

Правила применения рекомендательных технологий Gravity Field

На данном информационном ресурсе METRO используются рекомендательные технологии Gravity Field (правообладатель технологии: ООО «Стеллар», ОГРН: 1157746498711, на основании Свидетельства о государственной регистрации программы для ЭВМ №2023616608 от 30.03.2023 г.) на основе сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети "Интернет", находящихся на территории Российской Федерации.

Настоящие Правила применения рекомендательных технологий содержат описание процессов и методов сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет», предоставления информации на основе этих сведений, способов осуществления таких процессов и методов, а также описание видов сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет», которые используются для предоставления информации с применением рекомендательных технологий, и источников получения таких сведений.

METRO не использует рекомендательные технологии, нарушающие права и законные интересы граждан и организаций, а также не применяет рекомендательные технологии в целях предоставления информации с нарушением законодательства Российской Федерации.

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 предложений (товаров) для конечного пользователя.

Для алгоритмических вычислений и машинного обучения технологии Gravity Field используют следующие данные, полученные от пользователей информационного ресурса:

- данные о любых действиях пользователя на информационном ресурсе,
- данные о любых запросах пользователя на информационном ресурсе,
- IP-адрес пользователя,
- файлы cookie,
- идентификатор пользователя, присваиваемый информационным ресурсом,
- список страниц (экранов), посещённых пользователем на информационном ресурсе,
- информация об источнике посещения (referral),
- часовой пояс, установленный на устройстве пользователя,
- строку user-agent из браузера пользователя,
- параметры экрана пользователя (разрешение, глубина цветности, параметры размещения страницы на экране),
- не являющиеся персональными данные, добровольно и в явном виде предоставляемые пользователем информационному ресурсу в ходе взаимодействия (пол, возраст и т.д.)

Технологии Gravity Field используют ряд алгоритмов, которые могут использоваться как изолированно, так и в комбинации друг с другом. Также к любому алгоритму могут быть применены дополнительные условия (фильтры), ограничивающие номенклатуру выводимых предложений (товаров) на основании свойств предложений, переданных в Gravity Field информационным ресурсом, либо на основании данных о пользователях по списку выше.

Технологии Gravity Field используют следующие алгоритмы:

- Популярность — алгоритм основывается на взаимодействии пользователей с предложениями (товарами) и взвешенной оценке интенгов пользователей (более выраженный интенг даёт большее увеличение значения популярности. Алгоритм также учитывает затухание интереса по времени (т.е. недавние взаимодействия имеют больший вес, чем совершённые ранее).
- Недавно просмотренные — алгоритм выводит предложения, просмотренные пользователем в обратном временном порядке.
- Недавно купленные — алгоритм выводит предложения, включенные в последние покупки пользователя.
- Похожие товары — алгоритм выводит предложения, схожие с текущим по категории и ключевым характеристикам, полученным от информационного ресурса.
- Покупают вместе — алгоритм выводит предложения, ориентируясь на предложения, совокупно включенные в транзакции пользователей информационного ресурса.
- Смотрят вместе — алгоритм выводит предложения, ориентируясь на предложения, совместно просмотренные пользователями информационного ресурса в рамках одного сеанса пользования.
- Персонализированный — алгоритм основывает свои рекомендации на интересе пользователя к определённым атрибутам предложений, рассчитанном на базе истории взаимодействия пользователя с предложениями и взвешенной оценке интенгов пользователя. Алгоритм также учитывает затухание интереса по времени (т.е. недавние взаимодействия имеют больший вес, чем совершённые ранее).

Дополнительно о технологиях Gravity Field см. по ссылке:

<https://gravityfield.ai/ru/recommendation-technologies/>