

GHID PRIVIND SISTEMUL DE RECOMANDARE ȘI PROMOVAREA PE PLATFORMA eMAG

Regulamentul EU 2022/2065 privind o piață unică pentru serviciile digitale (cunoscut sub denumirea de „Regulamentul DSA”) aplicabil începând cu 17 februarie 2024, vizează crearea unui set de reguli prin care se urmărește consolidarea pieței unice a serviciilor digitale, promovarea inovării și a competitivității mediului online european. În baza Regulamentului DSA, eMAG informează despre modul în care Sistemul de recomandare al platformei eMAG funcționează, respectiv modul în care acesta influențează afișarea informațiilor în platforma eMAG.

Prezentul Ghid privind Sistemul de recomandare și Promovarea pe platforma eMAG („Ghidul”) face parte din Termenii și Condițiile eMAG, iar toți termenii utilizați cu majuscule în prezentul au semnificațiile ce le sunt atribuite în Termenii și Condiții, dacă nu se prevede altfel mai jos. Ghidul este structurat după cum urmează:

Partea 1. Principalii parametri ai Sistemului de recomandare

Partea 2. Promovarea în platforma eMAG

PARTEA 1. PRINCIPALII PARAMETRI AI SISTEMULUI DE RECOMANDARE

Pentru clasificarea, ordonarea, sortarea și afișarea produselor, pe platforma eMAG sunt folosiți anumiți parametri principali care fac parte din Sistemul de recomandare al platformei eMAG și care determină ierarhia produselor într-un mod nearbitrar:

1. Principalii parametri de listare a produselor

Pentru listarea implicită a produselor pe platforma eMAG se folosește un algoritm de machine learning ce stabilește un scor de popularitate după care sunt ordonate produsele. Principalii parametri pentru ordonarea produselor sunt: numărul de pagini de produs vizualizate, numărul de adăugări la favorite, numărul de adăugări în coș, numărul de comenzi, prețul produsului, noutatea produsului, numărul de review-uri pentru produs, rating-ul produsului. Algoritmii nu țin cont de comerciant.

În plus, anumite produse pot beneficia de o poziție privilegiată sau mai bună în afișarea în platforma eMAG ca urmare a unei plăți directe efectuate de comerciant. Aceste produse vor fi marcate în mod corespunzător cu eticheta „Promovat”.

2. Principalii parametri de cautare

Pentru listarea produselor în platforma eMAG ca urmare a introducerii unor cuvinte-cheie în baza de cautare sau ca urmare a alegerii unor opțiuni din meniu sau alte acțiuni similare, sunt avuți în vedere următorii parametri principali: relevanța text (scor reprezentat de matching-ul dintre termenul de cautare și datele produsului), popularitatea produsului în platforma eMAG. Top produse sunt reordonate folosind un algoritm de machine learning în vederea îmbunătățirii relevanței căutărilor.

Ordonarea produselor poate fi influențată prin alegerea unuia dintre filtrele de ordonare/sortare disponibile în platforma eMAG (e.g., *Cele mai noi*, *Pret crescător*, *Pret descrescător*).

În plus, anumite produse pot beneficia de o poziție privilegiată sau mai bună în afișarea în platforma eMAG ca urmare a unei plăți directe efectuate de comerciant. Aceste produse vor fi marcate în mod corespunzător cu eticheta „Promovat”.

3. Principalii parametri de stabilire a „ofertei principale”

Stabilirea „ofertei principale”

Deoarece pe Platforma eMAG este posibil să se comercializeze produse cu caracteristici și specificații identice de către mai mulți comercianți, pentru a preveni listarea aceluiasi produs de mai multe ori se folosește funcția de asociere produse.

Astfel, în cazul în care pentru un produs există mai multe oferte, acestea se afișează în pagina produsului într-o anumită ordine, stabilită pe baza parametrilor detaliați mai jos. Oferta care obține cel mai bun scor ca urmare a aplicării algoritmului va fi „oferta principală”, adică oferta care apare în dreapta paginii, lângă imaginea produsului. Celelalte oferte vor fi prezentate în ordinea stabilită de algoritm sub imaginea produsului.

În prezent, principalii parametri pentru stabilirea „ofertei principale” sunt:

- i. Disponibilitatea produsului în stocul comerciantului
- ii. Dacă produsul vândut de mai mulți comercianți are aceeași disponibilitate, atunci următorii parametri principali vor fi avuți în vedere:
 - a. prețul de vânzare oferit de comerciant (elementul de bază)
 - b. alți indicatorii de performanță: rating comerciant (nota obținută de către comerciant la chestionarul eMAG ce monitorizează satisfacția clienților), rata finalizare (calculată ca raportul dintre numărul de comenzi plasate în platforma eMAG și numărul de comenzi efectiv finalizate într-o perioadă de timp), viteza medie de livrare (de la predarea comenzii de către curier clientului, în cazul comenzilor livrate cu AWB emis din platforma și momentul expunerii comenzii), taxa de livrare, etc.

În cazul în care toți indicatorii sunt identici (inclusiv prețul), ordinea ofertelor va fi stabilită în funcție de vechime, astfel încât să aibă prioritate pentru stabilirea „ofertei principale” oferta cu cea mai mare vechime în platforma eMAG.

În ierarhizarea produselor, „oferta principală” are alocat butonul „adauga în cos”. Respectiv, la căutarea unui produs în platforma eMAG, va fi afișat în lista de produse produsul care este alocat pentru „oferta principală”. Prin apăsarea butonului „adauga în cos” din lista de produse, este adăugat în cos produsul aferent „ofertei principale”.

Stabilirea „ofertei principale” în cazul pachetelor promo bundle și promo gift

În cazul pachetelor promo bundle, scorul pentru calificarea unei oferte drept „oferta principală” va fi calculat pe baza componentelor pentru produsul principal din pachet (de exemplu, pentru un pachet format din cuptor și hotă, se vor avea în vedere componentele pentru cuptor).

În cazul pachetelor promo gift, scorul pentru calificarea unei oferte drept „oferta principală” va fi calculat pe baza componentelor produsului principal din pachet (inclusiv taxa de transport), la care se adaugă taxa

de transport a produsului cadou. Daca sunt produse cadou la alegere, se adauga taxa aferenta cadoului cu valoarea cea mai mare.

Modificari temporare

Ca regula, modificarile temporare (ex. perioada campaniilor, cu exceptia campaniei Black Friday), aplicarea filtrelor, serviciile disponibile pe Platforma eMAG (ex. eMAG Genius) nu afecteaza modalitatea de calcul si aplicare a algoritmului. Voucherele nu vor intra in calculul algoritmului si nu vor afecta calcularea scorului. Pe durata anumitor campanii, cum ar fi campania Black Friday, pentru produsele inscrise in campanie, la stabilirea ordinii in care sunt afisate ofertele nu se tine cont de criteriul disponibilitatii

4. Alte componente relevante in afisarea informatiilor in platforma eMAG

In platforma eMAG sunt folosite diverse etichete cu scopul de a evidentia informatiile despre oferte si pentru a oferi ajutor Utilizatorilor/Cientilor in achizitionarea produselor. Sunt luati in considerare factori diversi atunci cand se identifica produsele eligibile pentru etichetele acordate.

Cu titlu de exemplu, folosim eticheta „**Super Pret**” pentru a marca un produs al carui pret in platforma eMAG este la un nivel competitiv raportat la pretul oferit online de comerciantii relevanti pentru eMAG. Similar, folosim eticheta „**Top Favorite**” pentru a marca produsele care sunt adaugate ca favorite in categoria lor de produse.

In plus, in platforma eMAG produsele pot fi organizate in diverse categorii, cum ar fi „**Produse cumparate frecvent**”, „**Produse de sezon pentru tine**”, „**Pentru casa ta**”, „**Produse promovate**”, „**Iti mai recomandam si**”. Tinem cont de diversi parametrii principali de afisare a categoriilor si incadrare a produselor in aceste categorii, cum ar fi: informatii de context (ex. titlul produsului, caracteristici, marca, pret) sau informatii de navigare (ex. vizualizarea de produse, adăugarea de produse în coș, comenzi, etc.).

PARTEA 2. PROMOVAREA IN PLATFORMA eMAG

In plus fata de pozitii favorabile in listare pentru produse (a se vedea Partea 1 de mai sus), in platforma eMAG pot fi regasite si alte comunicari cu caracter publicitar, adica informatii/imagini/mesaje promovate contra unei remuneratii primite de eMAG. Cu titlu de exemplu, astfel de comunicari cu caracter publicitar pot aparea sub forma de bannere publicitare in prima pagina. Acestea vor fi semnalizate prin etichete specifice, de tipul „Promovat”/„Sponsorizat”.

In plus, in platforma eMAG vor fi disponibile si informatii suplimentare cu privire la: (i) persoana in numele careia este prezentata comunicarea cu caracter publicitar, (ii) persoana care a platit pentru aceasta promovare si, daca va fi cazul (iii) parametrii principali utilizati pentru a determina de ce o anumita comunicare cu caracter publicitar este afisata in platforma.