

Правила применения рекомендательных технологий

1. Настоящие Правила применения рекомендательных технологий (далее — «Правила») разработаны Акционерным обществом «ОКТОБЛУ», зарегистрированным в едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ) под номером 1247700394854, ИНН 5029086747, КПП 772501001, с местом нахождения, зарегистрированным по адресу: 115280, Россия, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Даниловский, ул. Автозаводская, д. 23а, к. 2, и 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.

2. 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.

3. Рекомендации — это наборы баннеров, листингов, виджетов на сайте и в мобильном приложении с подборкой товаров / категорий товаров / брендов, а также e-мейл с подборкой товаров, которые могут заинтересовать пользователя.

Рекомендательная система отвечает за отбор товаров и порядок отображения этих товаров. Рекомендации условно можно разделить на 2 группы: товарные и персональные.

4. Для алгоритмических вычислений Общество использует полученные от пользователей Сайта данные, а именно:
данные о любых действиях пользователя на Сайте, например:

- просмотрах продуктов или категорий продуктов;
- продуктах в «Избранном», корзине, листе ожидания или других списках;
- составе и датах заказов;

- взаимодействиях с коммуникациями, например: открытие писем и переходы по ссылкам из рекламы;
- местонахождении, чтобы показывать рекомендации для конкретного региона, и часовом поясе, чтобы делать это вовремя;
- поле или возрасте, чтобы предлагать подходящие продукты. Например, платья — женщинам, а фильмы 16+ — взрослым.
- данные о любых запросах пользователя на Сайте;
- данные из текстов резюме и вакансий;
- IP адрес;
- файлы cookies;
- идентификатор пользователя, присваиваемый сайтом;
- посещенные страницы;
- количество посещений страниц;
- информация о перемещении по страницам сайта (в т.ч. запись движения мыши, нажатий на ссылки и элементы сайта);
- длительность пользовательской сессии;
- точки входа (сторонние сайты, с которых пользователь по ссылке переходит на сайт);
- точки выхода (ссылки на сайте, по которым пользователь переходит на сторонние сайты);
- страна пользователя;
- геопозиция пользователя;
- регион пользователя;
- часовой пояс, установленный на устройстве пользователя;
- провайдер пользователя;
- браузер пользователя;
- цифровой отпечаток браузера (canvas fingerprint);
- доступные шрифты браузера;
- установленные плагины браузера;
- тип доступных медиа-устройств в браузере;
- наличие ActiveX;
- перечень поддерживаемых языков на устройстве пользователя;
- архитектура процессора устройства пользователя;
- ОС пользователя;
- параметры экрана (разрешение, глубина цветности, параметры размещения страницы на экране);
- информация об использовании средств автоматизации при доступе на сайт;
- дата и время посещения сайта;
- источник перехода (UTM метка);
- значение UTM меток от source до content;

- уникальный идентификатор, присваиваемый интернет-сторонним сервисом, обеспечивающим обработку статистических данных;
- данные, содержащиеся в личном кабинете пользователя, зарегистрированного на Сайте;
- данные сетевого трафика.

5. Для работы рекомендательных технологий Общество применяет алгоритмы фильтрации на основе контента.

Алгоритмы анализируют свойства тех продуктов, которыми интересовался клиент: цвет, пол, бренд, категорию или производителя. По этим признакам подбираются продукты, которые также могут его заинтересовать.

Алгоритмы анализируют взаимодействие всех клиентов с продуктами и могут подсказать тот, у которого самый высокий спрос или лучшие оценки.

Кроме того, алгоритмы анализируют сходства в поведении клиентов.

По всем вопросам обращаться на почту crc@octoblu.org