

Versão 10 Release 0
15 de maio de 2012

*Guia do Usuário do IBM Coremetrics
Intelligent Offer*

IBM

Observação

Antes de usar estas informações e o produto ao qual ela oferece suporte, leia as informações em “Avisos” na página 93.

A documentação distribuída com os produtos do IBM Coremetrics é confidencial e de propriedade da IBM e, como tal, está sujeita às disposições de qualquer acordo de confidencialidade firmado entre as partes. Independentemente das disposições específicas de qualquer acordo de confidencialidade, as partes concordam, portanto, em tratar a documentação citada como informação confidencial da IBM e concordam também em não distribuir tal documentação para terceiros ou copiar tal documentação, exceto conforme permissão expressa contida em qualquer acordo de licença firmado entre as partes em relação a tais produtos.

A IBM Agradece Seus Comentários

Você pode enviar seus comentários para o seguinte endereço.

IBM Brasil - Centro de Traduções
Rodovia SP 101 km 09
CEP 13185-900
Hortolândia, SP

Você pode enviar seus comentários eletronicamente usando um dos seguintes métodos:

Ligação Gratuita

1+866-493-2673

Fax (EUA e Canadá):

1+650-762-1499

Centro de Suporte:

<https://support.coremetrics.com>

Email na Internet:

cm_support@us.ibm.com

World Wide Web:

www.coremetrics.com

Se desejar receber uma resposta, inclua seu nome, endereço, número de telefone ou número de FAX. Certifique-se de incluir os seguintes itens em seu comentário ou observação:

- Título deste documento
- Número de página ou tópico relacionado ao comentário

Ao enviar informações para a IBM, o Cliente concede à IBM um direito não exclusivo para usar ou distribuir as informações da forma que julgar apropriada sem incorrer em qualquer obrigação para com o Cliente.

Materiais Licenciados - Propriedade da IBM

© Copyright IBM Corporation 2005, 2012.

Índice

Sobre o IBM Coremetrics v

Capítulo 1. Visão Geral do Guia do Usuário 1

Suposições do Guia do Usuário 1

Capítulo 2. Visão Geral do Produto 3

Recursos-Chave 3

Acessando o Intelligent Offer 8

Navegação Geral 9

Capítulo 3. Painéis de Desempenho 11

Criar um Painel 11

Visualizar um Painel 12

O Painel Padrão 12

Os Módulos de Painel de Desempenho da Zona 12

 Editar um Módulo de Painel de Desempenho da Zona 12

Painel de Desempenho do Elemento 13

 Editar o Módulo de Desempenho do Elemento 13

O Módulo de Painel de Teste A/B 13

 Editar o Módulo de Painel de Teste A/B 13

O Módulo de Painel de Minigráfico de KPI 14

 Editar o Módulo de Painel de Minigráfico KPI 14

Os Módulos de Painéis de Desempenho do Site 14

 Editar um Módulo de Painel de Desempenho do Site 14

Compartilhar um Painel com Outros ou Mantê-lo Privado 15

 Enviar Email de um Painel 15

Capítulo 4. Relatórios 17

Relatórios de Cumprimento da Zona 17

Relatório do Elemento 17

Relatório de Cumprimento do Teste A/B 17

Selecionando Opções de Relatório 18

Salvando Relatórios 19

Selecionando Períodos de Tempo de Comparação 19

Capítulo 5. Visualizar Recomendações 21

Visualizar Recomendações para um Item Específico 21

Visualizar Recomendações para um Conjunto de Itens de Amostra 22

Visualizar Recomendações para Oferta Nova ou Modificada 23

Visualizando Visualizações em uma Grade 24

Visualizando Visualizações como Imagens em uma Zona 24

Selecionando Atributos para Exibição nas Visualizações 25

Capítulo 6. Teste A/B. 27

Oferta Inteligente de Teste Versus Recomendações Manuais 28

Criar um Teste A/B 28

Oferta Vs. Oferta 29

Teste de Cabeçalho da Zona 29

Testar o Número de Recomendações 30

Teste de Posicionamento da Zona 30

Desativando um Teste A/B 31

Medindo Resultados de Teste A/B. 31

Capítulo 7. Fluxo de Trabalho para Configuração de Oferta Inteligente. 33

Capítulo 8. Ofertas. 35

Criar uma Oferta 36

Identificar Destinos 36

Identificar Exclusões de Destinos 37

Determinar o Algoritmo de Venda Cruzada do Produto 37

Classificando Produtos para Recomendação 39

Categorias Virtuais 40

Determine o Período de Tempo de Análise de Dados 41

Determinar Opções de Entrega 41

Frequência de Atualização 42

Visualizar Lista de Destino 42

Ativar Notificação por Email 42

Ativando uma Oferta 43

Visualizando o Histórico de Mudanças de uma Oferta 43

Capítulo 9. Otimizar Recomendações Usando Regras de Negócios 45

O que É um Nó? 46

Definir Grupos de Regras 47

Criar uma Regra 47

Definir Destinos de Regras 47

Definir Classe de Regra e Tipo de Regra 48

 Promover Produtos 49

 Excluir Categorias de Produtos 51

 Remover Ênfase de Categorias de Produtos ou Conteúdo 51

 Excluir Itens Específicos 51

 Remover Ênfase de Itens Específicos 52

 Excluir com Base no Valor de um Atributo 52

 Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo 52

 Excluir Comparando Atributos com o Destino 52

 Remover Ênfase Comparando Atributos com o Destino 53

 Remover Ênfase de Itens que Correspondem ao Atributo Selecionado de uma Recomendação com Classificação Mais Alta 53

Itens Recomendados que Fazem Parte de um Conjunto 54

Lista de Bloqueio de um Item 54

 Publicar Mudanças na Configuração 55

 Remover um Item da Lista de Bloqueio 55

Excluir Páginas de Conteúdo Específicas da Recomendação	56
Identificar Categorias do Elemento a Serem Incluídas na Recomendação	56
Regras de Negócios de Exemplo para Produtos	56
Regras de Negócios de Exemplo para Conteúdo	60
Visualizar o Impacto de Regras na Oferta	61

Capítulo 10. Testando Recomendações e Saída de Regra 63

Resolução de Problemas de Resultados de Regras de Negócios	63
Resolução de Problemas de Poucas Recomendações	64

Capítulo 11. Planos de Recomendação 67

Configurando um Plano de Recomendação	67
Incluindo Etapas Adicionais em Seu Plano de Recomendação	68
Incluindo Personalização em Seu Plano de Recomendação	68
Processamento de Fallback	69
Processamento de Fallback Padrão.	69
Configurar Processamento de Fallback para Entrega de Arquivo Simples.	70

Capítulo 12. Configurando Zonas do Site 71

Criar uma Zona que Seja Visível Apenas Se o Plano de Recomendação É Válido	71
---	----

Capítulo 13. Trabalhar com Recomendações de Imagens 73

Como Funcionam as Recomendações de Imagens.	73
Incluir os Dados Necessários nos Uploads de Dados	74
Determinar os Requisitos de Design	74
Criar ou Identificar as Ofertas	74
Configurar Recomendações de Imagens	75
Configurar as URLs para Suas Recomendações	75
Criar os Modelos de Recomendação de Imagem	75
Configurar as Imagens Geradas pelo Modelo	76
Visualizar as Imagens	77
Configurar os Nomes de Modelos como Categorias Virtuais no Arquivo de Definição de Categoria	78
Configurar os Modelos de Email	78
Configurar o Processamento de Email que Resolve a Variável de Destino	78
Publicar o Modelo de Recomendação de Imagem	79
Testar as Mensagens de Email e Executar a Campanha.	79

Apêndice A. Informações Adicionais de Contato 81

Apêndice B. Suporte 83

Apêndice C. Glossário 85

Avisos 93

Marcas Registradas	95
------------------------------	----

Sobre o IBM Coremetrics

O IBM® Coremetrics é o líder na otimização de marketing. Seus produtos ajudam incessantemente negócios a otimizar seus programas de marketing para que façam a melhor oferta, sempre, em qualquer lugar, de forma automática. Mais de 2.100 marcas on-line usam globalmente o Software como Serviço (SaaS) do IBM Coremetrics para a otimização de seu marketing on-line. As soluções de otimização de marketing integradas do IBM Coremetrics incluem recomendações personalizadas em tempo real, direcionamento de email, exibição de anúncios direcionados nas principais redes de anúncios e gerenciamento da oferta do mecanismo de procura. As soluções da empresa são entregues na única plataforma analítica online projetada para antecipar as necessidades de cada cliente, automatizar decisões de marketing em tempo real e syndicar informações ao longo de todos os canais do cliente.

Para obter informações adicionais sobre este e sobre outros produtos IBM Coremetrics, consulte o Apêndice A, "Informações Adicionais de Contato", na página 81.

Capítulo 1. Visão Geral do Guia do Usuário

O *Guia do Usuário do IBM Coremetrics Intelligent Offer* é destinado aos usuários que acessam o produto diariamente para:

- Visualizar painéis
- Visualizar relatórios
- Visualizar o desempenho da zona
- Executar testes A/B
- Visualizar recomendações de produtos ou conteúdos
- Criar e editar ofertas
- Definir e alterar planos de recomendações
- Definir e alterar zonas de sites
- Definir recomendações com base em imagem

Suposições do Guia do Usuário

Este guia também assume que você sabe se está usando recomendações de Arquivo Simples ou Dinâmicas. Se você não souber, entre em contato com o administrador do IBM Coremetrics ou o Suporte ao Cliente do IBM Coremetrics. Consulte Apêndice A, “Informações Adicionais de Contato”, na página 81.

Para obter informações técnicas adicionais, tais como parâmetros de implementação ou integração com seu website, consulte o *Guia de Configuração do IBM Coremetrics Intelligent Offer*.

Capítulo 2. Visão Geral do Produto

O IBM Coremetrics Intelligent Offer permite gerar recomendações de produto e conteúdo personalizados. Essas recomendações aumentam as vendas, a taxa de conversão, o valor médio de pedidos e o comprometimento do cliente. O Intelligent Offer gera automaticamente recomendações para cada visitante com base na sessão atual e nos dados de navegação histórica, de seleção e de compras coletados pelo IBM Coremetrics Web Analytics. Com o Web Analytics, é possível automatizar recomendações personalizadas por meio de um conjunto poderoso de algoritmos comprovados e confiáveis.

O Intelligent Offer foi projetado para tratar das necessidades e interesses específicos dos revendedores de e-commerce. Sua poderosa interface com o usuário permite uma rápida implementação, modificação de algoritmo, gerenciamento de regra de negócios e visualização de recomendação. É possível fazer ajustes rápidos sem depender de programadores. O Intelligent Offer é estreitamente integrado ao Web Analytics e ao LIVEmail. É possível acessar os dados do Intelligent Offer usando recomendações dinâmicas, e integrar essas recomendações diretamente com a camada de apresentação do website. Também é possível integrar dados através de arquivos simples para gerar recomendações com canais offline ou aplicativos customizados, como central de atendimento, catálogos de papel e quiosques em lojas.

Por meio da automação completa, o Intelligent Offer fornece uma ferramenta para atingir níveis de desempenho de avaliação de desempenho de recomendação enquanto libera a equipe de negociantes da criação de recomendações manuais.

Benefícios de Negócios

O Intelligent Offer fornece muitos benefícios de negócios, incluindo:

- Rendas aumentadas
- Valor médio do pedido aumentado
- Taxa de conversão aumentada
- Comprometimento do cliente aumentado
- Ativação do cliente aumentada através de vídeos, planilhas de dados e conteúdo instrucional
- Usabilidade melhorada do website, permitindo que os visitantes localizem os produtos e explorem ofertas do catálogo
- Crescimento nas vendas de produtos mais antigos ou comprados raramente
- Menos tempo gasto pelos revendedores
- Implementação rápida para ROI aprimorado
- Suporte para um intervalo de casos de uso para maximizar oportunidades de receita

Recursos-Chave

Os recursos-chave do Intelligent Offer permitem criar, configurar, rastrear e testar ofertas.

Oferta de Produto e de Conteúdo

Uma oferta é uma coleção de configurações que inclui o tipo (produto,

categoria, procura, conteúdo de página ou conteúdo de elemento), parâmetros de dados e de personalização, período de tempo de análise de dados e regras de negócios que gera uma lista de itens recomendados. Você constrói ofertas com estilos de recomendações diferentes para adequarem-se aos diferentes estágios do processo de compra. Por exemplo, uma oferta é criada para a página do produto e uma outra para o carrinho de compras. Também é possível construir ofertas e regras de negócios para recomendar conteúdo, exceto produtos como páginas da web, arquivos PDF, vídeos, fórmulas, White Papers e conteúdo instrucional.

Configurações da Oferta

As configurações de oferta definem a frequência com a qual uma oferta é atualizada (mensalmente, semanalmente ou diariamente), a quantia de dados que é considerada, o conjunto de produtos ou os itens de conteúdo para os quais as recomendações são geradas, o número de recomendações por produto (apenas arquivo simples) e o método de entrega.

Pesos de Afinidade

Os pesos de afinidade controlam o peso de quatro pontos de dados principais no algoritmo de venda cruzada de produto. Alterar os pesos de cada tipo de afinidade pode alterar dramaticamente as recomendações geradas para cada produto, permitindo ajustar o algoritmo para lidar com uma variedade de padrões de comportamento do cliente e combinações de produtos. Ele também permite alterar a saída para abordar diferentes estilos de recomendações. Recomendações de peso para itens que os clientes visualizam juntos geralmente fornecerão recomendações de itens muito semelhantes. Entretanto, determinar o peso de recomendações com base em itens comprados juntos fornece recomendações de produtos nas categorias. Os pesos de afinidade fornecem controles para abordar um intervalo de considerações.

Regras de Negócios

O Intelligent Offer fornece uma interface com o usuário para criar e gerenciar regras que colocam limites adicionais na saída de recomendação. O Intelligent Offer suporta regras de exclusão, de remoção de ênfase e promocionais. As regras podem ser gerenciadas globalmente, no nível da categoria ou por produto ou atributo de conteúdo. As regras de exclusão eliminam recomendações, as regras promocionais forçam itens em recomendações e as regras de remoção de ênfase movem itens para o final da lista de candidatos de recomendações, em vez de excluí-los. Forneça os dados, nos quais as regras de exclusão se baseiam, para a IBM Coremetrics usando um arquivo de importação.

Personalização do Visitante Individual

Os dois visitantes não têm os mesmos interesses nem demonstram padrões de compras idênticos. O Intelligent Offer constrói elaborados perfis individuais dos visitantes, com base nos dados históricos e do site para apresentar automaticamente a cada comprador um conjunto único de recomendações. Mesmo os visitantes que não são conhecidos recebem recomendações altamente relevantes com base nos algoritmos baseados em *wisdom-of-the-crowd* comprovado do Intelligent Offer. Como os perfis de visitantes são construídos em tempo real, as recomendações podem se tornar rapidamente personalizadas, permitindo que o Intelligent Offer otimize recomendações para todos os visitantes. Além de otimizar automaticamente as recomendações de página, as recomendações de carrinho de compras e as recomendações de categorias para as zonas de

recomendações específicas e individuais que podem ser definidas para oferecer recomendações que têm como base os comportamentos observados do visitante, incluindo:

- Recomendações baseadas em um item que o visitante colocou recentemente no carrinho de compras
- Recomendações baseadas em um item que o visitante comprou recentemente
- Itens principais de vendas a partir de uma categoria do interesse do visitante
- Recomendações baseadas em um item que o visitante visualizou recentemente
- Recomendações baseadas na categoria visualizada mais recentemente do visitante

Recomendações de Categoria

Recomendações com base nos itens mais vendidos, classificadas por vendas de itens ou vendas em dólar, visualizações de tempo ou um híbrido de todos as três podem ser apresentadas em vários pontos no website. Esses principais vendedores são agrupados pela categoria fornecida no Enterprise Category Definition File (ECDF). Configurações especiais estão disponíveis para os principais vendedores da categoria. Por exemplo, os visitantes podem localizar os itens mais vendidos independentemente de onde eles são colocados no website. As recomendações de categorias podem ser configuradas na interface para remover os primeiros 5%, 10% ou 20% do itens mais vendidos das recomendações. A remoção dos produtos mais vendidos permite apresentar produtos adicionais que os clientes ainda não possam ter localizado, os quais já possuem altas conversões. Os principais vendedores gerais também podem ser configurados usando recomendações de categorias.

Principais vendedores gerais

Permite que o revendedor especifique as principais categorias de produtos a serem representadas como os principais vendedores gerais. Estas recomendações são frequentemente exibidas na página inicial, na página de cesta vazia ou na página de nenhum resultado da procura. Os principais n itens de vendas (em que n é um número configurável) são obtidos de cada uma das categorias principais e representados ao visitante para que cada categoria tenha representação através das recomendações da página inicial. Como resultado, os itens com melhores vendas e de conversão mais alta das principais categorias do site são comercializados para visitantes desconhecidos. Opcionalmente, a ordem na qual a coleção de recomendações da página inicial é apresentada poderá ser determinada aleatoriamente quando a página for carregada.

Recomendações de Fallback

Os algoritmos com base no comportamento não podem gerar recomendações para produtos para os quais os algoritmos ainda não estão aplicados. Quando novos produtos são introduzidos no site, é necessário um mecanismo para fornecer um padrão e um conjunto de recomendações atraente. Se tiver requisitos de regra de negócios estritos, será possível eliminar as recomendações disponíveis através do uso de regras de negócios. Há dois processos de fallback. O primeiro processo de fallback ocorre quando os dados comportamentais de wisdom-of-the-crowd são processados. Quando não houver dados de comportamento do site suficientes para concluir o número de recomendações solicitadas ou se as regras de negócios eliminarem as recomendações, os itens campeões de

vendas da categoria do EPR do produto alvo serão usados como recomendações padrão. Um processo de fallback secundário é iniciado se as recomendações não estão disponíveis quando as recomendações dinâmicas são solicitadas a partir do seu website. Para cobrir essa situação, configure as etapas de fallback no plano de recomendação. Por exemplo, é possível especificar que as recomendações devem ser os itens mais vendidos na categoria do último produto visualizado pelo visitante, ou os itens mais vendidos na categoria favorita do visitante.

Recomendações com base no termo de procura

As recomendações com base no termo de procura permitem que equipes de merchandise resolvam dois problemas de negócios:

- As páginas de entrada de procura paga não são sempre relevantes.
- Resultados da procura de Web sites e no site não aprendem a partir do comportamento do visitante.

O Intelligent Offer determina os melhores produtos a serem recomendados para os visitantes que fazem a busca usando uma consulta como “Vara de Pescar” ou “Tênis de Corrida”. Para cada termo de procura, uma visualização de todas as origens do tráfego da procura (pago, natural e no site) alimenta o algoritmo do Intelligent Offer. Essa visualização agregada de dados de interação do cliente por meio de todas as fontes de procura garante o conjunto de dados subjacentes mais abrangentes para uma única consulta do cliente. As recomendações baseadas em procura podem ser renderizadas nas páginas de resultados Search Engine Marketing (SEM) e da procura no site e em outros locais, como por exemplo, a página inicial.

Recomendações baseadas em imagem

Uma recomendação baseada em imagem usa o método de entrega dinâmica para entregar recomendações como imagens HTML com valores de atributos como o nome do produto. Cada imagem fornece um link para a página de produto em seu website para esse item recomendado.

O uso principal das recomendações baseadas em imagem é com campanhas por email. Esse tipo de recomendação destina um item na mensagem de e-mail e, em seguida, gera uma lista de itens recomendados quando o destinatário de e-mail abre a mensagem.

Teste A/B

O Intelligent Offer inclui um recurso de teste A/B especialmente projetado para executar testes de divisão A, B, C e D para determinar o impacto de várias configurações do Intelligent Offer nas receitas e conversões do site. Além disso, o teste A/B do Intelligent Offer pode ser usado para testar pesos de afinidade do algoritmo alternativo, regras de negócios, locais de zona do site (visualizado com a necessidade de descer ou subir a barra de rolagem) e o número de recomendações entregues a uma zona específica.

Visualização

O Intelligent Offer fornece o recurso para que os usuários revisem a lógica algorítmica e de regras que foi especificada e aplicada em uma oferta para ajudar os clientes a otimizar ou solucionar problemas de recomendações. Até três tipos diferentes de opções de visualização estão disponíveis, dependendo se sua organização possui arquivo simples licenciado ou recursos de recomendações dinâmicas.

Relatórios

Dois relatórios nativos estão disponíveis no menu Relatórios: os relatórios de cumprimento da Zona de Desempenho e de Teste A/B. O desempenho da zona é uma versão filtrada do Relatório do Produto por Categoria e

exibe o desempenho do pai de venda cruzada e das subcategorias. Os relatórios de cumprimento do teste A/B em qualquer teste A/B ativo são configurados na ferramenta de teste A/B no Intelligent Offer.

Painéis

Os painéis permitem rastrear o desempenho de ofertas e testes A/B ativos. Todos os clientes do Intelligent Offer podem usar os módulos Desempenho da Zona, Minigráfico do KPI e Desempenho do Site porque eles requerem que os usuários identifiquem a categoria pai no CDF que corresponde às zonas do site que estão sendo preenchidas com recomendações. Como a funcionalidade de teste A/B requer recursos de recomendações dinâmicas do Intelligent Offer, apenas os clientes que possuem as recomendações dinâmicas ativadas possuem acesso ao módulo do painel Desempenho do Teste A/B.

Arquivo simples ou recomendações dinâmicas

O IBM Coremetrics oferece flexibilidade fornecendo dois métodos de entrega para recomendações. Com o método de entrega do arquivo simples, o processamento da oferta grava listas fixas de recomendações para arquivos de saída que podem ser usados em diversos canais de marketing. Com o método de entrega dinâmica, as recomendações são geradas e entregues dinamicamente pela content delivery network (CDN) às suas páginas da web para cada visitante. Ambos os métodos de entrega geram recomendações sonoras e conduzem vendas adicionais.

Integração do WebSphere Commerce

O Intelligent Offer versão 9 e posterior é estreitamente integrado ao WebSphere Commerce versão 7 FP2 e posterior. Se você estiver usando o WebSphere Commerce, consulte a documentação do WebSphere Commerce para obter instruções sobre a configuração de uma solução integrada com o Intelligent Offer.

Rastreamento Resultados com o IBM Coremetrics Web Analytics

O IBM Coremetrics fornece ferramentas robustas para mostrar os benefícios derivados de atividades de personalização do site, independentemente da solução que esteja orientando tais atividades. Os recursos do relatório incluem tendência, a capacidade de visualizar vários períodos de tempo, resultados de emails, download no MS Excel e análise de segmentação. Os relatórios e recursos do Web Analytics que podem ser usados para rastrear os resultados das ofertas incluem:

- Relatório Resumo de Linha Principal
- Relatório de Produtos
- Tendência da Categoria do Relatório de Produtos
- Zoom do Produto
- Segmentos de Relatório

Além disso, é possível usar os recursos de criação de relatório customizado do IBM Coremetrics Explore para gerar análises ad hoc de desempenho de recomendação.

Rastreamento Resultados com o IBM Coremetrics Explore

O IBM Coremetrics Explore fornece relatórios customizados que podem ser usados para analisar o desempenho do Intelligent Offer.

IBM Unica Interagir

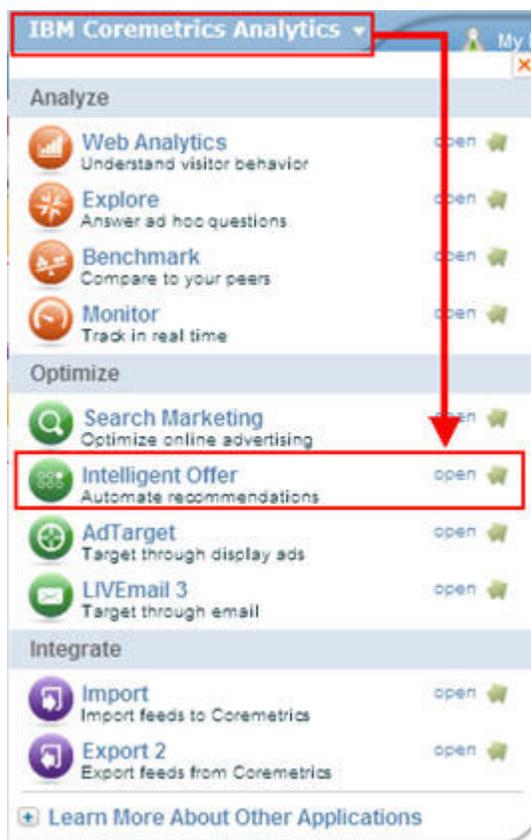
É possível entregar as recomendações de vendedor principal da categoria a partir da Oferta Inteligente para o IBM Unica Interact. Para obter informações adicionais, consulte a documentação do IBM Unica Interagir.

Acessando o Intelligent Offer

É possível acessar o Intelligent Offer a partir do menu do aplicativo IBM Coremetrics ou diretamente a partir de um navegador da Web.

Quando o Intelligent Offer é ativado para o seu ID de cliente, todas as suas contas de usuários que possuem a função apropriada ativada poderão ver o **Intelligent Offer** na alternância de aplicativos no cabeçalho de todos os aplicativos do IBM Coremetrics. A alternância de aplicativos permite que um usuário navegue rapidamente entre quaisquer aplicativos que estiverem ativados e para os quais o usuário possui permissão de acesso.

Se o aplicativo Intelligent Offer não aparecer na seção **Otimizar** do menu de alternância do aplicativo, entre em contato com seu administrador do site, porque ele não foi ativado para o ID do Cliente atual ou para o usuário atual.



O IBM Coremetrics também fornece acesso direto e autenticação no Intelligent Offer a partir do endereço da web a seguir: <https://intelligentoffer.coremetrics.com>.

Quando este endereço da web for inserido em um navegador da web suportado, ele carregará uma página de boas-vindas para o aplicativo e solicitará seu ID de cliente, nome de usuário e senha. A mesma senha que é usada para autenticação do Web Analytics pode ser usada para o Intelligent Offer.

Permissões do Grupo de Usuários

Se você possuir acesso de administrador, conceda permissões de acesso ao Intelligent Offer por meio das configurações do grupo de usuários. Para ativar o

Intelligent Offer para todos os usuários que estão designados a um grupo de usuários específico, navegue para a página **Administração > Gerenciar Grupos**. Selecione um grupo de usuários e marque a caixa de seleção do **Intelligent Offer**. Após salvar essas mudanças, todos os membros desse grupo de usuários pode acessar o Intelligent Offer usando a autenticação direta ou a alternância de aplicativos.

Navegação Geral

A interface do Intelligent Offer é consistente com o IBM Coremetrics Web Analytics.

É possível acessar todos os recursos principais no menu de navegação de sanfona no lado esquerdo do aplicativo.

Cabeçalho do Aplicativo

O Intelligent Offer fornece o mesmo cabeçalho de aplicativo que o aplicativo do Web Analytics e inclui acesso ao seguinte:

Alternância de site

Se você implementar diversas instâncias do IBM Coremetrics em vários sites, é possível usar a lista de alternância de site para mover de um ID de cliente para outro.

Alternância de aplicativo

A alternância de aplicativo apresenta todos os aplicativos do IBM Coremetrics. Soluções que estão disponíveis e licenciadas por sua organização e são ativadas para o usuário atual. As soluções que não estão disponíveis não estão licenciadas ou não estão ativas para o usuário atual. Se você precisar de acesso, entre em contato com o administrador do IBM Coremetrics.

Ajuda Oferece acesso ao Guia do Usuário do *IBM Coremetrics Intelligent Offer*.

Suporte

Fornecer acesso ao centro de suporte do IBM Coremetrics e oferece opções de contato por email para obter suporte técnico, suporte a melhores práticas ou permite submeter feedback do produto para a equipe de gerenciamento de produto do IBM Coremetrics. Consulte Apêndice B, "Suporte", na página 83 para obter informações adicionais sobre o suporte do IBM Coremetrics.

Logout

Efetua seu logout da sessão do IBM Coremetrics.

Capítulo 3. Painéis de Desempenho

Supondo que o Intelligent Offer já esteja implementado, sua primeira etapa no aplicativo é consultar os painéis de desempenho. Estes painéis fornecem recursos de relatório dentro do aplicativo. É possível visualizar um painel padrão que mostra o módulos de desempenho do site e de desempenho da zona para produto, página e elementos. O módulo de desempenho do site mostra quais vendas, visualizações da página ou visualizações de desempenho vieram como resultado da implementação do Intelligent Offer. O desempenho da zona diminui ainda mais o desempenho mostrando as vendas e as visualizações atribuídas às várias zonas em seu site que estão mostrando recomendações do Intelligent Offer.

Além da visualização do painel padrão, é possível criar painéis customizados para capturar informações que o painel padrão não captura. Os módulos de painéis disponíveis são:

- Desempenho de zona—é possível criar um outro módulo de desempenho de zona para visualizar um intervalo de data diferente dos dados.
- Desempenho do site—é possível criar um outro módulo de desempenho de zona para visualizar um intervalo de data diferente dos dados.
- KPI—é possível criar um painel de minigráfico KPI para visualizar indicadores de desempenho adicionais do Intelligent Offer
- Desempenho de teste A/B—como parte do Intelligent Offer, é possível criar ofertas diferentes, variando os parâmetros, e usar o teste A/B para medir qual desempenha melhor. Use o módulo de painel de desempenho de teste A/B para visualizar os resultados de seus testes.

Criar um Painel

É possível criar painéis customizados para capturar informações não capturadas por painéis padrão.

1. Clique em Painéis na área de janela de navegação lateral.
2. Para criar um painel, clique em Criar Novo Painel no menu Ações.
3. Selecione uma categoria existente na qual colocar o painel ou crie uma categoria.
4. Inclua módulos no painel clicando e arrastando-os para a Visualização de Configuração. É possível incluir qualquer combinação de módulos, até mesmo diversos módulos do mesmo tipo.
5. Salve o painel.
6. Edite os módulos de painéis.

Tarefas relacionadas

“Editar o Módulo de Painel de Teste A/B” na página 13

“Editar o Módulo de Painel de Minigráfico KPI” na página 14

“Editar um Módulo de Painel de Desempenho do Site” na página 14

“Editar um Módulo de Painel de Desempenho da Zona”

Visualizar um Painel

O Intelligent Offer é inicialmente configurado com os painéis de Desempenho da Zona e de Resultados de Testes A/B.

1. Na área de janela de navegação lateral, clique em Painéis.
2. Clique na categoria de painel na qual o painel está localizado. Todos os painéis padrão estão na categoria de Painéis Padrão.
3. Clique no painel para visualizar.

O Painel Padrão

A implementação do Intelligent Offer inclui um painel padrão que contém um módulo para cada tipo de oferta que você está usando.

- Ofertas do Produto: Desempenho do Site do Produto, Desempenho da Zona do Produto
- Ofertas do Conteúdo: Desempenho do Site da Página, Desempenho da Zona da Página

Para obter informações sobre esses módulos de painel, consulte os tópicos associados neste documento.

Não é possível editar o painel padrão. No entanto, é possível criar painéis customizados. Consulte “Criar um Painel” na página 11.

Os Módulos de Painel de Desempenho da Zona

Os módulos de painel de Desempenho da Zona exibem dados para as zonas implementadas no site. Use esses painéis para exibir o desempenho de uma única métrica para uma categoria durante um período de tempo especificado. É possível configurar diversos módulos para aumentar o valor de um painel. Use o módulo de desempenho da zona do produto para recomendações do produto. Use o módulo de desempenho da zona da página para as recomendações de conteúdo da página.

O módulo de Desempenho da Zona do Produto mostra a distribuição de produtos vendidos a partir do website.

O módulo de Desempenho da Zona da Página mostra a distribuição de páginas de conteúdo visualizadas no website.

Editar um Módulo de Painel de Desempenho da Zona

É possível editar um módulo de desempenho da zona clicando no ícone Editar Painel no canto superior direito do módulo.

As formas mais comuns de editar o painel de desempenho da zona são:

- Alterar o período de tempo que o painel cobre usando **Período**.

- Alterar a categoria do elemento que você está visualizando.
- Alterar a categoria que o painel inclui usando o **Filtro de Rastreamento de Desempenho da Zona**. O padrão da categoria para o painel de desempenho da zona do produto é especificado em **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona do Produto**. O padrão da categoria para o painel de desempenho da zona da página é especificado em **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona de Conteúdo**.
- Incluir um módulo no painel.

Painel de Desempenho do Elemento

O módulo de painel de Desempenho do Elemento mostra o número de visualizações para cada elemento recomendado pelo Intelligent Offer.

Editar o Módulo de Desempenho do Elemento

É possível editar o módulo de desempenho do elemento clicando no ícone Editar Painel no canto superior direito do módulo.

As formas mais comuns de editar o painel de desempenho do elemento são:

- Alterar o período de tempo que o painel cobre usando **Período**.
- Alterar a métrica que você está visualizando no módulo.
- Alterar a categoria que o painel inclui usando o **Filtro de Rastreamento de Desempenho da Zona**. O padrão para este parâmetro é a categoria pai especificada em **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Opções de Relatório do Elemento**.
- Incluir um módulo no painel.

Se for necessário alterar a métrica que você está visualizando, crie um módulo de painel.

O Módulo de Painel de Teste A/B

O módulo de Desempenho de Teste A/B plota o desempenho de cada grupo (incluindo o grupo de controle) de um teste A/B ativo em um gráfico de barras. É possível especificar qual Teste A/B controlar no módulo e qual KPI é usado para avaliar o desempenho. O tipo de módulo de painel de Desempenho de Teste A/B estará desativado se sua implementação estiver configurada para usar apenas recomendações de arquivo simples.

Editar o Módulo de Painel de Teste A/B

É possível editar o módulo de Teste A/B clicando no ícone Editar Painel no canto superior direito do módulo.

As formas mais comuns de editar o módulo de Teste A/B são:

- Alterar o teste A/B que você está rastreando. Embora seja possível criar um módulo separado para cada teste AB.
- Alterar a métrica que você está visualizando no módulo.
- Incluir um módulo no painel.

O Módulo de Painel de Minigráfico de KPI

O módulo de painel do Principal Indicador de Desempenho (KPI) fornece uma rápida visualização de tendência de seus KPIs. Todas as métricas que estão disponíveis no relatório de Cumprimento da Zona estão disponíveis no relatório de KPI. É possível exibir cinco métricas por vez.

Um gráfico de linha (tendência) para cada métrica destaca o valor da métrica mais recente e os valores alto e baixo no intervalo de data da tendência.

Editar o Módulo de Painel de Minigráfico KPI

É possível editar o módulo de Minigráfico do KPI clicando no ícone Editar Painel no canto superior direito do módulo.

As formas mais comuns de editar o módulo de minigráfico do KPI são:

- Alterar as métricas que você está visualizando no módulo
- Especificar o período de tempo dos dados que você está visualizando
- Alterar a categoria que o painel inclui usando o **Filtro de Rastreamento de Desempenho da Zona**. O padrão da categoria é especificado em **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona do Produto**.
- Incluir um módulo no painel.

Os Módulos de Painéis de Desempenho do Site

Os Módulos de Desempenho do Site exibem o desempenho geral das recomendações durante o número especificado de dias.

O painel de Desempenho do Site do Produto mostra as vendas totais pelo site e as vendas pelo site atribuídas às recomendações geradas pelas vendas e visualizações do Intelligent Offer. As métricas apresentadas são:

- Total de Vendas – Vendas acumulativas em todo o site.
- Vendas do Intelligent Offer – Total de vendas acumulativas de todos os produtos na categoria pai selecionados na página **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Rastreamento de Desempenho da Zona do Produto**.
- % do Total de Vendas – Vendas/ Total de Vendas do Intelligent Offer.

O painel de Desempenho do Site da Página mostra as visualizações totais da página do site e as visualizações da página do site atribuídas às recomendações geradas pelo Intelligent Offer. As métricas apresentadas são:

- Visualizações Totais – Visualizações acumulativas em todo o site.
- Visualizações do Intelligent Offer – O total de visualizações acumulativas da página ou de todas as páginas na categoria pai selecionadas na página **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Rastreamento de Desempenho da Zona de Conteúdo**.
- % de visualizações totais – Visualizações/ Total de Visualizações do Intelligent Offer.

Editar um Módulo de Painel de Desempenho do Site

É possível editar o módulo de Desempenho do Site clicando no ícone Editar Painel no canto superior direito do módulo.

As formas mais comuns de editar o painel de desempenho do site são:

- Alterar o período de tempo que o painel cobre usando **Período**.
- Alterar a categoria que o painel inclui usando o **Filtro de Rastreamento de Desempenho da Zona**. O padrão da categoria para o painel de desempenho do site do produto é especificado em **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona do Produto**. O padrão da categoria para o painel de desempenho do site da página é especificado em **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona de Conteúdo**.
- Incluir um módulo no painel.

Compartilhar um Painel com Outros ou Mantê-lo Privado

Por padrão, os painéis customizados estão disponíveis apenas para o usuário que os criou. É possível modificar um painel para que seja disponível apenas para um grupo de usuários ou globalmente para todos os usuários. Se você compartilhar um painel customizado com outros, poderá alterá-lo novamente, para que seja disponível apenas para você.

1. Na navegação lateral, selecione o painel a ser compartilhado.
2. Selecione Compartilhar Painel no menu Ações.
3. Selecione uma das seguintes opções:
 - **Manter Privado para o Proprietário do Painel:** mantém o painel privado para o usuário que o criou.
 - **Compartilhar globalmente com todos os usuários:** Torna o painel disponível para todos os usuários do sistema.
 - **Compartilhar apenas com usuários dos grupos a seguir:** Torna o painel disponível para todos os grupos de usuários selecionados na lista. Os grupos de usuários são gerenciados usando a função Administração.

Enviar Email de um Painel

É possível enviar email de dados associados a um painel para qualquer endereço de email.

1. Navegue no painel que deseja enviar por email.
2. Clique no ícone de envelope no lado superior direito do painel.
3. Especifique se deseja enviar o email Instantaneamente e apenas um, ou enviá-lo em um planejamento diário, semanal ou mensal.
4. Salvar.

Capítulo 4. Relatórios

Os relatórios fornecem informações sobre o desempenho de suas recomendações.

O Intelligent Offer fornece os relatórios de cumprimento e o relatório de cumprimento do teste A/B.

Relatórios de Cumprimento da Zona

Os relatórios de cumprimento da zona do produto apresentam informações que são relacionadas ao valor de recomendações entregues pelo Intelligent Offer, em todo o site e divididas por categorias (por exemplo, zonas e quaisquer subcategorias nessas zonas).

É possível incluir categorias no gráfico usando as caixas de seleção na seção Tabela abaixo do gráfico.

Para ofertas do produto, use a função **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona do Produto** para selecionar a categoria pai no Category Definition File usada para controlar as vendas orientadas pelo Intelligent Offer.

Para ofertas de conteúdo, use a função **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Desempenho da Zona de Conteúdo** para selecionar a categoria pai no Category Definition File usada para controlar as visualizações da página orientadas pelo Intelligent Offer.

Relatório do Elemento

O Relatório do Elemento mostra o número de visualizações de cada elemento ou categoria de elemento.

É possível incluir categorias no gráfico usando as caixas de seleção na seção Tabela abaixo do gráfico.

Para ofertas do elemento, use a função **Gerenciar > Rastreamento de Desempenho da Zona > Opções de Relatório do Elemento** para selecionar as categorias de elemento a serem controladas.

Relatório de Cumprimento do Teste A/B

O relatório de cumprimento do teste A/B é originado dos relatórios Elementos do Web Analytics e exibe resultados para qualquer teste A/B ativo que esteja configurado na ferramenta de teste A/B no Intelligent Offer. É possível usar a função de teste A/B apenas se o seu site for implementado usando recomendações dinâmicas.

Existem muitas métricas que é possível visualizar neste relatório, incluindo as métricas de comparação de precisão. As métricas de comparação de precisão são calculadas como (métrica de divisão de teste – métrica de controle) / métricas de controle.

Nota: Se você rastrear vendas no relatório de teste A/B, aparecerão diferentes números de vendas no Relatório de Cumprimento do Teste A/B daqueles que aparecem no painel Desempenho do Site. Esta diferença é normal. As vendas que você estiver vendo no relatório de teste A/B têm como base as vendas que ocorreram em sessões que eram parte do teste A/B. Entretanto, o painel Desempenho do Site mostra vendas acumulativas para todos os produtos na categoria pai.

Selecionando Opções de Relatório

Você usa os ícones e as listas localizados acima de um relatório para selecionar opções adicionais.

Para todos os relatórios, é possível:

- Alterar a aparência dos dados no gráfico clicando nos ícones no canto superior esquerdo.
- Reduzir ou expandir seções para mostrar os controles acima dos dados, um gráfico de dados ou uma grade de dados clicando em **-/+** ou nos ícones de setas no canto superior esquerdo de cada seção.
- Inserir comentários para salvar clicando em **Comentários**. Consulte “Salvando Relatórios” na página 19

Você usa a lista **Relatório** no canto superior direito para escolher como você deseja revisar os dados de desempenho:

- **Relatório** mostra os dados a partir de um ponto específico no tempo.
- **Tendência** mostra as mudanças ao longo do tempo.

Opções adicionais estão disponíveis com base em quais dessas opções de visualização você selecionar.

Opções para visualizações de relatórios

- Para definir o período de relatório, clique no ícone de calendário para o campo **Período A** ou **Opções de Relatório** no canto superior direito. Consulte “Selecionando Períodos de Tempo de Comparação” na página 19
- Para selecionar métricas para inclusão no relatório a partir de uma lista predefinida ou para criar uma fórmula, clique em **Opções de Relatório** e, em seguida, clique na guia **Métricas**.
- Para reduzir os valores relatados para valores que correspondem às características que você definir, clique em **Opções de Relatório** e, em seguida, clique na guia **Filtros**.
- Para especificar os cálculos a serem realizados para um relatório com dois períodos, clique em **Opções de Relatório** e, em seguida, clique na guia **Configurações de Comparação**.

Opções para visualizações de tendências

- Para especificar o intervalo de tempo para a visualização de tendência, use as listas no canto superior direito para especificar a duração do período. Para obter opções adicionais, clique no ícone de calendário ou em **Opções de Relatório** no canto superior direito.
- Para incluir uma segunda linha de tendência que plota dados para o mesmo período de tempo no ano anterior para comparação, selecione a caixa de seleção **Mostrar Ano Anterior** no canto superior direito. Para uma visualização de tendência que inclui duas linhas de tendências, os dados para o ano anterior

podem ser plotados para que os valores de eixo X correspondam com a mesma *data de calendário* ou o mesmo *dia da semana* no ano atual. Selecione **Alinhar por Data** ou **Alinhar por Dia**.

- Para aplicar a suavização da média de quatro semanas na linha de tendência, clique em **Opções de Relatório** no canto superior direito e marque a caixa de seleção **Suavização**.
- Para selecionar a métrica para a visualização de tendência, use a lista **Selecionar Métrica** que aparece no lado superior esquerdo do gráfico.

Salvando Relatórios

É possível salvar relatórios e opcionalmente compartilhá-los no Intelligent Offer ou imprimir, fazer download e enviar relatórios para outros usos.

Para selecionar qualquer uma destas opções para um relatório, clique nos ícones que aparecem no canto superior direito.

Se escolher enviar um relatório, é possível:

- Enviar o relatório uma vez ou em um planejamento recorrente que tem como base o período de tempo Período A especificado.
- Especificar o tipo de arquivo.
- Escolher os períodos de tempo a serem incluídos para relatórios que incluem um período de tempo de comparação (Período B):
 - Para relatórios enviados por email em um planejamento recorrente, especifique um período relativo ou um período fixo.
 - Para relatórios enviados por email, especifique o período fixo.
 - Como alternativa, inclua apenas o período de tempo Período A no relatório clicando em **Não incluir intervalo B**.
- Fornecer um nome de arquivo de identificação.
- Designar uma lista de destinatários e um assunto para a mensagem de email.

Selecionando Períodos de Tempo de Comparação

Nos relatórios Intelligent Offer, é possível revisar os dados de desempenho para um único período de tempo ou comparar dois períodos de tempo.

Ao visualizar um relatório do Intelligent Offer, você define o intervalo de tempo "Período A" inicial indicando um dia, semana, mês, trimestre ou ano específico ou relativo. Clique no ícone de calendário para obter um conjunto de opções abrangente.

Para incluir um segundo intervalo de tempo "Período B" para comparação, marque a caixa de seleção **Período B** e, em seguida, selecione o período de tempo.

Nota: Para obter uma visualização de tendência, não especifique o Período A e o Período B. Em vez disso, é possível plotar uma linha de tendência para o mesmo período de tempo no ano anterior.

Capítulo 5. Visualizar Recomendações

O Intelligent Offer fornece um poderoso recurso de visualização que fornece visibilidade para, e controle sobre, as recomendações que são implementadas para uma oferta.

Usando a visualização, é possível ver exatamente como as recomendações candidatas para um destino são classificadas com base nos pesos de afinidade definidos para a oferta. A visualização mostra como candidatas específicas são excluídas, promovidas ou têm a ênfase removida com base nas regras de negócios para a oferta, as quais o Intelligent Offer aplica após o algoritmo de afinidade. A visualização também indica as recomendações que são recomendações de fallback.

Visualização vai mais fundo na percepção sobre quais regras de negócios podem precisar ser relaxadas ou reforçadas de acordo com seus impactos no conjunto de resultados das recomendações. Use o recurso de visualização para obter um insight sobre o efeito das regras e a lógica especificada para uma oferta, especialmente se as recomendações para um destino não atenderem suas expectativas, ou para testar uma oferta antes de ativar a oferta.

O Intelligent Offer fornece três formas de visualizar recomendações para uma oferta:

- Destino especificado
- Destino amostrado
- Customizado

As duas primeiras formas de visualizar recomendações são dinâmicas: elas apresentam a saída real que está imediatamente disponível na Content Delivery Network (CDN) para uma oferta. Estas visualizações estão disponíveis apenas se o seu site estiver licenciado para o recurso de recomendações dinâmicas do Intelligent Offer e apresentam conteúdos novos e atuais sempre que são criadas.

As visualizações customizadas estão disponíveis para todos os sites do Intelligent Offer: estas visualizações executam cálculos em tempo real para relatar as recomendações que você espera que apareçam com base nos pesos de afinidade atuais e nas regras de negócios definidas para uma oferta. Como elas contêm dados estáticos, é possível salvar visualizações customizadas para visualização e reutilização futuras.

Também é possível usar a Visualização de Regras para testar o impacto de regras em uma oferta. Consulte “Visualizar o Impacto de Regras na Oferta” na página 61.

Visualizar Recomendações para um Item Específico

Você usa a visualização de destino especificada para descobrir exatamente qual é a saída de recomendação disponível na CDN, neste momento, para uma oferta e ID de destino específicos.

As visualizações de destino especificadas são dinâmicas: elas apresentam a saída real que está imediatamente disponível para uma oferta. Estas visualizações estão

disponíveis apenas se o seu site estiver licenciado para o recurso de recomendações dinâmicas do Intelligent Offer e apresentarem conteúdo novo e atualizado sempre que forem criadas.

As visualizações de destino especificadas fornecem um insight sobre as recomendações que estão atualmente sendo fornecidas para um destino após as regras de negócios e a lógica em uma oferta serem aplicadas. Você vê os dados reais que a CDN fornece quando uma solicitação de recomendação é realizada para o ID da oferta e do alvo especificados.

Esta visualização pode incluir todos os atributos e valores que são incluídos no arquivo de recomendações, ou um subconjunto deles. Você usa o recurso **Opções de Visualização** para selecionar os atributos para inclusão.

Nota: Para que um atributo apareça neste tipo de visualização, ele deve estar no arquivo de recomendações e na lista de atributos especificados como **Opções de Visualização**.

Para produzir uma visualização para um destino especificado:

1. Clique em **Visualizar**.
2. Opcionalmente, clique em **Opções de Visualização** para revisar ou alterar os atributos para inclusão. Consulte “Selecionando Atributos para Exibição nas Visualizações” na página 25.
3. Clique no link **Configuração atual de recomendações para um destino especificado**.
4. Selecione uma oferta.
5. Insira o ID de destino específico.
6. Clique em **Submit**.
7. É possível visualizar os dados de recomendação resultantes em uma grade ou em uma zona de site simulada.
 - Para visualizar a visualização no formato de grade (tabela), clique na guia **Visualização em Grade**.
 - Para visualizar a visualização como uma série de imagens em uma zona de site, clique na guia **Visualização de Imagem**.

Visualizar Recomendações para um Conjunto de Itens de Amostra

Você usa a visualização de destino amostrada para descobrir a saída que está atualmente disponível na CDN para uma oferta e um conjunto de destinos de amostra.

As visualizações de destino especificadas são dinâmicas: elas apresentam a saída real que está imediatamente disponível para uma oferta e apresentam o conteúdo novo e atualizado cada vez que são criadas.

Você define o conjunto de destinos de amostra para usar para este tipo de visualização na guia **Configurações** para cada oferta. É possível selecionar os 25 destinos principais com base nas vendas de itens ou especificar uma lista de IDs de destino.

As visualizações de destino de amostra incluem todos os atributos e seus valores para os destinos e candidatos, ou é possível selecionar um subconjunto de atributos. Esta visualização também inclui uma análise de regras abrangente. Para

obter informações sobre a análise de regras, consulte Capítulo 10, “Testando Recomendações e Saída de Regra”, na página 63.

Para produzir uma visualização com um conjunto de destinos de amostra predefinido:

1. Clique em **Visualizar**.
2. Opcionalmente, clique em **Opções de Visualização** para revisar ou alterar os atributos para inclusão. Consulte “Selecionando Atributos para Exibição nas Visualizações” na página 25.
3. Clique no link **Recomendações atuais para destinos amostrados com rastreamento detalhado**.
4. Selecione uma oferta.
5. Clique em **Submit**.
6. É possível visualizar a visualização resultante em uma grade ou em uma zona de site simulada.
 - Para visualizar a visualização no formato de grade (tabela), clique na guia **Visualização em Grade**.
 - Para visualizar a visualização como uma série de imagens em uma zona de site, clique na guia **Visualização de Imagem**.

Visualizar Recomendações para Oferta Nova ou Modificada

Você usa visualizações customizadas para ajudá-lo a compreender como alterar as configurações de afinidade ou regras de negócios de uma oferta que resultou em recomendações diferentes.

As visualizações customizadas estão disponíveis para todos os sites do Intelligent Offer. Essas visualizações executam cálculos em tempo real para relatar as recomendações que você espera que apareçam com base nos pesos de afinidade atuais e nas regras de negócios definidas para uma oferta. Como elas contêm dados estáticos, é possível salvar visualizações customizadas para visualização e reutilização futuras.

A visualização customizada é uma ferramenta analítica para teste da saída de recomendação para uma oferta nova ou modificada recentemente. Este tipo de visualização não solicita dados da CDN, mas executa todos os cálculos em tempo real para produzir um conjunto de recomendações. Como as visualizações customizadas executam o processamento com relação ao mecanismo de regras e o banco de dados do Intelligent Offer, a solicitação pode demorar algum tempo para ser concluída. Visualizações customizadas podem incluir todos os atributos do produto e seus valores para todos os itens alvos e candidatos, ou é possível selecionar um subconjunto de atributos a ser incluído.

Nota: Para novas ofertas, a visualização de recomendação estará disponível apenas após as recomendações base serem montadas e as regras serem aplicadas. Tipicamente, isso ocorre todas as manhãs, para que a visualização esteja disponível no dia seguinte após fazer a mudança.

Nota: Para mudanças nas ofertas existentes, as mudanças nas regras estarão disponíveis imediatamente. No entanto, se você alterar as configurações de afinidade para uma oferta existente, a visualização não estará disponível até do dia seguinte após a mudança.

Para criar uma visualização customizada:

1. Clique em **Visualizar**.
2. Opcionalmente, clique em **Opções de Visualização** para revisar ou alterar os atributos para inclusão. Consulte “Selecionando Atributos para Exibição nas Visualizações” na página 25.
3. Clique em **Criar Nova Visualização**.
4. Insira um nome de identificação e selecione a oferta.
5. Identifique os destinos usando o conjunto de amostra definido para a oferta (relacionada a uma visualização de destino amostrada) ou inserindo um ou mais IDs de destinos específicos.
6. Clique em **Salvar e Submeter**.
7. É possível visualizar a visualização resultante em uma grade ou como uma série de figuras em um zona de site simulada.
 - Para visualizar a visualização no formato de grade (tabela), clique na guia **Visualização em Grade**.
 - Para visualizar a visualização como uma série de imagens em uma zona de site, clique na guia **Visualização de Imagem**.
8. Para revisar a visualização customizada posteriormente, clique em **Visualizar** e, em seguida, clique no nome vinculado da visualização. É possível alterar a oferta ou os destinos na guia **Configuração** e executar novamente a visualização, ou clicar na guia **Visualização em Grade** ou **Visualização de Imagem** para revisar as recomendações geradas anteriormente.

Visualizando Visualizações em uma Grade

É possível visualizar as recomendações para uma oferta em uma grade e, opcionalmente, fazer o download dos dados para uso em planilhas ou outros arquivos.

Para visualizar uma visualização em uma grade:

1. Clique em **Visualizar**.
2. Crie uma visualização de qualquer tipo ou clique em uma visualização customizada salva.
3. Clique na guia **Visualização em Grade**. Cada um dos destinos especificados para sua visualização é exibido em uma única linha.
4. Clique no ícone + de um destino para visualizar todas as suas recomendações candidatas e se cada uma foi incluída ou excluída. As regras de negócios chamadas para as candidatas também são exibidas.
5. Opcionalmente, clique em **Download**. A caixa de diálogo Download padrão é aberta.

Visualizando Visualizações como Imagens em uma Zona

É possível visualizar recomendações para uma oferta como imagens em uma zona de site simulada.

Nota: Para ativar este recurso, o Enterprise Product Content Mapping File deve incluir a URL para imagens miniaturas como um atributo de item. Você também deve especificar quais dos atributos contêm esta miniatura clicando em **Gerenciar > Configuração da Oferta > Atributos** e selecionando **Atributo contendo URL de Imagem**.

Para visualizar uma visualização como uma série de imagens em uma zona:

1. Clique em **Visualizar**.
2. Crie uma visualização ou selecione uma visualização customizada salva.
3. Clique na guia **Visualização de Imagem**. Uma imagem (se disponível) para o primeiro destino é exibida à esquerda, e uma zona de site simulada com suas recomendações candidatas à direita. Uma nota abaixo de cada imagem indica se o candidato foi incluído ou excluído.
4. Para revisar os valores de atributos para um destino ou candidato, mantenha o cursor na imagem. Os atributos e os valores são exibidos até que o cursor seja movido para fora da imagem.
5. Para rolar pelos candidatos adicionais, clique na seta para a direita.
6. Se a sua visualização contiver mais de um destino, clique no nome de cada um para visualizar as imagens e os atributos de suas recomendações candidatas.

Selecionando Atributos para Exibição nas Visualizações

É possível customizar as informações relatadas por suas visualizações. Você seleciona os atributos para inclusão e, em seguida, cria sua visualização.

Nota: As visualizações de destino especificadas incluem apenas atributos e valores que estão no arquivo de recomendações. Para um atributo aparecer neste tipo de visualização, ele deve estar no arquivo de recomendações e na lista de atributos que você selecionar.

Para selecionar os atributos para exibição nas visualizações:

1. Clique em **Visualizar**.
2. Clique em **Opções de Visualização**.
3. Clique no tipo de oferta (**Ofertas de Conteúdo de Produto**, **Ofertas de Conteúdo de Página** ou **Ofertas de Conteúdo de Elemento**)
4. Para incluir um atributo em suas visualizações, clique no nome do atributo na lista **Atributos Disponíveis** e, em seguida, clique em >. Para incluir todos os atributos disponíveis, clique em >>.
5. Para remover um atributo que atualmente é exibido em suas visualizações, clique no nome do atributo na lista **Atributos Selecionados** e, em seguida, clique em <. Para remover todos os atributos selecionados, clique em <<. Você deve incluir pelo menos um atributo antes de salvar.
6. Para alterar a ordem na qual as informações do atributo são exibidas, clique no nome de um atributo na lista **Atributos Selecionados** e, em seguida, clique na seta para cima ou na seta para baixo.
7. Clique em **Salvar**.

Capítulo 6. Teste A/B

O Intelligent Offer inclui um recurso de teste A/B projetado para executar testes de divisão A, B, C e D para determinar o impacto de várias configurações do Intelligent Offer nas receitas e conversões do site.

É possível usar o teste A/B do Intelligent Offer para testar algoritmos de comportamento alternativos, regras de negócios, locais de zona de sites (visualizados ao subir ou descer a barra de rolagem) e o número de recomendações que são entregues a uma zona de site específica.

É possível usar o Teste A/B apenas se você estiver usando recomendações dinâmicas.

Como o Teste A/B Funciona

Quando um novo visitante chega em um website rastreado pelo IBM Coremetrics, ele recebe um número de teste A/B aleatório de 0 a 99, independentemente de ele estar em um teste ou não. Esse valor é estabelecido no cookie de personalização do Intelligent Offer e permanece com o visitante até que o cookie seja excluído. Os testes A/B são associados a uma zona de site. Quando um visitante chega em uma zona de site quando um teste A/B ativo está em execução, uma única identificação elemento do IBM Coremetrics é enviada para o Intelligent Offer com o nome do teste e o nome do grupo de testes no qual está o visitante. Para relatar os resultados de um teste A/B, o Intelligent Offer cria segmentos de relatório usando as variáveis de identificação de elemento apropriadas como critérios. É possível usar a Linha Superior, Merchandise e outros relatórios do IBM Coremetrics que suportam a filtragem de segmento de relatório para determinar os resultados para cada grupo de teste.

Grupos de Testes e Diversos Testes de Zona

Um teste A/B do Intelligent Offer é associado a uma zona de site. Entretanto, para atingir alguns cenários de teste, configure diversos testes A/B para operação simultânea. Em geral, você deve testar apenas uma hipótese ou cenário de uma vez. Testar diversas hipóteses de uma vez pode tornar os resultados confusos, tornando difícil determinar qual alteração foi responsável por um aumento ou uma queda nas conversões.

Ao usar diversos testes A/B do Intelligent Offer para testar uma única hipótese, divida a porcentagem para cada igualdade de teste. Por exemplo, se você estiver executando um teste A/B na zona 1 e o teste tiver uma divisão de 50-50 em um grupo de Controle e um grupo de Teste A. Se você executar um segundo teste A/B na zona 2, certifique-se de que o teste tenha uma divisão 50-50 em um grupo de Controle e um grupo de Teste A. Todos os visitantes que recebem um número de teste entre 0 e 49 sempre estarão no grupo de Controle para ambos os testes. Todos os visitantes que recebem um número de teste entre 50 e 99 sempre estarão no grupo de Teste A para ambos os testes.

Oferta Inteligente de Teste Versus Recomendações Manuais

Um teste simples a ser executado é comparar os resultados de qualquer oferta que você criar no Intelligent Offer sem o uso do Intelligent Offer.

1. Se a oferta de Controle para o teste não existir, crie uma oferta.
2. Crie um plano de recomendação que usa a oferta criada.
3. Crie uma zona que usa o plano de recomendação criado.
4. Crie um teste A/B.
 - a. Especifique a zona criada no campo **Zona**.
 - b. Para o elemento de teste **Controle**, especifique o plano de recomendação criado.
 - c. Para o elemento de teste **Teste A**, selecione **Nenhuma Recomendação** como o plano de recomendação.
 - d. Especifique os 50% para Controle e Teste A.
 - e. Especifique o mesmo número de recomendações para Controle e Teste A.
5. Visualize os resultados do teste no relatório de teste A/B ou em um painel de desempenho A/B. Os resultados serão concluídos quando a data de encerramento especificada para o teste for no passado.

Criar um Teste A/B

Use este procedimento para criar um teste A/B. Consulte os outros tópicos neste capítulo para obter exemplos de testes A/B que podem ser executados.

1. Clique em Testes A/B na área de janela de navegação lateral
2. Clique em Ação e selecione Criar Novo Teste A/B.
3. Digite um nome e uma descrição que descreva o teste que você deseja executar.
4. Especifique a zona à qual o teste se aplica.
5. Especifique as datas de início e encerramento para o teste.
6. Especifique parâmetros do Controle para o teste.
7. Especifique os parâmetros do Teste A.
8. Se você estiver executando mais de uma variação, clique em **Incluir solicitação** para incluir o Teste B. É possível clicar novamente em **Incluir solicitação** para incluir um Teste C.
9. Na coluna %, divida o teste por igual entre os testes. Por exemplo, se você tiver um Controle e um Teste A, configure ambos como 50%. Se você tiver um Controle, um Teste A e um Teste B, configure cada um como 33%.
10. Ative o teste.

Conceitos relacionados

“Medindo Resultados de Teste A/B” na página 31

Tarefas relacionadas

“Oferta Inteligente de Teste Versus Recomendações Manuais” na página 28

“Oferta Vs. Oferta”

“Teste de Cabeçalho da Zona”

“Testar o Número de Recomendações” na página 30

“Teste de Posicionamento da Zona” na página 30

“Desativando um Teste A/B” na página 31

Oferta Vs. Oferta

Um outro teste útil comum é comparar resultados de duas ofertas que são configuradas de forma diferente. Neste cenário, torne as ofertas exatamente as mesmas, mas altere um parâmetro, tal como um algoritmo de comportamento. Por exemplo, tenha uma oferta configurada com um forte algoritmo de comportamento de visualização para visualização e uma outra oferta configurada com um forte algoritmo de comportamento de compra para compra.

Também é possível criar todos os parâmetros de ofertas exatamente iguais, mas usar conjuntos de regras diferentes. Por exemplo, é possível configurar uma oferta com uma regra para promover itens na mesma categoria e uma oferta com uma regra para promover itens que não estão na mesma categoria.

1. Crie duas ofertas. Uma será **Controle** e a outra será **Teste A**. Configure as ofertas da mesma forma, alterando apenas um parâmetro ou uma regra.
2. Crie um plano de recomendação para cada oferta. Use o mesmo destino em ambos os planos de recomendações. Selecione a oferta Controle em um plano de recomendação e a oferta Teste A no outro plano de recomendação.
3. Crie um teste A/B.
 - a. Especifique a zona criada.
 - b. Para o elemento de teste **Controle**, selecione o plano de recomendação associado à oferta Controle.
 - c. Para o elemento de teste **Teste A**, selecione o plano de recomendação associado à oferta Teste A.
4. Visualize os resultados do teste no relatório de teste A/B ou em um painel de desempenho A/B. Os resultados serão concluídos quando a data de encerramento especificada para o teste for passado.

Teste de Cabeçalho da Zona

Testa o impacto das mudanças no Texto do Cabeçalho da Zona. Por exemplo, testar "Outros clientes também compraram:" vs. "Outros clientes também visualizaram:"

1. Crie dois planos de recomendações idênticos.
2. Altere o texto do cabeçalho no primeiro plano de recomendação para o primeiro texto de cabeçalho que deseja testar.
3. Altere o texto de cabeçalho no segundo plano de recomendação para o segundo texto de cabeçalho que deseja testar.
4. Crie um teste A/B, especifique o primeiro plano de recomendação como o Controle e o segundo plano de recomendação como Teste A.

5. Visualize os resultados do teste no relatório de teste A/B ou em um painel de desempenho A/B. Os resultados serão concluídos quando a data de encerramento especificada para o teste for no passado.

Testar o Número de Recomendações

Teste se o número de recomendações melhora os resultados. Por exemplo, teste se mostrar quatro recomendações é melhor do que mostrar seis recomendações.

1. Abra a zona. O número de recomendações que é entregue à função de preenchimento de zona do cliente é uma configuração padrão nas Configurações de Teste A/B.
2. Configure o número de recomendações para os grupos de controle e de teste.
3. Visualize os resultados do teste no relatório de teste A/B ou em um painel de desempenho A/B. Os resultados serão concluídos quando a data de encerramento especificada para o teste for no passado.

Teste de Posicionamento da Zona

Testa como os visitantes respondem às recomendações que estão sendo colocadas em zonas diferentes. Você cria duas zonas. 50% das recomendações de tempo são exibidas em uma zona e 50% das recomendações de tempo são exibidas na outra zona. Os visitantes veem a mesma localização da zona durante a duração do teste. Por exemplo, a zona horizontal é mais efetiva do que a zona na parte inferior da página.

1. Este teste assume que ambas as zonas são codificadas nas páginas do site e foram testadas para serem totalmente funcionais com a capacidade de renderizar as recomendações dinâmicas do Intelligent Offer.
2. Isto irá requerer a criação de dois testes A/B. Crie o Teste 1 A/B de acordo com as etapas a seguir. É importante que **Nenhuma Recomendação** seja designada ao grupo de teste oposto no Teste 1 versus Teste 2. Além disso, observe que as divisões de porcentagem devem ser as mesmas para os grupos de controle e de teste em ambos os testes. Isto assegura que qualquer visitante que caia no Controle de Teste 1 também caia no Controle de Teste 2. Da mesma forma, qualquer visitante que caia no grupo de Teste A do Teste 1 também cai no grupo de Teste A do Teste 2.
 - a. Crie o primeiro teste em torno da zona 1 em que o Grupo de Controle veja o conjunto padrão de recomendações 50% do tempo.
 - b. Configure o Teste A para ver Nenhuma Recomendação os outros 50% do tempo. A opção "Nenhuma Recomendação" está disponível na lista Plano de Recomendação nas Configurações do Teste A/B. Quando a opção "Nenhuma Recomendação" for selecionada, o Intelligent Offer fornecerá "_NR_" à função de preenchimento da zona do site. Essa resposta faz com que a zona do site não apareça.
3. Crie o Teste A/B 2 conforme a seguir:
 - a. Crie um segundo teste A/B em torno da zona 2 em que o Controle mostra Nenhuma Recomendação 50% do tempo.
 - b. Configure o Teste A para usar o plano de recomendação usado no Grupo de Controle do Teste 1.

Desativando um Teste A/B

Os testes A/B configurados para parar em um dia especificado são executados até a data de encerramento especificada. O teste parará na manhã do dia após a data de encerramento especificada quando todos os processos do Intelligent Offer forem concluídos.

No caso de um teste não estar indo bem, pode ser necessário pará-lo imediatamente.

1. Altere a **Data de Encerramento** do teste para uma data no passado.
2. Selecione **Gerenciar>Lista de Bloqueio de Recomendações** no menu de navegação.
3. Clique em **Publicar Mudanças na Configuração**.

O teste A/B para sua execução em aproximadamente uma hora a partir do momento em que as mudanças na configuração forem publicadas.

Medindo Resultados de Teste A/B

Há diferentes maneiras de medir seus resultados de teste A/B.

Relatório do Elemento

Visualize as métricas de nível superior que correspondem aos visitantes que caíram em grupos de teste estabelecidos.

Segmentos de Relatório

Crie um segmento do relatório para cada grupo de teste. Para fazer isso, use a Categoria do Elemento (nome do teste) e Elementos Visualizados (ID do grupo de teste) apropriados como os critérios para o segmento. Configure o segmento do relatório para filtrar os relatórios Resumo de Linha Superior e Categoria do Produto.

Filtrando os relatórios Categoria do Produto e Linha Superior

Quando os segmentos do relatório forem estabelecidos, use o botão **Abrir Configurações** nos relatórios Categoria do Produto e Resumo de Linha Superior para comparar o desempenho dos grupos de teste nesses relatórios.

Capítulo 7. Fluxo de Trabalho para Configuração de Oferta Inteligente

Estas são as tarefas que você executa e a ordem na qual você as executa ao configurar o Intelligent Offer pela primeira vez.

1. Capítulo 8, “Ofertas”, na página 35
2. Capítulo 9, “Otimizar Recomendações Usando Regras de Negócios”, na página 45
3. Capítulo 11, “Planos de Recomendação”, na página 67
4. Capítulo 12, “Configurando Zonas do Site”, na página 71
5. Capítulo 10, “Testando Recomendações e Saída de Regra”, na página 63
6. “Ativando uma Oferta” na página 43
7. Capítulo 4, “Relatórios”, na página 17
8. Capítulo 3, “Painéis de Desempenho”, na página 11

Também é possível realizar mudanças em configurações existentes do Intelligent Offer. As mudanças comuns incluem:

- Criar uma nova oferta
- Incluir regras de negócios para promover, excluir ou remover a ênfase de produtos ou de itens de conteúdo
- Alterar um plano de recomendação para usar uma oferta diferente
- Alterar plano de recomendação que é usado para uma zona específica em seu website

Além disso, se a sua configuração for definida para suportá-las, é possível criar recomendações com base em imagem, que geram listas de imagens de produtos a serem usadas em suas mensagens de email.

Todas as mudanças feitas nas configurações da oferta são executadas e atualizadas uma vez por dia no conjunto de recomendações finais, incluindo as configurações da oferta e as novas regras de negócios. Por exemplo, se você fizer uma mudança em uma oferta na interface na segunda-feira, a mudança entrará em vigor na manhã de terça-feira quando o processamento da atualização da oferta for concluído. As mudanças nos planos de recomendação, na lista de bloqueio das zonas e nos testes A/B podem ser executadas ao meio-dia publicando uma mudança na configuração. Geralmente, o processamento da oferta ocorre entre 3h e 8h no fuso horário do ID do cliente, mas depende dos volumes de carregamento do processamento de dados do cliente. A lista de bloqueio de um item entrará em vigor em duas horas.

Capítulo 8. Ofertas

Há duas categorias de ofertas: ofertas de produtos e ofertas de conteúdos.

Oferta de Produto

Uma oferta do produto é uma oferta que gera recomendações do produto. Ela inclui todos os parâmetros que identificam para quais destinos você está gerando recomendações do produto e como essas recomendações são geradas. É possível gerar recomendações para cada destino individualmente. É possível gerar recomendações com base nas categorias de produtos. É possível gerar recomendações com base nos resultados da procura. Ao configurar uma oferta de produto, selecione um dos quatro tipos de ofertas de produtos:

- **Oferta de Venda Cruzada de Produto** - Este é o tipo de oferta de produto mais usado. É possível usá-lo para produtos recomendados com base no ID do produto individual do seu produto alvo. Este tipo de oferta fornece a máxima flexibilidade na criação de regras de negócios para promover e excluir produtos.
- **Oferta da Categoria do Site** - Este tipo de oferta de produto gera recomendações com base na categoria à qual seu produto alvo está associado. É possível usar qualquer categoria ou subcategoria definida em seu Category Definition File.
- **Oferta de Categoria EPR** - Este tipo de oferta de produto gera recomendações com base na categoria à qual seu produto alvo está associado. É possível usar qualquer categoria ou subcategoria definida em seu arquivo de produto de Relatório de Produto Corporativo (EPR).
- **Oferta de Procura** - A oferta de Procura é o tipo de oferta de produto menos comum. É possível usá-lo para gerar uma lista dos termos de procura mais relevantes pagos, naturais e no site. Para ativar a funcionalidade da oferta de Procura, entre em contato com o IBM Coremetrics.

Oferta de Conteúdo

Uma oferta do conteúdo é uma oferta que gera recomendações de conteúdo. Ela inclui todos os parâmetros que identificam os itens de conteúdo (destinos) para os quais gerar recomendações. Os itens de conteúdo podem ser de qualquer tipo de conteúdo, como por exemplo, artigos, fórmulas, instruções, vídeos, arquivos PDF e links para grupos de discussão. Use ofertas de conteúdo para recomendar conteúdo adicional para usuários de sua intranet, portal de suporte ou site de informações de marketing.

Há dois tipos de ofertas de conteúdos:

- **Oferta de Conteúdo de Página** - Use este tipo de oferta de conteúdo para recomendar conteúdo de página da web específico com base nos destinos da página da web. Por exemplo, se o seu cliente estiver visualizando um artigo em sua página da web (o conteúdo de destino), é possível recomendar outros artigos, fórmulas ou qualquer página da web que tenha conteúdo relacionado.
- **Oferta de Conteúdo de Elemento** - Use este tipo de oferta de conteúdo para recomendar documentos ou arquivos com base no documento ou arquivo de destino. Por exemplo, se o cliente estiver visualizando uma propaganda em vídeo (o conteúdo de destino), será possível recomendar

um vídeo instrutivo, uma planilha de dados PDF ou a documentação técnica relacionada. Para usar a Oferta de Conteúdo de Elemento, você deve ter a identificação de elemento em vigor.

Criar uma Oferta

1. Clique em Oferta na área de janela de navegação lateral.
2. Clique em Ação e selecione Criar Nova Oferta.
3. Digite um nome para a oferta.
4. Selecione o tipo de oferta.
5. Consulte os tópicos relacionados abaixo para configuração dos componentes de cada tipo de oferta.
6. Salve a oferta.
7. Inclua regras para qualificar recomendações adicionais. Consulte Capítulo 9, “Otimizar Recomendações Usando Regras de Negócios”, na página 45.

Conceitos relacionados

“Ativando uma Oferta” na página 43

“Identificar Destinos”

“Identificar Exclusões de Destinos” na página 37

“Determinar o Algoritmo de Venda Cruzada do Produto” na página 37

“Classificando Produtos para Recomendação” na página 39

“Categorias Virtuais” na página 40

“Determinar Opções de Entrega” na página 41

“Determine o Período de Tempo de Análise de Dados” na página 41

“Frequência de Atualização” na página 42

“Visualizar Lista de Destino” na página 42

“Ativar Notificação por Email” na página 42

Capítulo 9, “Otimizar Recomendações Usando Regras de Negócios”, na página 45

Capítulo 5, “Visualizar Recomendações”, na página 21

Capítulo 10, “Testando Recomendações e Saída de Regra”, na página 63

Identificar Destinos

Ao criar uma oferta de venda cruzada de produto, primeiro você define como o Intelligent Offer seleciona produtos (destinos) para os quais gerar recomendações.

Para todas as opções na função **Identificar Destinos**, os produtos devem estar ativos para aparecerem como destinos ou recomendações.

Um produto ativo é qualquer produto que tenha recebido pelo menos cinco visualizações durante o Período de Tempo de Análise de Dados para ofertas com uma frequência de atualização Diária ou Semanal. Para ofertas com uma Frequência de Atualização Semanal, os produtos devem ter recebido 10 visualizações para serem considerados ativos.

A maioria das organizações seleciona **Todos os Produtos Ativos** e constrói regras específicas da categoria para gerenciar como as recomendações são derivadas por departamento.

No entanto, algumas organizações com grandes websites e diversos departamentos criam ofertas com escopo definido para as necessidades de cada departamento. Isto

permite que negociantes de um departamento específico criem e gerenciem individualmente ofertas e regras para seus departamentos sem impactar as necessidades, configurações e regras relativas a outros departamentos.

Nota: Estas configurações não restringem quais produtos são recomendados, elas apenas identificam quais produtos são selecionados como destinos **para** recomendação. Para colocar controles e restrições adicionais nas recomendações reais que são geradas para esses Destinos, consulte Capítulo 9, “Otimizar Recomendações Usando Regras de Negócios”, na página 45.

Identificar Exclusões de Destinos

Use esta função para excluir produto ou conteúdo alvos da recomendação.

O Intelligent Offer não gerará recomendação para os produtos nesta lista. Para ofertas de venda cruzada de produto, a lista especificada aqui restringe os destinos gerados pela função **Identificar Destino**.

Determinar o Algoritmo de Venda Cruzada do Produto

Use o algoritmo de venda cruzada de produto para determinar como o comportamento do usuário é fatorado nas recomendações de produtos.

O Intelligent Offer é configurado com três algoritmos de comportamento do usuário pré-configurados. Esses algoritmos são considerados ideais para o tipo de página associado. Os algoritmos pré-configurados são:

- Página do Produto
- Carrinho de Compras
- Página de confirmação de pedido

Cada algoritmo pré-configurado usa uma combinação destas afinidades:

Visualização para visualização

Considera sessões nas quais visitantes **visualizam** o produto alvo e **visualizam** o produto recomendado na mesma sessão. A identificação de visualização de produto do IBM Coremetrics fornece dados para este tipo de afinidade. A visualização para visualização fornece a maioria dos dados porque os visitantes visualizam mais produtos do que compram ou incluem no carrinho de compras.

Nota: Para assegurar que haja dados nos quais basear as recomendações para produtos de baixo volume, não configure esta afinidade com um valor menor que um.

visualização para compra

Considera sessões nas quais os visitantes **visualizam** o produto alvo e **compram** o produto recomendado na mesma sessão.

Compra para compra

Considera sessões nas quais os visitantes **compram** o produto alvo e **compram** o produto recomendado. A afinidade de Compra para Compra é calculada entre diversas sessões pelo período de tempo de análise de dados.

Nota: Este tipo de afinidade considera os dados da sessão cruzada durante o período de tempo de análise de dados da oferta. Por exemplo, se um visitante comprar um reproduutor de MP3 na segunda-feira e voltar para

comprar fones de ouvido de alto desempenho na quinta-feira, o Intelligent Offer relatará essas atividades como parte dessa afinidade.

Abandono para compra

Considera sessões nas quais os visitantes **abandonam** o produto alvo e **compram** o produto recomendado na mesma sessão.

Nota: Para assegurar que o Intelligent Offer tenha dados a partir dos quais basear recomendações para produtos de baixo volume, não configure esta afinidade com um valor menor que um.

Para usar uma afinidade pré-configurada, clique no nome da afinidade. Após selecionar uma afinidade, é possível fazer ajustes usando a barra deslizante. Para restaurar as configurações de volta para a afinidade presente, clique no nome da afinidade.

O que Significam os Números de Afinidades de Produtos

Os valores numéricos reais que são exibidos para as pontuações de afinidades individuais não possuem nenhum significado real quando são visualizados sozinhos. Eles são números que correspondem às probabilidades condicionais comparadas entre si ou entre produtos.

Por exemplo, se você tiver um destino com uma afinidade visualização para visualização configurada como 40 e afinidade visualização para compra configurada como 10, significa que o Intelligent Offer usa o comportamento do usuário de visualização para visualização quatro vezes mais frequentemente do que o comportamento visualização para compra ao determinar produtos para recomendação.

Os pesos de afinidade não são porcentagens. Eles não precisam ir até 100. Eles são valores que você fornece para o modelo estatístico para indicar a importância de cada tipo de afinidade relativo aos outros no contexto do resultado que você está tentando atingir. Configurar cada tipo de afinidade como 1 tem o mesmo resultado que configurar cada tipo de afinidade como 100. Mais comumente, os pesos que você fornece aos tipos de afinidades não são todos os mesmos, pois nem todos contribuem igualmente para o resultado.

Se você precisar modificar as configurações padrão do algoritmo de recomendação para uma oferta, abra a oferta e, em seguida, na guia **Configurações**, clique em **Modificar Algoritmo**.

Não Configurar Afinidade como Zero

Se você configurar o peso para um tipo de afinidade individual como 0, seu impacto no cálculo do Índice de Afinidade do Produto final é minimizado. As recomendações com base nessa afinidade aparecerão apenas se não houver nenhum dado de outros tipos de afinidades. Não é recomendado configurar um peso de afinidade como 0. É uma melhor prática manter pelo menos alguns dados de cada tipo de afinidade abertos para que os produtos que recebem interações mínimas de site recebam o máximo possível de dados nos quais basear recomendações.

Classificando Produtos para Recomendação

Use a função de classificação para recomendar produtos para categoria de site (CDF) e ofertas de categorias EPR com base em como eles são classificados em uma das diversas categorias:

Receita do Item

Gera recomendações baseadas na receita total que é gerada pela venda de itens.

Quantidade Vendida

Gera recomendações com base no número de itens vendidos.

Número de Visualizações

Gera recomendações com base no número de vezes que os itens foram visualizados em sessões distintas. Use este valor, se não tiver atividade suficiente de compra pelo website para gerar recomendações significativas. Por exemplo, se os clientes fizerem compras online, mas as compras estiverem offline. Haverá sempre mais atividade de visualização do que atividade de compra.

Customizado

Gera recomendações com base em um cálculo que inclui essas três métricas. Ao selecionar este método de classificação, você fornece um **Peso** para cada uma das métricas para definir sua importância relativa. Os três valores de peso que você inserir devem somar 100%. O Intelligent Offer usa os pesos no cálculo de classificação de principal vendedor como a seguir: $(\text{Renda de Item} * \text{peso}) + (\text{Quantidade Vendida} * \text{peso}) + (\text{Número de Visualizações} * \text{peso})$

Valor Mínimo

As recomendações não são incluídas se suas classificações forem menores que este valor mínimo.

- Para classificação com base na renda do item, insira a quantidade de renda mínima aceitável.
- Para classificação baseada na quantidade de itens vendidos, insira a quantidade mínima.
- Para classificação customizada, especifique o mínimo que deve ser atendido para cada métrica.

Não Recomendar Porcentagem Principal

Para cada categoria, o Intelligent Offer rastreia até 50 dos itens mais vendidos. Este recurso remove a porcentagem principal, especificada por você, dos itens de vendas mais altos destas recomendações. Por exemplo, se houver 50 itens ou mais vendidos em cada categoria durante o período de tempo de análise de dados, há um máximo de 50 itens no conjunto inicial de recomendações para cada categoria. Se esta configuração for definida como 10%, os cinco itens principais são removidos de cada categoria. Muitas organizações acreditam que seus itens mais vendidos venderão bem, independentemente da colocação de merchandise. Remover os principais vendedores permite melhor movimentação de itens que os visitantes podem não ter localizado, se estes itens não foram apresentados como Recomendações de Categoria.

Ativar Principais Vendedores Gerais

Esta configuração é usada para configurar páginas, tais como a Página Inicial, a página Nenhum Resultado da Procura ou a página Carrinho de Compras Vazio. Quando estiver renderizando apenas itens mais vendidos em geral, a maioria dos produtos residirá em uma categoria de site

dominante. Isto não é ideal. Esta configuração permite especificar até 15 categorias principais de produtos a serem representadas de forma que cada categoria definida receba um número equivalente de recomendações. Se não estiver usando vendedores principais gerais, deixe esta caixa em branco.

- Os valores de categorias inseridos na caixa de texto **devem corresponder exatamente com o valor do ID da categoria** que corresponde à hierarquia EPR ou CDF. Deve haver uma referência a uma origem no arquivo ECDF ou CDF para determinar este valor. Se essas informações não estiverem disponíveis, entre em contato com a IBM Coremetrics para obter assistência.
- Como um padrão, as recomendações são geradas para categorias para que as categorias sejam inseridas neste campo de entrada. Por exemplo, se as categorias forem inseridas como WOMENS, MENS, PETS, FISHING, a primeira recomendação será de WOMENS, a segunda de MENS, a terceira de PETS, a quarta de FISHING, a quinta de WOMENS, a sexta de MENS e assim por diante, até a Recomendação de número 20. Até 20 recomendações estão disponíveis no conjunto do candidato para recomendações da Página Inicial.
- Para gerar recomendações em ordem aleatória, coloque "R" como o quarto parâmetro na função `cmRecRequest`. Este é um bom recurso para usar na página inicial para manter o conteúdo sempre em alteração e interessante para os visitantes.

Categorias Virtuais

Esta função se aplica apenas às ofertas na categoria de site. Use-a para assegurar que as vendas do produto sejam relatadas com a categoria do produto original, em vez da categoria virtual. Por exemplo, se o arquivo CDF contiver "venda" como uma categoria virtual e você tiver "calçados femininos" associados a essa categoria, liste "venda" no campo Categoria Virtual. Isso assegura que quando calçados femininos forem vendidos, será relatado na categoria "calçados femininos" em vez da categoria virtual "venda".

Selecione apenas as categorias virtuais que são definidas no CDF.

Insira até 10 categorias virtuais com cada categoria seguida por um caractere de retorno.

Se o Web site possui mais de 10 categorias virtuais, use o relatório de Categoria do Produto para determinar as 10 principais categorias virtuais classificadas pelo total de vendas. Isso é suficiente para redistribuir as vendas para os principais vendedores da categoria do site do Intelligent Offer.

Se houver inúmeras categorias virtuais que contêm o mesmo termo, tal como "Procura", "Procura Guiada" ou "Procura no Site", use um parâmetro curinga e capture todos os três destes exemplos com uma das 10 entradas disponíveis neste painel. "%Procura" significa que a categoria virtual deve terminar com "Procura". "%Procura%" significa que deve conter "Procura". "Procura%" significa que inicia com "Procura".

Determine o Período de Tempo de Análise de Dados

Com períodos de tempo mais longos de análise de dados, o Intelligent Offer considera mais dados, o que geralmente resulta em um número mais alto de recomendações para um número mais alto de destinos. Períodos de tempo de análise de dados mais curtos refletem mudanças nas preferências de compra do comprador e sazonalidade mais rapidamente. Especifique um tempo de análise de dados que seja longo o suficiente para acumular a atividade de navegação baseada em frase de procura. Ao mesmo tempo, o menor período de tempo de análise de dados que fornece o maior número de destinos é selecionado. Para obter mais assistência, entre em contato com um consultor do cliente do Intelligent Offer. Períodos de tempo de análise de dados mais longos podem ser solicitados e configurados pelo IBM Coremetrics como uma configuração de sistema.

Para ofertas de venda cruzada de produto:

- O valor **Baseado em Sessão** configura o número de dias de dados para processar os comportamentos **Visualização para Visualização, Visualização para Compra e Abandono para Compra**.
- O valor **Baseado em Registro** configura o número de dias de dados para processar a afinidade Compra para Compra.
- Especifique períodos de tempo de análise de dados mais longos para **Com Base no Registro** do que para **Com Base na Sessão** porque demora mais tempo para acumular dados.

Testando para o Período de Tempo Ideal

Para determinar o período de tempo de análise de dados ideal para sua oferta, teste as ofertas que consultam períodos de tempo diferentes. É possível criar três exportações de oferta. Configure um para sete dias, um para 14 dias e um para 45 dias. Quando os arquivos concluírem o processamento, selecione-os a partir do servidor FTP, salve-os em seu disco rígido e abra-os no Excel. Conte o número de linhas em cada arquivo. Compare este número com o número conhecido total de destinos ativos atualmente disponíveis para venda em seu website. Geralmente, selecione o menor período de tempo de análise de dados que forneça o maior número de destinos.

Determinar Opções de Entrega

- **Arquivo Simples:** selecione esta opção para receber dados de recomendações usando arquivos simples. Em seguida, especifique:
 - **Número de Recomendações:** Este é o número de recomendações que são solicitadas para cada destino. Se você estiver obtendo menos recomendações do que o número especificado aqui, outras configurações poderão ser um fator: Período de Tempo de Análise de Dados, o piso para os destinos ativos e o volume de tráfego em seu site. Também pode ser necessário **Ativar Fallback de Recomendação** para evitar ter poucas recomendações.
 - **Ativar Fallback de Recomendação:** Ativa as recomendações de fallback de categoria. Se o Intelligent Offer não gerar recomendações suficientes para preencher o valor de **Número de Recomendações**, os itens mais vendidos na categoria EPR definida do destino serão usados para concluir a lista de recomendações.
 - **Destino de Exportação:** O destino de FTP configurado para as ofertas do Intelligent Offer.

- **Delimitador de Arquivo:** O caractere que é usado para separar campos de dados distintos (colunas) no arquivo de exportação. Vírgula é o delimitador de campo padrão, mas é possível inserir um outro caractere a ser usado como o delimitador de campo. Insira \t para criar um arquivo de exportação delimitado por tabulação.
- **Formato de Arquivo:** Selecione um formato de arquivo compactado (.zip) ou de arquivo de texto (.txt).
- **Zona do Site:** Se você não estiver licenciado para recomendações dinâmicas, esta opção não estará disponível. As opções para Zona do Site incluem:
 - **Enviar Arquivo de Oferta Principal:** Ative esta opção para ter o arquivo de oferta principal que contém todas as recomendações para uma oferta transmitida para o destino de exportação. Isto é destinado para propósitos informativos apenas para que dados de recomendação possam ser inspecionados facilmente manualmente.
 - **Destino de Exportação:** O destino de FTP configurado para as ofertas do Intelligent Offer.
 - **Formato de Arquivo:** Selecione um formato de arquivo compactado (.zip) ou de arquivo de texto (.txt).
- **Apenas Processamento de Fallback:** Ativa o processo de Fallback de Oferta e de Regras. Selecione esta opção se você estiver criando uma oferta para fornecimento de opções de fallback e não houver nenhuma intenção de exibir recomendações de categorias EPR no site. Esta opção está disponível apenas para ofertas de categorias EPR.

Frequência de Atualização

Indica com qual frequência as ofertas são atualizadas com os dados de comportamento e regras de negócios mais recentes. Esta frequência deve corresponder à ofertas de email que são alimentadas para o aplicativo LIVEmail, assegurando que as recomendações mais recentes sejam incluídas nas ofertas de email.

A menos que você tenha pouquíssimas mudanças ou tráfego baixo em seu website, você deve configurar isto como **Diariamente**. Também é importante configurar isso como Diariamente, se as informações do produto usadas nas regras de negócios forem alteradas diariamente, como por exemplo, o preço ou o inventário.

Visualizar Lista de Destino

Especifique os produtos ou o conteúdo para os quais você deseja visualizar as recomendações. É possível especificar uma lista ou ativar a opção **Usar os 25 principais IDs de Destinos como Destinos de Visualização** para permitir que o Intelligent Offer selecione os IDs de destinos a serem usados na Visualização. Para obter informações adicionais sobre o uso da função de Visualização, consulte Capítulo 5, “Visualizar Recomendações”, na página 21

Ativar Notificação por Email

Insira uma lista delimitada por vírgula de endereços de email de pessoas que devem ser notificadas quando as atualizações da oferta forem concluídas. Se estiver entregando recomendações usando zonas do site, isto significa que os dados de comportamento subjacentes e as regras de negócios concluíram o processamento. Há processos adicionais que são executados após esta notificação

para preparar ofertas para acesso pelos clientes. Este acesso pode demorar de 15 a 60 minutos adicionais, dependendo do tamanho do catálogo e dos volumes de oferta.

Ativando uma Oferta

Clique em **Ofertas** para exibir a lista de ofertas. Em seguida, na lista, clique no botão verde ao lado da oferta para ativá-la.

O Intelligent Offer processa as ofertas de manhã cedo no dia especificado na guia **Configurações da Oferta** da oferta. Por exemplo, se as configurações para a oferta devem ser executadas no domingo, o processamento iniciará no início da manhã de domingo em seu horário local. Os arquivos do Intelligent Offer geralmente estão processados e concluídos às 8h no horário local, entretanto, dependendo dos volumes de dados, pode demorar mais.

Se for absolutamente crítico que você receba recomendações às 5h em um determinado dia, o arquivo do Intelligent Offer poderá ser configurado para ser entregue no dia anterior para assegurar que seu prazo final seja atendido. Revise este processo com sua equipe de TI.

Visualizando o Histórico de Mudanças de uma Oferta

Ao trabalhar com uma oferta, é possível revisar um histórico de todas as mudanças realizadas em suas configurações.

Para revisar um log de mudanças realizadas na guia **Configurações** de uma oferta:

1. Clique em **Ofertas**.
2. Clique no nome de uma oferta existente. A guia **Configurações** é exibida.
3. Clique em **Histórico de Mudanças**. Uma janela lista todas as mudanças realizadas nas configurações da oferta, desde a mais recente até a mais antiga.
4. Para revisar detalhes adicionais de uma mudança, clique na mudança. Os campos específicos que tiveram mudanças, e o valor antigo e o valor novo, são mostrados na parte inferior da janela.

Capítulo 9. Otimizar Recomendações Usando Regras de Negócios

Após criar uma oferta, é possível incluir regras de negócios para promover, excluir ou remover a ênfase de recomendações. Por exemplo:

- Use regras de categoria para evitar que produtos masculinos apareçam no departamento feminino.
- Use regras de inventário para evitar a recomendação de itens fora do estoque.
- Use regras de preço para facilitar a venda de produtos complementares e a venda com desconto.
- Use regras de margem para eliminar itens com margem baixa.

As regras têm como base os dados fornecidos pelo IBM Coremetrics usando um arquivo de importação. As regras disponíveis dependem do tipo de oferta. Por exemplo: ofertas de venda cruzada do produto terão regras diferentes disponíveis do que ofertas baseadas em categoria ou termo de procura. Há quatro tipos de regras:

Regras de exclusão

As regras de exclusão eliminam itens das recomendações com base em critérios definidos. Por exemplo, as regras de exclusão são expressadas como "Excluir recomendações onde o Preço da Recomendação é menor que 90% do preço de Destino".

Regras de remoção de ênfase

As regras de remoção de ênfase, em vez de excluir, movem recomendações para trás na lista de candidatos. Por exemplo, se um produto tiver baixas margens mas for classificado como tendo uma alta relevância, uma regra de remoção de ênfase move itens com margem inferior para trás na lista de candidatos válidos à recomendação e move itens com margem mais alta para frente. No caso de dados de recomendação limitados para um destino específico ou quando todas as recomendações têm margem baixa, os dados ainda ficam disponíveis para apresentar ao visitante.

Regras promocionais

As organizações que estão apresentando novos produtos ou artigos ou que possuem itens com inventário alto podem configurar promoções que inserem produtos designados na frente de recomendações comportamentais. É possível criar regras promocionais para priorizar produtos projetados manualmente em relação às recomendações do IBM Coremetrics Intelligent Offer que ajudarão com relação a isso. É possível configurar um peso de porcentagem que diz "Exibir estes dois produtos na primeira posição para 50% dos produtos no departamento masculino".

Lista de bloqueio

Quando o Intelligent Offer fornece recomendações de produtos a um website em tempo real, em alguns casos, é necessário remover imediatamente os itens das recomendações. É possível realizar isso usando a função de lista de bloqueio. A lista de bloqueio impede que uma lista de IDs apareça como recomendações para zonas do site. A lista de bloqueio entra em vigor em aproximadamente uma hora após o início da lista de bloqueio. A lista de bloqueio está disponível apenas para recomendações entregues dinamicamente.

Notas sobre Regras de Negócios

- **Iniciando com os dados de afinidade** – Antes que as regras sejam processadas, o Intelligent Offer gera recomendações com base nos pesos de afinidade configurados para uma oferta. O Intelligent Offer tenta gerar até 50 recomendações por destino, para que um grande conjunto de dados esteja disponível com relação ao qual aplicar regras. A capacidade do Intelligent Offer de gerar recomendações é amplamente baseada no período de tempo de análise de dados e no grau de tráfego que o site recebe. Para especificar o número de recomendações finais que você deseja receber, execute o seguinte:
 - Para ofertas de arquivo simples, especifique até 30 recomendações na guia **Configurações da Oferta**.
 - Para ofertas dinâmicas, especifique até 12 recomendações ao configurar a zona do site na qual a oferta será usada. Se precisar de mais de 12 recomendações, entre em contato com o seu consultor do cliente do IBM Coremetrics.
- **Especificidade da regra** – Ao criar regras usando valores de atributos, os valores inseridos na interface de regras **devem corresponder exatamente** com os valores carregados usando os arquivos EPR. Isto inclui o uso de espaços e capitalização.
- **Política de regra de negócios** - A política de regra de negócios controla a execução de todas as regras e não pode ser especificada pelo conjunto de regras ou por uma regra individual. Consulte o *Guia de Configuração do IBM Coremetrics Intelligent Offer* para obter informações adicionais sobre política de negócios.
- **Dados de regras** – Não crie regras em uma oferta ativa até que todos os dados da regra sejam carregados no banco de dados do IBM Coremetrics. As regras criadas quando os dados de regras não forem fornecidos eliminarão erroneamente os itens e fornecerão um resultado inesperado. Os dados de regra que são carregados na IBM Coremetrics na terça-feira (por exemplo) usando o Relatório de Produto Corporativo ou usando os Campos Extra de Visualização do Produto estarão disponíveis para o processamento em uma Oferta que está planejada para entrega na quarta-feira.

O que É um Nó?

Um nó é um nível de categoria em uma hierarquia de categorias. Os nós de nível superior da hierarquia são **Nó 1**. O segundo nível é **Nó 2**, e assim por diante.

Por exemplo:

Tabela 1. Descrição de um Nó.

Tabela demonstrando a hierarquia do nó

Nó 1	Nó 2	Nó 3
Masculinos		
	Calçados Masculinos	
		Calçados Atlético
		Sapatos Sociais
	Calças Masculinas	
		Calças Casuais
		Calças
Feminina		

Tabela 1. Descrição de um Nó (continuação).

Tabela demonstrando a hierarquia do nó

Nó 1	Nó 2	Nó 3
	Calçados Femininos	
		Botas
		Sandálias
	Camisetas Femininas	
		Blusas
		Pulôver

Definir Grupos de Regras

Sua primeira etapa na definição de regras de negócios é criar um grupo de regras. Quando você possui muitas regras, os grupos de regras são convenientes para agrupar regras similares para que sejam fáceis de localizar. Os grupos de regras também permitem que diversas pessoas trabalhem em diferentes grupos de regras ao mesmo tempo para a mesma oferta, e gerenciem regras independentemente.

Após criar um grupo de regras, defina uma ou mais regras de negócios nesse grupo.

1. Abra a oferta e clique na guia **Regras**.
2. Clique em **Incluir Novo Grupo** e forneça um nome de grupo de regra.
3. Para cada **Grupo de Regras**, clique em **Incluir Regra** para criar um Conjunto de Regras de Negócios.

Criar uma Regra

Depois que o grupo de regras for criado, crie uma ou mais regras nesse grupo de regras.

1. Selecione o grupo de regras no qual incluir a regra.
2. Na guia Regras, clique em **Incluir Regra**.
3. Consulte “Definir Destinos de Regras”
4. Clique em **Regras de Atualização**.
5. Defina os parâmetros de regras. Consulte “Definir Classe de Regra e Tipo de Regra” na página 48
6. Clique em **Salvar**.

Definir Destinos de Regras

Destinos de Regras são os destinos para os quais você está gerando recomendações. Estes são os itens aos quais as regras se aplicarão.

Todos os Destinos Ativos

Inclui todos os destinos ativos ou categorias para os quais os dados são coletados pelo IBM Coremetrics durante o Período de Tempo de Análise de Dados estabelecido para essa oferta.

Selecionar a Partir das Categorias

Define categorias de Destinos. É possível selecionar uma ou mais categorias para inclusão como destinos permitidos para esse conjunto de regras.

Nota: Estas categorias são definidas pelos arquivos de importação para o Enterprise Product Report. Para usar este recurso, estes arquivos de importação devem ser fornecidos. As categorias, conforme definidas no Category Definition File, são suportadas, mas devem ser configuradas por um membro do Suporte da IBM Coremetrics.

Lista de Entrada

Permite especificar uma lista de Destinos especificando o ID do item. Até 999 itens podem ser definidos nesta lista. Esta opção não está disponível para ofertas de Categoria de Site, Categoria de EPR e Procura porque não possuem destinos que têm como base itens individuais.

Selecionar a Partir dos Atributos

Permite especificar Destinos especificando um ou mais atributos. Esta opção não está disponível para ofertas de Categoria de Site, Categoria de EPR e Procura porque não possuem destinos que têm como base itens individuais.

Nota: Estes Atributos são definidos pelos arquivos de importação para o Enterprise Product Report. Para usar este recurso, estes arquivos de importação devem ser fornecidos e ter o alias definido.

Construindo regras de atributo complexas – A ferramenta de regras de atributo é flexível. É possível usar uma combinação de atributos e valores de atributos para acomodar casos de usos diferentes. A ferramenta de regras de atributo visualiza dinamicamente a regra conforme ela é construída usando a lógica **AND** e **OR** suportada. O seguinte se aplica à seleção de destino do atributo:

- Quando o operador for selecionado como sendo positivo (é) ou negativo (não é) para um atributo específico, os operadores disponíveis serão limitados na interface ao tipo selecionado.
 - Se o operador for positivo, a condição sempre será OR
 - Se o operador for negativo (não é), a condição será sempre AND
 - Quando diversos atributos são usados juntos, a condição entre atributos é AND

Após identificar os destinos de regras, um conjunto de regras é mostrado com os destinos associados.

Definir Classe de Regra e Tipo de Regra

Ao criar uma regra, especifique uma classe de regras:

- Promoção
- Exclusão
- Remover a Ênfase

Para cada classe, você especificará um tipo de regra dentro dessa classe que fornece flexibilidade na criação de sua regra. A seguir é apresentado um resumo de classes e de tipos de regras e onde procurar por informações adicionais.

Tabela 2. Tabela de Classe e de Tipo de Regra.

Tabela de Classe e de Tipo de Regra

Classe de Regra	Tipo de Regra	Subtipo de Regra	Procedimento Relacionado
Promoção	Promover um Item Específico	Nenhum	“Promover Produtos”
Exclusão	Excluir por Categoria	Nenhum	“Excluir Categorias de Produtos” na página 51
Exclusão	Excluir por ID	Nenhum	“Excluir Itens Específicos” na página 51
Exclusão	Excluir por Atributo	Exclusão do Atributo de Recomendação	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52
Exclusão	Excluir por Atributo	Atributo de Recomendação para Exclusão do Atributo de Destino	“Excluir Comparando Atributos com o Destino” na página 52
Remover ênfase por critérios	Remover Ênfase por Categoria	Nenhum	“Remover Ênfase de Categorias de Produtos ou Conteúdo” na página 51
Remover ênfase por critérios	Remover Ênfase por ID	Nenhum	“Remover Ênfase de Itens Específicos” na página 52
Remover ênfase por critérios	Remover Ênfase por Atributo	Remoção de Ênfase do Atributo de Recomendação	“Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo” na página 52
Remover ênfase por critérios	Remover Ênfase por Atributo	Atributo de recomendação para destinar remoção de ênfase de atributo	“Remover Ênfase Comparando Atributos com o Destino” na página 53
Remover Ênfase por Similaridade	Remover Ênfase por Atributo	Nenhum	“Remover Ênfase de Itens que Correspondem ao Atributo Selecionado de uma Recomendação com Classificação Mais Alta” na página 53

Promover Produtos

A promoções permitem colocar itens designados no início da lista de recomendação.

Se estiver introduzindo novos produtos no mercado ou tiver itens com inventário alto, poderá usar promoções que inserem produtos na frente de recomendações comportamentais. Isso permite priorizar esses itens sobre recomendações geradas a partir do algoritmo Intelligent Offer.

Você também especifica a porcentagem de vezes que o item é exibido no início da lista.

Consulte também “Itens Recomendados que Fazem Parte de um Conjunto” na página 54.

Não é possível usar esta função com a categoria Site, categoria EPR, termo de Procura, Conteúdo da Página ou ofertas de Conteúdo de Elemento.

Para configurar promoções:

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras que corresponde aos Destinos para uma promoção.
2. Selecione **Exclusão/Promoção**.
3. Selecione **Tipo de Regra**, em seguida, selecione **Promover um Item Específico**.
4. Insira uma descrição no campo **Descritor**. Isto é exibido na página de resumo da regra e descreve o intento desta promoção.
5. Nos campos **ID**, insira um ou mais IDs que deseja posicionar antes das recomendações comportamentais para os destinos associados. **Os caracteres nos IDs devem ser inseridos todos em letras maiúsculas**. Os itens serão posicionados na sequência em que foram inseridos. Embora a maioria das organizações insiram apenas um item para uma promoção, dez entradas são fornecidas para permitir flexibilidade.

Importante: O Intelligent Offer sempre coloca itens promovidos antes das recomendações baseadas em comportamento. Por exemplo, se você inserir apenas um item na segunda posição, o Intelligent Offer colocará esse item na primeira posição das recomendações para os destinos associados.

6. Configure a **Porcentagem de Frequência** para controlar a porcentagem de destinos associados aos quais a promoção se aplica. Por exemplo, se especificar a Câmera Sony Cyber Shot como uma promoção para todos os destinos no departamento Câmera, talvez você não deseje ter esse item exibido no website como a primeira recomendação para cada produto no departamento Câmera. Se você configurar a Porcentagem de Frequência como 25%, a Sony Cyber Shot será inserida aleatoriamente como a primeira recomendação para 25% dos destinos no departamento Câmera. **Manipulando Conflitos** – Se você aplicar mais de uma regra de promoção em um único produto destino, o Intelligent Offer resolverá os conflitos para que apenas uma regra de promoção seja aplicada a um destino. A prioridade será fornecida para promoções na ordem a seguir:
 - a. Promoções que são aplicadas a uma lista de itens.
 - b. Promoções que são baseadas em onde a promoção é aplicada na hierarquia da categoria (profundidade da categoria).
 - c. Promoções que são aplicadas a todos os itens.
 - d. Quaisquer conflitos restantes são resolvidos por uma seleção aleatória.
7. Marque a caixa de seleção **Aplicar Regras de Exclusão** se desejar que qualquer regra já existente que se aplica ao produto entre em vigor. Se essa caixa não foi marcada, nenhuma regra já existente afetará esse item promovido.
8. Configure o **Planejamento da Promoção**. As opções a seguir estão disponíveis para planejar uma promoção.

Sempre em efeito

Promoções configuradas como **Sempre em efeito** são executadas até a regra promocional ser excluída ou seu planejamento ser alterado.

Promoção Planejada

Promoções configuradas com uma data de início e de encerramento específica são válidas pelo período de tempo especificado.

Nota: A promoção é processada somente quando a oferta à qual ela está associada é planejada para ser atualizada. Por exemplo, se a oferta

for atualizada semanalmente todas as quartas-feiras e a promoção estiver planejada para terminar na segunda-feira, a promoção não será removida da oferta até que o Intelligent Offer seja executado na próxima quarta-feira.

9. Clique em **Salvar**.

Excluir Categorias de Produtos

Use este procedimento para excluir os itens contidos em uma ou mais categorias da lista de recomendações.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Exclusão/Promoção** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Excluir por Categoria** como o **Tipo de Regra**.
4. Inclua uma descrição da regra no campo **Descritor**.
5. Especifique uma ou mais categorias.

Remover Ênfase de Categorias de Produtos ou Conteúdo

Use este procedimento para mover itens contidos em uma ou mais categorias para o final da lista de recomendações.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Remover Ênfase por Critérios** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Remover Ênfase por Categoria** como o **Tipo de Regra**.
4. Inclua uma descrição da regra no campo **Descritor**.
5. Especifique uma ou mais categorias.

Excluir Itens Específicos

Use este procedimento para excluir um ou mais itens específicos da lista de recomendações.

Nota: Este tipo de regra impedem que os itens sejam recomendados; ele não impede que eles se tornem alvos para a oferta. Para impedir que itens se tornem alvos, use a guia **Configurações da Oferta**.

Também é possível excluir todos os itens que NÃO estão na lista fornecida. Este recurso é destinado para recomendações de catálogos de impressão ou do call center em que as recomendações devem incluir apenas itens em uma lista especificada. A exclusão de itens que não estão na lista fornecida pode permitir vendas cruzadas no próprio catálogo, como também permitir que representantes da central de atendimento ofereçam recomendações que são restritas ao catálogo de impressão específico que o responsável pela chamada possui em mãos. Para excluir todos os itens que NÃO estão na lista especificada, preceda o descritor com um til (~).

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Exclusão/Promoção** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Excluir por ID** como o **Tipo de Regra**.
4. Inclua uma descrição da regra no campo **Descritor**.
5. Especifique o ID para até 999 itens.

Remover Ênfase de Itens Específicos

Use este procedimento para mover um ou mais itens específicos para o final da lista de recomendações.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Remover Ênfase por Critérios** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Remover Ênfase por ID** como o **Tipo de Regra**.
4. Inclua uma descrição da regra no campo **Descritor**.
5. Especifique o ID para até 999 itens.

Excluir com Base no Valor de um Atributo

Use este procedimento para excluir itens da lista de recomendações avaliando o valor de um atributo especificado. Qualquer atributo pode ser carregado no Intelligent Offer usando os arquivos de Relatório de Produto Corporativo e usado como critério para criação de regra.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Exclusão/Promoção** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Excluir por Atributo** como o **Tipo de Regra**.
4. Selecione **Exclusão de Atributo de Recomendação** como o **Subtipo de Regra**.
5. Selecione o atributo que deseja avaliar.
6. Especifique como deseja avaliar o valor do atributo. A lista de operadores disponíveis é alterada dependendo do tipo de dados que o atributo usa.
7. Especifique o valor com o qual deseja avaliar o atributo.

Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo

Use este procedimento para mover itens para o final da lista de recomendações avaliando o valor de um atributo especificado.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Remover Ênfase por Critérios** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Remover Ênfase por Atributo** como o **Tipo de Regra**.
4. Selecione **Exclusão de Atributo de Recomendação** como o **Subtipo de Regra**.
5. Selecione o atributo que deseja avaliar.
6. Especifique como deseja avaliar o valor do atributo. A lista de operadores disponíveis é alterada dependendo do tipo de dados que o atributo usa.
7. Especifique o valor com o qual deseja avaliar o atributo.

Excluir Comparando Atributos com o Destino

Use este procedimento para excluir itens comparando o valor de um atributo com o valor do mesmo atributo no destino. Uma das opções de comparação é por nó. Para obter informações adicionais sobre comparação por nó, consulte "O que É um Nó?" na página 46

Um uso comum para seleção de destinos a partir de atributos tem relação com itens de vendas. Se um destino não estiver à venda, muitos comerciantes desejarão eliminar todos os itens de vendas de recomendações. Mas, se o destino estiver à venda, esses comerciantes desejarão permitir itens de venda e não de venda como recomendações. Com esta regra, todos os destinos que não estão à venda poderão

ser selecionados se um atributo de venda for fornecido no Enterprise Product Report. Em seguida, uma regra de exclusão subsequente pode ser criada para eliminar todos os itens que estão à venda. O resultado é que os itens de vendas não são recomendados quando os itens com preço integral estiverem sendo exibidos, mas ambos os itens, de preço integral e de venda, serão recomendados quando os itens de venda estiverem sendo exibidos.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Exclusão/Promoção** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Excluir por Atributo** como o **Tipo de Regra**.
4. Selecione **Atributo de recomendação para destinar Exclusão de atributo** como o **Subtipo de Regra**.
5. Selecione o atributo que deseja comparar.
6. Especifique como deseja comparar os valores do atributo. A lista de operadores disponíveis é alterada dependendo do tipo de dados que o atributo usa.

Remover Ênfase Comparando Atributos com o Destino

Use este procedimento para mover itens para o final da lista de recomendações comparando o valor de um atributo com o valor do mesmo atributo no destino. Uma das opções de comparação é por nó. Para obter informações adicionais sobre comparação por nó, consulte “O que É um Nó?” na página 46

Assim como os itens podem ter relacionamentos no contexto de conjuntos ou correspondências, eles também podem ter relacionamentos que os tornam mutuamente exclusivos. Por exemplo, você pode ter o tipo de relacionamento entre os itens, de forma que o item A nunca deva ser incluído nas recomendações para o item B.

Se o catálogo de produtos tiver esses tipos de relacionamentos e você desejar excluir ou não enfatizar os itens com base em relacionamentos um-para-um, conclua as etapas a seguir.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Remover Ênfase por Critérios** como a **Classe de Regra**.
3. Selecione **Remover Ênfase por Atributo** como o **Tipo de Regra**.
4. Selecione **Atributo de recomendação para destinar remoção de ênfase de atributo** como o **Subtipo de Regra**.
5. Selecione o atributo que deseja comparar.
6. Especifique como deseja comparar os valores do atributo. A lista de operadores disponíveis é alterada dependendo do tipo de dados que o atributo usa.

Remover Ênfase de Itens que Correspondem ao Atributo Selecionado de uma Recomendação com Classificação Mais Alta

Use este procedimento para comparar uma recomendação com uma outra recomendação entregue dentro da mesma zona. Se a recomendação e o destino tiverem um ou mais dos mesmos atributos, a recomendação será movida para o final da lista de recomendações.

1. Clique em **Regras de Atualização** no Conjunto de Regras.
2. Selecione **Remover Ênfase por Similaridade** como a Classe de Regra
3. Selecione **Remover Ênfase por Atributo** como o Tipo de Regra.

4. No campo **Recomendação**, selecione até oito atributos para comparar com a lista de destino. Se **algum** dos atributos corresponder ao mesmo atributo do destino, a recomendação será movida para a parte inferior da lista de recomendações.
5. **Salve** a regra.

Itens Recomendados que Fazem Parte de um Conjunto

Os itens no seu catálogo online podem conter relacionamentos com outros produtos, como conjuntos ou correspondências. Por exemplo, uma mesa pode ter cadeiras correspondentes. Ou um colar pode fazer parte de um conjunto que incluía uma pulseira e um brinco correspondentes.

Se o catálogo possuir esses tipos de relacionamentos permanentes e você desejar incluir itens correspondentes ou relacionados nas listas de recomendações, conclua as etapas a seguir:

1. Crie um atributo do produto que represente o relacionamento para itens que sempre devem ser recomendados entre si, como "conjunto com diamantes".
2. Insira os IDs dos itens relacionados no atributo. Como com qualquer outro atributo, use o caractere de barra vertical (|) para separar diversos itens. Os IDs do item devem ter todas as letras maiúsculas.

Para continuar com o exemplo de conjunto de pedras preciosas, suponha que o colar seja sku123, a pulseira seja sku456 e os brincos sejam sku789. Você configuraria os valores de atributos da seguinte forma:

- Para o colar = sku456|sku789
- Para a pulseira = sku123|sku789
- Para os brincos = sku123|sku456

3. Faça o upload dos dados.
4. Mapeie o novo campo usando **Administração > Campos Extra**.
5. Crie ou abra uma oferta de venda cruzada de produto. Na guia **Configurações**, clique em **Opções Avançadas**.
6. Na área **Opções de Promoção do Produto**, selecione **Ativar promoções por meio de um atributo**.
7. Selecione o atributo criado para representar o relacionamento (conjunto com diamantes).
8. Na lista suspensa **Comportamento**, especifique como priorizar os itens relacionados: antes da lista de recomendações determinada regularmente, após essa lista ou depois de tudo, incluindo quaisquer recomendações de fallback.
9. Clique em **Aplicar**.

No tempo de execução, os itens com esses relacionamentos são incluídos em listas de recomendações antes que qualquer regra de negócio seja aplicada à lista.

Nota: Também é possível criar regras de negócios (na guia **Regras** da oferta) para promover itens específicos pelos seus IDs. Para obter informações, consulte "Promover Produtos" na página 49.

Lista de Bloqueio de um Item

Em situações extremas, pode ser necessário remover itens das recomendações imediatamente.

Uma regra de lista de bloqueio impede que uma lista especificada de IDs apareça como recomendações em todas as zonas em aproximadamente uma hora após a publicação da lista de bloqueio. A regra de lista de bloqueio destina-se a ser usada apenas em situações urgentes em que é determinado que um item deva ser removido das recomendações imediatamente. Uma exclusão de lista de bloqueio permanece até que o item seja removido da regra de lista de bloqueio. Para excluir itens de apenas uma zona ou oferta, em vez de todas as zonas, você deve acessar a interface de regras do Intelligent Offer e criar uma regra de exclusão de lista para esses itens. Uma exclusão de lista deve ser criada para cada oferta ativa.

Para criar uma regra de lista de bloqueio:

1. Determine os IDs a serem incluídos na regra de lista de bloqueio.
2. Navegue até a página **Gerenciar > Lista de Bloqueio de Recomendação**.
3. Insira os IDs na caixa de listagem. Use todas as letras em maiúsculo. Clique em **Salvar**.
4. Execute uma ação **Publicar Mudança na Configuração** para concluir a atualização da lista de bloqueio. Consulte “**Publicar Mudanças na Configuração**” para obter informações adicionais.

Publicar Mudanças na Configuração

Há momentos em que pode ser necessário alterar e publicar mudanças na configuração ao longo do dia. Por exemplo:

- Configurações de teste A/B – Os resultados de um teste A/B não estão indo bem. O teste A/B precisa ser interrompido imediatamente.
- Configurações da zona – Há uma necessidade de poder ver quatro recomendações na página, em vez de três.
- Planos de recomendação – É necessário alterar uma etapa em um plano de recomendação.

Nesses casos, após concluir a mudança, execute as etapas a seguir:

1. Selecione **Gerenciar > Lista de Bloqueio de Recomendação**.
2. Clique em **Publicar Mudanças na Configuração**.

O sistema publica as mudanças e elas entram em vigor em aproximadamente uma ou duas horas. Este procedimento não atualiza as regras de negócios. Elas não são atualizadas apenas nas tarefas da CLI.

Remover um Item da Lista de Bloqueio

Se um item estiver na lista de bloqueio, ele não será incluído nas recomendações até que seja removido da lista de bloqueio. Se você estiver pronto para disponibilizá-lo para recomendação:

1. Determine os IDs a serem removidos da lista de bloqueio.
2. Navegue até a página **Gerenciar > Lista de Bloqueio de Recomendação**.
3. Remova os IDs da caixa de listagem.
4. Clique em **Salvar**.
5. Execute uma ação **Publicar Mudança na Configuração** para concluir a atualização da lista de bloqueio. Consulte “**Publicar Mudanças na Configuração**” para obter informações adicionais.

Excluir Páginas de Conteúdo Específicas da Recomendação

Se houver páginas que você não deseja que apareçam como recomendações, como sua página inicial, poderá excluir a categoria associada a essas páginas.

1. Navegue na página **Gerenciar > Configuração da Oferta > Ofertas de Conteúdo > Mais Configurações**.
2. Na segunda caixa de texto na parte inferior da página, digite os IDs da página que deseja excluir da recomendação. Separe cada ID com um caractere de retorno.
3. Clique em **Salvar**.

Identificar Categorias do Elemento a Serem Incluídas na Recomendação

Se houver identificações de elementos que não estejam associadas ao conteúdo, talvez você não deseje incluir esses elementos como recomendações de conteúdo. Se desejar, será necessário distinguir as categorias a serem incluídas. Use este procedimento para identificar as categorias dos elementos a serem incluídas para a recomendação.

1. Navegue na página **Gerenciar > Configuração da Oferta > Ofertas de Conteúdo > Mais Configurações**.
2. Na primeira caixa de texto na parte inferior da página, digite as categorias dos elementos que deseja incluir nas recomendações. Separe cada categoria com um caractere de retorno.
3. Clique em **Salvar**.

Regras de Negócios de Exemplo para Produtos

A seguir são apresentadas algumas regras de negócios de exemplo. É possível usar esses exemplos como modelos para a criação de suas próprias regras ou usá-los para compreender melhor como criar regras. Para demonstrar o uso do Tipo de Regra e da Classe de Regra, o Destino neste primeiro conjunto de regras é **Todos os Destinos**.

Tabela 3. Regras de Negócios de Exemplo para Produtos- Todos os Destinos.

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Classe e Tipo de Regra para o Exemplo
1. Você tem inventário em excesso de um produto e precisa gerar mais vendas. Você deseja que o produto apareça como uma recomendação para Todos os produtos.	“Promover Produtos” na página 49	Todos os Destinos	Promoção>Promover um Item Específico>especificar ID do Produto

Tabela 3. Regras de Negócios de Exemplo para Produtos- Todos os Destinos (continuação).

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Classe e Tipo de Regra para o Exemplo
2. Você inclui uma garantia com cada produto, mas não vende as garantias separadamente.	“Excluir Categorias de Produtos” na página 51	Todos os Destinos	Exclusão>Excluir por Categoria>selecione a categoria Garantia
3. Você deseja promover uma grande variedade de produtos, portanto não deseja incluir recomendações dentro do nó 1 do produto alvo.	“Excluir Comparando Atributos com o Destino” na página 52	Todos os Destinos	Exclusão>Excluir por Atributo>Atributo de Recomendação para Exclusão de Atributo de Destino>ID de Categoria do Produto não corresponde ao nó 1 do Atributo de destino
4. Você inclui um produto gratuito em cada pedido e não deseja que este produto apareça como uma recomendação.	“Excluir Itens Específicos” na página 51	Todos os Destinos	Exclusão>Excluir por ID>especificar o ID do Produto
5. Você possui um produto campeão de vendas que não precisa ser recomendado.	“Excluir Itens Específicos” na página 51	Todos os Destinos	Exclusão>Excluir por ID>especificar o ID do Produto
6. Você não deseja recomendar produtos com inventário menor que 10 unidades.	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Todos os produtos	Exclusão>Excluir por Atributo>Exclusão do Atributo de Recomendação>Inventário [<] é menor que 10
7. Você deseja recomendar apenas produtos com um nome de marca diferente do produto alvo.	“Excluir Comparando Atributos com o Destino” na página 52	Todos os Destinos	Exclusão>Excluir por Atributo>Atributo de Recomendação para Exclusão de Atributo de Destino>Marca é X.
8. Você deseja recomendar apenas produtos da mesma marca que o produto alvo.	“Excluir Comparando Atributos com o Destino” na página 52	Todos os Destinos	Excluir>Excluir por Atributo>Atributo de Recomendação para Exclusão de Atributo de Destino>Marca não é X.
9. Você vende gift cards (ID do produto 005531), mas você deseja recomendá-los apenas se não houver nenhuma outra recomendação.	“Remover Ênfase de Itens Específicos” na página 52	Todos os Destinos	Remover Ênfase por Critérios>Remover Ênfase por ID>005531

Tabela 3. Regras de Negócios de Exemplo para Produtos- Todos os Destinos (continuação).

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Classe e Tipo de Regra para o Exemplo
10. Você deseja que produtos com inventário menor que 20 unidades apareçam no final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Todos os Destinos	Excluir>por Atributo>Exclusão do Atributo de Recomendação>Inventário [<] é menor que 20
11. Você deseja que os produtos com um preço menor que \$10 apareçam no final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Todos os Destinos	Remover Ênfase por Critérios>Remover Ênfase por Atributo>Remoção de Ênfase do Atributo de Recomendação>Preço [<] é menor que 10
12. Você deseja que os produtos na liberação estejam no final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Todos os Destinos	Remover Ênfase por Critérios>Remover Ênfase por Atributo>Atributo de Recomendação para Exclusão de Atributo de Destino>Marca é Liberação.
13. Você deseja que produtos da mesma marca que o produto alvo sejam incluídos como recomendação, mas apenas no final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase Comparando Atributos com o Destino” na página 53	Todos os Destinos	Remover Ênfase por Critérios > Remover Ênfase por Atributo>Remoção de Ênfase do Atributo de Recomendação > Marca é Atributo de destino
14. Você deseja promover produtos em diversas categorias, portanto, se uma recomendação estiver na mesma categoria que uma recomendação com classificação mais alta, você deseja movê-la para o final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase de Itens que Correspondem ao Atributo Selecionado de uma Recomendação com Classificação Mais Alta” na página 53	Todos os Destinos	Remover Ênfase por Similaridade>Remover Ênfase por Atributo>ID da Categoria do Produto

Tabela 3. Regras de Negócios de Exemplo para Produtos- Todos os Destinos (continuação).

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Classe e Tipo de Regra para o Exemplo
15. Você deseja promover produtos em diversas marcas, portanto, se uma recomendação tiver o mesmo nome de marca de uma recomendação com classificação mais alta, você deseja movê-la para o final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase de Itens que Correspondem ao Atributo Selecionado de uma Recomendação com Classificação Mais Alta” na página 53	Todos os Destinos	Remover Ênfase por Similaridade>Remover Ênfase por Atributo>Marca
16. Você não deseja recomendar produtos com um preço menor que \$5.	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Todos os Destinos	Exclusão>Excluir por Atributo>Exclusão do Atributo de Recomendação>Preço [<] é menor que 5

A seguir são apresentadas algumas regras de negócios de exemplo adicionais que usam uma combinação de **Destino de Regra**, **Tipo de Regra** e **Classe de Regra**.

Tabela 4. Regras de Negócios de Exemplo para Produtos - Outros Destinos.

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Tipo e Classe de Regra
17. Você possui uma nova câmera que você deseja promover para qualquer produto alvo na categoria Câmera. Esta promoção durará 90 dias.	“Promover Produtos” na página 49	Selecionar a partir de Categorias>Câmera	Promoção>Promover um Item Específico>Promover um Item Específico>Planejar Promoção>Especificar um intervalo de data de 90 dias.
18. Para produtos alvos com um preço menor que \$10, recomendar apenas produtos que também sejam inferiores a \$10.	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Selecionar a partir de Atributos>Preço [<] é menor que 10	Exclusão>Excluir por Atributo> Exclusão do Atributo de Recomendação>Preço [>] é maior que 10
19. Para produtos alvos acima de \$200, você não deseja recomendar produtos com um preço significativamente menor (60%) que o alvo.	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Selecionar a partir de Atributos>Preço [>] é maior que 200	Exclusão>Excluir por Atributo > Atributo de Recomendação Exclusão de Atributo de Destino>Preço [<] é menor que 60% do Preço de destino

Tabela 4. Regras de Negócios de Exemplo para Produtos - Outros Destinos (continuação).

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Tipo e Classe de Regra
20. Para produtos de câmera, você deseja produtos da mesma marca em um nível mais alto na lista de recomendações.	“Remover Ênfase com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Selecionar a partir de Categorias>Câmera	Remover Ênfase por Critérios>Remover Ênfase por Atributo > Remoção de Ênfase do Atributo de Recomendação > Marca não é Atributo de destino
21. Para o ID de produto 008221 da Câmera, você deseja recomendar apenas produtos da Marca X.	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Selecionar a partir de Categorias>Lista de Entrada de Câmera>008221	Exclusão>Excluir por Atributo > Exclusão do Atributo de Recomendação>Marca não é X.
22. Você deseja que uma categoria de produtos que possui uma margem de lucro inferior (nome da Categoria é <i>Dólar</i>) apareça apenas no final da lista de recomendações.	“Remover Ênfase de Categorias de Produtos ou Conteúdo” na página 51	Selecionar a partir de Categorias> <i>Dólar</i>	Remover Ênfase por Critérios>Remover Ênfase por Categoria>selecionar a categoria <i>Dólar</i>

Regras de Negócios de Exemplo para Conteúdo

A seguir são apresentadas algumas regras de negócios de exemplo para uso com ofertas de conteúdo. É possível usar essas regras como modelos para criação de suas próprias regras ou usá-las para compreender melhor como criar regras.

Tabela 5. Regras de Negócios de Exemplo para Conteúdo.

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Classe e Tipo de Regra para o Exemplo
1. Você deseja excluir artigos específicos da recomendação.	“Excluir Itens Específicos” na página 51	Todos os Destinos	Exclusão> Excluir por ID > especificar a página ou o ID do elemento
2. Para uma empresa de suporte de software, exclua os artigos que não são do mesmo tipo de computador. Por exemplo, não recomende artigos em computadores Apple quando o tipo de computador for PC.	“Excluir Comparando Atributos com o Destino” na página 52	Todos os Destinos	Exclusão > Excluir por Atributo > Atributo de Recomendação para Exclusão de Atributo de Destino > Tipo não é atributo de destino. Nota: Para esse exemplo, é necessário criar um atributo customizado denominado Tipo para identificar se um computador é um PC ou Apple.

Tabela 5. Regras de Negócios de Exemplo para Conteúdo (continuação).

Exemplo	Procedimento a Ser Usado	Destino de Regra	Classe e Tipo de Regra para o Exemplo
3. Você deseja que as fórmulas na categoria carne sejam excluídas de menus vegetarianos.	“Excluir com Base no Valor de um Atributo” na página 52	Selecionar a partir de Atributos > Categoria de Página é Vegetariana	Excluir por Atributo > Exclusão de Atributo de Recomendação > Categoria de Página não é Vegetariana.

Visualizar o Impacto de Regras na Oferta

Após ativar uma oferta e a oferta tiver sido processada completamente uma vez, é possível visualizar o impacto das regras criadas. Isso pode ajudar na resolução de problemas e na melhoria dos processos de suas regras. Para visualizar regras:

1. Assegure-se de que a oferta da qual você deseja visualizar a visualização de regras esteja ativa.
2. Selecione a oferta para a qual visualizar a visualização de regras.
3. Clique na guia Visualização de Regras para visualizar o número de itens excluídos por cada regra criada.

Capítulo 10. Testando Recomendações e Saída de Regra

É possível evitar resultados inesperados testando suas regras antes de colocá-las em produção.

Para assegurar que regras de exclusão não sejam muito restritivas, que todos os dados de regras sejam configurados corretamente e que pesos de afinidade estejam fornecendo o resultado esperado, execute e inspecione pelo menos um arquivo de teste antes de colocá-lo na produção.

Ao configurar uma oferta, defina se está interessado na revisão de resultados de recomendações para um conjunto específico de itens ou para uma amostragem de itens na seção Visualizar Lista de Destino na guia **Configurações**. Certifique-se de ativar a oferta e, após ela ser executada, é possível usar o recurso Visualizar para revisar os resultados. Consulte Capítulo 5, “Visualizar Recomendações”, na página 21 para obter informações adicionais.

Um outro método que você pode usar para resolução de problemas de ofertas é a Visualização de Regras. Esta ferramenta permite visualizar o impacto das regras que você precisa colocar em operação mostrando o número de itens que uma regra excluiu. Para obter informações adicionais, consulte “Visualizar o Impacto de Regras na Oferta” na página 61.

Diretrizes para Teste

- Muitas organizações configuram um servidor de desenvolvimento no qual as recomendações são carregadas e podem ser visualizadas facilmente durante a fase de implementação inicial do Intelligent Offer. Isso ajuda sua equipe a acostumar-se com a saída do Intelligent Offer.
- Inspecione os resultados da visualização para assegurar que o número esperado de recomendações esteja presente.
- Assegure que seus destinos de amostra testem cada regra de negócios. Por exemplo, para uma regra que especifica que para todos os itens no departamento masculino, deve-se excluir itens femininos, teste pelo menos um item masculino e inspecione suas recomendações. Os itens femininos aparecem na lista?
- Confirme se os pesos de afinidade estão fornecendo as recomendações esperadas.

Resolução de Problemas de Resultados de Regras de Negócios

Se os resultados de uma regra de negócios definida não estiver afetando as recomendações de ofertas conforme esperado.

Para resolver esse problema:

1. Retorne à guia **Regra** da oferta e examine-a para garantir que a regra esteja configurada corretamente. Muitos comerciantes configuraram regras para especificar "remover todos os itens que NÃO estão à venda" quando a intenção era "remover todos os itens que estão à venda".
2. Quando você inserir um valor na ferramenta de regra, certifique-se de que o valor inserido corresponda exatamente aos valores que são carregados usando os arquivos do Enterprise Product Report. Por exemplo, se a regra diz que

devem ser excluídos todos os itens nos quais a Marca é igual ao Canal, mas o valor da Marca no Enterprise Product Content Mapping File é CHANNEL, o item não será excluído pelo mecanismo de regras.

3. Certifique-se de que os arquivos do Relatório de Produto Corporativo (EPR) sejam atuais. Muitos problemas de regra relatados são devido aos arquivos do EPR estarem desatualizados.
4. Os resultados anteriores mostrarão os valores de dados no arquivo EPR a partir do momento em que a oferta foi executada. Para os itens em questão, inspecione os valores. Eles possuem os valores corretos para suportar as regras? Os valores estão em maiúsculas mas foram inseridos em minúsculas na ferramenta de regra? Há um espaço adicional na regra ou os dados do EPR que causam uma incompatibilidade? **Essas são a primeira, segunda e terceira razões mais comuns para problemas com regras que não estão funcionando corretamente.**
5. Entenda sua política de regra de negócios, as implicações da ausência de dados do atributo e a configuração para essa política. Se você tiver questões, examine as configurações na guia **Gerenciar > Oferecer Configuração > Atributos**. Se você não tiver acesso a essas configurações, entre em contato com seu administrador.

Resolução de Problemas de Poucas Recomendações

Se alguns ou muitos destinos não possuírem nenhuma recomendação, enquanto outros possuem apenas um par de recomendações, considere as informações a seguir:

1. A capacidade do Intelligent Offer para gerar recomendações depende da quantidade de tráfego que um item obtém no período de tempo de análise de dados configurado e o grau em que as regras de negócios eliminam os itens.
2. Quando as regras de negócios forem configuradas, navegue na guia **Visualização de Regras** para a oferta selecionada. As informações na tabela fornecerão insight para o grau no qual uma regra específica está eliminando itens das recomendações.
3. Se uma regra estiver eliminando muitas recomendações, considere afrouxar a regra ou eliminar a regra totalmente. Algumas regras são necessárias, mas muitas pessoas conceitualizam regras que são mais experimentais por natureza. Em alguns casos, mais regras equivalem a menos recomendações, o que significa menos aumento de receita.
4. Para qualquer regra que é aplicada a todos os destinos, considere se a regra precisa ser aplicada a todos os destinos. Para atingir o resultado desejado, considere aplicar a regra em uma categoria específica de itens para evitar que a regra funcione em mais itens do que o necessário.
5. Se um item tiver recomendações limitadas e as regras não parecerem ser a origem, acesse o relatório Categoria do Produto e configure o período de tempo do relatório para que ele corresponda ao período de tempo de análise de dados da oferta que está sendo investigada. Localize o item em questão e veja quantas visualizações e compras ele recebeu nesse período de tempo. Se o item estiver recebendo pouca interação, o Intelligent Offer provavelmente não terá dados suficientes para gerar recomendações. Considere estender o período de tempo de análise de dados para que mais dados sejam capturados. Lembre-se que o período de tempo de análise de dados ideal é o intervalo mais curto que obtém a quantidade desejada de cobertura de recomendação.
6. Examine os pesos de afinidade. Se visualização para visualização for configurada como 0, desativará uma grande maioria dos dados disponíveis

para fazer recomendações. Considere abrir isso até um peso pequeno de pelo menos 5 ou 10 e execute novamente a oferta para calibrar o impacto.

Capítulo 11. Planos de Recomendação

Quando a implementação do Intelligent Offer for configurada para usar recomendações dinâmicas, use planos de recomendações para definir o destino usado para gerar uma recomendação e qual oferta usar, e qual texto de cabeçalho mostrar no banner da zona. É possível configurar diversas solicitações de planos de recomendações. As solicitações são processadas em ordem até que as recomendações sejam entregues. Você também especifica uma recomendação de fallback, que é a última solicitação de recomendação no plano de recomendação a ser avaliada. Se você ainda não estiver obtendo o número necessário de recomendações, o processamento de fallback padrão é processado. Consulte “Processamento de Fallback Padrão” na página 69 para obter informações adicionais.

Configurando um Plano de Recomendação

Use este procedimento para configurar um plano de recomendação.

1. Ative a página Lista de Plano de Recomendação selecionando o link **Plano de Recomendação** na área de janela de navegação do site.
2. Clique em **Criar Novo Plano de Recomendação** para ativar o Painel de Configurações do Plano de Recomendação.
3. Insira um **Nome do Plano de Recomendação**. Os planos de recomendações definidos são listados em uma lista suspensa no painel Configurações da Zona. Forneça ao plano de recomendação um nome que seja descritivo de seu uso, por exemplo, "Plano de Rec. da Atividade do Carrinho de Compras Recente".
4. Insira uma **Descrição do Plano de Recomendação**. Isto é apenas para propósitos informativos. Ela é destinada a lembrar os usuários do intento do plano de recomendação.
5. Configure os valores na Tabela de Plano de Recomendação: Existem duas linhas padrão na tabela de plano. A primeira linha determina se as recomendações são baseadas no **ID do Produto Especificado**, **ID da Categoria Especificado**, **Termo de Procura Especificado** ou outras opções listadas na solicitação de recomendação.

Lista suspensa de destino

O destino selecionado depende do tipo de recomendações que deseja solicitar. Por exemplo:

- **ID do Produto Especificado** para recomendações de venda cruzada do produto
- **ID da Categoria Especificado** para recomendações de categoria
- **Termo de Procura Especificado** para recomendações baseadas no termo de procura
- **ID da Página Especificado** para recomendações de conteúdo da página
- **ID do Elemento Especificado** para recomendações de conteúdo de elemento

Lista suspensa de oferta

Para o ID de Destino especificado, selecione na lista de ofertas ativas. Se a oferta não aparecer, certifique-se de que ela foi ativada.

Texto de Cabeçalho da Zona

Insira o texto a ser exibido no banner de qualquer zona de site que usa este plano de recomendação. É possível inserir até 96 caracteres.

6. Especifique um processo de Fallback. O processo de fallback determina o que acontece se as recomendações para todas as solicitações precedentes não estiverem disponíveis. Selecione um texto de Destino, de Oferta e de Cabeçalho de Zona para a oferta de fallback. Você tem a opção adicional de selecionar Nenhuma recomendação. Se você selecionar **Nenhuma recomendação**, então nenhuma recomendação será gerada se o seu plano de recomendação não produzir recomendações. Você deve usar apenas Nenhuma recomendação em circunstâncias especiais. Para obter um exemplo, consulte “Criar uma Zona que Seja Visível Apenas Se o Plano de Recomendação É Válido” na página 71.
7. Clique em **Salvar e Fechar**.

Incluindo Etapas Adicionais em Seu Plano de Recomendação

No mínimo, você deve ter um Plano de recomendação de solicitação e um Fallback. Isso é o suficiente na maioria das circunstâncias. Entretanto, é possível incluir etapas adicionais em seu plano de recomendação. As etapas adicionais são executadas em ordem até que suas recomendações sejam entregues. É possível configurar até seis etapas em seu plano de recomendação, mais um fallback. A recomendação de fallback é usada apenas quando todas as outras solicitações forem esgotadas.

1. Selecione o plano de recomendação no qual está incluindo uma etapa.
2. Clique em **Incluir Solicitação** no plano de recomendação.
3. Especifique o Destino, a Oferta e o texto do Cabeçalho para a solicitação adicional.

Incluindo Personalização em Seu Plano de Recomendação

Além de aplicar personalização em todas as recomendações que são exibidas através das zonas do site, as informações no cookie de personalização podem ser usadas para orientar recomendações com base em ações específicas do cliente. Isto facilita os estilos de recomendação em zonas dedicadas que mudam com base nos dados do visitante em seus cookies incluindo:

- Recomendações que são baseadas em um item colocado recentemente no carrinho de compras.
- Recomendações que são baseadas em um item comprado recentemente.
- Itens campeões de vendas de uma categoria de interesse.
- Recomendações que são baseadas em um item visualizado recentemente.

Como nem todos os visitantes têm um cookie de personalização, é importante usar uma etapa de fallback no plano de recomendação, se estiver usando as opções de personalização como um destino.

As opções a seguir estão disponíveis na lista suspensa de destino para os planos de recomendações.

1. Selecione o plano de recomendação para o qual está incluindo a personalização.
2. Clique em **Incluir Solicitação** no plano de recomendação.
3. Selecione uma das opções de personalização:

Opção	Descrição
Produto Visualizado Mais Recentemente	Usa o produto visualizado mais recentemente do visitante como o produto de alvo. Isto é determinado pelos dados recebidos na última identificação de visualização do produto.
Produto Comprado Mais Recentemente	Usa o ID do produto da última identificação shop9 do IBM Coremetrics recebida para determinar o produto comprado mais recentemente pelo visitante.
Último Produto Colocado no Carrinho de Compras	Usa o item que o visitante incluiu por último em seu carrinho de compras como o produto alvo. Isto é determinado pelo último item recebido em uma identificação shop5 do IBM Coremetrics.
Categoria Visualizada Mais Recentemente	Usa a categoria visualizada mais recentemente do visitante como a categoria de destino. Isto é determinado pelos dados recebidos na última identificação de visualização do produto.
Categoria Mais Popular do Visitante	<p>Para cada visitante, as categorias do EPR de produtos visualizados, colocados no carrinho de compras e comprados são rastreadas por meio de respostas à solicitação de recomendação. As categorias são classificadas subsequentemente para cada visitante. A categoria que recebe a maior parte da interação recebe a classificação mais alta e se torna a categoria mais popular do visitante.</p> <p>Nota: Esta meta sempre é baseada nas categorias do relatório de produto corporativo (EPR). As categorias que são definidas no Category Definition File (CDF) não são suportadas para uso na personalização dada a série de problemas que surgem do uso da categorização virtual no CDF.</p>

Processamento de Fallback

Após criar sua oferta e planos de recomendações, é possível que o Intelligent Offer não possa gerar o número necessário de recomendações para um destino. Isso pode ocorrer, se houver dados limitados em um destino, as regras que você configurou em uma oferta restringem muitas recomendações, ou o destino recebeu menos de cinco visualizações no Período de Tempo de Análise de Dados.

Para evitar poucas recomendações, o Intelligent Offer fornece um processo de fallback padrão.

Processamento de Fallback Padrão

O processo de fallback de oferta/regra padrão é chamado sempre que cada oferta é processada. Após as configurações de algoritmo, pesos de afinidade e regras de negócios são processados, o Intelligent Offer valida se o número solicitado de

recomendações é gerado. Se recomendações adicionais forem necessárias para um destino, o Intelligent Offer localiza os itens mais vendidos na categoria EPR definida do destino e insere esses itens na oferta. Este processo é executado para cada item na oferta toda vez que uma oferta é processada.

Para a organização que usa a entrega dinâmica, o processo de fallback padrão ocorre automaticamente. No entanto, se por alguma razão, as recomendações dinâmicas não estiverem disponíveis quando o seu website as solicitar, será necessário configurar a etapa de fallback no plano de recomendação. Consulte “Incluindo Etapas Adicionais em Seu Plano de Recomendação” na página 68

Nota: Todas as recomendações de fallback da categoria de oferta/regra estão sujeitas às regras de negócios que estão em vigor nas ofertas.

Configurar Processamento de Fallback para Entrega de Arquivo Simples

Para a implementação de Arquivo Simples, você define o número de recomendações usando o campo **Número de Recomendações** nas Opções de Entrega da Oferta. Para evitar ter pouquíssimas recomendações:

1. Abra a oferta que você está configurando.
2. No grupo Opções de Entrega, selecione **Ativar Fallback de Recomendação**.

Capítulo 12. Configurando Zonas do Site

Uma zona refere-se a posição em uma página da Web em que as recomendações são renderizadas pelo navegador do visitante por meio das recomendações dinâmicas do Intelligent Offer.

Cada zona possui um ID exclusivo de oito caracteres que você insere na janela **Configuração de Zona** e referencia em suas páginas da web. Para identificar as zonas para o Intelligent Offer, conclua as etapas a seguir.

1. Ative a página Lista de Zonas selecionando o link **Zona** na área de janela de navegação lateral.
2. Clique em **Criar Nova Zona** para ativar o painel Configurações da Zona.
3. Insira um **Nome da Zona**. Use uma descrição que ajude a descrever exatamente onde esta zona reside. Por exemplo, Zona Superior Direita da Página.
4. Insira até oito caracteres para definir o **ID da Zona**. Este valor faz distinção entre maiúsculas e minúsculas e pode usar apenas caracteres alfanuméricos ou de sublinhado. Não use espaços ou qualquer caractere especial diferente de sublinhado. Este ID é usado no aplicativo. Ele é enviado em cada solicitação de recomendação para indicar qual zona usar para a solicitação. O desenvolvedor da página que codifica a solicitação de recomendação necessita do ID da zona configurada para cada zona ativa no site.

Importante: O ID da zona que é passado na solicitação de recomendação deve corresponder exatamente ao ID da zona que você especifica neste campo.

5. Selecione nos Planos de Recomendação definidos anteriormente. Se um plano não existir, clique em **Cancelar** e acesse a página da lista Plano de Recomendação para criar um.
6. Insira o **Número de Recomendações** que serão passadas para a zona. Se você tiver diversas zonas em uma página, envie sempre mais recomendações do que a zona é capaz de exibir. Isso evitará que você tenha poucas recomendações quando os itens forem recomendados para mais de uma zona.
7. Configure **Filragem de Recomendação**. Estas seleções removem itens comprados anteriormente e itens no carrinho de compras do visitante das recomendações.
8. Clique em **Salvar e Fechar**.

Criar uma Zona que Seja Visível Apenas Se o Plano de Recomendação É Válido

É possível configurar um plano de recomendação para que uma zona seja visível apenas se uma solicitação do plano de recomendação produzir resultados válidos. Por exemplo, na página inicial, é possível especificar uma zona para aparecer com recomendações na parte inferior da página apenas se o visitante tiver incluído um item em seu carrinho de compras. Se eles não tiverem itens em seu carrinho de compras, não verão a zona.

1. Crie um plano de recomendação que contenha pelo menos uma etapa de solicitação. Continuando com o exemplo, selecione **Último Produto Colocado no Carrinho de Compras** como o Destino.
2. Para o Fallback, selecione **Nenhuma Recomendação**.

3. Crie uma Zona usando **Zonas** na área de janela de navegação lateral.
4. Na configuração de zona, selecione o plano de recomendação criado na etapa 1-2.

Capítulo 13. Trabalhar com Recomendações de Imagens

Uma recomendação de imagem usa o método de entrega dinâmico para fornecer uma lista de recomendações em um formato de saída diferente: como imagens HTML que incluem valores de atributos como preço e nome do produto. Cada imagem na lista também fornece um link para a página de produto em seu website para esse item recomendado.

O principal uso para as recomendações de imagem é com campanhas de email. Este tipo de recomendação gera a lista de itens recomendados quando o destinatário do email abre a mensagem, com base em um item destinado na mensagem de email.

Como Funcionam as Recomendações de Imagens

Como na maioria das campanhas, você inicia com a oferta. Para as recomendações de imagens destinadas a campanhas de email, crie ofertas para serem usadas em mensagens para usuários. As mensagens podem ser sobre carrinhos de compras abandonados, confirmação de pedido e rastreamento de pedido. Ao criar o modelo de recomendação de imagem, configure a oferta primária (e a oferta de fallback, se necessário), especifique o que fazer com destinos diversos e quaisquer parâmetros de rastreamento de campanha necessários e configure as informações de estilo e tamanho de HTML para as imagens.

Em seguida, visualize e revise os resultados. A guia Visualizar da recomendação de imagem fornece a HTML gerada. Para cada recomendação, há uma tag `` colocada entre HREF que inclui uma variável para o destino, geralmente algo como `%SKU%`. Quando estiver satisfeito com a aparência, publique o modelo para a Content Delivery Network.

Enquanto isso, você ou seus designers de email trabalham com seu provedor de serviços de email para:

- Selecione o código HTML gerado para o modelo a partir da guia Visualização do modelo de recomendação de imagem e posicione-o nos locais corretos no modelo de email.
- Configure o processamento apropriado que resolve os valores da variável de destino quando são gerados e-mails a partir do modelo de e-mail que inclui a HTML.

Quando alguém abre o e-mail resultante e o cliente de e-mail carrega a mensagem, a HTML do modelo de recomendação de imagem envia uma solicitação de HTTP à Client Delivery Network, que responde com os itens recomendados.

Em outras palavras, a HTML copiada do modelo de recomendação age de maneira semelhante à zona do site dinâmica na sua página da Web. No entanto, neste caso, você não usa a função de solicitação de recomendação ou uma função de preenchimento de zona porque o HTML manipula a solicitação, e o processamento de recomendação na CDN manipula a formatação dos resultados.

Se não houver recomendações para o produto alvo, a CDN enviará uma imagem transparente de um único pixel. Como resultado, os destinatários de email não

verão o X vermelho que indica uma imagem ausente. Em vez disso, a área em que a imagem normalmente aparece, ficará em branco.

As recomendações de imagem funcionam apenas com e-mails de HTML. Não é possível usar recomendações de imagens com e-mails de somente texto.

Incluir os Dados Necessários nos Uploads de Dados

Para usar o recurso de recomendação de imagem, seus Enterprise Product Content Mapping Files devem incluir os atributos de produtos adicionais a seguir:

- Um atributo que retém a URL das imagens miniatura do produto
- Um atributo que retém a URL da página de produto (em seu website)

Trabalhe com seu administrador de banco de dados e seu consultor do cliente da IBM Coremetrics para modificar seus arquivos de carregamento de dados para que eles incluam essas informações.

Determinar os Requisitos de Design

No tempo de execução, o resultado de uma recomendação de imagem é um número de imagens compostas. Cada imagem contém a miniatura do produto que está sendo recomendado e inclui os dados especificados no modelo. Ao criar o modelo, configure atributos de design para que as imagens finais dos itens recomendados ajustem-se ao design dos e-mails que as exibem.

Portanto, antes de iniciar, determine:

- Quais são as dimensões das imagens miniaturas? Como deseja que sejam seus estilos? Por exemplo, qual é a posição horizontal e vertical a ser usada, e qual deve ser a cor e a largura da borda?
- Como você deseja que seja o estilo do texto para os valores de atributos? Ou seja, o nome e o tamanho da fonte, alinhamento (esquerdo, central ou direito), posição horizontal e vertical.
- Como você deseja que seja o estilo da imagem integral que inclui a miniatura e os atributos? Ou seja, a posição horizontal e vertical, o tamanho da área integral, a cor do plano de fundo, a cor da borda e a largura.

Criar ou Identificar as Ofertas

Antes de criar um modelo de recomendação de imagem, você deve determinar as ofertas a serem usadas:

- O método de entrega deve ser configurado para Zona do Site.
- A oferta primária deve ser uma oferta de venda cruzada de produto.
- A oferta de fallback deve ser uma oferta de categoria.

Como com qualquer oferta, a que deve ser usada depende de qual seu destino. Por exemplo, se você planeja usar a recomendação de imagem em um email de confirmação de pedido, provavelmente usará alguma variação das configurações de afinidade da página do carrinho de compras pré-configuradas para que os itens que “acompanham” o item de destino sejam incluídos nas recomendações. E, para um email sobre um carrinho de compras abandonado, provavelmente usará alguma variação das configurações de afinidade da página do produto, que pesa mais o método visualização para visualização do que os outros.

Nota: Embora as regras de negócios possam ser aplicadas, como de costume, na lista de recomendações – regras de brand ou regras de inventário, por exemplo – não é possível usar itens de personalização ou de filtro a partir da lista de recomendações com base no comportamento do visitante do site porque a oferta não é usada em uma zona do site.

Além disso, as listas para os campos de ofertas no formulário de recomendação de imagem incluem apenas ofertas ativas. Portanto se as ofertas que você deseja usar ainda não estiverem ativas, ative-as antes de criar o modelo de recomendação de imagem.

Configurar Recomendações de Imagens

Antes de iniciar, determine:

- Se o seu site usa algum parâmetro de rastreamento para os relatórios de marketing (IBM Coremetrics Web Analytics) ou para seu provedor de serviços de email. Se sim, quais deles são necessários para suas recomendações de imagem?
- A raiz da URL das suas imagens do produto. Por exemplo: `http://MyCompany.com/creatives/images/products/`
- Se não houver nenhum destino ou nenhum dos destinos tiver uma recomendação, deseja uma oferta de fallback? Se sim, determine qual será a oferta de fallback e determine o ID do produto a ser usado como o destino de fallback.
- O que deseja que o sistema faça se houver diversos destinos? Se você decidir que o sistema deverá escolher um, determine qual atributo de produto deverá ser avaliado. Ele escolherá o produto com o valor mais alto, portanto, use um atributo com um valor numérico como preço ou classificação ou margem de lucro.

Configurar as URLs para Suas Recomendações

O administrador do Intelligent Offer para sua empresa deve concluir as seguintes etapas de configuração:

1. Na árvore de navegação à esquerda, selecione **Gerenciar > Configuração da Oferta**.
2. Na guia **Atributos**, na tabela **Definição de Atributo do Produto**, role para o atributo que representa a URL das miniaturas de imagem.
3. No campo **Prefixo do Atributo** para essa URL, insira a raiz da URL para suas imagens do produto. Por exemplo: `http://MyCompany.com/creatives/images/products/`
4. Em **Valores Especiais**, especifique quais atributos contêm a URL da miniatura de imagem.
5. Em seguida, especifique qual atributo contém a URL da página do produto.
6. Clique em **Salvar**.

Criar os Modelos de Recomendação de Imagem

Conclua as etapas a seguir para configurar a oferta, o número de recomendações e o que fazer com diversos destinos ao gerar recomendações de email.

1. Selecione **Recomendações de Imagens > Criar Nova Recomendação de Imagem**.

2. No campo **Nome do Modelo**, insira um nome descritivo curto com caracteres alfanuméricos e sem espaços.
3. No campo **Provedor de Serviços de Email**, selecione a opção apropriada na lista.
4. No campo **Oferta Primária**, selecione a oferta principal. A lista inclui todas as ofertas de venda cruzada de produto ativas atualmente que têm como destino zonas do site.
5. Opcional. Selecione uma oferta de fallback e especifique o ID do destino de fallback. A lista no campo **Oferta de Fallback** inclui todas as ofertas de categoria e de venda cruzada de produto ativas atualmente (que têm como destino zonas do site).
6. Para o **Número de Recomendações**, escolha um número que se ajustará no design das mensagens de email com as quais planeja usar esta recomendação de imagem.
7. Na seção **Recomendações para diversos destinos**, especifique como você deseja que o destino seja selecionado, caso o email possua diversos destinos. Se você decidir que as recomendações serão geradas para apenas um destino, selecione o atributo que determina qual destino escolher. Por exemplo, o preço ou o atributo de margem (lucro). O produto com o maior valor para o atributo se tornará o destino.
8. Use as configurações no lado direito da guia **Configuração** para configurar quaisquer parâmetros de rastreamento que forem necessários para o rastreamento e analítica de seu website e sua campanha. No tempo de execução, quando a lista de itens recomendados é gerada, as sequências de consultas anexadas às URLs para as páginas de produtos incluirão os pares nome/valor para os parâmetros listados aqui.
 - Nota: O parâmetro `cm_vc` é incluído e configurado com o nome do modelo, por padrão. (Para obter mais informações, consulte “Configurar os Nomes de Modelos como Categorias Virtuais no Arquivo de Definição de Categoria” na página 78.
 - Se você estiver usando o relatório Programas de Marketing Por Fornecedor, selecione a opção **Incluir parâmetros MMC na URL** e configure os parâmetros.
 - Se você estiver passando valores de rastreamento para o ESP, insira os pares nome/valor para os parâmetros. Esses pares nome/valor são anexados na sequência de consultas após o “?” na URL.

Os valores especificados nesta seção são passados para a página do produto (sua página da Web) quando o destinatário do e-mail clica na imagem miniatura do item recomendado.
9. Clique em **Salvar** para continuar a trabalhar ou se o modelo for concluído, clique em **Salvar e Fechar**.
10. Continue em “Configurar as Imagens Geradas pelo Modelo”.

Configurar as Imagens Geradas pelo Modelo

Conforme mencionado, as imagens para cada item recomendado incluem a miniatura do produto que está sendo recomendado e quaisquer pares atributo/valor que estejam especificados. Para configurar o tamanho e outros atributos de design das imagens geradas pelo modelo de imagem de recomendação, conclua as etapas a seguir.

1. No modelo de recomendação de imagem (**Recomendações de Imagem > abrir**), clique na guia **Atributos**.

2. Na área **Especificações de Imagem Integral**, insira os valores, em pixels, para a imagem integral – a imagem composta que inclui a miniatura e os pares atributo/valor apropriados.
3. Especifique as cores do plano de fundo e da borda, como códigos de cores hexadecimais, para toda a imagem.
4. Na seção **Especificações da Miniatura**, insira os valores, em pixels, para os atributos de tamanho e posição de uma miniatura individual.
5. Especifique as cores do plano de fundo e da borda, como códigos de cores hexadecimais, para a imagem miniatura.
6. Na seção **Atributos de Texto**, conclua as etapas a seguir:
 - a. Clique em **Incluir Atributo**.
 - b. Selecione o atributo na lista.
 - c. Especifique os valores de posição horizontal e vertical, em pixels.
 - d. Selecione o tipo, a cor e o estilo da fonte.
 - e. Insira o tamanho da fonte e selecione a opção de alinhamento.
 - f. Repita essas etapas para cada atributo que deseja incluir.
7. Clique em **Salvar** para continuar a trabalhar ou se suas mudanças foram concluídas, clique em **Salvar e Fechar**.

Visualizar as Imagens

É possível visualizar e examinar a formatação de suas imagens antes de publicar o modelo. É possível especificar qual imagem deve ser visualizada de várias maneiras:

- Use a primeira recomendação para o destino padrão, conforme especificado na oferta primária.
- Use a primeira recomendação para o destino padrão a partir da oferta de fallback.
- Especifique o ID do produto de uma imagem de produto específica, usando todos os caracteres em letra maiúscula.

Conclua as etapas a seguir.

1. No modelo de recomendação de imagem, clique na guia **Visualizar**.
2. Selecione uma opção na seção **Produto a ser usado para visualização**. Se você selecionar **Outro produto da oferta primária**, insira o ID do produto no campo. (Nota: A opção escolhida não é salva. Na próxima vez que você examinar a guia Visualizar, ela assumirá o padrão da primeira opção.)
3. Clique em **Atualizar Visualização**. A primeira vez que clicar em **Atualizar Visualização**, poderá demorar vários segundos para obter os resultados porque o Intelligent Offer publica alguns arquivos temporários na Content Delivery Network.
4. Examine os resultados. Você está satisfeito com aparência? Se não, retorne para a guia **Atributos**, faça suas modificações, salve suas mudanças e retorne à guia **Visualizar**.

Quando não houver nenhuma recomendação a ser retornada, a CDN retorna uma imagem transparente de um único pixel para a mensagem de email. Para ajudar com a resolução de problemas, a CDN também retorna um dos códigos de erro a seguir, o qual é exibido enquanto usar a visualização de recomendação de imagem:

Código de Erro	Descrição
4	Não há nenhuma recomendação para o destino.
7	Não há nenhuma recomendação de backup para o destino.
100	O arquivo de imagem está malformatado de alguma forma e não pode ser exibido.
101	O arquivo de imagem não pode ser localizado.

Configurar os Nomes de Modelos como Categorias Virtuais no Arquivo de Definição de Categoria

Por padrão, o sistema inclui o parâmetro `cm_vc` e configura o valor para o nome do modelo de recomendação de imagem ao gerar as URLs para as páginas do produto dos itens recomendados no tempo de execução. O relatório Categorias do Produto usa as informações do parâmetro `cm_vc` para determinar qual zona de recomendação ofereceu a recomendação, que, nesse caso, é o modelo de recomendação de imagem.

Portanto, para fornecer as informações sobre os modelos de recomendação de imagem (zonas) no relatório Categorias do Produto, você ou seu DBA deve incluir os nomes dos modelos como categorias virtuais no Category Definition File. As novas categorias são incluídas como subcategorias de uma categoria de recomendações geral.

Para obter ajuda com esta etapa, consulte Usar *Categorias Virtuais* no *Guia de Configuração do IBM Coremetrics Intelligent Offer*.

Configurar os Modelos de Email

A guia **Visualizar** do seu modelo de recomendação de imagem também fornece a HTML gerada que os seus designers de e-mail usam nos seus modelos de e-mail. Para cada item recomendado, ela gera uma tag `` colocada ente tags âncoras `<href>`. Por exemplo, se o modelo for configurado para fornecer dois itens recomendados, o HTML gerado terá dois conjuntos de tags "img" e "href" semelhantes ao exemplo a seguir:

```
<a href="http://recs.coremetrics.com/iorequest/url?cm_cid=00000000&
cm_template=OrderConf&cm_targetid=%SKU%&cm_rank=1">
<imgsrc="http://recs.coremetrics.com/iorequest/image?cm_cid=00000000&
cm_template=OrderConf&cm_targetid=%SKU%&cm_rank=1"/></a>

<ahref="http://recs.coremetrics.com/iorequest/url?cm_cid=00000000&
cm_template=OrderConf&cm_targetid=%SKU%&cm_rank=2">
<imgsrc="http://recs.coremetrics.com/iorequest/image?cm_cid=00000000&
cm_template=OrderConf&cm_targetid=%SKU%&cm_rank=2"/></a>
```

Copie o código HTML gerado em um arquivo de texto de qualquer tipo e forneça-o aos seus designers de e-mail, para que eles possam determinar o posicionamento apropriado para cada imagem do produto recomendado. Eles podem usar o estilo css customizado para especificar o posicionamento.

Configurar o Processamento de Email que Resolve a Variável de Destino

Siga as instruções do seu provedor de serviços de e-mail para configurar o processamento apropriado que resolve os valores da variável de destino como pares nome/valor, para o atributo de destino nas URLs para os e-mails gerados a

partir do modelo de e-mail. Geralmente, um recurso de mesclagem de correio ou de token dinâmico executa este processamento e é semelhante a:

```
target=sku85039382
```

Para diversos destinos, certifique-se de usar o caractere de barra vertical (|) para separar cada valor. Por exemplo:

```
target=sku1|sku5|sku9
```

Publicar o Modelo de Recomendação de Imagem

Antes que os e-mails possam obter as recomendações da Content Delivery Network, você deve publicar o modelo de recomendação de imagem.

1. Na lista **Recomendação de Imagem**, localize o modelo que deseja publicar.
2. Na coluna **Ação**, clique em **Publicar** para o seu modelo. O Intelligent Offer publica as informações do modelo que determina como construir as imagens de recomendação de imagem.

Testar as Mensagens de Email e Executar a Campanha

Depois que a recomendação de imagem for publicada e as ofertas usadas pelo modelo de recomendação de imagem forem processadas, envie uma mensagem de teste para você mesmo. Abra e examine a mensagem. Faça quaisquer ajustes necessários e envie-a novamente.

Se seu provedor de serviços fornecer testes de capacidade de entrega, também é uma boa ideia executar um teste capacidade de entrega na mensagem. Dessa maneira, é possível garantir que a inclusão de recomendações no e-mail não afeta a capacidade de entrega da mensagem.

Quando estiver satisfeito com o e-mail, execute sua campanha.

Apêndice A. Informações Adicionais de Contato

Se você precisar de assistência adicional, entre em contato com a IBM usando um dos métodos a seguir:

- Suporte ao cliente: cm_support@us.ibm.com
- Feedback do produto: cm_feedback@us.ibm.com

Nota: O feedback do produto consiste em recomendações para melhoria do produto; não use o endereço de feedback para obter assistência adicional.

EUA	
<p>IBM 1840 Gateway Drive Suite 320 San Mateo, CA 94404</p> <p>Ligação gratuita: 1.866.493.2673 Tel: 650.762.1400 Fax: 650.762.1499 email: cm_support@us.ibm.com</p>	<p>IBM Suporte a Clientes cm_support@us.ibm.com Centro de Suporte https://support.coremetrics.com</p>
<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Ligação gratuita: 1.866.493.2673</p>	<p>IBM Dallas 4550 SH 360 Suite 100 Grapevine, TX 76051 Tel: 682.223.5300</p>
Europa	
<p>IBM Europe Ltd. Lotus Park The Causeway Staines Middlesex TW18 3AG R.U. Tel: +44 (0)8706 006123 Fax: +44 (0)1784 469345 Email: cm_europe@us.ibm.com</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohause 17 D-20097 Hamburg Alemanha Tel: +49 (0)40 82242 097 Fax: +49 (0)40 82242 181 Email: cm_deutschland@us.ibm.com</p>
<p>IBM França 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex França Tel: +33 (0) 1 58 75 22 41 Fax: +33 (0) 1 58 75 22 41 Email: cm_france@us.ibm.com</p>	
Ásia e Pacífico	

<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Sala 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832 Email: cm_asiapac@us.ibm.com</p>	<p>IBM Austrália e Nova Zelândia 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 Austrália (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE (Outros) +612 9354 9308 Email: cm_asiapac@us.ibm.com</p>
--	--

Apêndice B. Suporte

Centro de Suporte

O site de Suporte do IBM Coremetrics pode ser localizado em <https://support.coremetrics.com> ou clicando no link Suporte na barra de menus do aplicativo.

O Site de Centro de Suporte contém o seguinte:

- **Uma base de conhecimento investigável** para responder perguntas e fornecer acesso instantâneo a documentos essenciais, como guias de implementação, glossários de métricas, guias do usuário, notas sobre o release, etc.
- **Ferramentas educacionais**, como treinamentos baseados na Web e webinars arquivados.
- **Informações de marketing**, incluindo casos de referência, white papers e próximos eventos, como Client Summit.
- **Notificações** do Suporte.
- **Rastreamento de emissão** da criação de um chamado até sua resolução, o que fornece um insight completo do status de suas consultas.
- **Feedback**, para que seja possível oferecer sugestões para melhorar o site de suporte. (Envie feedbacks sobre os aplicativos IBM Coremetrics para cm_feedback@us.ibm.com).
- **Bate-papo**, para que seja possível chegar a um de seus representantes de Boas Práticas diretamente.

Apêndice C. Glossário

A

Alvo O produto ou a categoria para os quais as recomendações serão geradas.

Alvos da Regra

Os produtos alvo aos quais as regras de negócios de uma oferta são aplicadas. Uma regra pode ser aplicada a todos os destinos ou aos destinos definidos por categoria, atributo ou entrada por ID do produto. Por exemplo, uma regra pode ser aplicada apenas aos produtos de uma categoria específica (eletroeletrônicos, por exemplo).

Atributos

Atributos são partes individuais de informações do produto, como preço, nome da marca ou margem. Os atributos são avaliados pelas regras de negócios quando o Intelligent Offer calcula as ofertas. Ao usar recomendações dinâmicas, é possível incluir pares de atributo/valor nos dados de resposta enviados pelo Intelligent Offer para o website, para ajudar na exibição dos itens recomendados.

C

Candidato à Recomendação

Um produto que se torna um candidato à recomendação para o produto ou categoria alvo. Ele pode ser excluído posteriormente por uma regra de negócios, pelas funções de personalização ou por sua pontuação baixa relativa às outras recomendações.

CDF (Category Definition File)

Um arquivo que define a estrutura da hierarquia de categoria no local da categoria do website com a inclusão de categorias virtuais para controlar itens que são vendidos por meio da procura no site, das recomendações do produto e de outros métodos que não são de navegação para localização e compra de produtos.

CDN (Content Delivery Network)

O mecanismo de entrega de Recomendações Dinâmicas ao Web site. Esse serviço é o método de entrega dinâmico do Intelligent Offer.

cmDisplayRecs

A função do JavaScript que deve seguir imediatamente a lista de chamadas *cmRecRequest* em uma página. Quando essa chamada é recebida, o Intelligent Offer Recommendation Service processa o algoritmo de personalização, elimina produtos duplicados e passa os conjuntos finais de recomendações para as funções de preenchimento de zona do cliente na página.

cmElementRequest

A função do JavaScript que solicita recomendações de conteúdo do elemento do Intelligent Offer. Os parâmetros de *cmElementRequest* são um ID da Zona e um ID do Elemento de Destino.

cmPageRequest

A função do JavaScript que solicita recomendações de conteúdo da página do Intelligent Offer. Os parâmetros de *cmPageRequest* são um ID da Zona e um ID da Página de Destino.

cmRecRequest

A função do JavaScript que solicita recomendações do produto do Intelligent Offer. Os parâmetros de *cmRecRequest* são um ID da Zona, um ID do Produto Alvo, um ID da Categoria de Destino, uma Função Aleatória e um Termo de Procura.

Configuração da Oferta

As configurações de oferta definem a frequência com a qual uma oferta é atualizada (mensalmente, semanalmente ou diariamente), a quantidade de dados que é considerada, o conjunto de produtos para os quais as recomendações são geradas, o número de recomendações por produto (apenas arquivo simples) e o método de entrega. As ofertas podem ser entregues usando um arquivo simples ou podem ser geradas dinamicamente usando o Serviço de Recomendação do Intelligent Offer para integração direta com a camada de apresentação do website.

Conjunto de Regras

Uma seleção de produtos alvo e um conjunto de regras correspondente. As regras de um conjunto de regras são aplicadas apenas aos destinos definidos no conjunto de regras. As regras e os conjuntos de regras são configurados na guia Regras de uma oferta.

Cookie de Personalização do Intelligent Offer

Esse cookie é usado para manter listas ordenadas dos itens visualizados, colocados no carrinho de compras e comprados mais recentemente e as categorias visualizadas mais recentemente. As contagens de categorias associadas são mantidas para os produtos visualizados para ajudá-lo a entender uma preferência de categoria do visitante. Esse cookie é atualizado em tempo real, usando um gancho com as bibliotecas do IBM Coremetrics Web Analytics.

D

Dados de Regras de Negócios

Os dados de atributo do produto e os dados de categoria transferidos por upload para o IBM Coremetrics usando os arquivos do Enterprise Product Report (EPCMF e ECDF). Esses dados permitem o processamento de regras de exclusão, para permitir o uso de categoria, preço, margem e outras regras de negócios orientadas por atributos do produto.

E

ECDF (Enterprise Category Definition File)

Um arquivo usado para importar informações usadas pelo Intelligent Offer para processar recomendações. Ele define uma estrutura de categoria em que os itens podem residir em apenas uma categoria pai. Ele deve conter todas as categorias que são incluídas no arquivo EPCMF e todas as categorias pai.

Entrega de Recomendações

O Coremetrics oferece a flexibilidade de entregar uma lista fixa de recomendações usando arquivos simples ou entrega dinâmica. A entrega de arquivo simples permite que o cliente poste as recomendações estáticas selecionadas. A entrega dinâmica permite que o cliente poste as recomendações rotativas que são baseadas nos parâmetros configuráveis. Os dois métodos de entrega geram boas recomendações e ajudam a orientar as vendas adicionais.

Entrega de Recomendações de Arquivo Simples

Um dos dois mecanismos de entrega de recomendações, este método entrega uma lista fixa de recomendações em um arquivo simples, o que significa que as recomendações podem ser integradas a canais offline ou a aplicativos customizados, como centrais de atendimento, catálogos de papel e quiosques nas lojas. Consulte também, Recomendações Dinâmicas.

EPCMF (Enterprise Product Content Mapping File)

Um arquivo que define cada produto, a categoria à qual ele pertence (que também deve estar no Enterprise Category Definition File) e até 15 atributos referentes a cada produto.

EPR (Enterprise Product Report)

Um relatório que também inclui um processo de importação para a importação de dados do produto e da categoria para o Intelligent Offer e para outros aplicativos IBM Coremetrics. Essa função é incluída com o Intelligent Offer. Os dois arquivos seguintes são associados ao Enterprise Product Report:

F**Função de Preenchimento da Zona**

A função do JavaScript codificada pelo designer da web para renderizar as recomendações do Intelligent Offer na página da web do cliente. Nove argumentos são passados para a Função de Preenchimento da Zona para auxiliar no processamento. O Web designer deve codificar o corpo da função para que as recomendações possam ser exibidas de maneira consistente com o design do Web site.

I**ID da Zona**

Um ID de oito caracteres, determinado pela equipe da web, que identifica uma zona individual do site. O ID da zona é uma das variáveis passadas pela função `cmRecRequest` ao solicitar uma lista de recomendações.

Índice de Afinidade do Produto

A pontuação total da afinidade que é usada para classificar os produtos que são recomendados para cada produto alvo específico.

Item Um item é um produto, página ou elemento exclusivo no catálogo.

O

Oferta Uma coleção de configurações que inclui o tipo de oferta (Produto, Categoria, Procura, Conteúdo da Página ou Recomendações de Conteúdo de Elemento), atribuições de peso de afinidade do algoritmo, período de tempo de análise de dados e regras de negócios que gera uma lista de itens recomendados.

P**Período de tempo de Análise de Dados**

O número de dias anteriores para o quais os dados serão processados ao gerar recomendações.

Personalização do Visitante Individual

Os dois visitantes não têm os mesmos interesses nem demonstram padrões de compras idênticos. O Intelligent Offer constrói elaborados perfis individuais dos visitantes, com base nos dados históricos e do site para

apresentar automaticamente a cada comprador um conjunto único de recomendações. Mesmo os visitantes desconhecidos recebem recomendações de alta relevância, com base nos algoritmos comprovados baseados em **Wisdom-of-the-Crowd** de Intelligent Offer. Como os perfis dos visitantes são construídos em tempo real, as recomendações podem se tornar personalizadas rapidamente, o que permite ao Intelligent Offer otimizar as recomendações para cada visitante. Além de otimizar automaticamente a página do produto, as recomendações do carrinho de compras e as recomendações de categoria para as zonas de recomendação específicas e individuais podem ser definidas para oferecer recomendações com base nos comportamentos observados do visitante. Esses comportamentos incluem o seguinte:

- Recomendações baseadas em um item que o visitante colocou no carrinho de compras recentemente.
- Recomendações baseadas em um item que o visitante comprou recentemente.
- Itens principais de vendas a partir de uma categoria do interesse do visitante.
- Recomendações baseadas em um item que o visitante visualizou recentemente.

Pesos de Afinidade

Os pesos de afinidade controlam a atribuição de peso de quatro pontos de dados de chave no algoritmo Venda Cruzada de Produto. Esse recurso permite ajustar o algoritmo para lidar com uma variedade de padrões de comportamento de cliente e combinações de produtos e para alterar a saída para discutir os diferentes estilos de recomendações. Por exemplo, as recomendações de atribuição de peso voltadas para os itens que os clientes visualizam juntos, geralmente entregam recomendações de itens semelhantes. As recomendações de atribuição de peso com base nos itens que são comprados juntos entregam recomendações de produtos através das categorias. Os pesos de afinidade fornecem controles para abordar um intervalo de considerações. A mudança de pesos de cada tipo de afinidade pode alterar drasticamente as recomendações geradas para cada produto.

Plano de Recomendação

O mecanismo para a designação de ofertas para zonas do site para a obtenção de recomendações dinâmicas. Adicionalmente, é possível configurar um destino de fallback e uma oferta de fallback, caso existam muitas recomendações para um produto não disponível e especificar o texto de cabeçalho a ser exibido no banner da zona a partir de um plano de recomendação.

Pontuação de Afinidade

Uma pontuação que encapsula a probabilidade relativa de um produto recomendado que tem uma afinidade específica com um produto alvo. O Intelligent Offer calcula quatro pontuações de afinidade separadas e, em seguida, as utiliza para calcular um Índice de Afinidade do Produto final para cada produto recomendado.

Produtos Recomendados

Os produtos finais que estão sendo recomendados para qualquer produto ou categoria alvo após o processamento de regras de negócios e de funções de personalização.

R

Recomendação de Conteúdo

As recomendações de conteúdo permitem recomendar informações para os visitantes, em vez de produtos. Por exemplo, se o website incluir o conteúdo informativo da página da web, como artigos, fórmulas ou instruções, será possível recomendar outros artigos, fórmulas e instruções. Se o website contiver elementos que não estejam dentro do conteúdo da página da web, como vídeos ou arquivos PDF, será possível gerar recomendações de conteúdo para outros elementos.

Recomendação de Imagem

Uma recomendação de imagem usa o método de entrega dinâmico para entregar recomendações como imagens HTML com valores de atributo, como o nome do produto. Cada imagem fornece um link para a página de produto em seu website para esse item recomendado.

O principal uso para as recomendações de imagem é com campanhas de email. Esse tipo de recomendação marca um item na mensagem de e-mail e, em seguida, gera a lista de itens recomendados quando o destinatário de e-mail abre a mensagem.

Recomendações Baseadas em Termo de Procura

As recomendações com base no termo de procura permitem que equipes de merchandise resolvam os dois problemas de negócios a seguir:

- As páginas de entrada de procura paga não são sempre relevantes.
- Os Web sites e os resultados da procura no site que não tomam conhecimento do comportamento do visitante.

O Intelligent Offer determina os melhores produtos a serem recomendados para os visitantes que fazem a busca usando uma consulta como “Vara de Pescar” ou “Tênis de Corrida”. Para cada termo de procura, uma visualização de todas as origens do tráfego de procura (Pago, Natural e no Site) alimenta o algoritmo do Intelligent Offer. Essa visualização agregada de dados de interação do cliente por meio de todas as fontes de procura garante o conjunto de dados subjacentes mais abrangentes para uma única consulta do cliente. As recomendações baseadas em procura podem ser processadas no Search Engine Marketing (SEM) ou nas páginas de resultados da procura no site e em outros locais, como a página inicial.

Recomendações de Categoria

Recomendações baseadas nos itens de vendas principais do site classificados por vendas por unidade ou vendas com dólar. Esses itens de vendas principais são agrupados por categorias, definidas no arquivo Enterprise Category Definition File). Essas recomendações podem ser apresentadas em vários pontos do Web site. As opções de configuração permitem modificar os resultados dos itens de vendas principais da categoria. Por exemplo, os visitantes localizarão os principais itens de vendas, independentemente de onde eles estejam colocados no website, portanto, você talvez deseje remover das recomendações os primeiros 5%, 10% ou 20% dos principais itens de vendas. Isso permite que os produtos adicionais, que os clientes podem não ter localizado de outra forma sozinhos, sejam apresentados. Os Artigos Gerais Mais Vendidos do Site também podem ser configurados para uso na página inicial, na página de resultados da procura ou na página do carrinho de compras vazio.

Recomendações de Fallback

As recomendações de fallback são usadas quando há um histórico de dados de comportamento limitado para um produto, quando as regras de

negócios estritas eliminam o número solicitado de recomendações finais ou quando as recomendações não estão disponíveis para o alvo especificado para o *cmRecRequest*. Há dois processos de fallback. O primeiro processo de fallback ocorre quando os dados comportamentais **Wisdom-of-the-Crowd** são processados. Quando não houver dados suficientes de comportamento do site para completar o número de recomendações solicitadas ou se as regras de negócios eliminarem as recomendações, os itens de vendas principais da categoria EPR de Produto Alvo serão usados como recomendações padrão. Um processo de fallback secundário será iniciado quando as recomendações não estiverem disponíveis quando as Solicitações de Recomendação Dinâmica forem feitas do website do cliente. Uma sequência de etapas de fallback é processada para procurar os principais itens de venda na categoria do produto de destino (nesse caso, o Relatório de Produto Corporativo ou o Arquivo de Definição da Categoria) para recomendações baseadas nos itens visualizados pelo visitante na última vez e os principais itens de venda na categoria favorita do visitante, ou os principais produtos de venda de um ID de categoria que podem ser enviados no *cmRecRequest* com o ID do produto.

Recomendações Dinâmicas

Um dos dois mecanismos de entrega de recomendações, este método entrega recomendações dinâmicas (variáveis) baseadas na lógica predefinida (como principais itens de vendas ou restrições de preço) diretamente nas páginas da Web. Consulte também as recomendações de arquivo simples.

Recomendações Gerais do Vendedor Superior

Essas recomendações permitem que o revendedor especifique as categorias principais de produtos a serem representadas para as páginas, como a página inicial, nenhuma página de resultados da procura ou a página com cesta vazia. Os n (n é um número configurável) itens principais de vendas são tirados de cada uma das categorias principais e representados ao visitante, de forma que cada categoria obtenha a representação por meio das recomendações do vendedor superior. Como resultado, os itens com melhores vendas e de conversão mais alta das principais categorias do site são comercializados para visitantes desconhecidos. Opcionalmente, a ordem, na qual a coleção de recomendações gerais de artigos mais vendidos é apresentada, pode ser determinada aleatoriamente no carregamento da página passando o "R" como a quarta variável na função *cmRecRequest*.

Regras de Negócios

As regras de negócios são usadas para colocar limites adicionais na saída da recomendação. As regras de exclusão eliminam produtos, as regras promocionais forçam os produtos nas recomendações e as regras sem ênfase movem os produto para o fim da lista de candidatos de recomendações, em vez de excluí-los. As regras podem ser configuradas globalmente (no nível da categoria) ou por atributo do produto. Os dados avaliados pelas regras são os dados de negócios transferidos por upload para o sistema do IBM Coremetrics como arquivos de importação. As Regras de Negócios são sempre definidas para serem aplicadas a um conjunto de produtos Alvo.

T

Teste A/B

Uma ferramenta que executa os testes divididos em A, B, C e D, tornando possível determinar o impacto de várias configurações do Intelligent Offer

nas receitas e nas conversões do site. É possível usar o teste A/B para testar pesos alternativos de afinidade de algoritmo, regras de negócios, locais de zona de site (visualizados ao subir ou descer a barra de rolagem) e o número de recomendações entregues para uma zona de site específica.

V

Venda cruzada

Para recomendar produtos relacionados ou semelhantes a um cliente que está considerando uma compra.

Venda de produtos complementares

Para recomendar produtos semelhantes com preço mais alto a um cliente que está considerando uma compra.

Z

Zona Uma área em uma ou mais páginas da web em que as recomendações são entregues.

Avisos

Estas informações foram desenvolvidas para produtos e serviços oferecidos nos Estados Unidos.

É possível que a IBM não ofereça os produtos, serviços ou recursos discutidos nesta publicação em outros países. Consulte um representante IBM local para obter informações sobre produtos e serviços disponíveis atualmente em sua área. Qualquer referência a produtos, programas ou serviços IBM não significa que apenas produtos, programas ou serviços IBM possam ser utilizados. Qualquer produto, programa ou serviço funcionalmente equivalente, que não infrinja nenhum direito de propriedade intelectual da IBM poderá ser utilizado em substituição a este produto, programa ou serviço. Entretanto, a avaliação e verificação da operação de qualquer produto, programa ou serviço não IBM são de responsabilidade do Cliente.

A IBM pode ter patentes ou solicitações de patentes pendentes relativas a assuntos tratados nesta publicação. O fornecimento desta publicação não lhe garante direito algum sobre tais patentes. Pedidos de licença devem ser enviados, por escrito, para:

Gerência de Relações Comerciais e Industriais da IBM Brasil
Av. Pasteur, 138-146
Botafogo
Rio de Janeiro, RJ
CEP 22290-240

Para pedidos de licença relacionados a informações de DBCS (Conjunto de Caracteres de Byte Duplo), entre em contato com o Departamento de Propriedade Intelectual da IBM em seu país ou envie pedidos de licença, por escrito, para:

Intellectual Property Licensing
Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan Ltd.
1623-14, Shimotsuruma, Yamato-shi
Kanagawa 242-8502 Japan

O parágrafo a seguir não se aplica a nenhum país em que tais disposições não estejam de acordo com a legislação local: A INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION FORNECE ESTA PUBLICAÇÃO "NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRA", SEM GARANTIA DE NENHUM TIPO, SEJA EXPRESSA OU IMPLÍCITA, INCLUINDO, MAS A ELAS NÃO SE LIMITANDO, AS GARANTIAS IMPLÍCITAS DE NÃO INFRAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO OU ADEQUAÇÃO A UM DETERMINADO PROPÓSITO. Alguns países não permitem a exclusão de garantias expressas ou implícitas em certas transações; portanto, essa disposição pode não se aplicar ao Cliente.

Essas informações podem conter imprecisões técnicas ou erros tipográficos. São feitas alterações periódicas nas informações aqui contidas; tais alterações serão incorporadas em futuras edições desta publicação. A IBM pode, a qualquer momento, aperfeiçoar e/ou alterar os produtos e/ou programas descritos nesta publicação, sem aviso prévio.

Referências nestas informações a Web sites não IBM são fornecidas apenas por conveniência e não representam de forma alguma um endosso a esses Web sites. Os materiais desses Web sites não fazem parte dos materiais desse produto IBM e a utilização desses Web sites é de inteira responsabilidade do Cliente.

A IBM pode utilizar ou distribuir as informações fornecidas da forma que julgar apropriada sem incorrer em qualquer obrigação para com o Cliente.

Licenciados deste programa que desejam obter informações sobre este assunto com objetivo de permitir: (i) a troca de informações entre programas criados independentemente e outros programas (incluindo este) e (ii) a utilização mútua das informações trocadas, devem entrar em contato com:

Gerência de Relações Comerciais e Industriais da IBM Brasil
Av. Pasteur, 138-146
Botafogo
Rio de Janeiro, RJ
CEP 22290-240

Tais informações podem estar disponíveis, sujeitas a termos e condições apropriadas, incluindo em alguns casos o pagamento de uma taxa.

O programa licenciado descrito nesta publicação e todo o material licenciado disponível são fornecidos pela IBM sob os termos do Contrato com o Cliente IBM, do Contrato Internacional de Licença do Programa IBM ou de qualquer outro contrato equivalente.

Todos os dados de desempenho aqui contidos foram determinados em um ambiente controlado. Portanto, os resultados obtidos em outros ambientes operacionais podem variar significativamente. Algumas medidas podem ter sido tomadas em sistemas em nível de desenvolvimento e não há garantia de que estas medidas serão iguais em sistemas geralmente disponíveis. Além disso, algumas medidas podem ter sido estimadas por extrapolação. Os resultados reais podem variar. Os usuários deste documento devem verificar os dados aplicáveis para seu ambiente específico.

As informações relativas a produtos não IBM foram obtidas junto aos fornecedores dos respectivos produtos, de seus anúncios publicados ou de outras fontes disponíveis publicamente. A IBM não testou estes produtos e não pode confirmar a precisão de seu desempenho, compatibilidade nem qualquer outra reivindicação relacionada a produtos não IBM. Dúvidas sobre os recursos de produtos não IBM devem ser encaminhadas diretamente a seus fornecedores.

Todas as declarações relacionadas aos objetivos e intenções futuras da IBM estão sujeitas a alterações ou cancelamento sem aviso prévio e representam apenas metas e objetivos.

Estas informações contêm exemplos de dados e relatórios utilizados nas operações diárias de negócios. Para ilustrá-los da forma mais completa possível, os exemplos incluem nomes de indivíduos, empresas, marcas e produtos. Todos esses nomes são fictícios e qualquer semelhança com nomes e endereços utilizados por uma empresa real é mera coincidência.

Marcas Registradas

IBM, o logotipo IBM e ibm.com são marcas ou marcas registradas da International Business Machines Corp., registradas em vários países no mundo todo. Outros nomes de produtos e serviços podem ser marcas registradas da IBM ou de outras empresas. Uma lista atual de marcas registradas da IBM está disponível na Web em "Copyright and trademark information" em www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.



Impresso no Brasil