

OUTSELL PLAYBOOK

OUTSELL JOURNAL — BESCHLUSSBESCHREIBUNG

Werbe-Kontrollgruppen und ABM: den Vergleich erhalten

FRAGE

Was sollte ein Account-Programm messen, bevor behauptet wird, dass Werbung zu einem Ergebnis geführt hat?

LEITFAHRZEUGE

Halten Sie Teilnahmeberechtigung und Zuteilung fest, bevor Sie Werbekontakte auswerten. Attribution verbindet Kontakte mit Ergebnissen; ein glaubwürdiges Experiment untersucht, was ohne Intervention geschehen wäre.

HIER FREIST

Bitte geben Sie die Maßnahme an.

DEINE LAGE

Account oder Kohorte

Entscheidung zu treffen

Ausgangszustand und Ausschlüsse

Evidenzquellen, Daten und Grenzen

Unbekannt zur Validierung

ARBEITEN DURCH DEN LEITFAHRT

1. Angabe der Maßnahme

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

2. Freeze Berechtigung und Zuweisung

Nachweis oder Eingabe

Output oder Entscheidung

Eigentümer und Überprüfungsstelle

3. Spillover von Überwachungskonten

Nachweis oder Eingabe**Output oder Entscheidung****Eigentümer und Überprüfungsstelle**

4. Anzahl definierter Ergebnisse

Nachweis oder Eingabe**Output oder Entscheidung****Eigentümer und Überprüfungsstelle**

5. Unsicherheit und Lieferung melden

Nachweis oder Eingabe**Output oder Entscheidung****Eigentümer und Überprüfungsstelle****VERGLEICH DER OPTIONEN**

Zugeordnete Gruppen

Nützlich, wenn: Schätzung eines Programmeffekts

Einschränkung: Benötigt angemessene unabhängige Accounts

Vorgeschlagene Aktion: Die ursprüngliche Zuweisung beibehalten

Warum das zu unserer Situation passt**Vor dem Handeln erforderliche Beweise**

Exponierte Gruppen

Nützlich, wenn: Kontrolle der Lieferung

Beschränkung: Exposition kann ausgewählt werden

Vorgeschlagene Maßnahmen: Getrennt von der Kausalanalyse

Warum das zu unserer Situation passt**Vor dem Handeln erforderliche Beweise**

Zuordnung

Nützlich wenn: Beschreiben von beobachteten Touchpoints

Einschränkung: Liefert keine kontrafaktische

Vorgeschlagene Maßnahme: Label als Beitragsnachweis

Warum das zu unserer Situation passt

Vor dem Handeln erforderliche Beweise

Untergruppeneffekte

Nützlich, wenn: Verschiedene Antworten können von Bedeutung sein

Einschränkung: Sparse-Daten können overfit

Vorgeschlagene Maßnahme: Vordefinieren und Validieren der Analyse

Warum das zu unserer Situation passt

Vor dem Handeln erforderliche Beweise

ZUSAMMENFASSUNG ZU EINEM ABGEBOTENEN NÄCHSTEN SCHRITT

Ausgewählte Maßnahme

Verantwortlicher Eigentümer

Erforderliche Genehmigung

Erfolgsmessung und -definition

Datum der Überprüfung

Kriterien fortsetzen, überarbeiten oder stoppen

Leitfaden: <https://outsell.com/de/blogs/advertising-holdouts-and-abm/>

Veröffentlicher und Evidenzpolitik: <https://outsell.com/de/editorial-policy/>