**Рекомендательные технологии.**

На нашем сайте, чат-боте применяются рекомендательные технологии (информационные технологии предоставления информации на основе сбора, систематизации и анализа сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации), которые помогают создавать подборки товаров и услуг. Это востребованный сервис — каждый третий клиент совершает покупки на основе рекомендаций. Это помогает сэкономить время и найти именно то, что нужно, среди тысяч товаров и услуг.

**В чем польза рекомендаций для клиентов:**

* персональная подборка товаров за считанные секунды
* автоматический подбор аналогов
* релевантная информация о скидках, акциях и предложениях
* подбор комплексных товаров и услуг

**Схема работы рекомендательной системы и правила**

1. Виды сведений (данных о действиях на сайте и в приложении ритейлера) о покупателях, которые используют алгоритмы для предсказания предпочтений покупателей:
	* просмотры товаров или категорий товаров;
	* товары в корзине или других списках;
	* состав и даты заказов, история покупок;
	* сведения из коммуникации клиента со службой поддержки через почту, чат-бот, смс и колл-центр;
	* и другая релевантная информация.
2. Для более точных рекомендаций могут учитываться дополнительные данные. Это позволяет показывать продукты только в географической зоне клиента с учетом акций в регионе и лучших опций по доставке.
3. Рекомендательный сервис выбирает товары, релевантные контексту показа. В зависимости от виджета в выдачу рекомендаций попадает от 3 до десятков товаров. Ранжирование товаров зависит от ряда признаков.
4. Похожие и сопутствующие продукты отбираются в той же категории, что и выбранный товар, а также из других категорий, если часто покупаются вместе с выбранным товаром. Алгоритмы анализируют свойства тех продуктов, которыми интересовался клиент: цвет, категорию, производителя и другие характеристики. Для рекомендации популярных продуктов алгоритм анализирует взаимодействие всех клиентов с продуктами и может подсказать тот, у которого самый высокий спрос или лучшие оценки.
5. Алгоритмы также анализирует сходства в поведении клиентов. Если двум покупателям нравится одна и та же группа продуктов, и их предпочтения похожи, рекомендательная система может рекомендовать то, что заинтересовало второго клиента, и наоборот. Такой подход помогает выявлять неочевидные предпочтения, предвосхитить пожелания и составлять более разносторонние рекомендации.
6. Алгоритмы анализируют частоту покупок и могут напомнить купить необходимые сопутствующие и комплексные товары.