План теста и правило остановки

База: конверсия 2.51 %, 2 135 визитов в неделю. Мощность 80 %, значимость 5 %

Сколько нужно, чтобы увидеть эффект

Относительный эффект	Целевая конверсия, %	Выборка на группу	Всего визитов	Недель при текущем трафике
+10 %	2.756	64042	128084	60
+20 %	3.007	16749	33498	16
+30 %	3.258	7770	15540	8
+50 %	3.759	3031	6062	3

При базовой конверсии 2.51 процента и объёме 2 135 визитов в неделю эффект в пятую часть требует 16749 визитов на группу и примерно 16 недель. Эффект в десятую часть потребует 64042 визитов на группу — это 60 недель и вдвое больше денег.

Правило, названное до старта

Правило	Значение
Базовая конверсия	2.51 % (Метрика, 12.10–08.11.2026)
Уровень значимости	5 %, двусторонний
Мощность	80 %
Минимальный эффект, ради которого тестируем	+20 % к конверсии
Нужно визитов на группу	16749
Срок при 2 135 визитах в неделю	16 недели
Правило остановки	досрочно не останавливаем; смотрим раз в неделю
Что считаем успехом	покупка, а не корзина
Что признаём провалом	эффект меньше +10 % — гипотеза не подтвердилась

Чего тест не покажет

- Не покажет эффект меньше десятой части на текущем объёме: не хватит выборки, и это сказано заранее.
- Не заменит проверку соответствия объявления странице: если человек уходит на входе, тест оффера не поможет.
- Не отменит маркировку: два варианта — два креатива в ОРД по статье 18.1.

Источник: Метрика, счётчик 30738508 (buketopt.ru), 12.10–08.11.2026; Wordstat, регион 65; живая выдача Яндекса — 09.11.2026. Ставка и бюджет — вход кейса, помечены в листах.