

# Правила применения рекомендательных технологий

1. ООО «Лаки Даймонд» (ИНН 7729733707) (далее – «Общество») является владельцем сайта [www.zu.ru](http://www.zu.ru) (далее – «Сайт»), на котором применяются информационные технологии предоставления информации на основе сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации (далее - «Владелец информационного ресурса, на котором применяются рекомендательные технологии»).
2. Настоящие Правила применения рекомендательных технологий (далее – «Правила») содержат описание процессов и методов сбора, систематизации, 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.
3. Владелец информационного ресурса, на котором применяются рекомендательные технологии, не допускает применение рекомендательных технологий, которые нарушают права и законные интересы граждан и организаций, а также не допускает применение рекомендательных технологий в целях предоставления информации с нарушением законодательства Российской Федерации.
4. 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 контента для конечного пользователя.
5. Для алгоритмических вычислений и машинного обучения Общество использует полученные от пользователей Сайта данные, а именно:
  - просмотр товаров или категорий товаров;
  - наличие товаров в «Избранном», корзине, листе ожидания или других списках;
  - составе и датах заказов;
  - взаимодействиях с коммуникациями (например, открытие писем и переходы по ссылкам из рекламы).Также для более точных рекомендаций могут учитываться данные о самих пользователях, например о:
  - местонахождении, чтобы показывать рекомендации для конкретного региона, и часовом поясе, чтобы делать это вовремя;
  - поле или возрасте, чтобы предлагать подходящие товары (например, кольца с бриллиантами — женщинам, запонки — мужчинам).Все эти данные поступают с Сайта, из мобильного приложения, касс, рекламных кабинетов.
6. Для работы рекомендательных технологий Общество применяет три подхода к формированию рекомендаций на основе предпочтений пользователей Сайта:
  - **Подбор похожих и сопутствующих товаров.**  
Алгоритмы анализируют свойства тех продуктов, которыми интересовался пользователь: цвет, вид, коллекцию, категорию или производителя. По этим признакам подбираются товары, которые также могут его заинтересовать.  
*Например*, если покупатель искал на сайте ювелирного магазина кольца с драгоценными камнями, в рекомендациях появятся кольца с полудрагоценными камнями.

- **Рекомендации популярных продуктов.**

Алгоритм анализирует взаимодействие всех пользователей с товарами и может подсказать тот, у которого самый высокий спрос или лучшие оценки. Это полезно, если пользователь впервые пришел на Сайт и о нем еще ничего неизвестно. Пользователю будет порекомендовано то, что нравится большинству других пользователей (например, на сайте магазина ювелирных украшений рядом с самыми популярными моделями появится виджет «Популярные товары»).

- **Рекомендации как для клиента с похожими предпочтениями.**

Алгоритм анализирует сходства в поведении пользователей. Если двум пользователям нравится одна и та же группа товаров, их предпочтения похожи. Значит, первому можно рекомендовать то, что заинтересовало второго, и наоборот (например, двум посетителям ювелирного магазина нравятся кольца с бриллиантами и серьги с драгоценными камнями. Один из них еще и фанат золотых цепей — второму тоже можно порекомендовать эту товарную категорию). Такой подход помогает выявлять неочевидные предпочтения и составлять более разносторонние рекомендации.

7. По итогу формирования рекомендаций на основе предпочтений пользователей Сайта мы делаем их еще точнее, добавив дополнительные условия (например, показывать товары только в географической зоне пользователя. А также исключить из рекомендаций товары, которые покупают независимо от предпочтений — скажем, упаковку).
8. Когда рекомендательные алгоритмы настроены и обучены, они показывают покупателю подборки товаров в любой точке контакта: на сайте — при помощи виджета, в рассылках, мобильном приложении, колл-центре, на кассе.
9. Настоящие Правила могут быть изменены Обществом в одностороннем порядке, учитывая новые данные и изменения в предпочтениях пользователей.
10. Адрес электронной почты для направления юридически значимых сообщений: [marketing@zu.ru](mailto:marketing@zu.ru)