

实时推荐

赵海臣

背景

🌀完成了各种捕捉用户长短期兴趣的推荐模型后，我们开始聚焦于用户的实时兴趣爱好，毕竟用户的实时兴趣是最直接反应用户需求的，预计有最大的预测准确性。

🌀为了捕捉用户的实时兴趣，我们抓住了几个用户可能反应实时兴趣的行为点：

- ★ 搜索行为
- ★ 加购行为
- ★ 订单行为

实时关注点推荐

☞ 用户的实时关注点体现在用户的实时浏览、搜索、加购、订单等行为上，抓住了这些实时点，往往能达到长期模型、短期模型都无法比拟的高ctr、召回率、精确度

★ 基于搜索词的推荐

- 用户搜索完一个关键词后，我们通过统计历史上该关键词搜索完用户购买商品的频次，按频次来进行优先级推荐。
 - 搜索词的推荐有效期40分钟

★ 基于购物车/订单的推荐

- 用户将某个商品加入购物车，或者生成订单后，通过关联规则、订单cf来产生补充性的商品推荐。
 - 购物车推荐有效期10分钟
 - 订单推荐有效期18分钟

搜索行为推荐

✎ 距离用户搜索完某个query 15分钟内在首页展示对应query后购买率最高的3个商品；

订单行为推荐

距离用户对某个商品下订单的15分钟内在首页展示对应的3个购买关联购买度最高的商品；

加购行为推荐

距离用户对某个商品加入购物车的15分钟内在首页展示对应的3个购买关联购买度最高的商品；

线上结论

✎根据线上测试的结果，实时推荐的ctr与uv能够大幅领先各种长短期推荐，证明了用户实时兴趣是用户最感兴趣的点。

✎实时推荐的不足：

- ★ 数量少，实时推荐最多数量为10个
- ★ 影响时间小，捕捉了实时的兴趣，但是持续时长很短

优缺点

🌀 实时关注点推荐的优缺点：

- ★ 优点：实时关注点推荐能够最精确地捕捉到用户的当前需求，具有长期模型、短期模型都无法比拟的高精确性，因此实时关注点模型的ctr、召回率、精确度都高于长期模型、短期模型
- ★ 缺点：实时推荐对机器性能要求高，并且用户的实时需求并不一定反映用户的个性兴趣偏好，很多时候是用户的临时性需求，时间延续预测性最差。

THE END

THANK YOU!