Имеется две непересекающихся выборки пользователей, по 250 пользователей в каждой. Для каждой выборки был разработан шаблон письма. Каждой выборке был разослан свой шаблон письма.

В случае первого шаблона, было получено совершение действия требуемого в письме от 58 пользователей. В случае второго шаблона, было получено действие требуемое в письме в 71 случае.

Задача – проверить, какой из двух шаблонов рекламного письма лучше.

Как оценить статистически, повлияло ли на совершение действий пользователя, то, какой шаблон был отправлен?