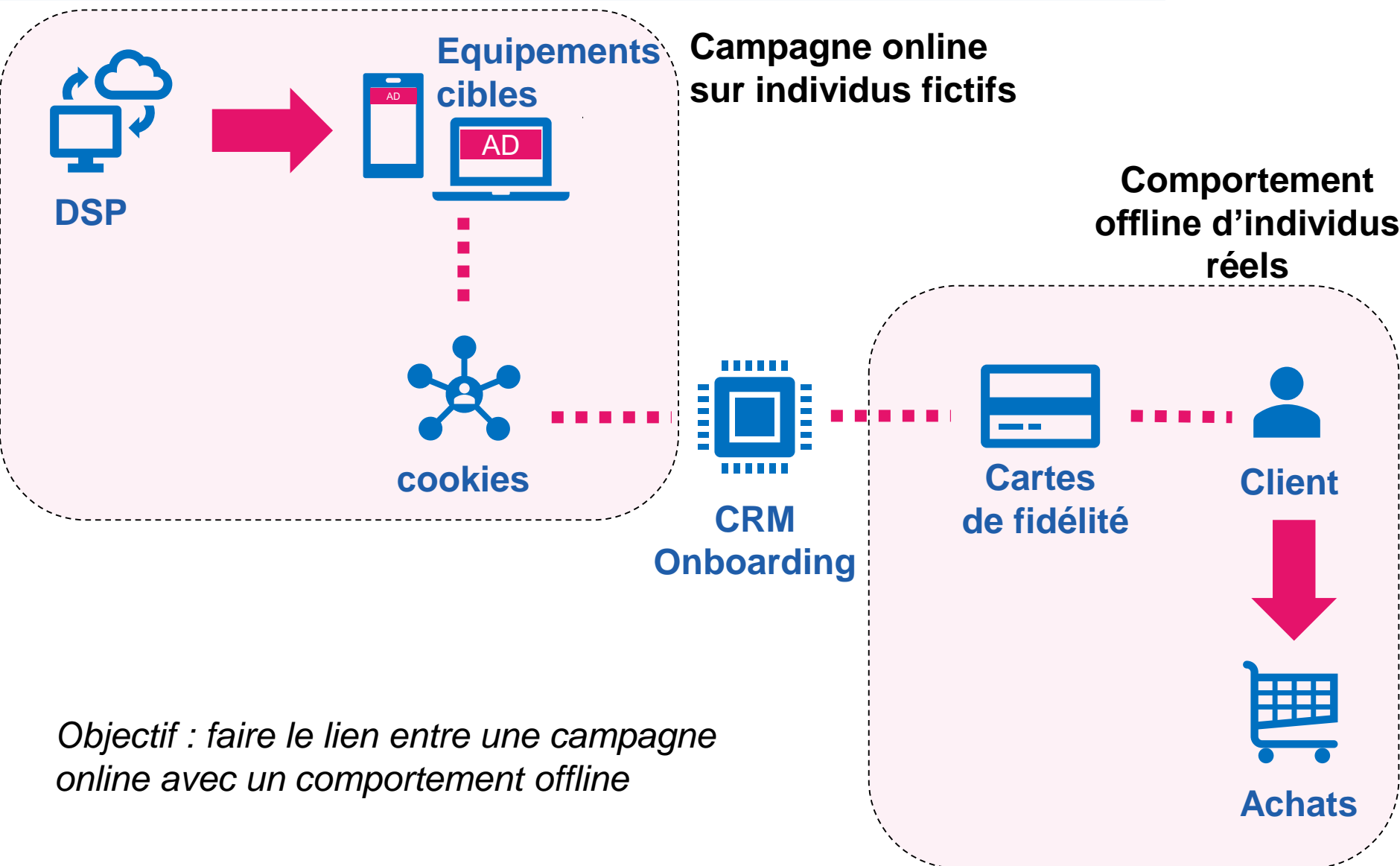




Présentation de l'audit

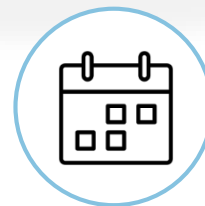
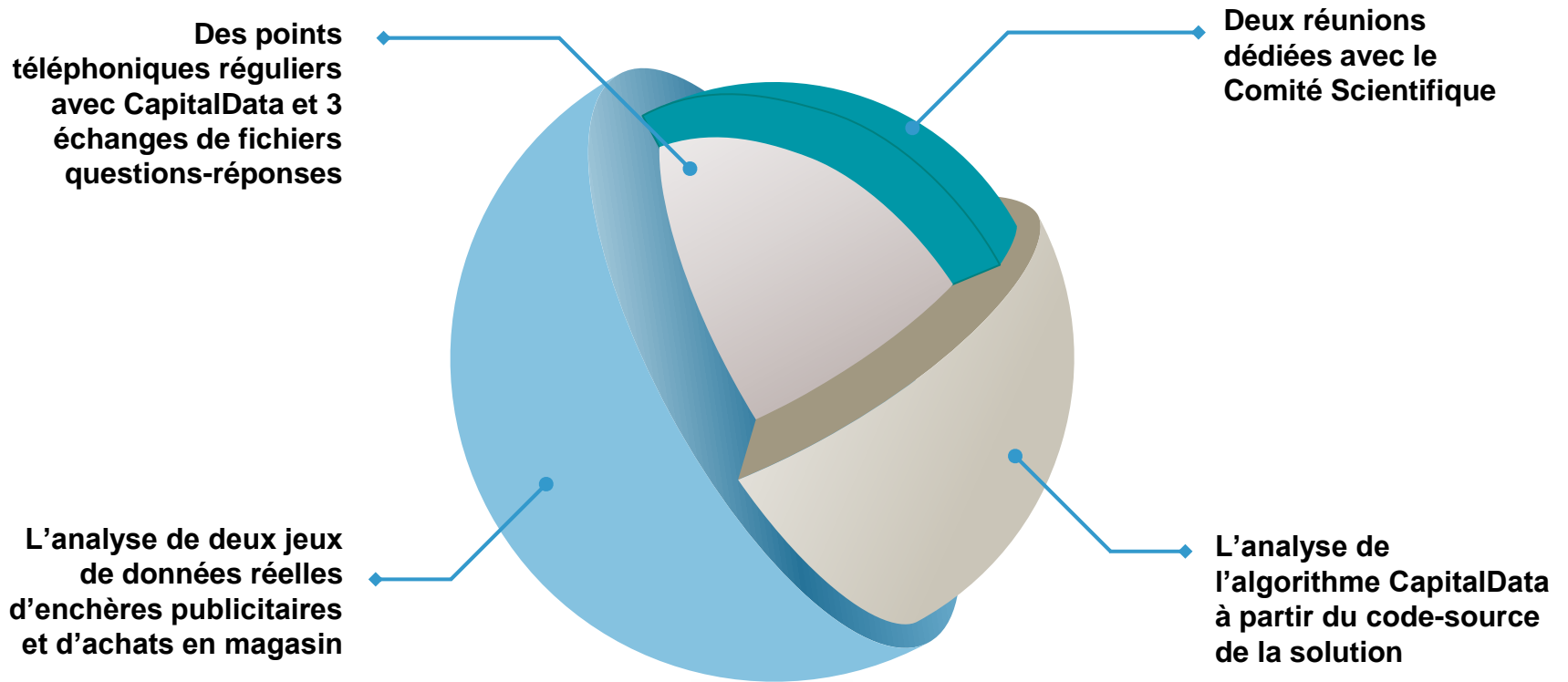
CAPITALDATA
HighCo

A graphic element consisting of five red, stylized flower-like shapes arranged in a cluster to the right of the 'HighCo' text.

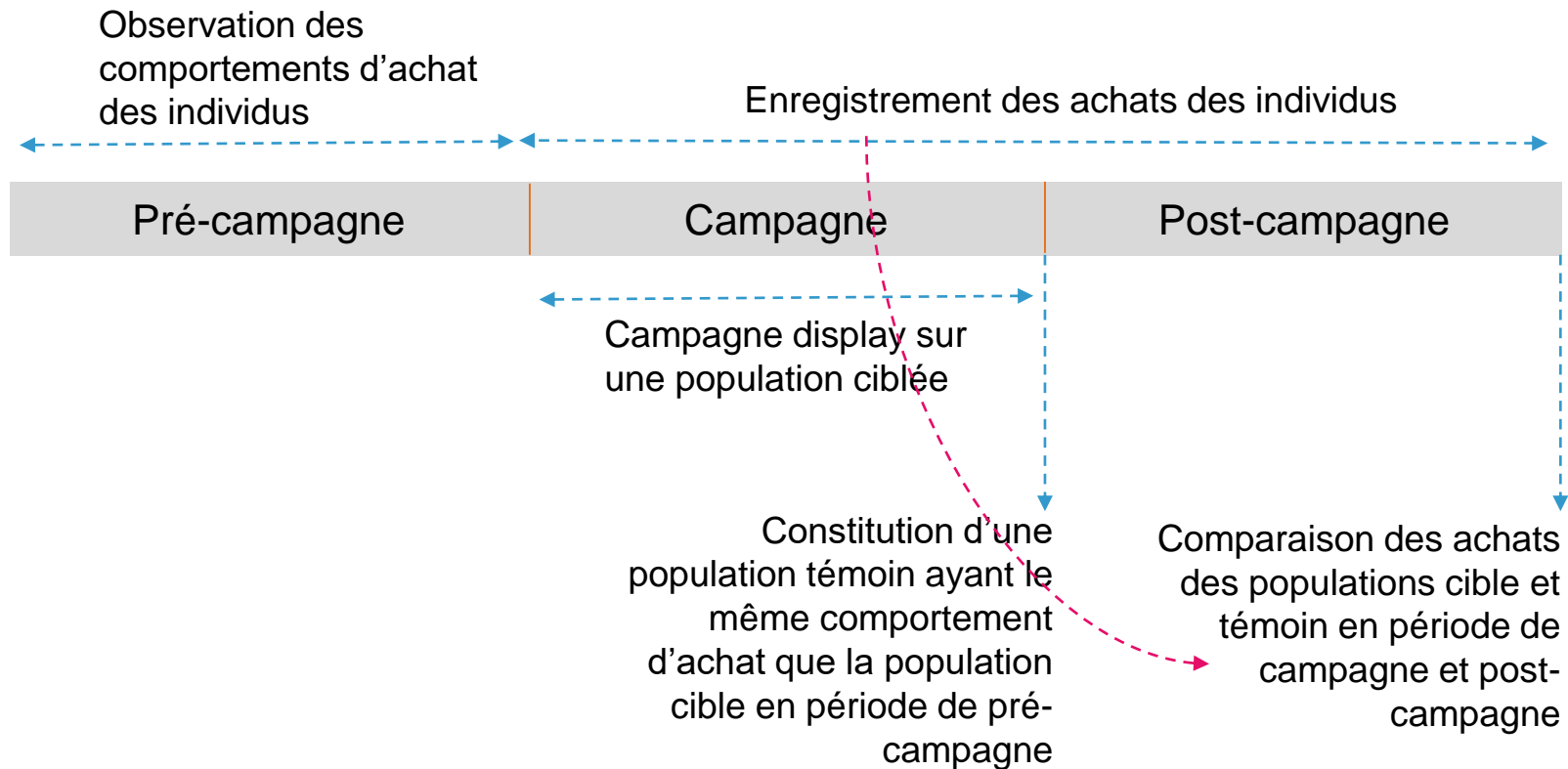


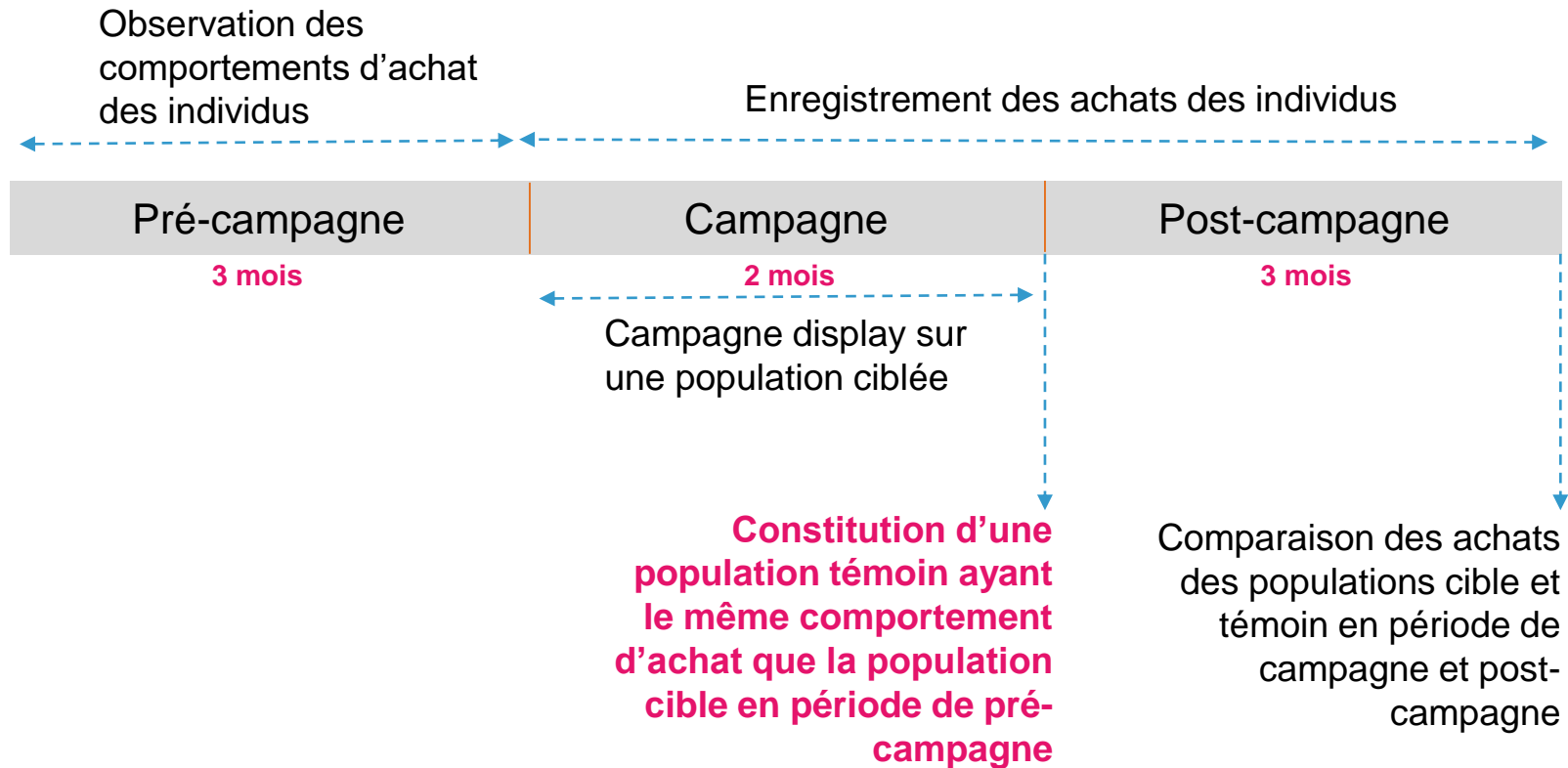
Objectif : faire le lien entre une campagne online avec un comportement offline

Organisation de l'audit

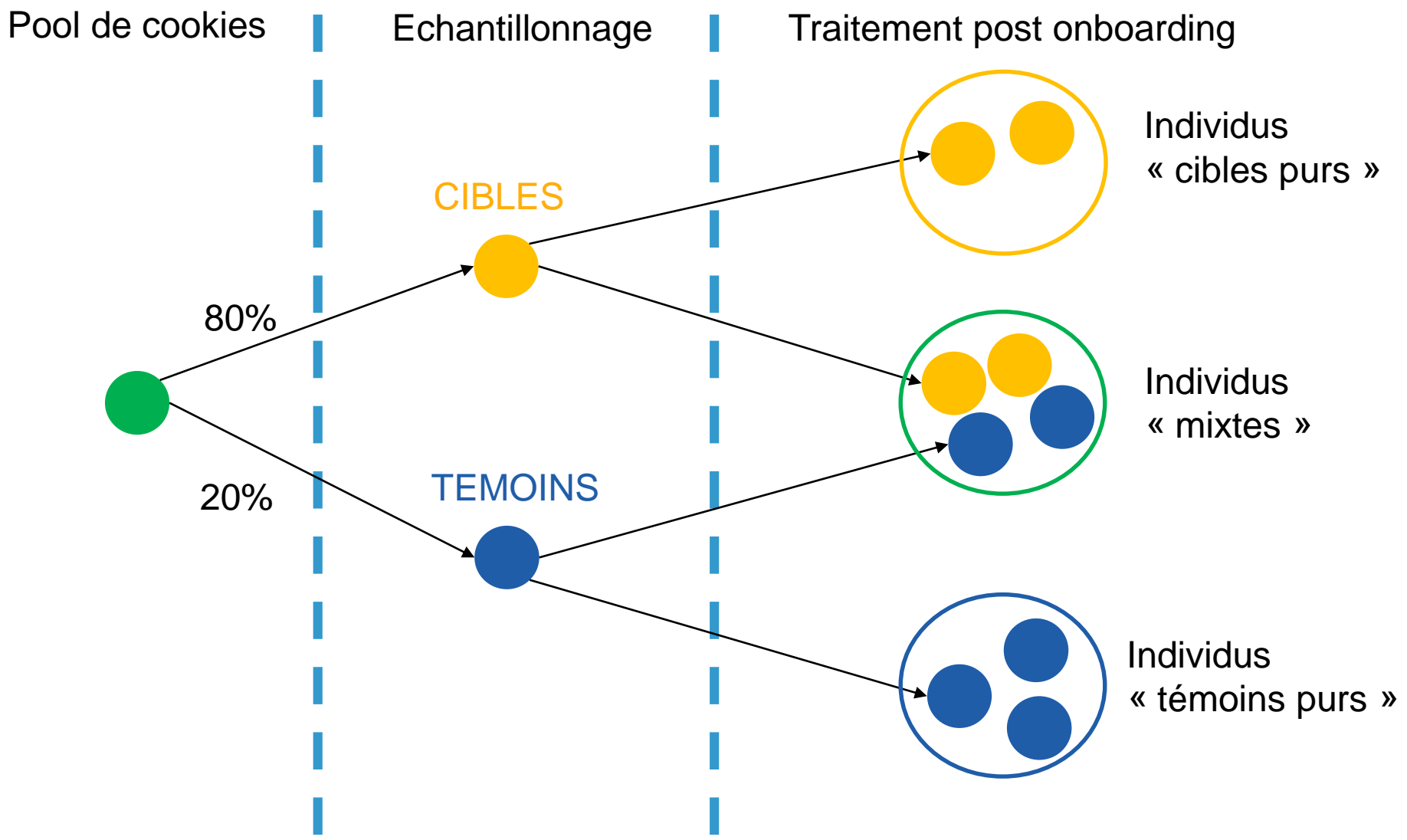


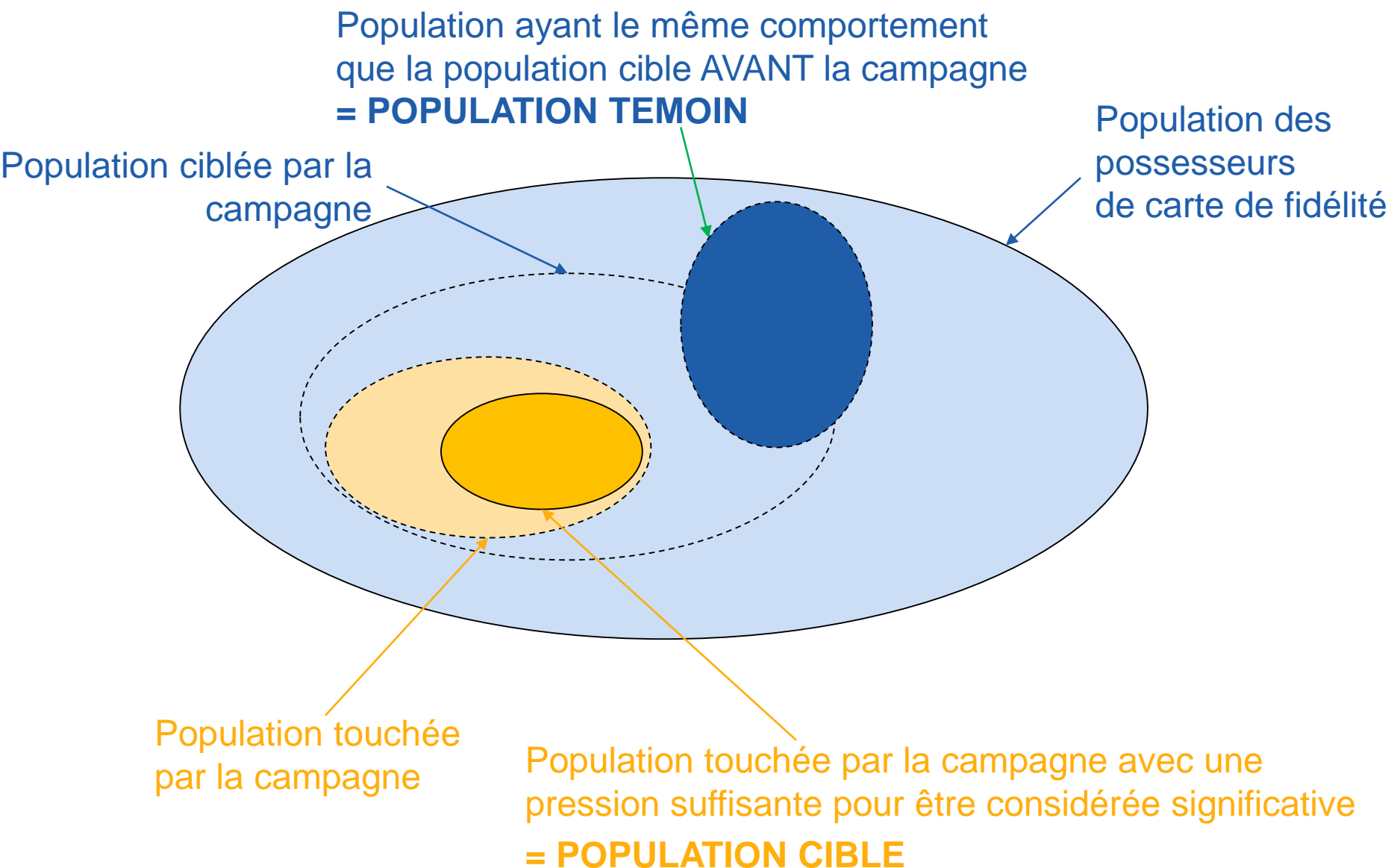
De Décembre 2018 à Avril 2019



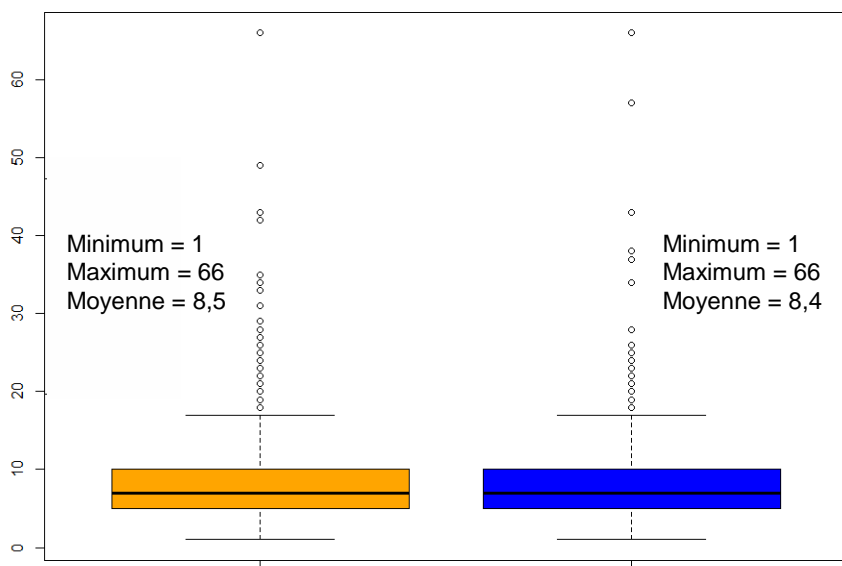


Pourquoi Capital Data n'utilise pas l'AB-testing classique ?

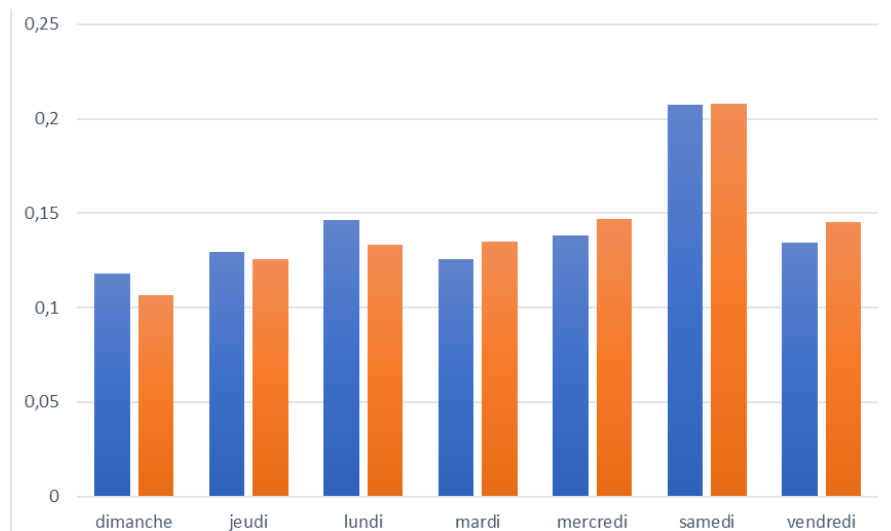




Nombre moyen de produits par panier

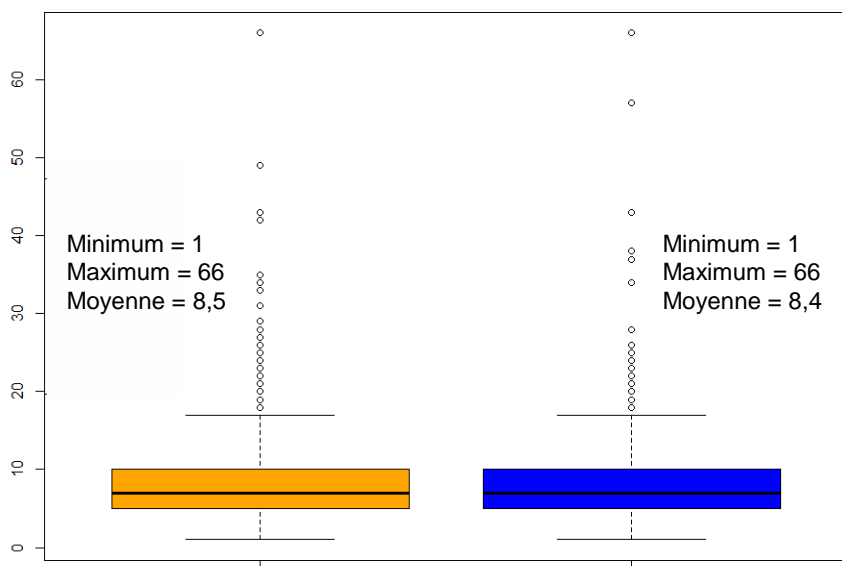


Achat du produit poussé par la campagne selon le jour de la semaine (moyenne sur population cible et témoin)

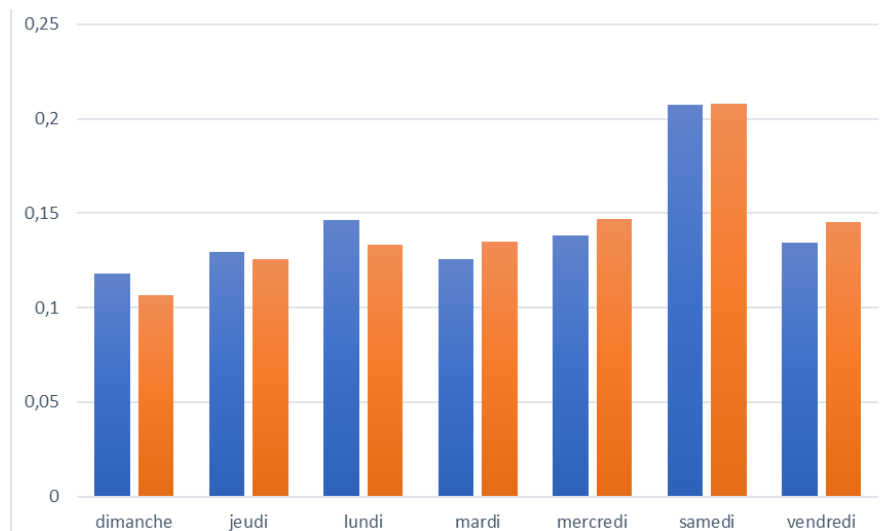


Un des principaux points positifs relevé par le CESP est la bonne ressemblance comportementale par construction sur les critères choisis entre les populations cibles et témoins reconstitués

Nombre moyen de produits par panier



Achat du produit poussé par la campagne selon le jour de la semaine (moyenne sur population cible et témoin)



Le CESP a suggéré des facteurs d'appariement supplémentaires. Par exemple la distribution d'achat par jour de la semaine, pouvant donner des informations supplémentaires sur le foyer.



Un des principaux points positifs relevé par le CESP est la **grande paramétrisation**, qui offre des possibilités de personnalisation selon les campagnes.



Le CESP a identifié comme changement nécessaire **l'abandon d'un paramètre supplémentaire** qui conférait de trop grande possibilité d'arbitrage selon les campagnes.

Calcul de l'incrémental
en terme de vente



5 achats du
produit
promotionné



4 achats du
produit
promotionné

$$\text{Incrémental} = \frac{5 - 4}{4} = +25\%$$

Calcul de l'incrémental en
terme de part de marché



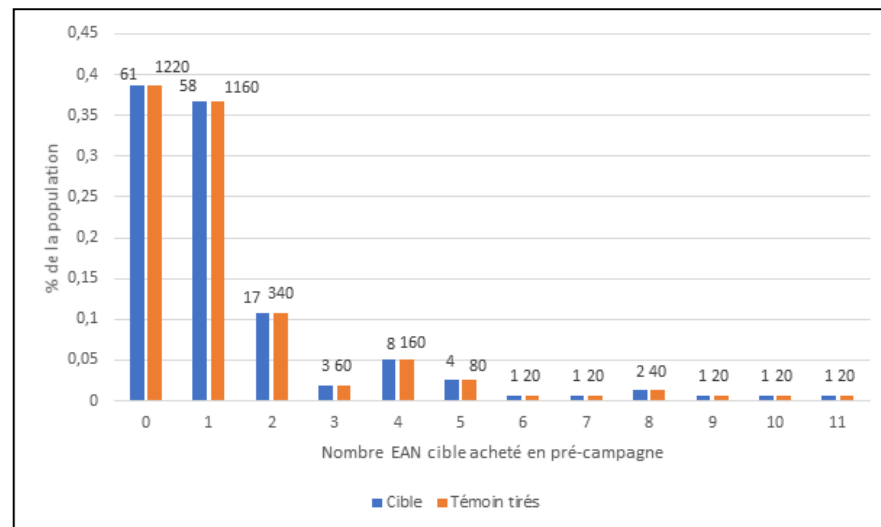
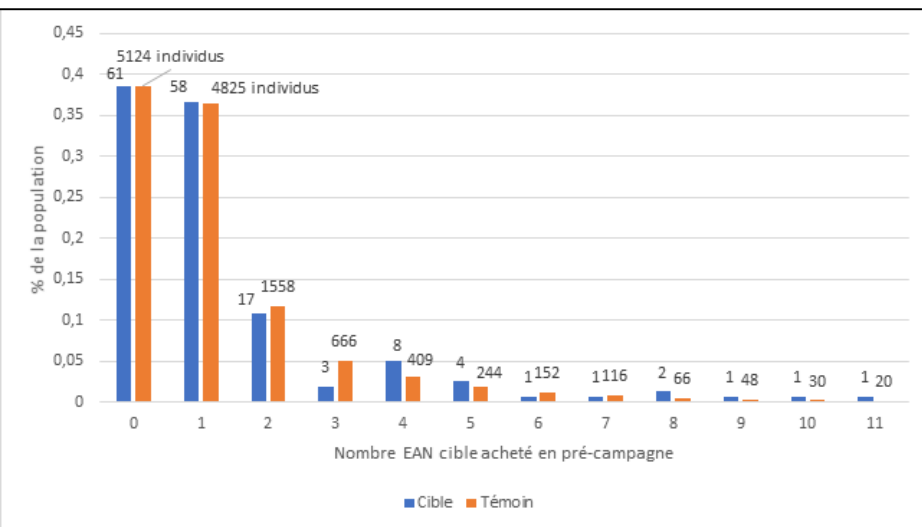
25% de part du marché
du produit promotionné
par rapport à ses
concurrents



20% de part du marché
du produit promotionné
par rapport à ses
concurrents

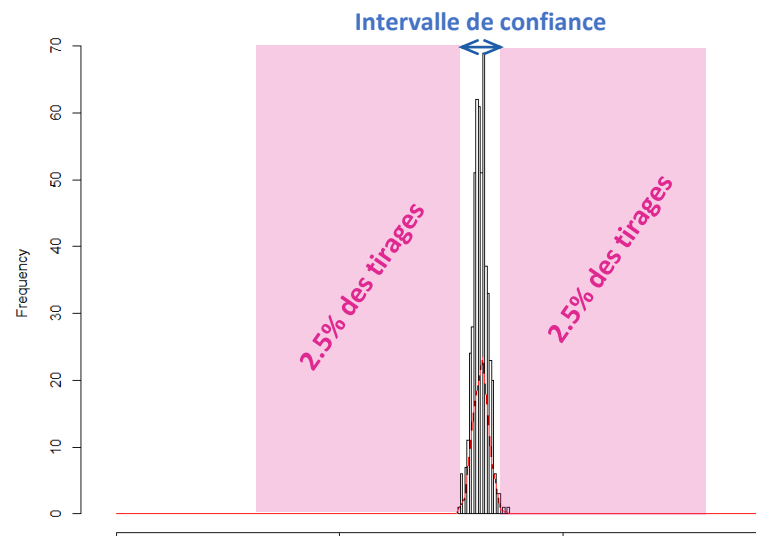
$$\text{Incrémental} = \frac{25 - 20}{20} = +25\%$$

Tirage de la population témoin



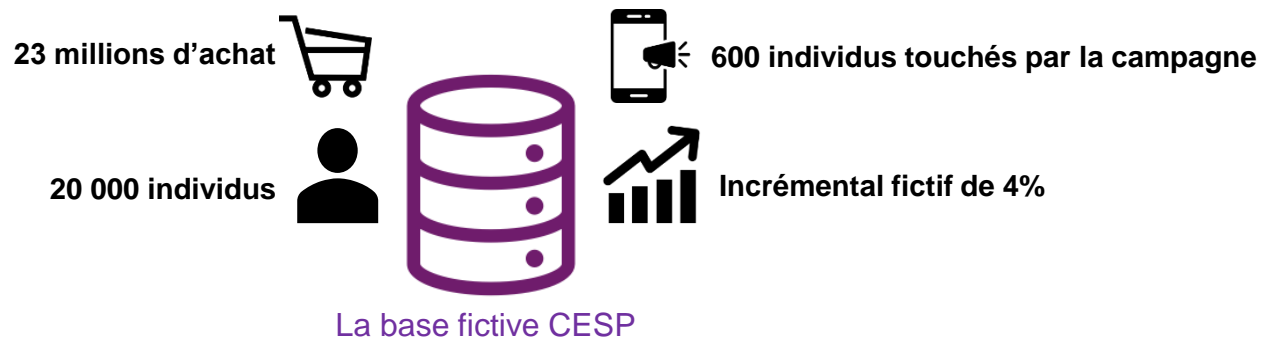
Tirages des témoins parmi les témoins possibles

Chaque tirage ne donne pas le même résultat d'incrément

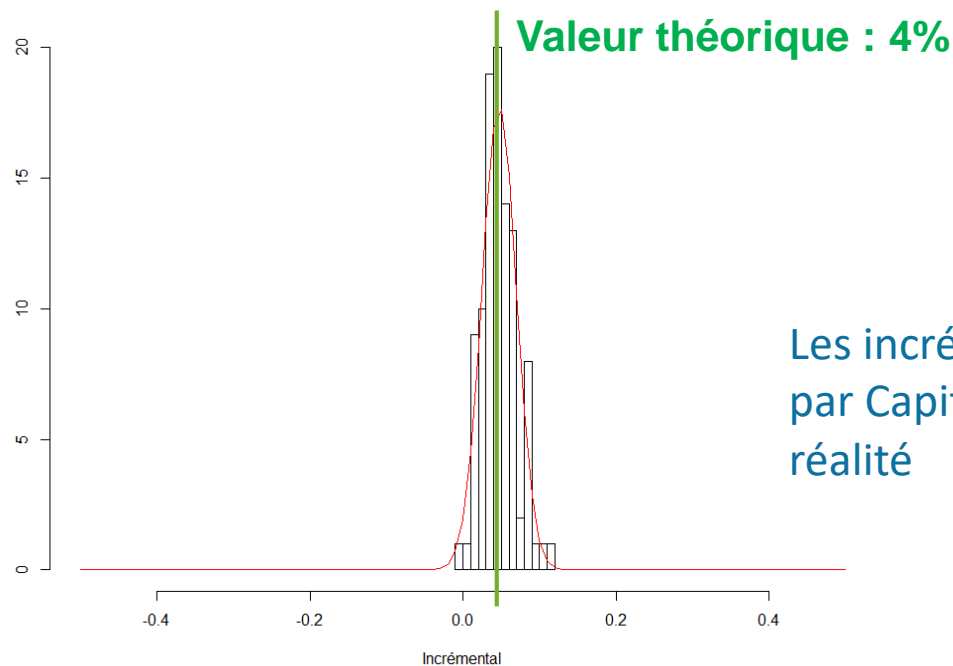


Le CESP estime qu'il est impératif de procéder à un tirage répété des témoins et de ne pas produire les calculs à partir d'un seul tirage.

Ces tirages permettent de compléter les indicateurs d'incrément par leurs intervalles de confiance respectifs, indispensables pour l'interprétation des résultats.



Résultats CapitalData



Les incréments calculés par CapitalData reflètent la réalité

