные на маленькой выборке (CTR, CPA, CPC, качество трафика и площадок), не стоит экстраполировать на большие кампании

Для проверки следующей гипотезы повторите все пункты