

Правила применения рекомендательных технологий на сайте Repeat.ru

1. Общие положения

На информационном ресурсе <http://repeat.ru/> при применении информационных технологий предоставления информации осуществляется сбор, систематизация и анализ сведений, относящихся к предпочтениям пользователей сети "Интернет", находящихся на территории Российской Федерации (далее – рекомендательные технологии).

Настоящие Правила описывают порядок работы рекомендательных технологий, а именно системы персонализированных рекомендаций контента на сайте Repeat.ru (далее – «Сайт»), принадлежащем ООО «Арнест ЮниРусь», адрес регистрации: 123022, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д. 13 (далее – «Компания»). Эти технологии позволяют формировать персонализированные рекомендации контента (статей, материалов и др.) с целью повышения релевантности информации для пользователей и улучшения их взаимодействия с Сайтом.

Рекомендации формируются на основе анализа поведения пользователей Сайта с использованием указанных ниже сведений.

2. Виды сведений, используемых для предоставления рекомендаций

Для формирования персонализированных рекомендаций могут обрабатываться следующие категории данных:

Поведенческие и контекстные данные:

- Просмотренные страницы, статьи и материалы
- Контекст страниц, с которыми взаимодействовал пользователь (теги статьи, категории)
- Время, проведенное на странице и глубина скроллинга
- Последовательность взаимодействия с контентом
- Клики по рекомендациям
- Популярность материалов среди других пользователей

Технические данные:

- Уникальный идентификатор пользователя
- Тип устройства, браузер, IP-адрес (в обезличенном виде)
- Данные cookies и DMP-теги

3. Источники сведений, используемых для предоставления рекомендаций

Данные для предоставления персонализированных рекомендаций собираются из следующих источников:

- Действия пользователя на Сайте: история просмотров, клики, время сеанса.
- Cookies и локальное хранилище браузера: идентификаторы сессий, предпочтения.
- Аналитические системы: данные метрик (например, Яндекс.Метрика, Google Analytics).
- Общедоступные данные: тренды, популярность контента среди других пользователей.
- Платформа Weborama Delivery Service (анализ сегментов аудитории).

4. Процессы и методы обработки данных Пользователей

4.1. Сбор, систематизация и анализ данных:

Данные пользователей (cookie и DMP-теги) автоматически фиксируются при посещении Сайта для сбора идентификаторов и сведений о пользовательских предпочтениях. Информация агрегируется и обезличивается, где это возможно.

Собранные данные через API предаются авторизованному партнеру Компании – Weborama – (Общество с ограниченной ответственностью «Интерэктив Сервисез» (ООО ИЭС), 127055, город Москва, Лесная ул., д. 61 стр. 2, пом. I ком.23). (далее – «Партнер» или «Weborama»). Используя полученные данные Партнер определяет релевантные тематические сегменты пользователя и возвращает их через API на Сайт.

4.1.1. Формирование сегментов

Квалификация на вхождение в сегмент:

С целью исключить включение в сегмент пользователей с низким интересом к теме, пользователь добавляется в сегмент только при соблюдении следующих условий:

- Время на странице: не менее 20 секунд
- Глубина скроллинга: не менее 30% страницы

Обновление и обнуление сегментов

Механизм обновления сегмента:

- Для каждого сегмента (интереса пользователя) устанавливается Time to Live (TTL) - период времени, в течение которого будут обрабатываться данные, прежде чем будут уничтожены или обновлены;
- Продление (до 120 дней) TTL происходит при каждом подтвержденном посещении пользователем статьи с тегом сегмента.

Обнуление интереса пользователя происходит раз в 30 дней при отсутствии подтверждения интереса (нет повторных посещений статей с соответствующими тегами).

4.2. Формирование и предоставление рекомендаций

На основе сформированных сегментов и иных, полученных от Партнера данных, на Сайте формируется персонализированный блок статей.

Рекомендации для пользователей обновляются в реальном времени при каждом новом посещении. Пользователь может повлиять на рекомендации, взаимодействуя с контентом (например, игнорируя или выбирая определенные статьи), что будет оказывать влияние на вес сегмента для соответствующей темы.

4.2.1. Сценарии показа рекомендаций

Тип пользователя	Действие системы	Пример сценария показа рекомендаций
Новый пользователь (первое посещение сайта)	Показываются рекомендации на основе текущей просматриваемой статьи	– читает статью про *skincare* – показываются другие статьи с тегом *skincare*
Пользователь с недостаточными данными (повторный визит, но данных для сегментации недостаточно)	Показываются рекомендации на основе текущей просматриваемой статьи (аналогично новому пользователю)	– читает статью про *makeup* – показываются другие статьи с тегом *makeup*
Пользователь с определенным сегментом	Показываются статьи, соответствующие сегменту	– Пользователь входит в сегмент *hair issues* – читает *skincare*

	пользователя, даже если контекст страницы другой	– показываются другие статьи с тегом: *hair issues*.
Пользователь с множественными интересами (входит в несколько сегментов)	Показываются популярные статьи из всех актуальных сегментов с учетом «свежести» интереса	– Пользователь одновременно в сегментах *hair issues* и *acne* – показываются статьи из обоих сегментов

4.2.2. Критерии приоритизации показа контента

Для формирования персонализированной ленты контента используются следующие критерии и логика размещения:

1. Определение свежести и актуальности статей

Показатели:

- Количество просмотров статьи
- Дата публикации статьи

Корреляция показателей:

- Статьи, опубликованные в последние 30 дней («свежие» статьи), получают более высокий приоритет.
- Среди статей с одинаковой свежестью показываются 10 статей с наименьшим количеством просмотров

2. Ограничения для выборки новых статей

- В расчет принимаются статьи, опубликованные в течение последних 30 календарных дней.
- При отсутствии достаточного количества данных, статьи из этой выборки показываются в произвольном порядке.

3. Малопопулярные и старые статьи

Статьи с низким количеством просмотров и опубликованные более 30 дней назад:

- В блок рекомендаций добавляются первые 30 статей с наименьшим количеством просмотров, выбранные случайным образом.

4.2.3. Логика размещения контента в слайдере Сайта

Порядок показа статей в блоке рекомендаций на Сайте:

1. Первая позиция:

- Новая популярная статья (опубликована в последние 30 дней, с наибольшим количеством просмотров).
- Если такой статьи нет, то публикуется самая популярная статья за все время из нужного сегмента.

2. Вторая позиция:

- Новая, но малопопулярная статья (≤ 30 дней с даты публикации, низкое количество просмотров).

3. Третья позиция:

- Старая малопопулярная статья (наименьшее количество просмотров за все время публикации).

4.3. Управление рекомендациями и отказ от обработки

В целях управления рекомендациями или отказа от обработки данных Пользователь может:

- Отключить cookies в браузере (это снизит персонализацию);
- Очистить историю посещений в настройках браузера.

5. Заключительные положения

Компания оставляет за собой право изменять настоящие Правила в связи с изменениями требований законодательства или алгоритмов предоставления рекомендаций. Актуальная версия Правил доступна на Сайте.

Вопросы по работе рекомендательных технологий на Сайте и другие, связанными с ними запросы и сообщения, необходимо направлять по адресу info@unirusgroup.ru.

Дата последнего обновления: [9, июня, 2025].