

Look-Alike起源于互联网广告

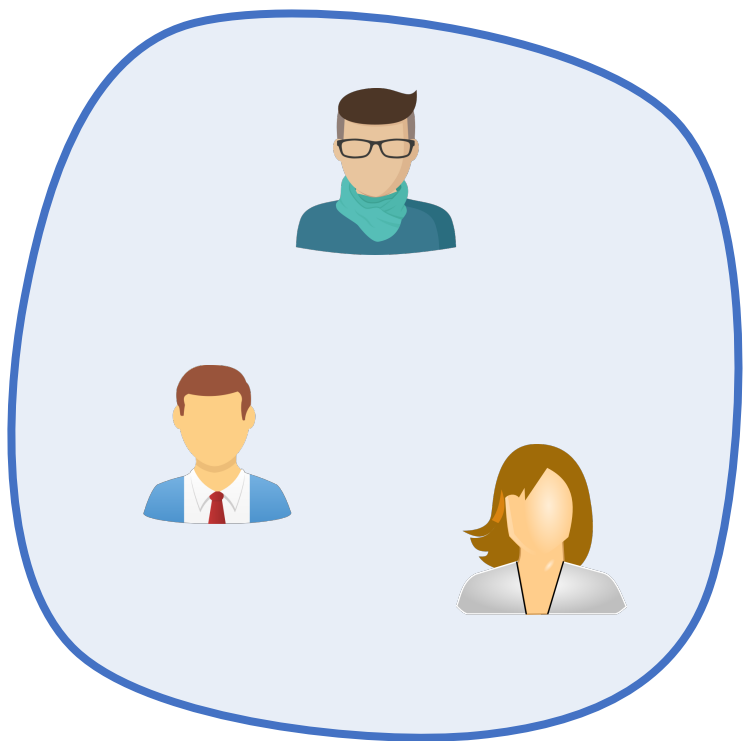
Look-Alike用于互联网广告



Tesla Model 3 典型用户：

- 年龄25~35。
- 本科学历以上。
- 关注科技数码。
- 喜欢苹果电子产品。

Look-Alike用于互联网广告

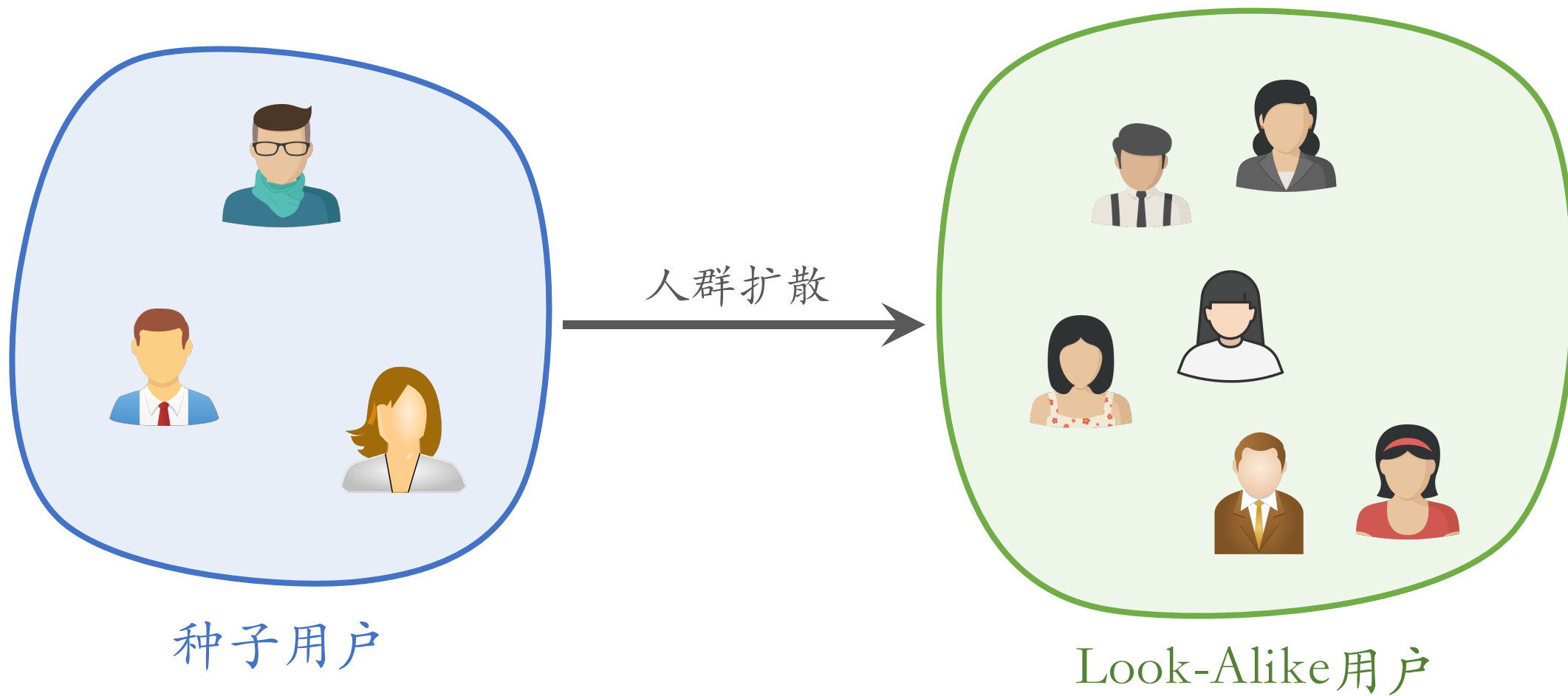


种子用户

Tesla Model 3 典型用户：

- 年龄25~35。
- 本科学历以上。
- 关注科技数码。
- 喜欢苹果电子产品。

Look-Alike用于互联网广告



Look-Alike用于互联网广告

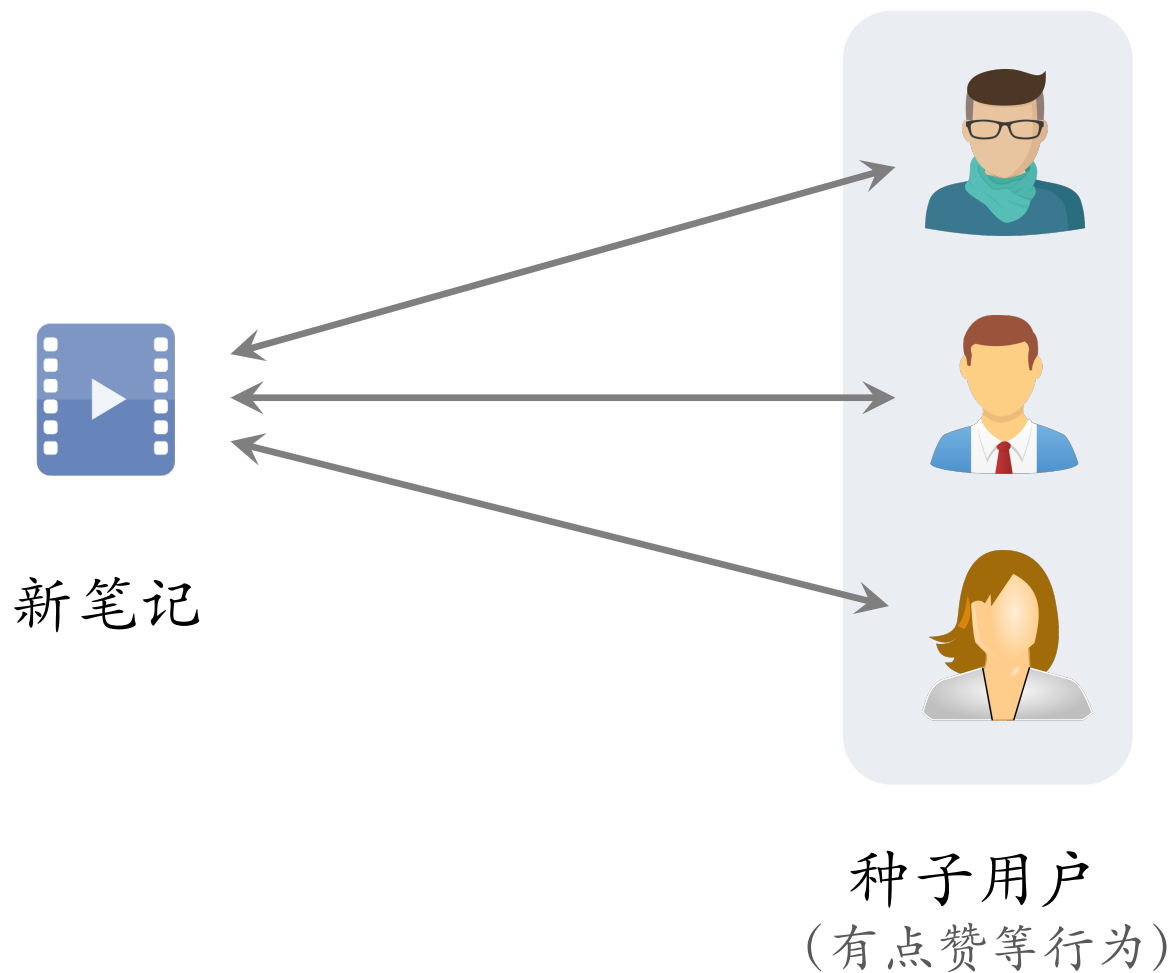
- 如何计算两个用户的相似度？
- UserCF：两个用户有共同的兴趣点。
- Embedding：两个用户向量的cosine较大。

Look-Alike用于新笔记召回

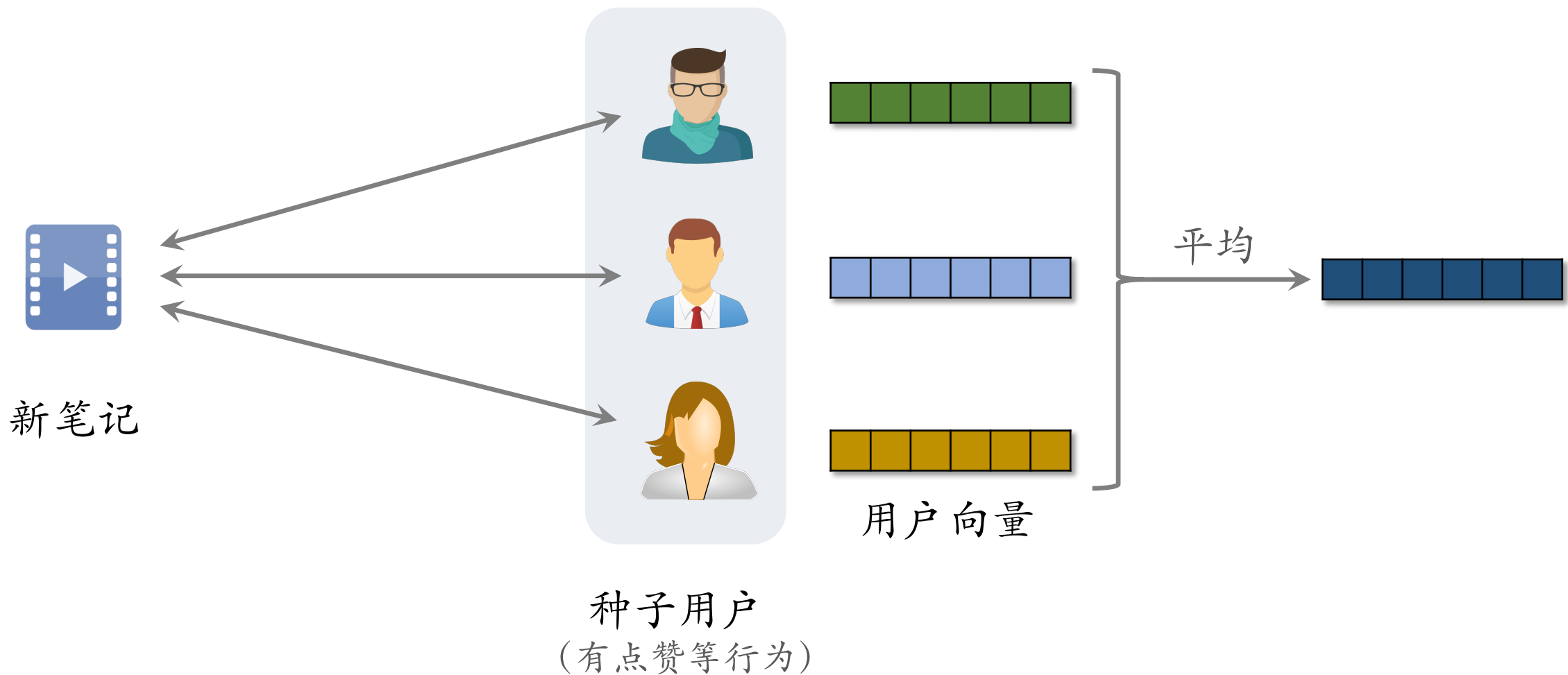
Look-Alike人群扩散召回

- 点击、点赞、收藏、转发——用户对笔记可能感兴趣。
- 把有交互的用户作为新笔记的种子用户。
- 用 look-alike 在相似用户中扩散。

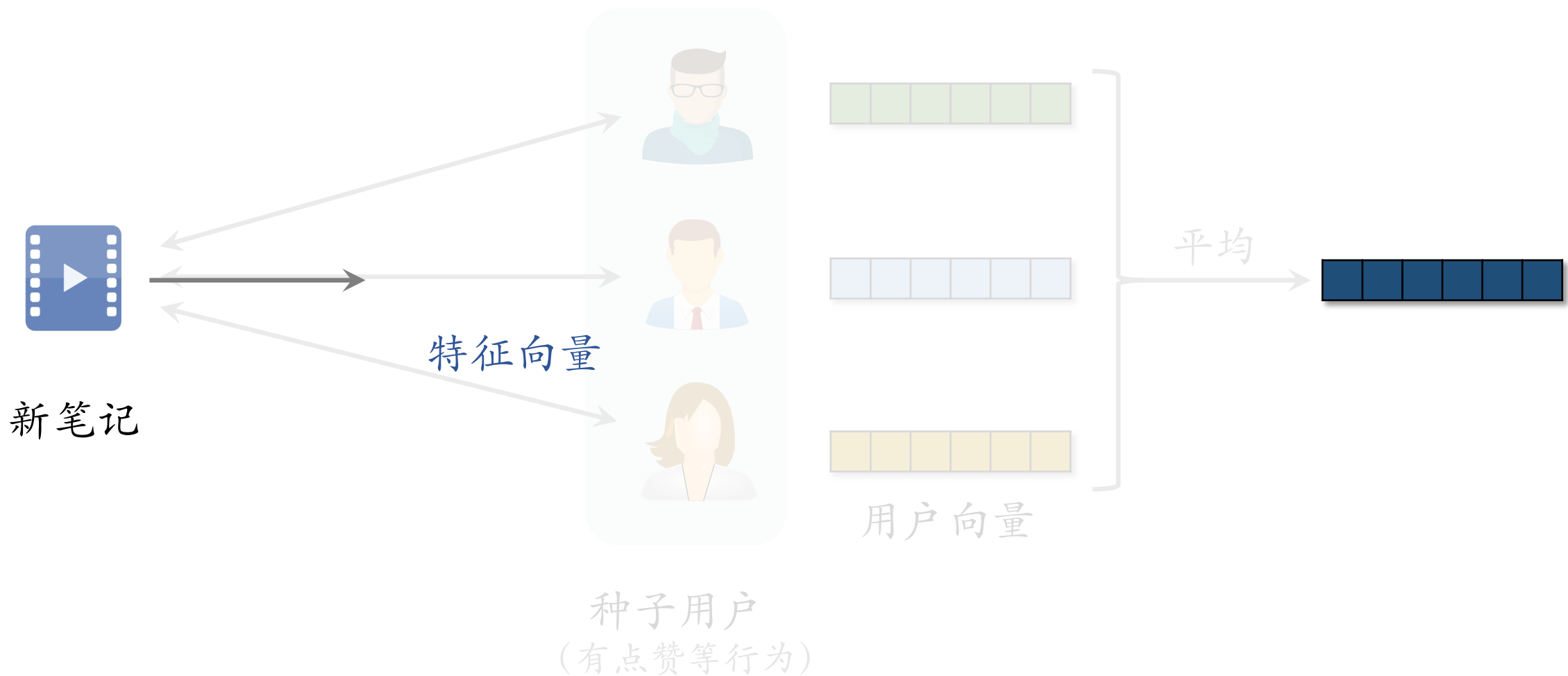
Look-Alike用于新笔记召回



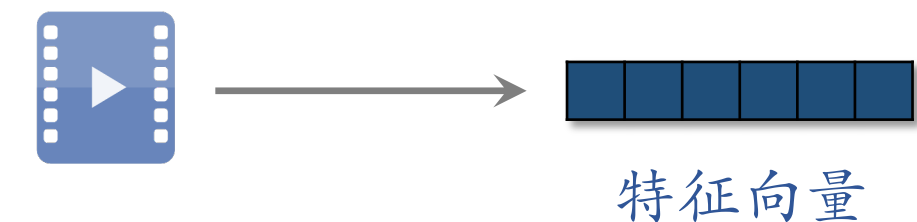
Look-Alike用于新笔记召回



Look-Alike用于新笔记召回



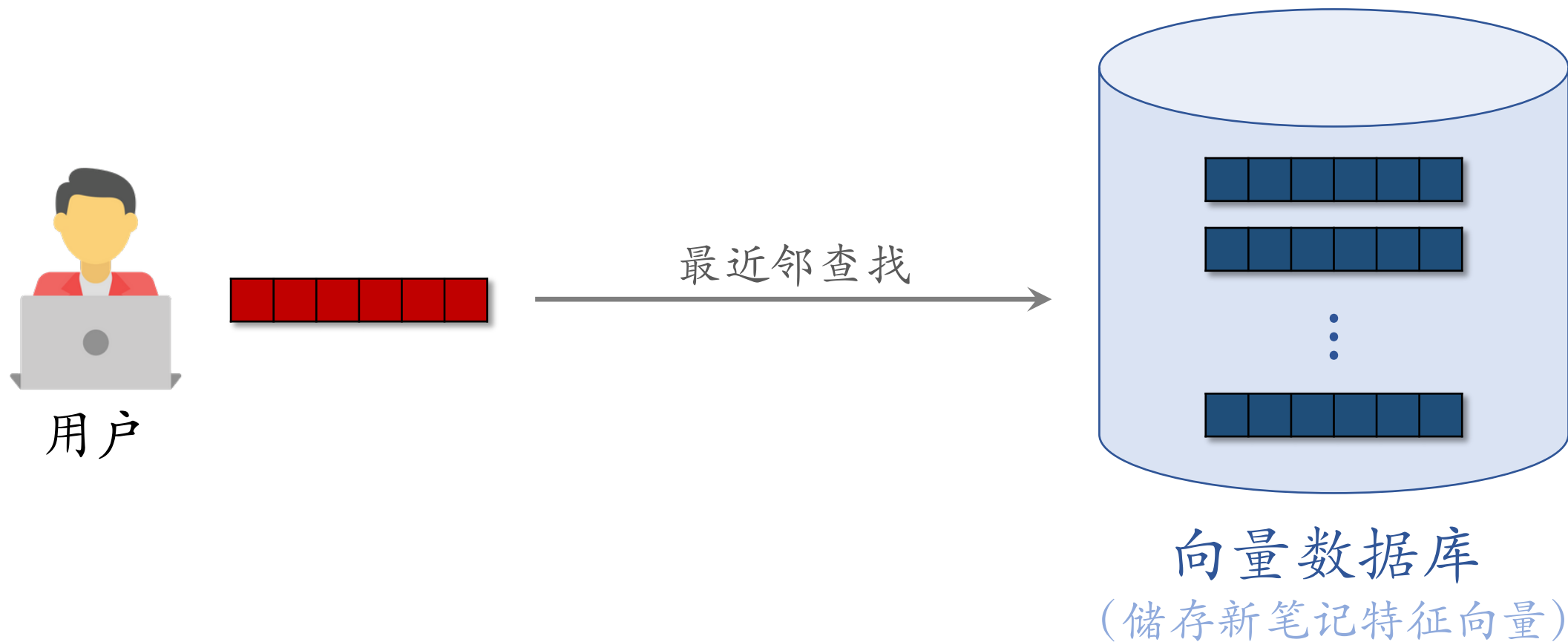
Look-Alike用于新笔记召回



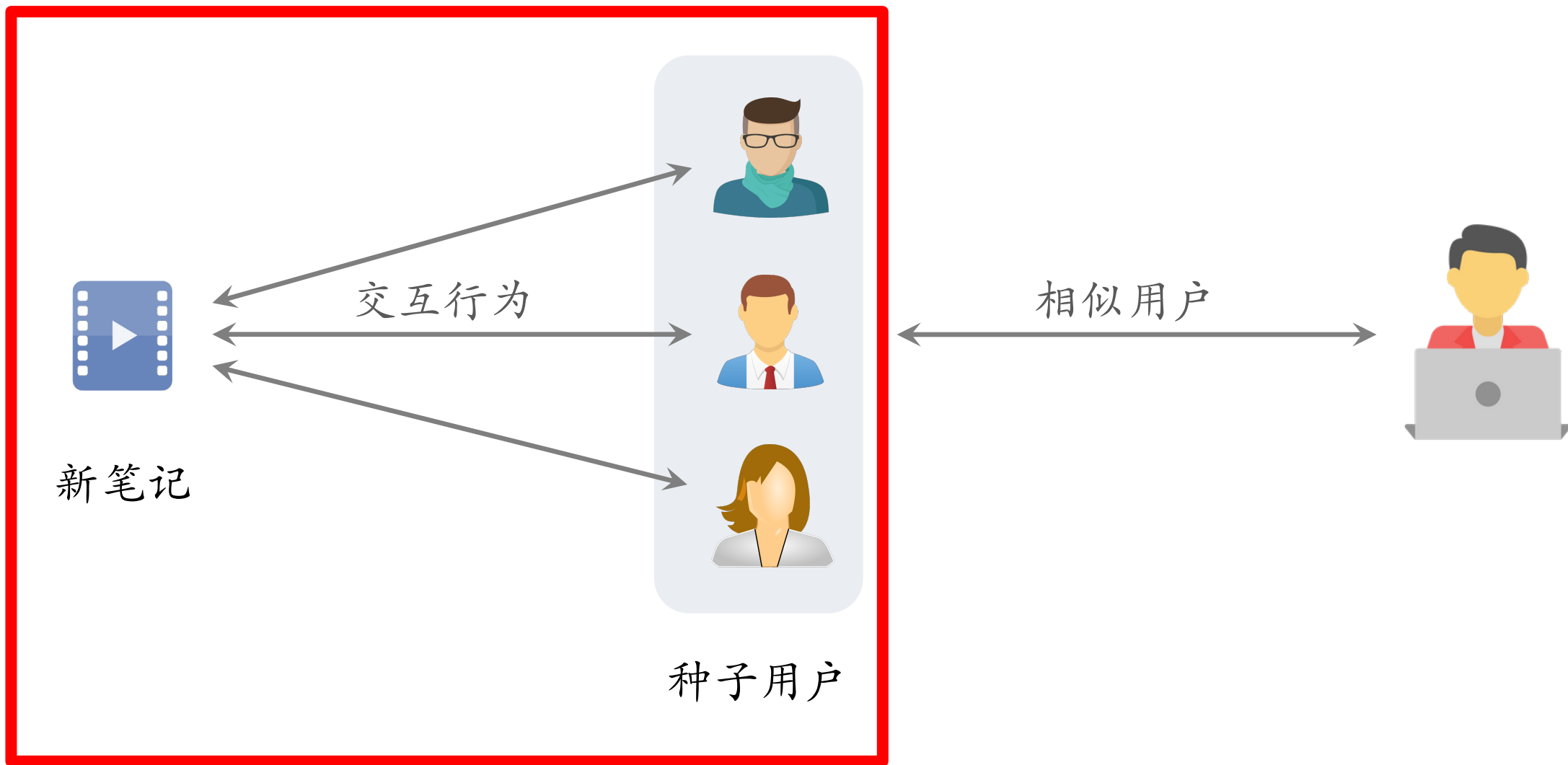
新笔记

- 近线更新特征向量。
- 特征向量是有交互的用户的向量的平均。
- 每当有用户交互该物品，更新笔记的特征向量。

Look-Alike用于新笔记召回



Look-Alike用于新笔记召回



Look-Alike用于新笔记召回

