

## ПРАВИЛА ПРИМЕНЕНИЯ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ILEDEBEAUTE.RU

АО «ИЛЬ ДЕ БОТЭ» (ИНН 77061530, ОГРН 1027700292938) (далее – «Общество») является владельцем сайта <https://iledebeaute.ru/> (далее – «Сайт»), на котором применяются информационные технологии предоставления информации на основе сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет» (далее – «Пользователь»).

Настоящие Правила применения рекомендательных технологий ILEDEBEAUTE.RU (далее – «Правила») содержат описание процессов и методов сбора, систематизации, анализа сведений, относящихся к предпочтениям Пользователей, предоставления информации на основе этих сведений, способов осуществления таких процессов и методов, а также описание видов сведений, относящихся к предпочтениям Пользователей, которые используются для предоставления информации с применением рекомендательных технологий, и источников получения таких сведений.

Под рекомендательными технологиями здесь и далее понимаются программные комплексы, которые с помощью алгоритмических вычислений и машинного обучения на основании данных о Пользователе или характеристиках элементов в системе осуществляют индивидуализированный подбор, а также ранжирование контента для конечного Пользователя.

Общество, являясь владельцем информационного ресурса, на котором применяются рекомендательные технологии, не допускает применение рекомендательных технологий, которые нарушают права и законные интересы граждан и организаций, а также не допускает применение рекомендательных технологий в целях предоставления информации с нарушением законодательства Российской Федерации.

Для алгоритмических вычислений Общество использует полученные от Пользователей Сайта данные, а именно: данные о любых действиях Пользователя на Сайте; данные о любых запросах пользователя на Сайте; IP адрес; файлы cookies; идентификатор Пользователя, присваиваемый Сайтом; посещенные страницы; количество посещений страниц; информация о перемещении по страницам Сайта; длительность пользовательской сессии; точки входа (сторонние сайты, с которых пользователь по ссылке переходит на Сайт); точки выхода (ссылки на Сайте, по которым Пользователь переходит на сторонние сайты); страна пользователя; геопозицию; браузер Пользователя; цифровой отпечаток браузера (canvas fingerprint); доступные шрифты браузера; установленные плагины браузера; параметры WebGL браузера; тип доступных медиа-устройств в браузере; наличие ActiveX; перечень поддерживаемых языков на устройстве пользователя; архитектура процессора устройства пользователя; ОС пользователя; параметры экрана (разрешение, глубина цветности, параметры размещения страницы на экране); информация об использовании средств автоматизации при доступе на Сайт; дата и время посещения Сайта; источник перехода (UTM метка); значение UTM меток от source до content; уникальный идентификатор, присваиваемый интернет-сторонним сервисом, обеспечивающим обработку статистических данных; данные, содержащиеся в личном кабинете Пользователя, зарегистрированного на Сайте; метрические данные; данные сетевого трафика.

Процесс работы рекомендательных технологий на Сайте заключается в подключении к Сайту следующих рекомендательных технологий:

### Модули Flocktory 2.0.:

Для стимулирования Пользователя осуществить покупку или иное действие, Пользователю может предоставляться дополнительная мотивация в виде скидки и (или) иной информации.

#### *Как формируются рекомендации*

Существует несколько способов предоставления указанной мотивации:

- показ специального виджета (визуального элемента с информацией) на Сайте;
- направление электронного сообщения;
- направление пуш-уведомления.

Пользователь может получить рекомендацию, если он:

- совершил триггерное действие (например, оставил товар в корзине и покинул Сайт, выделил название товара и т.п.);
- отнесен к определенному сегменту (целевой группе) в зависимости от его пользовательских характеристик и предпочтений (например, интересуется определенной категорией товаров).

Условия для предоставления скидки и (или) иной информации определяет владелец Сайта.

#### *Какие сведения необходимы для показа рекомендаций*

Для алгоритмических вычислений Общество использует полученные от пользователей Сайта данные, а именно:

- информация о действиях Пользователя на Сайте, в том числе сведения о просмотрах товаров, посещении различных веб-страниц, дате и времени их посещения, оформлении заказов и совершении покупок.
- технические сведения, например, о местоположении Пользователя, типе, версии, языке операционной системы и веб-браузера, типе устройства Пользователя, разрешении экрана устройства, данные файлов cookie.

#### *Как осуществляются сбор, систематизация, анализ сведений для показа рекомендаций*

Источниками получения сведений выступают Сайт, а также веб-браузер Пользователя.

С помощью ряда инструментов и методов, например, трекинг-кода, API, user-agent, файлов-cookie, происходит сбор соответствующих сведений из вышеуказанных источников.

Может производиться настройка триггерных действий и (или) сегментация Пользователей в зависимости от их пользовательских характеристик и предпочтений. Например, Пользователь может быть отнесен к группе тех, кто посещает Сайт впервые. Поэтому при входе на Сайт ему может быть показан виджет с приветственной скидкой.

## Продуктовые рекомендации Diginetica:

Для стимулирования Пользователя осуществить покупку или иное действие, Пользователю может предоставляться продуктовая рекомендация (поисковая подсказка).

### *Как формируются рекомендации*

Собираются поведенческие данные: просмотры страниц товаров, просмотры страниц категорий, просмотры страниц результатов поиска, составы оформленных заказов.

Все собранные данные используются только внутри Сайта и не подлежат использованию для обучения рекомендательных алгоритмов других сайтов.

Все собранные данные полностью обезличены и не позволяют идентифицировать конкретного пользователя или устройство.

Производится объединение собранных данных с данными о товарах из каталога (для подбора Пользователю похожих товаров необходимы не только поведенческие данные, но также данные о самих товарах и их характеристиках, чтобы найти все релевантные товары для рекомендаций).

### *Подбор рекомендаций*

Неперсонализированные рекомендации:

#### - Подбор похожих товаров

Алгоритмы анализируют свойства того товара, которым интересуется Пользователь: категорию, производителя, цвет и многие другие свойства. По этим признакам, а также по товарам, которые просматривали все Пользователи, подбираются товары, которые похожи на интересующий Пользователя товар. Например, Пользователь смотрит черную тушь для ресниц, алгоритм рекомендаций предложит ему другие товары тушей для ресниц черного цвета.

#### - Подбор сопутствующих товаров

Алгоритмы анализируют какие товары покупали и смотрели все пользователи вместе с интересующим пользователя товаром и на основании этих данных подбираются товары, которые пользователь может докупить. Например, пользователь положил в корзину смартфон, в рекомендациях ему будут предложены чехлы для этого смартфона.

#### - Подбор популярных товаров

Алгоритмы анализируют какие товары чаще всего покупают/смотрят на Сайте все пользователи и из этих данных формируются рекомендации популярных товаров на всем Сайте (или в какой то его конкретной категории каталога). Например, за прошедший квартал на Сайте чаще всего покупали некий парфюмерный и косметический товар, эти товары будут показаны в блоке популярных рекомендаций для всех Пользователей

Персонализированные рекомендации:

Алгоритм анализирует поведенческие данные конкретного пользователя и рекомендует ему товары, наиболее релевантные его текущему интересу.

### *Уточняем рекомендации*

После того, как рекомендации составлены, можно сделать их еще точнее, добавив дополнительные условия от Сайта. Например, расположить товары в некой градации цен, исключить товары не в наличии или поставить на определенное место в блоке определенным товар.

### *Где отображаются рекомендации*

Когда рекомендательные алгоритмы настроены и обучены, они могут показывать покупателю блоки рекомендаций на любой странице Сайта: главная, страница товара, корзина и т.п.

## Модуль персонализация мерчендайзинга Retail Rocket:

Товарные рекомендации — это набор виджетов с подборкой товаров, который размещается на сайте, в приложении с целью решения задач пользователей и маркетинга интернет-магазина.

### *Используемые данные*

Существует два источника данных для рекомендаций - пользовательское поведение и товарная база магазина. Алгоритмы рекомендаций Retail Rocket являются гибридными - в зависимости от ситуации они могут использовать как поведение, так и данные по товарам.

Данные собираются посредством размещения на сайте трекинг-кодов и/или вызовов методов API.

Полный перечень собираемой информации: данные о посещении пользователем на сайте страниц, такие как время визита, url-адрес страниц и их числовых или строковых идентификаторов, при наличии; информация о перемещении по страницам сайта (в т.ч. нажатий на ссылки и элементы сайта); данные о взаимодействии пользователя на сайте с товарами, такие как просмотр, добавление в корзину, оформление заказа; данные поисковых запросов пользователя на сайте; IP адрес; файлы cookies; идентификатор пользователя, присваиваемый сайтом; длительность пользовательской сессии; точки входа (сторонние сайты, с которых пользователь по ссылке переходит на сайт); браузер пользователя; архитектура процессора устройства пользователя; ОС пользователя; параметры экрана (разрешение, глубина цветности, параметры размещения страницы на экране); источник перехода (UTM метка); значение UTM меток от source до content; данные, содержащиеся в личном кабинете пользователя, зарегистрированного на сайте.

Наибольшим влиянием в поведении обладают события взаимодействия с товарами. Активно используются события просмотра карточки товара, добавления товара в корзину и заказа товара. Кроме того, могут быть использованы данные о взаимодействии пользователей с внутренней поисковой системой магазина и данные о взаимодействии с самой системой рекомендаций.

Данные о товарной базе магазина включают все предоставляемые магазином атрибуты товаров, в частности информацию о категориях, ценах, доступности. Эти данные могут быть использованы, если пользовательского поведения недостаточно для определения интересов к товарным атрибутам, фильтрации товаров и других задач.

### *Основные алгоритмы рекомендаций*

- Популярные товары

Рекомендации популярных товаров формируются на основе всех взаимодействий посетителей с интернет-магазином. Алгоритм стремится показывать товары, с которыми чаще всего взаимодействуют, в первую очередь покупают.

Алгоритм показывает наиболее разнообразные товары, что помогает лучше познакомиться с товарной базой магазина и облегчает процесс выбора.

- Популярные товары из интересных пользователю категорий

Вариант сценария «Популярные товары», где пользователю показываются товары только из тех категорий, которые интересны ему в долгосрочной перспективе. Например, после покупки памперсов или корма к этим категориям может сформироваться долгосрочный интерес, который будет учитываться при формировании рекомендаций. А вот после приобретения смартфона у человека не сформируется интерес к категории, так как вряд ли ему скоро понадобится второй. Однако к такому товару можно показать рекомендации из сопутствующих категорий: например, чехлы, защитные стекла и другие аксессуары.

- Персональные рекомендации товаров

В этом сценарии анализируется поведение пользователя и показываются товары, которые наиболее интересны ему в контексте текущей задачи. Если у человека пока нет истории просмотра, ему можно показать популярные товары. Если пользователь проявлял интерес к определенным товарам, алгоритм подбирает альтернативные предложения и таким образом поможет ему найти наиболее подходящий и приблизит к покупке. Если же пользователь уже что-то заказывал, то алгоритм предложит ему сопутствующие товары.

- Персональные рекомендации на основе прошлых заказов

Алгоритм рекомендует пользователю товары, которые он уже покупал. Учитывается давность и частота покупок.

- Новинки

Алгоритм показывает товары, отсортированные по дате поступления – от самых новых до тех, что давно в продаже. Алгоритм обеспечивает разнообразие товаров и таким образом помогает познакомиться с ассортиментом, упрощает навигацию.

- Альтернативные товары

Алгоритм показывает товары, похожие на текущий товар. Подборка формируется на основе описаний и свойств товаров, а также на основе поведения других пользователей, которые интересовались этим же товаром: что они еще изучают и покупают. Поэтому алгоритм может предложить не всегда схожий по описанию, но действительно подходящий товар.

- Upsell

Этот алгоритм рекомендует максимально похожие товары, но с улучшенными характеристиками и более дорогие. Например, если пользователь смотрит проводные наушники за 2000 рублей, то ему покажут очень похожие, но беспроводные за 3000 рублей.

- Сопутствующие товары

Алгоритм показывает товары, которые дополняют текущие товары в заказе. Например, при покупке надувного бассейна можно сразу порекомендовать средство для его чистки. Когда недостаточно данных по поведению пользователей (актуально для редко покупаемых и новых товаров), предлагаются товары, которые могут быть куплены совместно с учетом их свойств, принадлежности к категории и популярности.

- Аксессуары

Разновидность алгоритма «Сопутствующие товары». Подбирает к текущему товару дополнительные аксессуары.

- Поисковые рекомендации

В этом сценарии рекомендуются товары, которые лучше всего подходят под поисковый запрос пользователя. При их формировании алгоритм опирается на поведение пользователей, которые уже искали что-то подобное. Если таких товаров недостаточно, добавляются альтернативы к ним.

- Образы в одежде

Алгоритм рекомендует вещи, которые хорошо сочетаются с текущим товаром и могут дополнить образ. Например, если пользователь интересуется черной водолазкой, система подберет к ней джинсы, куртку, кеды и сумку подходящего цвета. Образы составляются с учетом общепринятых правил стиля, то есть к шортам мы порекомендуем футболку, а не теплую куртку с шапкой.

*Модификации алгоритмов рекомендаций*

Товарная выдача многих алгоритмов может быть ограничена только товарами определенной категории, брендом, товарами со скидкой и по другим признакам.

Может быть добавлена персонализация, учитывающая интерес пользователя к свойствам товаров. Анализируется поведение пользователей - их интерес к определенным параметрам товаров: размер, цвет, вес и т.д. Существуют версии алгоритмов, которые ограничивают влияние на товарную выдачу очень популярных товаров. Данные версии необходимы для некоторых магазинов, например, с продуктами питания.

**Если у Вас остались вопросы или предложения, связанные с работой рекомендательных технологий на Сайте, пишите на почту: [client@iledebeaute.ru](mailto:client@iledebeaute.ru).**