



Einladung zum Abschlussvortrag
im Rahmen des Statistischen Consultings

Modellierung der Effekte unterschiedlicher Preisdarstellungen auf den Umsatz basierend auf AB-Testergebnissen

Mithilfe von AB-Testergebnissen der Sixt SE wurde das Buchungsverhalten für Fahrzeuge ihrer Kunden analysiert. Dabei ging es um die Effekte unterschiedlicher Preisdarstellungen auf der Sixt Homepage und wie sich diese letztendlich auf den Umsatz auswirken. Durch ein kontrolliertes Experiment wurde jeder Kunde in eine von zwei Gruppen unterteilt, die Kontroll- und Testgruppe, um zu sehen, wie sich das Verhalten verändert, wenn den Kunden unterschiedliche Preisdarstellungen auf www.sixt.de angezeigt werden. Zur Modellierung der Daten wurde die Quantilsregression gewählt, welche Ergebnisse für jedes einzelne Quantil der Zielvariablen in Abhängigkeit der Kovariablen liefert.

Datum:	Dienstag, 30.05.2017, 13:30 Uhr s.t.
Ort:	Institut für Statistik, Ludwigstr. 33, Raum 245 (Alte Bibliothek)
Projektpartner:	Jonas Flum (Sixt SE)
Betreuer:	Prof. Dr. Göran Kauermann
Referenten:	Shirin Cazim und Nina Markovic
