

### 1. Чего хочет менеджер от рекомендательной системы? (рост показателя X на Y% за Z недель)

рост показателя X на Y% за Z недель может быть, как частью цели в рамках бюджетного процесса. Рекомендательная система может побуждать купить дополнительно к основному продукту, через ссылку на который покупатель попал на сайт, другие основные и дополнительные продукты. Поэтому рекомендательная система может быть оценена через дополнительные покупки клиента и возможно через увеличения показателя конверсии

2. По-хорошему надо бы предварительно посчитать потенциальный эффект от рекомендательной системы (Оценки эффектов у менеджера и у вас могут сильно не совпадать: как правило, вы знаете про данные больше) Посчитать потенциальный эффект можно после определения целевых показателей, ответив на п.1.
3. А у нас вообще есть e-mail-ы пользователей? Для сколько %? Не устарели ли они? Емейл возможно есть, но есть вопрос читает ли наши сообщения пользователь и реагирует ли на них. Можно проверить через, например, рассылку купонов и акций на товары
4. Будем ли использовать СМС и push-уведомления в приложении? Может, будем печатать рекомендации на чеке после оплаты на кассе? Нет, слишком навязчиво, чеки мало кто смотрит
5. Как будет выглядеть e-mail? (решаем задачу топ-10 рекомендаций или ранжирования? И топ-10 ли?) Должно включать название компании
6. Какие товары должны быть в e-mail? Есть ли какие-то ограничения (только акции и т п)? Лучше рекомендовать не товары а группы товаров, небольшое количество 3-5 под акции или купоны
7. Сколько денег мы готовы потратить на привлечение 1 юзера? CAC - Customer Aquisition Cost. Обычно CAC = расходы на коммуникацию + расходы на скидки Возможно, чтобы не углубляться в операционные доходы, стоимость по рекомендации должна быть сопоставима со стоимостью привлечения через другие каналы
8. Сколько мы хотим зарабатывать с одного привлеченного юзера? Сопоставимо с прибылью по другим каналам привлечения
9. А точно нужно сортировать по вероятности? Не обязательно, можно например на произведение вероятность и прибыль
10. Какую метрику использовать? Accuracy, precision и recall
11. Сколько раз в неделю отправляем рассылку? Раз в неделю в субботу утром
12. В какое время отправляем рассылку? утром
13. Будем отправлять одному юзеру много раз наши рекомендации. Как добиться того, чтобы они хоть немного отличались? Можно выделить топ 10 продуктов и делать random 3-4
14. Нужно ли, чтобы в одной рассылке были разные товары? Как определить, что товары разные? Как добиться того, чтобы они были разными? Предлагается делать по группе товаров

In [ ]: