# PC首页瀑布流规则调优V2

撰写人：彭倩

## 一、需求背景

目前PC首页瀑布流商品推荐维度相对单一，无法达到推送综合质量较高的商品业务目标，推荐品大都为标品，为提高瀑布流转化，提升网站业务指标，对首页瀑布流推荐规则进行优化

## 二、改善策略

对首页瀑布流推荐规则调优；

## 三、需求目标与涉及部门

* 需求目标：

提高瀑布流转化，提升用户沉浸式体验，提升首页停留时长，降低跳出率。

* 收益指标：

当前指标：

首页停留时长：00:00:47

首页跳出率：15.2%

目标指标：

首页停留时长：00:01:00

首页跳出率：14.0%

* 涉及平台：PC
* 涉及站点：全球站+国家站
* 涉及部门：电子-运营，电子-品类，电子-推广，电子-PM，AI

## 四、解决方案详述

### 1、 商品推荐逻辑

|  |  |
| --- | --- |
| 名称、标识符 |  |
| 功能描述 |  |
| 需求说明 | 1）商品召回逻辑：   * 推荐门槛变更： * 近7天日均销量>1或近7天日均销售额>$20； * 增加20%新品。 * 插入20%新品标签商品。随机插入，要求每页占比20%左右，可接受上线浮动5%   2）商品排序逻辑：   * 排序过程：按照如下线性公式计算商品排序得分，并按照得分从高到低排序，得分相同者随机排序。  1. 销量增长趋势=（昨日销量-近7天日均销量）/近7天日均销量\*100%；  * 权重20%； * 因子取值范围：[ -100%, ∞ )；  1. 商品转化率=近7天下单数/曝光UV\*100%；  * 权重30%； * 因子取值范围：[ 0%, 100% ]；  1. 近7天销量；  * 权重20%； * 因子取值范围：[ 0，∞ ]； * 需要进行极差归一化处理；  1. 近7天销售额；  * 权重20%； * 因子取值范围：[ 0，∞ ]； * 需要进行极差归一化处理；  1. 近7天毛利率；  * 权重10%； * 因子取值范围：[0.1，1 ]；   3）商品过滤逻辑：   * 新增过滤类目：开发前提供；   5）前端展示逻辑：   * 按底级类目做打散处理，每一页中，连续5个商品中不得同一底级类目商品，但由于过滤后，后续的商品往前排可能会出现五个商品中出现多个同底级类目商品的情况，届时要求五个商品中不得超过2个同底级类目的商品； |
| 其他说明 |  |