

*Documentación de IBM Product  
Recommendations*



---

# Contents

<b>Documentación de IBM Product Recommendations .....</b>	<b>1</b>
<b>IBM Digital Product Recommendations Guía del usuario.....</b>	<b>2</b>
Visión general de IBM Digital Recommendations.....	2
Características clave de Product Recommendations.....	2
Requisitos del sistema.....	5
Descripción general de la guía de usuario.....	6
Acceso a Digital Recommendations.....	6
Permisos de grupo de usuarios.....	6
Flujo de trabajo para la configuración de Product Recommendations.....	7
Ofertas.....	7
Creación de una oferta.....	9
Cómo decidir qué interfaz de reglas utilizar.....	10
Identificar destino.....	11
Identificar exclusiones de destino.....	11
Configuración de generación de ID de destino para ofertas de atributo .....	11
Determinar el algoritmo de venta cruzada de productos .....	12
Clasificación de productos para recomendación.....	13
Categorías virtuales.....	14
Determinar el periodo de duración del análisis de datos.....	15
Determinar opciones de entrega.....	15
Frecuencia de actualización.....	16
Habilitar una recesión de recomendación .....	16
Vista previa de lista de destinos.....	17
Habilitar notificación de correo electrónico.....	17
Activar una oferta.....	17
Aumentar el número de más vendidos para su recomendación .....	17
Generar recomendaciones para artículos de varias categorías.....	18
Visualización del historial de cambios de una oferta específica.....	19
Vista previa de los resultados de una oferta.....	19
Seguimiento de cambios en los parámetros de configuración .....	19
Seguimiento de cambios en ofertas y configuraciones de ofertas.....	19
Visualización del historial de cambios de una oferta específica.....	20
Seguimiento de cambios en atributos.....	20
Seguimiento de cambios para más valores .....	20
Recomendaciones de vista previa.....	21
Vista previa de recomendaciones para un artículo específico .....	21
Vista previa de recomendaciones para un conjunto de artículos de muestra .....	22
Vista previa de recomendaciones para una oferta nueva o modificada .....	22
Vista previa mediante una cuadrícula .....	23
Vistas previas como imágenes de una zona .....	24
Selección de atributos para su visualización en las vistas previas.....	24
Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas.....	24
Definición de grupos de reglas individuales.....	26
Definición de grupos de reglas compartidos.....	26
Conversión de un grupo de reglas individuales en un grupo de reglas compartidas.....	27
Cómo copiar un grupo de reglas compartidas en un grupo de reglas individuales.....	27
Creación de una regla.....	27
Promociones .....	29
Acentuación de artículos .....	34

Desacentuación de artículos .....	37
Exclusión de artículos .....	41
Inclusión de un artículo en la lista negra .....	43
Ejemplo de reglas empresariales.....	44
Visualización del efecto de las reglas en la oferta .....	48
Prueba de variaciones de reglas .....	50
Publicación de cambios de configuración.....	50
Configurar reglas empresariales para ofertas mediante la nueva interfaz de reglas .....	51
Definiciones de campos para atributos y más valores .....	52
Impacto de categorías en desuso en las reglas .....	54
Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia .....	55
¿Qué es un nodo?.....	56
Definición de grupos de reglas individuales.....	57
Creación de una regla.....	58
Destinos de reglas .....	58
Clases y tipos de reglas .....	59
Recomendar artículos que forman parte de un conjunto.....	64
Inclusión de un artículo en la lista negra .....	65
Ejemplo de reglas empresariales para productos.....	66
Visualización del efecto de las reglas en la oferta .....	69
Publicación de cambios de configuración.....	70
Configuración de políticas de reglas empresariales para ofertas mediante la interfaz de reglas de herencia .....	70
Definiciones de campos para atributos y más valores .....	72
Planes de recomendación.....	74
Creación de un plan de recomendaciones de un solo paso.....	74
Añadir pasos y personalizar el plan de recomendaciones.....	75
Casos empresariales para seleccionar destinos .....	75
Configuración un paso en su plan de recomendaciones para utilizar varios destinos.....	78
Proceso de reservas.....	79
Métodos recomendados para planes de recomendaciones de términos de búsqueda .....	80
Configuración de las zonas de sitio.....	81
Creación de una zona de recomendación que sólo sea visible si el plan de recomendaciones es válido.....	81
Personalizar las recomendaciones de productos.....	82
Personalización mediante la asignación de productos a segmentos.....	83
Personalización sincronizando los datos de cookies entre dispositivos .....	84
Prueba de recomendaciones y de salida de reglas.....	87
Recomendaciones de prueba.....	88
Resolución de problemas con los resultados de las reglas empresariales .....	88
Resolución de problemas de un número muy reducido de recomendaciones.....	89
Panel de control Visión general del sistema .....	89
Visualización de una lista de zonas, ofertas y planes de recomendaciones .....	90
Comparación del algoritmo utilizado en diferentes ofertas.....	90
Identificación de zonas activas o inactivas .....	91
Identificación del número de recomendaciones.....	91
Identificación del número de recomendaciones para una plantilla de recomendación de imagen .....	91
Identificar o comparar los parámetros de una o varias pruebas A/B .....	91
Identificación de planes de recomendaciones y zonas inactivos .....	92
Identificación de cada instancia en que se utiliza una oferta .....	92
Identificación de cada instancia en que se utiliza un plan de recomendaciones.....	92
Identificación de los planes de recomendaciones que altera temporalmente una Prueba A/B.....	92
Informes.....	93
Informes de rendimiento de zona de producto .....	93
Informe de rendimiento de prueba A/B.....	94
Informe de atribución indirecta .....	94
Seleccionar opciones de informe.....	96

Guardar informes.....	97
Seleccionar periodos de tiempo de comparación.....	97
Glosario de métricas de informes para recomendaciones de producto .....	97
Paneles de control de rendimiento.....	99
Visualización de un panel de control .....	99
Panel de control estándar.....	100
Creación de un panel de información.....	100
Módulo del panel de control de rendimiento de zona del producto .....	101
Módulo del panel de control Prueba A/B.....	101
Módulo del panel de control de KPISpark.....	101
Módulo del panel de control Rendimiento de sitio de productos.....	102
Compartir un panel de control .....	102
Glosario de métricas de informes para recomendaciones de producto .....	103
Libros de trabajo .....	105
Creación de un libro de trabajo .....	105
Compartir un libro de trabajo .....	105
Visualización de los informes o paneles de control que se utilizan con frecuencia .....	106
Agrupación de un conjunto de informes o paneles de control para una descarga periódica.....	106
Configuración de un libro de trabajo para una carga rápida.....	106
Cerrar todos los separadores del libro de trabajo.....	107
Prueba A/B.....	107
Cómo crear una prueba A/B.....	108
Comparación de ofertas.....	108
Comparación de recomendaciones .....	109
Prueba del texto de cabecera de zona .....	109
Prueba del número de recomendaciones.....	110
Prueba de la ubicación en zona.....	110
Cómo desactivar una prueba A/B.....	111
Medición de los resultados de la prueba A/B .....	111
Recomendaciones de imagen.....	111
Cómo funcionan las recomendaciones de imagen .....	112
Añadir los datos necesarios a las transferencias de datos .....	112
Determine los requisitos de diseño .....	112
Crear o identificar las ofertas .....	113
Configurar las recomendaciones de imagen .....	113
Información adicional de contacto.....	118
Soporte.....	120
Glosario .....	120

## **IBM Digital Product Recommendations Guía de configuración..... 125**

Visión general de la guía de configuración.....	125
Suposiciones de la Guía de configuración.....	126
Utilización del último archivo eluminate.js.....	126
Despliegue de recomendaciones dinámicas.....	126
Funciones de solicitud de recomendación.....	127
Función de población de zona.....	130
Ubicación de llamadas de función y bibliotecas .....	135
Consideraciones especiales para visualizar recomendaciones basadas en términos de búsqueda.....	135
Inhabilitación de mensajes de registro de la consola.....	136
Habilitación de mensajes de registro de la consola.....	136
Fuente de página de ejemplo.....	137
Bibliotecas de ejemplo alojadas en IBM para las recomendaciones de producto .....	137
Función de población de zona de ejemplo.....	137
Ejemplo de hoja de estilo .....	138
Despliegue de recomendaciones de archivos sin formato.....	139
Combinación de recomendaciones dinámicas y archivos sin formato.....	140

Archivo de Product Recommendations de formato tabular.....	140
Archivo de recomendaciones del producto de formato de serie.....	144
Convenciones de nomenclatura para el archivo de recomendaciones de producto.....	145
Selección del formato tabular o de serie para su archivo sin formato.....	146
Supresión de cabeceras de archivos sin formato.....	146
Ordenación de un archivo sin formato por rango o puntuación de afinidad.....	146
Sustitución del delimitador predeterminado.....	146
Configuración de ubicación de exportación SFTP.....	146
Cómo mostrar recomendaciones de archivo sin formato en el sitio.....	147
Archivos de datos ECDF y EPCMF.....	148
ECDF.....	148
EPCMF.....	149
Habilitación de Product Recommendations para utilizar ECDF y EPCMF en reglas empresariales .....	151
Qué hacer cuando su catálogo cambia.....	153
Carga de sus archivos de datos de entrada.....	155
Mantenimiento de datos de productos y categorías actuales.....	156
Determinación de la frecuencia de actualización los archivos de datos.....	156
Atributos del cambio.....	157
Configuración de ubicación de exportación SFTP.....	157
Reducción de solicitudes de datos a sus sistemas de fondo.....	158
Matriz de resumen del procesamiento de archivos de datos.....	158
Configuración del proceso de ofertas, atributos y pesos de afinidad .....	158
Configuración de la ponderación basada en tiempo para los datos de sesión.....	158
Configuración de la ponderación basada en tiempo para datos de compra por compra.....	159
Especificación del formato de salida para el centro de llamadas y las campañas de correo electrónico.....	160
Publicación de cambios de configuración.....	160
Selección de la categoría padre de venta cruzada.....	160
Rastreo del rendimiento de la venta cruzada.....	160
Utilización de categorías virtuales.....	161
Cookies de recomendaciones de producto.....	163
Gestión del recuento de las cookies.....	163
Gestión del tamaño de las cookies.....	164
La API REST .....	164
Definir la solicitud HTTP para enviarla a la API REST .....	164
Visualizar la lista desde la API REST .....	165
Códigos de error de la API REST.....	166
Utilización de Digital Recommendations con LIVEmail.....	168
Tiempos de respuesta y rendimiento.....	169
Administración.....	169
Preguntas frecuentes.....	171
Visión general del proyecto.....	184
Preparación del proyecto.....	187
Implementación de recomendaciones dinámicas.....	188
Información adicional de contacto.....	188
Soporte.....	190
Glosario .....	190
Marcas registradas.....	197
Términos y condiciones para la documentación del producto .....	197
Consideraciones de la política de privacidad.....	198



# Documentación de IBM Product Recommendations

---

Bienvenido a la documentación de IBM® Product Recommendations donde encontrará información acerca de cómo administrar y utilizar IBM Product Recommendations.

## **Cómo empezar**

[“Visión general de IBM Digital Recommendations” en la página 2](#)

IBM Digital Recommendations es la solución para IBM Product Recommendations y IBM Content Recommendations.

[Avisos legales del producto](#)

[“Flujo de trabajo para la configuración de Product Recommendations” en la página 7](#)

Siga este flujo de trabajo para configurar IBM Digital Recommendations para su sitio web que se utilice para vender productos.

[“Paneles de control de rendimiento” en la página 99](#)

Puede personalizar paneles de control para ver datos específicos. Los paneles de control proporcionan un resumen de los informes de Digital Recommendations.

## **Tareas comunes**

[“Ofertas” en la página 7](#)

Comprenda los tipos de ofertas que puede utilizar para generar recomendaciones de productos.

[“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas” en la página 24](#)

Si sus ofertas deben ajustarse para incluir, excluir, promocionar, acentuar o desacentuar productos, utilice reglas empresariales.

[“Planes de recomendación” en la página 74](#)

Utilice los planes de recomendación para definir los destinos que se utilizarán para generar una recomendación, la oferta que se utilizará y el texto de cabecera que se mostrará en el banner de la zona.

[“Configuración de las zonas de sitio” en la página 81](#)

Una zona hace referencia a una posición de una página web en la que las recomendaciones se representan cuando el visitante examina las recomendaciones dinámicas de Digital Recommendations.

[“Informes” en la página 93](#)

Los informes proporcionan información sobre el rendimiento de las recomendaciones.

[“Prueba A/B” en la página 107](#)

Digital Recommendations incluye una función de prueba de A/B diseñada para ejecutar pruebas de división A, B, C y D y determinar el efecto de diferentes valores de Digital Recommendations en el rendimiento del sitio.

[“Configurar las recomendaciones de imagen ” en la página 113](#)

Puede configurar recomendaciones de imagen.

## **Configuración del sitio web y de archivos de datos**

[“Funciones de solicitud de recomendación” en la página 127](#)

Puede crear llamadas de solicitud de recomendación mediante las funciones de solicitud de recomendación.

[“Función cmDisplayRecs ” en la página 130](#)

Coloque la función cmDisplayRecs después de todas las solicitudes de recomendación de una página.

[“Función de población de zona” en la página 130](#)

La función de población de zona es una función JavaScript que sus desarrolladores del sitio web codifican en el sitio web.

[“Archivos de datos ECDF y EPCMF” en la página 148](#)

Los datos en los que se basan las reglas se proporcionan mediante Enterprise Category Definition File y Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF). Estos archivos son necesarios para las implementaciones dinámicas y de archivo sin formato.

[“La API REST ” en la página 164](#)

Esta API sirve para recuperar datos de recomendación como objetos JSON.

[“Cookies de recomendaciones de producto” en la página 163](#)

Digital Recommendations se basa en dos cookies: una cookie de sesión y una cookie de primeros permanente.

## IBM Digital Product Recommendations Guía del usuario

### Visión general de IBM Digital Recommendations

IBM Digital Recommendations es la solución para IBM Product Recommendations y IBM Content Recommendations.

IBM Product Recommendations utiliza la analítica de sitio, el comportamiento de usuario, el algoritmo de sabiduría de los grupos y las reglas de atributo del producto para generar sugerencias de producto muy relevantes para sus visitantes. Estas sugerencias pueden mejorar la experiencia de los clientes, recomendando el uso de accesorios clave como pilas, tarjetas de memoria, y fundas, asegurándose de que tienen lo que necesitan. También puede aumentar el valor medio de pedido de sus ventas del sitio web.

IBM Content Recommendations utiliza reglas de contenido y analíticas de sitio para sugerir otros activos de información como, por ejemplo, PD de libros blancos ("white papers"), enlaces a foros de discusión, recetas y ayudas para el trabajo. Estas sugerencias pueden aumentar la posibilidad de retener visitantes durante más tiempo y que estén comprometidos.

### Características clave de Product Recommendations

Planifique su implementación comprendiendo las características más útiles de Product Recommendations.

Característica	Descripción	Consulte
Panel de control Visión general del sistema	Esta característica proporciona una forma sencilla de ver todos los aspectos de su estrategia de recomendaciones y navegar rápidamente al panel adecuado para realizar los cambios de configuración necesarios.	<a href="#">“Panel de control Visión general del sistema ” en la página 89</a>
Varios tipos de recomendación	Seleccione entre: <ul style="list-style-type: none"><li>• Recomendaciones basadas en el producto</li><li>• Recomendaciones basadas en la categoría</li><li>• Recomendaciones basadas en términos de búsqueda</li></ul>	<a href="#">“Ofertas” en la página 7</a>

Tabla 1: Características clave para Product Recommendations (continuado)

Característica	Descripción	Consulte
Reglas empresariales	Digital Recommendations proporciona una interfaz de usuario para crear y gestionar reglas que establece límites adicionales a la salida de recomendaciones. Digital Recommendations soporta reglas de exclusión, desacentuación y de promoción. Puede crear visualmente reglas avanzadas y complejas con la interfaz de reglas empresariales.	<p><a href="#">“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas” en la página 24</a></p> <p><a href="#">“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia ” en la página 55</a></p>
Recomendaciones de recesión	Los algoritmos basados en comportamiento no pueden generar recomendaciones para los productos a los que no se ha aplicado el algoritmo. Cuando se introducen productos nuevos en el sitio, es necesario un mecanismo para proporcionar un conjunto predeterminado de recomendaciones convincentes. Para gestionar este proceso, Digital Recommendations proporciona procesos de recomendación de recesión.	<a href="#">“Planes de recomendación” en la página 74</a>
Recomendaciones basadas en imágenes	Una recomendación de imagen proporciona recomendaciones como imágenes HTML con valores de atributo como el nombre de producto. Cada imagen proporciona un enlace con la página del producto en su sitio web para dicho artículo recomendado. El uso primordial de las recomendaciones basadas en imagen es para las campañas de correo electrónico. El objetivo de este tipo de recomendación es un artículo del mensaje de correo electrónico y, a continuación, general una lista de artículos recomendados cuando el destinatario del correo electrónico abre el mensaje.	<p><a href="#">“Recomendaciones de imagen” en la página 111</a></p> <p>Mediante el uso de Digital Recommendations con LIVEMail en la Guía de configuración de IBM Digital Recommendations</p>

Tabla 1: Características clave para Product Recommendations (continuado)

Característica	Descripción	Consulte
Personalización del visitante individual	Digital Recommendations crea perfiles de visitante individual basándose en el historial y en datos de sesión para presentar automáticamente a cada comprador un conjunto exclusivo de recomendaciones. Incluso aquellos visitantes que no son conocidos también reciben recomendaciones de alta relevancia que se basan en algoritmos comprobados basados en la denominada "sabiduría de los grupos" de Digital Recommendations.	<a href="#">“Planes de recomendación” en la página 74</a>
Sincronización de datos de personalización en varios dispositivos	Digital Recommendations es capaz de asociar los datos de cookie en su sistema de visitante o en otro dispositivo con su ID de registro. Este proceso captura datos de cookies en varios dispositivos para su uso en tareas de personalización.	Cookies de recomendación del producto en la Guía de configuración de IBM Digital Recommendations
Prueba A/B	Digital Recommendations incluye una función de prueba de A/B diseñada para ejecutar pruebas de división A, B, C y D y determinar el impacto de diferentes valores de Digital Recommendations en conversiones e ingresos de sitios web. Asimismo, la prueba A/B de Digital Recommendations se puede utilizar para probar ponderaciones de afinidad para algoritmos alternativos, reglas empresariales, ubicaciones de zonas de sitios web (en la parte visible o no), así como la serie de recomendaciones entregadas a una zona específica.	<a href="#">“Prueba A/B” en la página 107</a>
Vista previa	Puede revisar la lógica de algoritmos y reglas que se especifica y aplica a una oferta para ayudarle a adaptar de forma adecuada las recomendaciones o solucionar los problemas de las mismas.	<a href="#">“Recomendaciones de vista previa” en la página 21</a>

Tabla 1: Características clave para Product Recommendations (continuado)

Característica	Descripción	Consulte
Informes	En el menú <b>Reports</b> hay dos informes disponibles: Los informes Rendimiento de zona y Prueba A/B. El rendimiento de zona es una versión filtrada del Informe de producto por categoría y muestra el rendimiento de las categorías principales de ventas cruzadas y las subcategorías. El rendimiento de prueba A/B informa sobre la prueba A/B configurada en la herramienta de prueba A/B en Digital Recommendations.	<a href="#">“Informes” en la página 93</a>
Paneles de control	Los paneles de control rastrean el rendimiento de las ofertas activas y de las pruebas A/B.	<a href="#">“Paneles de control de rendimiento” en la página 99</a>
Integración con IBM WebSphere Commerce	Digital Recommendations versión 9 y posteriores están fuertemente integradas con WebSphere Commerce versión 7 FP2 y posteriores.	Documentación de IBM WebSphere Commerce.
Rastreo de los resultados con IBM Digital Analytics	Puede utilizar Digital Analytics para rastrear los resultados de la oferta: <ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de resumen de los destacados</li> <li>Informe de productos</li> <li>Tendencia de categoría de informe de productos</li> <li>Zoom de productos</li> <li>Segmentos de informe</li> </ul>	IBM Digital Analytics.
Rastreo de los resultados con IBM Digital Analytics Explore	Explore proporciona informes personalizados que puede utilizar para analizar el rendimiento de Digital Recommendations.	IBM Digital Analytics Explore.
Integración con IBM Interact	Puede ofrecer recomendaciones de categorías más vendidas desde Digital Recommendations para IBM Interact.	Documentación de IBM Interact.

## Requisitos del sistema

Para ejecutar los productos de IBM Digital Analytics, debe ejecutar versiones específicas de software y navegadores que tienen una cantidad necesaria mínima de memoria.

Mantenga los siguientes requisitos de sistema:

- Software: Adobe Flash Player, V10 o V11
- Navegadores: Microsoft Internet Explorer, V9 o posterior. Mozilla Firefox, V29 o posterior. Chrome, V34 o posterior.
- Memoria: 1 GB RAM o más

## Descripción general de la guía de usuario

La publicación *IBM Product Recommendations Guía del usuario* está dirigida a aquellos usuarios que acceden diariamente a productos para realizar estas tareas:

- Ver paneles de control
- Ver informes
- Ver rendimiento de zona
- Ejecutar pruebas A/B
- Recomendaciones de vista previa
- Crear y editar las ofertas
- Definir y cambiar los planes de recomendación
- Definir y cambiar zonas del sitio
- Definir recomendaciones basadas en imágenes

### Premisas de la guía del usuario

La Guía del usuario de IBM Digital Recommendations también presupone que ya sabe si está utilizando archivos sin formato o recomendaciones dinámicas.

Si no lo sabe, póngase en contacto con su administrador de Digital Analytics o con el soporte al cliente de Digital Analytics. Consulte [“Información adicional de contacto”](#) en la página 118.

Para obtener más información, consulte la publicación IBM Product Recommendations [Guía de configuración](#).

## Acceso a Digital Recommendations

---

Puede acceder a IBM Digital Recommendations directamente o desde otra aplicación de Digital Analytics.

Si su cuenta está habilitada para IBM Digital Recommendations, puede acceder de dos maneras:

- Si ya ha iniciado una sesión en una aplicación de IBM Digital Analytics, pulse **Recommendations** en el menú de navegación de la cabecera. La aplicación se abre y es autenticado de forma automática.
- Vaya al URL que se proporcionó a su organización al configurar la cuenta. En la página **Inicio de sesión**, especifique su ID de cliente y su contraseña y, a continuación, pulse **Iniciar una sesión**.

Si no conoce el URL, póngase en contacto con el soporte de software de IBM.

## Permisos de grupo de usuarios

Si tiene acceso de administrador, puede conceder permisos de acceso a Digital Recommendations a través de los valores de grupo de usuarios. Para habilitar Digital Recommendations para todos los usuarios a los que se ha asignado un grupo de usuarios específico, vaya a la página **Admin > Gestionar grupos**. Seleccione un grupo de usuarios y marque el recuadro de selección de **Digital Recommendations**. Una vez guardados estos cambios, todos los miembros de este grupo de usuarios pueden acceder a Digital Recommendations a través de una autenticación directa o desde el conmutador de la aplicación.

## Flujo de trabajo para la configuración de Product Recommendations

---

Siga este flujo de trabajo para configurar IBM Digital Recommendations para su sitio web que se utilice para vender productos.

1. Cree una oferta. Product Recommendations utiliza los valores de la oferta para determinar cómo se genera la lista de recomendaciones del producto. Consulte [“Ofertas”](#) en la página 7.
2. Puede mejorar las recomendaciones generadas destinadas a objetivos empresariales más específicos. Por ejemplo, no desea recomendar productos que no estén en el inventario. O no desea ofrecer productos que ya se encuentren entre los más vendidos en su sitio web para poder centrarse en ofrecer productos que no se están vendiendo con tanta frecuencia. Para crear estas mejoras en sus ofertas, cree reglas empresariales. Consulte el apartado [“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia”](#) en la página 55 o [“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas”](#) en la página 24.
3. Cree un plan de recomendaciones. Product Recommendations utiliza los valores del plan de recomendaciones para identificar cómo se seleccionan los productos de destino. El producto de destino es aquel en el que se basan las recomendaciones. Por ejemplo, desea recomendar un paquete de calcetines térmicos en la página de detalles de unas botas de montaña, las botas de montaña son el destino y el paquete de calcetines térmicos son la recomendación. Consulte [“Planes de recomendación”](#) en la página 74.
4. Identifique la ubicación de su sitio web en que aparecen las recomendaciones. Los siguientes son ejemplos comunes de zonas:
  - El lateral izquierdo de la página de detalles del producto
  - La parte inferior de la página de la cesta
  - El lateral derecho de la página de finalización de compraConsulte [“Configuración de las zonas de sitio”](#) en la página 81.
5. Vea qué recomendaciones se generan para sus destinos. Estas recomendaciones le ayudarán a determinar si es necesario realizar cambios en la oferta, las reglas empresariales, el plan de recomendaciones o en las zonas. Consulte [“Prueba de recomendaciones y de salida de reglas”](#) en la página 87.
6. Cuando esté satisfecho con los productos de destino y las recomendaciones, puede activar la oferta. Consulte [“Activar una oferta”](#) en la página 17.
7. Para ver el impacto que Product Recommendations tiene en el rendimiento de su sitio, vea los informes. Consulte [“Informes”](#) en la página 93
8. Para ayudarle a interpretar la información de los informes o para extraer información específica de los informes, vea el panel de control estándar o cree un panel de control personalizado. Consulte [“Paneles de control de rendimiento”](#) en la página 99
9. Vea un resumen de sus componentes de configuración y sus relaciones, abriendo el panel de control visión general del sistema. También puede modificar los componentes de su configuración desde el panel de control de visión general del sistema. [“Panel de control Visión general del sistema”](#) en la página 89.

**Nota:** Si se ha realizado la configuración para que dé soporte a las mismas, puede crear recomendaciones de imágenes que generen listas de imágenes de productos para utilizarlas en los mensajes de correo electrónico. Consulte [“Configurar las recomendaciones de imagen”](#) en la página 113.

## Ofertas

---

Comprenda los tipos de ofertas que puede utilizar para generar recomendaciones de productos.

Una oferta es un conjunto de parámetros que genera recomendaciones de productos. Incluye todos los parámetros que identifican para qué (destinos) va a generar las recomendaciones de productos cómo se generan estas recomendaciones. Puede generar recomendaciones para destino por separado. Puede

generar recomendaciones basadas en las categorías de productos. Puede generar recomendaciones basadas en los resultados de la búsqueda.

Características clave que puede implementar con las ofertas:

<i>Tabla 2: Tipos de ofertas</i>		
<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>	<b>Consulte</b>
<b>Oferta de venta cruzada de productos</b>	Esta oferta es el tipo de oferta utilizado con más frecuencia. Puede utilizarlo para recomendar productos basados en el ID de producto individual del producto de destino. Este tipo de oferta le da la mayor flexibilidad en crear reglas empresariales y excluir productos. Puede personalizar el algoritmo de recomendación con ponderaciones de afinidad. Las ponderaciones de afinidad controlan la ponderación de cuatro puntos de datos clave en el algoritmo de venta cruzada de productos. Con esta característica, puede adaptar el algoritmo para controlar el rango de patrones de comportamiento de los clientes y las gamas de productos. También puede alterar los resultados de estilos diferentes de recomendaciones.	<p><a href="#">“Creación de una oferta” en la página 9</a></p> <p><a href="#">“Determinar el algoritmo de venta cruzada de productos ” en la página 12</a></p>
<b>Oferta de categoría de sitio</b>	Este tipo de oferta genera recomendaciones basadas en la categoría con la que está asociado su producto de destino. Puede utilizar cualquier categoría o subcategoría definida en su Category Definition File. Puede especificar las categorías clave de productos que se van a presentar como artículos más vendidos en general.	<p><a href="#">“Creación de una oferta” en la página 9</a></p> <p><a href="#">“Clasificación de productos para recomendación” en la página 13</a></p>
<b>Oferta de categorías EPR</b>	Este tipo de oferta genera recomendaciones basadas en la categoría con la que está asociado su producto de destino. Puede utilizar cualquier categoría o subcategoría definida en su archivo de producto del informe de punto final (EPR). Puede especificar las categorías clave de productos que se van a presentar como artículos más vendidos en general.	<p><a href="#">“Creación de una oferta” en la página 9</a></p> <p><a href="#">“Clasificación de productos para recomendación” en la página 13</a></p>

Tabla 2: Tipos de ofertas (continuado)

Característica	Descripción	Consulte
<b>Oferta de atributo</b>	Este tipo de oferta genera recomendaciones de más vendidos que coinciden con una combinación de atributos. Puede configurar una combinación de atributos. Por ejemplo, Marca y Tamaño, que generan recomendaciones para cada combinación de marca-tamaño, tal como los productos más vendidos de la Marca A-pequeña y productos más vendidos de la Marca A-grande.	<a href="#">“Creación de una oferta” en la página 9</a> <a href="#">“Configuración de generación de ID de destino para ofertas de atributo ” en la página 11</a>
<b>Oferta de búsqueda</b>	Este tipo de oferta genera recomendaciones a partir de los datos recopilados en las etiquetas de página vista y los parámetros de frase de búsqueda. Las frases de búsqueda que utilizan los compradores durante una sesión se asocian a los productos vistos y comprados durante la misma sesión	<a href="#">“Creación de una oferta” en la página 9</a> <a href="#">“Identificar un conjunto de destinos utilizando un término de búsqueda ” en la página 28</a>

## Creación de una oferta

Cree una oferta que se utilizará para generar recomendaciones de productos.

### Procedimiento

1. Pulse **Acciones de oferta** y seleccione **Crear nueva oferta**.
2. Escriba un nombre para la oferta.
3. Seleccione el tipo de oferta.
4. Consulte los temas relacionados de la lista para configurar los componentes de cada tipo de oferta.
5. Guarde la oferta.
6. Añada reglas para calificar más recomendaciones. Consulte [“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia ” en la página 55](#) o [“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas” en la página 24](#).

### Conceptos relacionados

[“Activar una oferta” en la página 17](#)

Después de configurar una oferta, actívela.

[“Identificar destino” en la página 11](#)

Un producto de destino es el producto en el que están basadas las recomendaciones. Identifique cómo Product Recommendations selecciona estos destinos.

[“Identificar exclusiones de destino” en la página 11](#)

Puede excluir productos de la lista de destinos.

[“Configuración de generación de ID de destino para ofertas de atributo ” en la página 11](#)

Utilice la generación del ID de destino para especificar los atributos que se han de utilizar para generar recomendaciones.

[“Determinar el algoritmo de venta cruzada de productos ” en la página 12](#)

El algoritmo de venta cruzada de productos determina cómo se divide el comportamiento del usuario en las recomendaciones de productos.

[“Clasificación de productos para recomendación” en la página 13](#)

Utilice la función de clasificación para recomendar productos para las ofertas de categoría del sitio (CDF) y las ofertas de categorías ERP en función de su clasificación en una de varias categorías.

[“Categorías virtuales” en la página 14](#)

Las categorías virtuales se aseguran de que las ventas de productos figuren en informes con la categoría original del producto.

[“Determinar opciones de entrega” en la página 15](#)

Defina cómo entregará sus datos para generar recomendaciones y cómo estas recomendaciones se entregarán en su sitio.

[“Determinar el periodo de duración del análisis de datos” en la página 15](#)

Puede alterar el periodo de duración del análisis de datos para que se tengan en cuenta más o menos datos cuando se generan recomendaciones.

[“Frecuencia de actualización” en la página 16](#)

Puede indicar la frecuencia con la que se actualizan las ofertas con los últimos datos de comportamiento y las reglas empresariales.

[“Vista previa de lista de destinos” en la página 17](#)

Puede utilizar una lista de destinos de vista previa para especificar los artículos para los que desea obtener una vista previa de recomendaciones.

[“Habilitar notificación de correo electrónico” en la página 17](#)

Puede identificar a quién se debe notificar la actualización de las ofertas.

[“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia ” en la página 55](#)

Si sus ofertas deben ajustarse para incluir, excluir, promocionar o desacentuar productos, utilice reglas empresariales.

[“Recomendaciones de vista previa” en la página 21](#)

Digital Recommendations proporciona una función de vista previa que ofrece visibilidad y control sobre las recomendaciones que se despliegan para una oferta.

[“Prueba de recomendaciones y de salida de reglas” en la página 87](#)

Para evitar resultados inesperados, pruebe las reglas antes de ponerlas en producción.

### **Tareas relacionadas**

[“Cómo decidir qué interfaz de reglas utilizar” en la página 10](#)

Cuando crea una oferta, existe una opción que le permite habilitar la interfaz de reglas.

[“Habilitar una recesión de recomendación ” en la página 16](#)

Puede especificar una oferta de categoría ERP para generar recomendaciones adicionales si la oferta no genera correctamente suficientes recomendaciones.

## **Cómo decidir qué interfaz de reglas utilizar**

Cuando crea una oferta, existe una opción que le permite habilitar la interfaz de reglas.

### **Acerca de esta tarea**

Esta es una interfaz que se puede arrastrar y soltar y simplifica la tarea de crear reglas empresariales. Esta interfaz también proporciona opciones adicionales para crear reglas. Cuando crea una oferta nueva, utilice la interfaz de reglas.

### **Conceptos relacionados**

[“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas” en la página 24](#)

Si sus ofertas deben ajustarse para incluir, excluir, promocionar, acentuar o desacentuar productos, utilice reglas empresariales.

[“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia ” en la página 55](#)

Si sus ofertas deben ajustarse para incluir, excluir, promocionar o desacentuar productos, utilice reglas empresariales.

## Identificar destino

Un producto de destino es el producto en el que están basadas las recomendaciones. Identifique cómo Product Recommendations selecciona estos destinos.

Al crear una oferta de venta cruzada de producto, en primer lugar, defina cómo Product Recommendations selecciona productos (destinos) para generar recomendaciones.

Para todas las opciones en la función **Identificar destinos**, los productos deben ser activos para que se muestren como destinos o recomendaciones.

Un producto activo es cualquier producto que reciba al menos cinco vistas durante el Periodo de duración del análisis de datos de las ofertas con una frecuencia de actualización de Diario o Semanal. Para las ofertas con una frecuencia de actualización de Mensualmente, los productos deben recibir 10 vistas para que se consideren como activos.

La mayoría de las organizaciones seleccionan **Todos los productos activos** y crean reglas específicas de categoría para gestionar el modo en que se derivan las recomendaciones por departamento.

Sin embargo, algunas organizaciones con sitios web grandes y varios departamentos crean ofertas que se ajusten a las necesidades de cada departamento. Esta práctica permite a los comerciales de un departamento en concreto crear y gestionar ofertas y reglas de forma individual para su departamento sin repercutir en las necesidades, configuraciones y reglas relativas a otros departamentos.

**Nota:** Estos valores no restringen qué productos se recomiendan. Sino que identifican qué productos se seleccionan como destinos para la recomendación. Para aplicar controles y restricciones adicionales en las recomendaciones que se han generado para estos destinos, consulte [“Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia ” en la página 55](#).

## Identificar exclusiones de destino

Puede excluir productos de la lista de destinos.

Utilice esta función para excluir destinos de las recomendaciones.

Digital Recommendations no genera recomendaciones para los productos en esta lista. Para las ofertas de venta cruzada de productos, la lista que especifica aquí restringe los destinos generados por la función **Identificar destino**.

## Configuración de generación de ID de destino para ofertas de atributo

Utilice la generación del ID de destino para especificar los atributos que se han de utilizar para generar recomendaciones.

Puede especificar hasta seis combinaciones de atributos. Cada combinación puede contener una categoría de EPR más un máximo de cinco atributos diferentes o puede contener un máximo de seis atributos.

Estos son algunos ejemplos:

Combinación de atributos	Resultados
Marca	Genera recomendaciones a partir de cada marca del conjunto de productos, por ejemplo, producto de Marca A más vendido y productos de Marca B más vendidos.
Categoría + Marca	Genera recomendaciones a partir de la combinación de cada categoría-marca, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrigos de Marca A más vendidos</li> <li>• Zapatos de Marca B más vendidos</li> </ul>
Categoría + Marca + Color	Genera recomendaciones a partir de la combinación de cada categoría-marca para cada color disponible, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrigos rojos de Marca A</li> <li>• Abrigos blancos de Marca A</li> <li>• Zapatos marrones de Marca B</li> <li>• Zapatos negros de Marca B</li> </ul>
Sexo + Marca	Genera recomendaciones a partir de la combinación de sexo-marca, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombres Marca A</li> <li>• Mujeres Marca A</li> <li>• Hombres Marca B</li> <li>• Mujeres Marca B</li> </ul>

## Determinar el algoritmo de venta cruzada de productos

El algoritmo de venta cruzada de productos determina cómo se divide el comportamiento del usuario en las recomendaciones de productos.

Utilice el algoritmo de venta cruzada de productos para determinar cómo el comportamiento del usuario se divide en las recomendaciones de productos.

Digital Recommendations está configurado con tres algoritmos de comportamiento usuario predeterminados. Estos algoritmos se consideran óptimos para el tipo de página. Los algoritmos preconfigurados son:

- Página del producto
- Página de la cesta
- Página de confirmación de pedido

Cada algoritmo preestablecido emplea una combinación de estas afinidades:

### Vista por vista

Tiene en cuenta sesiones en las que los visitantes **ven** el producto de destino y el producto recomendado en la misma sesión. La etiqueta de vista del producto de Digital Analytics proporciona datos para este tipo de afinidad. La Vista por vista proporciona la mayoría de los datos para que los visitantes visualizan más productos de los que compran o añaden a la cesta.

**Nota:** Para asegurarse de que tiene datos en los que basar recomendaciones para productos de volumen bajo, no establezca esta afinidad en un valor menor que un perfil.

### Vista por compra

Tiene en cuenta sesiones en las que los visitantes **ven** el producto de destino y el producto recomendado en la misma sesión.

### **Compra por compra**

Tiene en cuenta sesiones en las que los visitantes **compran** el producto de destino y el producto recomendado. La afinidad de compra por compra se calcula en varias sesiones para el periodo de duración de análisis de datos.

**Nota:** Este tipo de afinidad tiene en cuenta los datos de sesión cruzada durante el periodo de análisis de datos de oferta. Por ejemplo, un visitante compra un reproductor MP3 el lunes y vuelve el jueves para comprar los auriculares de alto rendimiento. Digital Recommendations relaciona estas actividades como parte de esta afinidad.

### **Abandono por compra**

Tiene en cuenta sesiones en las que los visitantes **abandonan** el producto de destino y **compran** el producto recomendado en la misma sesión.

**Nota:** Para asegurarse de que Digital Recommendations tiene datos en los que basar recomendaciones para productos de volumen bajo, no establezca esta afinidad en un valor inferior a un perfil.

Para utilizar una afinidad preestablecida, pulse el nombre de afinidad. Después de seleccionar una afinidad, puede realizar ajustes utilizando la barra deslizante. Para restaurar los valores de nuevo a la afinidad preestablecida, pulse el nombre de afinidad.

### **¿Qué significan los números de afinidades de productos?**

Los valores numéricos reales que se muestran para las puntuaciones de afinidad individual no tienen un significado real cuando se visualizan por su cuenta. Son números que corresponden a probabilidades condicionadas comparadas entre sí o entre productos.

Por ejemplo, si tiene un producto de destino con una vista por vista a 40 y un conjunto de afinidades de "vista por compra" en un 10, significa que Digital Recommendations utiliza el comportamiento de usuario de vista por vista 4 veces más que el comportamiento vista por compra al determinar productos para recomendar.

Las ponderaciones de afinidad no son porcentajes. No es necesario que totalicen el 100%. Son los valores que se proporcionan al modelo estadístico para indicar la importancia de cada tipo de afinidad en relación con las demás en el contexto del resultado que intenta obtener. Definir cada tipo de afinidad como 1 da el mismo resultado que definir cada tipo de afinidad como 100. Más frecuentemente, las ponderaciones que asigna a los tipos de afinidad no son todas las mismas, ya que no todas contribuyen del mismo modo al resultado.

Si debe modificar los valores predeterminados para el algoritmo de recomendación de una oferta, ábrala y luego desde el separado **Valores**, haga clic en **Modificar algoritmo**.

### **No establezca la afinidad en cero**

Si define la ponderación para un tipo de afinidad individual como 0, se minimizará el efecto en el cálculo del índice de afinidad de producto final. Las recomendaciones basadas en esta afinidad sólo aparecerán si no hay datos procedentes de otros tipos de afinidad. No es recomendable definir una ponderación de afinidad a 0. Se recomienda mejor mantener al menos algunos datos de cada tipo de afinidad abiertos para que los productos que reciben interacciones mínimas de sitio web se les proporcionen tantos datos como sea posible en los que basar recomendaciones.

## **Clasificación de productos para recomendación**

Utilice la función de clasificación para recomendar productos para las ofertas de categoría del sitio (CDF) y las ofertas de categorías ERP en función de su clasificación en una de varias categorías.

### **Ingresos de artículo**

Genera recomendaciones basadas en los ingresos totales que genera la venta de artículos.

### **Cantidad vendida**

Genera recomendaciones basadas en el número de artículos vendidos.

### Número de vistas

Genera recomendaciones basadas en el número de artículos que se han visualizado en diferentes sesiones. Utilice este valor si no dispone de suficiente actividad de compra en el sitio web para generar recomendaciones con sentido. Por ejemplo, si los clientes compran en línea pero adquieren productos fuera de línea. Siempre hay más actividad de vista que actividad de compra.

### Personalizada

Genera recomendaciones basadas en un cálculo que incluye estas tres métricas. Al seleccionar este método de clasificación, se proporciona una **ponderación** para cada una de las métricas y así poder definir su importancia relativa. Los tres valores de ponderación que especifique deben sumar hasta el 100%. Digital Recommendations utiliza las ponderaciones del cálculo de la clasificación de más vendidos del modo siguiente: (Ingresos de artículo \* ponderación) + (Cantidad vendida \* ponderación) + (Número de vistas \* ponderación)

### Valor mínimo

Las recomendaciones no se incluirán si su clasificación es menor que este valor mínimo.

- Para la clasificación basada en los ingresos de artículos, especifique la cantidad de ingresos mínima aceptable.
- Para la clasificación basada en la cantidad de artículos vendidos, especifique la cantidad mínima.
- Para la clasificación personalizada, especifique el mínimo que debe satisfacerse para cada métrica.

### No recomendar % máximo

Para cada categoría, Digital Recommendations rastrea hasta 50 artículos más vendidos. Esta función elimina el porcentaje máximo, especificado por el usuario, de los artículos más vendidos de estas recomendaciones. Por ejemplo, si existen 50 artículos o más vendidos en cada categoría durante el periodo de duración del análisis de datos, hay un máximo de 50 elementos en el conjunto inicial de recomendaciones para cada categoría. Si este valor se establece en un 10%, se eliminarán de cada categoría los cinco artículos principales. Muchas organizaciones creen que los artículos más vendidos se venderán independientemente de su ubicación de ventas. La eliminación de los artículos más vendidos permite un mejor movimiento de los artículos que los visitantes no encuentran, si esos artículos no se presentan como recomendaciones de categoría.

### Activar vendedores destacados generales

Este valor se utiliza para configurar páginas como la página de inicio, la página **No hay resultados de la búsqueda** o la página **Cesta vacía**. Al presentar únicamente los artículos más vendidos, la mayoría de los productos residen en una categoría principal del sitio, que no es óptima. Puede especificar hasta 15 categorías clave de productos que se han de representar, de modo que cada categoría definida reciba un número equivalente de recomendaciones. Si no está utilizando los más vendidos generales, deje este recuadro en blanco.

- Los valores de categoría especificados en el recuadro de texto **deben coincidir con el valor del ID de categoría** que corresponde a la jerarquía EPR o CDF. Los ID de categoría solo deben especificarse en mayúsculas. Debe haber una referencia a una fuente en el archivo ECDF o de descripción de componente para determinar este valor. Si esta información no está disponible, póngase en contacto con Digital Analytics para obtener asistencia.
- De manera predeterminada, se generarán recomendaciones para las categorías en el orden en el que las categorías se introducen en este campo de entrada. Por ejemplo, si las categorías se introducen como MUJER, HOMBRE, MASCOTA, PESCA, la primera recomendación será la de MUJER, la segunda la de HOMBRE, la tercera la de MASCOTA, la cuarta la de PESCA, la quinta la de MUJER, la sexta la de HOMBRE y así hasta la recomendación número 20. Hasta 20 recomendaciones están disponibles en el conjunto de candidatos para las recomendaciones de la página de inicio.
- Para generar recomendaciones de manera aleatoria, coloque "R" como un cuarto parámetro en la función `cmRecRequest`, de modo que se muestre contenido que resulte interesante para los visitantes.

## Categorías virtuales

Las categorías virtuales se aseguran de que las ventas de productos figuren en informes con la categoría original del producto.

Esta función solo se aplica a ofertas de categoría de sitio. Utilícela para asegurarse de que se informa sobre las ventas de productos con la categoría de producto original y no con la categoría virtual. Por ejemplo, si archivo CDF contiene "ventas" como una categoría virtual y tiene "zapatos de mujer" asociado a esta categoría, listará "ventas" en el campo **Categoría virtual**. Esto garantiza que cuando se vendan zapatos de mujer, se informará en la categoría "zapatos de mujer" y no en la categoría virtual "ventas".

Seleccione únicamente las categorías virtuales que se definen en el CDF.

Especifique hasta 10 categorías virtuales cada una seguida de un salto de línea.

Si el sitio web tiene más de 10 categorías virtuales, utilice el informe de categoría del producto para determinar las 10 categorías virtuales más destacadas clasificadas por el total de ventas, de modo que las ventas se redistribuyan suficientemente para los más vendidos de las categorías del sitio.

Si muchas categorías virtuales contienen el mismo término, tal como "Búsqueda", "Búsqueda guiada" o "Búsqueda en el sitio web", utilice un parámetro de comodín y capture estos tres ejemplos con una de las 10 entradas disponibles. "%Búsqueda" significa que la categoría virtual debe acabar con "Búsqueda". "%Búsqueda%" significa que debe contener "Búsqueda". "Búsqueda%" significa que empieza por "Búsqueda".

## Determinar el periodo de duración del análisis de datos

Puede alterar el periodo de duración del análisis de datos para que se tengan en cuenta más o menos datos cuando se generan recomendaciones.

En los periodos de análisis de datos más largos, Digital Recommendations considera más datos, lo que generalmente produce un número mayor de recomendaciones para un mayor número de destino. Los periodos de duración de análisis de datos más cortos reflejan los cambios en las preferencias del comprador y en la variación estacional más rápidamente. Especifique una duración de análisis de datos que sea suficientemente larga para acumular actividad de navegación basada en frases de búsqueda. También puede seleccionar el periodo de tiempo de análisis de datos que proporciona el mayor número de destinos. Para obtener más ayuda, póngase en contacto con un asesor del cliente de Digital Recommendations. Los periodos de duración de análisis de datos más largos puede solicitar y configurar periodos de Digital Analytics puede solicitar y configurar los periodos de duración de análisis de datos más largos como un valor de sistema.

Para ofertas de venta cruzada de productos:

- El valor **Basado en sesiones** establece el número de días de los datos para procesar comportamientos de tipo **Vista por vista**, **Vista por compra**, y **Abandono por compra**.
- El valor **Basado en registros** establece el número de días de datos para procesar la afinidad de tipo **Compra por compra**.
- Especifique periodos de duración más largos del análisis de datos para **Basado en registros** que para **Basado en sesiones**, ya que lleva más tiempo acumular datos.

## Realización de pruebas para determinar el periodo de duración óptimo

Para determinar el periodo de duración de análisis de datos óptimo de su oferta, pruebe las ofertas con vistas a períodos diferentes. Puede crear tres exportaciones de ofertas. Defina una para siete días, una para 14 días y una para 45. Una vez finalizado el proceso de los archivos, seleccione los archivos en el servidor SFTP, guárdelos en el disco duro y ábralos con Excel. Haga un recuento del número de filas de cada archivo. Compare este número con el número total conocido de los productos de destino activos que están disponibles actualmente para la venta en su sitio web. Normalmente, debe seleccionar la duración de análisis de datos más breve que proporcione el mayor número de destinos.

## Determinar opciones de entrega

Defina cómo entregará sus datos para generar recomendaciones y cómo estas recomendaciones se entregarán en su sitio.

- **Archivos sin formato**: seleccione esta opción para recibir datos de recomendaciones a través de archivos sin formato. A continuación, especifique las opciones siguientes:

- **Número de recomendaciones:** número de recomendaciones solicitadas para cada producto de destino. Si obtiene menos recomendaciones que el número que se especifica aquí, otros valores pueden ser un factor: el periodo de duración del análisis de datos, el límite inferior para los productos de destino activos y el volumen del tráfico de su sitio. Es posible que también necesite **Activar recesión de recomendación** para evitar que se produzcan pocas recomendaciones.
- **Activar recesión de recomendación:** activa las recomendaciones de recesión de categorías. Si Digital Recommendations no genera recomendaciones suficientes para satisfacer el valor **Número de recomendaciones**, se utilizarán los artículos más vendidos en la categoría EPR definida de destino para completar la lista de recomendaciones.
- **Destino de exportación:** el destino SFTP configurado para las ofertas de Digital Recommendations.
- **Delimitador de archivos:** el carácter que se utiliza para separar campos de datos distintos (columnas) en el archivo de exportación. La coma es el delimitador de campo predeterminado pero puede especificar otro carácter para utilizarlo como el delimitador de campo. Escriba \t para crear un archivo de exportación delimitado por tabulaciones.
- **Formato de archivos:** seleccione un formato de archivo comprimido (.zip) o de archivo de texto (.txt).
- **Zona de sitio:** si no tiene licencia para las recomendaciones dinámicas, esta opción no estará disponible. Las siguientes son opciones de Zona de sitio web:
  - **Enviar archivo de oferta principal:** habilite esta opción para obtener el archivo de oferta principal que contiene todas las recomendaciones para una oferta que se transmite al destino de exportación. Enviar archivo de oferta maestro está pensado únicamente para fines informativos por lo que los datos de recomendaciones se pueden inspeccionar fácilmente de forma manual.
    - **Destino de exportación:** el destino SFTP configurado para las ofertas de Digital Recommendations.
    - **Formato de archivo:** Para Zona de sitio, sólo está disponible el archivo de texto (.txt).
- **Solo procesamiento de recesiones:** habilita el proceso de recesión de ofertas y regalos. Seleccione esta opción si está creando una oferta para proporcionar opciones de recesión y no hay intención de mostrar las recomendaciones de categoría de EPR en el sitio. Esta opción sólo está disponible para las ofertas de categoría de EPR.

**Nota:** Si ha seleccionado utilizar la nueva interfaz de reglas empresariales con esta oferta, actualmente la opción de entrega **Archivo sin formato** y la opción **Enviar archivo de oferta maestro** no estarán disponibles.

## Frecuencia de actualización

Puede indicar la frecuencia con la que se actualizan las ofertas con los últimos datos de comportamiento y las reglas empresariales.

Esta frecuencia corresponde a las ofertas de correo electrónico que se introducen en la aplicación LIVEmail, y garantiza que las últimas recomendaciones estén incluidas en las ofertas de correo electrónico.

A menos que tenga pocos cambios o poco tráfico en su sitio web, puede establecer la frecuencia en **Diario**. También es importante establecer la frecuencia en **Diario** si la información del producto que se utiliza en sus reglas empresariales cambia diariamente, por ejemplo, el precio o el inventario.

## Habilitar una recesión de recomendación

Puede especificar una oferta de categoría EPR para generar recomendaciones adicionales si la oferta no genera correctamente suficientes recomendaciones.

### Acerca de esta tarea

Si selecciona una oferta de recesión, se aplicarán las reglas que especifique en la oferta actual.

### Procedimiento

1. Pulse **Activar recesión de recomendación**

2. Seleccione **Oferta de origen de recesión**. Para obtener los mejores resultados, especifique una oferta de categoría EPR para la **Oferta de origen de recesión**.

Si la oferta actual utiliza la nueva interfaz de reglas, seleccione una oferta EPR que también utilice la nueva interfaz de reglas.

Si la oferta actual utiliza las reglas de herencia, seleccione una oferta EPR que también utilice la interfaz de reglas de herencia.

## Vista previa de lista de destinos

Puede utilizar una lista de destinos de vista previa para especificar los artículos para los que desea obtener una vista previa de recomendaciones.

Puede especificar una lista o habilitar la opción **Utilizar los 25 ID de destino más destacados como Vista previa de destinos** para que Digital Recommendations pueda seleccionar los ID de destino para utilizar en la Vista previa. Para obtener más información, consulte [“Recomendaciones de vista previa” en la página 21](#).

## Habilitar notificación de correo electrónico

Puede identificar a quién se debe notificar la actualización de las ofertas.

Especifique una lista delimitada por comas de direcciones de correo electrónico de las personas a las que se notificará que las actualizaciones de la oferta se han completado. Si está entregando recomendaciones desde zonas de sitio, habrá finalizado el proceso de los datos de comportamiento subyacentes y de las reglas empresariales. Los procesos se ejecutan tras esta notificación para preparar ofertas a las que puedan acceder los clientes. Este acceso puede tardar unos 15 a 60 minutos más, en función del tamaño del catálogo y de los volúmenes de la oferta.

## Activar una oferta

Después de configurar una oferta, actívela.

Para que una oferta pueda generar recomendaciones, debe activarla.

Pulse **Ofertas** para visualizar la lista de ofertas. A continuación, en la lista, pulse el botón verde situado junto a la oferta para activarlo.

Digital Recommendations procesa ofertas a primera hora de la mañana del día que se especifique en el separador **Configuración de oferta** de la oferta. Por ejemplo, si la configuración de la oferta establece que se debe ejecutar en domingo, el proceso se llevará a cabo el domingo a primera hora de la mañana de la hora local. Los archivos de Digital Recommendations se procesan y finalizan normalmente alrededor de las 8 AM hora local, aunque debido al volumen de los datos puede llevarle más tiempo.

Si es muy importante que las recomendaciones se reciban a las 5 AM de un día concreto, el archivo de Digital Recommendations se puede configurar para que se entreguen el día anterior y así se asegura el cumplimiento de los plazos. Revise este proceso con su equipo de TI.

**Nota:** Solo puede activar una oferta de categoría EPR y una oferta de categoría de sitio.

## Aumentar el número de más vendidos para su recomendación

Puede utilizar un atributo para representar los grupos de productos que abarcan múltiples categorías.

### Acerca de esta tarea

Si las categorías son velas, adornos para pastelería y manteles, también puede utilizar otro concepto de agrupación, tal como "vacaciones" o "temporada". En este ejemplo, probablemente desee que las recomendaciones para velas de cumpleaños incluyan los artículos más vendidos de la categoría de velas y también los adornos de pastelería más vendidos para pasteles de cumpleaños y manteles para fiestas de cumpleaños.

Si su sitio web utiliza una agrupación o diseño de clasificación secundario además de las categorías y desea incluir los artículos más vendidos basándose en estos elementos organizativos de sus recomendaciones de categorías más vendidas, siga estos pasos.

**Nota:** Este procedimiento se aplica solamente en ofertas de categoría de EPR.

### Procedimiento

1. Cree un atributo de producto que represente el concepto. Por ejemplo, "vacaciones", "tema" o "temporada".

Los valores que contiene este atributo no deben coincidir exactamente con ninguna de las categorías.

2. Rellene la columna con los valores adecuados para cada producto. Al igual que con cualquier otro atributo, utilice el carácter de barra (|) para separar varios artículos.

Para continuar con el ejemplo de velas de cumpleaños, presuponga que el nombre del atributo es Tema. Es posible que establezca el atributo de este modo:

- Velas de cumpleaños: Tema = cumpleaños
- Adornos para pastelería: Tema = cumpleaños|fiesta
- Mantel: Tema = cumpleaños|Primavera

3. Transfiera los datos.

4. Correlacione el campo nuevo utilizando **Admin > Campos extra**.

5. Cree o abra una oferta de categoría de EPR. En el separador **Configuración**, pulse **Opciones avanzadas**.

6. Pulse **Más vendidos opcionales por atributos** y seleccione la categoría o la combinación de atributo que desea procesar como los más vendidos en la oferta de categorías. Si está implementando el ejemplo anterior, debe añadir el atributo Tema.

- Si crea una fila con un único atributo, el algoritmo para los más vendidos tendrá en cuenta cualquier producto que tenga un valor para dicho atributo.
- Si crea una fila con una combinación de atributos, se trata de una condición AND. Solo los productos que tengan valores para todos los atributos de la fila se tendrán en cuenta.
- Puede crear un máximo de cuatro combinaciones.

7. Pulse **Aplicar**.

### Generar recomendaciones para artículos de varias categorías

Puede recomendar artículos que están en varias categorías como los más vendidos en cada una de sus categorías alternativas y esas categorías alternativas pueden recibir recomendaciones.

#### Acerca de esta tarea

IBM Digital Analytics puede habilitar una oferta de categorías para recomendar los más vendidos para las categorías alternativas que se proporcionan en Enterprise Product Content Mapping File.

Cuando habilita este valor, cada categoría alternativa tiene artículos más vendidos recomendados. Los artículos asociados en el Enterprise Product Content Mapping File con la categoría alternativa son candidatos potenciales para la recomendación.

**Nota:** Este procedimiento se aplica solamente en ofertas de categoría de EPR.

### Procedimiento

1. Cree un atributo de producto que represente la categoría alternativa como "Venta", "Liquidación" o "Mayor tamaño".

Asegúrese de que la categoría alternativa no coincida con ninguna de las categorías ya existentes.

2. Rellene la columna con los valores adecuados para cada producto. Al igual que con cualquier otro atributo, utilice el carácter de barra (|) para separar varios artículos, por ejemplo, Venta|Liquidación| Mayor tamaño
3. Transfiera los datos.
4. Correlacione el campo nuevo utilizando **Admin > Campos extra**.
5. Cree o abra una oferta de categoría de EPR. En el separador **Configuración**, pulse **Opciones avanzadas**.
6. Pulse **Más vendidos opcionales por atributos** y seleccione la categoría o la combinación de atributo que desea procesar como los más vendidos en la oferta de categorías.
  - Si crea una fila con un único atributo, el algoritmo para los más vendidos tendrá en cuenta cualquier producto que tenga un valor para dicho atributo.
  - Si crea una fila con una combinación de atributos, es una condición AND. Solo los productos que tengan valores para todos los atributos de la fila se tendrán en cuenta.
  - Puede crear un máximo de cuatro combinaciones.
7. Pulse **Aplicar**.

## Visualización del historial de cambios de una oferta específica

Puede revisar un historial de todos los cambios realizados en la configuración y las reglas de una oferta.

### Procedimiento

1. Pulse **Ofertas**.
2. Pulse el nombre de la oferta existente.
3. En la esquina superior derecha de la página principal, pulse **Historial de cambios**. Se muestra una ventana con una lista de todos los cambios realizados en la configuración y las reglas de la oferta, de los más recientes a los más antiguos.
4. Para revisar detalles adicionales de un cambio, pulse sobre un artículo en la lista. Los campos específicos que han cambiado junto con los valores nuevos y antiguos, se visualizan en la parte inferior de la ventana.

## Vista previa de los resultados de una oferta

Utilice el separador **Estadísticas de reglas** para obtener una vista previa de las recomendaciones que genera una oferta.

### Acerca de esta tarea

Después de que una oferta se ha activado y procesado, puede ver los resultados de la oferta visualizando las estadísticas de reglas. Las estadísticas de reglas pueden ayudarle en la resolución de problemas y a mejorar los procesos de reglas.

### Procedimiento

1. Asegúrese de que la oferta de la que desea ver sus estadísticas está activa.
2. Abra la oferta para la que desea obtener una vista previa de los resultados.
3. Pulse el separador **Estadísticas de reglas**.

## Seguimiento de cambios en los parámetros de configuración

---

Puede realizar un seguimiento de los cambios realizados en ofertas y en las configuraciones de oferta

## Seguimiento de cambios en ofertas y configuraciones de ofertas

Puede revisar una lista histórica de los cambios realizados en ofertas, atributos y valores.

## Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en la navegación lateral.
2. Pulse en **Historial de cambios** en la navegación lateral. Aparece una lista de todos los cambios realizados de los más recientes a los más antiguos, en la parte superior de la página.
3. Para revisar detalles adicionales para un cambio específico, pulse sobre el cambio. En la parte inferior de la página, el informe Historial de cambios muestra los campos específicos modificados y sus valores antiguos y nuevos.
4. Para limitar los valores notificados, utilice la lista **Filtrar por** para seleccionar un valor, especifique un artículo completo o parcial o nombre de usuario y, a continuación, pulse en **Aplicar**. El informe muestra sólo los artículos que coinciden con el texto suministrado.

## Visualización del historial de cambios de una oferta específica

Puede revisar un historial de todos los cambios realizados en la configuración y las reglas de una oferta.

### Procedimiento

1. Pulse **Ofertas**.
2. Pulse el nombre de la oferta existente.
3. En la esquina superior derecha de la página principal, pulse **Historial de cambios**. Se muestra una ventana con una lista de todos los cambios realizados en la configuración y las reglas de la oferta, de los más recientes a los más antiguos.
4. Para revisar detalles adicionales de un cambio, pulse sobre un artículo en la lista. Los campos específicos que han cambiado junto con los valores nuevos y antiguos, se visualizan en la parte inferior de la ventana.

## Seguimiento de cambios en atributos

Puede revisar una lista histórica de los cambios realizados en atributos individualmente.

### Procedimiento

1. Pulse **Administrar**.
2. Pulse **Configuración de la oferta**.
3. Para ver los cambios realizados en atributos de producto, seleccione **Ofertas de producto > Atributos**
4. Pulse en **Historial de cambios** en la página principal.
5. Para revisar detalles adicionales para un cambio específico, pulse sobre el cambio. En la parte inferior de la ventana, el informe Historial de cambios muestra los campos específicos modificados y sus valores antiguos y nuevos.

## Seguimiento de cambios para más valores

Puede revisar una lista histórica de los cambios realizados a Más valores para ofertas.

### Procedimiento

1. Pulse **Administrar**.
2. Pulse **Configuración de la oferta**.
3. Para ver los cambios realizados en más valores del producto, seleccione **Ofertas de producto > Más valores**
4. Pulse en **Historial de cambios** en la página principal.
5. Para revisar detalles adicionales para un cambio específico, pulse sobre el cambio. En la parte inferior de la ventana, el informe Historial de cambios muestra los campos específicos modificados y sus valores antiguos y nuevos.

## Recomendaciones de vista previa

---

Digital Recommendations proporciona una función de vista previa que ofrece visibilidad y control sobre las recomendaciones que se despliegan para una oferta.

Mediante la vista previa, puede ver exactamente cómo las recomendaciones del candidato de un producto de destino se clasifican según los parámetros definidos para la oferta. La vista previa muestra cómo se excluyen, promocionan o desacentúan los candidatos específicos en función de las reglas empresariales de la oferta y qué recomendaciones se aplican después del algoritmo de afinidad. La vista previa también indica las recomendaciones que son de recesión.

Utilice la función de vista previa para comprender mejor el efecto de las reglas y la lógica especificadas para una oferta, especialmente si las recomendaciones de un producto de destino no satisfacen sus expectativas. O para probar una prueba antes de activar la oferta.

Digital Recommendations ofrece tres modos de obtener vistas previas de recomendaciones de una oferta:

- Destino especificado
- Destino de muestra
- Personalizada

Los dos primeros modos de obtener vistas previas de recomendaciones son dinámicos: presentan la salida real disponible inmediatamente en la Content Delivery Network (CDN) de una oferta. Estas vistas previas sólo se encuentran disponibles si el sitio tiene licencia para la característica de recomendaciones dinámicas de Digital Recommendations. Estas vistas previas muestra contenido nuevo y actual cada vez que lo solicite.

El último tipo de vista previa es Personalizado. Las vistas previas personalizadas se encuentran disponibles en todos los sitios de Digital Recommendations: estas vistas previas llevan a cabo cálculos en tiempo real para notificar las recomendaciones que pueden aparecer según las reglas empresariales actuales definidas para la oferta. Puede guardar vistas previas personalizadas para revisarlas y reutilizarlas en el futuro.

También puede utilizar las estadísticas de reglas para probar el efecto de reglas en una oferta. Consulte [“Visualización del efecto de las reglas en la oferta”](#) en la página 48

### Vista previa de recomendaciones para un artículo específico

Utilice la vista previa de destino especificada para saber exactamente qué salida de recomendación está disponible desde la CDN actualmente para una oferta específica y para el ID de destino.

#### Acerca de esta tarea

Esta vista previa puede incluir todos los atributos y valores que se incluyen en el archivo de recomendaciones, o un subconjunto de éstos. Utilice la característica **Opciones de vista previa** para seleccionar los atributos que se han de incluir.

**Nota:** Para que un atributo aparezca en este tipo de la vista previa, debe encontrarse en el archivo de recomendaciones y la lista de atributos especificados como **Opciones de vista previa**.

Para producir una vista previa de un destino especificado, realice lo siguiente:

#### Procedimiento

1. Pulse **Vista previa**
2. Pulse **Opciones de vista previa** para revisar o cambiar los atributos que se han de incluir. Consulte [“Selección de atributos para su visualización en las vistas previas”](#) en la página 24.
3. Pulse el conjunto actual de recomendaciones para un enlace de destino específico.
4. Seleccione una oferta.
5. Escriba un ID de destino específico.

6. Pulse en **Enviar**.
7. Puede visualizar los datos de recomendación resultantes en una cuadrícula o en una zona de sitio simulada.
  - Para ver la vista previa en formato de cuadrícula (tabla), haga clic en el separador **Vista de cuadrícula**.
  - Para ver la vista previa como una serie de imágenes en una zona de sitio, pulse el separador **Vista de imagen**.

## Vista previa de recomendaciones para un conjunto de artículos de muestra

Puede utilizar la vista previa de destino de muestra para ver la salida de una oferta y un conjunto de destinos de muestra que está disponible en CDN.

### Acerca de esta tarea

Las vistas previas de destino de muestra son dinámicas: presentan la salida real disponible de forma inmediata para una oferta y presentan contenido nuevo y actualizado cada vez que se solicitan.

Defina el conjunto de destinos de muestra a utilizar para este tipo de vista previa en el separador **Valores** de cada oferta. Puede seleccionar los 25 productos de destino principales según la visualización de artículos o especificar una lista de ID de destino.

Las vistas previas de destino de muestra incluir todos los atributos y sus valores para los productos de destino y candidatos, o bien puede seleccionar un subconjunto de atributos. Esta vista previa también incluye un análisis exhaustivo de las reglas. Para obtener información sobre las reglas, consulte [“Prueba de recomendaciones y de salida de reglas”](#) en la página 87.

Para producir una vista previa con un conjunto de destinos predefinidos de muestra, realice lo siguiente:

### Procedimiento

1. Pulse **Vista previa**.
2. Opcionalmente, haga clic en **Opciones de vista previa** para revisar o cambiar los atributos a incluir. Consulte [“Selección de atributos para su visualización en las vistas previas”](#) en la página 24.
3. Pulse el enlace **Recomendaciones actuales para destinos de muestra con rastreo detallado**.
4. Seleccione una oferta.
5. Pulse en **Enviar**.
6. Puede visualizar la vista previa resultante en una cuadrícula o en una zona de sitio simulada.
  - Para ver la vista previa en formato de cuadrícula (tabla), haga clic en el separador **Vista de cuadrícula**.
  - Para ver la vista previa como una serie de imágenes en una zona de sitio, pulse el separador **Vista de imagen**.

## Vista previa de recomendaciones para una oferta nueva o modificada

Puede utilizar vistas previas personalizadas para comprender cómo la modificación de las reglas empresariales de una oferta genera diferentes recomendaciones.

### Acerca de esta tarea

Las vistas previas personalizadas se encuentran disponibles para todos los sitios de Digital Recommendations. Estas vistas previas llevan a cabo cálculos en tiempo real para notificar las recomendaciones que pueden aparecer en base a las reglas empresariales definidas para la oferta. Puesto que contienen datos estáticos, puede guardar vistas previas personalizadas para revisarlas y reutilizarlas en el futuro.

La vista previa personalizada es una herramienta analítica para probar la salida de recomendaciones de una oferta nueva o recién modificada. Este tipo de vista previa no solicita datos a la CDN, sino que realiza

todos los cálculos en tiempo real para generar un conjunto de recomendaciones. Puesto que las vistas previas personalizadas se procesan en relación al motor de reglas y la base de datos de Digital Recommendations, la solicitud puede tardar un poco en completarse. Las vistas previas personalizadas pueden incluir todos los atributos de artículo y sus valores de todos los artículos de destinos y de candidato, o bien puede seleccionar un subconjunto de atributos para incluirlo.

**Nota:** Para las nuevas ofertas, la vista previa de recomendaciones solo está disponible después de que se ensamblan las recomendaciones base y se aplican las reglas. Esto suele suceder cada mañana a primera hora, por lo que la vista previa está disponible al día siguiente de realizar los cambios.

**Nota:** En el caso de los cambios en las ofertas existentes, los cambios en las reglas estarán disponibles de forma inmediata. Sin embargo, si cambia la configuración de afinidad para una oferta existente, la vista previa no estará disponible hasta el día siguiente de realizar los cambios.

## Procedimiento

1. Pulse **Vista previa**.
2. Opcionalmente, haga clic en **Opciones de vista previa** para revisar o cambiar los atributos a incluir. Consulte [“Selección de atributos para su visualización en las vistas previas”](#) en la página 24.
3. Pulse **Crear una nueva vista previa**.
4. Especifique un nombre para identificarla y seleccione la oferta.
5. Identifique los productos de destino utilizando el conjunto de prueba que se ha definido para la oferta (en el caso de una muestra de vista previa de destino) o especificando uno o varios ID de destino específicos.
6. Haga clic en **Guardar y cerrar**.
7. Puede visualizar la vista previa resultante en una cuadrícula o como una serie de imágenes en una zona de sitio simulada.
  - Para ver la vista previa en formato de cuadrícula (tabla), haga clic en el separador **Vista de cuadrícula**.
  - Para ver la vista previa como una serie de imágenes en una zona de sitio, pulse el separador **Vista de imagen**.
8. Para revisar la vista previa personalizada más adelante, pulse **Vista previa** y, a continuación, pulse el nombre enlazado de la vista previa. Puede modificar la oferta o los destinos en el separador **Configuración** y vuelva a ejecutar la vista previa o pulse en el separador **Vista de cuadrícula** o **Vista de imagen** para revisar las recomendaciones generadas anteriormente.

## Vista previa mediante una cuadrícula

Puede obtener vistas previas de las recomendaciones de una oferta en una cuadrícula y, opcionalmente, descargar los datos para utilizarlos en hojas de cálculo u otros archivos.

### Acerca de esta tarea

## Procedimiento

1. Pulse **Vista previa**.
2. Cree una vista previa de cualquier tipo o pulse en una vista previa personalizada guardada.
3. Pulse el separador **Vista de cuadrícula**. Cada uno de los destinos especificados para la vista previa se muestra en una sola línea.
4. Pulse el icono **+** de un destino para ver todas las recomendaciones de candidato y si se han incluido o excluido. También se visualizan las reglas empresariales invocadas para los candidatos.
5. Opcionalmente, haga clic en **Descargar**. Se abrirá el recuadro de diálogo estándar de descargar.

## Vistas previas como imágenes de una zona

Puede obtener una vista previa de recomendaciones de una oferta como imágenes en una zona de sitio simulada.

### Acerca de esta tarea

**Nota:** Para habilitar esta característica, el Enterprise Product Content Mapping File debe incluir el URL de las imágenes en miniatura como atributo de artículo. También debe identificar los atributos que contienen esta miniatura pulsando en **Gestionar>Configuración de la oferta>Atributos** y seleccionando el **atributo con un URL de imagen**.

### Procedimiento

1. Pulse **Vista previa**.
2. Cree una vista previa o seleccione una vista previa personalizada guardada.
3. Pulse el separador **Vista de imagen**. Una imagen (si se encuentra disponible) del primer destino se muestra a la izquierda, y una zona de sitio simulada con sus recomendaciones de candidato, a la derecha. Las anotaciones debajo de las imágenes indican si el candidato se ha incluido o excluido.
4. Para revisar los valores de atributo para un destino o candidato, coloque el cursor encima de la imagen del artículo. Los atributos y los valores se muestran hasta que aparta el cursor de la imagen.
5. Para ver la página en el sitio del cliente en la que se visualiza la imagen, pulse en la imagen. La página del cliente se muestra en una nueva ventana.
6. Para desplazarse por los candidatos adicionales, pulse la flecha hacia la derecha.
7. Si la vista previa contiene más de un destino, pulse en el nombre de cada uno para ver las imágenes y los atributos de sus recomendaciones de candidato.

## Selección de atributos para su visualización en las vistas previas

Puede personalizar la información notificada por las vistas previas. Seleccione los atributos a incluir y, a continuación, cree la vista previa.

### Acerca de esta tarea

Las vistas previas de destino especificadas incluyen sólo atributos y valores que se encuentran en el archivo de recomendaciones. Para que un atributo aparezca en este tipo de la vista previa, debe encontrarse en el archivo de recomendaciones y la lista de atributos que desea seleccionar.

### Procedimiento

1. Pulse **Vista previa**.
2. Pulse **Opciones de vista previa**.
3. Pulse **Ofertas de producto**.
4. Para añadir un atributo a las vistas previas, pulse en el nombre del atributo en la lista **Atributos disponibles** y, a continuación, pulse **>**. Para añadir todos los atributos disponibles, pulse **>>**.
5. Para eliminar un atributo que se visualiza en las vistas previas, pulse en el nombre del atributo en la lista **Atributos seleccionados** y, a continuación, pulse **<**. Para eliminar todos los atributos seleccionados, pulse **<<**.
6. Para cambiar el orden en que se muestra la información de atributos, pulse el nombre de un atributo en la lista **Atributos seleccionados** y, a continuación, pulse la flecha hacia arriba o hacia abajo.
7. Pulse **Guardar**.

## Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas

Si sus ofertas deben ajustarse para incluir, excluir, promocionar, acentuar o desacentuar productos, utilice reglas empresariales.

A continuación se proporcionan algunos ejemplos de cómo utilizar reglas empresariales:

- Utilice reglas de categoría para evitar que los productos de hombre aparezcan en el departamento de mujer.
- Utilice las reglas de inventario para impedir que se recomienden artículos agotados.
- Utilice las reglas de precio para facilitar los productos de gama más alta y más baja.
- Utilice reglas de margen para eliminar artículos de margen bajo.

Las reglas se basan en datos que se proporcionan a Digital Analytics mediante un archivo de importación. Las reglas disponibles dependen del tipo de oferta.

### **Reglas de exclusión**

Las reglas de exclusión eliminan artículos de las recomendaciones que están basadas en criterios definidos. Por ejemplo, las reglas de exclusión se expresan como "Excluir recomendaciones en las que el inventario del producto sea menor que 10".

### **Reglas de desacentuación**

Las reglas de desacentuación, más que excluir, mueven las recomendaciones al final de la lista de candidatos. Por ejemplo, si un producto tiene un margen bajo pero está clasificado con una alta relevancia, una regla de desacentuación mueve dicho producto a final de la lista de candidatos de recomendación válidos y mueve los artículos de margen elevado hacia delante. En el caso de que haya datos de recomendaciones limitados para un producto de destino específico o cuando todas las recomendaciones sean de margen bajo, los datos todavía estarán disponibles para presentarlos al visitante.

### **Reglas de promoción**

Las organizaciones que introducen nuevos productos o artículos o que tienen artículos con un inventario amplio pueden configurar promociones que inserten productos designados delante de las recomendaciones de comportamiento. Puede crear las reglas de promoción para dar prioridad a los productos diseñados manualmente sobre recomendaciones de Digital Analytics. Digital Recommendations le servirá de ayuda. Puede definir una ponderación porcentual como por ejemplo "Mostrar estos dos productos en la primera posición para el 50% de los productos en el departamento de hombre".

### **Reglas de énfasis**

Puede utilizar reglas de énfasis para mover las recomendaciones al principio de la lista de candidatos. Por ejemplo, si un producto tiene márgenes altos pero está clasificado con una baja relevancia, una regla de acentuación mueve dicho producto a la parte delantera de la lista de candidatos para recomendación válidos.

## **Más información acerca de las reglas empresariales para ofertas**

- Las reglas empresariales que crea para las ofertas están basadas en los atributos (un máximo de 50) que proporcione en los archivos de datos ECDF y EPCMF. Para obtener información sobre estos archivos, consulte el capítulo *Archivos de datos ECDF y EPCMF* en la publicación IBM Product Recommendations Guía de configuración.
- Antes de que se procesen las reglas, Digital Recommendations genera recomendaciones basadas en las ponderaciones de afinidad definidas para una oferta. Digital Recommendations intenta generar hasta 50 recomendaciones por destino de modo que estará disponible un amplio conjunto de datos al que aplicar reglas. La capacidad de Digital Recommendations para generar recomendaciones está basada en gran medida en el periodo de duración del análisis de datos y en el grado de tráfico que recibe el sitio web. Para especificar el número de recomendaciones finales que desea recibir, siga estos estándares:
  - Especifique hasta 12 recomendaciones cuando configure la zona de sitio web donde se utiliza la oferta. Si necesita más de 12 recomendaciones, póngase en contacto con el asesor de clientes de IBM Digital Analytics.
- **Especificación de las reglas**
  - Cree reglas utilizando los valores de atributos. Los valores que se especifican en la interfaz de reglas **deben coincidir exactamente** con los valores cargados mediante los archivos ECDF y EPCMF. Estos valores pueden incluir el uso de espacios y mayúsculas.

### **Política de regla empresarial**

Dirige la ejecución de todas las reglas y no se puede especificar por conjunto de reglas o por una regla individual. Para obtener más información, consulte [“Configuración de políticas de reglas empresariales para ofertas mediante la interfaz de reglas de herencia”](#) en la página 70.

### **Datos de reglas**

No cree reglas en una oferta activa hasta que se carguen todos los datos de reglas en la base de datos de Digital Analytics. Las reglas que se crean cuando no se proporcionan datos de reglas eliminan de forma errónea los artículos y tienen un resultado imprevisto. Por ejemplo, los datos de reglas que se cargan en Digital Analytics el martes, mediante el informe de productos de empresa o mediante los Campos adicionales de producto visto, están disponibles para ser procesados en una oferta programada para su entrega el miércoles.

## **Definición de grupos de reglas individuales**

Su primer paso para definir reglas empresariales es crear un grupo de reglas. Utilice este procedimiento para crear un grupo de reglas que solo se pueda utilizar con la oferta actual.

### **Acerca de esta tarea**

Cuando haya demasiadas reglas, se aconsejan los grupos de regla para realizar la agrupación similar de reglas para que resulten fáciles de encontrar. Los grupos de reglas también permiten que varias personas trabajen en grupos de reglas diferentes al mismo tiempo con la misma oferta y gestionen las reglas de forma independiente.

Después de crear un grupo de reglas, defina una o más reglas empresariales en dicho grupo.

### **Procedimiento**

1. Abra la oferta y pulse el separador **Reglas**.
2. Pulse **Añadir nuevo grupo** y proporcione un nombre para el grupo de reglas.

### **Tareas relacionadas**

[“Creación de una regla”](#) en la página 27

Una vez creado el grupo de reglas, cree una o más reglas en dicho grupo de reglas.

## **Definición de grupos de reglas compartidos**

Su primer paso para definir reglas empresariales es crear un grupo de reglas. Utilice este procedimiento para crear un grupo de reglas compartido que se puede utilizar con la oferta actual.

### **Acerca de esta tarea**

Cuando haya demasiadas reglas, se aconsejan los grupos de regla para realizar la agrupación similar de reglas para que resulten fáciles de encontrar. Los grupos de reglas compartidos le permiten crear un conjunto de reglas y utilizarlas con múltiples ofertas, para reducir el esfuerzo de duplicar reglas de cada oferta.

Después de crear un grupo de reglas compartido, defina una o más reglas empresariales en dicho grupo.

### **Procedimiento**

1. Abra la oferta y pulse el separador **Reglas**.
2. Pulse **Añadir nuevo grupo compartido** y proporcione un nombre de grupo de reglas.

### **Tareas relacionadas**

[“Creación de una regla”](#) en la página 27

Una vez creado el grupo de reglas, cree una o más reglas en dicho grupo de reglas.

### **Edición de una regla en un grupo compartido**

Al editar una regla en un grupo compartido, afectará a todas las ofertas que utilizan este grupo de reglas.

## Conversión de un grupo de reglas individuales en un grupo de reglas compartidas

Puede convertir un grupo de reglas que se creó originalmente como un grupo individual a un grupo compartido. Esta tarea resulta útil si desea crear un conjunto de reglas y probarlas antes de crearlas en un grupo compartido.

### Procedimiento

1. Pulse en el nombre del grupo.
2. Pulse el icono copiar. Al desplazar el ratón por encima de los iconos, se etiqueta como **Convertir a grupo compartido**.
3. Se le solicitará que escriba un nombre. Puede proporcionar el nuevo nombre del grupo o mantener el nombre existente.

## Cómo copiar un grupo de reglas compartidas en un grupo de reglas individuales

Puede hacer una copia de un grupo de reglas compartidas y crearla como un grupo de reglas individuales. Esta tarea es útil si desea un grupo de reglas compartidas como punto de partida para crear otro grupo de reglas.

### Procedimiento

1. Pulse en el nombre del grupo.
2. Pulse el icono copiar. Al desplazar el ratón por encima de los iconos, se etiqueta como **Copiar grupo compartido en grupo de reglas de oferta individual**.
3. Se le solicitará que escriba un nombre. Puede proporcionar el nuevo nombre del grupo o mantener el nombre existente.

## Creación de una regla

Una vez creado el grupo de reglas, cree una o más reglas en dicho grupo de reglas.

### Procedimiento

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Defina la regla utilizando las condiciones **Promocionar, Excluir, Excluir todo, Acentuar, Desacentuar** o **Desacentuar similares**.
5. Pulse **Guardar**.

### Conceptos relacionados

[“Creación de consultas de reglas”](#) en la página 28

Con la nueva interfaz de reglas, puede utilizar bloques de creación para crear las condiciones de las reglas.

[“Promociones ”](#) en la página 29

Las reglas de promoción sirven para ubicar artículos concretos al principio o al final de la lista de recomendaciones que se genera con los parámetros definidos en la oferta.

[“Acentuación de artículos ”](#) en la página 34

Utilice énfasis para colocar artículos designados al principio de la lista de recomendaciones.

[“Desacentuación de artículos ”](#) en la página 37

Puede utilizar la desacentuación para colocar artículos designados al final de la lista de recomendaciones que generado el algoritmo de venta cruzada en la oferta.

[“Exclusión de artículos ”](#) en la página 41

Puede utilizar una regla de exclusión para eliminar artículos de las listas de recomendaciones que genera el algoritmo de venta cruzada definido en la oferta.

## Tareas relacionadas

“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la [página 28](#)  
Puede limitar los destinos a los que se aplica la regla de recomendación.

## Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas

Puede limitar los destinos a los que se aplica la regla de recomendación.

## Acerca de esta tarea

Los destinos son los artículos para los que está generando recomendaciones y son los artículos a los que se aplica la regla. En algunos casos, puede que desee que una regla sólo se aplique a los destinos que cumpla con una condición específica.

Por ejemplo, desea crear una regla que solo se aplica a una marca determinada o una categoría.

## Procedimiento

1. Seleccione **Aplicar la regla a destinos que coincidan con las siguientes condiciones**.
2. Utilice **Bloques de creación de consulta de regla** para crear las condiciones para seleccionar destinos.
3. Puede crear condiciones más complejas con los bloques Grupo Y y el Grupo O.  
Con un **Grupo Y**, puede aplicar múltiples condiciones que se deben cumplir cuando seleccione los destinos. Con un **Grupo O**, solo se debe cumplir una condición cuando seleccione destinos.

## Ejemplo

Para aplicar una regla a los destinos de una marca determinada (Marca X), utilice el bloque de creación de **Marca** y especifique **es Marca X**.

## Identificar un conjunto de destinos utilizando un término de búsqueda

Cuando crea un tipo de oferta de búsqueda, puede configurar una regla de modo que solo se utilicen los destinos asociados al término de búsqueda.

## Acerca de esta tarea

## Procedimiento

1. Seleccione **Aplicar la regla a destinos que coincidan con las siguientes condiciones**.
2. En la lista de bloques **Creación de consulta de destino**, arrastre el **Término de consulta** al bloque de creación de consulta.
3. En la pantalla Editar criterio de reglas, seleccione la condición de comparación, por ejemplo, **es o contiene**.
4. Escriba el término de búsqueda en el recuadro de texto.  
Puede añadir términos de búsqueda adicionales utilizando un **Grupo OR**.
5. Guarde la regla.

## Creación de consultas de reglas

Con la nueva interfaz de reglas, puede utilizar bloques de creación para crear las condiciones de las reglas.

Cuando seleccione uno de los siguientes tipos de reglas, utilice los artículos en los **Bloques de creación de consulta de regla** para crear sus consultas de regla:

- Excluir
- Excluir todo
- Acentuar
- Desacentuar

- Desacentuar similar
- Promocionar

En el formulario más simple, puede crear una sola condición arrastrando y soltando un bloque de creación en el grupo de reglas de recomendaciones. Cuando suelte el bloque de creación, se le solicitará que evalúe la condición de comparación y el valor.

Por ejemplo, si desea excluir la Marca X de la recomendación, arrastre el bloque de creación **Marca**. Cuando se le solicite que defina la condición de comparación, seleccione **es** y luego escriba la Marca X. El bloque de creación se convierte en la **Marca es "Marca X"**.

También puede crear más condiciones complejas con el **Grupo Y** y el **Grupo O**.

Por ejemplo, si desea crear una regla que excluya la Marca X pero sólo de la categoría de ropa, arrastre el bloque de creación de la **marca** como en el ejemplo anterior. Luego, arrastre el **Grupo Y**. Esta acción coloca el bloque de creación de marca en un grupo. Arrastre el bloque de creación **Categoría** al grupo. Cuando se le solicite, seleccione **Categoría es** y seleccione la categoría **Ropa**.

### Uso de un rango de fechas predefinido en su regla

Puede utilizar los rangos de fechas predefinidos, tal como una temporada de vacaciones, verano u otro rango de fechas que desee aplicar a una regla.

Si utiliza una regla basada en fechas como la fecha de hoy o un rango de fechas válido, puede seleccionar **Utilizar rango de fechas predefinido**. Con esta opción puede seleccionar los rangos de fechas que ha especificado anteriormente.

### Tareas relacionadas

[“Cómo crear un rango de fechas predefinidas” en la página 29](#)

Puede predefinir rangos de fechas para capturar un periodo de tiempo significativo como temporadas de vacaciones o temporadas promocionales como el verano u otoño.

### Cómo crear un rango de fechas predefinidas

Puede predefinir rangos de fechas para capturar un periodo de tiempo significativo como temporadas de vacaciones o temporadas promocionales como el verano u otoño.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el panel de navegación.
2. Pulse **Rangos de fechas**.
3. Pulse **Añadir rango de fechas**.
4. Especifique un nombre del rango de fechas, como verano, y especifique las fechas de inicio y final. Puede especificarlo en cada año en el que desea repetir anualmente.

## Promociones

Las reglas de promoción sirven para ubicar artículos concretos al principio o al final de la lista de recomendaciones que se genera con los parámetros definidos en la oferta.

Hay muchas maneras de utilizar las reglas de promoción.

### Tareas relacionadas

[“Promoción de productos específicos” en la página 30](#)

Utilice las promociones de artículos para colocar artículos designados en la lista de recomendaciones.

[“Promoción de múltiples artículos en un orden determinado ” en la página 30](#)

Puede promocionar varios artículos y especificar el orden en el que se promocionan en la lista de recomendaciones.

[“Promoción de categorías ” en la página 31](#)

Utilice las promociones de categorías para colocar artículos en categorías específicas en la lista de recomendaciones.

[“Promoción con la categoría e ID del artículo ” en la página 32](#)

Utilice las promociones para colocar artículos en categorías específicas en la lista de recomendaciones.

### **Promoción de productos específicos**

Utilice las promociones de artículos para colocar artículos designados en la lista de recomendaciones.

#### **Acerca de esta tarea**

Si está introduciendo nuevos productos en el mercado o tiene artículos con un inventario amplio, puede promocionar productos por ID de producto delante de las recomendaciones de comportamiento.

También debe especificar el porcentaje de veces que se muestra el artículo al principio de la lista y el rango de fechas de la promoción.

Consulte también [“Recomendar artículos que forman parte de un conjunto”](#) en la página 64.

Para configurar promociones de productos específicos:

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Añadir regla** o abra una regla existente para editarla.
2. Seleccione **Promocionar** desde la lista desplegable.
3. En el campo de texto, especifique los ID de artículos que desea posicionar antes de las recomendaciones de comportamiento en los destinos asociados. **Los caracteres de los ID de producto deben especificarse como letras en mayúsculas.**  
Los productos que se listan aquí se posicionarán en el orden listado.
4. Seleccione el recuadro de selección **Aplicar reglas de exclusión** si quiere que esté en vigor cualquier regla existente que se aplique al artículo. Si no se selecciona este recuadro de selección, ninguna regla existente afecta a este producto promocionado.
5. Configure la **Distribución de parámetros**
  - El porcentaje de la distribución le permite controlar el porcentaje de productos de destinos asociados a los que se aplica la promoción. Por ejemplo, si se especifica la cámara Marca A como una promoción para todos los destinos del departamento de cámaras, es posible que no desee mostrar este artículo en el sitio web como la primera recomendación para *cada* producto del departamento de cámaras. Si establece el porcentaje de frecuencia en un 25%, se inserta de forma aleatoria la cámara Marca A como la primera recomendación para el 25% de los destinos del departamento de cámaras.
  - El **Nivel de prioridad** especifica cómo se gestionan estos conflictos cuando múltiples reglas de promoción entran en conflicto.
  - Orden de promoción
  - **Planificación de la promoción**
6. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Promoción de múltiples artículos en un orden determinado**

Puede promocionar varios artículos y especificar el orden en el que se promocionan en la lista de recomendaciones.

#### **Acerca de esta tarea**

Si está introduciendo nuevos artículos al mercado o si tiene artículos con un inventario amplio, puede promocionar los artículos por ID de artículo delante de las recomendaciones de comportamiento y especificar el orden en el que se recomiendan.

También debe especificar el porcentaje de veces que se muestra el artículo al principio de la lista y el rango de fechas de la promoción.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Añadir regla** o abra una regla existente para editarla.

2. Seleccione **Promocionar** desde la lista desplegable.
3. En el campo de texto, especifique los ID de artículos, uno por línea. Los artículos se recomiendan en el orden en el que aparecen en la lista.

Puede utilizar grupos de ID (un grupo por línea) para dividir los artículos en cada grupo en todos los destinos. Cada grupo de ID se utiliza como recomendación en el mismo número de destinos.

**Nota:** Todos los caracteres de los ID de producto deben especificarse en letras mayúsculas.

4. Seleccione el recuadro de selección **Aplicar reglas de exclusión** si quiere que esté en vigor cualquier regla existente que se aplique al artículo. Si no se selecciona este recuadro de selección, ninguna regla existente afecta a este producto promocionado.
5. Configure la **Distribución de parámetros**

- Puede controlar el porcentaje de destinos asociados a los que se aplica la promoción estableciendo el porcentaje de distribución. Por ejemplo, si especifica una receta de un pastel de manzana como una promoción para todos los destinos en una categoría de guarnición, podría no querer dejar mostrar este artículo en el sitio web como la primera recomendación para *cada* artículo en la categoría de guarnición. Si establece el porcentaje de frecuencia en un 25%, se inserta de forma aleatoria la receta del pastel de manzana como la primera recomendación para el 25% de los destinos de la categoría guarnición.
- El **Nivel de prioridad** especifica cómo se gestionan estos conflictos cuando múltiples reglas de promoción entran en conflicto.
- Orden de promoción
- **Planificación de la promoción**

6. Ahora debe **Guardar** la regla.

### Promoción de múltiples grupos de artículos (ejemplo)

Un ejemplo de cómo añadir dos grupos de ID de artículo para la promoción.

#### Acerca de esta tarea

Si utiliza múltiples grupos, cada grupo promocionará para el mismo número de destinos. En este ejemplo hay dos grupos. El primer destino obtiene promociones del primer grupo. El segundo destino obtiene promociones del segundo grupo. El modelo sigue en todos los destinos.

#### Procedimiento

1. Escriba los ID de artículo en el campo de texto.



2. Para promocionar también los artículos ABC123, ABC456 y ABC789, para la mitad de los destinos, pulse **Añadir ID de grupo** y escriba los ID de artículo en el siguiente campo de texto.



#### Resultados

Los ID de artículo recomendados en el siguiente orden: ITEM123, ABC123, ITEM456, ABC456, ITEM789, ABC789

#### Promoción de categorías

Utilice las promociones de categorías para colocar artículos en categorías específicas en la lista de recomendaciones.

#### Acerca de esta tarea

Si promociona artículos de temporada, puede promocionar artículos por categoría y colocarlos en la lista de recomendaciones, antes o después de las recomendaciones generadas por la oferta.

También debe especificar el porcentaje de veces que se muestra el artículo al principio de la lista y el rango de fechas de la promoción.

### Procedimiento

1. Pulse **Añadir regla** o abra una regla existente para editarla.
2. Seleccione **Promocionar** desde la lista desplegable.
3. En el campo de texto, especifique los ID de categorías, en paréntesis. **Los caracteres de los ID de producto deben especificarse como letras en mayúsculas.**  
Sólo puede promocionar los artículos más vendidos en la categoría utilizando paréntesis dobles.
4. Seleccione el recuadro de selección **Aplicar reglas de exclusión** si quiere que esté en vigor cualquier regla existente que se aplique al artículo. Si no se selecciona este recuadro de selección, ninguna regla existente afecta a este producto promocionado.
5. Configure la **Distribución de parámetros** en
  - Puede controlar el porcentaje de destinos asociados a los que se aplica la promoción estableciendo el porcentaje de distribución. Por ejemplo, si se especifica la cámara Marca A como una promoción para todos los destinos del departamento de cámaras, es posible que no desee mostrar este artículo en el sitio web como la primera recomendación para *cada* producto del departamento de cámaras. Si establece el porcentaje de frecuencia en un 25%, se inserta de forma aleatoria la cámara Marca A como la primera recomendación para el 25% de los destinos del departamento de cámaras.
  - El **Nivel de prioridad** especifica cómo se gestionan estos conflictos cuando múltiples reglas de promoción entran en conflicto.
  - Orden de promoción
  - **Planificación de la promoción**
6. Ahora debe **Guardar** la regla.

### Promoción con la categoría e ID del artículo

Utilice las promociones para colocar artículos en categorías específicas en la lista de recomendaciones.

### Acerca de esta tarea

También debe especificar el porcentaje de veces que se muestra el artículo al principio de la lista y el rango de fechas de la promoción.

Para configurar promociones de categoría:

### Procedimiento

1. Pulse **Añadir regla** o abra una regla existente para editarla.
2. Seleccione **Promocionar** desde la lista desplegable.
3. En el campo de texto, especifique los ID de categorías en paréntesis y los ID sin paréntesis. **Los caracteres de los ID de producto deben especificarse como letras en mayúsculas.**  
Sólo puede promocionar los artículos más vendidos en la categoría utilizando paréntesis dobles.
4. Seleccione el recuadro de selección **Aplicar reglas de exclusión** si quiere que esté en vigor cualquier regla existente que se aplique al artículo. Si no se selecciona este recuadro de selección, ninguna regla existente afecta a este producto promocionado.
5. Configure la **Distribución de parámetros** en
  - Puede controlar el porcentaje de destinos asociados a los que se aplica la promoción estableciendo el porcentaje de distribución. Por ejemplo, si se especifica la cámara Marca A como una promoción para todos los destinos del departamento de cámaras, es posible que no desee mostrar este artículo en el sitio web como la primera recomendación para *cada* producto del departamento de cámaras. Si establece el porcentaje de frecuencia en un 25%, se inserta de forma aleatoria la cámara Marca A como la primera recomendación para el 25% de los destinos del departamento de cámaras.

- El **Nivel de prioridad** especifica cómo se gestionan estos conflictos cuando múltiples reglas de promoción entran en conflicto.
- Orden de promoción
- **Planificación de la promoción**

6. Ahora debe **Guardar** la regla.

### Promoción de una lista de productos utilizando un valor de atributo

Utilice un atributo en EPCMF para especificar una lista de productos que recomendar.

#### Antes de empezar

Este procedimiento requiere una comprensión del archivo EPCMF. Consulte la sección sobre *EPCMF* en la publicación *IBM Product Recommendations Guía de configuración*.

#### Acerca de esta tarea

Utilice esta característica para promocionar productos específicos utilizando un atributo en el archivo EPCMF. Esto resulta útil si desea promocionar un conjunto específico de productos accesorios.

#### Procedimiento

1. Seleccione un atributo en EPCMF. En este campo, añada una lista de ID de productos que desee recomendar. Puede especificar hasta 10 ID de elementos separados por el carácter |. Por ejemplo: recID1 | recID2 | recID3 | recID4| recID5| recID6| recID7| recID8| recID9| recID10. Establezca los valores de los atributos como en el ejemplo siguiente:

Tabla 3: Entrada EPCMF de ejemplo					
Fecha de archivo	ID de cliente	ID de artículo	Nombre de elemento	ID de categoría principal de elemento	Atributo estático 9
...	...	ID de elemento de destino	Nombre de elemento de destino	...	recID1   recID2   recID3   recID 4  recID 5  recID 6  recID 7  recID 8  recID 9  recID 10

2. Suba el EPCMF utilizando IBM Digital Analytics Import.
3. En el panel de navegación de la izquierda, seleccione **Gestionar > Ofertas de producto > Atributos**
4. Busque el campo Atributos estáticos de productos de empresa correspondiente al atributo que ha seleccionado en el paso anterior (atributo estático 9).
5. Escriba un nombre para la lista de productos en el campo **Alias**, tal como "productos relacionados".
6. Identifique el tipo de datos como **Texto**.
7. Pulse **Guardar**.
8. Cree una oferta o seleccione la oferta con la que desea trabajar y abra el separador Reglas.
9. Pulse **Añadir regla** o abra una regla existente para editarla.
10. Seleccione **Promocionar** desde la lista desplegable.
11. Seleccione **Utilizar un atributo** y seleccione el alias que ha definido en este procedimiento en la lista de atributos (productos relacionados).
12. Seleccione el recuadro de selección **Aplicar reglas de exclusión** si quiere que esté en vigor cualquier regla existente que se aplique al artículo. Si no se selecciona este recuadro de selección, ninguna regla existente afecta a este producto promocionado.
13. Ahora debe **Guardar** la regla.

#### Cuándo se aplican múltiples reglas de promoción a un destino.

Mientras va desarrollando más reglas empresariales, podría encontrar que múltiples reglas han afectado el orden de su lista de recomendaciones.

Si tiene múltiples reglas de promoción que aplicar a un destino, Digital Recommendations utilice el proceso siguiente para determinar qué promoción aparece en la lista:

1. El **Nivel de prioridad** especificado en la regla. El nivel de prioridad 1 es el más alto.
2. El tipo de regla. Las reglas individuales tienen una clasificación superior a la de las reglas compartidas.
3. Cómo se ha añadido el producto. Los productos de promoción que se han añadido utilizando la interfaz de usuario tienen una clasificación superior a la de los productos que se han añadido mediante el archivo EPCMF.
4. La posición de las promociones en relación con las recomendaciones basadas en afinidad. Las promociones que se listan antes de las recomendaciones elegidas por afinidad tienen una clasificación superior a la de las promociones que se listan después de las recomendaciones elegidas por afinidad.

**Nota:** Si continúa existiendo más de una promoción con una clasificación igual, se selecciona la clasificación superior de forma aleatoria.

## Acentuación de artículos

Utilice énfasis para colocar artículos designados al principio de la lista de recomendaciones.

Hay muchas maneras de utilizar con la acentuación de artículos.

### Conceptos relacionados

[“Valor de porcentaje” en la página 34](#)

Utilice el valor de porcentaje para que las reglas de acentuación y desacentuación recomienden sólo un porcentaje de los artículos que coinciden las condiciones de reglas.

[“Valor de factor” en la página 34](#)

Utilice un valor de factor para reglas de acentuación o desacentuación para incrementar la puntuación de afinidad de artículos que coinciden con las condiciones de las reglas.

### Tareas relacionadas

[“Cómo acentuar categorías ” en la página 35](#)

Puede mover artículos que están en una o más categorías al inicio de la lista de recomendaciones.

[“Cómo acentuar artículos específicos” en la página 36](#)

Puede mover uno o varios artículos específicos a la parte frontal de la lista de recomendaciones.

[“Cómo desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 36](#)

Puede mover los artículos al frente de la lista de recomendaciones editando el criterio de regla.

[“Cómo desacentuar comparando los atributos con el destino ” en la página 36](#)

Puede mover los artículos al inicio de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

### Valor de porcentaje

Utilice el valor de porcentaje para que las reglas de acentuación y desacentuación recomienden sólo un porcentaje de los artículos que coinciden las condiciones de reglas.

Cuando se están creando las reglas de acentuación y desacentuación, tiene una opción de recomendación. Con esta opción, puede especificar el porcentaje de recomendaciones coincidentes que se utilizan.

Por ejemplo, si desea limitar una marca a sólo el 50% de las recomendaciones, puede utilizar una regla de acentuación pero debe configurar la condición para acentuar el 50% de recomendaciones y dejar el factor vacío.

Si no desea utilizar el porcentaje para alterar el número de recomendaciones, utilice el 100%.

### Valor de factor

Utilice un valor de factor para reglas de acentuación o desacentuación para incrementar la puntuación de afinidad de artículos que coinciden con las condiciones de las reglas.

Cuando se están creando las reglas de acentuación y desacentuación, tiene una opción de factor. Con esta opción, puede ajustar cuánta acentuación se debe poner en las recomendaciones que coinciden con las condiciones de regla.

Como parte del proceso de Digital Recommendations, cada recomendación se puntúa y clasifica según la potencia de su afinidad con el destino.

#### **Uso del valor de factor con reglas de acentuación**

Cuando utilice reglas de acentuación, puede utilizar el valor de factor para aumentar la puntuación de afinidad. El valor de factor aumenta la cantidad de artículos que se acentúan. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y utiliza un factor de 2, la nueva puntuación será  $500 \times 2 = 1000$ . Puede cambiar el rango de la recomendación y moverlo hacia al principio de la lista de recomendaciones.

#### **Uso del valor de factor con reglas de desacentuación**

Cuando utilice reglas de desacentuación, puede utilizar el valor de factor para reducir la puntuación de afinidad. El valor de factor aumenta la cantidad de artículos que se desacentúan. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y utiliza un factor de 2, la nueva puntuación será  $500 / 2 = 250$ . Puede cambiar el rango de la recomendación y moverlo hacia al final de la lista de recomendaciones.

#### **Cuándo múltiples factores afectan un par de recomendaciones/destinos**

Hay tres casos de ejemplo cuando se aplican múltiples factores en un par de recomendaciones de destino.

##### **Múltiples reglas de acentuación**

Si está utilizando múltiples reglas de acentuación que utilizan el valor de factor, y un par de recomendación/destino está afectado por las dos reglas, los valores de factor se combinarán. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y tiene dos valores de factor que aplicar: 2 y 3, el factor resultante es  $500 \times 2 \times 3 = 3000$ .

##### **Múltiples reglas de desacentuación**

Si está utilizando múltiples reglas de desacentuación que utilizan el valor de factor, y un par de recomendación/destino está afectado por las dos reglas, los valores de factor se combinarán. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y tiene dos valores de factor que aplicar: 2 y 3, el factor resultante es  $500 / (2 \times 3) = 83,3$ .

##### **Reglas de acentuación y desacentuación**

Si está utilizando reglas de acentuación y desacentuación que utilizan el valor de factor, y un par de recomendación/destino está afectado por las dos reglas, los valores de factor se combinarán. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y tiene 2 valores de factor que aplicar: acentuación de 2, desacentuación de 3, el factor resultante es  $(500 \times 2) / 3 = 333$ .

El valor de factor que es necesario para cambiar la clasificación de una recomendación es diferente en cada oferta, por lo necesita que múltiples factores obtengan determinados resultados.

#### **Cómo acentuar categorías**

Puede mover artículos que están en una o más categorías al inicio de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Acentuar**. Establezca **%** en 100 y deje **factor** en blanco. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el bloque de creación **Categoría** a la izquierda. Consulte [“Creación de consultas de reglas”](#) en la página 28

6. Defina la categoría en el bloque de creación **Categoría**.

7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Cómo acentuar artículos específicos**

Puede mover uno o varios artículos específicos a la parte frontal de la lista de recomendaciones.

#### **Acerca de esta tarea**

##### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Acentuar**. Establezca **%** en 100 y deje **factor** en blanco. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el bloque de construcción de ID de producto .
6. En el diálogo Editar criterio de regla, seleccione **está en la siguiente lista**, escriba una descripción y luego escriba uno o más ID, separados por comas.
7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Cómo desacentuar en función del valor de un atributo**

Puede mover los artículos al frente de la lista de recomendaciones editando el criterio de regla.

#### **Acerca de esta tarea**

##### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Acentuar**. Seleccione **Acentuar**. Establezca **%** en 100 y **factor** en 1. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el atributo que desea excluir del bloque de creación.
6. En el diálogo **Editar criterio de regla**, seleccione **contiene** y escriba el valor en el que desea evaluar el atributo.
7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Cómo desacentuar comparando los atributos con el destino**

Puede mover los artículos al inicio de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

#### **Acerca de esta tarea**

##### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28

4. Seleccione **Acentuar**. Establezca **%** en 100 y deje **factor** en blanco. Consulte [“Valor de porcentaje” en la página 34](#) y [“Valor de factor” en la página 34](#) para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el bloque de creación de atributo al que desea acentuar.
6. Habilite la opción **Comparar con destino**.
7. En el diálogo Editar criterio de regla, seleccione **contiene** y escriba el valor en el que desea evaluar el atributo y pulse **Aplicar**.
8. Ahora debe **Guardar** la regla.

**Cómo acentuar artículos que coinciden con un atributo seleccionado de la recomendación mayor**  
Puede comparar una recomendación con otra recomendación que se entrega dentro de la misma zona.

#### **Acerca de esta tarea**

Si una recomendación de menor clasificación tiene uno o varios atributos iguales a los de una recomendación de mayor clasificación, la recomendación de menor clasificación se pasa al final de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28](#)
4. Seleccione **Acentuar similares**.
5. Arrastre el bloque de creación de atributo con el que desea compararlo.
6. Ahora debe **Guardar** la regla.

#### **Desacentuación de artículos**

Puede utilizar la desacentuación para colocar artículos designados al final de la lista de recomendaciones que generó el algoritmo de venta cruzada en la oferta.

Hay muchas maneras de utilizar con la desacentuación de artículos.

#### **Conceptos relacionados**

[“Valor de porcentaje” en la página 34](#)

Utilice el valor de porcentaje para que las reglas de acentuación y desacentuación recomienden sólo un porcentaje de los artículos que coinciden las condiciones de reglas.

[“Valor de factor” en la página 34](#)

Utilice un valor de factor para reglas de acentuación o desacentuación para incrementar la puntuación de afinidad de artículos que coinciden con las condiciones de las reglas.

#### **Tareas relacionadas**

[“Desacentuación de categorías” en la página 39](#)

Puede mover artículos que están en una o más categorías al final de la lista de recomendaciones.

[“Cómo desacentuar artículos específicos de una recomendación” en la página 39](#)

Puede desacentuar uno o varios artículos específicos de la lista de recomendaciones.

[“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 39](#)

Puede mover los artículos al final de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

[“Desacentuar comparando los atributos con el destino” en la página 40](#)

Puede mover los artículos al final de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

[“Cómo desacentuar artículos que coinciden con un atributo seleccionado de la recomendación mayor” en la página 40](#)

Puede comparar una recomendación con otra recomendación que se entrega dentro de la misma zona.

### **Valor de factor**

Utilice un valor de factor para reglas de acentuación o desacentuación para incrementar la puntuación de afinidad de artículos que coinciden con las condiciones de las reglas.

Cuando se están creando las reglas de acentuación y desacentuación, tiene una opción de factor. Con esta opción, puede ajustar cuánta acentuación se debe poner en las recomendaciones que coinciden con las condiciones de regla.

Como parte del proceso de Digital Recommendations, cada recomendación se puntúa y clasifica según la potencia de su afinidad con el destino.

### **Uso del valor de factor con reglas de acentuación**

Cuando utilice reglas de acentuación, puede utilizar el valor de factor para aumentar la puntuación de afinidad. El valor de factor aumenta la cantidad de artículos que se acentúan. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y utiliza un factor de 2, la nueva puntuación será  $500*2=1000$ . Puede cambiar el rango de la recomendación y moverlo hacia al principio de la lista de recomendaciones.

### **Uso del valor de factor con reglas de desacentuación**

Cuando utilice reglas de desacentuación, puede utilizar el valor de factor para reducir la puntuación de afinidad. El valor de factor aumenta la cantidad de artículos que se desacentúan. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y utiliza un factor de 2, la nueva puntuación será  $500/2=250$ . Puede cambiar el rango de la recomendación y moverlo hacia al final de la lista de recomendaciones.

### **Cuándo múltiples factores afectan un par de recomendaciones/destinos**

Hay tres casos de ejemplo cuando se aplican múltiples factores en un par de recomendaciones de destino.

#### **Múltiples reglas de acentuación**

Si está utilizando múltiples reglas de acentuación que utilizan el valor de factor, y un par de recomendación/destino está afectado por las dos reglas, los valores de factor se combinarán. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y tiene dos valores de factor que aplicar: 2 y 3, el factor resultante es  $500*2*3=3000$ .

#### **Múltiples reglas de desacentuación**

Si está utilizando múltiples reglas de desacentuación que utilizan el valor de factor, y un par de recomendación/destino está afectado por las dos reglas, los valores de factor se combinarán. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y tiene dos valores de factor que aplicar: 2 y 3, el factor resultante es  $500/(2*3)=83,3$ .

#### **Reglas de acentuación y desacentuación**

Si está utilizando reglas de acentuación y desacentuación que utilizan el valor de factor, y un par de recomendación/destino está afectado por las dos reglas, los valores de factor se combinarán. Por ejemplo, si una recomendación tiene una puntuación de 500 y tiene 2 valores de factor que aplicar: acentuación de 2, desacentuación de 3, el factor resultante es  $(500*2)/3=333$ .

El valor de factor que es necesario para cambiar la clasificación de una recomendación es diferente en cada oferta, por lo necesita que múltiples factores obtengan determinados resultados.

### **Valor de porcentaje**

Utilice el valor de porcentaje para que las reglas de acentuación y desacentuación recomienden sólo un porcentaje de los artículos que coinciden las condiciones de reglas.

Cuando se están creando las reglas de acentuación y desacentuación, tiene una opción de recomendación. Con esta opción, puede especificar el porcentaje de recomendaciones coincidentes que se utilizan.

Por ejemplo, si desea limitar una marca a sólo el 50% de las recomendaciones, puede utilizar una regla de acentuación pero debe configurar la condición para acentuar el 50% de recomendaciones y dejar el factor vacío.

Si no desea utilizar el porcentaje para alterar el número de recomendaciones, utilice el 100%.

### **Desacentuación de categorías**

Puede mover artículos que están en una o más categorías al final de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Desacentuar**. Establezca **%** en 100 y deje **factor** en blanco. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el bloque de creación **Categoría** a la izquierda. Consulte [“Creación de consultas de reglas”](#) en la página 28
6. Defina la categoría en el bloque de creación **Categoría**.
7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Cómo desacentuar artículos específicos de una recomendación**

Puede desacentuar uno o varios artículos específicos de la lista de recomendaciones.

#### **Acerca de esta tarea**

Este tipo de regla excluye los artículos de las recomendaciones; pero no los excluye de convertirse en destinos de la oferta.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Desacentuar**. Establezca **%** en 100 y deje **factor** en blanco. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el bloque de construcción de ID de producto .
6. En el diálogo Editar criterio de regla, seleccione **está en la siguiente lista**, escriba una descripción y luego escriba uno o más ID, separados por comas.  
Para desacentuar artículos que no aparecen en la lista especificada, seleccione **no está en la siguiente lista**
7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Desacentuar en función del valor de un atributo**

Puede mover los artículos al final de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

#### **Acerca de esta tarea**

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.

2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Desacentuar**. Configure el **porcentaje** a 100 y el **factor** a 1. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el atributo que desea excluir del bloque de creación.
6. En el diálogo **Editar criterio de regla**, seleccione **contiene** y escriba el valor en el que desea evaluar el atributo.
7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Desacentuar comparando los atributos con el destino**

Puede mover los artículos al final de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

### **Acerca de esta tarea**

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Desacentuar**. Establezca **%** en 100 y deje **factor** en blanco. Consulte [“Valor de porcentaje”](#) en la página 34 y [“Valor de factor”](#) en la página 34 para obtener información sobre otras maneras de utilizar estos valores.
5. Arrastre el atributo que desea excluir del bloque de creación.
6. Habilite la opción **Comparar con destino**.
7. En el diálogo **Editar criterio de regla**, seleccione **contiene**, escriba el valor en el que desea evaluar el atributo y pulse **Aplicar**.
8. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Cómo desacentuar artículos que coinciden con un atributo seleccionado de la recomendación mayor**

Puede comparar una recomendación con otra recomendación que se entrega dentro de la misma zona.

### **Acerca de esta tarea**

Si una recomendación de menor clasificación tiene uno o varios atributos iguales a los de una recomendación de mayor clasificación, la recomendación de menor clasificación se pasa al final de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Desacentuar similares**.
5. Arrastre el bloque de creación de atributo con el que desea compararlo.  
Si no puede arrastrar un bloque de creación de atributos, es posible que el atributo no esté habilitado. Para habilitar un atributo, consulte [“Habilitar los atributos que tienen reglas de desacentuación similares”](#) en la página 41.
6. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Habilitar los atributos que tienen reglas de desacentuación similares**

Los atributos disponibles para desacentuar por similitud deben configurarse. Si no puede arrastrar un bloque de creación de atributos después de crear una regla de desacentuación por similitud, utilice este procedimiento para que el bloque de creación de atributos esté disponible.

#### **Procedimiento**

1. En la navegación lateral, seleccione **Gestionar > Configuración de la oferta**.
2. En la sección **Atributos para incluir en la respuesta de la oferta**, mueva el atributo desde **Disponible** a **Seleccionado**.

### **Cuándo se aplican múltiples reglas de desacentuación en las recomendaciones**

Mientras va desarrollando más reglas empresariales, podría encontrar que múltiples reglas han afectado el orden de su lista de recomendaciones.

Por ejemplo, si tiene una oferta que genera cuatro recomendaciones: A, B, C, D y tiene una regla que desacentúa las recomendaciones A, C y D, el nuevo orden de la lista es B, A, C, D. Si tiene una segunda regla que desacentúa las recomendaciones A y C, el orden será B, D, A, C.

Este cambio de orden puede ocurrir siempre que haya una combinación de reglas de desacentuación que incluya los siguientes tipos:

- Desacentuar por categoría
- Desacentuar artículos específicos
- Desacentuar en función del valor de un atributo
- Desacentuar comparando los atributos con el destino

**Nota:** Las reglas que utilizan una desacentuación ya no desacentúan artículos en una lista de recomendaciones. Un ejemplo del tipo de regla sería “Desacentuar artículos que coinciden con el atributo seleccionado de un recomendación con mayor clasificación ” en la página 64

## **Exclusión de artículos**

Puede utilizar una regla de exclusión para eliminar artículos de las listas de recomendaciones que genera el algoritmo de venta cruzada definido en la oferta.

Hay muchas maneras de utilizar las reglas de exclusión.

### **Tareas relacionadas**

“Cómo excluir categorías de una recomendación ” en la página 41

Puede excluir artículos que están en una o varias categorías de la lista de recomendaciones.

“Cómo excluir artículos específicos de la recomendación” en la página 42

Puede excluir uno o varios artículos específicos de la lista de recomendaciones.

“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 42

Excluya artículos de la lista de recomendaciones según el valor de un atributo especificado.

“Excluir comparando los atributos con el destino” en la página 43

Excluya artículos de la lista de recomendaciones según el valor de un atributo especificado.

“Cómo excluir todas las recomendaciones de un destino” en la página 43

Puede crear una regla que no produce recomendaciones de un artículo o una categoría.

### **Cómo excluir categorías de una recomendación**

Puede excluir artículos que están en una o varias categorías de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.

3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28](#)
4. Seleccione **Excluir**.
5. Cree la consulta de regla para ver las recomendaciones que se deben excluir. Consulte [“Creación de consultas de reglas” en la página 28](#)
6. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Cómo excluir artículos específicos de la recomendación**

Puede excluir uno o varios artículos específicos de la lista de recomendaciones.

#### **Acerca de esta tarea**

**Nota:** Este tipo de regla excluye los artículos de las recomendaciones; pero no los excluye de convertirse en destinos de la oferta.

También es posible excluir todos los artículos que NO aparecen en la lista. Esta característica está pensada para imprimir catálogos o recomendaciones del centro de asistencia telefónica en los que las recomendaciones solo pueden incluir artículos en una lista especificada. Excluir artículos que no estén en la lista puede habilitar las ventas cruzadas en el mismo catálogo así como permitir al representante del centro de asistencia telefónica que ofrezca recomendaciones que se restringen al catálogo impreso específico que el interlocutor tiene en la mano.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28](#)
4. Seleccione **Excluir**.
5. Arrastre el bloque de construcción de ID de producto .
6. En el diálogo Editar criterio de regla, seleccione **está en la siguiente lista**, escriba una descripción y luego escriba uno o más ID, separados por comas.  
Para excluir artículos que no aparecen en la lista especificada, seleccione **no está en la siguiente lista**
7. Ahora debe **Guardar** la regla.

### **Exclusión basada en el valor de un atributo**

Excluya artículos de la lista de recomendaciones según el valor de un atributo especificado.

#### **Acerca de esta tarea**

Este tipo de regla excluye los artículos de las recomendaciones; pero no los excluye de convertirse en destinos de la oferta.

#### **Procedimiento**

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28](#)
4. Seleccione **Excluir**.
5. Arrastre el atributo que desea excluir del bloque de creación.
6. En el diálogo Editar criterio de regla, seleccione **contiene** y escriba el valor en el que desea evaluar el atributo.
7. Pulse **Aplicar**.
8. Ahora debe **Guardar** la regla.

## Excluir comparando los atributos con el destino

Excluya artículos de la lista de recomendaciones según el valor de un atributo especificado.

### Acerca de esta tarea

Este tipo de regla excluye los artículos de las recomendaciones; pero no los excluye de convertirse en destinos de la oferta.

### Procedimiento

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla en **Todos los destinos** o limite los destinos con un conjunto de condiciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
4. Seleccione **Excluir**.
5. Arrastre el atributo que desea excluir del bloque de creación.
6. Habilite la opción **Comparar con destino**.
7. En el diálogo Editar criterio de regla, seleccione **contiene** un atributo de texto como el nombre del artículo o marca o seleccione **[=]igual** para un atributo numérico como el precio o inventario.
8. Escriba el valor en el que desea evaluar el atributo y pulse **Aplicar**.
9. Ahora debe **Guardar** la regla.

## Cómo excluir todas las recomendaciones de un destino

Puede crear una regla que no produce recomendaciones de un artículo o una categoría.

### Acerca de esta tarea

Puede ser útil para productos de garantía o tarjetas regalo, en los que no tiene sentido recomendar productos específicos.

### Procedimiento

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Seleccione aplicar la regla a **destinos que coincidan con la siguiente condición**.
4. Cree una condición para identificar el artículo para el que no desea que se generen recomendaciones. Consulte [“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas”](#) en la página 28
5. Seleccione **Excluir todo**.
6. Ahora debe **Guardar** la regla.

## Inclusión de un artículo en la lista negra

Puede crear una regla de lista negra, cuando sea necesario, para eliminar artículos de las recomendaciones de forma inmediata.

### Acerca de esta tarea

Una regla de lista negra evita que la lista especificada de los ID de artículo aparezca como una recomendación en todas las zonas aproximadamente 1 hora después de publicar la lista negra. La regla de lista negra está pensada para que se utilice solo en situaciones de emergencia en las que se determina que se debe eliminar un artículo de las recomendaciones de forma inmediata. Una exclusión de lista negra se mantiene hasta que el artículo se retira de la regla de lista negra. Para excluir artículos de una zona u oferta y no de todas las zonas, vaya a la interfaz de reglas de Digital Recommendations y crear una regla de lista de exclusión para todos los artículos. Se debe crear una lista de exclusión para cada oferta activa.

**Nota:** Si no tiene permiso para editar ofertas, no puede utilizar la función Lista negra de recomendaciones.

Para crear una regla de lista negra:

### Procedimiento

1. Determine los ID de artículo que se van a añadir a la regla de lista negra.
2. Vaya a la página **Gestionar > Lista negra de recomendación**.
3. Escriba los ID en el recuadro de lista. Utilice sólo mayúsculas. Pulse **Guardar**.
4. Ejecute Publicar cambios de configuración para completar la actualización de la lista negra. Para obtener más información, consulte [“Publicación de cambios de configuración”](#) en la página 50.

### Eliminación de un artículo de la lista negra

Puede eliminar el artículo de la lista negra de modo que esté disponible para su recomendación.

### Acerca de esta tarea

Para que un artículo figure como disponible para las recomendaciones, siga estos pasos:

### Procedimiento

1. Determine los ID que se van a eliminar de la regla de lista negra.
2. Vaya a la página **Gestionar > Lista negra de recomendación**.
3. Elimine los ID del recuadro de lista.
4. Pulse **Guardar**.
5. Ejecute Publicar cambios de configuración para completar la actualización de la lista negra. Para obtener más información, consulte [“Publicación de cambios de configuración”](#) en la página 50.

## Ejemplo de reglas empresariales

Utilice estos ejemplos como modelos para crear sus propias reglas o para comprender mejor cómo crear reglas.

Los siguientes son algunas reglas empresariales de ejemplo. Para mostrar el uso de consultas de reglas, el destino en este primer conjunto de reglas es **Todos los destinos**.

Ejemplo	Procedimiento a seguir	Aplicar la regla a	Detalles de regla
1. Incluye una garantía con cada producto, pero no vende las garantías por separado. Por lo tanto, nunca querrá que las garantías aparezcan como recomendaciones.	<a href="#">“Cómo excluir categorías de una recomendación”</a> en la <a href="#">página 41</a>	Todos los destinos	Excluir > Categoría > seleccione la Categoría > seleccione la categoría Garantía
2. Desea promover una mayor variedad de productos, por lo que no quiere incluir recomendaciones dentro del mismo nivel de categoría del producto de destino.	<a href="#">“Cómo excluir categorías de una recomendación”</a> en la <a href="#">página 41</a>	Todos los destinos	Excluir>Categoría >seleccionar las primeras categorías padre que son iguales que la primera categoría padre del destino

Tabla 4: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos (continuado)

Ejemplo	Procedimiento a seguir	Aplicar la regla a	Detalles de regla
3. Se incluye un producto gratuito con cada pedido y no desea que aparezca este producto como recomendación.	“ <u>Cómo excluir artículos específicos de la recomendación</u> ” en la <u>página 42</u>	Todos los destinos	Excluir > ID de producto > el ID de producto está en la siguiente lista >Añadir el ID de producto gratuito a la lista
4. Tiene un producto más vendido que no necesita ser recomendado.	“ <u>Cómo excluir artículos específicos de la recomendación</u> ” en la <u>página 42</u>	Todos los destinos	Excluir > ID de producto > el ID de producto está en la siguiente lista >Añadir el ID de producto vendido a la lista
5. No desea recomendar productos que tengan un inventario inferior a 10 unidades.	“ <u>Exclusión basada en el valor de un atributo</u> ” en la <u>página 42</u>	Todos los destinos	Excluir>Inventario > Inventario [<] es inferior a 10
6. Sólo desea recomendar productos con otro nombre de la marca que el producto de destino.	“ <u>Exclusión basada en el valor de un atributo</u> ” en la <u>página 42</u>	Todos los destinos	Excluir> Marca > La marca es X
7. Sólo desea recomendar productos de la misma marca que el producto de destino.	“ <u>Exclusión basada en el valor de un atributo</u> ” en la <u>página 42</u>	Todos los destinos	Excluir> Marca > La marca no es X
8. No desea recomendar productos con un precio inferior a 5\$.	“ <u>Desacentuar en función del valor de un atributo</u> ” en la <u>página 39</u>	Todos los destinos	Excluir > Precio > El precio [<] es inferior a 5
9. Vende tarjetas de regalo (ID de producto 005531), sin embargo, sólo desea recomendarlas si no hay otras recomendaciones.	“ <u>Cómo desacentuar artículos específicos de una recomendación</u> ” en la <u>página 39</u>	Todos los destinos	Desacentuar > ID de producto > el ID de producto está en la siguiente lista <i>ID del producto de la tarjeta regalo</i>
10. Desea que los productos con un inventario de menos de 20 unidades se muestre al final de la lista de recomendaciones.	“ <u>Desacentuar en función del valor de un atributo</u> ” en la <u>página 39</u>	Todos los destinos	Desacentuar >Inventario > Inventario [<] es inferior a 20
11. Desea que los productos cuyo precio sea inferior a 10 \$ aparezcan al final de la lista de recomendaciones.	“ <u>Desacentuar en función del valor de un atributo</u> ” en la <u>página 39</u>	Todos los destinos	Desacentuar > Precio > El precio [<] es inferior a 10

Tabla 4: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos (continuado)

Ejemplo	Procedimiento a seguir	Aplicar la regla a	Detalles de regla
12. Desea que los productos en liquidación aparezcan al final de la lista de recomendaciones.	“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 39	Todos los destinos	Desacentuar > Venta (atributo) > la Venta está de liquidación
13. Desea que productos de la misma marca como el producto de destino se incluyan como recomendación, pero sólo al final de la lista de recomendaciones.	“Desacentuar comparando los atributos con el destino” en la página 40	Todos los destinos	Desacentuar por > la Marca es la misma
14. Puede promocionar productos de varias categorías. Si una recomendación está en la misma categoría que una recomendación clasificada en un nivel superior, desea moverla al final de la lista de recomendaciones.	“Desacentuar comparando los atributos con el destino” en la página 40	Todos los destinos	Desacentuar por > la Categoría es la misma
15. Puede promocionar productos de varias marcas. Si una recomendación tiene el mismo nombre de marca que una recomendación clasificada en un nivel superior, desea moverla al final de la lista de recomendaciones.	“Desacentuar comparando los atributos con el destino” en la página 40	Todos los destinos	Desacentuar por > la Marca es la misma
16. En caso de productos de cámaras, el usuario quiere productos de la misma marca a un nivel más alto en la lista de recomendaciones.	“Cómo acentuar artículos que coinciden con un atributo seleccionado de la recomendación mayor” en la página 37	Todos los destinos	Acentuar el 100% de productos por un factor de 1 donde: > Marca > Comparar con destino > es la misma que la marca de destino
17. Desea acentuar una marca determinada (Marca X) en una lista de recomendaciones pero desea un máximo del 50% de recomendaciones de dicha marca.	“Cómo desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 36 “Valor de porcentaje” en la página 34	Todos los destinos	Acentuar el 50% de productos por un factor de 1 donde: > Marca > es la Marca X

Tabla 4: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos (continuado)

Ejemplo	Procedimiento a seguir	Aplicar la regla a	Detalles de regla
18. Desea acentuar los artículos en liquidación y desea que aparezcan más cerca de la parte frontal de la lista de recomendaciones.	<p>“Cómo desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 36</p> <p>“Valor de factor” en la página 34</p>	Todos los destinos	Acentuar el 100% de productos por un factor de 2 donde: > la Venta está de liquidación

Tabla 5: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos

Ejemplo	Procedimiento a seguir	Aplicar la regla a	Detalles de regla
Tiene inventario en exceso de un producto y generar más ventas. Desea que el producto se muestre como una recomendación para todos los productos.	<p>“Promoción de productos específicos” en la página 30</p>	Todos los destinos	Promocionar determinados artículos>Por ID especificado>añadir a una lista de ID a promocionar

A continuación, encontrará algunas reglas empresariales de ejemplos adicionales que utilizan una combinación de **objetivo de regla**, **Tipo de regla**, y **Clase de regla**.

Tabla 6: Reglas empresariales de ejemplo para productos- Otros destinos

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Aplicar la regla a	Tipo de regla y bloques de creación
19. Desea vender tarjetas regalo pero no desea recomendaciones que se hayan generado en base a la página del producto visto de la tarjeta regalo.	<p>“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28</p> <p>“Cómo excluir todas las recomendaciones de un destino” en la página 43</p>	Los destinos coinciden con las siguientes condiciones > ID del producto > ID del producto de la tarjeta regalo	Excluir todo
20. En caso de productos de destino cuyo precio sea inferior a 10\$, sólo recomiende productos que sean inferiores a 10\$.	<p>“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28</p> <p>“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 42</p>	Destinos que coinciden con las siguientes condiciones > Precio > El precio [<] es inferior a 10	Excluir > Exclusión de recomendación donde: > Precio [>] es mayor que 10
21. En el caso de los productos de destino de más de 200\$, no desea recomendar productos cuyo precio sea inferior (60%) al del destino.	<p>“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28</p> <p>“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 42</p>	Destinos que coinciden con las siguientes condiciones > Precio > El precio [>] es mayor que 200	Excluir > Exclusión de recomendación donde: > Precio [<] es inferior a 120

Tabla 6: Reglas empresariales de ejemplo para productos- Otros destinos (continuado)

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Aplicar la regla a	Tipo de regla y bloques de creación
22. Para el ID del producto de cámaras 008221, sólo desea recomendar producto de la marca X.	<p>“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28</p> <p>“Promoción de productos específicos” en la página 30</p>	Los destinos coinciden con la siguiente condición > ID del producto > 008221	Excluir > Exclusión de recomendación donde: > la Marca no es Marca X.

Tabla 7: Reglas empresariales de ejemplo para productos- Otros destinos

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Aplicar la regla a	Tipo de regla y bloques de creación
Tiene una cámara nueva que desea ascender para un producto de destino en la categoría de cámaras. Esta promoción dura 90 días.	<p>“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28</p> <p>“Promoción de categorías ” en la página 31</p>	Los destinos coinciden con las siguientes condiciones > Categoría > la Categoría es ID de categoría de cámaras	Promocionar > Por ID especificados > ID de producto de la nueva cámara > Programa de promoción > Rango de fechas especificado > fecha de inicio y finalización del periodo de venta de 90 días
Desea que una categoría de productos que tiene un margen de beneficio inferior (El nombre de categoría es <i>Dólar</i> ) que aparezca sólo al final de la lista de recomendaciones.	<p>“Definición de condiciones para seleccionar destinos de reglas” en la página 28</p> <p>“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 42</p>	Los destinos coinciden con la siguiente condición > Categorías > <i>Dólar</i>	Desacentuar el 100% de las recomendaciones por un factor de 1 donde: > Margen de beneficio > Margen de beneficio [<] es inferior a 5

## Visualización del efecto de las reglas en la oferta

Después de que una oferta se haya activado y procesado una vez, puede ver el efecto de las reglas que ha creado visualizando las estadísticas de reglas. Las estadísticas de reglas pueden ayudarle en la resolución de problemas y a mejorar los procesos de reglas.

### Procedimiento

1. Asegúrese de que la oferta de la que desea ver sus estadísticas está activa.
2. Seleccione la oferta para ver sus estadísticas de reglas.
3. Pulse el separador **Estadísticas de reglas** para ver el número de artículos excluidos, desacentuados, acentuados o promocionados por cada regla que ha creado.

### Descripción de la vista de estadísticas de reglas

Puede ver cómo las reglas han afectado a los resultados de la oferta. También puede abrir reglas individuales.

### Destinos iniciales

El número de destinos que se generan para la oferta.

### **Destinos finales**

El número de destinos que han generado recomendaciones después de aplicar cualquier regla de destino.

### **Reglas**

El número de reglas activas para la oferta.

### **Candidatos para recomendaciones iniciales**

Los candidatos para recomendaciones antes de que se aplique cualquier regla. El valor **Promedio / Destino** es el número medio de recomendaciones generadas por los **Destinos iniciales**.

### **Excluido por valores EPCMF**

El número y el porcentaje de candidatos que se han eliminado debido a que no estaban en el archivo EPCMF más reciente. Estas exclusiones pueden producirse si ha actualizado su archivo EPCMF recientemente y se han eliminado algunos artículos.

### **Excluido por métricas no válidas**

El número y el porcentaje de candidatos que se han excluido debido a que un atributo numérico contenía un valor numérico no válido. Estas exclusiones pueden ocurrir si una columna, tal como la cantidad, tiene un valor no numérico.

### **Excluido por reglas**

El número y el porcentaje de candidatos que se han excluido mediante todas las reglas de exclusión en la oferta. En la parte inferior de la pantalla, puede ver un resumen y un enlace a las reglas que han afectado a la oferta.

### **Acentuado**

El número y el porcentaje de candidatos que se han acentuado mediante todas las reglas de acentuación en la oferta. En la parte inferior de la pantalla, puede ver un resumen y un enlace a las reglas que han afectado a la oferta.

### **Desacentuado**

El número y el porcentaje de candidatos que se han desacentuado mediante todas las reglas de desacentuación en la oferta. En la parte inferior de la pantalla, puede ver un resumen y un enlace a las reglas que han afectado a la oferta.

### **Promociones añadidas**

El número y el porcentaje de candidatos que se han promocionado mediante todas las reglas de promoción en la oferta. En la parte inferior de la pantalla, puede ver un resumen y un enlace a las reglas que han afectado a la oferta.

### **Recesiones añadidas**

El número y el porcentaje de candidatos que se han añadido debido a que se ha seleccionado la opción Habilitar recesiones de recomendaciones como parte de los valores de la oferta. Si se añade una recesión y posteriormente se elimina mediante una regla de exclusión, dicha recesión no se incluye en las estadísticas **Recesiones añadidas**.

### **Recomendaciones finales**

El número de recomendaciones generadas después de que se hayan aplicado todas las reglas. El valor **Promedio / Destino** es el número medio de recomendaciones generado por los **Destinos finales**.

### **Marcar con distintivos las reglas que excluyen a demasiados candidatos**

Cuando crea reglas, existe el riesgo de eliminar a demasiados candidatos de recomendaciones. Puede marcar con distintivos las reglas que eliminan demasiadas recomendaciones.

### **Procedimiento**

1. Abra el separador Estadísticas de reglas de la oferta.
2. Establezca las reglas de distintivos que eliminan a más del x% del parámetro de recomendaciones con la barra deslizante.

El valor predeterminado es 50%.

## Resultados

Si el número de recomendaciones excluidas supera el umbral que ha establecido, el valor de % aparece en rojo y se muestra un círculo rojo en la barra de encabezamiento de la regla.

## Prueba de variaciones de reglas

Puede utilizar reglas de prueba para crear variaciones de una regla y comparar los resultados de la salida.

Las reglas de prueba le permiten crear alternativas a las reglas que ya están creadas. Esto le permite crear variaciones de la regla y comparar el resultado. Si observa que una regla alternativa ofrece mejor resultados, puede convertirla en la regla activa.

Las reglas de prueba no se ejecutan durante la fase de producción. Sin embargo, si la oferta para la que está probando las variaciones de la regla se ha ejecutado al menos una vez, puede ver el efecto que tiene una regla de prueba utilizando la función Vista previa. En la función Vista previa, se muestra el nombre de la regla de prueba para cualquier recomendación que esté afectada por la regla de prueba.

### Creación de una regla de prueba

Puede crear una regla de prueba para comparar las configuraciones de reglas alternativas.

### Acerca de esta tarea

Solo puede crear una regla de prueba para cada regla de la oferta.

### Procedimiento

1. Vaya a la oferta para la que desea crear una regla de prueba.
2. Pulse el separador **Reglas**.
3. Identifique la regla que desea utilizar como base para la regla de prueba.
4. En la columna **Acción**, pulse el icono **Crear regla de prueba**.

Se crea una regla nueva con el nombre <Regla> de prueba, donde <Regla> es el nombre de la regla a partir de la cual ha creado la regla de prueba.

5. Pulse el nombre de la regla de prueba.
6. Realice los cambios que desee en la regla de prueba para compararla con la regla original.

### Conversión de una regla de prueba en una regla real

Si prefiere los resultados que obtiene de su regla de prueba, puede sustituir la regla original por la regla de prueba.

### Acerca de esta tarea

Si convierte la regla de prueba en una regla real, los detalles de la regla de prueba sustituyen los detalles de la regla real en la que esta basada la regla de prueba.

### Procedimiento

1. Vaya a la oferta para la que desea convertir una regla de prueba.
2. Pulse el separador **Reglas**.
3. Identifique la regla que desea convertir.
4. En la columna **Acción**, pulse el icono **Promocionar a regla real**.

## Publicación de cambios de configuración

Puede cambiar y publicar las configuraciones si se requieren ajustes.

### Acerca de esta tarea

Los siguientes son ejemplos de cuándo es necesario modificar las configuraciones:

- Configuración de prueba A/B: los resultados de la prueba A/B no van bien. La prueba A/B se debe detener inmediatamente.

- Configuración de zona: debe ver cuatro recomendaciones en la página en lugar de tres.
- Planes de recomendación: debe cambiar un paso en un plan de recomendaciones.

En los casos anteriores, después de completar el cambio, efectúe los pasos siguientes:

### Procedimiento

1. Seleccione **Visión general del sistema**.
2. Pulse en **Publicar cambios de configuración**.

### Resultados

El sistema publica los cambios y los cambios entran en vigor en un plazo aproximado de 1 o 2 horas.

**Nota:** Este procedimiento no actualiza las reglas empresariales.

## Configurar reglas empresariales para ofertas mediante la nueva interfaz de reglas

La política de regla empresarial define qué hace el proceso de la oferta cuando se aplica una regla que evalúa un atributo pero un artículo no tiene un valor o tiene un valor no válido para dicho atributo.

Durante las primeras etapas de la implementación, su EPCMF se ha configurado para las transferencias de datos regulares. Parte de dicha configuración ha determinado la acción que se debe realizar cuando un producto no tiene un valor para un atributo que una regla está intentando evaluar.

Por ejemplo, si tiene aplicada una regla de marca, si faltan los datos de la marca, el artículo se excluirá o se incluirá en la lista de recomendaciones en función de los datos y del criterio de las reglas. Es posible que tenga una marca interna que se indique mediante un valor nulo en el atributo Marca. En este caso, si especifica que un valor nulo es igual a true, la regla de marca excluye la marca interna de la lista de recomendaciones. Si especifica que un valor nulo es igual a false, la regla de marca incluye la marca interna junto con las otras marcas no coincidentes.

El administrador ha implementado las reglas durante las fases de transferencia de datos preliminares de su implementación de Digital Recommendations y ha configurado políticas de reglas empresariales adecuadas en los valores de Configuración de la oferta (**Gestionar > Configuración de la oferta**). Consulte también [“Configuración de políticas de reglas empresariales para ofertas mediante la interfaz de reglas de herencia”](#) en la página 70.

Más consideraciones:

- La política de regla empresarial es global para todas las reglas y no se puede especificar por conjunto de reglas o por una regla individual.
- Para minimizar la supresión excesiva de artículos recomendados debido a que les faltan datos, defina el ámbito de las reglas empresariales de modo que únicamente afecten a los conjuntos de destinos específicos a los que se aplica la regla. Por ejemplo, suponga que tiene un conjunto de artículos, en la categoría de electrónica, que se han de excluir de las recomendaciones en función del producto. Cuando defina los artículos de destino para esta regla, defina los destinos de la regla para que solo sean aplicables a los destinos de la categoría de electrónica. Esta práctica impide que el sistema de reglas procese esta regla por todo el catálogo y restringe exclusiones basadas en que faltan datos únicamente para el departamento de electrónica.

### Creación de una política de valor nulo para evaluar artículos en base a una regla

Cuando utilice la nueva interfaz de reglas, utilice este procedimiento para crear una política para evaluar artículos en base a una regla cuando dichos artículos tengan un valor nulo.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Atributos** en **Ofertas de producto**.
3. En **Comportamiento del atributo en el proceso de reglas**, seleccione una de estas opciones bajo **Cuando se compara un atributo que no tiene un valor con un valor especificado en una regla**:

- Tratar la comparación como true. Si selecciona esta opción, cuando se evalúan los atributos que no tienen ningún valor en base a una regla, la comparación se trata como coincidente con la regla.
- Tratar la comparación como false. Si selecciona esta opción, cuando se evalúan los atributos que no tienen ningún valor en base a una regla, la comparación se trata como no coincidente con la regla.

### Creación de una política de valor nulo para comparar recomendaciones para el destino

Cuando utilice la nueva interfaz de reglas, utilice este procedimiento para crear una política para comparar un valor de atributo entre una recomendación y el destino.

#### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Atributos** en **Ofertas de producto**.
3. En **Comportamiento del atributo en el proceso de reglas**, seleccione una de estas opciones bajo **Cuando se compara un atributo de recomendación con un atributo de destino y cualquiera de los atributos no tiene ningún valor o los dos atributos no tienen ningún valor**:
  - Tratar la comparación como true. Si selecciona esta opción, todos los casos en los que un atributo no tiene ningún valor, la comparación se trata como coincidente en los dos valores.
  - Tratar la comparación como false. Si selecciona esta opción, todos los casos en los que un atributo no tiene ningún valor, la comparación se trata como no coincidente en los dos valores.

### Creación de una política de atributo no válido

En las ofertas que utilizan la nueva interfaz de reglas, tiene 3 opciones para protegerse ante atributos no válidos o con formato incorrecto.

#### Acerca de esta tarea

Un ejemplo común de un atributo no válido es un valor no numérico en un campo numérico.

#### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Atributos** en **Ofertas de producto**.
3. En **Comportamiento del atributo en el proceso de reglas**, seleccione una de estas opciones bajo **Cuando un atributo numérico tiene un valor no válido**:
  - No generar recomendaciones para la oferta, forzar corrección del valor antes de continuar. Si selecciona esta opción, no se ejecutan ofertas hasta que se hayan corregido los atributos.
  - Tratar el valor como si no tuviera ningún valor y utilizar los valores de comparación anteriores. Si selecciona esta opción, el valor no válido se trata como un nulo y se evalúa basándose en las políticas para valores nulos. Consulte la sección [“Creación de una política de valor nulo para evaluar artículos en base a una regla”](#) en la página 51 y la sección [“Creación de una política de valor nulo para comparar recomendaciones para el destino”](#) en la página 52
  - No incluir el artículo con el valor no válido en el atributo. Seleccione esta opción para no recomendar el artículo con el valor no válido.

## Definiciones de campos para atributos y más valores

Información de referencia para atributos y más valores.

<i>Tabla 8: Información de referencia para <b>Configuración de la oferta</b> &gt; <b>Ofertas de producto</b> &gt; <b>Atributos</b></i>	
<b>Campo</b>	<b>Descripción</b>
Atributo	Nombre del atributo. Este valor está definido en EPCMF.
Alias	Nombre común asociado al atributo. Este valor está definido en EPCMF.

Tabla 8: Información de referencia para **Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Atributos** (continuado)

<b>Campo</b>	<b>Descripción</b>
Tipo de datos	Indica el tipo de datos que describe el alias. Este valor está definido en EPCMF.
Valor predeterminado	El valor que el proceso de datos por lotes proporciona si los artículos del archivo de datos que se está procesando no tiene especificado un valor para este atributo.
Prefijo de atributo	En la mayoría de los casos, el prefijo del atributo es el valor que se añade al principio del valor de atributo cuando se incluye en los datos de la respuesta. Para los atributos designados en los valores especiales como URL para recomendaciones basadas en imágenes, este valor se utiliza para crear los URL durante la ejecución.
Atributo que contiene URL de imagen	Da soporte a la característica de recomendación basada en imágenes y la vista de imagen para las visualizaciones previas. El atributo que proporciona el URL de una imagen en miniatura del producto.
Atributo que contiene URL de producto	Da soporte a la característica de recomendación basada en imágenes. El atributo que proporciona el URL de la página principal del artículo en su sitio web.
Prefijo alternativo para imágenes en las recomendaciones de imagen	Habilítelo si desea utilizar un prefijo diferente para recomendaciones de imagen. Escriba el prefijo en el recuadro de texto.
Si cualquier atributo utilizado en una regla no tiene ningún valor y no se ha especificado un valor predeterminado	Estas opciones designan cómo se deben interpretar artículos con valores nulos para los atributos evaluados como reglas empresariales. Si selecciona TRUE, un artículo con un valor nulo para el atributo que se está considerando se excluirá en la lista de recomendaciones. Si selecciona FALSE, se incluirá.
Si cualquier atributo utilizado en una regla tiene un valor no válido en una comparación:	Estas opciones designan qué proceso de oferta se hace con atributos no válidos. El proceso de oferta puede utilizar el valor predeterminado (si se especifica uno) o puede detener el proceso y visualizar un mensaje de error.
Disponible	Una lista de todos los atributos que pueden utilizarse en los datos de la respuesta HTTP para una lista de recomendaciones que se ha de visualizar en una zona de sitio de su sitio web.
Seleccionado	Los atributos que se incluyen en la respuesta HTTP.

Tabla 9: Información de referencia para **Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores**

<b>Campo</b>	<b>Descripción</b>
Antigüedad de los datos (sesión)	Haga clic en <b>Agregar rango de horas</b> para añadir un rango de tiempo para los datos relacionados con la sesión. La antigüedad de los datos, en días, es decir ponderar mediante el valor especificado en el campo <b>Ponderación de afinidad</b> . Por ejemplo, si especifica 3, los datos con una antigüedad de más de tres días tienen especificada la ponderación de afinidad.
Ponderación de afinidad (sesión)	El valor, como porcentaje, que se aplica a los datos que cumplen con el valor especificado en el campo <b>Antigüedad de los datos</b> .

Tabla 9: Información de referencia para **Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores** (continuado)

Campo	Descripción
Antigüedad de los datos (compra por compra)	Haga clic en <b>Agregar rango de horas</b> para añadir un rango de tiempo para los datos de compra por compra. La antigüedad de los datos, en días, es decir ponderar mediante el valor especificado en el campo <b>Ponderación de afinidad</b> . Por ejemplo, si especifica 3, los datos con una antigüedad de más de tres días tienen especificada la ponderación de afinidad.
Ponderación de afinidad (compra por compra)	El valor, como porcentaje, que se aplica a las compras que se realizan en el periodo de tiempo especificado en el campo Días entre sucesos.
Formato de archivo	Las siguientes opciones de formato están disponibles para sus archivos de salida: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabular: da formato a los datos, de modo que cada fila representa un solo destino y tiene tantas columnas como recomendaciones.</li> <li>• En serie: da formato a los datos, de modo que cada fila representa una recomendación. Con este formato, cada destino tiene varias filas (una para cada recomendación).</li> </ul>
Tipo de rango	Los valores siguientes se utilizan para indicar la prioridad de una recomendación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntuación: la puntuación de afinidad calculada para la recomendación</li> <li>• Rango: la posición del artículo en la lista de recomendaciones. Esto es, el artículo con la puntuación de afinidad más alta tendrá el rango de 1.</li> </ul>
Incluir cabeceras de archivo	Solo para archivos tabulares. Indica si desea incluir en la salida los comentarios y metadatos que describen el contenido del archivo. El valor que seleccione depende del mecanismo de proceso de datos que utilizan los archivos de salida. Algunos mecanismos pueden deshacer la cabecera y otros no. Si su proceso no puede deshacer la cabecera, desmarque esta opción para suprimir el archivo de cabecera.

## Impacto de categorías en desuso en las reglas

Durante el proceso de recomendaciones, si se encuentra que una regla tiene categorías en desuso, la regla no se aplica/incluye en el proceso de oferta. Se excluye y se añade una excepción a la tabla de errores de las reglas. El resto de las reglas son válidas, y se aplican a la oferta para procesar dicha oferta.

Se considera que una categoría está en desuso si se elimina del archivo de definición de categorías de productos de empresa (ECDF) o si cambia su ubicación en la jerarquía de categorías. Si las reglas están basadas en una categoría en desuso, es posible que la regla falle.

Cuando Digital Recommendations encuentra una regla que hace referencia a una categoría en desuso, la ignora y continúa procesando las reglas posteriores. Este proceso asegura que la oferta continúe generando recomendaciones.

Digital Recommendations también proporciona distintos métodos de notificación cuando se producen errores debidos a categorías en desuso.

- Digital Recommendations graba los archivos de recomendación en el trabajo SFTP. Si se encuentra en una oferta reglas con categorías en desuso, se genera un correo electrónico para cada oferta. Cualquiera que esté en la lista de contactos de correo electrónico para la oferta recibe el correo electrónico. El correo electrónico contiene información sobre las reglas con errores junto con las categorías en desuso presentes en dichas reglas.

- En la interfaz de usuario, las reglas que contienen errores debido a las categorías en desuso se marcan con un icono de aviso. El icono de aviso contiene ayudas contextuales que identifican las reglas erróneas.

Cuando se le notifica de un error debido a categorías en desuso, necesitará corregir las reglas en el error de forma que la siguiente ejecución de recomendaciones pueda aplicar las reglas corregidas para la oferta.

## Aplicar reglas empresariales a ofertas mediante la nueva interfaz de reglas de herencia

---

Si sus ofertas deben ajustarse para incluir, excluir, promocionar o desacentuar productos, utilice reglas empresariales.

Por ejemplo:

- Utilice reglas de categoría para evitar que los productos de hombre aparezcan en el departamento de mujer.
- Utilice las reglas de inventario para impedir que se recomienden artículos agotados.
- Utilice las reglas de precio para facilitar los productos de gama más alta y más baja.
- Utilice reglas de margen para eliminar artículos de margen bajo.

Las reglas se basan en datos que se proporcionan a Digital Analytics mediante un archivo de importación. Las reglas disponibles dependen del tipo de oferta. Por ejemplo: las ofertas de venta cruzada de productos tienen reglas disponibles distintas a las de las ofertas basadas en términos de búsqueda o en categorías. Existen cuatro tipos de reglas:

### Reglas de exclusión

Las reglas de exclusión eliminan artículos de las recomendaciones que están basadas en criterios definidos. Por ejemplo, las reglas de exclusión se expresan como "Excluir recomendaciones en las que el inventario del producto sea menor que 10".

### Reglas de desacentuación

Las reglas de desacentuación, más que excluir, mueven las recomendaciones al final de la lista de candidatos. Por ejemplo, si un producto tiene un margen bajo pero está clasificado con una alta relevancia, una regla de desacentuación mueve dicho producto a final de la lista de candidatos de recomendación válidos y mueve los artículos de margen elevado hacia delante. En el caso de que haya datos de recomendaciones limitados para un producto de destino específico o cuando todas las recomendaciones sean de margen bajo, los datos todavía estarán disponibles para presentarlos al visitante.

### Reglas de promoción

Las organizaciones que introducen nuevos productos o artículos o que tienen artículos con un inventario amplio pueden configurar promociones que inserten productos designados delante de las recomendaciones de comportamiento. Puede crear las reglas de promoción para dar prioridad a los productos diseñados manualmente sobre recomendaciones de Digital Analytics. Digital Recommendations le servirá de ayuda. Puede definir una ponderación porcentual como por ejemplo "Mostrar estos dos productos en la primera posición para el 50% de los productos en el departamento de hombre".

### Lista negra

Cuando Digital Recommendations entrega recomendaciones de artículos en un sitio web en tiempo real, puede ser necesario en casos extremos eliminar artículos de las recomendaciones inmediatamente. Puede llevarlo a cabo utilizando la función de lista negra. La lista negra impide que una lista de ID se muestre como recomendaciones en las zonas del sitio web. La inclusión en la lista negra entra en vigor aproximadamente 1 hora después del inicio de la lista negra. La inclusión en la lista negra sólo está disponible para las recomendaciones entregadas dinámicamente.

## Más información acerca de las reglas empresariales para ofertas

Las reglas empresariales que crea para las ofertas están basadas en los atributos (un máximo de 50) que proporcione en los archivos de datos ECDF y EPCMF. Para obtener información sobre estos archivos, consulte el capítulo sobre los archivos de datos ECDF y EPCMF en la publicación IBM Product Recommendations Guía de configuración.

### Cómo empezar con los datos de afinidad

Antes de que se procesen las reglas, Digital Recommendations genera recomendaciones basadas en las ponderaciones de afinidad definidas para una oferta. Digital Recommendations intenta generar hasta 50 recomendaciones por destino de modo que estará disponible un amplio conjunto de datos al que aplicar reglas. La capacidad de Digital Recommendations para generar recomendaciones está basada en gran medida en el periodo de duración del análisis de datos y en el grado de tráfico que recibe el sitio web. Para especificar el número de recomendaciones finales que desea recibir, siga estos ejemplos:

- Para ofertas de archivos sin formato, especifique un máximo de 30 recomendaciones en el separador **Configuración de oferta**.
- Para las ofertas dinámicas, especifique un máximo de 12 recomendaciones cuando configure la zona de sitio donde se utiliza la oferta. Si necesita más de 12 recomendaciones, póngase en contacto con el asesor de clientes de IBM Digital Analytics.

### Especificación de las reglas

Cuando crea reglas utilizando valores de atributos, los valores que se especifican en la interfaz de reglas **deben coincidir exactamente** con los valores cargados mediante los archivos ECDF y EPCMF.

**Nota:** La especificación de reglas incluye el uso de espacios y mayúsculas.

### Política de regla empresarial

La política de regla empresarial gobierna la ejecución de todas las reglas y no se puede especificar mediante un conjunto de reglas ni una regla individual. Para obtener más información, consulte [“Configuración de políticas de reglas empresariales para ofertas mediante la interfaz de reglas de herencia”](#) en la página 70.

### Datos de reglas

No cree reglas en una oferta activa hasta que se carguen todos los datos de reglas en la base de datos de Digital Analytics. Las reglas que se crean cuando no se proporcionan datos de reglas eliminan de forma errónea los artículos y tienen un resultado imprevisto. Por ejemplo, los datos de las reglas se cargan en Digital Analytics utilizando **Informe de productos de empresa** o **Campos adicionales de producto visto** el martes. Los datos están disponibles para ser procesados en una oferta planificada para su entrega el miércoles.

## ¿Qué es un nodo?

Utilice los niveles de nodos como una opción de comparación para la creación de reglas.

Un nodo es un nivel de categoría en una jerarquía de categorías. Los nodos del nivel superior de la jerarquía son:

#### Nodo 1

Primer nivel

#### Nodo 2

Segundo nivel

#### Nodo 3

Tercer nivel

Por ejemplo:

Tabla 10: Descripción de un nodo.

Nodo 1	Nodo 2	Nodo 3
Hombre		
	Zapatos de hombre	
		Calzado deportivo
		Zapatos de vestir
	Pantalones de hombre	
		Pantalones deportivos
		Pantalones de vestir
Para mujeres		
	Zapatos de mujer	
		Botas
		Sandalias
	Blusas de mujer	
		Blusas
		Sudaderas

## Definición de grupos de reglas individuales

Su primer paso para definir reglas empresariales es crear un grupo de reglas. Utilice este procedimiento para crear un grupo de reglas que solo se pueda utilizar con la oferta actual.

### Acerca de esta tarea

Cuando haya demasiadas reglas, se aconsejan los grupos de regla para realizar la agrupación similar de reglas para que resulten fáciles de encontrar. Los grupos de reglas también permiten que varias personas trabajen en grupos de reglas diferentes al mismo tiempo con la misma oferta y gestionen las reglas de forma independiente.

Después de crear un grupo de reglas, defina una o más reglas empresariales en dicho grupo.

### Procedimiento

1. Abra la oferta y pulse el separador **Reglas**.
2. Pulse **Añadir nuevo grupo** y proporcione un nombre para el grupo de reglas.

### Tareas relacionadas

[“Creación de una regla” en la página 27](#)

Una vez creado el grupo de reglas, cree una o más reglas en dicho grupo de reglas.

## Creación de una regla

Una vez creado el grupo de reglas, cree una o más reglas en dicho grupo de reglas.

### Procedimiento

1. Seleccione el grupo de reglas al que va a añadir la regla.
2. En el separador Reglas, pulse **Añadir regla**.
3. Consulte [“Destinos de reglas” en la página 58](#)
4. Pulse en **Actualizar reglas**.
5. Definir los parámetros de la regla. Consulte [“Clases y tipos de reglas” en la página 59](#)
6. Pulse **Guardar**.

## Destinos de reglas

Los destinos de reglas son los destinos para los que se generan recomendaciones. Estos son los artículos a los que se aplican las reglas.

### Todos los productos de destino activos

Incluye todos los destinos activos o categorías para los que Digital Analytics recopila datos durante el periodo de duración de análisis de datos establecido para esta oferta.

### Seleccionar de las categorías

Define las categorías de los productos de destino. Puede seleccionar una o varias categorías para incluirlas como los destinos permitidos para este conjunto de reglas.

**Nota:** Los archivos de importación definen estas categorías para el informe de productos de empresa. Para utilizar esta función, se deben proporcionar estos archivos de importación. Se da soporte a las categorías, tal como están definidas en el Category Definition File de informes comerciales, pero las debe configurar un miembro del servicio de soporte de Digital Analytics.

### Lista de entrada

Puede especificar una lista de destinos especificando el ID del artículo. Se pueden definir hasta 999 artículos en esta lista. Esta opción no está disponible para la categoría del sitio, categoría EPR y ofertas de búsqueda porque no tienen destinos basados en artículos individuales.

### Seleccionar de los atributos

Puede especificar los productos de destino especificando uno o más atributos. Esta opción no está disponible para la categoría del sitio, categoría EPR y ofertas de búsqueda porque no tienen destinos basados en artículos individuales.

**Nota:** Los archivos de importación definen estos atributos para el informe de productos de empresa. Para utilizar esta característica se deben proporcionar estos archivos de importación y crear alias de los mismos.

### Creación de una lógica completa para destinos de reglas

La herramienta de reglas de atributos es flexible. Puede utilizar una combinación de atributos y valores de atributo para albergar casos de uso diferentes.

La herramienta de reglas de atributos visualiza de forma dinámica la regla a medida que se crea utilizando la lógica compatible AND y OR. Se aplican las siguientes reglas a la selección del destino del atributo:

- Cuando se ha seleccionado el operador como positivo (es) o negativo (no es) para un atributo específico, los operadores disponibles se limitan en la interfaz al tipo seleccionado.
  - Si el operador es positivo la condición siempre es OR.
  - Si el operador es negativo (is not), la condición será siempre AND.
  - Cuando se utilizan varios atributos al mismo tiempo, la condición entre atributos es AND.

Después de identificar los destinos de las reglas, se muestra un conjunto de reglas con los destinos asociados.

## Clases y tipos de reglas

Cuando crea una regla, especifica una clase de reglas.

Las siguientes son las clases de reglas disponibles.

- Promoción
- Exclusión
- Desacentuar

Por cada clase, especifique un tipo de regla dentro de dicha clase, lo que le proporciona flexibilidad a la hora de crear su regla. La siguiente tabla contiene un resumen de clases y tipos de reglas y dónde puede encontrar más información.

*Tabla 11: Clase de regla y tabla de tipo.*

Clase de regla	Tipo de regla	Subtipo de regla	Procedimiento relacionado
Promoción	Promover un artículo específico	Ninguno	<a href="#">“Promoción de productos” en la página 59</a>
Exclusión	Excluir por categoría	Ninguno	<a href="#">“Excluir categorías de productos” en la página 61</a>
Exclusión	Excluir por ID	Ninguno	<a href="#">“Excluir artículos específicos” en la página 61</a>
Exclusión	Excluir por atributo	Exclusión del atributo de recomendación	<a href="#">“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 62</a>
Exclusión	Excluir por atributo	Atributo de recomendación para exclusión de atributo de producto de destino	<a href="#">“Excluir comparando los atributos con el destino” en la página 63</a>
Desacentuar por criterios	Desacentuar por categoría	Ninguno	<a href="#">“Desacentuar categorías de productos” en la página 61</a>
Desacentuar por criterios	Desacentuar por ID	Ninguno	<a href="#">“Desacentuar artículos específicos” en la página 62</a>
Desacentuar por criterios	Desacentuar por atributo	Desacentuación de atributo de recomendación	<a href="#">“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 62</a>
Desacentuar por criterios	Desacentuar por atributo	Atributo de recomendación para desacentuación de atributo	<a href="#">“Desacentuar comparando los atributos con el destino” en la página 63</a>
Desacentuar por similitud	Desacentuar por atributo	Ninguno	<a href="#">“Desacentuar artículos que coinciden con el atributo seleccionado de un recomendación con mayor clasificación” en la página 64</a>

### Promoción de productos

Utilice promociones para colocar artículos designados al principio de la lista de recomendaciones.

## Acerca de esta tarea

Si está introduciendo nuevos productos en el mercado o tiene artículos con un inventario amplio, puede utilizar promociones que inserten productos delante de las recomendaciones de comportamiento. La promoción de productos da prioridad a estos artículos sobre las recomendaciones generadas a partir del algoritmo de Digital Recommendations.

También debe especificar el porcentaje de veces que se muestra el artículo al principio de la lista.

Consulte también [“Recomendar artículos que forman parte de un conjunto” en la página 64](#).

No puede utilizar esta función con categoría de sitio, categoría EPR o término de búsqueda.

Para configurar las promociones, siga estos pasos:

## Procedimiento

1. Pulse **Actualizar reglas** en el conjunto de reglas correspondiente a los productos de destino para crear una promoción.
  2. Seleccione **Exclusión/Promoción**.
  3. Seleccione el **Tipo de regla**. A continuación, seleccione **Promocionar un artículo específico**.
  4. En los campos de **ID**, especifique en uno o más ID que se vayan a colocar antes de las recomendaciones de comportamiento para los destinos asociados.  
Todos los caracteres de los ID de producto deben especificarse en letras mayúsculas. Los productos que se listan aquí se posicionan en secuencia.
  5. Defina el **porcentaje de frecuencia** para controlar el porcentaje de productos de destino asociados al que se aplica la promoción del artículo.  
Por ejemplo, si se especifica la cámara Brand A como una promoción para todos los destinos del departamento de cámaras, es posible que no desee mostrar este artículo en el sitio web como la primera recomendación para cada producto del departamento de cámaras. Si establece el porcentaje de frecuencia en un 25%, se inserta de forma aleatoria la cámara Brand A como la primera recomendación para el 25% de los destinos del departamento de cámaras.
- Nota:** Si aplica más de una regla de promoción a un único destino, Digital Recommendations resuelve los conflictos, de modo que solo se aplique una regla de promoción a un destino. La prioridad se asigna a las promociones en el siguiente orden:
- a. Promociones aplicadas a una lista de artículos.
  - b. Promociones basadas en que el lugar en que se aplica la promoción a la jerarquía de categorías (profundidad de categoría).
  - c. Promociones aplicadas a todos los artículos.
  - d. Los restantes conflictos se resuelven mediante una selección aleatoria.
6. Seleccione el recuadro de selección **Aplicar reglas de exclusión** si quiere que esté en vigor cualquier regla existente que se aplique al artículo. Si no se selecciona este recuadro de selección, ninguna regla existente afecta a este producto promocionado.
  7. Defina el **Programa de promoción**.

Las siguientes opciones están disponibles para programar una promoción.

### Siempre en ejecución

Las promociones que se definen como **siempre en ejecución** se ejecutan hasta que se elimine la regla de promoción se cambie su programación.

### Promoción programada

Las promociones que se definen en una fecha de inicio y final específica son válidas para el periodo de duración especificado.

**Nota:** La promoción se procesa solo cuando la oferta está asociada con su programación de actualización. Por ejemplo, si la oferta se actualiza semanalmente cada miércoles y la promoción está programada para finalizar en un lunes, no se eliminará la promoción de la oferta hasta que Digital Recommendations se ejecute el miércoles siguiente.

8. Pulse **Guardar**.

### **Promocionar productos en función de un atributo**

Puede utilizar atributos de producto para promocionar productos.

#### **Acerca de esta tarea**

Cuando crea el archivo EPCMF, puede crear campos de atributos para describir adicionalmente sus productos. Si lo hace, podrá promocionar su producto según el valor de un atributo.

#### **Procedimiento**

1. Cree o abra una oferta de venta cruzada de producto. En el separador **Configuración**, pulse **Opciones avanzadas**.
2. En el área **Opciones de promoción de productos**, seleccione **Habilitar promociones mediante un atributo**.
3. Seleccione el atributo en el que desea basar su promoción.
4. En la lista desplegable **Comportamiento**, especifique cómo ha de priorizar los artículos relacionados: antes de la lista de recomendaciones determinada con regularidad, después de dicha lista o después de todo incluidas las recomendaciones de recesión.
5. Pulse **Aplicar**.

#### **Resultados**

Durante la ejecución, los artículos con estas relaciones se incluyen en las listas de recomendaciones antes de que se aplique cualquier regla empresarial a la lista.

**Nota:** También puede crear reglas empresariales (en el separador **Reglas** de la oferta) para promocionar artículos específicos por su ID. Para obtener más información, consulte [“Promoción de productos” en la página 59](#).

### **Excluir categorías de productos**

Puede excluir artículos que están en una o varias categorías de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Exclusión/Promoción** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Excluir por categoría** como el **Tipo de regla**.
4. Especifique una o más categorías.

### **Desacentuar categorías de productos**

Puede mover los artículos de una o varias categorías al final de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Desacentuar por criterios** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Desacentuar por categoría** como el **tipo de regla**.
4. Especifique una o más categorías.

### **Excluir artículos específicos**

Puede excluir uno o varios artículos específicos de la lista de recomendaciones.

#### **Acerca de esta tarea**

Este tipo de regla excluye los artículos de las recomendaciones, pero no los excluye como destinos de la oferta.

También es posible excluir todos los artículos que NO aparecen en la lista. Esta característica está pensada para imprimir catálogos o recomendaciones del centro de asistencia telefónica en los que las recomendaciones solo pueden incluir artículos en una lista especificada. Excluir artículos que no estén en la lista puede habilitar las ventas cruzadas en el propio catálogo. Excluir artículos también permite a los representantes del centro de asistencia telefónica ofrecer recomendaciones limitadas al catálogo impreso específico que el cliente tiene en sus manos. Para excluir todos los artículos que NO aparecen en la lista especificada, señale el comienzo del descriptor con un acento nasal (~).

### Procedimiento

1. Pulse **Actualizar reglas** en el conjunto de reglas.
2. Seleccione **Exclusión/Promoción** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Excluir por ID** como el **tipo de regla**.
4. Especifique el ID de un máximo de 999 artículos.

### Desacentuar artículos específicos

Puede mover uno o varios artículos específicos al final de la lista de recomendaciones.

### Procedimiento

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Desacentuar por criterios** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Desacentuar por ID** como el **tipo de regla**.
4. Especifique el ID de un máximo de 999 artículos.

### Exclusión basada en el valor de un atributo

Puede excluir artículos de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

### Acerca de esta tarea

Cargue cualquier atributo en Digital Recommendations mediante los archivos EPCMF y ECDF y utilícelos como criterio para crear reglas.

### Procedimiento

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Exclusión/Promoción** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Excluir por atributo** como el **Tipo de regla**.
4. Seleccione **Exclusión de atributo de recomendación** como el **Subtipo de regla**.
5. Seleccione el atributo que desee evaluar.
6. Especifique como desea evaluar el valor del atributo.  
La lista de operadores disponibles cambia en función del tipo de datos que el atributo utiliza.
7. Especifique el valor con el que desea evaluar atributo.

### Desacentuar en función del valor de un atributo

Puede mover los artículos al final de la lista de recomendaciones evaluando el valor de un atributo especificado.

### Procedimiento

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Desacentuar por criterios** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Desacentuar por atributo** como el **Tipo de regla**.
4. Seleccione **Exclusión de atributo de recomendación** como el **subtipo de regla**.
5. Seleccione el atributo que desee evaluar.

6. Especifique como desea evaluar el valor del atributo.

La lista de operadores disponibles cambia en función del tipo de datos que el atributo utiliza.

7. Especifique el valor con el que desea evaluar atributo.

### **Excluir comparando los atributos con el destino**

Puede excluir artículos comparando el valor de un atributo con el valor del mismo atributo en el destino.

#### **Acerca de esta tarea**

Los artículos de venta son habituales para la selección de productos de destino desde los atributos. Si un producto de destino no está rebajado, muchos comerciantes querrán eliminar todos los artículos rebajados de las recomendaciones. Pero si el destino está en venta, estos comerciantes solo desean permitir como recomendaciones los artículos rebajados y no rebajados. Con esta regla todos los productos de destino que no están rebajados se pueden seleccionar si un se proporciona un atributo de rebajas en el informe de productos de empresa. A continuación, se puede crear una regla de exclusión para eliminar todos los artículos que están en venta. El resultado es que los artículos rebajados no se recomiendan cuando se muestran los artículos de precio completo pero tanto los artículos rebajados como los artículos de precio de completo se recomiendan cuando se visualizan los artículos rebajados.

Una de las opciones de comparación es por Nodo. Para obtener más información, consulte [“¿Qué es un nodo?”](#) en la página 56

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Exclusión/Promoción** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Excluir por atributo** como el **Tipo de regla**.
4. Seleccione **Atributo de recomendación para exclusión de atributo de destino** como el **subtipo de regla**.
5. Seleccione el atributo que desee comparar.
6. Especifique la forma en que desea comparar los valores del atributo.

La lista de operadores disponibles cambia en función del tipo de datos que el atributo utiliza.

### **Desacentuar comparando los atributos con el destino**

Puede mover los artículos al final de la lista de recomendaciones comparando el valor de un atributo con el valor del mismo atributo en el destino.

#### **Acerca de esta tarea**

Una de las opciones de comparación es por Nodo. Para obtener más información, consulte [“¿Qué es un nodo?”](#) en la página 56

Del mismo modo que los artículos pueden tener relaciones en el contexto de conjuntos o coincidencias, también pueden tener relaciones que hagan que se excluyan mutuamente. Por ejemplo, si tiene el tipo de relaciones entre artículos que obliga a no incluir nunca el artículo A en las recomendaciones para el artículo B.

Si el catálogo de artículos tiene estos tipos de relaciones y desea excluir o desacentuar los artículos basados en relaciones uno a uno, siga estos pasos.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Desacentuar por criterios** como la **Clase de regla**.
3. Seleccione **Desacentuar por atributo** como el **Tipo de regla**.
4. Seleccione **Atributo de recomendación a desacentuación de atributo de destino** como el **subtipo de regla**.

5. Seleccione el atributo que desee comparar.
6. Especifique la forma en que desea comparar los valores del atributo.

La lista de operadores disponibles cambia en función del tipo de datos que el atributo utiliza.

### **Desacentuar artículos que coinciden con el atributo seleccionado de un recomendación con mayor clasificación**

Puede comparar una recomendación con otra recomendación que se entrega dentro de la misma zona.

#### **Acerca de esta tarea**

Si una recomendación de menor clasificación tiene uno o varios atributos iguales a los de una recomendación de mayor clasificación, la recomendación de menor clasificación se pasa al final de la lista de recomendaciones.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Actualizar reglas** en el Conjunto de reglas.
2. Seleccione **Desacentuar por similitud** como la Clase de regla.
3. Seleccione **Desacentuar por atributo** como Tipo de regla.
4. En el campo **Recomendación**, seleccione los atributos para comparar con la lista de destino. Si cualquiera de los atributos coincide con el mismo atributo de las recomendaciones con más prioridad, la recomendación que tenga la prioridad más baja pasa al final de la lista de recomendaciones.
5. Ahora debe **Guardar** la regla.

#### **Cuándo se aplican múltiples reglas de desacentuación en las recomendaciones**

Mientras va desarrollando más reglas empresariales, podría encontrar que múltiples reglas han afectado el orden de su lista de recomendaciones.

Por ejemplo, si tiene una oferta que genera cuatro recomendaciones: A, B, C, D y tiene una regla que desacentúa las recomendaciones A, C y D, el nuevo orden de la lista es B, A, C, D. Si tiene una segunda regla que desacentúa las recomendaciones A y C, el orden será B, D, A, C.

Este cambio de orden puede ocurrir siempre que haya una combinación de reglas de desacentuación que incluya los siguientes tipos:

- Desacentuar por categoría
- Desacentuar artículos específicos
- Desacentuar en función del valor de un atributo
- Desacentuar comparando los atributos con el destino

**Nota:** Las reglas que utilizan una desacentuación ya no desacentúan artículos en una lista de recomendaciones. Un ejemplo del tipo de regla sería [“Desacentuar artículos que coinciden con el atributo seleccionado de un recomendación con mayor clasificación” en la página 64](#)

### **Recomendar artículos que forman parte de un conjunto**

Puede incluir artículos relacionados o coincidentes en las listas de recomendaciones

#### **Acerca de esta tarea**

Algunos artículos de su catálogo en línea pueden tener relaciones con otros productos, tales como conjuntos o coincidencias. Por ejemplo, una mesa puede tener sillas coincidentes. O un collar puede formar parte de un conjunto que incluye una pulsera y pendientes de conjunto.

Si el catálogo de artículos tiene estos tipos de relaciones permanentes y desea incluir los artículos relacionados o coincidentes en las listas de recomendaciones, siga estos pasos:

## Procedimiento

1. Seleccione un atributo en EPCMF. En este campo, añada el resto de los productos en el conjunto. Sepárelos con una barra vertical. Por ejemplo, suponga que el collar es sku123, la pulsera es sku456 y los pendientes son sku789, debe establecer los valores de atributo como en el siguiente ejemplo:

Tabla 12: Entrada EPCMF de ejemplo

Fecha de archivo	ID de cliente	ID de artículo	Nombre de elemento	ID de categoría principal de elemento	Atributo estático 9
...	...	sku123	Collar	...	sku456 sku789
...	...	sku456	Pulsera	...	sku123 sku789
...	...	sku789	Pendientes	...	sku123 sku456

2. Vaya a la función **Admin** y seleccione **Campos adicionales**.
3. Encuentre el campo **Atributos estáticos de productos de empresa** que corresponde con el atributo que ha seleccionado en el paso anterior (atributo estático 9).
4. Escriba un nombre para el conjunto en el campo **Alias**, como "productos relacionados".

Enterprise Product Static Attributes 9

related products|

5. Suba el EPCMF utilizando IBM Digital Analytics Import.
6. Cree o abra una oferta de venta cruzada de producto. En el separador **Configuración**, pulse **Opciones avanzadas**.
7. En el área **Opciones de promoción de productos**, seleccione **Habilitar promociones mediante un atributo**.
8. Seleccione el atributo que ha seleccionado para representar la relación ("productos relacionados").
9. En la lista desplegable **Comportamiento**, especifique cómo ha de priorizar los artículos relacionados: antes de la lista de recomendaciones determinada con regularidad, después de dicha lista o después de todo incluidas las recomendaciones de recesión.
10. Pulse **Aplicar**.

## Resultados

Durante la ejecución, los artículos con estas relaciones se incluyen en las listas de recomendaciones antes de que se aplique cualquier regla empresarial a la lista.

**Nota:** También puede crear reglas empresariales (en el separador **Reglas** de la oferta) para promocionar artículos específicos por su ID. Para obtener más información, consulte ["Promoción de productos"](#) en la [página 59](#).

## Inclusión de un artículo en la lista negra

Puede crear una regla de lista negra, cuando sea necesario, para eliminar artículos de las recomendaciones de forma inmediata.

### Acerca de esta tarea

Una regla de lista negra evita que la lista especificada de los ID de artículo aparezca como una recomendación en todas las zonas aproximadamente 1 hora después de publicar la lista negra. La regla de lista negra está pensada para que se utilice solo en situaciones de emergencia en las que se determina que se debe eliminar un artículo de las recomendaciones de forma inmediata. Una exclusión de lista negra se mantiene hasta que el artículo se retira de la regla de lista negra. Para excluir artículos de una zona u oferta y no de todas las zonas, vaya a la interfaz de reglas de Digital Recommendations y crear una regla de lista de exclusión para todos los artículos. Se debe crear una lista de exclusión para cada oferta activa.

**Nota:** Si no tiene permiso para editar ofertas, no puede utilizar la función Lista negra de recomendaciones.

Para crear una regla de lista negra:

### Procedimiento

1. Determine los ID de artículo que se van a añadir a la regla de lista negra.
2. Vaya a la página **Gestionar > Lista negra de recomendación**.
3. Escriba los ID en el recuadro de lista. Utilice sólo mayúsculas. Pulse **Guardar**.
4. Ejecute Publicar cambios de configuración para completar la actualización de la lista negra. Para obtener más información, consulte [“Publicación de cambios de configuración”](#) en la página 50.

### Eliminación de un artículo de la lista negra

Puede eliminar el artículo de la lista negra de modo que esté disponible para su recomendación.

### Acerca de esta tarea

Para que un artículo figure como disponible para las recomendaciones, siga estos pasos:

### Procedimiento

1. Determine los ID que se van a eliminar de la regla de lista negra.
2. Vaya a la página **Gestionar > Lista negra de recomendación**.
3. Elimine los ID del recuadro de lista.
4. Pulse **Guardar**.
5. Ejecute Publicar cambios de configuración para completar la actualización de la lista negra. Para obtener más información, consulte [“Publicación de cambios de configuración”](#) en la página 50.

## Ejemplo de reglas empresariales para productos

Utilice estos ejemplos como modelos para crear sus propias reglas o para comprender mejor cómo crear reglas.

Los siguientes son algunas reglas empresariales de ejemplo. Para mostrar el uso del tipo y la clase de regla, el destino en este primer conjunto de reglas es **Todos los destinos**.

*Tabla 13: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos*

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Destino de regla	Clase de regla y tipo para el ejemplo
1. Tiene inventario en exceso de un producto y generar más ventas. Desea que el producto se muestre como una recomendación para todos los productos.	<a href="#">“Promoción de productos”</a> en la página 59	Todos los destinos	Promoción>Promover un artículo específico>especifique el ID de un producto
2. Incluye una garantía con cada producto, pero no vende las garantías por separado. Por lo tanto, nunca querrá que las garantías aparezcan como recomendaciones.	<a href="#">“Excluir categorías de productos”</a> en la página 61	Todos los destinos	Exclusión>Excluir por categoría>seleccione la categoría Garantía

Tabla 13: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos (continuado)

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Destino de regla	Clase de regla y tipo para el ejemplo
3. Desea promover una mayor variedad de productos, por lo que no quiere incluir recomendaciones dentro del mismo nivel de categoría del producto de destino.	“Excluir comparando los atributos con el destino” en la página 63	Todos los destinos	Exclusión>Excluir por atributo>Atributo de recomendación para exclusión de atributo de destino>el ID de categoría de producto no coincide con el nodo 1 de Atributo de destino
4. Se incluye un producto gratuito con cada pedido y no desea que aparezca este producto como recomendación.	“Excluir artículos específicos” en la página 61	Todos los destinos	Exclusión>Excluir por ID>especifique el ID de producto
5. Tiene un producto más vendido que no necesita ser recomendado.	“Excluir artículos específicos” en la página 61	Todos los destinos	Exclusión>Excluir por ID>especifique el ID de producto
6. No desea recomendar productos que tengan un inventario inferior a 10 unidades.	“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 62	Todos los productos	Exclusión>Excluir por atributo>Exclusión de atributo de recomendación>el inventario [<] es inferior a 10
7. Sólo desea recomendar productos con un nombre de marca distinto al del producto de destino.	“Excluir comparando los atributos con el destino” en la página 63	Todos los destinos	Exclusión>Excluir por atributo>Atributo de recomendación para exclusión de atributo de destino>la marca es X.
8. Sólo desea recomendar productos de la misma marca que el producto de destino.	“Excluir comparando los atributos con el destino” en la página 63	Todos los destinos	Excluir>Excluir por atributo>Atributo de recomendación para exclusión de atributo de destino>la marca no es X.
9. Vende tarjetas de regalo (ID de producto 005531), pero sólo desea recomendarlas si no hay otras recomendaciones.	“Desacentuar artículos específicos” en la página 62	Todos los destinos	Desacentuar por criterio> Desacentuar por ID>005531
10. Desea que los productos con un inventario de menos de 20 unidades se muestre al final de la lista de recomendaciones.	“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 62	Todos los destinos	Excluir>por atributo>Exclusión de atributo de recomendación>el inventario [<] es inferior a 20

Tabla 13: Reglas empresariales de ejemplo para productos: todos los destinos (continuado)

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Destino de regla	Clase de regla y tipo para el ejemplo
11. Desea que los productos cuyo precio sea inferior a 10 \$ aparezcan al final de la lista de recomendaciones.	<u>“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 62</u>	Todos los destinos	Desacentuar por criterios>Desacentuar por atributo>Desacentuación de atributo de recomendación>Precio [<] es menor que 10
12. Desea que los productos en liquidación aparezcan al final de la lista de recomendaciones.	<u>“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 62</u>	Todos los destinos	Desacentuar por criterios>Desacentuar por atributo>Atributo de recomendación para exclusión de atributo de destino>la Marca está de liquidación.
13. Desea que productos de la misma marca como el producto de destino se incluyan como recomendación, pero sólo al final de la lista de recomendaciones.	<u>“Desacentuar comparando los atributos con el destino” en la página 63</u>	Todos los destinos	Desacentuar por criterios>Desacentuar por articulo>Desacentuación de atributo de recomendación>la marca es el atributo de destino
14. Puede promocionar productos de varias categorías. De modo que si una recomendación está en la misma categoría que una recomendación clasificada en un nivel superior, desea moverla al final de la lista de recomendaciones.	<u>“Desacentuar artículos que coinciden con el atributo seleccionado de un recomendación con mayor clasificación ” en la página 64</u>	Todos los destinos	Desacentuar por Similitud>Desacentuar por atributo>ID de categoría de producto
15. Puede promocionar productos de varias marcas. De modo que si una recomendación tiene el mismo nombre de marca que una recomendación clasificada en un nivel superior, desea moverla al final de la lista de recomendaciones.	<u>“Desacentuar artículos que coinciden con el atributo seleccionado de un recomendación con mayor clasificación ” en la página 64</u>	Todos los destinos	Desacentuar por Similitud>Desacentuar por atributo>Marca
16. No desea recomendar productos con un precio inferior a 5\$.	<u>“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 62</u>	Todos los destinos	Exclusión>Excluir por atributo>Exclusión de atributo de recomendación>Precio [<] es menor que 5

Los siguientes son más ejemplos de reglas empresariales que utilizan una combinación de **Objetivo de regla**, **Tipo de regla** y **Clase de regla**.

Tabla 14: Reglas empresariales de ejemplo para productos- Otros destinos

Ejemplo	Procedimiento a utilizar	Destino de regla	Tipo de regla y clase
17. Tiene una cámara nueva que desea ascender para un producto de destino en la categoría de cámaras. Esta promoción dura 90 días.	<a href="#">“Promoción de productos” en la página 59</a>	Seleccione de Categorías> Cámaras	Promoción> Promover un artículo específico> Planificar promoción> Especificar un rango de fechas de 90 días.
18. En caso de productos de destino cuyo precio sea inferior a 10\$, sólo recomiende productos que sean inferiores a 10\$.	<a href="#">“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 62</a>	Seleccione de Atributos>Precios [<] es inferior a 10	Exclusión> Excluir por atributo> Exclusión de atributo de recomendación> Precio [>] es mayor que 10
19. En el caso de los productos de destino de más de 200\$, no desea recomendar productos cuyo precio sea inferior (60%) al del destino.	<a href="#">“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 62</a>	Seleccione de Atributos> Precios [>] es superior a 200	Exclusión> Excluir por Atributo> Atributo de recomendación para Exclusión de atributo de destino> Precio [<] es inferior al 60% del precio de destino
20. En caso de productos de cámaras, el usuario quiere productos de la misma marca a un nivel más alto en la lista de recomendaciones.	<a href="#">“Desacentuar en función del valor de un atributo” en la página 62</a>	Seleccione de Categorías> Cámaras	Desacentuar por Criterios> Desacentuar por atributo> Desacentuación de atributo de recomendación > La Marca no es el Atributo de destino
21. Para el ID del producto de cámaras 008221, sólo desea recomendar producto de la marca X.	<a href="#">“Exclusión basada en el valor de un atributo” en la página 62</a>	Seleccione desde Categorías> Lista de entrada de cámaras> 008221	Exclusión> Excluir por atributo> Exclusión de atributo de recomendación> la marca no es X.
22. Desea que una categoría de productos que tiene un margen de beneficio inferior (El nombre de categoría es <i>Dólar</i> ) que aparezca sólo al final de la lista de recomendaciones.	<a href="#">“Desacentuar categorías de productos” en la página 61</a>	Seleccione de Categorías> <i>Dólar</i>	Desacentuar por criterios> Desacentuar por categoría> seleccionar la categoría de dólar

## Visualización del efecto de las reglas en la oferta

Después de que una oferta se haya activado y procesado una vez, puede ver el efecto de las reglas que ha creado visualizando las estadísticas de reglas. Las estadísticas de reglas pueden ayudarle en la resolución de problemas y a mejorar los procesos de reglas.

### Procedimiento

1. Asegúrese de que la oferta de la que desea ver sus estadísticas está activa.

2. Seleccione la oferta para ver sus estadísticas de reglas.
3. Pulse el separador **Estadísticas de reglas** para ver el número de artículos excluidos, desacentuados, acentuados o promocionados por cada regla que ha creado.

## Publicación de cambios de configuración

Puede cambiar y publicar las configuraciones si se requieren ajustes.

### Acerca de esta tarea

Los siguientes son ejemplos de cuándo es necesario modificar las configuraciones:

- Configuración de prueba A/B: los resultados de la prueba A/B no van bien. La prueba A/B se debe detener inmediatamente.
- Configuración de zona: debe ver cuatro recomendaciones en la página en lugar de tres.
- Planes de recomendación: debe cambiar un paso en un plan de recomendaciones.

En los casos anteriores, después de completar el cambio, efectúe los pasos siguientes:

### Procedimiento

1. Seleccione **Visión general del sistema**.
2. Pulse en **Publicar cambios de configuración**.

### Resultados

El sistema publica los cambios y los cambios entran en vigor en un plazo aproximado de 1 o 2 horas.

**Nota:** Este procedimiento no actualiza las reglas empresariales.

## Configuración de políticas de reglas empresariales para ofertas mediante la interfaz de reglas de herencia

Una política de regla empresarial define lo que hace el proceso de la oferta cuando se aplica una regla que evalúa un atributo. Un artículo no tiene un valor o tiene un valor no válido para dicho atributo.

### Configuración de EPCMF

Durante las primeras etapas de la implementación, su EPCMF se ha configurado para las transferencias de datos regulares. Parte de dicha configuración ha determinado la acción que se debe realizar cuando un producto no tiene un valor para un atributo que una regla está intentando evaluar.

Por ejemplo, si tiene aplicada una regla de marca, si faltan los datos de la marca, el artículo se excluirá o se incluirá en la lista de recomendaciones en función de los datos y del criterio de las reglas. Es posible que tenga una marca interna que se indique mediante un valor nulo en el atributo Marca. En este caso, si especifica que un valor nulo es igual a `true`, la regla de marca excluye la marca interna de la lista de recomendaciones. Si especifica que es igual a `true`, la regla de marca incluirá la marca interna junto con las otras marcas no coincidentes.

**Nota:** El administrador ha tomado las decisiones anteriores durante las fases de transferencia de datos preliminares de su implementación de Digital Recommendations y ha configurado políticas de reglas empresariales adecuadas en los valores de configuración de la oferta (**Gestionar > Configuración de la oferta**). Para obtener más información, consulte [“Configuración de políticas de reglas empresariales para ofertas mediante la interfaz de reglas de herencia”](#) en la página 70.

Cuando define valores predeterminados para atributos específicos, puede controlar el comportamiento de las reglas empresariales de forma independiente para cada atributo. En el caso de las ofertas que utilizan la interfaz de reglas de herencia, estos valores predeterminados se aplican si una regla está evaluando los artículos basados en un atributo y se encuentra un artículo que tiene un valor nulo para el atributo. Por ejemplo, define una regla para todos los destinos de modo que se eliminen todas las recomendaciones en las que las valoraciones están por encima de tres. Sin embargo, sus canales de información de datos no proporcionan valores de inventario para todos los artículos. En este caso, con

toda probabilidad el administrador ha utilizado los valores de **Definición de atributo del producto** para especificar un valor predeterminado de -1 para los artículos con un valor nulo para el atributo de inventario. De este modo, artículos con inventarios desconocidos se excluyen de las listas de recomendación cuando se procesa la regla de valoración.

Más consideraciones:

- La política de regla empresarial es global para todas las reglas y no se puede especificar por conjunto de reglas o por una regla individual.
- Para minimizar la supresión excesiva de artículos recomendados debido a que les faltan datos, defina el ámbito de las reglas empresariales de modo que únicamente afecten a los conjuntos de destinos específicos a los que se aplica la regla. Por ejemplo, suponga que tiene un conjunto de artículos, en la categoría de electrónica, que se han de excluir de las recomendaciones en función del producto. Cuando defina los artículos de destino para esta regla, defina los destinos de la regla para que solo sean aplicables a los destinos de la categoría de electrónica. Esta práctica impide que el sistema de reglas procese esta regla por todo el catálogo y restringe exclusiones basadas en que faltan datos únicamente para el departamento de electrónica.

### **Especificar un valor predeterminado para artículos con un valor nulo**

Utilice este procedimiento para definir los valores predeterminados para atributos. Estos valores predeterminados se aplican si una regla está realizando una evaluación los artículos basados en un atributo y se ha encontrado con un artículo que tiene un valor nulo para el atributo.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Atributos** en **Ofertas de producto**.
3. En la tabla **Definición de atributo** busque el atributo que necesite un valor predeterminado y especifíquelo en el campo **Valor predeterminado**.

Como protector para los atributos que utilizan una serie de caracteres, puede establecer un valor predeterminado de "n/d". Por tanto, en lugar de tratarse de una regla que procesa un valor nulo, utiliza el término "n/d". Es improbable que el término "n/d" provoque un conflicto en sus datos porque los atributos de caracteres, tales como la marca no tienen un valor de "n/d".

Como protector de atributos que utilizan un valor numérico, puede establecer un valor predeterminado de "-1". Por tanto, en lugar de tratarse de una regla que procesa un valor nulo, utiliza "-1". Es improbable que el valor "-1" ocasione un conflicto en sus datos, ya que los atributos numéricos, tales como el precio o el inventario, no tienen un valor de -1.

Como protector para los atributos que utilizan una serie de caracteres, puede establecer un valor predeterminado de "n/d". Por tanto, en lugar de tratarse de una regla que intenta procesar un valor nulo, utiliza el término "n/d". Es improbable que el término "n/d" provoque un conflicto en sus datos porque los atributos de caracteres, tales como editor, no tienen un valor de "n/d".

Como protector de atributos que utilizan un valor numérico, puede establecer un valor predeterminado de "-1". Por tanto, en lugar de tratarse de una regla que intenta procesar un valor nulo, utiliza "-1". Es improbable que el valor "-1" provoque un conflicto en sus datos porque los atributos numéricos como la valoración o la longitud del artículo no tienen un valor de -1.

### **Creación de una política de valor nulo para artículos sin valor predeterminado**

Para una mayor protección cuando los atributos tienen valores nulos, puede determinar cómo manejar los atributos que tienen un valor nulo y no tienen especificado un valor predeterminado. Puede optar por incluirlo automáticamente para la recomendación o excluirlo automáticamente de la recomendación. Utilice este procedimiento para crear una política.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Atributos** en **Ofertas de producto**.

3. En **Comportamiento del atributo en el proceso de reglas**, realice una de estas tareas:

- Para excluir el elemento de las recomendaciones, seleccione **Trate los criterios de reglas en los que se utilice como un resultado de TRUE**.
- Para incluir el elemento en las recomendaciones, seleccione **Trate los criterios de reglas en los que se utilice como un resultado de FALSE**.

#### Creación de una política de atributo no válido

En las ofertas que utilizan la interfaz de reglas de herencia, tiene dos opciones para protegerse ante atributos no válidos o con formato incorrecto: utilizar el valor predeterminado o detener el proceso de la oferta.

#### Acerca de esta tarea

Utilice este procedimiento para crear una política. Si decide utilizar el valor predeterminado, asegúrese de definir el valor predeterminado. Consulte [“Especificar un valor predeterminado para artículos con un valor nulo”](#) en la página 71.

#### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Atributos** en **Ofertas de producto**.
3. Para **Comportamiento del atributo en el proceso de reglas**:
  - Para continuar procesando la oferta utilice el valor de atributo predeterminado, seleccione **Aplique el valor predeterminado al atributo y continúe el proceso de la oferta**.
  - Para impedir que la oferta se procese y hacer que el valor se corrija, seleccione **No genere recomendaciones para la oferta, fuerce la corrección del valor antes de continuar**.

### Definiciones de campos para atributos y más valores

Información de referencia para atributos y más valores.

Campo	Descripción
Atributo	Nombre del atributo. Este valor está definido en EPCMF.
Alias	Nombre común asociado al atributo. Este valor está definido en EPCMF.
Tipo de datos	Indica el tipo de datos que describe el alias. Este valor está definido en EPCMF.
Valor predeterminado	El valor que el proceso de datos por lotes proporciona si los artículos del archivo de datos que se está procesando no tiene especificado un valor para este atributo.
Prefijo de atributo	En la mayoría de los casos, el prefijo del atributo es el valor que se añade al principio del valor de atributo cuando se incluye en los datos de la respuesta. Para los atributos designados en los valores especiales como URL para recomendaciones basadas en imágenes, este valor se utiliza para crear los URL durante la ejecución.
Atributo que contiene URL de imagen	Da soporte a la característica de recomendación basada en imágenes y la vista de imagen para las visualizaciones previas. El atributo que proporciona el URL de una imagen en miniatura del producto.
Atributo que contiene URL de producto	Da soporte a la característica de recomendación basada en imágenes. El atributo que proporciona el URL de la página principal del artículo en su sitio web.

Tabla 15: Información de referencia para **Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Atributos** (continuado)

Campo	Descripción
Prefijo alternativo para imágenes en las recomendaciones de imagen	Habilítelo si desea utilizar un prefijo diferente para recomendaciones de imagen. Escriba el prefijo en el recuadro de texto.
Si cualquier atributo utilizado en una regla no tiene ningún valor y no se ha especificado un valor predeterminado	Estas opciones designan cómo se deben interpretar artículos con valores nulos para los atributos evaluados como reglas empresariales. Si selecciona TRUE, un artículo con un valor nulo para el atributo que se está considerando se excluirá en la lista de recomendaciones. Si selecciona FALSE, se incluirá.
Si cualquier atributo utilizado en una regla tiene un valor no válido en una comparación:	Estas opciones designan qué proceso de oferta se hace con atributos no válidos. El proceso de oferta puede utilizar el valor predeterminado (si se especifica uno) o puede detener el proceso y visualizar un mensaje de error.
Disponible	Una lista de todos los atributos que pueden utilizarse en los datos de la respuesta HTTP para una lista de recomendaciones que se ha de visualizar en una zona de sitio de su sitio web.
Seleccionado	Los atributos que se incluyen en la respuesta HTTP.

Tabla 16: Información de referencia para **Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores**

Campo	Descripción
Antigüedad de los datos (sesión)	Haga clic en <b>Agregar rango de horas</b> para añadir un rango de tiempo para los datos relacionados con la sesión. La antigüedad de los datos, en días, es decir ponderar mediante el valor especificado en el campo <b>Ponderación de afinidad</b> . Por ejemplo, si especifica 3, los datos con una antigüedad de más de tres días tienen especificada la ponderación de afinidad.
Ponderación de afinidad (sesión)	El valor, como porcentaje, que se aplica a los datos que cumplen con el valor especificado en el campo <b>Antigüedad de los datos</b> .
Antigüedad de los datos (compra por compra)	Haga clic en <b>Agregar rango de horas</b> para añadir un rango de tiempo para los datos de compra por compra. La antigüedad de los datos, en días, es decir ponderar mediante el valor especificado en el campo <b>Ponderación de afinidad</b> . Por ejemplo, si especifica 3, los datos con una antigüedad de más de tres días tienen especificada la ponderación de afinidad.
Ponderación de afinidad (compra por compra)	El valor, como porcentaje, que se aplica a las compras que se realizan en el periodo de tiempo especificado en el campo <b>Días entre sucesos</b> .
Formato de archivo	Las siguientes opciones de formato están disponibles para sus archivos de salida: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabular: da formato a los datos, de modo que cada fila representa un solo destino y tiene tantas columnas como recomendaciones.</li> <li>• En serie: da formato a los datos, de modo que cada fila representa una recomendación. Con este formato, cada destino tiene varias filas (una para cada recomendación).</li> </ul>

Tabla 16: Información de referencia para **Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores** (continuado)

Campo	Descripción
Tipo de rango	Los valores siguientes se utilizan para indicar la prioridad de una recomendación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntuación: la puntuación de afinidad calculada para la recomendación</li> <li>• Rango: la posición del artículo en la lista de recomendaciones. Esto es, el artículo con la puntuación de afinidad más alta tendrá el rango de 1.</li> </ul>
Incluir cabeceras de archivo	Solo para archivos tabulares. Indica si desea incluir en la salida los comentarios y metadatos que describen el contenido del archivo. El valor que seleccione depende del mecanismo de proceso de datos que utilizan los archivos de salida. Algunos mecanismos pueden deshacer la cabecera y otros no. Si su proceso no puede deshacer la cabecera, desmarque esta opción para suprimir el archivo de cabecera.

## Planes de recomendación

Utilice los planes de recomendación para definir los destinos que se utilizarán para generar una recomendación, la oferta que se utilizará y el texto de cabecera que se mostrará en el banner de la zona.

Especifique también una recomendación de recesión, que es la última solicitud de recomendación del plan de recomendaciones que se ha de evaluar. Si todavía no obtiene el número necesario de recomendaciones, se utiliza el proceso de recesión predeterminado. Para obtener más información, consulte [“Proceso de recesión de predeterminado”](#) en la página 80.

### Flujo de trabajo del plan de recomendaciones

Utilice este procedimiento para configurar un plan de recomendaciones.

1. Cree un plan de recomendaciones de un solo paso. Este plan incluye la solicitud de recomendación principal y una recesión. Consulte [“Creación de un plan de recomendaciones de un solo paso”](#) en la página 74.
2. Si es necesario, añada recomendaciones más relevantes, o un mayor número de recomendaciones añadiendo pasos y personalizando más su plan de recomendaciones. Consulte [“Añadir pasos y personalizar el plan de recomendaciones”](#) en la página 75.

### Creación de un plan de recomendaciones de un solo paso

Utilice este procedimiento para crear un plan de recomendaciones de un solo paso.

#### Procedimiento

1. Seleccione un caso empresarial para su plan de recomendaciones. Consulte [“Casos empresariales para seleccionar destinos”](#) en la página 75.
2. Inicie la página **Lista del plan de recomendaciones** seleccionando el enlace de **Plan de recomendaciones** en el panel de navegación lateral.
3. Pulse **Crear nuevo plan de recomendaciones** para iniciar el panel de configuración del plan de recomendaciones.
4. Especifique un **Nombre del plan de recomendaciones**.  
Los planes de recomendaciones definidos figuran en una lista en el panel de configuración de zona. Asigne un nombre al plan de recomendaciones que describa su función, por ejemplo, "Plan de recomendaciones de actividad de cesta reciente".
5. Especifique una **Descripción del plan de recomendaciones**.

Esta descripción es únicamente para fines informativos. Está pensado para recordar a los usuarios el objetivo del plan de recomendaciones.

6. Establezca los valores de la tabla **Plan de recomendaciones** basándose en el caso empresarial que ha seleccionado en el paso “1” en la [página 74](#).
7. En la lista desplegable **Oferta**, seleccione las ofertas activas para utilizarlas para el destino que ha seleccionado. Si una oferta no se visualiza, asegúrese de que se ha activado.
8. En el campo **Texto de cabecera de zona**, especifique el texto que se va a mostrar en el banner de cualquier zona del sitio web que utilice este plan de recomendaciones. Puede especificar un máximo de 96 caracteres.
9. Especifique un proceso de recesión. El proceso de recesión que especifique determina lo que sucede si las recomendaciones de todas las solicitudes anteriores no están disponibles. Seleccione un destino, una oferta y texto de cabecera de zona para la oferta de recesión. Tiene la opción adicional de seleccionar **Sin recomendaciones**. Si selecciona **Sin recomendaciones**, no se generan recomendaciones si su plan de recomendación no produce recomendaciones. Sólo debe utilizar Sin recomendaciones en circunstancias especiales.  
Para ver un ejemplo, consulte “[Creación de una zona de recomendación que sólo sea visible si el plan de recomendaciones es válido](#)” en la [página 81](#).
10. Pulse **Guardar y cerrar**.

## Añadir pasos y personalizar el plan de recomendaciones

Puede utilizar pasos adicionales para asegurarse de que dispone de suficientes recomendaciones.

### Acerca de esta tarea

Como mínimo, necesita un plan de recomendación de solicitud y una recesión. Este plan será suficiente en la mayor parte de las circunstancias. Sin embargo, puede añadir pasos en su plan de recomendaciones. Los pasos adicionales se ejecutan en orden hasta que se entregan las recomendaciones. Puede configurar hasta seis pasos del plan de recomendaciones, más una recesión. La recomendación de reserva se utiliza sólo cuando las demás solicitudes se han agotado.

### Procedimiento

1. Seleccione un caso empresarial que desee añadir a su plan de recomendaciones. Consulte “[Casos empresariales para seleccionar destinos](#)” en la [página 75](#).
2. Seleccione el plan de recomendaciones al que va a añadir un paso.
3. Pulse **Añadir atributo** en el plan de recomendación.
4. Especifique el destino, la oferta y el texto de la cabecera para la solicitud adicional.

## Casos empresariales para seleccionar destinos

Seleccione un destino en el plan de recomendaciones

<b>Caso empresarial</b>	<b>Qué se ha de seleccionar para el destino</b>	<b>Información</b>
Generar recomendaciones a partir de una lista de productos específicos	ID del producto especificado	Puede utilizar esta opción con varios productos. Consulte “ <a href="#">Configuración un paso en su plan de recomendaciones para utilizar varios destinos</a> ” en la <a href="#">página 78</a> .

Tabla 17: Destinos del plan de recomendaciones de productos. (continuado)

<b>Caso empresarial</b>	<b>Qué se ha de seleccionar para el destino</b>	<b>Información</b>
Generar recomendaciones desde una categoría específica	ID de categoría especificado	Utiliza un ID de categoría para las recomendaciones. Necesita codificar el ID de categoría para el que desea recomendaciones en la posición 3 de la función cmRecRequest. Consulte "La función cmRecRequest" en la Guía de configuración de IBM Product Recommendations para obtener más información.
Generar recomendaciones para términos de búsqueda.	Término de búsqueda especificado	Utiliza las vistas de páginas más recientes del visitante y las frases de búsqueda para las recomendaciones. Necesita codificar el término de búsqueda para el que desea recomendaciones en la posición 5 de la función cmRecRequest. Consulte "La función cmRecRequest" en la Guía de configuración de IBM Product Recommendations para obtener más información.
Generar recomendaciones para valores de atributo.	Valor de atributo especificado	Utiliza valores de atributo para las recomendaciones. Necesita codificar los valores de atributo para los que desea recomendaciones en la posición 6 de la función cmRecRequest. Consulte "La función cmRecRequest" en la Guía de configuración de IBM Product Recommendations para obtener más información.
Personalizar recomendaciones generando recomendaciones basadas en productos que el usuario ha visualizado recientemente.	Último producto visto	Utiliza el producto más visto recientemente del visitante como producto de destino. Esta recomendación se determina mediante los datos recibidos en la última etiqueta de producto visto de IBM Digital Analytics. Puede utilizar esta opción con varios productos. Consulte <a href="#">"Configuración un paso en su plan de recomendaciones para utilizar varios destinos"</a> en la página <a href="#">78</a> .

Tabla 17: Destinos del plan de recomendaciones de productos. (continuado)

Caso empresarial	Qué se ha de seleccionar para el destino	Información
Personalizar recomendaciones generando recomendaciones basadas en productos que el usuario ha comprado recientemente.	Último producto comprado	Utiliza el producto más comprado recientemente del visitante como producto de destino para las recomendaciones. Esta recomendación se determina mediante los datos recibidos en la última etiqueta shop9 de IBM Digital Analytics. Puede utilizar esta opción con varios productos. Consulte <a href="#">“Configuración un paso en su plan de recomendaciones para utilizar varios destinos”</a> en la página 78.
Personalizar recomendaciones generando recomendaciones basadas en productos que el usuario ha introducido en el carro pero no ha comprado recientemente.	Último producto de la cesta	Utiliza el último artículo que el visitante ha añadido a su cesta como producto de destino para las recomendaciones. Esta recomendación se determina mediante los datos recibidos en la última etiqueta shop5 de IBM Digital Analytics. Puede utilizar esta opción con varios productos. Consulte <a href="#">“Configuración un paso en su plan de recomendaciones para utilizar varios destinos”</a> en la página 78.
Personalizar recomendaciones generando recomendaciones asociadas con la última categoría visualizada por el usuario.	Categoría visualizada más recientemente	
Personalizar recomendaciones generando recomendaciones asociadas con la categoría que el usuario visualiza con más frecuencia.	Categoría más popular para los visitantes	<p>Utiliza la categoría más popular del visitante como categoría de destino para las recomendaciones. Esta recomendación se determina realizando un rastreo, para cada visitante, de las categorías de EPR de productos que se han visto, incluidos en la cesta y comprados a través de respuestas a la solicitud de recomendación. A continuación, las categorías se clasifican para cada visitante. La categoría que recibe más interacción recibe la puntuación más alta y se convierte en la categoría más popular del visitante.</p> <p><b>Nota:</b> Este destino siempre se basa en categorías del informe de productos de empresa (EPR). Las categorías definidas en el archivo de definición de categorías (CDF) no tienen soporte para su uso en tareas de personalización debido a las complicaciones de la categorización virtual en el CDF.</p>

Tabla 17: Destinos del plan de recomendaciones de productos. (continuado)

Caso empresarial	Qué se ha de seleccionar para el destino	Información
Personalizar recomendaciones generando recomendaciones basadas en la compra más significativa del usuario.	Compra más significativa	Utiliza la compra más significativa del visitante como el producto de destino para las recomendaciones. Esta recomendación viene determinada por la compra más grande (basada en el precio) que se ha producido en las últimas 6 compras.

## Configuración un paso en su plan de recomendaciones para utilizar varios destinos

Puede mejorar la personalización de una recomendación basando una recomendación en varios destinos, proporcionando recomendaciones más focalizadas o una mayor variedad de recomendaciones.

### Acerca de esta tarea

Estos son algunos ejemplos de cómo puede utilizar varios destinos para mejorar las recomendaciones:

- Desea ayudar a sus clientes a completar un modelo. Por ejemplo, actualmente un cliente está visualizando un suéter pero también ha visto tejanos y un par de botas. Puede utilizar varios destinos para identificar los accesorios que pueden acompañar al suéter, los tejanos y las botas, tales como joyería, chaquetas y sombreros, para presentar un modelo coherente.
- Desea asegurarse de que las recomendaciones estén basadas en la compra más grande de un cliente. Por ejemplo, un cliente compra un compresor de aire y una cinta protectora. Desea que las recomendaciones estén más basadas en el compresor de aire y en la cinta protectora.
- Desea aumentar el número de recomendaciones basándolas en varias de las últimas compras de sus clientes, en lugar de basarlas en la última compra individual del cliente.

Utilice este proceso para configurar el plan de recomendaciones para varios destinos:

### Procedimiento

1. Identifique el plan de recomendaciones en el que desea utilizar la personalización de varios destinos.
2. Identifique el algoritmo de varios destinos que desea utilizar para generar las recomendaciones. Consulte [“Algoritmos de múltiples destinos” en la página 79](#).
3. Seleccione un plan de recomendaciones.
4. Seleccione el paso del plan de recomendación para cambiar a un paso de recomendación de múltiples destinos o pulse **Añadir solicitud** para crear un paso nuevo.
5. Seleccione una de las opciones de **Destino** listadas que dan soporte a varios destinos.
  - ID del producto especificado
  - Último producto visto
  - Último producto comprado
  - Último producto de la cesta
6. Habilite la opción **Utilizar varios destinos**.
7. Seleccione el algoritmo que ha identificado en [“Algoritmos de múltiples destinos” en la página 79](#). Si ha seleccionado **Destino con el valor más elevado para el atributo**, seleccione el atributo que se ha de utilizar.
8. Guarde el plan.

## Resultados

Si ha seleccionado como destino ID de producto especificados, debe codificar los ID de producto para los que desea recomendaciones en la posición 2 de la función cmRecRequest. Consulte "La función cmRecRequest" en la Guía de configuración de IBM Product Recommendations para obtener más información.

### Algoritmos de múltiples destinos

Las tablas siguientes describen algoritmos de múltiples destinos diferentes.

Objetivo empresarial	Algoritmo que se ha de utilizar	Cómo se generan las recomendaciones
Desea que las recomendaciones estén ordenadas según el valor de algunos atributos de uno de los productos de destino. Por ejemplo, utilizando precio como un atributo, puede generar recomendaciones basadas en el precio de las compras anteriores del usuario. Desea que las recomendaciones del producto comprado con el precio más alto se presenten en primer lugar.	Destino con el valor más alto para el atributo	Las recomendaciones se generan en función de varios productos vistos recientemente. Las recomendaciones que se basan en el productos con un mayor precio se presentan en primer lugar.
Desea ordenar las recomendaciones según el valor de fuerza de la afinidad con varios productos de destino. Por ejemplo, desea generar recomendaciones basadas en la puntuación de afinidad de los últimos 6 productos que el usuario ha incluido en la cesta.	Afinidades para varios destinos	Las recomendaciones que tienen una afinidad fuerte con varios productos de la cesta se presentan en primer lugar. Por ejemplo, si una recomendación tiene una afinidad fuerte de compra por compra con todos los productos incluidos en la cesta, se presentará en primer lugar. Si un producto sólo tiene una fuerte afinidad de compra por compra con un único producto de la cesta, se presentará más abajo en la lista.
Desea recomendar los productos que el usuario ha visto más recientemente. Esta opción sólo está disponible para Último producto visto.	Destinos como recomendaciones	Los últimos productos visualizados se presentan como recomendaciones.
No tiene una preferencia concreta para ordenar las recomendaciones.	Distribución uniforme entre destinos	Las recomendaciones para los destinos más recientes se presentan en primer lugar. Una vez recorrida la lista hasta el final, vuelve a comenzar desde el principio.

## Proceso de reservas

Se puede impedir que el número de recomendaciones sea muy bajo mediante un proceso de recesión.

Después de crear un plan de oferta y de recomendaciones, es posible que Digital Recommendations no pueda generar el número necesario de recomendaciones para un destino. La falta de recomendaciones puede ser debida a que los datos en un artículo de destino son limitados, a que las reglas que ha configurado en una oferta limitan un número elevado de recomendaciones o a que el producto de destino ha recibido menos de 5 vistas durante el periodo de duración del análisis de datos.

Para evitar que haya muy pocas recomendaciones, Digital Recommendations proporciona un proceso de recesión predeterminado.

### **Proceso de recesión de predeterminado**

Si no configura un paso de recesión para su plan de recomendaciones, existe un proceso de recesión predeterminado.

El proceso predeterminado de recesión de oferta/regla se inicia cuando se procesa cada oferta. Una vez se han procesado la configuración de ofertas y las reglas empresariales, Digital Recommendations valida si se genera el número solicitado de recomendaciones. Si son necesarias más recomendaciones para un destino, Digital Recommendations localiza los artículos más vendidos en la categoría del EPR de destino e inserta estos artículos en la oferta. Este proceso se ejecuta para cada artículo de la oferta cada vez que se procesa una oferta.

Si utiliza la entrega dinámica, el proceso predeterminado de recesión se realiza automáticamente. Sin embargo, si por cualquier motivo, las recomendaciones dinámicas no están disponibles cuando las solicita su sitio web, configure el paso de recesión en el plan de recomendaciones. Consulte [“Añadir pasos y personalizar el plan de recomendaciones”](#) en la [página 75](#)

**Nota:** Todas las recomendaciones de recesión de categoría de oferta/regla están sujetas a las reglas empresariales dentro de las ofertas.

### **Configuración del proceso de recesión para la entrega de archivos sin formato**

Puede evitar que haya muy pocas recomendaciones cuando se utiliza la entrega de archivos sin formato.

#### **Acerca de esta tarea**

Para la implementación de archivos sin formato, defina el número de recomendaciones utilizando el campo **Número de recomendaciones** en Opciones de entrega de la oferta. Para que no haya muy pocas recomendaciones, siga estos pasos:

#### **Procedimiento**

1. Abra la oferta que está configurando.
2. En el grupo Opciones de entrega, seleccione **Activar recesión de recomendación**.

## **Métodos recomendados para planes de recomendaciones de términos de búsqueda**

Siga estos métodos recomendados cuando cree los planes de recomendaciones basados en términos.

Además, consulte la sección "Prácticas recomendadas de cmRecRequest basado en términos de búsqueda" en la publicación IBM Product Recommendations Guía de configuración.

#### **Recomendaciones de búsqueda en sitio web:**

- Asegúrese de que se ha establecido un tipo de oferta de "Recomendaciones de búsqueda".
- Configure el plan de recomendaciones de modo que un paso que sea igual al "término de búsqueda especificado".

#### **Recomendaciones de página de destino de búsqueda de pago habituales:**

- Categoría
- Resultados de las búsquedas
- Páginas de producto
- Páginas de categoría
- Si tiene o quiere recomendaciones de categoría en las páginas de categoría:
  - Configure un plan de recomendaciones en el que el primer paso sea "Término de búsqueda especificado" y el segundo paso sea "ID de categoría especificado".
  - Si hay presente un término de búsqueda, presenta estas recomendaciones en las zonas de recomendación que se basan en el término de búsqueda.

- Cuando el término de búsqueda no esté presente, presente los artículos más vendidos para la categoría a la que han llegado.
- Si no desea recomendaciones de los más vendidos por categoría, cree un único paso en el plan de recomendaciones.
- Tráfico de búsqueda de pago dirigido a páginas de destino de búsqueda en el sitio web:
  - Presuponga que la zona de recomendación se utiliza para todos los orígenes del tráfico de búsqueda.
  - Cree el plan de recomendación con un paso: "Término de búsqueda especificado".
- Si el tráfico de búsqueda de pago se direcciona a las páginas de detalle de artículo, no haga que las recomendaciones se basen en el término de búsqueda.

## Configuración de las zonas de sitio

---

Una zona hace referencia a una posición de una página web en la que las recomendaciones se representan cuando el visitante examina las recomendaciones dinámicas de Digital Recommendations.

### Acerca de esta tarea

Cada zona tiene un ID exclusivo de 8 caracteres que especifica en la ventana **Configuración de zona** y al que se hace referencia en sus páginas web. Para identificar las zonas en Digital Recommendations, siga los pasos siguientes:

### Procedimiento

1. Inicie la página **Lista de zona** seleccionando el enlace **Zona** del panel de navegación lateral.
2. Pulse **Crear nueva zona** para iniciar el panel **Configuración de zona**.
3. Especifique un **nombre de zona**.  
Utilice una descripción que describa exactamente en donde se encuentra esta zona. Por ejemplo: Parte superior derecha de la zona de página.
4. Especifique hasta 8 caracteres para definir el **ID de zona**. Este valor distingue entre mayúsculas y minúsculas y puede contener únicamente caracteres alfanuméricos o el carácter de subrayado. No utilice espacios ni caracteres especiales distintos al subrayado.  
Este ID se utiliza en toda la aplicación. Se envía en cada solicitud para indicar qué zona utilizar para la solicitud. El desarrollador de páginas que codifica necesita el ID de zona configurado para cada zona activa del sitio.  
**Importante:** El ID de zona pasado en la recomendación debe coincidir exactamente con el ID de zona que especifique en este campo.
5. Realice una selección en los Planes de recomendaciones definidos previamente. Si un plan no existe, pulse **Cancelar** y vaya a la página de lista **Plan de recomendaciones** para crear uno.
6. Especifique el **Número de recomendaciones** que se pasarán a la zona.  
Si tiene varias zonas en una página, envíen siempre más recomendaciones de las que la zona fuese capaz de visualizar. Si pasa zonas adicionales se evita tener un número muy bajo de recomendaciones cuando los artículos se recomiendan para más de una zona.
7. Defina el **filtrado de recomendaciones**.  
Estas selecciones eliminan los artículos adquiridos previamente y los artículos en la cesta del visitante desde las recomendaciones.
8. Pulse **Guardar y cerrar**.

### Creación de una zona de recomendación que sólo sea visible si el plan de recomendaciones es válido

Si no se generan recomendaciones en una zona, es posible que no desee que la zona se muestre en su página.

## Acerca de esta tarea

Puede configurar un plan de recomendación para que una zona de trabajo sólo sea visible si una solicitud de plan de recomendación produce resultados válidos. Por ejemplo, en la página inicial, puede especificar una zona para que aparezca con las recomendaciones en la parte inferior de la página solo si el visitante ha añadido un artículo a su cesta. Si no tienen artículos en su cesta, no pueden ver la zona.

## Procedimiento

1. Cree un plan de recomendaciones que contenga al menos un paso de solicitud. Continuando con el ejemplo, seleccione **Último producto de la cesta** como el destino.
2. Para la recesión, seleccione **Sin recomendaciones**.
3. Cree una zona utilizando **Zonas** desde el panel de navegación lateral.
4. En la configuración de la zona, seleccione el plan de recomendaciones que ha creado en los pasos 1-2.

## Personalizar las recomendaciones de productos

---

Utilice Digital Recommendations para crear perfiles de visitantes individuales basados en los datos históricos y de sesiones.

Dado que dos visitantes no tienen nunca los mismos intereses ni demuestran patrones de compra idénticos, Digital Recommendations utiliza sus algoritmos de sabiduría de los grupos para presentar automáticamente a cada comprador un conjunto exclusivo de recomendaciones. Como los perfiles de los visitantes se crean en tiempo real, las recomendaciones se personalizan rápidamente. La personalización rápida permite a Digital Recommendations optimizar las recomendaciones para cada visitante. Los visitantes que no son conocidos también reciben recomendaciones relevantes. Las compras anteriores de los visitantes y los artículos incluidos en la cesta actualmente se pueden eliminar de forma automática de las recomendaciones como un valor configurable.

Además de optimizar de forma automática la página de productos, las recomendaciones de la cesta y las recomendaciones de categorías para el visitante individual, se pueden definir zonas de recomendación específicas en el plan de recomendaciones. Este plan ofrece recomendaciones basadas en los siguientes datos del cliente:

- Un artículo se ha añadido recientemente a la cesta.
- Un artículo que se ha comprado recientemente.
- Artículos más vendidos de una categoría de interés.
- Un artículo que se ha visto recientemente.
- Artículos más vendidos de la categoría Vistos por última vez
- Lista de productos vistos recientemente

## Personalización y categorías del Informe de productos de empresa

La estructura de categorías definida en el ECDF (Enterprise Category Definition File) de la importación EPR (Enterprise Product Report) constituye la base de las categorías. Estas categorías se utilizan en el algoritmo de personalización de Digital Recommendations, independientemente de si las recomendaciones de las categorías están basada en las categorías del sitio (las categorías Category Definition File) o en las categorías EPR (las categorías Enterprise Category Definition File. Para fines de personalización, no se pueden utilizar las categorías CDF debido a su uso de categorías virtuales. Los problemas de integridad de datos dan como resultado la entrega de recomendaciones que pueden ser no válidas o no tener relevancia para el visitante. Las categorías del informe de productos de empresa proporcionan un conjunto limpio y coherente de categorías que contribuyen al algoritmo de personalización.

## Categoría de personalización

Se puede habilitar un valor para que aumente la ponderación de afinidad para un candidato de recomendación con un ID de categoría que hace coincidir los visitantes más populares en la cookie de personalización. Este valor se puede utilizar con las ofertas de productos y búsqueda.

## Atributo de personalización adicional

Como configuración opcional, puede definir un atributo del archivo del informe de productos de empresa para utilizarlo como entrada adicional para el algoritmo de personalización. Si el valor de atributo definido de la recomendación coincide con el valor de atributo del destino, se aumenta la ponderación de afinidad mediante un valor predeterminado configurado por el cliente. Los atributos considerados son la marca, el autor o el género. Este atributo adicional no es fundamental para el algoritmo de personalización y se proporciona como una opción. Esta opción se puede utilizar con las ofertas de productos y de búsqueda.

**Nota:** Este valor se encuentra en el separador **Configuración avanzada** de la ventana **Configuración de la oferta**. Es posible que necesite contactar al soporte de Digital Analytics para obtener ayuda relacionada con este valor.

## Rastreo de los datos del informe de productos de empresa en la cookie de personalización de recomendaciones de producto

Cada vez que un visitante visualiza, pone en la cesta o compra un artículo, la biblioteca actualiza la categoría EPR y el atributo de personalización opcional y la puntuación de esa información en la cookie de personalización de Digital Recommendations. No existen tareas específicas para asegurarse de que estas acciones se llevan a cabo, más allá de definir y mantener los datos EPR. Para obtener más información, consulte la sección "Cookies de recomendación de productos" en la publicación IBM Product Recommendations Guía de configuración.

## Personalización mediante la asignación de productos a segmentos

Puede personalizar las recomendaciones basadas en el segmento o grupo al que está asociado un visitante.

### Antes de empezar

Este procedimiento requiere una comprensión del archivo EPCMF. Consulte la sección sobre EPCMF en la publicación IBM Product Recommendations Guía de configuración.

### Acerca de esta tarea

Si asigna los visitantes un segmento o grupo basándose en las preferencias del visitante, puede utilizar este procedimiento para excluir o desacentuar recomendaciones basándose en su segmento o grupo.

Por ejemplo, cuando un usuario crea una cuenta es posible que tenga la opción de identificarse como hombre o mujer. O como parte de un sector específico, tal como hostelería o servicios de alimentación. Si sus productos también están alineados con este segmento o grupo, puede optar por filtrar las recomendaciones basándose en el segmento o grupo asignado a un visitante.

Otro ejemplo puede ser si su empresa tiene varias líneas de productos no relacionadas, puede definir un segmento que asocia cada producto con una línea de productos. De este modo, cuando su visitante se identifique con un segmento, puede excluir todas las recomendaciones que no estén contenidas en dicha línea de productos.

### Procedimiento

1. Trabaje con el asesor del cliente de Digital Analytics para determinar si se han de excluir o desacentuar productos que no coinciden con el segmento del visitante. Determine también a qué zonas del sitio se aplicará este filtro y los atributos que desea utilizar para el filtrado. Su asesor configurará estos artículos para usted.
2. Cree una columna en su archivo EPCMF para el atributo de segmento.

- Defina una o más valores de segmentos para cada producto. Separe varios valores con un delimitador, tal como | o ^.
- En la interfaz de Digital Recommendations, seleccione **Gestionar > Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Atributos**.
- En la tabla **Definición de atributo del producto**, defina los siguientes valores para los **Atributos estáticos de productos de empresa** asociados con el atributo de segmento:

Opción	Descripción
<b>Alias</b>	segment
<b>Tipo de datos</b>	Texto
<b>Valor predeterminado</b>	El valor de segmento que desea asignar a los productos que no tienen definido un valor en EPCMF.
- En la sección **Atributos para incluir en la respuesta de la oferta**, mueva el atributo segment a **Seleccionado**.
- Guarde la configuración.
- Codifique cmSetSegment en sus páginas web.  
Consulte la sección [“Función cmSetSegment”](#) en la página 84 para obtener información detallada acerca de este función.

## Resultados

Dado que este procedimiento cambia el EPCMF, para ver los resultados debe esperar hasta la mañana siguiente cuando se carga el nuevo EPCMF.

## Función cmSetSegment

Utilice esta función para identificar el segmento con el que está asociado un visitante.

Pase esta función una vez por sesión. Se debe pasar después de la biblioteca `eLuminate.js` y antes de la función `cmDisplayRecs`.

Cuando se pasa esta función durante la sesión, las recomendaciones cuyo valor de segmento en EPCMF no coincide con el valor de segmento del visitante se excluyen o desacentúan. Por ejemplo, un visitante se identifica como un usuario de hostelería. Cuando se presentan las recomendaciones, los productos que no están asignados al segmento Hostelería se recomiendan en último lugar (se desacentúan) o no se recomiendan de ningún modo (se excluyen). Este orden de presentación garantiza que las recomendaciones más relevantes estén alineadas con un segmento de usuario.

## Parámetros

La función `cmSetSegment` toma el parámetro siguiente:

<i>Tabla 19: Parámetros de respuesta de cmSetSegment</i>		
Parámetro	Valores de parámetros válidos	Ejemplo
segment	El segmento con el que está asociado el visitante. Debe rellenar este valor con sus datos de sesión.  Si el valor del parámetro del segmento está en blanco, se elimina al visitante del segmento al que estaba asignado. Si se pasa un nuevo valor de segment, se sobrescribe el valor anterior.	<code>cmSetSegment("hostelería")</code>

## Personalización sincronizando los datos de cookies entre dispositivos

Puede personalizar las recomendaciones utilizando las cookies de rastreo en más de un sistema, smartphone o tablet.

Dado que las cookies se almacenan localmente en el dispositivo del visitante, es difícil realizar el rastreo y utilizar la información en cookies almacenadas en dispositivos diferentes. Por ejemplo, un visitante accede al sitio web desde el ordenador del trabajo. Al día siguiente, regresa utilizando su dispositivo móvil. Los datos de la cookie del ordenador del trabajo no están disponibles para generar recomendaciones personalizadas en el dispositivo móvil. Cuando el usuario vuelve a utilizar su ordenador del trabajo, los datos de las cookies del dispositivo móvil no están disponibles para generar recomendaciones personalizadas en el ordenador del trabajo.

Para solucionar esta limitación, Digital Recommendations puede realizar un seguimiento de la información en las cookies del visitante en varios dispositivos.

Para hacerlo, Digital Recommendations asocia los datos de personalización del dispositivo del visitante con el ID de registro. Cuando el usuario visita el sitio web desde un dispositivo en el que ha iniciado sesión utilizando su ID de registro, Digital Recommendations puede asociar las actividades capturadas y almacenadas en la base de datos de Digital Analytics con el ID de registro. Cuando el visitante vuelve al sitio web utilizando otro dispositivo en el que ha iniciado sesión utilizando su ID de registro, los datos del segundo dispositivo también se almacenan en la base de datos. Cuando el usuario vuelve al sitio web desde uno de los dispositivos, todos los datos de la base de datos se añaden a la cookie local y están disponibles para generar recomendaciones personalizadas en uno de los dispositivos.

Para habilitar esta posibilidad, debe ponerse en contacto con su representante de IBM. También tiene que decidir cómo configurar el requisito de inclusión voluntaria. La configuración de opciones de inclusión voluntaria determina si los visitantes del sitio se han incluido o excluido de forma predeterminada y afecta al modo en que se utiliza el indicador de inclusión en las llamadas a la función `cmSetRegId`. La función `cmSetRegId` acepta el indicador de inclusión voluntaria, pero el indicador sólo es necesario si el estado de inclusión voluntaria del visitante no es el valor predeterminado. Las opciones se muestran en la tabla siguiente:

<i>Tabla 20: Opciones de inclusión voluntaria</i>	
<b>Opción</b>	<b>Descripción</b>
Obligatorio	<p>Seleccione Inclusión voluntaria obligatoria para que los usuarios se excluyan de forma predeterminada si no se ha especificado ningún indicador de inclusión en la llamada <code>cmSetRegId</code>.</p> <p>Para excluir a un visitante, establezca el indicador de inclusión voluntaria en cada llamada a <code>cmSetRegId</code> en <b>false</b> o déjelo en blanco.</p> <p>Para la inclusión de un visitante, establezca el indicador de inclusión voluntaria de cada llamada a <code>cmSetRegId</code> en <b>true</b>.</p> <p>Consulte <a href="#">“Función de sincronización de cookies”</a> en la <a href="#">página 86</a>.</p>
Valor predeterminado	<p>Seleccione Inclusión voluntaria predeterminada para que los visitantes se incluyan de forma predeterminada si no se ha especificado un indicador de inclusión voluntaria en la llamada <code>cmSetRegId</code>.</p> <p>Para excluir a un visitante, establezca el indicador de inclusión voluntaria de cada llamada a <code>cmSetRegId</code> en <b>false</b>.</p> <p>Para la inclusión de un visitante, establezca el indicador de inclusión voluntaria en cada llamada a <code>cmSetRegId</code> en <b>true</b> o déjelo en blanco.</p>

La capacidad de sincronizar datos de cookies tiene las siguientes limitaciones:

- La base de datos se actualiza de noche, así que los datos del usuario de varios dispositivos no están disponibles hasta el siguiente día. Por ejemplo, un usuario visita el sitio durante el día desde un portátil. Esa tarde, vuelve al sitio utilizando una tableta. Los datos de personalización recopilados en el portátil no están disponibles en la tableta. Sin embargo, si al día siguiente vuelve al sitio utilizando la tableta, los datos de personalización del portátil están disponibles en la tableta.
- Los datos de una cookie solo se cargan en la base de datos desde un dispositivo en el que el usuario ha iniciado sesión con su ID de registro. Si nunca ha iniciado sesión desde un dispositivo, el servidor no puede recopilar los datos de la cookie en dicho dispositivo. Por ejemplo, un usuario examina el sitio desde el ordenador del trabajo en el que nunca ha iniciado sesión con su ID de registro. Al día siguiente, visita el sitio desde el ordenador de su casa, en el que ha iniciado sesión con su ID de registro. Los datos recopilados en el ordenador del trabajo no están disponibles en el ordenador de casa para generar recomendaciones personalizadas.

### **Función de sincronización de cookies**

Utilice esta función si ha implementado la característica para sincronizar sus datos de cookies de visitantes en varios dispositivos. Esta característica debe ser habilitada por el representante de IBM.

### **Parámetros de cmSetRegId**

La función cmSetRegId toma dos parámetros en el siguiente orden:

<i>Tabla 21: Parámetros de respuesta de cmSetRegId</i>		
<b>Posición</b>	<b>Parámetro</b>	<b>Valores de parámetros válidos</b>
1	ID de registro	El ID de registro del visitante, cargado desde la cookie del visitante (si ha realizado la inclusión).
2	Indicador de inclusión voluntaria	true: el visitante ha realizado la inclusión para permitir la sincronización de cookies. false: el visitante no ha realizado la inclusión para permitir la sincronización de cookies. Este parámetro es opcional, en función de cómo haya configurado el requisito de inclusión voluntaria.

Llamada a la función cmSetRegId de ejemplo:

```
cmSetRegId('52D8177F5751', true);
```

Para obtener más información, consulte [“Personalización sincronizando los datos de cookies entre dispositivos”](#) en la página 84.

### **Privacidad de usuarios para la sincronización de cookies**

Comprenda las implicaciones de privacidad de las cookies de rastreo en varios dispositivos.

Dado que esta función puede actualizar la cookie de Digital Recommendations local con información recopilada desde otro dispositivo u otros dispositivos asociados al usuario, tenga muy en cuenta la privacidad de los visitantes de su sitio web.

Como parte de la implementación de esta característica, decida si la inclusión voluntaria de un visitante en esta compartición de información entre dispositivos adicional se solicita de forma automática o manual.

- Si decide utilizar la inclusión voluntaria manual, debe realizar una llamada a cmSetRegId en nombre del visitante a una función JavaScript de Digital Recommendations.
- Si decide utilizar la inclusión voluntaria automática (valor predeterminado), no es necesaria la llamada de inclusión voluntaria cmSetRegId de forma continuada. Se presupone que el visitante ha realizado la inclusión, a menos que Digital Recommendations reciba la llamada cmSetRegId que excluya de forma

específica al usuario. Sin embargo, tiene que realizar al menos una llamada `cmSetRegId` en nombre del visitante en cada dispositivo, para establecer el ID de registro del visitante en dicho dispositivo

Si un visitante decidió su inclusión voluntaria de forma automática o manual, la cookie local de Digital Recommendations se puede modificar de modo que contenga la actividad del producto realizada en otros dispositivos que el visitante ha utilizado para navegar por el sitio web del cliente. Si un visitante se ha registrado mediante el ID de registro en más de un dispositivo, se puede establecer un enlace que utilice dicho ID de registro en el servidor de Digital Analytics entre dichos dispositivos (que tienen su propia cookie local de Digital Recommendations). La actividad de Digital Analytics se recopila mediante el ID de registro y la actividad se almacena en un servidor de Digital Recommendations. Como resultado, cuando el visitante visita el sitio web, el nuevo proceso de sincronización puede llamar al servidor de Digital Recommendations y recibir la actividad desde estos dispositivos asociados.

Si un visitante está excluido de un dispositivo, solo se aplica a dicho dispositivo y no a todos los dispositivos en los que se ha registrado el usuario. La exclusión impide que el dispositivo local reciba datos de otros dispositivos asociados. No impide que las actividades de este dispositivo se compartan con otros dispositivos asociados que están incluidos.

Si no implementa la característica de sincronización de la cookie, Digital Recommendations crea y utiliza una cookie de navegador solo si el usuario también permite la cookie de Digital Analytics. La cookie de Digital Recommendations es persistente y no recopila ninguna información personal. Solo recopila alguna información de rastreo y un número limitado de ID de productos, con las indicaciones de fecha y hora asociadas, que el usuario ha incluido en la cesta, comprado o examinado. Cifra los datos en la cookie de Digital Recommendations.

## Prueba de recomendaciones y de salida de reglas

---

Para evitar resultados inesperados, pruebe las reglas antes de ponerlas en producción.

Para asegurarse de que las reglas de exclusión no sean demasiado restrictivas y de que todos los datos se han configurado correctamente y de que las ponderaciones de afinidad están dando el resultado deseado, ejecute e inspeccione al menos un archivo de prueba antes de pasarlo a producción.

Al configurar una oferta, defina si le interesa revisar resultados de recomendaciones para un conjunto específico de artículos o para una muestra de artículos en la sección Vista previa de lista de destinos en el separador **Valores**. Asegúrese de activar la oferta y después ejecutarla, podrá utilizar la característica Vista previa para revisar los resultados. Para obtener más información, consulte [“Recomendaciones de vista previa”](#) en la página 21.

Otro método que puede utilizar para la resolución de problemas de las ofertas son las estadísticas de reglas. Esta herramienta le permite ver el impacto de reglas que ha aplicado mostrándole el número de artículos que ha excluido una regla. Para obtener más información, consulte [“Visualización del efecto de las reglas en la oferta”](#) en la página 48.

### Normas para las pruebas

- Muchas organizaciones configuran un servidor de desarrollo en el que se cargan las recomendaciones y se pueden previsualizar fácilmente durante la fase de implementación inicial de Digital Recommendations. Este servidor de desarrollo ayuda a que el equipo se sienta cómodo con la salida de Digital Recommendations.
- Inspeccione los resultados de vista previa para asegurarse de que está presente el número esperado de recomendaciones.
- Asegúrese de que sus destinos de muestra prueban cada una de las reglas empresariales. Por ejemplo, para una regla que se especifica para todos los artículos en el departamento de hombre, excluya los artículos de mujer y pruebe al menos un artículo de hombre, a continuación, inspeccione sus recomendaciones. ¿Aparecen los artículos de mujer en la lista?
- Confirme que las ponderaciones de afinidad proporcionan las recomendaciones previstas.

## Recomendaciones de prueba

Si está implementando Digital Recommendations por primera vez, o si está implementando recomendaciones dinámicas por primera vez, puede probar la implementación de ofertas dinámicas.

1. Inicie sesión en Digital Recommendations con el ID de cliente de producción proporcionado.
2. Configure las ofertas, las reglas, los planes de recomendación y las zonas que desea probar en Digital Recommendations.
3. Cree las zonas de sitio correspondientes en un sitio web de prueba.
4. Asegúrese de que las ofertas que ha creado se ejecuten correctamente al menos una vez.

A continuación, cuando se reciba una solicitud de recomendaciones del sitio web de prueba utilizando el ID de cliente de prueba, el sistema devuelve automáticamente recomendaciones como si las solicitara el ID de cliente de producción.

Este proceso automático permite probar la implementación de Digital Recommendations con datos reales que se encuentran en el ID de cliente de producción antes de lanzar o cambiar su sitio web de producción. Si utiliza el sitio de prueba con el ID de cliente de prueba garantizará que no se modifiquen los informes empresariales del sitio web de producción.

Si ya ha ejecutado Digital Recommendations, puede utilizar el mismo procedimiento para probar zonas, ofertas o planes de recomendación nuevos y modificados.

### Prueba de recomendaciones

Puede probar la implementación de su oferta dinámica cuando implemente las recomendaciones de Digital Recommendations o dinámicas por primera vez.

### Acerca de esta tarea

Si ya ha ejecutado Digital Recommendations, puede utilizar el mismo procedimiento para probar zonas, ofertas o planes de recomendación nuevos y modificados.

Este proceso automático prueba su implementación de Digital Recommendations con datos reales que se encuentran en el ID de cliente de producción antes de lanzar o cambiar su sitio web de producción. Si utiliza el sitio de prueba con el ID de cliente de prueba garantizará que no se modifiquen los informes empresariales del sitio web de producción.

### Procedimiento

1. Inicie sesión en Digital Recommendations con el ID de cliente de producción proporcionado.
2. Configure las ofertas, las reglas, los planes de recomendación y las zonas que desea probar en Digital Recommendations.
3. Cree las zonas de sitio correspondientes en un sitio web de prueba.
4. Asegúrese de que las ofertas que ha creado se ejecuten correctamente al menos una vez.

### Resultados

Cuando se recibe una solicitud de recomendaciones del sitio web de prueba utilizando el ID de cliente de prueba, el sistema devuelve automáticamente las recomendaciones como si las solicitara el ID de cliente de producción.

## Resolución de problemas con los resultados de las reglas empresariales

Si los resultados de una regla empresarial definida no afectan a las recomendaciones de las ofertas tal como estaba previsto, utilice este procedimiento para identificar el problema.

1. Vuelva al separador **Reglas** de la oferta y examínelo para asegurarse de que la regla se ha configurado correctamente. Muchos comerciantes configuran reglas para "eliminar todos los artículos que NO están en venta" cuando la intención es "eliminar todos los artículos en venta".
2. Intente comprender la política de reglas de recomendación, las implicaciones de los datos de atributo que faltan y la configuración de esta política. Si tiene alguna pregunta, examine los valores del

separador **Gestionar > Ofertas de producto > Atributos**. Si no tiene acceso a estos valores, póngase en contacto con el administrador.

Pasos adicionales para la resolución de problemas de recomendaciones de productos:

1. Cuando introduce un valor en la herramienta de reglas, asegúrese de que el valor que introduce coincida exactamente con los valores cargados mediante los archivos del informe de productos de empresa. Por ejemplo, si la regla excluye todos los artículos en los que la marca es igual a Channel, pero el valor de Marca del Enterprise Product Content Mapping File es CHANNEL, el motor de la regla no excluirá el artículo.
2. Asegúrese de que los archivos del informe de productos de empresa (EPR) estén actualizados. Muchos problemas de reglas de los que se ha hecho un informe son el resultado de archivos EPR no actualizados.
3. Los resultados de la vista previa mostrarán los valores de los datos en el archivo EPR a partir de la hora en que se ha ejecutado la oferta. Para los artículos en cuestión, inspeccione los valores. ¿Poseen los valores correctos para dar soporte a las reglas? Los valores que se han especificado en minúsculas, ¿están ahora en mayúsculas en la herramienta de reglas? ¿Existe algún espacio adicional en la regla o son los datos del EPR los que causan la discrepancia?

## Resolución de problemas de un número muy reducido de recomendaciones

Si hay destinos que no tienen recomendaciones y otros que tienen muy pocas recomendaciones, utilice este procedimiento para identificar el problema.

1. La capacidad de Digital Recommendations de generar recomendaciones depende de la cantidad de tráfico que un artículo obtiene en el periodo de duración de análisis del conjunto de datos y el grado en el que las reglas empresariales eliminan artículos.
2. Cuando se hayan definido las reglas empresariales, vaya al separador de **Estadísticas de reglas** para la oferta seleccionada. La información en la tabla ayuda a comprender mejor el grado en el que una regla específica está eliminando artículos de las recomendaciones.
3. Si una regla está eliminando demasiadas recomendaciones, considere la posibilidad de suavizar la regla o eliminarla completamente. Aunque algunas reglas son necesarias, muchos clientes conceptualizan aquellas que son de una naturaleza más experimental. En algunos casos, más reglas equivale a menos recomendaciones, lo que significa una menor subida de los ingresos.
4. Para cualquier regla que se aplique a todos los productos de destino, considere si la regla de hecho tiene que ser aplicada a todos los productos de destino. Para obtener el resultado deseado, tenga en consideración aplicar la regla a una categoría específica de artículos que impidan que la regla actúe contra más de los artículos necesarios.
5. Si un artículo tiene recomendaciones limitadas y las reglas no parecen ser el origen, vaya al informe de categoría y defina el periodo de duración del informe para que coincida con el periodo de duración de análisis de datos de la oferta que se está investigando. Busque el artículo en cuestión y mire cuántas vistas y compras ha recibido en ese periodo de tiempo. Si el artículo recibe una interacción mínima, Digital Recommendations probablemente no tenga datos suficientes para generar recomendaciones. Considere la posibilidad de extender el periodo de duración de análisis de datos para que se capturen más datos. Recuerde que el periodo de duración ideal del análisis de datos es el periodo más corto que obtiene la cantidad deseada de cobertura de recomendaciones.
6. Examine las ponderaciones de afinidad (recomendaciones de productos solo). Si la vista por vista se establece en 0, se desactiva una gran parte de los datos disponibles para realizar recomendaciones. Considere la posibilidad de abrir esta afinidad con una pequeña ponderación de al menos 5 o 10 y volver a ejecutar la oferta para evaluar el efecto.

## Panel de control Visión general del sistema

---

El panel de control del sistema le proporciona una forma sencilla de ver todos los aspectos de su estrategia de recomendaciones. Puede navegar rápidamente al panel adecuado para ajustar las configuraciones, según sea necesario.

Los siguientes son algunos ejemplos de cómo utilizar este panel de control.

- Puede ver todas las zonas del sitio configuradas y sus relaciones con los planes de recomendaciones y ofertas, así como los valores de los parámetros clave. También puede editar cada uno de estos componentes pulsando una zona, un plan de recomendaciones o un nombre de oferta en el panel de control.
- Identifique las zonas que están activas.
- Para las pruebas A/B, puede ver los planes de recomendaciones que se utilizan en la prueba así como los parámetros clave de la prueba.
- Para las recomendaciones de imágenes, puede ver el estado de publicación, las ofertas que se utilizan para generar recomendaciones, la oferta de recesión, así como el número de recomendaciones generadas.

También puede acceder a los valores de configuración pulsando el ID de zona, el nombre del plan de recomendaciones, el nombre de la prueba A/B o el nombre de la plantilla de recomendación de imagen.

## Visualización de una lista de zonas, ofertas y planes de recomendaciones

Las secciones **Zonas activas** y **Zonas inactivas** de la visión general del sistema muestran todas las zonas del sitio que ha configurado en Digital Recommendations. La visión general del sistema muestra las zonas que están activas y el plan de recomendaciones y ofertas que están asociados a cada zona.

### Procedimiento

Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral. Las zonas se listan por ID de zona. Puede identificar el nombre de la zona, los planes de recomendaciones y las ofertas. Las siguientes son columnas adicionales que se muestran:

Opción	Descripción
<b>Núm. recs</b>	El número de recomendaciones que se generan para la zona.
<b>Filtrado</b>	Identifica si los artículos incluidos en la cesta o comprados han sido filtrados.
<b>Destino</b>	Identifica cómo se determina el destino.
<b>V2V</b>	Identifica el valor de la afinidad de vista por vista en el algoritmo de venta cruzada de producto.
<b>V2B</b>	Identifica el valor de la afinidad de vista por compra en el algoritmo de venta cruzada de producto.
<b>B2B</b>	Identifica el valor de la afinidad de compra por compra en el algoritmo de venta cruzada de producto.
<b>A2B</b>	Identifica el valor de la afinidad de abandono por compra en el algoritmo de venta cruzada de producto.
<b>Núm. reglas</b>	Identifica el número de reglas definidas en la oferta.

## Comparación del algoritmo utilizado en diferentes ofertas

Puede utilizar la visión general de sistema para comparar los algoritmos de venta cruzada de productos utilizados en ofertas diferentes.

### Acerca de esta tarea

Es posible que desee configurar zonas, de modo que tenga diferentes algoritmos de venta cruzada de productos para las diferentes ubicaciones de zonas. Por ejemplo en un página de la cesta, es posible que desee tener una mayor afinidad para la vista por compra que la que tiene para la vista por vista. Puede utilizar la visión general del sistema para ver qué valores de afinidad se utilizan en toda las zonas del sitio.

## Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Vea los siguientes valores de columna para cada zona:

Opción	Descripción
--------	-------------

<b>V2V</b>	Identifica el valor de la afinidad de vista por vista en el algoritmo de venta cruzada de producto.
------------	---

<b>V2B</b>	Identifica el valor de la afinidad de vista por compra en el algoritmo de venta cruzada de producto.
------------	--

<b>B2B</b>	Identifica el valor de la afinidad de compra por compra en el algoritmo de venta cruzada de producto.
------------	---

<b>A2B</b>	Identifica el valor de la afinidad de abandono por compra en el algoritmo de venta cruzada de producto.
------------	---

## Identificación de zonas activas o inactivas

Puede utilizar la visión general del sistema para ver rápidamente qué zonas de sitio están activas e inactivas.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Expanda las secciones **Zonas activas** y **Zonas inactivas**.

## Identificación del número de recomendaciones

Puede utilizar la visión general para ver cuántas recomendaciones se generan para una zona.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.  
Las zonas se listan por ID de zona.
2. Expanda las secciones **Zonas activas** y **Zonas inactivas**.
3. Busque las zonas que desea ver. La columna **Núm. recs** muestra el número de recomendaciones generadas.

## Identificación del número de recomendaciones para una plantilla de recomendación de imagen

Puede utilizar la visión general para encontrar el número de recomendaciones generadas.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Expanda la sección **Recomendaciones de imagen** sección.
3. Busque la plantilla que desea ver. La columna **Núm. recs** muestra el número de recomendaciones generadas.

## Identificar o comparar los parámetros de una o varias pruebas A/B

Puede utilizar la visión general del sistema para identificar o comparar los parámetros de las pruebas A/B.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.

2. Expanda la sección **Pruebas A/B activas**.

3. Busque las pruebas A/B que desee.

Puede acceder a los parámetros de configuración de la prueba A/B y a los planes de recomendaciones y ofertas asociados.

## Identificación de planes de recomendaciones y zonas inactivos

Puede utilizar el panel de control de visión general del sistema para determinar si los planes de recomendación o las zonas están inactivos.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Compruebe en el panel de control de visión general del sistema los nombres de planes de recomendaciones o zonas que aparezcan con texto en rojo. El texto rojo indica que el elemento está inactivo.
3. Pulse el nombre del elemento para abrir la pantalla de configuración.

## Identificación de cada instancia en que se utiliza una oferta

Puede utilizar la visión general del sistema para identificar rápidamente en qué lugar del sistema se utiliza una oferta. Este procedimiento resalta todas las instancias de una oferta en cada sección de la visión general de sistema.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Expanda cualquier sección de la descripción general del sistema (Zonas activas, Zonas inactivas, Pruebas A/B activas, Recomendaciones de imagen).
3. Localice cualquier instancia de la oferta en la que esté interesado.
4. Pulse dos veces el nombre de la oferta.  
El nombre de la oferta se resalta en cada instancia en la que se utiliza.

## Identificación de cada instancia en que se utiliza un plan de recomendaciones

Puede utilizar la visión general del sistema para identificar rápidamente en qué lugar del sistema se utiliza un plan de recomendaciones. Este procedimiento resalta todas las instancias de un plan de recomendaciones en cada sección de la visión general de sistema.

### Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Expanda cualquier sección de la descripción general del sistema (Zonas activas, Zonas inactivas, Pruebas A/B activas, Recomendaciones de imagen).
3. Localice cualquier instancia del plan de recomendaciones en el que esté interesado.
4. Pulse dos veces el nombre del plan de recomendaciones.  
El nombre del plan de recomendaciones se resalta en cada instancia en la que se utiliza.

## Identificación de los planes de recomendaciones que altera temporalmente una Prueba A/B

Puede utilizar la visión general del sistema para identificar qué zonas se alteran temporalmente.

### Acerca de esta tarea

Cuando ejecuta una prueba A/B en una zona, ésta altera temporalmente el plan de recomendaciones especificado originalmente para la zona.

## Procedimiento

1. Pulse **Visión general del sistema** en el panel de navegación lateral.
2. Busque el icono signo de exclamación amarillo junto al plan de recomendaciones. El signo de exclamación indica que la prueba A/B está alterando temporalmente el plan.

## Informes

---

Los informes proporcionan información sobre el rendimiento de las recomendaciones.

Digital Recommendations proporciona informes de rendimiento e informes de rendimiento de prueba A/B.

### Informes de rendimiento de zona de producto

Los informes de rendimiento de zona de producto presentan información relacionada con el valor de las recomendaciones que Digital Recommendations entrega. Puede ver la información de los productos tanto a nivel de todo el sitio como desglosadas por categorías (por ejemplo, zonas y subcategorías dentro de estas zonas).

Puede añadir categorías al diagrama utilizando los recuadros de selección de la sección Tabla que se encuentra debajo del diagrama.

Para las ofertas de productos, utilice la función **Gestionar > Configuración de informe > Rendimiento de zona de producto** para seleccionar la categoría padre del Category Definition File que utiliza para el seguimiento de ventas dirigido por Digital Recommendations.

### Rastreo del rendimiento de zona automatizado

Puede utilizar el rastreo del rendimiento de zona automatizado para mantener automáticamente una estructura CDF válida de IBM Digital Recommendations. El rastreo del rendimiento de zona automatizado también añade una etiqueta de categoría virtual a cada URL de página de producto presentada en su recomendación de zona.

Una vez habilitado el rastreo del rendimiento de zona automatizado, se ejecutan automáticamente las acciones siguientes:

- Cuando envía su estructura CDF para que se cargue en Digital Analytics, todos los ID de zona basados en productos que estén activos se añadirán como categorías hijo de su categoría de recomendaciones padre.
- Se añade `cm_vc=Zone_id` a su URL de producto antes de que éste pase a la función de población de zona.

No es necesario realizar acciones adicionales para rastrear las recomendaciones mientras está habilitado el rastreo del rendimiento de zona automatizado.

### Activación del rastreo del rendimiento de zona automatizado

Puede utilizar el rastreo del rendimiento de zona automatizado para proporcionar automáticamente una estructura CDF válida y añadir una etiqueta de categoría virtual a cada URL de página de producto presentado en su recomendación de zona.

### Antes de empezar

Antes de habilitar el rastreo de rendimiento de zona automatizado, debe verificar que está pasando el URL de producto de cada uno de los productos en el archivo EPCMF. Asegúrese de que designa el atributo que contiene este URL de producto y que incluye el atributo en los campos de respuesta de la oferta. También debe configurar los atributos de ofertas del producto realizando los pasos siguientes.

1. Pulse **Gestionar > Ofertas de producto > Atributos** en el panel de navegación lateral.
2. Seleccione el atributo **URL de producto** adecuado en la sección **Valores especiales**.

3. Si el atributo que selecciona no se muestra en la lista **Seleccionado** bajo la sección **Atributos para incluir en la respuesta de la oferta**, seleccione el atributo en la lista **Disponible** y pulse la flecha del botón > para moverlo a la lista **Seleccionado**.

### Acerca de esta tarea

Para activar el rastreo de rendimiento de zona automático para IBM Product Recommendations, siga estos pasos.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar > Configuración del informe > Rendimiento de zona de producto** en el panel de navegación lateral.
2. Seleccione la categoría padre que utiliza para rastrear las recomendaciones en el desplegable **Jerarquía de archivos de definición de categorías**.
3. Pulse el recuadro de selección **Utilizar rastreo automatizado**.
4. De forma predeterminada, **Granularidad de zona** está seleccionado.
5. Pulse **Guardar**.

### Qué hacer a continuación

Pulse **Zonas** en el panel de navegación lateral para ver el estado de la configuración del rastreo del rendimiento de zona del producto automatizado. Asimismo, se envía un correo electrónico que confirma que el rastreo del rendimiento de zona automatizado se ha implementado correctamente o se emite un aviso si es necesario modificar el ID de zona. El ID de zona debe ser exclusivo.

## Informe de rendimiento de prueba A/B

Puede utilizar la función de prueba A/B sólo si el sitio se implementa utilizando recomendaciones dinámicas.

El informe de rendimiento de la prueba A/B tiene su origen en los informes de elementos de Digital Analytics y muestra los resultados de cualquier prueba A/B activa configurada en la herramienta de prueba de A/B en Digital Recommendations.

Puede ver muchas métricas en este informe, incluidas las métricas de subida. Las métricas de subida se calculan de la siguiente manera (métrica de división de la prueba – métrica de control)/métrica de control.

## Informe de atribución indirecta

Utilice el informe de atribución indirecta para ver el impacto de las recomendaciones en varias sesiones.

El impacto de las recomendaciones a menudo se atribuye a la sesión en la que se visualiza la recomendación. Por ejemplo, un cliente está visualizando un producto y ve una lista de recomendaciones en la parte inferior de la página. La venta u otros indicadores de rendimiento se basan en cómo reacciona el cliente a dichas recomendaciones como, por ejemplo, al comprar o colocar en el cesto de la compra un producto recomendado.

Sin embargo, a menudo las recomendaciones tienen un impacto más allá de la misma sesión. A continuación se muestran ejemplos de cómo Digital Recommendations puede impactar en las ventas:

- Se visualiza una recomendación, se coloca en la cesta y la compra se realiza en una sesión posterior.
- Se visualiza una recomendación, se coloca en la cesta, sin embargo, la compra se difiere de forma intencionada a un día posterior.
- Se visualiza una recomendación sin colocarla en la cesta. Sin embargo, más tarde, se selecciona el producto desde una lista visualizada recientemente y, a continuación, se compra.

Los ejemplos precedentes muestran cómo las ventas se pueden atribuir de forma indirecta a Digital Recommendations.

Las siguientes métricas son nuevas para el informe de Atribución indirecta. Para obtener más información acerca de estas métricas, consulte [“Glosario de métricas de informes para recomendaciones de producto”](#) en la página 97:

- Total de ventas de artículos
- Ventas de artículos en la misma sesión
- Ventas de artículos en sesiones cruzadas
- Total de artículos vendidos
- Artículos vendidos en la misma sesión
- Artículos vendidos en sesiones cruzadas

### Selección del periodo de atribución

Puede seleccionar el número de días para el periodo de atribución.

### Procedimiento

1. Pulse **Informes** en la navegación lateral.
2. Seleccione **Informe de atribución indirecta**.
3. Pulse el **desplegable de atribución** y seleccione el número de días (1 - 7) para el periodo de atribución. El valor predeterminado es de 7 días.

### Asignación de porcentaje de atribución

Se pueden asignar diferentes porcentajes de ventas atribuidas a IBM Digital Recommendations para cada uno de los últimos siete días mediante la configuración del informe de Atribución indirecta.

### Acerca de esta tarea

**Nota:** Las páginas de Configuración de informe sólo están disponibles a los administradores de clientes.

Mediante la asignación del porcentaje de atribución, se ajusta la cantidad de ventas que se atribuye indirectamente a la recomendación que genera Digital Recommendations. Si la venta se produce el mismo día que se visualiza la recomendación, se puede presuponer que la recomendación directamente da lugar a una venta. Por ello, la asignación se establece en 100% para el mismo día. Sin embargo, si la venta es del día posterior al que se visualizó la venta, podrían haber otros factores que hubiesen contribuido a la venta. Por lo tanto, podría asignar un porcentaje inferior de la venta como, por ejemplo, un 70%, al día 2. Ajustaría la asignación para cada día.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en la navegación lateral.
2. Pulse **Configuración de informe** en la navegación lateral.
3. Pulse **Atribución indirecta** en la navegación lateral.
4. Especifique el porcentaje de las ventas que desea atribuir a cada día (1 - 7) a IBM Digital Recommendations. Para el día actual se atribuye el 100% de las ventas.

Día	Porcentaje
Hoy	100%
Día 1	80%
Día 2	20%
Día 3	10%

5. Puede habilitar **Mostrar información de atribución indirecta adicional en el informe de rendimiento de zona** para añadir esta información configurada a los paneles de control y al informe de rendimiento de zona.
  - La configuración del porcentaje de atribución no se aplica a la información visualizada en el Informe de zona de producto.
  - Si el recuadro de selección está seleccionado, puede seleccionar las métricas siguientes para visualizarlas en los paneles de control:
    - Artículos vendidos en la misma sesión
    - Artículos vendidos en sesiones cruzadas
    - Total de artículos vendidos
    - Ventas de artículos en la misma sesión
    - Ventas de artículos en sesiones cruzadas
    - Total de ventas de artículos
  - Si el recuadro de selección no está seleccionado, solo puede seleccionar dos métricas en los paneles de control:
    - Venta de artículos
    - Artículos vendidos
6. Pulse **Guardar**.

## Seleccionar opciones de informe

Utilice los iconos y las listas situados sobre un informe para seleccionar opciones adicionales.

Para todos los informes, puede realizar las acciones siguientes:

- Cambiar el aspecto de los datos incluidos en el gráfico pulsando los iconos de la parte superior izquierda.
- Contraer o expandir secciones para mostrar los controles sobre los datos, un gráfico de datos o una tabla de datos pulsando **-/+** o los iconos de flecha de la parte superior izquierda de cada sección.
- Introducir comentarios que desea guardar pulsando **Comentarios**. Para obtener más información, consulte [“Guardar informes” en la página 97](#)

Utilice la lista **Informe** en la parte superior derecha para seleccionar cómo desea revisar los datos de rendimiento:

- **Informe** muestra datos para un momento específico.
- **Tendencia** muestra los cambios con el tiempo.

Hay disponibles más opciones basadas en estas opciones de visualización que ha seleccionado.

### Opciones para las vistas de informe

- Para definir el periodo de los informes, pulse el icono del calendario del campo **Periodo A** o de **Opciones de informe** en la parte superior derecha. Para obtener más información acerca de los informes puntuales, consulte [“Seleccionar periodos de tiempo de comparación” en la página 97](#).
- Para seleccionar métricas para incluirlas en el informe desde una lista predefinida o para crear una fórmula propia, pulse **Opciones de informe** y, a continuación, el separador **Métricas**.
- Para reducir los valores notificados a los valores que coincidan con las características que define, pulse **Opciones de informe** y, a continuación, el separador **Filtros**.
- Para especificar los cálculos que deben realizarse para un informe con dos periodos, pulse **Opciones de informe** y, a continuación, el separador **Configuración de comparación**.

### Opciones para las vistas de tendencia

- Para especificar el intervalo de tiempo para la vista de tendencias, utilice las listas de la parte superior derecha para especificar la duración del período de tiempo. Para opciones adicionales, pulse el icono del calendario o pulse **Opciones de informe** en la parte superior derecha.
- Para incluir una segunda línea de tendencia que trace datos para el mismo periodo de tiempo del año anterior para establecer una comparación, seleccione el recuadro de selección **Mostrar año anterior** de la parte superior derecha. En el caso de una vista de tendencia que incluya dos líneas de tendencias, los datos del año anterior pueden trazarse de modo que los valores del eje x coincidan con la misma fecha de calendario o el mismo día de la semana del año actual. Seleccione una de las opciones siguientes: **Alinear por fecha** o **Alinear por día**.
- Para aplicar el pulido de promedio de cuatro semanas a la línea de tendencia, pulse **Opciones de informe** en la parte superior derecha y seleccione el recuadro de selección **Pulido**.
- Para seleccionar la métrica para la vista de tendencia, utilice la lista **Seleccionar métrica** que se incluye en la parte superior izquierda del gráfico.

## Guardar informes

Puede guardar informes y, opcionalmente, compartirlos en Digital Recommendations, o imprimir, descargar y enviar informes por correo electrónico para otros usos.

Para seleccionar las opciones para un informe, pulse los iconos que se incluyen en la parte superior derecha.

Si elige enviar por correo electrónico un informe, tiene las opciones siguientes:

- Enviar el informe una vez o en una planificación recurrente basada en el periodo de tiempo del Periodo A especificado.
- Especificar el tipo de archivo.
- Elegir los periodos de tiempo que deben incluirse para informes que incluyen un periodo de tiempo de comparación (Periodo B):
  - En el caso de los informes enviados por correo electrónico en una planificación recurrente, especificar un periodo relativo o un periodo fijo.
  - En el caso de los informes enviados por correo electrónico, especificar el periodo fijo.
  - Como alternativa, incluir sólo el periodo de tiempo Periodo A en el informe pulsando en **No incluir rango B**.
- Proporcionar un nombre de archivo identificador.
- Designar una lista de destinatarios y un asunto para el mensaje de correo electrónico.

## Seleccionar periodos de tiempo de comparación

Puede revisar los datos de rendimiento para un periodo de tiempo individual o puede comparar dos periodos.

Para ver un informe de Digital Recommendations, defina el periodo de tiempo inicial, "Periodo A", indicando un día, una semana, un mes, un trimestre o un año relativo o específico. Pulse en el icono de calendario para obtener un conjunto exhaustivo de opciones.

Para incluir un segundo periodo de tiempo, "Periodo B", para la comparación, seleccione el recuadro de selección **Periodo B** y seleccione el periodo de tiempo.

**Nota:** Por una vista de tendencia, no especifique los períodos A y B. En su lugar, puede trazar una línea de tendencia para el mismo periodo de tiempo del año anterior.

## Glosario de métricas de informes para recomendaciones de producto

Descripciones de todas las métricas utilizadas en los informes y los paneles de control.

**Nota:** En los informes de prueba A/B, las **métricas de subida** se calculan de la siguiente manera: (métrica de división de la prueba – métrica de control) / métrica de control.

**Ventas abandonadas**

El valor total de las ventas perdidas en elementos que se han abandonado durante el periodo de tiempo seleccionado.

**Precio medio del artículo abandonado (Ventas abandonadas / Artículos abandonados)**

Precio medio de todos los artículos abandonados durante el periodo de tiempo seleccionado.

**Precio medio del artículo**

El precio medio de todos los artículos vendidos (Ventas de artículos / Artículos vendidos).

**Número medio de artículos pedidos de la zona**

Artículos vendidos/Sesiones de compra = Número medio de artículos por sesiones de compra.

**Valor medio de artículos pedidos de la zona**

Ventas de artículos/Sesiones de compra = Valor medio de valor de cesta por sesiones de compra.

**Sesiones de compra**

Número de sesiones donde se formalizaron los pedidos.

**Sesiones de compra / Sesión de vista**

El porcentaje de sesiones de vista en las que se compró el producto en una sesión durante el periodo de tiempo seleccionado.

**Elementos vistos**

Número de veces que se ha visto un elemento. Recuento de la etiqueta Elemento. Los datos de un elemento los recopila la etiqueta Elemento.

**Elementos vistos/Sesiones**

La tasa de elementos vistos en relación con las sesiones del visitante: Elementos vistos dividido por sesiones. Los datos de un elemento los recopila la etiqueta Elemento.

**Puntos de eventos**

Número total de puntos de evento. Los datos de eventos los recopila la etiqueta Evento de conversión. Tipo de acción = 1 refleja una acción de inicio. Tipo de acción = 2 refleja una acción de terminación. Pasar valores de puntos de eventos es opcional.

**Puntos de evento/Sesión**

El número medio de puntos de eventos por sesión: Los puntos de eventos que se dividen por sesiones. Los datos de eventos los recopila la etiqueta Evento de conversión. Tipo de acción = 1 refleja una acción de inicio. Tipo de acción = 2 refleja una acción de terminación. Pasar valores de puntos de eventos es opcional.

**Eventos completados**

Número de eventos de conversión completados. Recuento de las etiquetas Evento de conversión recopilados en las que el tipo = 2. Los datos de eventos los recopila la etiqueta Evento de conversión. Tipo de acción = 1 refleja una acción de inicio. Tipo de acción = 2 refleja una acción de terminación. Pasar valores de puntos de eventos es opcional.

**Artículos abandonados**

El número total de artículos colocados en la cesta de la compra pero no comprados.

**Tasa de abandono de artículos**

La tasa de artículos abandonados en relación con los artículos incluidos en la cesta de la compra.

**Venta de artículos**

El total de ventas de artículos se calcula con las etiquetas de compra.

**Ventas de artículos en sesiones cruzadas**

El total de ventas de artículos indirectamente atribuidos para el rango de días seleccionado (1 - 7 días).

**Ventas de artículos en la misma sesión**

El total de ventas de artículos en una sesión.

**Total de ventas de artículos**

El total de ventas atribuidas a las recomendaciones visualizadas dentro de una sesión previa dentro de un periodo especificado.

**Artículos vendidos**

Número de productos (unidades) vendidos.

**Artículos vendidos en sesiones cruzadas**

El número de artículos vendidos indirectamente y atribuidos al rango de días seleccionado (1 - 7 días).

**Artículos vendidos en la misma sesión**

El número total de artículos vendidos en una sesión.

**Total de artículos vendidos**

El número total de artículos vendidos que se atribuyen a las recomendaciones visualizadas dentro de una sesión previa dentro de un periodo especificado.

**Pedidos**

El número total de pedidos realizados.

**Productos vistos**

El número total de veces que se ha visto una página de detalles del producto (o categoría que contiene la página). Un recuento de las etiquetas Producto visto recopiladas.

**Productos vistos / Sesión**

El número medio de productos vistos por sesión.

**Productos vistos/artículos vendidos**

El número medio de productos vistos por artículos vendidos.

**Nuevos compradores**

Número de visitantes únicos que realizaron su primera compra durante el periodo de tiempo especificado. Pueden ser visitantes nuevos o que repiten.

**Ventas**

El total de ventas de artículos comprados se calcula con las etiquetas de pedido.

**Sesiones**

El número total de sesiones. Una sesión se define mediante una secuencia de registros que se recopilan mediante una cookie de sesión común en la que no hay más de 30 minutos de inactividad entre los registros recopilados.

**Sesiones de vista**

El número de sesiones durante un periodo de tiempo seleccionado que incluye una vista de página de producto.

**Ratio Pedidos toda la zona/Sesión**

Sesiones de compra/sesiones de vista.

## Paneles de control de rendimiento

---

Puede personalizar paneles de control para ver datos específicos. Los paneles de control proporcionan un resumen de los informes de Digital Recommendations.

**Módulos de rendimiento de zona de producto**

Presuponiendo que Digital Recommendations ya está implementado, su primer paso en la aplicación es observar los paneles de control de rendimiento. Los paneles de control proporcionan funciones de generación de informes dentro de la aplicación. Puede ver un panel de control estándar que muestra el rendimiento de sitio de productos y los módulos de rendimiento de zona de los productos. El módulo de rendimiento de sitio de productos muestra las ventas originadas por la implementación de Digital Recommendations. El rendimiento de zona de los productos desglosa aún más el rendimiento mostrando las ventas atribuidas a las distintas zonas en su sitio y que están visualizando recomendaciones de Digital Recommendations.

**Módulos de rendimiento de zona de contenido**

### Visualización de un panel de control

Puede ver los paneles de control estándar o los que ha creado.

## Acerca de esta tarea

Digital Recommendations está configurado inicialmente con los paneles de control de rendimiento de zona de productos y rendimiento de sitio de productos en la categoría Paneles de control estándar. Si ha creado paneles de control adicionales, puede encontrarlos en una categoría distinta de la categoría Paneles de control estándar.

## Procedimiento

1. En el panel de navegación lateral, pulse **Paneles de control**.
2. Pulse en la categoría de panel de control donde se encuentra el panel de control.
3. Pulse el panel de control para verlo.

## Panel de control estándar

Utilice el panel de control estándar para supervisar el rendimiento del módulo.

Su implementación de Digital Recommendations incluye un panel de control estándar que contiene un módulo de rendimiento de zona de los productos y un rendimiento de sitio de productos.

Para obtener más información acerca de los módulos del panel de control, consulte:

- [“Módulo del panel de control Prueba A/B” en la página 101](#)
- [“Módulo del panel de control de KPISpark” en la página 101](#)
- [“Módulo del panel de control Rendimiento de sitio de productos” en la página 102](#)

**Nota:** No puede editar el panel de control estándar. No obstante, puede crear paneles de control personalizados. Consulte [“Creación de un panel de información” en la página 100](#)

## Creación de un panel de información

Puede crear paneles de control personalizados para capturar información que los paneles de control estándares no capturan.

## Procedimiento

1. Pulse **Paneles de control** en el menú de navegación lateral.
2. Para crear un panel de control, pulse en **Crear panel de control nuevo** en el menú **Acciones**.
3. Seleccione una categoría existente para colocar el panel de control o cree una nueva.
4. Para añadir módulos al panel de control, pulse y arrastre los módulos a la **Vista de configuración**.  
Puede añadir cualquier combinación de módulos incluso varios módulos del mismo tipo.
5. Guarde el panel de instrumentos.
6. Edite los módulos del panel de control.

## Tareas relacionadas

[“Editar el módulo de panel de control Prueba A/B” en la página 101](#)

Puede personalizar el panel de control Prueba A/B.

[“Editar el módulo del panel de control KPISpark” en la página 102](#)

Puede editar el módulo del panel de control KPISpark.

[“Editar una módulo de panel de control de rendimiento de zona de producto ” en la página 101](#)

Puede editar un módulo de rendimiento de zona pulsando el icono **Editar panel de control** en la esquina superior derecha del módulo.

[“Editar una módulo de panel de control de rendimiento del sitio de productos ” en la página 102](#)

Personalizar el módulo de rendimiento del sitio.

## Módulo del panel de control de rendimiento de zona del producto

Puede visualizar el rendimiento de una única métrica para sus zonas de productos utilizando el módulo del panel de control Rendimiento de zona del producto.

El módulo del panel de control de rendimiento de zona del producto muestra datos para las zonas del producto que se han desplegado en su sitio. Utilice estos paneles de control para visualizar el rendimiento de una única métrica para una categoría durante un periodo de tiempo especificado. Puede configurar varios módulos para incrementar el valor de un panel de control. Utilice el módulo de rendimiento de zona de producto para las recomendaciones de productos.

### Editar una módulo de panel de control de rendimiento de zona de producto

Puede editar un módulo de rendimiento de zona pulsando el icono **Editar panel de control** en la esquina superior derecha del módulo.

#### Acerca de esta tarea

Los métodos más comunes para editar el panel de control de rendimiento de zona son los siguientes:

- Cambie el período de tiempo que el panel de control incluye utilizando el campo **Periodo**.
- Cambie la categoría del elemento que está visualizando.
- Cambie la categoría que incluye el panel de control utilizando **Filtro de rastreo de rendimiento de zona**. El valor predeterminado de la categoría para el panel de control de rendimiento de zona de producto se especifica en **Gestionar > Rastreo de rendimiento de zona > Rendimiento de zona de producto**.
- Añada un módulo al panel de control.

## Módulo del panel de control Prueba A/B

El módulo del panel de control Prueba A/B traza el rendimiento de cada grupo de una prueba A/B activa como un gráfico de barras

Puede especificar la prueba A/B a la que se va a realizar el rastreo en el módulo y el indicador clave de rendimiento se utiliza para evaluar el rendimiento. El tipo de módulo del panel de control de rendimiento de la prueba A/B se inhabilita si se ha configurado la implementación para que utilice solo archivos sin formato.

### Editar el módulo de panel de control Prueba A/B

Puede personalizar el panel de control Prueba A/B.

#### Acerca de esta tarea

Puede editar el módulo de prueba A/B pulsando en el icono Editar panel de control en la esquina superior derecha del módulo.

Los métodos más comunes para editar el módulo Prueba A/B son:

- Cambie la prueba A/B que está realizando un rastreo. También puede crear un módulo independiente para cada prueba AB.
- Cambie la métrica que está visualizando en el módulo.
- Añada un módulo al panel de control.

## Módulo del panel de control de KPISpark

El módulo del panel de control KPI (Key Performance Indicators) Spark proporciona una vista de tendencias rápida de sus KPI.

Todas las métricas que están disponibles en el informe de rendimiento de zona también lo están en el informe de KPI. Puede mostrar cinco métricas al mismo tiempo.

Un línea de chispa (tendencia) para cada métrica destaca el valor más reciente de la métrica y los valores altos y bajos en el rango de fechas de tendencia.

## Editar el módulo del panel de control KPISpark

Puede editar el módulo del panel de control KPISpark.

### Acerca de esta tarea

Puede editar el módulo KPISpark pulsando en el icono **Editar panel de control** en la esquina superior derecha del módulo.

Los métodos más comunes para editar el módulo KPISpark son:

- Cambie las métricas que está visualizando en el módulo
- Especifique la duración de los datos que está visualizando
- Cambie la categoría que incluye el panel de control utilizando **Filtro de rastreo de rendimiento de zona**. El valor predeterminado para la categoría se especifica en **Gestionar > Rastreo de rendimiento de zona > Rendimiento de zona de producto**.
- Añada un módulo al panel de control.

## Módulo del panel de control Rendimiento de sitio de productos

Puede utilizar el Módulo del panel de control Rendimiento de sitio de productos para ver el rendimiento global de las recomendaciones durante un número de días especificado.

El panel de control Rendimiento de sitio de productos muestra el total de ventas del sitio y las ventas del sitio atribuidas a las recomendaciones generadas por las ventas y vistas de Digital Recommendations. En el módulo se presentan las métricas siguientes:

- Total de ventas: ventas acumuladas de todo el sitio web.
- Ventas de Digital Recommendations: total de ventas acumuladas para todos los productos de la categoría padre seleccionada en la página **Gestionar > Seguimiento de rendimiento de zona > Seguimiento de rendimiento de zona de producto**.
- % del total de ventas: ventas de Digital Recommendations / Total de ventas.

## Editar una módulo de panel de control de rendimiento del sitio de productos

Personalizar el módulo de rendimiento del sitio.

### Acerca de esta tarea

Puede editar un módulo Rendimiento del sitio pulsando en el icono **Editar panel de control** en el ángulo superior derecha del módulo.

Los métodos más comunes para editar el panel de control de rendimiento del sitio son los siguientes:

- Cambie el período de tiempo que el panel de control incluye utilizando **Periodo**.
- Cambie la categoría que incluye el panel de control utilizando **Filtro de rastreo de rendimiento de zona**. El valor predeterminado de la categoría para el panel de control de rendimiento de sitio de productos se especifica en **Gestionar > Rastreo de rendimiento de zona > Rendimiento de zona de producto**.
- Añada un módulo al panel de control.

## Compartir un panel de control

Puede compartir un panel de control personalizado con otros usuarios de su equipo, o cambiar uno de los paneles de control personalizados, de modo que sólo pueda verlo usted.

### Acerca de esta tarea

De forma predeterminada, los paneles de control personalizados sólo están disponibles para el usuario que los ha creado. Puede modificar un panel de control para que solo esté disponible para un grupo de usuarios o globalmente para todos los usuarios. Si ha compartido un panel de control personalizado con otros, puede volver a cambiarlo para que esté disponible sólo para usted.

## Procedimiento

1. En el panel de navegación lateral, seleccione el panel de control para compartir.
  2. Seleccione **Compartir panel de control** en el menú **Acciones**.
  3. Seleccione una de estas opciones:
    - **Mantener privado para el propietario del panel de control:** Mantiene privado el panel de control para el usuario que lo ha creado.
    - **Compartir globalmente con todos los usuarios:** Habilita el panel de control para todos los usuarios del sistema.
    - **Compartir sólo con usuarios de los grupos siguientes:** Habilita el panel de control a todos los grupos de usuario seleccionados de la lista.
- Nota:** Los grupos de usuarios se gestionan utilizando la función Admin.

## Envío de un panel de control por correo electrónico

Puede compartir un panel de control mediante el correo electrónico.

## Acerca de esta tarea

Siga estos pasos para envía por correo electrónico los datos asociados a un panel de control a cualquier dirección de correo electrónico.

## Procedimiento

1. Vaya al panel de control que desea compartir por correo electrónico.
2. Pulse el icono de sobre en la esquina superior derecha del panel de control.
3. Especifique si desea enviar el correo electrónico una vez, o si desea enviarlo diariamente, semanalmente o mensualmente.
4. Pulse **Guardar**.

## Glosario de métricas de informes para recomendaciones de producto

Descripciones de todas las métricas utilizadas en los informes y los paneles de control.

**Nota:** En los informes de prueba A/B, las **métricas de subida** se calculan de la siguiente manera: (métrica de división de la prueba – métrica de control) / métrica de control.

### Ventas abandonadas

El valor total de las ventas perdidas en elementos que se han abandonado durante el periodo de tiempo seleccionado.

### Precio medio del artículo abandonado (Ventas abandonadas / Artículos abandonados)

Precio medio de todos los artículos abandonados durante el periodo de tiempo seleccionado.

### Precio medio del artículo

El precio medio de todos los artículos vendidos (Ventas de artículos / Artículos vendidos).

### Número medio de artículos pedidos de la zona

Artículos vendidos/Sesiones de compra = Número medio de artículos por sesiones de compra.

### Valor medio de artículos pedidos de la zona

Ventas de artículos/Sesiones de compra = Valor medio de valor de cesta por sesiones de compra.

### Sesiones de compra

Número de sesiones donde se formalizaron los pedidos.

### Sesiones de compra / Sesión de vista

El porcentaje de sesiones de vista en las que se compró el producto en una sesión durante el periodo de tiempo seleccionado.

### Elementos vistos

Número de veces que se ha visto un elemento. Recuento de la etiqueta Elemento. Los datos de un elemento los recopila la etiqueta Elemento.

**Elementos vistos/Sesiones**

La tasa de elementos vistos en relación con las sesiones del visitante: Elementos vistos dividido por sesiones. Los datos de un elemento los recopila la etiqueta Elemento.

**Puntos de eventos**

Número total de puntos de evento. Los datos de eventos los recopila la etiqueta Evento de conversión. Tipo de acción = 1 refleja una acción de inicio. Tipo de acción = 2 refleja una acción de terminación. Pasar valores de puntos de eventos es opcional.

**Puntos de evento/Sesión**

El número medio de puntos de eventos por sesión: Los puntos de eventos que se dividen por sesiones. Los datos de eventos los recopila la etiqueta Evento de conversión. Tipo de acción = 1 refleja una acción de inicio. Tipo de acción = 2 refleja una acción de terminación. Pasar valores de puntos de eventos es opcional.

**Eventos completados**

Número de eventos de conversión completados. Recuento de las etiquetas Evento de conversión recopilados en las que el tipo = 2. Los datos de eventos los recopila la etiqueta Evento de conversión. Tipo de acción = 1 refleja una acción de inicio. Tipo de acción = 2 refleja una acción de terminación. Pasar valores de puntos de eventos es opcional.

**Artículos abandonados**

El número total de artículos colocados en la cesta de la compra pero no comprados.

**Tasa de abandono de artículos**

La tasa de artículos abandonados en relación con los artículos incluidos en la cesta de la compra.

**Venta de artículos**

El total de ventas de artículos se calcula con las etiquetas de compra.

**Ventas de artículos en sesiones cruzadas**

El total de ventas de artículos indirectamente atribuidos para el rango de días seleccionado (1 - 7 días).

**Ventas de artículos en la misma sesión**

El total de ventas de artículos en una sesión.

**Total de ventas de artículos**

El total de ventas atribuidas a las recomendaciones visualizadas dentro de una sesión previa dentro de un periodo especificado.

**Artículos vendidos**

Número de productos (unidades) vendidos.

**Artículos vendidos en sesiones cruzadas**

El número de artículos vendidos indirectamente y atribuidos al rango de días seleccionado (1 - 7 días).

**Artículos vendidos en la misma sesión**

El número total de artículos vendidos en una sesión.

**Total de artículos vendidos**

El número total de artículos vendidos que se atribuyen a las recomendaciones visualizadas dentro de una sesión previa dentro de un periodo especificado.

**Pedidos**

El número total de pedidos realizados.

**Productos vistos**

El número total de veces que se ha visto una página de detalles del producto (o categoría que contiene la página). Un recuento de las etiquetas Producto visto recopiladas.

**Productos vistos / Sesión**

El número medio de productos vistos por sesión.

**Productos vistos/artículos vendidos**

El número medio de productos vistos por artículos vendidos.

**Nuevos compradores**

Número de visitantes únicos que realizaron su primera compra durante el periodo de tiempo especificado. Pueden ser visitantes nuevos o que repiten.

### **Ventas**

El total de ventas de artículos comprados se calcula con las etiquetas de pedido.

### **Sesiones**

El número total de sesiones. Una sesión se define mediante una secuencia de registros que se recopilan mediante una cookie de sesión común en la que no hay más de 30 minutos de inactividad entre los registros recopilados.

### **Sesiones de vista**

El número de sesiones durante un periodo de tiempo seleccionado que incluye una vista de página de producto.

### **Ratio Pedidos toda la zona/Sesión**

Sesiones de compra/sesiones de vista.

## **Libros de trabajo**

---

Puede crear un libro de trabajo para agrupar los separadores que utiliza habitualmente y facilitar su acceso.

Los siguientes son ejemplos de cómo utilizar los libros de trabajo:

- Compartir informes y paneles de control con otros.
- Descargar los informes y paneles de control en el mismo formato cada vez que los necesite.
- Descargar datos en una hoja de cálculo para presentarlos o distribuirlos y compartir sus vistas comunes con otros.
- Crear un conjunto de paneles de control para obtener visiones generales ejecutivas.
- Crear un conjunto de informes utilizados con frecuencia.

### **Creación de un libro de trabajo**

Para crear un libro de trabajo abra los componentes que desea incluir en el libro de trabajo y, a continuación, guárdelos como un libro de trabajo.

#### **Acerca de esta tarea**

Siempre que vea un componente, verá el título del componente en un separador de la parte superior de la pantalla. A medida que abra más componentes, se mostrarán más separadores.

#### **Procedimiento**

1. Con uno o varios separadores visualizados, pulse **Libros de trabajo** en el panel de navegación lateral.
2. Pulse **Guardar** en el menú **Acciones**.

#### **Resultados**

Todos los separadores abiertos se guardan en el libro de trabajo.

### **Compartir un libro de trabajo**

Puede utilizar los libros de trabajo para compartir un grupo de componentes de configuración con otros usuarios. También puede agrupar un conjunto de informes y paneles de control críticos y compartirlo con otros usuarios del sistema.

#### **Procedimiento**

1. Abra los componentes de configuración, los paneles de control o los informes que desee incluir en un libro de trabajo compartido.
2. Pulse **Libros de trabajo** en el panel de navegación lateral.
3. Pulse **Acciones**.
4. Seleccione **Guardar**.

5. Seleccione **Guardar como un nuevo libro de trabajo** y escriba un nombre descriptivo para el libro de trabajo.
6. Seleccione el libro de trabajo guardado en el menú de navegación lateral.
7. Desde el menú **Acciones**, seleccione **Compartir**.
8. Seleccione con quién desea compartir el libro de trabajo.

#### **Qué hacer a continuación**

Puede dejar de compartir un libro de trabajo seleccionando **Mantener privado para el propietario del libro de trabajo** en el recuadro de diálogo **Compartir libro de trabajo**.

### **Visualización de los informes o paneles de control que se utilizan con frecuencia**

Puede configurar los libros de trabajo para que contengan los informes y los paneles de control que utiliza con más frecuencia.

#### **Procedimiento**

1. Abra todos los informes y paneles de control que visualiza con frecuencia.
2. Pulse **Libros de trabajo** en el panel de navegación lateral.
3. Pulse **Acciones**.
4. Seleccione **Guardar**.
5. Seleccione **Guardar como un nuevo libro de trabajo** y escriba un nombre adecuado para el libro de trabajo.

#### **Qué hacer a continuación**

La próxima vez que utilice el sistema, seleccione este libro de trabajo.

### **Agrupación de un conjunto de informes o paneles de control para una descarga periódica**

Si habitualmente descarga informes y paneles de control, le resultará más eficaz agrupar los informes y los paneles de control en un libro de trabajo y descargar el libro de trabajo. Esta práctica garantiza que su información es la misma cada vez que la descarga.

#### **Procedimiento**

1. Abra todos los paneles de control e informes de los que desea obtener información.
2. Pulse **Libros de trabajo** en el panel de navegación lateral.
3. Seleccione **Acciones**.
4. Seleccione **Guardar**.
5. Seleccione **Guardar como un nuevo libro de trabajo** y escriba un nombre adecuado para el libro de trabajo.
6. Pulse **Libros de trabajo**.
7. Seleccione **Acciones** en el panel de navegación lateral.
8. Seleccione **Descargar**.

#### **Qué hacer a continuación**

La próxima vez que desee descargar estos paneles de control e informes, seleccione este libro de trabajo y repita el paso 5.

### **Configuración de un libro de trabajo para una carga rápida**

Si tiene un libro de trabajo que utiliza con frecuencia, también puede conservar el libro de trabajo en la memoria caché para que se cargue más rápidamente la próxima vez que lo abra.

## Procedimiento

1. Pulse **Libros de trabajo** en el panel de navegación lateral.
2. Seleccione el libro de trabajo que desea almacenar en la memoria caché.
3. Seleccione **Caché** en el menú **Acciones**. Puede colocar en memoria caché hasta 10 libros de trabajo.

## Cerrar todos los separadores del libro de trabajo

Cuando haya terminado de visualizar o configurar elementos en su libro de trabajo, puede cerrar rápidamente todos los separadores con una única acción.

## Procedimiento

Seleccione **Acciones de libros de trabajo** > **Cerrar todos los separadores**

## Prueba A/B

---

Digital Recommendations incluye una función de prueba de A/B diseñada para ejecutar pruebas de división A, B, C y D y determinar el efecto de diferentes valores de Digital Recommendations en el rendimiento del sitio.

Puede utilizar las pruebas A/B para probar algoritmos de comportamiento alternativo, reglas empresariales, ubicaciones de zona de sitio ((por encima o por debajo del pliegue), así como la serie de recomendaciones entregadas a una zona específica del sitio web.

Solo puede utilizar Pruebas A/B si utiliza las recomendaciones dinámicas.

### Cómo funciona la prueba A/B

Cuando llega un nuevo visitante a su sitio web al que Digital Analytics ha realizado un rastreo, se les asigna un número aleatorio de prueba A/B entre 0 y 99 independientemente de si están en una prueba o no. Este valor está establecido en la cookie de personalización de Digital Recommendations y se queda con el visitante hasta que sea suprimida. Las pruebas A/B están asociadas a una zona de sitio. Cuando un visitante llega a una zona de sitio en que se encuentra una prueba A/B prueba en ejecución, se envía una única etiqueta de artículo de Digital Analytics a Digital Recommendations con el nombre de la prueba y del grupo de prueba en la que se encuentra el visitante. Para informar sobre los resultados de una prueba A/B, Digital Recommendations crea segmentos de informe utilizando las variables de etiqueta de elemento apropiadas como criterio. Puede utilizar Destacados y Ventas, y otros informes de Digital Analytics que soportan el filtrado de segmentos de informe para determinar los resultados de cada grupo de prueba.

### Grupos de prueba y pruebas de zonas múltiples

Se asociará una prueba A/B de Digital Recommendations a una zona de sitio. Sin embargo, para lograr algunos casos de ejemplo de pruebas, configure varias pruebas A/B para su funcionamiento simultáneo. En general, debería probar las hipótesis o los casos de ejemplo uno a uno. Si se prueban varias hipótesis al mismo tiempo puede resultar difícil determinar qué cambio ha sido el responsable de una subida o bajada de las conversiones.

Cuando utilice varias pruebas A/B de Digital Recommendations para comprobar una única hipótesis, divida el porcentaje de cada prueba de forma igualitaria. Por ejemplo, si se ejecuta una prueba A/B en la zona 1 y la prueba tiene una división de 50/50 en un grupo de control y un grupo de prueba A. un grupo de control y el grupo de prueba A. Si ejecuta una segunda prueba A/B en la zona 2, asegúrese de que la prueba posee una división de 50/50 por todo el grupo de control y el grupo de prueba A. Todos los visitantes a los que se les ha asignado un número de prueba están en el grupo de control para ambas pruebas. Todos los visitantes que tienen asignado un número de prueba entre 50 y 99 están en el grupo de prueba A para ambas pruebas.

## Cómo crear una prueba A/B

Utilice este procedimiento para crear una prueba A/B.

### Procedimiento

1. Pulse **Pruebas A/** en el panel de navegación lateral
2. Pulse **Acción > Crear nueva prueba A/B**.
3. Escriba un nombre y una descripción adecuados para la prueba que desea ejecutar.  
**Nota:** Asegúrese de que el nombre de la prueba sea exclusivo y no esté en conflicto con alguno de los ID de categoría existentes.
4. Especifique la zona a la que se aplica la prueba.
5. Especifique la fecha de inicio y finalización para la prueba.
6. Especifique parámetros de control para la prueba.
7. Especifique los parámetros de prueba A.
8. Si está ejecutando más de una variación, pulse **Añadir solicitud** para añadir Prueba B. Puede pulsar **Añadir solicitud** de nuevo para añadir una Prueba C.
9. En la columna %, divida la prueba de forma igualitaria en todas las pruebas.  
Por ejemplo, si tiene un Control y una Prueba A, establezca ambos en 50%. Si tiene un Control, una Prueba A y una Prueba B, establezca cada uno al 33%.
10. Active la prueba.

### Conceptos relacionados

[“Medición de los resultados de la prueba A/B ” en la página 111](#)

Tiene varios modos de medir los resultados de la prueba A/B.

### Tareas relacionadas

[“Comparación de recomendaciones ” en la página 109](#)

Puede comparar los resultados de cualquier oferta que cree en Digital Recommendations con los resultados que no utilizan Digital Recommendations.

[“Comparación de ofertas” en la página 108](#)

Otra prueba y útil es comparar los resultados de dos ofertas configuradas de modo distinto.

[“Prueba del texto de cabecera de zona ” en la página 109](#)

Puede probar el efecto de los cambios con el texto de cabecera de zona.

[“Prueba del número de recomendaciones” en la página 110](#)

Puede probar si el número de recomendaciones mejora los resultados.

[“Prueba de la ubicación en zona” en la página 110](#)

Prueba de qué modo responden los visitantes responden a las recomendaciones que se colocan en zonas diferentes.

[“Cómo desactivar una prueba A/B” en la página 111](#)

Las pruebas A/B configuradas para que se detengan un día en concreto se ejecutan durante la fecha de finalización especificada. La prueba se detendrá temprano por la mañana el día después de la fecha de finalización especificada, cuando todos los procesos de Digital Recommendations hayan finalizado.

## Comparación de ofertas

Otra prueba y útil es comparar los resultados de dos ofertas configuradas de modo distinto.

### Acerca de esta tarea

En este caso de ejemplo, haga que las ofertas sean iguales, pero cambie un parámetro, por ejemplo, el algoritmo de comportamiento. Por ejemplo, tenga una oferta configurada con un periodo de tiempo de análisis de datos de 7 días y otra oferta configurada con un periodo de tiempo de análisis de datos de 14 días.

También puede crear todos los parámetros de oferta de modo que sean iguales pero utilizando un conjunto de reglas diferente. Por ejemplo, puede establecer una oferta con una regla para excluir artículos que no se encuentran en la misma categoría y una oferta con una regla para desacentuar artículos que no están en la misma categoría.

### Procedimiento

1. Cree dos ofertas: una **Control** y la otra **Prueba A**. Configure las ofertas del mismo modo y cambie solo un parámetro o regla.
2. Cree un plan de recomendación para cada oferta. Utilice el mismo destino en ambos planes de recomendación. Seleccione la oferta de control en un plan de recomendación y la oferta de prueba A en el otro plan de recomendaciones.
3. Cree una prueba A/B.
  - a) Especifique la zona que ha creado.
  - b) Para el elemento de prueba **Control**, seleccione el plan de recomendación asociado a la oferta Control.
  - c) Para el elemento de prueba **Prueba A**, seleccione el plan de recomendación asociado a la oferta Prueba A.
4. Vea los resultados de la prueba en el informe de prueba A/B o en un panel de control de rendimiento A/B. Los resultados se completan cuando haya pasado la fecha de finalización que ha especificado para la prueba.

## Comparación de recomendaciones

Puede comparar los resultados de cualquier oferta que cree en Digital Recommendations con los resultados que no utilizan Digital Recommendations.

### Procedimiento

1. Si la oferta de Control para la prueba no existe, cree una.
2. Cree un plan de recomendaciones que utilice la oferta que ha creado.
3. Cree una zona que utilice el plan de recomendaciones que ha creado.
4. Cree una prueba A/B.
5. Especifique la zona que ha creado en el campo **Zona**.
6. Para el elemento de prueba **Control**, especifique el plan de recomendaciones que ha creado.
7. Para el elemento de prueba de **Prueba A**, seleccione **Sin recomendaciones** como el plan de recomendaciones.
8. Especifique el 50% de Control y Prueba A.
9. Especifique el mismo número de recomendaciones para Control y Prueba A.
10. Vea los resultados de la prueba en el informe de prueba A/B o en un panel de control de rendimiento A/B. Los resultados se completarán cuando se pase la fecha de finalización que ha especificado para la prueba.

## Prueba del texto de cabecera de zona

Puede probar el efecto de los cambios con el texto de cabecera de zona.

### Acerca de esta tarea

Por ejemplo, prueba de comparación de "otros clientes también han comprado:" con "otros clientes también han visto:"

### Procedimiento

1. Cree dos planes de recomendación idénticos.

2. Cambie el texto del encabezado en el primer plan de recomendaciones al primer texto de encabezado que desee probar.
3. Cambie el texto de cabecera en la segunda plan de recomendaciones para la segunda texto de cabecera se desee probar.
4. Cree una prueba A/B. Asegúrese de que especifica el primer plan de recomendaciones como Control y el segundo como Prueba A.
5. Vea los resultados de la prueba en el informe de prueba A/B o en un panel de control de rendimiento A/B. Los resultados se completarán cuando se pase la fecha de finalización que ha especificado para la prueba.

## Prueba del número de recomendaciones

Puede probar si el número de recomendaciones mejora los resultados.

### Acerca de esta tarea

Pruebe si mostrar cuatro recomendaciones es mejor que mostrar seis recomendaciones.

### Procedimiento

1. Abra la zona.

**Nota:** El número de recomendaciones que se entregan a la función de población de zona del cliente es un valor estándar en la configuración de prueba A/B.

2. Configure el número de recomendaciones para el control y los grupos de prueba.
3. Vea los resultados de la prueba en el informe de prueba A/B o en un panel de control de rendimiento A/B. Los resultados se completarán cuando se pase la fecha de finalización que ha especificado para la prueba.

## Prueba de la ubicación en zona

Prueba de qué modo responden los visitantes responden a las recomendaciones que se colocan en zonas diferentes.

### Acerca de esta tarea

Cree dos zonas. El 50% de las recomendaciones de tiempo se muestran en una zona individual y el 50% de las recomendaciones de tiempo se visualizan en la otra zona. Los visitantes vean la misma ubicación de zona durante la duración de la prueba. Por ejemplo, pruebe si la zona horizontal es más efectiva que la zona de la parte inferior de la página.

### Procedimiento

1. Esta prueba presupone que las dos zonas están codificadas en las páginas del sitio web y que se han probado para que sean totalmente funcionales con la capacidad de presentar Digital Recommendations las recomendaciones dinámicas.
2. Esta prueba requiere la creación de dos pruebas A/B. Cree la prueba A/B 1 siguiendo los pasos siguientes. Debe asignar Sin recomendaciones al grupo de prueba contrario en Prueba 1 comparada con Prueba 2. Las divisiones porcentuales deben ser las mismas para los grupos de control y de prueba en ambas pruebas. Esto asegura que cualquier visitante que esté bajo el control de la Prueba 1 esté también bajo el control de la Prueba 2. Del mismo modo, cualquier visitante que esté en el grupo de Prueba A de la Prueba 1, estará también en el grupo de Prueba A de la Prueba 2.
  - a) Cree la primera prueba alrededor de la zona 1 en la que el grupo de control verá el conjunto predeterminado de recomendaciones el 50% del tiempo.
  - b) Configure la prueba A para no ver recomendaciones el 50% restante del tiempo. La opción "sin recomendaciones" está disponible en la lista del plan de recomendaciones de la configuración de la prueba A/B. Cuando se selecciona "Sin recomendaciones", Digital Recommendations entrega "\_NR\_" a la función de población de zona del sitio web. Esta respuesta hace que la zona de sitio web que no aparezca.

3. Cree una prueba A/B 2 de la siguiente manera:

- a) Cree una segunda prueba A/B alrededor de la zona 2 en la que el Control muestra Sin recomendaciones el 50% del tiempo.
- b) Configure la Prueba A para que utilice el plan de recomendaciones que se ha usado en el grupo de control de la Prueba 1.

## Cómo desactivar una prueba A/B

Las pruebas A/B configuradas para que se detengan un día en concreto se ejecutan durante la fecha de finalización especificada. La prueba se detendrá temprano por la mañana el día después de la fecha de finalización especificada, cuando todos los procesos de Digital Recommendations hayan finalizado.

### Acerca de esta tarea

Si una prueba no funciona correctamente, es posible que sea necesario detenerla de forma inmediata.

### Procedimiento

1. Cambie la **fecha de finalización** de la prueba a una fecha pasada.
2. Seleccione **Gestionar>Lista negra de recomendaciones** del menú de navegación.
3. Pulse en **Publicar cambios de configuración**.

### Resultados

La prueba A/B deja de ejecutarse aproximadamente 1 hora después de que se publiquen los cambios de configuración.

## Medición de los resultados de la prueba A/B

Tiene varios modos de medir los resultados de la prueba A/B.

### Segmentos de informe

Cree un segmento de informe para cada grupo de prueba. Para hacerlo, utilice la categoría de elemento (nombre de prueba) adecuada y de elementos vistos (ID de grupo de prueba) como los criterios para el segmento. Defina el segmento de informe para filtrar el informe de resumen de los destacados y de categoría.

### Filtrado de los informes de categoría del producto y de destacados

Cuando se establezcan los segmentos de informe, utilice el botón de **Abrir configuración** en los informes de categoría del producto y de destacados para comparar el rendimiento de los grupos de prueba en estos informes.

## Recomendaciones de imagen

---

Utilice las recomendaciones de imagen para proporcionar una lista de recomendaciones como imágenes HTML que incluyen valores de atributos, tales como el precio y el nombre del producto.

Cada imagen de la lista también proporciona un enlace a la página del producto de su sitio web para el artículo recomendado. Una recomendación de imagen utiliza el método de entrega dinámico para proporcionar una lista de recomendaciones con un formato de salida diferente: como imágenes HTML que incluyen valores de atributos como el precio y el nombre del producto. Cada imagen de la lista también proporciona un enlace a la página del producto de su sitio web para el artículo recomendado.

El uso primordial de las recomendaciones de imagen es para las campañas de correo electrónico. Este tipo de recomendación genera la lista de artículos recomendados cuando el destinatario del correo electrónico abre el mensaje, basándose en un artículo de destino del mensaje de correo electrónico.

Las recomendaciones de imagen solo están disponibles actualmente para recomendaciones de producto.

## Cómo funcionan las recomendaciones de imagen

Comprenda cómo se entregan las recomendaciones de imagen.

Al igual que con la mayor parte de las campañas, se comienza con la oferta. Para las recomendaciones de imagen pensadas para campañas de correo electrónico, se crean ofertas pensadas para que se utilicen en mensajes a los usuarios. Los mensajes pueden ser acerca de cestas abandonadas, confirmación de pedidos y seguimiento de pedidos. Una vez creada la plantilla de recomendación de imagen, configure la oferta principal (y la oferta de recesión, si es necesario). A continuación, especifique qué desea hacer con varios destinos, añada cualquier parámetro de seguimiento de campaña que necesite y configure el estilo HTML y la información de tamaño para las imágenes.

A continuación, obtenga la vista previa y revise los resultados. El separador Vista previa de la recomendación de imagen proporciona el HTML generado. Para cada recomendación, existe una etiqueta `img` envuelta en una etiqueta `HREF` que incluye una variable para el destino, normalmente similar a `%SKU %`. Cuando esté satisfecho con el diseño, publique la plantilla en la red de entrega de contenido.

Mientras tanto, usted o los diseñadores de correos electrónicos trabajarán con el proveedor del servicio de correo electrónico para realizar las configuraciones siguientes:

- Seleccionar el código HTML generado para la plantilla desde el separador Vista previa de la plantilla de recomendación de imagen y colocarlo en las ubicaciones de la plantilla de correo electrónico.
- Configurar el proceso adecuado que resuelve los valores de la variable de destino cuando se generan correos electrónicos a partir de la plantilla de correo electrónico que incluye el HTML.

Cuando alguien abre el correo electrónico resultante y el cliente de correo electrónico carga el mensaje, el HTML de la plantilla de recomendación de imagen envía una solicitud HTTP a la CDN (Client Delivery Network). La CDN responde con los artículos recomendados.

En otras palabras, el HTML copiado desde la plantilla de recomendación actúa de un modo similar a una zona de sitio dinámica de su página web. En este caso, no se utiliza la función de solicitud de recomendación ni una función de población de zona. El HTML maneja el proceso de la solicitud y el proceso de la recomendación en la CDN maneja el formato de los resultados.

Si no existen recomendaciones para el producto de destino, la CDN envía una imagen transparente de un pixel. Como resultado, los destinatarios de correo electrónico no verán una X roja que indica que falta una imagen. En su lugar, el área donde normalmente aparece la imagen está en blanco.

Las recomendaciones de imágenes funcionan solo con los mensajes de correo electrónico HTML. No puede utilizar las recomendaciones de imagen con mensajes de correo electrónico de solo texto.

## Añadir los datos necesarios a las transferencias de datos

Puede añadir atributos de producto para promocionar productos.

Para utilizar la característica de recomendación de imagen, su EPCMF (Enterprise Product Content Mapping File) debe incluir los siguientes atributos de producto adicionales:

- Un atributo que contenga el URL de las imágenes de miniatura del producto
- Un atributo que contenga el URL de la página del producto (en el sitio web)

Trabaje con el administrador de la base de datos y el asesor de cliente de Digital Analytics para modificar los archivos de carga de datos para que incluyan esta información.

## Determine los requisitos de diseño

Las imágenes se deben diseñar de modo que se ajusten al área y la posición en que se entregan.

Durante la ejecución, el resultado de una recomendación de imagen es un número de imágenes compuestas. Cada imagen contiene la imagen en miniatura del producto que se está recomendando e incluye los datos de atributo especificados en la plantilla. Cuando cree la plantilla, configure los atributos de diseño, de modo que las imágenes finales de los artículos recomendados se ajuste al diseño de los mensajes de correo electrónico que los visualiza.

Antes de comenzar, debe determinar las especificaciones siguientes:

- ¿Cuáles son las dimensiones de las imágenes en miniatura? ¿Qué estilo deben tener? Por ejemplo, ¿qué posición horizontal y vertical se ha de usar y qué color de borde y ancho debe tener?
- ¿Qué estilo desea para el texto de los valores de atributo? Esto es, el nombre de font y el tamaño, la alineación (izquierda, centro o derecha), posición horizontal y vertical.
- ¿Qué estilo desea para la imagen completa que incluye la miniatura y los atributos? Es decir, la posición horizontal y vertical, el tamaño del área completa, el color de fondo, color del borde y anchura.
- ¿Desea incluir una imagen secundaria, tal como una valoración de estrella, como parte de la imagen de recomendación?

## Crear o identificar las ofertas

Antes de crear una plantilla de recomendación de imagen, debe determinar las ofertas que se han de utilizar.

- El método de entrega se debe establecer en la zona del sitio.
- La oferta principal debe ser una oferta de venta cruzada de producto, una oferta de categoría de sitio, oferta de categoría de EPR o una oferta de atributo. No puede utilizar las ofertas basadas en búsqueda.
- La oferta de recesión debe ser una oferta de categoría.

Al igual que con cualquier oferta, la que se utilizará dependerá del plan que tenga para el destino. Por ejemplo, si su plan es utilizar la recomendación de imagen en un correo electrónico de confirmación de pedido, es probable que utilice alguna variación de la configuración de afinidad de página de la cesta establecida previamente, de modo que los artículos que "ir con" el artículo de destino se incluyan en las recomendaciones. Para un correo electrónico relacionado con una cesta abandonada, es probable que utilice alguna variación de la configuración de afinidad de página de producto, que pondera el método de vista por vista de un modo más elevado que los otros.

**Nota:** Mientras que las reglas empresariales se pueden aplicar de forma habitual a las reglas de marca o a las reglas de inventario, por ejemplo, no puede utilizar la personalización o filtrar los artículos de la lista de recomendaciones basada en el comportamiento del visitante del sitio debido a que la oferta no se utiliza en una zona de sitio.

Además, las listas de los campos de oferta del formulario de la recomendación de imagen incluyen únicamente ofertas activas. Por lo tanto, si las ofertas que desea utilizar no están activas, actívelas antes de crear la plantilla de recomendación de imagen.

## Configurar las recomendaciones de imagen

Puede configurar recomendaciones de imagen.

- Si su sitio utiliza parámetros de seguimiento para los informes de marketing ( IBM Digital Analytics) o para el proveedor del servicio de correo electrónico, tenga en cuenta las sugerencias siguientes para configurar sus recomendaciones de imagen:
- La raíz de URL sus imágenes de producto. Por ejemplo: `http://MyCompany.com/creatives/images/products/`
- Si no hay un destino o si ninguno de los destinos tiene ninguna recomendación, cree una oferta de recesión. Determine qué oferta es la oferta de recesión y determine el ID de producto que se ha de utilizar como el destino de recesión.
- Puede hacer que IBM Digital Analytics determine qué atributo de producto se ha de evaluar si hay varios destinos. Selecciona el producto con el valor más alto. Por lo tanto, utilice un atributo con un valor numérico, tal como precio, rango o margen de beneficio.

### Configuración de los URL para las recomendaciones

Puede configurar los URL de imagen para determinar de qué modo se cargan las imágenes de productos.

### Acerca de esta tarea

El administrador de Digital Recommendations de su empresa debe completar los siguientes pasos de configuración.

**Nota:** Configurar los URL de imagen de producto es opcional.

### Procedimiento

1. En el panel de navegación lateral, seleccione **Gestionar > Configuración de la oferta**.
2. En el separador **Atributos**, en la tabla **Definición de atributo del producto**, desplácese al atributo que representa el URL de las miniaturas de imagen.
3. En el campo **Prefijo de atributo** para este URL, escriba la raíz de URL de las imágenes de producto.  
Por ejemplo: `http://MyCompany.com/creatives/images/products/`
4. Bajo **Valores especiales**, especifique qué atributo contiene el URL de la miniatura de imagen.
5. Bajo **Valores especiales**, especifique qué atributo contiene el URL de la página del producto.
6. En los **Atributos** a incluir en la **Respuesta de la oferta**, mueva los atributos que contienen el URL de la página del producto y la imagen a **Seleccionado**.
7. Pulse **Guardar**.

### Creación de las plantillas de recomendación de imagen

Complete los pasos siguientes para configurar la oferta, número de recomendaciones y qué se debe hacer con varios destinos cuando se generan recomendaciones de correo electrónico.

### Procedimiento

1. Seleccione **Recomendaciones de imagen > Crear nueva recomendación de imagen**.
2. En el campo **Nombre de plantilla**, escriba un nombre descriptivo corto y adecuado con caracteres alfanuméricos y sin espacios.
3. En el campo **Proveedor de servicio de correo electrónico**, seleccione la opción adecuada de la lista.
4. En el campo **Oferta principal**, seleccione la oferta principal. La lista incluye todas las ventas cruzadas de productos que están activas actualmente, las ofertas de categorías de EPR y las ofertas de atributo destinadas a zonas de sitio web.
5. Opcional. Seleccione una oferta de recesión y especifique el ID del destino de recesión. La lista del campo **Oferta de recesión** incluye todas las ofertas de categorías y ventas cruzadas de productos que están activas actualmente (dirigidas a zonas de sitio web).
6. En **Número de recomendaciones**, elija el número que se ajuste al diseño de los mensajes de correo electrónico con los que piensa utilizar esta recomendación de imagen.
7. En la sección **Recomendaciones para múltiples destinos** especifique cómo desea que se seleccione el destino si el mensaje de correo electrónico tiene múltiples destinos. Si decide que las recomendaciones se generen simplemente para un destino, seleccione el atributo que determina qué destino se ha de elegir.  
Por ejemplo, el atributo de precio o de margen (beneficio). El producto con el valor mayor para dicho atributo pasará a ser el destino.
8. Utilice los valores de la derecha del separador **Configuración** para configurar los parámetros de seguimiento que sean necesarios para su sitio web y para el análisis y seguimiento de su campaña. Durante la ejecución, cuando se genera la lista de artículos recomendados, las series de consulta que se anexan a los URL de las páginas de producto incluyen los pares de nombre/valor de los parámetros que se listan aquí.
  - Nota: el parámetro `cm_vc` se incluye y establece en el nombre de la plantilla de forma predeterminada. Si desea más información, consulte [“Configurar los nombres de plantilla como categorías virtuales en el archivo de definición de categorías”](#) en la página 117.
  - Si está utilizando el informe Programas de marketing por proveedor, entonces seleccione la opción **Añadir parámetros CGM a URL** y configure los parámetros.
  - Si está pasando los valores de rastreo al ESP, especifique los pares de nombre/valor para los parámetros. Estos pares de nombre/valor se añaden a la serie de consulta después del signo "?" del URL.

Los valores que especifique se pasan a la página de producto (su página web) cuando el destinatario del correo electrónico pulse la imagen en miniatura de un artículo recomendado.

9. Pulse **Guardar** para seguir trabajando o si se ha completado la plantilla, pulse **Guardar y cerrar**.
10. Continúe en [“Configuración de las imágenes generadas por la plantilla ”](#) en la página 115.

### **Configuración de las imágenes generadas por la plantilla**

Las imágenes de cada artículo recomendado incluyen la imagen en miniatura del producto que se está recomendando y de cualquier par de atributo/valor que se especifique.

#### **Acerca de esta tarea**

Para configurar el tamaño y otros atributos de diseño de las imágenes generadas por la plantilla de imagen de recomendación, siga estos pasos.

#### **Procedimiento**

1. En la plantilla de recomendación de imagen (**Recomendaciones de imagen > abra** ), pulse el separador **Atributos**.
2. En el área **Especificaciones de imagen completa**, escriba los valores, en píxeles, de la imagen completa. Esta es la imagen compuesta que incluye la imagen en miniatura y los pares de atributo/valor adecuados.
3. Especifique los colores de fondo y los márgenes, como códigos de color hexadecimales, para toda la imagen.
4. En la sección **Especificaciones de miniatura**, escriba los valores, en píxeles, para los atributos de tamaño y posición de una miniatura individual. Especifique también los colores de fondo y los márgenes, como códigos de color hexadecimales, para la imagen en miniatura.
5. En la sección **Especificaciones de imagen secundaria opcional**, especifique el alias de atributo asociado a la imagen secundaria y el tamaño y posición de la imagen.  
Para obtener más información, consulte [“Adición de una imagen secundaria a la imagen de la recomendación”](#) en la página 115.
6. En la sección **Atributos de texto utilizados en la imagen recomendada**, siga estos pasos:
  - a) Pulse **Añadir atributo**.
  - b) Seleccione el atributo de la lista.
  - c) Especifique los valores de posición horizontal y vertical en píxeles.
  - d) Seleccione el tipo de font, el color y el estilo.
  - e) Escriba el tamaño de font y seleccione la opción de alineación.
  - f) Repita estos pasos para cada atributo que desee incluir.
7. Pulse **Guardar** para seguir trabajando o si ha realizado todos los cambios, pulse **Guardar y cerrar**.

#### **Adición de una imagen secundaria a la imagen de la recomendación**

Puede añadir información adicional en formato gráfico, tal como valoraciones de estrella, a la imagen de un producto existente.

#### **Antes de empezar**

Este procedimiento requiere una comprensión del archivo EPCMF. Para obtener más información, consulte la sección [“EPCMF”](#) en la página 149 en la publicación IBM Product Recommendations Guía de configuración.

#### **Acerca de esta tarea**

#### **Procedimiento**

1. Crear una columna en su archivo EPCMF para la imagen secundaria.
2. Defina imagen secundaria para cada producto en su EPCMF.

3. En la interfaz de Digital Recommendations, seleccione **Gestionar > Ofertas de producto > Atributos de**.
4. En la tabla **Definición de atributo del producto**, defina los siguientes valores para los **Atributos estáticos de productos de empresa** asociados con el atributo de imagen secundaria:

Opción	Descripción
<b>Alias</b>	El alias de la imagen secundaria, tal como está definido en el archivo EPCMF. Por ejemplo, RatingStars.
<b>Tipo de datos</b>	Texto
<b>Valor predeterminado</b>	Un valor de imagen secundaria que desea asignar a los productos que no tienen definido un valor en EPCMF. Si no desea utilizar una imagen secundaria predeterminada, déjelo en blanco. Para los productos sin una imagen secundaria definida, se muestran los atributos de miniatura del producto y texto.
5. En la sección **Atributos para incluir en la respuesta de la oferta**, mueva el atributo RatingStars a **Seleccionado**.
6. Guarde la configuración.
7. Añada el nombre de atributo de campo adicional a la imagen secundaria en la sección **Especificaciones de imagen secundaria opcional** del separador Atributos.
8. Añada la altura y la anchura de la imagen secundaria al panel de atributos.
9. Añada la ubicación en que desea que aparezca la imagen secundaria dentro de la imagen principal.

## Resultados

La imagen secundaria se visualizará dentro de la imagen completa. Si la imagen secundaria no está disponible, se muestra la imagen completa.

## Vista previa de las imágenes

Puede obtener una vista previa y examinar el formato de sus imágenes antes de publicar la plantilla.

## Acerca de esta tarea

Puede especificar de qué imagen se obtendrá la vista previa de varios modos:

- Utilizar la primera recomendación para el destino predeterminado como se ha especificado en la oferta principal.
- Utilizar la primera recomendación del destino predeterminado de la oferta de recesión.
- Especifique el ID del producto o ID de categoría de una imagen de producto específica.

Realice los pasos siguientes.

## Procedimiento

1. En la plantilla de recomendación de imagen, pulse el separador **Vista previa**.
2. Seleccione una opción en la sección **Destino para utilizar con la vista previa**: Si selecciona **Otro producto de la oferta primaria**, escriba el ID del producto o el ID de categoría. La opción **Destino de recesión** está disponible si configura una recesión en el separador **Configuración**.  
La opción que seleccione no se guarda. La próxima vez que examine el separador Vista previa, de forma predeterminada regresa a la opción predeterminada.
3. Pulse **Actualizar vista previa**. La primera vez que pulsa **Actualizar vista previa**, puede tardar más de varios segundos en obtener los resultados debido a que Digital Recommendations publica algunos archivos temporales en la Content Delivery Network.
4. Examine los resultados. ¿Está satisfecho con su aspecto? Si no es así, regrese al separador **Atributos**, realice las modificaciones, guarde los cambios y regrese al separador **Vista previa**.

## Resultados

Donde no hayan recomendaciones que devolver, la red de entrega de contenido devuelve una imagen transparente de un solo pixel al mensaje de correo electrónico. Para ayudar en la resolución de problemas, la red de entrega de contenido devuelve uno de los códigos de error siguientes, que se muestra al utilizar la vista previa de recomendación de imagen:

Código de error	Descripción
4	No hay recomendaciones para el producto de destino.
7	No hay recomendaciones de copia de seguridad para el destino.
100	El archivo de imagen no tiene el formato correcto y no se puede visualizar.
101	El archivo de imagen no se puede encontrar.

### Configurar los nombres de plantilla como categorías virtuales en el archivo de definición de categorías

Proporcione información sobre las plantillas de recomendación de imagen (zonas) en el informe Categorías de productos.

De forma predeterminada, el sistema añade el parámetro `cm_vc` y establece el valor al nombre de plantilla de recomendación de imagen cuando genera los URL para las páginas del producto de los artículos recomendados durante la ejecución. El informe de categorías del producto utiliza la información del parámetro `cm_vc` para determinar qué zona de recomendación, que en este caso es la recomendación de imagen, debe ofrecer la recomendación.

Para proporcionar información acerca de las plantillas de recomendación de imagen (zonas) en el informe Categorías del producto, usted o su DBA deben añadir los nombres de las plantillas como categorías virtuales en el Category Definition File. Las nuevas categorías se añaden como subcategorías de una categoría de recomendaciones generales.

Para obtener más información, consulte la sección “Categorías virtuales” en la página 14 en la publicación Digital Analytics Digital Recommendations Guía de configuración.

### Configurar las plantillas de correo electrónico

El separador **Vista previa** de la plantilla de recomendación de imagen también proporciona el HTML generado que sus diseñadores de correos electrónicos utilizan en las plantillas de correo electrónico.

Para cada artículo recomendado, genera una etiqueta `<img>` envuelta en la etiqueta ancla `<href>`. Por ejemplo, si la plantilla se ha configurado para que proporcione dos artículos recomendados, el HTML generado tiene dos conjuntos de etiquetas "href" y "img" que son similares al siguiente ejemplo:

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

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

Copie el código HTML generado en un archivo de texto de algún tipo y páselo a los diseñadores de correos electrónicos para que puedan determinar la ubicación correcta de cada imagen de producto recomendada. Puede utilizar el estilo CSS personalizado para especificar la ubicación.

### Configure el proceso de correo electrónico que resuelve la variable de destino

Puede configurar el proceso adecuado que resuelve los valores de la variable de destino como pares de nombre-valor para el atributo de destino de los URL, para los correos electrónicos que se generan desde la plantilla de correo electrónico. Siga las instrucciones de su proveedor de servicios de correo electrónico.

Normalmente, una característica de fusión de correo o de señal dinámica ejecuta el proceso de correo electrónico y es similar a estos ejemplos:

```
target=sku85039382
```

Para varios destinos, asegúrese de que utiliza el carácter de barra vertical (|) para separar cada valor. Por ejemplo:

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

### Publicación de la plantilla de recomendación de imagen

Antes de que los mensajes de correo electrónico puedan obtener recomendaciones de la red de entrega de contenido, debe publicar la plantilla de recomendación de imagen.

### Procedimiento

1. En la lista **Recomendación de imagen**, localice la plantilla que desea publicar.
2. En la columna **Acción**, pulse **Publicar** para la plantilla. Digital Recommendations publica la información de la plantilla que determina cómo crear las imágenes de la recomendación de imagen.

### Probar los mensajes de correo electrónico y ejecutar la campaña

Después de que se haya publicado la recomendación de imagen y se hayan procesados las ofertas utilizadas por la plantilla de recomendación de imagen, envíese un mensaje de prueba.

Abra y examine el mensaje. Realice los ajustes necesarios y vuelva a enviarlo.

Si el proveedor del servicio de correo electrónico permite las pruebas de entrega, también es una buena idea realizar una prueba de entrega del mensaje. De este modo, puede asegurarse que al añadir las recomendaciones al correo electrónico no resulta afectada la entrega del mensaje.

Cuando esté satisfecho con el mensaje de correo electrónico, ejecute la campaña.

## Información adicional de contacto

Para recomendar mejoras en el producto, póngase en contacto con IBM en: [cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)

Si necesita ayuda del producto, póngase en contacto con el centro de soporte al cliente de IBM: <https://support.ibmcloud.com>

También puede ponerse en contacto con la oficina de IBM de su área geográfica.

EE.UU.	
IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673	IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673
IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673	
Europa	

<p>IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ Reino Unido Tel: 020 8867 8003</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Alemania Tel: 0800-180-2597</p>
<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tel: 0800 91 4912</p>	
Asia-pacífico	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIA (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE</p>

### IBM agradece sus comentarios

Puede enviar los comentarios a la siguiente dirección.

IBM Bay Area Lab  
1001 E Hillsdale Boulevard  
Foster City, California 94404  
EE.UU.

Puede enviarnos comentarios electrónicamente utilizando uno de los siguientes métodos:

#### Gratis (EE.UU.)

1+866-493-2673

#### Centro de soporte:

<https://support.ibmcloud.com>

#### World Wide Web:

[www.ibm.com/marketing-solutions/](http://www.ibm.com/marketing-solutions/)

En caso de que quiera una respuesta, asegúrese de incluir su nombre, dirección, número de teléfono o fax. Asegúrese de incluir la siguiente información en su comentario o nota:

- Título de este documento
- Número de página o tema relacionado con el comentario

Cuando envía información a IBM, otorga a IBM un derecho no exclusivo a utilizar o distribuir dicha información en la forma en que IBM considere adecuada, sin contraer por ello ninguna obligación con el remitente.

## Soporte

---

### Centro de soporte

El sitio de soporte de se encuentra en <https://support.ibmcloud.com> o pulse el enlace de soporte en la barra de menús de la aplicación.

El sitio del centro de soporte contiene lo siguiente:

- **Una base de conocimiento direccionable** para responder preguntas y proporcionar acceso instantáneo a documentos esenciales, como guías de implementación, glosarios de métricas, guías del usuario, notas del release, etc.
- **Herramientas educativas**, tales como formaciones basadas en web y seminarios web de archivos.
- **Información de marketing** que incluye estudios de casos, libros blancos y eventos próximos, como la Cumbre de los clientes.
- **Notificaciones** de soporte técnico.
- **Rastreo de problemas** desde la creación de un tíquet pasando por su resolución para tener un acercamiento completo al estado de sus consultas.
- **Comentarios** para que pueda ofrecer sugerencias para mejorar el sitio de soporte. (Envíe comentarios acerca de las aplicaciones de a [feedback@coremetrics.com](mailto:feedback@coremetrics.com)).
- **Chat** para que pueda contactar con uno de nuestros representantes Prácticas recomendadas al instante.

## Glosario

---

### A

#### Archivo de definición de categorías (CDF)

Un archivo que define la estructura de jerarquía de categorías en el sitio de su categoría del sitio web con la adición de categorías virtuales para realizar un seguimiento de los artículos que se han vendido con la búsqueda en el sitio, con las recomendaciones del producto o con otros métodos distintos de la navegación para encontrar y comprar productos.

#### Artículo

Un artículo es un producto exclusivo de su catálogo.

#### Artículos recomendados

Los artículos finales que se están recomendando para las categorías o los artículos de destino después de procesar las funciones de personalización y las reglas empresariales.

#### Atributos

Los atributos corresponden a información concreta del producto, por ejemplo, el precio, el nombre de la marca o el margen. Los atributos se evalúan por reglas empresariales cuando Digital Recommendations calcula las ofertas. Cuando utiliza recomendaciones dinámicas, los pares atributo/valor pueden incluirse en los datos de respuesta que Digital Recommendations envía al sitio web para ayudarle a visualizar los elementos recomendados.

### C

#### Candidato de recomendación

Producto que pasa a ser el candidato de la recomendación para la categoría o el producto de destino. Una regla empresarial, funciones de personalización o su baja puntuación relativa a otras recomendaciones lo podría apartar más tarde.

### **cmDisplayRecs**

Función de JavaScript que debe seguir inmediatamente a la lista de llamadas *cmRecRequest* en una página. Cuando se recibe esta llamada, el servicio de Digital Recommendations procesa el algoritmo de personalización, elimina productos duplicados y pasa los conjuntos finales de recomendaciones a las funciones de población de zona del cliente en la página.

### **cmRecRequest**

La función JavaScript que solicita recomendaciones de producto. Los parámetros de *cmRecRequest* son un ID de zona, un ID de producto de destino, un ID de categoría de destino, una Función aleatoria y un Término de búsqueda.

### **cmSetSegment**

La función JavaScript identifica el segmento o grupo al que está asociado un visitante.

### **Configuración de oferta**

La configuración de la oferta define la frecuencia con la que se actualiza una oferta (mensualmente, semanalmente, diariamente), la cantidad de datos que se tienen en consideración, el conjunto de productos para los que se generarán recomendaciones, el número de recomendaciones por producto (solo archivo sin formato) y el método de entrega. Las ofertas se pueden entregar a través de un archivo sin formato o un archivo dinámico, a través del servicio de recomendaciones de Digital Recommendations para su integración directa con la capa de presentación de los sitios web.

### **Conjunto de reglas**

Una selección de artículos de destino con el correspondiente conjunto de reglas. Las reglas en el conjunto de reglas únicamente se aplican a los destinos definidos en el conjunto de reglas. Configure las reglas y los conjuntos de reglas en el separador Reglas de una oferta.

### **Cookie de personalización de Digital Recommendations**

Esta cookie se utiliza para mantener listas ordenadas de los artículos visualizados últimamente, la cesta y los artículos comprados y las categorías visualizadas más recientemente. Se mantiene el número de categorías asociadas de los productos visualizados para ayudar a entender una preferencia de categoría del visitante. Esta cookie se actualiza en tiempo real utilizando un enlace a las bibliotecas analíticas de IBM Digital Analytics.

## **D**

### **Datos de reglas empresariales**

Datos de categorías y los datos de atributos del producto que carga en Digital Analytics mediante archivos de informe de productos de empresa (EPCMF y ECDF). Estos datos habilitan el proceso de reglas de exclusión para permitir atributos de producto, categoría, precio o margen, entre otros, controlados por reglas empresariales.

### **Destino**

Artículo o categoría de los que se generarán recomendaciones.

### **Destinos de reglas**

Los artículos de destino para los cuales se aplican las reglas empresariales de una oferta. Una regla puede aplicarse a todos los destinos o a los destinos que estén definidos según la categoría, los atributos o ID de artículo. Por ejemplo, una regla se podría aplicar únicamente a aquellos artículos de una categoría específica.

## **E**

### **eluminate.js**

Archivo de biblioteca de Digital Recommendations, que maneja la creación y la gestión de cookies de personalización de Digital Recommendations y la ejecución de las funciones *cmRecRequest* y *cmDisplayRecs*. Este archivo únicamente se proporciona a aquellos clientes que utilizan bibliotecas de Digital Analytics alojadas localmente. Este archivo no se proporcionan a los clientes que están utilizando bibliotecas alojadas por Digital Analytics.

## **Entrega de recomendaciones**

Product Recommendations ofrece la flexibilidad para entregar una lista fija de recomendaciones a través de la entrega dinámica o de archivos sin formato. Esta entrega del archivo sin formato le permite publicar recomendaciones estáticas seleccionadas. La entrega dinámica le permite publicar recomendaciones de forma rotatoria que se basan en parámetros configurables. Ambos métodos de entrega generan recomendaciones sólidas y ayudan en la realización de ventas adicionales.

## **Entrega de recomendaciones de archivo sin formato**

Uno de los dos mecanismos de entrega de recomendaciones, este método entrega una lista fija de recomendaciones en un archivo sin formato, lo que significa que las recomendaciones pueden integrarse con canales fuera de línea o aplicaciones personalizadas, tales como centros de llamadas, catálogos en papel y quioscos dentro de tienda. Consulte también, Recomendaciones dinámicas.

## **Etiqueta de elemento (cmCreateElementTag)**

La etiqueta de elemento se utiliza para realizar un seguimiento del contenido de las páginas. También es la función que pasa campos adicionales para utilizarlos con ofertas de contenido del elemento en Digital Recommendations.

## **Etiqueta de página vista (cmCreatePageViewTag)**

La etiqueta Página vista se utiliza para capturar datos de trayectoria de navegación cuando el visitante se mueve de una página a otra en el sitio. También es la función que pasa campos adicionales para utilizarlos con ofertas de contenido de la página en Digital Recommendations.

## **F**

### **Función de población de zona**

Función de JavaScript que el diseñador web Digital Recommendations codifica para representar las recomendaciones en la página web del cliente. Se pasan catorce argumentos a la función de población de zona para ayudar en la representación. El diseñador web debe codificar el cuerpo de la función para que las recomendaciones se visualicen de un modo coherente con el diseño del sitio web.

## **I**

### **ID de zona**

ID de 8 caracteres, determinado por el equipo web, que identifica una zona de sitio web individual. El ID de zona es una de las variables que la función cmRecRequest pasa cuando solicita una lista de recomendación.

### **Informe de productos de empresa (EPR)**

Informe que también incluye un proceso de importación de datos de categorías y productos en Digital Recommendations y en otras aplicaciones de Digital Analytics. Esta función se incluye con Digital Recommendations. Los archivos ECDF y EPCMF están asociados con el informe de productos de empresa (EPR):

- ECDF (Enterprise Category Definition File). Archivo que se utiliza para importar información que Digital Recommendations utiliza para procesar recomendaciones. Define una estructura de categorías donde los artículos pueden residir únicamente en una categoría padre. Debe contener todas las categorías incluidas en el archivo EPCMF y todas las categorías padre.
- EPCMF (Enterprise Product Content Mapping File). Archivo que define cada producto, la categoría a la que pertenece (que también debe estar en el Enterprise Category Definition File) y hasta 50 atributos sobre cada producto.

## O

### Oferta

Conjunto de valores que incluye tipos de oferta (Producto, Categoría, Búsqueda), ponderaciones de afinidad de algoritmo, periodos de tiempo del análisis de datos y reglas empresariales que genera una lista de artículos recomendados.

## P

### Periodo de tiempo de análisis de datos

Número de días previos correspondientes a los datos que se procesarán al generar recomendaciones.

### Personalización del visitante individual

Ni dos visitantes tienen los mismos intereses ni muestran patrones de compra idénticos. Digital Recommendations crea perfiles de visitante individual amplios basándose en el historial y en datos de sesión para presentar automáticamente a cada comprador un conjunto exclusivo de recomendaciones. Incluso visitantes desconocidos reciben recomendaciones altamente relevantes basadas en algoritmos probados basados en la **Sabiduría del grupo** de Digital Recommendations. Ya que los perfiles de visitante se crean en tiempo real, las recomendaciones se pueden personalizar rápidamente, lo que permite a Digital Recommendations optimizar las recomendaciones para cada visitante. Además de optimizar de forma automática la página de productos, las recomendaciones de la cesta y las recomendaciones de categoría al visitante individual, se pueden definir zonas de recomendación específicas para ofrecer recomendaciones basadas en los comportamientos del visitante. Estos comportamientos incluyen.

- Recomendaciones basadas en un artículo que el visitante haya incluido recientemente en la cesta.
- Recomendaciones basadas en un artículo que el visitante haya comprado recientemente.
- Artículos más vendidos de una categoría de interés para el visitante.
- Recomendaciones basadas en un artículo que el visitante haya visualizado recientemente.

### Plan de recomendaciones

El mecanismo para asignar ofertas a zonas de sitio para las recomendaciones dinámicas. Además, se pueden configurar destinos de recesión y ofertas de recesión en caso de que las recomendaciones para un artículo no estén disponibles, y especificar el texto de la cabecera a visualizar en el banner de la zona.

### Ponderaciones de afinidad

Las ponderaciones de afinidad controlan la ponderación de cuatro puntos de datos clave en el algoritmo de venta cruzada de productos. Esta función permite ajustar el algoritmo para que considere un rango de patrones de comportamiento del cliente y combinaciones de productos para modificar la salida para modificar distintos estilos de recomendaciones. Por ejemplo, las recomendaciones de afinidad para los artículos que los clientes visualizan al mismo tiempo entregarán recomendaciones de artículos similares. Las recomendaciones de ponderación basadas en artículos que se han adquirido en su conjunto entregarán recomendaciones de productos entre categorías. Las ponderaciones de afinidad proporcionan controles para dirigir un rango de consideraciones. Cambiar las ponderaciones de cada tipo de afinidad puede alterar de forma dramática las recomendaciones generadas para cada producto.

### Prueba A/B

Herramienta diseñada específicamente para ejecutar pruebas de división A, B, C y D y determinar el efecto de diferentes configuraciones de Digital Recommendations en conversiones e ingresos de sitios web. Puede utilizar la prueba A/B para probar ponderaciones de afinidad para algoritmos alternativos, reglas empresariales, ubicaciones de zonas de sitios web (en la parte visible o no) y el número de recomendaciones entregadas a una zona específica del sitio web.

### Puntuación de afinidad

Puntuación que comprende la probabilidad relativa de un artículo recomendado que tiene una afinidad específica con un artículo de destino. Digital Recommendations calcula cuatro puntuaciones de afinidad distintas y a continuación las utiliza para calcular el índice de afinidad para cada artículo recomendado.

## R

### Recomendación de imagen

Una recomendación de imagen utiliza el método de entrega dinámica para entregar las recomendaciones como imágenes HTML con valores de atributos como el nombre del producto. Cada imagen proporciona un enlace con la página del producto en su sitio web para dicho artículo recomendado.

El uso primordial de las recomendaciones de imagen es para las campañas de correo electrónico. El objetivo de este tipo de recomendación es un artículo del mensaje de correo electrónico y, a continuación, general la lista de artículos recomendados cuando el destinatario del correo electrónico abre el mensaje.

### Recomendaciones basadas en términos de búsqueda

Las recomendaciones basadas en términos de búsqueda permiten a los equipos de ventas mejorar dos problemas de empresa: las páginas de destino de búsqueda de pago no siempre son relevantes y los sitios web y los resultados de búsqueda en sitio web que no aprenden del comportamiento del visitante. Digital Recommendations determina los mejores productos para recomendar a los visitantes que buscan con una consulta como "polo para pesca" o "zapatillas deportivas". Para cada término de búsqueda, una vista de todos los canales de información de tráfico de búsqueda (pago, natural y en sitio web) alimenta el algoritmo de Digital Recommendations. Esta vista agregada de los datos de interacción del cliente por todas las fuentes de búsqueda asegura el conjunto de datos subyacentes más completo para una única solicitud de cliente. Las recomendaciones basadas en búsqueda se pueden presentar en el marketing de motor de búsqueda (SEM) o en las páginas de resultados de búsqueda en sitio web y otras ubicaciones como la página de inicio.

### Recomendaciones de artículos más vendidos

Estas recomendaciones permiten que el comerciante especifique las categorías clave de productos que se deben presentar en páginas, tales como la página de inicio, la página sin resultados de la búsqueda o la página de la cesta vacía. Los  $n$  artículos más vendidos ( $n$  es un número configurable) se extraen de cada una de las categorías clave y son presentadas al visitante de modo que cada categoría obtiene representación a través de las recomendaciones de los artículos más vendidos. Como resultado, los artículos que se venden mejor, los que tienen la tasa de conversión más alta de las categorías de sitio clave se comercializan para visitantes desconocidos. De forma opcional, el orden en el que se presenta la recopilación de recomendaciones de productos más vendidos se puede determinar de manera aleatoria al cargar la página pasando "R" como la cuarta variable en la función *cmRecRequest*.

### Recomendaciones de categoría

Recomendaciones basadas en los artículos más vendidos del sitio clasificados por ventas de unidades o por valor monetario. Estos artículos más vendidos se agrupan en categorías que se definen en el archivo Enterprise Category Definition File). Estas recomendaciones se pueden presentar en varios lugares en el sitio web. Las opciones de configuración le permiten modificar los resultados de los artículos más vendidos de categoría. Por ejemplo, los visitantes encuentran los artículos más vendidos independientemente de dónde se colocan en el sitio web, por lo que es posible que prefiera eliminar de las recomendaciones el 5%, 10% o 20% de los artículos más vendidos. Esto permite presentar productos adicionales que es posible que los clientes no encuentre por su cuenta de otro modo. Los artículos más vendidos del sitio también se pueden configurar para utilizarlos en la página de inicio, en la página sin resultados de la búsqueda o en la página de la cesta vacía.

### Recomendaciones de recesión

Las recomendaciones de recesión se utilizan cuando existe un historial datos de comportamiento limitado para un producto, cuando reglas empresariales estrictas eliminan el número solicitado de recomendaciones finales o cuando las recomendaciones no están disponibles para el destino especificado para la solicitud *cmRecRequest*. Existen dos procesos de recesión. El primer proceso de recesión se produce cuando se procesan los datos de comportamiento de **Sabiduría de los grupos**. Cuando no hay datos de comportamiento de sitio suficientes para completar el número de recomendaciones solicitadas o si las reglas empresariales eliminan las recomendaciones, los artículos más vendidos de la categoría del informe de productos de empresa del producto de destino

se utilizan como las recomendaciones predeterminadas. Se inicia un proceso de recesión secundario en el caso de que las recomendaciones no estén disponibles cuando se realicen solicitudes de recomendaciones dinámicas desde el sitio web del cliente. La secuencia de pasos en el plan de recomendación se utiliza para personalizar el proceso de recesión de cada solicitud.

#### **Recomendaciones dinámicas**

Uno de los dos mecanismos de entrega de recomendaciones, este método entrega recomendaciones dinámicas (variable) en base a una lógica predefinida (como los artículos más vendidos o restricciones de precios) directamente a sus sitios web. Consulte también las recomendaciones de archivo sin formato.

#### **Red de entrega de contenido (CDN)**

Mecanismo de entrega de recomendaciones dinámicas para el sitio web. Este servicio corresponde al método de entrega dinámica de Digital Recommendations.

#### **Reglas empresariales**

Utiliza reglas empresariales para establecer unos límites mayores en la salida de la recomendación. Las reglas de exclusión eliminan productos, las reglas de promoción fuerzan las recomendaciones de productos y las reglas de desacentuación mueven los productos a la parte de atrás de la lista de candidatos de recomendaciones en lugar de excluirlos. Las reglas se pueden configurar de manera global (a nivel de categoría) o por atributo de producto. Los datos que evalúan las reglas son los datos empresariales que carga en el sistema en archivos de importación. Las reglas empresariales siempre se definen para aplicarlas a un conjunto de productos de destino.

## **T**

#### **Tasa de afinidad del producto**

Puntuación total de afinidad que se utiliza para clasificar productos que se recomiendan para cada producto de destino específico.

## **V**

#### **Venta ascendente**

Recomendación de productos similares de precio más elevado a un cliente que está considerando una compra.

#### **Venta cruzada**

Recomendación de productos similares o relacionados que se ofrece al cliente que está considerando una compra.

## **Z**

#### **Zona**

Área en una o varias páginas web en las que se ofrecerán recomendaciones.

# **IBM Digital Product Recommendations Guía de configuración**

---

## **Visión general de la guía de configuración**

---

Qué hay en esta guía.

La *Guía de configuración de IBM Product Recommendations* va dirigida a usuarios que accedan al producto diariamente para:

- Trabajar con los archivos de datos utilizados por IBM Product Recommendations
- Gestionar comunicaciones entre su sitio web y IBM Product Recommendations
- Gestionar opciones de configuración avanzadas

Para obtener una visión general del producto y más información sobre el uso de IBM Product Recommendations, consulte la *IBM Product Recommendations Guía de usuario*.

## Suposiciones de la Guía de configuración

Esta guía utiliza que sabe si está utilizando recomendaciones de archivos sin formato o dinámicos. Si no lo sabe, póngase en contacto con su administrador de Digital Analytics o con el soporte al cliente de Digital Analytics. Consulte [“Información adicional de contacto”](#) en la [página 118](#).

Consulte la *IBM Product Recommendations Guía de usuario* para obtener información acerca del uso diario del producto.

## Utilización del último archivo `eIlluminate.js`

Asegúrese de utilizar el archivo de soporte más reciente.

Si está actualizando a una versión más reciente de Digital Recommendations, asegúrese de que está activo el archivo más actual. Póngase en contacto con su representante de Digital Analytics para obtener más información.

## Despliegue de recomendaciones dinámicas

---

Puede utilizar las recomendaciones dinámicas para crear archivos de carga y solicitudes de páginas para cargar recomendaciones en su sitio web.

La mejor opción de implementación para Product Recommendations es la dinámica. Una implementación dinámica proporciona recomendaciones más actualizadas que las recomendaciones de archivo sin formato y le ofrece acceso a más características de producto como la prueba A/B, la personalización, las recomendaciones basadas en términos de búsqueda y las recomendaciones de recesión. Además, las futuras mejoras de Digital Recommendations se centran en prestaciones dinámicas y no en prestaciones de archivos sin formato.

Utilice el siguiente proceso para implementar recomendaciones dinámicas:

### 1. Cree dos archivos:

- Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF) es un archivo que define cada producto, la categoría a la que pertenece (que también debe estar en el Enterprise Category Definition File) y hasta 50 atributos sobre cada producto.
- Enterprise Category Definition File (ECDF) es un archivo que contiene información que utiliza Digital Recommendations para procesar recomendaciones. Define una estructura de categorías en la que los artículos se encuentran en una única categoría padre. El ECDF debe contener todas las categorías incluidas en el archivo EPCMF y todas las categorías padre.

Digital Recommendations utiliza los datos de ECDF y EPCMF y las ofertas, reglas y planes de recomendación que configure en la interfaz de usuario. Para obtener más información, consulte [“Archivos de datos ECDF y EPCMF”](#) en la [página 148](#).

### 2. Utilice IBM Digital Analytics Import para que estén disponibles para Digital Recommendations.

- ### 3. El administrador del sitio web inserta la función `cmRecRequest`, la función `cmDisplayRecs` y una o varias funciones de zona de población para solicitar los datos de recomendación más recientes de Digital Recommendations. Los datos de recomendaciones que se suministran al sitio web utilizan una red de entrega de contenido (CDN).

Para obtener más información, consulte:

- [“Función `cmRecRequest`”](#) en la [página 127](#)

- “Función cmDisplayRecs ” en la página 130
- “Función de población de zona” en la página 130

## Funciones de solicitud de recomendación

Puede crear llamadas de solicitud de recomendación mediante las funciones de solicitud de recomendación.

En las páginas web que utilizan Digital Recommendations, cree una o varias llamadas de solicitudes de recomendación, una por cada zona, seguidas de una única llamada. cmDisplayRecs. Para obtener más información, consulte el ejemplo en “Fuente de página de ejemplo” en la página 137.

### Conceptos relacionados

“Función cmDisplayRecs ” en la página 130

Coloque la función cmDisplayRecs después de todas las solicitudes de recomendación de una página.

### Función cmRecRequest

Utilice la función cmRecRequest en páginas con una zona de sitio web que solicita recomendaciones basadas en el producto. Por ejemplo, es posible que tenga zonas de sitio que utilizan la venta cruzada de productos, la categoría del sitio, la categoría EPR o las ofertas de búsqueda.

### Parámetros

La función cmRecRequest abarca hasta cinco parámetros en el siguiente orden:

Tabla 23: Parámetros de respuesta de cmRecRequest		
Posición	Parámetro	Valores de parámetros válidos
1	ID de zona	El ID de zona tiene 8 caracteres o menos y se define cuando crea una zona en la interfaz de Digital Recommendations. El ID de zona es sensible a las mayúsculas y minúsculas. El ID de zona es obligatorio.
2	ID del producto de destino	<p>Si está utilizando una oferta de venta cruzada, el ID de producto de destino es el ID de artículo del producto de destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En zonas diseñadas únicamente para realizar recomendaciones de categoría o recomendaciones basadas en términos de búsqueda, pase comillas simples (") o comillas dobles vacías ("" ) en este parámetro</li> <li>• Para utilizar este valor, el plan de recomendaciones asociado con el ID de zona debe tener un paso con un valor de argumento simbólico de destino de _SP_ (para el producto especificado).</li> <li>• Si está utilizando la opción de varios destinos en su plan de recomendaciones, incluya varios ID de producto de varios destinos, separados por una barra vertical. Por ejemplo, cmRecRequest ( 'zone1' , ' <b>111111   222222   333333</b> ' , 'catID' )</li> </ul> <p>Se puede pasar un máximo de 20 ID de producto cuando se utiliza la función de varios destinos.</p>

Tabla 23: Parámetros de respuesta de cmRecRequest (continuado)

Posición	Parámetro	Valores de parámetros válidos
3	ID de categoría de destino	<p>Si está utilizando una oferta de categoría, el ID de categoría es el ID de categoría del producto de destino. Normalmente, este es el ID de categoría del destino que se ha pasado mediante el parámetro ID de producto de destino en la posición 2. Tener el parámetro de ID de producto de destino en la posición 2 permite al método retroceder a las recomendaciones de categorías de la categoría solicitada si las recomendaciones de venta cruzada no están disponibles para el artículo de Digital Recommendations solicitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En el caso de recomendaciones de categoría, pase el ID de categoría en el que basar las recomendaciones de categoría.</li> <li>• Por recomendaciones de los más vendidos generales (si se han configurado en el panel de configuración de ofertas de categoría) pasan un valor de '_TS_'.</li> </ul> <p>Para utilizar este valor, el plan de recomendaciones que se asocia con el ID de zona debe tener un paso con un valor de argumento simbólico de destino de _SC_ (para el producto especificado). Además, el ID de categoría que se pasa aquí debe coincidir con la estructura de categorías para el tipo de oferta de categoría que está asociada con el paso _SC_ del plan de recomendaciones. Para las ofertas de categoría del sitio, el ID de categoría de destino es una categoría del sitio web. Para las ofertas de categoría de EPR, el ID de categoría de destino es una categoría del archivo de definición de categorías de empresa (ECDF).</p> <p>No utilice comas en este parámetro.</p> <p><b>Nota:</b> Un plan de recomendaciones normalmente contiene el ID de categoría de destino como el último paso del plan.</p>
4	Función aleatoria	<p>Este parámetro se utiliza sólo con recomendaciones de los más vendidos generales (con un valor de argumento simbólico de destino de _TS_). Pase una "R" como valor del parámetro y el orden de las recomendaciones se ordenará de forma aleatoria cada vez que se cargue la página.</p> <p><b>Recomendación de prácticas recomendadas:</b> En el resto de los casos, está probado que los ingresos son más bajos cuando las recomendaciones no están presentes en el orden exacto que el algoritmo ha proporcionado. La importancia estadística disminuye con cada recomendación que desarrolla la lista de artículos en el conjunto de recomendaciones para un destino específico.</p>

Tabla 23: Parámetros de respuesta de cmRecRequest (continuado)

Posición	Parámetro	Valores de parámetros válidos
5	Término de búsqueda	El término de búsqueda de destino en el que se basan las recomendaciones de ofertas de búsqueda. Si está utilizando una oferta de término de búsqueda, este es el término de búsqueda que el usuario ha proporcionado. Pase en la consulta de usuario exacta eliminando los espacios de principio y final. Esto solo es necesario para las zonas designadas que van a activar recomendaciones basadas en términos de búsqueda. Para utilizar este valor, el plan de recomendaciones asociado con el ID de zona debe tener un paso con un valor de argumento simbólico de destino de <code>_SS_</code> (para el término de búsqueda especificado).
6	Valor de atributo	Si está utilizando una oferta basada en atributos, este es el valor del atributo que se ha de utilizar como destino para solicitar recomendaciones. Solo es necesario para las zonas designadas para activar las recomendaciones basadas en atributos. Para utilizar este valor, el plan de recomendaciones asociado al ID de zona debe tener un paso con un valor de argumento simbólico de destino de <code>_SA_</code> (para el atributo especificado).

### Especificación del contenido de la respuesta HTTP desde CDN

Los datos de recomendaciones dinámicas los entrega una respuesta de HTTP mediante una red de entrega de contenido(CDN). Esta entrega se realiza cuando una zona de sitio activa la función `cmDisplayRecs`.

### Acerca de esta tarea

Deberá definir qué pares de atributo/valor se incluyen en la respuesta HTTP desde la CDN.

### Procedimiento

1. En el panel de navegación lateral, seleccione **Gestionar > Ofertas de producto > Atributos**.
2. En **Atributos a incluir en la respuesta de la oferta**, mueva los atributos que se incluirán en la respuesta de **Disponible** a **Seleccionado**.

### Prácticas recomendadas en cmRecRequest basadas en términos de búsqueda

Utilice la siguiente información al configurar las recomendaciones basadas en términos de búsqueda.

Utilice la siguiente información al configurar las recomendaciones basadas en términos de búsqueda. Para obtener más información consulte la sección [Prácticas recomendadas del plan de recomendaciones basadas en términos de búsqueda](#) en la publicación IBM Product Recommendations Guía del usuario.

### Recomendaciones de búsqueda en sitio web

- Codifique la página para que el quinto parámetro de la función se rellene con el término de búsqueda cuando un visitante inicie una consulta de búsqueda en el sitio web.
- Cuando Digital Recommendations no tenga recomendaciones para un término de búsqueda, codifique la página para que no muestre la zona.

### Recomendaciones de página de destino de búsqueda de pago

Las siguientes son páginas de destino de búsqueda de pago típicas:

- Categoría
- Resultados de las búsquedas

- Páginas de producto
- Páginas de categoría
- Si tiene o quiere recomendaciones de categoría en las páginas de categoría:
  - Codifique las páginas para que la quinta posición de la función `cmRecRequest` se rellene con un término de búsqueda solo cuando un visitante llegue directamente a la página desde un término de pago o de búsqueda de lenguaje natural.
  - Si un visitante no llega directamente a una página desde una búsqueda natural o de pago, codifique la página para que la quinta posición de la función `cmRecRequest` quede en blanco.
- Si no desea recomendaciones de categorías más vendidas, codifique la página de modo que la zona no sea visible si no está presente un término de búsqueda.
- Tráfico de búsqueda de pago dirigido a páginas de destino de búsqueda en el sitio web:
  - Codifique las páginas para que la quinta posición de la función `cmRecRequest` se rellene con un término de búsqueda solo cuando un visitante llegue directamente a la página desde un término de pago o de búsqueda de lenguaje natural.
  - Cuando Digital Recommendations no tenga recomendaciones para un término de búsqueda, codifique la página para que no muestre la zona.
- Si el tráfico de búsqueda de pago se direcciona a las páginas de detalle de artículo, no haga que las recomendaciones se basen en el término de búsqueda.

### **Función `cmDisplayRecs`**

Coloque la función `cmDisplayRecs` después de todas las solicitudes de recomendación de una página.

La función `cmDisplayRecs` no requiere parámetros. Debe aparecer una sola vez por página y se debe situar después de todas las solicitudes `cmRecRequest` de una página. Esta solicitud indica a Digital Recommendations que todas las solicitudes de zona para esta página se han completado y que invoque las funciones de relleno de zona de la página con las recomendaciones finales.

## **Función de población de zona**

La función de población de zona es una función JavaScript que sus desarrolladores del sitio web codifican en el sitio web.

Puede pasar a la función de población de zona 14 argumentos que ayudan a representar las recomendaciones de representación. Debe codificar el cuerpo de la función para que las recomendaciones se visualicen de un modo coherente con el diseño de su sitio web. El resultado de la solicitud `cmDisplayRecs` es realizar una o más llamadas a la función de población de zona definida por el cliente.

Puede definir una o más funciones de zona de población. La función `cmDisplayRecs` busca una función de población de zona que coincida con el ID de zona en la solicitud de recomendación.

### **Convenios de nomenclatura para la función de población de zona**

Debe haber funciones de población de zona por cada zona y deben denominarse de acuerdo a estas directrices.

*id\_zona\_zp*

Donde *id\_zona* es sensible a las mayúsculas y minúsculas y solo puede contener caracteres alfanuméricos o de subrayado. No utilice espacios ni caracteres especiales distintos al subrayado. Este ID se utiliza en toda la aplicación. Se envía en cada solicitud para indicar qué zona utilizar para la solicitud. El desarrollador de páginas que codifica necesita el ID de zona configurado para cada zona activa del sitio. Este ID de zona es el mismo valor que se utiliza cuando define la zona con la interfaz de usuario IBM Digital Recommendations.

**Nota:** Almacene todas las funciones de población de zona en una única biblioteca definida por el cliente JavaScript y esta biblioteca debe estar incluida en todas las páginas necesarias.

## Argumentos para la función de población de zona

Los argumentos siguientes se pasan a la función de población de zona.

<i>Tabla 24: Argumentos de la función de población de zona</i>				
Posición	Parámetro	Descripción y uso	¿El campo está siempre poblado?	¿Utilizado por la función de población de zona?
1	ID de artículos de recomendado	Se devuelve una matriz de los ID de artículos recomendados en la posición uno. Configure la función de población de zona para presentar el contenido apropiado (a menudo incluyendo, aunque no de forma exclusiva, una imagen en miniatura y una breve descripción) para este ID del artículo en el análisis físico del sitio web designado para esta zona.	Sí	Estándar
2	ID de zona	ID de zona especificado en la solicitud.	Sí	Estándar
3	Valor simbólico de destino	Un valor que representa el paso en el plan de recomendación utilizado para generar las recomendaciones. Cada paso identifica una oferta. Este valor representa cómo se ha generado la lista de recomendaciones. Cuando no se pasan recomendaciones a la función de población de zona, este argumento contiene el valor '_NR_'. Consulte también <a href="#">“Valores para el argumento Valor simbólico de destino”</a> en la página 133.	Sí	Estándar
4	ID del producto de destino	El ID de artículo o ID de categoría que se ha utilizado como base para la lista de ID de artículos recomendados para la posición 1. Opcionalmente, este parámetro puede utilizarse para crear funciones de población de zona más avanzadas para presentar el ID del producto de destino en el que se basan las recomendaciones.	Sí	Opcional
5	Categoría del ID del producto de destino	ID de categoría del ID de producto de destino pasado para la posición 4, tal como se ha definido en el archivo ECDF.	Sí	Opcional
6	Atributos para los artículos recomendados	Una matriz de dos dimensiones de atributos para los artículos recomendados que se pasa al parámetro 1. Este parámetro resulta útil solo si proporciona atributos en el archivo EPCMF. Los atributos se pueden utilizar para ayudar a presentar el contenido del artículo final y pueden incluir la ubicación de una imagen en miniatura, el web de páginas de productos, breves descripciones del precio y del artículo. Asimismo, se puede utilizar un valor especificado como entrada en el algoritmo de personalización. Por ejemplo, los atributos de personalización pueden ser la marca, el autor o el género.	Se debe configurar	Opcional
7	Atributos para el ID de producto de destino	Una matriz unidimensional de atributos para el ID de destino pasada para el parámetro 4. Lo mismo que el parámetro anterior pero con relación al ID de destino.	Se debe configurar	Opcional

Tabla 24: Argumentos de la función de población de zona (continuado)

Posición	Parámetro	Descripción y uso	¿El campo está siempre poblado?	¿Utilizado por la función de población de zona?
8	Texto de cabecera de zona	Cuando crea un plan de recomendación, puede especificar el texto que desea visualizar en la cabecera de zona de la página web. Este parámetro proporciona dicho texto de cabecera para el banner de la zona de sitio.	Sí	Estándar
9	ID de prueba A/B	Una serie que contiene el nombre de prueba A/B, un punto y coma y el ID de prueba A/B del elemento de prueba solicitado. El nombre y el ID de la prueba A/B se definen al crear una prueba A/B en Digital Recommendations. Si no hay ninguna prueba A/B para la zona, contiene 'ninguna prueba ab'.	Sí	Opcional
10	Categorías de artículos recomendados	Una matriz que contiene el ID de categoría de cada uno de los artículos pasados para la posición 1, tal como se identifican en ECDF.	Sí	Opcional
11	Dirección URL de la página de destino	Dirección URL de la página del ID de destino se pasa para la posición 4.	Solo ha llenado para ofertas de contenido de la página	Opcional
12	Nombre de la página de destino	Nombre de la página del ID de destino se pasa para la posición 4.	Solo ha llenado para ofertas de contenido de la página	Opcional
13	URL de páginas de artículos recomendados	Una matriz que contiene el URL de la página para cada uno de los elementos pasados para la posición 1.	Solo ha llenado para ofertas de contenido de la página	Opcional
14	Nombres de páginas de artículos recomendados	Una matriz que contiene el nombre de la página para cada uno de los elementos pasados para la posición 1.	Solo ha llenado para ofertas de contenido de la página	Opcional

### Atributos de población de zona

Los valores del atributo de Informe de productos de empresa son valores de atributo que proporciona y carga en la base de datos de Digital Analytics con su EPCMF. Los valores de atributo pueden tener más de

2000 caracteres y puede haber más de 50 atributos por artículo. Para obtener los mejores resultados, utilice el número mínimo de caracteres necesario para dar soporte a su caso de uso.

Adicionalmente, si tiene atributos que tienen un prefijo coherente como un URL de imagen de miniatura, puede almacenar el valor del prefijo en la función de población de zona (y luego anexarlo a cada artículo recibido en la lista de recomendaciones) o puede configurar el prefijo para el atributo en el **Atributos de** separador de la **Configuración de la oferta** ventana. Nota: no incluya los URL completos como valores de atributos en su EPCMF.

### Prefijos de población de zona

Es posible que tenga que añadir un prefijo a las palabras clave de búsqueda en el sitio web. Existen diferentes razones: algunos sitios web utilizan diferentes modos de búsqueda, como la búsqueda por número de pieza o por palabra clave. Por ejemplo, la búsqueda por departamento. Esta practica permite al analista web ver el grado en el que se utiliza el modo de búsqueda.

Para las recomendaciones de búsqueda, el desarrollador de páginas no debe pasar este tipo de prefijo como parte de la solicitud de búsqueda cuando el cliente pasa el término de búsqueda en la solicitud de recomendación. Si hay valores de prefijo que se han de pasar, póngase en contacto con su asesor del cliente de Digital Analytics para determinar el modo adecuado para determinar el modo adecuado de tenerlos en cuenta fuera del término de búsqueda para el cálculo de datos. Para recomendaciones basadas en términos de búsqueda, el ID de destino que se ha pasado a la función de población de zona será modificado desde el formato original cuando lo envíe en la solicitud de recomendación: se eliminarán los espacios y puntuaciones. Este cambio en la salida es necesario para que Digital Recommendations pueda eliminar variaciones insignificantes, por otro lado, entre términos de búsqueda idénticos. Por ejemplo, "women's blouse" y "womens blouse" se devolverán las dos as como "womensblouse".

### Valores para el argumento Valor simbólico de destino

El argumento Valor simbólico de destino contiene un valor que representa un paso del plan de recomendación y, por lo tanto, identifica cómo se genera la recomendación.

Es posible que necesite codificar la función de población de zona para visualizar valores que sean diferentes en función del valor que devuelva el argumento Valor simbólico de destino. Delimite los valores con comillas simples (') o con comillas dobles (").

Tipo de destino	Valor del argumento	Descripción
Destinos de producto	_SP_	Recupera recomendaciones que se basan en uno o varios ID de producto especificados en la posición 2 de cmRecRequest. Consulte " <a href="#">Función cmRecRequest</a> " en la página 127.
	_RVP_	Recupera las recomendaciones basadas en los productos más vistos recientemente por el visitante.
	_LCP_	Recupera recomendaciones basadas en el último producto añadido a la cesta del visitante, según lo determina la última etiqueta shop5 vista por Digital Analytics.
	_RPP_	Recupera recomendaciones basadas en los productos más comprados recientemente por el visitante, según lo determina el último producto de un pedido en la última etiqueta shop9 vista por Digital Analytics.
	_MSP_	Recupera las recomendaciones basadas en la compra más importante del visitante, según se determina por la compra más grande (basada en el precio) realizada en las últimas seis compras.

Tabla 25: Valores para el argumento Valor simbólico de destino para recomendaciones de producto (continuado)

Tipo de destino	Valor del argumento	Descripción
Destinos de categoría	_SC_	Recupera las recomendaciones basadas en el ID de producto que se especifica en la posición 3 de cmRecRequest.  <b>Nota:</b> Si este argumento recupera el elemento ID que se especifica en la posición 2 de cmRecRequest como una de las recomendaciones, Digital Recommendations lo elimina automáticamente.
	_RVC_	Recupera recomendaciones basadas en la categoría vista más reciente por el visitante, según se determina mediante la etiqueta de último producto visto visualizada por Digital Analytics.
	_MPC_	Recupera las recomendaciones basadas en la categoría más popular del visitante. Esto viene determinado rastreando, para cada visitante, las categorías EPR de los productos comprados, colocados en la cesta y visualizados mediante las respuestas a la solicitud de recomendación. A continuación, las categorías se clasifican para cada visitante. La categoría que recibe más interacción recibe la puntuación más alta y se convierte en la categoría más popular del visitante.  <b>Nota:</b> Esta función está siempre basada en las categorías del informe de productos de empresa (EPR). Las categorías definidas en el archivo de definición de categorías (CDF) no tienen soporte para su uso en tareas de personalización dado el rango de problemas que surgen del uso de la categorización virtual en el archivo de definición de componente (CDF).
Destinos de búsqueda	_SS_	Recupera las recomendaciones basadas en el término de búsqueda especificado en la posición 5 de cmRecRequest.
Destinos de valores de atributos	_SA_	Recupera las recomendaciones basadas en el valor de atributo especificado en la posición 6 de cmRecRequest.
Sin recomendaciones	_NR_	No se pasa ninguna recomendación a la función de población de zona. Ninguna recomendación es el valor esperado si el área de contenido asociada a la página no está visible para el visitante. Por ejemplo, si el visitante está en una prueba A/B y el grupo de prueba asociado no ve ninguna recomendación o si el proceso de recesión para este producto se ha agotado y no hay recomendaciones disponibles para dicho producto.

### Ejemplos de la función de población de zona

El siguiente es un ejemplo de los valores de parámetros que se pasan a la función de población de zona. Los números indican la posición de cada argumento.

(

**1. ['FUCO-02', 'FUCO-03', 'FUDE-01', 'FUDE-02'],**

La matriz de los ID de la recomendación final (cuatro en este ejemplo).

**2. 'ProdZ1',**

Éste es el ID de la zona para la que se han solicitado.

**3. '\_SP\_',**

Este es el destino del paso del plan de recomendación que se ha utilizado en última instancia.

**4. 'FUCO-01',**

Este es el producto de destino real que se ha utilizado y para el que se han generado las cuatro recomendaciones en la posición 1.

**5. '10307',**

El ID de la categoría de destino.

**6. [['Modern Occasional Table', '10091', '299.95', 'KIAC\_01.jpg'], ['Two-Drawer Coffee Table', '10073', '329.95', 'KIFR\_02.jpg'], ['Executive Six-Drawer Desk', '10073', '1299.95', 'KIFR-01.jpg'], ['Craft Table', '10075', '299.95', 'KIAC\_06.jpg']],**

Esta es una matriz bidimensional de atributos que se corresponden con la matriz de artículos pasada en el primer parámetro. En este ejemplo, la matriz de atributos que corresponde a 'FUCO-02' es ['Modern Occasional Table', '10091', '299.95', 'KIAC\_01.jpg']. Si se pasan ocho

recomendaciones en la posición 1 y cada recomendación tiene cinco atributos, la matriz de dos dimensiones tendrá ocho filas y cinco columnas.

**7.b['Sleek Occasional Table', '10039', '159.95', 'FUDEL\_02.jpg'],**

Esta es la matriz de atributos para el destino.

**8. 'Recomendaciones desde un producto visitado recientemente',**

Texto de cabecera de zona.

**9. 'PageAB:Ctrl',**

Una cadena que contiene el Nombre de prueba AB, seguido de un punto y coma, seguido del AB ID de prueba del elemento de prueba solicitado. Si no hay ninguna prueba AB activa para esta zona, la cadena contiene: 'no ab test'.

**10. ['10091', '10073', '10073', '10075'],**

Esta es una matriz de ID de categoría que se corresponden con la matriz de artículos pasada en el primer parámetro.

**11. '',**

No se utiliza en este ejemplo.

**12. '',**

No se utiliza en este ejemplo.

**13. [],**

No se utiliza en este ejemplo.

**14. [],**

No se utiliza en este ejemplo.

)

## Ubicación de llamadas de función y bibliotecas

Todas las páginas que utilizan recomendaciones dinámicas deben incluir las siguientes bibliotecas y funciones.

En la sección <head></head> (en este orden):

1. Cargar `eluminate.js`
2. Cargar `cmcustom.js` (si es necesario)
3. Llamar a `cmSetClientID` (para asegurarse de utilizar el dominio adecuado).

En la sección <body></body> (en este orden):

1. Todas las etiquetas distintas de las funciones de IBM Digital Recommendations como, por ejemplo, `cmCreateProductView` y `cmCreatePageviewTag`.
2. La función de población de zona se puede ubicar en cualquier parte <head></head> o <body></body>, pero debe ser antes de cualquier función `cmRecRequest`.
3. `cmRecRequest`. Incluya esta instrucción una vez para cada zona de la página.
4. `cmDisplayRecs`. Esta función solo se invoca después de todas las `cmRecRequest`.

Para obtener más información sobre el etiquetado de su sitio web, consulte la sección "Guía de etiquetado" de la publicación IBM Digital Analytics Guía de implementación.

Para obtener más información, consulte ["Fuente de página de ejemplo"](#) en la página 137.

## Consideraciones especiales para visualizar recomendaciones basadas en términos de búsqueda

Su organización gestiona todos los textos de cabecera que aparecen en el área de recomendación dentro del código de la página.

El término de búsqueda utilizado se debe volver a presentar al visitante en el texto de cabecera, de modo que la cabecera resulte clara y atractiva para el visitante. El siguiente ejemplo demuestra cómo el término

de búsqueda "zapatos de vestir" ha activado las recomendaciones que se pueden visualizar y que se visualiza en la cabecera de zona.

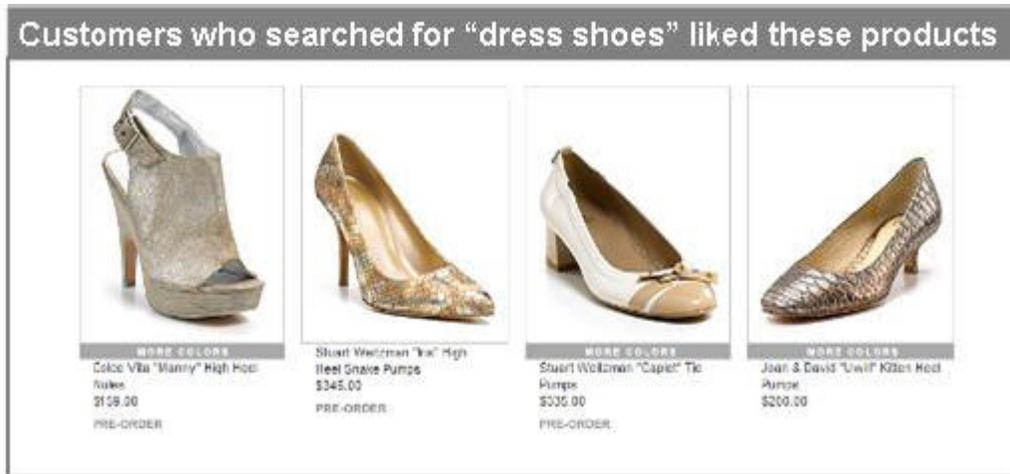


Figura 1: Ejemplo de recomendaciones basadas en un término de búsqueda

## Inhabilitación de mensajes de registro de la consola

De forma predeterminada, los mensajes de registro de la consola están habilitados. Siga este procedimiento para inhabilitar los mensajes de registro de la consola.

### Procedimiento

Inserte la siguiente línea en el código fuente de su página, justo después de cargar `eluminare.js` y habitualmente en el mismo bloque de `script` que `cmSetClientID`:

```
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":true});
```

### Ejemplo

A continuación se muestra un ejemplo:

```
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminare.js">
</script>
<script type="text/javascript">
cmSetClientID("99999999",true,"data.coremetrics.com","yoursite.com");
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":true});
</script>
```

## Habilitación de mensajes de registro de la consola

De forma predeterminada, los mensajes de registro de la consola están habilitados. Sin embargo, si ha inhabilitado los mensajes de registro de la consola, utilice este procedimiento para volverlos a habilitar.

### Procedimiento

1. Encuentre la siguiente línea en el código fuente de su página. Habitualmente se encuentra en el mismo bloque de `script` que `cmSetClientID`:

```
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":true});
```

2. Cambie la sentencia `true` a `false`.

A continuación se muestra un ejemplo:

### Ejemplo

A continuación se muestra un ejemplo:

```
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminare.js">
</script>
<script type="text/javascript">
```

```

cmSetClientID("99999999",true,"data.coremetrics.com","yoursite.com");
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":false});
</script>

```

## Fuente de página de ejemplo

Las funciones de Digital Recommendations se deben ejecutar después de todas las otras etiquetas.

Un procedimiento recomendado es almacenar todas las funciones de población de zona en un único cliente definido en la biblioteca JavaScript, e incluir esta biblioteca en todas las páginas que visualizan recomendaciones.

## Bibliotecas de ejemplo alojadas en IBM para las recomendaciones de producto

El siguiente código es un ejemplo de código fuente que utiliza las bibliotecas alojadas por IBM, la función cmRecRequest y la función cmDisplayRecs.

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head>
<!-- Essentially the smallest html file possible to demonstrate Product Recommendations tagging. -->
<title>Bare Bones Example - Product Recommendations</title>

<!-- The eluminate library is the standard library required for all pages. This file contains all necessary information for
Digital Recommendations to function.
-->
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminate.js"></script>

<!-- The cmSetClientID function is required and sets values for "Client ID", 1st Party method
("Client Managed" or "Coremetrics Managed"), "Data Collection Domain" and "Cookie Domain". -->
<script type="text/javascript">cmSetClientID ("99999999", true, "data.coremetrics.com", "your_domain");</script>

<!-- product_zpf.js is an example of a zone population function. It is recommended to include zone population
functions in a .js file and embed the file in each page for which recommendations are desired. -->
<script src="product_zpf.js"></script>

<!-- example.css is the example style sheet -->
<LINK REL=StyleSheet HREF="example.css" TYPE="text/css"/>
</head>

<!-- In the body, define a div into which the html created by the zone population function is embedded.
The example div id defined below is "dr_zone1". -->
<body>

<!-- demo_banner is included for appearance only and is not part of Digital Recommendations -->
<div class="demo_banner"></div>

<div class="example_demo">
<div id="dr_zone1"></div>
</div>

<script type="text/javascript">
cmCreateProductviewTag("PROD1234", "Doctor Who TARDIS Blanket", "CAT5678");

// cmRecRequest ("ZoneID","ProdID","CatID") is the call made to the Digital Recommendations library that defines
// the first zone (for this sample page there is only one zone).
//
// "ZoneID" - zone id
// "ProdID" - target product id - for "Specified Product ID(s)" recommendation plan steps, recommendations associated
// with product "ProdID" will be passed to the zone population function
// "CatID" - target category id - for "Specified Category ID" recommendation plan steps, recommendations associated
// with category "TS" (Top Sellers) will be passed to the zone population function
cmRecRequest ("PDPZ1","PROD1234","_TS_");

// cmDisplayRecs triggers the recommendation process. It is required. cmDisplayRecs();
</script>
</body>
</html>

```

## Función de población de zona de ejemplo

El siguiente código es un ejemplo de una función de población de zona para recomendaciones de producto que se solicitan con la función cmRecRequest. Es necesario modificarlo (o volver a escribirlo) para su sitio web.

```

function test_zpfs(
  a_product_ids, // Matriz de ID de producto recomendados
  zone, // ID de zona especificado en la solicitud (como se especifica
  // en la pantalla de edición de zona)
  symbolic, // Tipo de destino:
  // _SP_ ID(s) de producto especificado
  // _SC_ ID de categoría especificado
  // _RVP_ Último(s) producto(s) visualizado(s)
  // _RPP_ Último(s) producto(s) comprado(s)
  // _LCP_ Último(s) producto(s) colocado(s) en la cesta
  // _RVC_ Categoría vista más recientemente
  // _MPC_ Categoría más popular de los visitantes
  // _MSP_ Compra más significativa

```

```

        // _SA Valor de atributo especificado
        // _SS Término de búsqueda especificado
        // _NR Sin recomendaciones
target_id, // ID de destino en el que se basan las recomendaciones
category, // Categoría de artículo de destino
rec_attributes, // Matriz de 2 dimensiones de atributos para cada recomendación
target_attributes, // Matriz de atributos para el destino
target_header_txt, // Texto de cabecera (como se especifica en la pantalla de
                    // edición del plan de recomendaciones)
ab_test_id, // Cadena que contiene el nombre de prueba AB, un punto y coma,
            // ID de prueba AB del elemento de prueba solicitado
            // "no ab test" si no hay prueba AB
a_cat_ids, // Matriz de ID de categoría para cada artículo recomendado
div_id) // id de div definido en el html - no es un parámetro estándar -
        // añadido por medio de la llamada a función en la parte inferior
}
var html = zone + "_zp: No recommendations returned";
if (symbolic !== '_NR_')
{
    // desplazamiento de atributos para descripción (el desplazamiento
    // está basado en cero, el primer atributo está indexado 0)
    var i_description = 2;
    // attribute offset for image
    var i_image_url = 0;
    var image_prefix = '';
    var div_recs = '<div class="dr_test_recs">';
    var n_recs = a_product_ids.length;
    var div_title = '<div class="dr_recs_title">' + target_header_txt + '</div>';
    var div_table = '<div class="dr_recs_table">';
    var image_table = '<TABLE CELLSPACING="2" CELLPADDING="0" Align="center" style="border-color:white;"><TR>';
    var lines = [];
    var width = 100 / n_recs;
    for (var ii=0; ii < n_recs; ii++)
    {
        var rec_prod_id = a_product_ids[ii];
        var image_description = rec_attributes[ii][i_description];
        var image_url = image_prefix + rec_attributes[ii][i_image_url];
        var alt_description = image_description;
        if (!image_description)
        {
            alt_description = 'No Image Available';
            image_description = '&nbsp;';
        }
        lines.push('<TD valign="top" class="borderedRollover" width=' + width + '%><div class="bordered_Rollover"><TABLE ALIGN="center"
WIDTH=' + width + '%>');
        // Visualiza la imagen y su descripción
        lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A HREF="' + image_url + '" width=128" + ALT="' + alt_description + '" +
WIDTH=128
+ height=128 + style="border: medium none; cursor: pointer; padding-bottom: 5px; padding-top: 5px;" /></TD></TR>');
        lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + image_url + '">' + image_description + '</A></TD></TR>');
        // Visualiza una línea de separación y luego todos los atributos
        lines.push('<TR><TD ALIGN="center">-----</TD></TR>');
        lines.push('<TR><TD ALIGN="center">' + rec_prod_id + '</TD></TR>');
        if (a_cat_ids !== undefined)
        {
            lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Category:<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + a_cat_ids[ii-1] + '</A></TD></
TR>');
        }
        for (var jj=0; jj < 50; jj++)
        {
            var attr = rec_attributes[ii][jj] ? rec_attributes[ii][jj] : '-';
            lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Attr ' + jj + ':<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + attr + '</A></TD></TR>');
        }
        lines.push('<TR ><TD><TABLE BORDER="0" CELLSPACING="0" CELLPADDING="0" WIDTH=100%></TABLE></TD></TR>');
        lines.push('</TABLE></div></TD>');
    }
    html = div_recs + div_title + div_table + image_table + lines.join("\n") + '</TR></TABLE></div></div>';
}
// Coloca el html generado en el div definido en el archivo .html
document.getElementById(div_id).innerHTML= html;
}
// [ZoneID]_zp, donde [ZoneID] es el id de zona especificado en la pantalla de
// de edición de zona
function PDPZ1_zp(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j)
{
    test_zpfs(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,'dr_zone1');
}

```

## Ejemplo de hoja de estilo

El siguiente es un ejemplo de hoja de estilo.

```

<style type="text/css">
.example_demo
{
    width: 700px;
}
.dr_recs_title
{
    background-color: #666666;
    padding: 5px;
    color: white;
    font-family: Verdana,Arial,sans-serif;
    font-size: 11px;
    font-weight: bold;
    text-decoration: none;
    text-transform: uppercase;
}

```

```

}
.V5_dr_example_recs
{
border: 1px solid #666666;
}
.V5_dr_example_recs td
{
color: #000000;
font-family: Verdana,Arial,sans-serif;
font-size: 11px;
}
td.borderedRollover
{
background-color: #FFFFFF;
border: 1px solid #F7F7F7;
cursor: pointer;
}
td.borderedRollover:hover
{
background-color: #FFFFFF;
border: 1px solid #666666;
}
.rating_bar
{
width: 55px;
background: url(star_x_grey.gif) 0 0 repeat-x;
float: right;
text-align: left;
}
.rating_bar div
{
height: 12px;
background: url(star_x_orange.gif) 0 0 repeat-x;
}
.demo_banner
{
height: 100px;
background-image: url('example.jpg');
}
</style>

```

## Despliegue de recomendaciones de archivos sin formato

Otra opción de despliegue que puede utilizar con Product Recommendations es el despliegue de archivo sin formato. Puede utilizar los archivos sin formato para la integración con canales fuera de línea o aplicaciones personalizadas como el centro de asistencia telefónica, catálogos en papel y quioscos dentro de tienda. Solo puede utilizar archivos sin formato para recomendaciones de venta cruzada de productos y de categorías.

Cuando utiliza el método de entrega de archivo sin formato, no puede utilizar la prueba A/B, la personalización o las recomendaciones basadas en términos de búsqueda. Para utilizar estas funciones y futuras mejoras de hoja de ruta, despliegue las recomendaciones dinámicas.

Para implementar recomendaciones de archivo sin formato:

### 1. Cree dos archivos:

- Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF) es un archivo que define cada producto, la categoría a la que pertenece (que también debe estar en el Enterprise Category Definition File) y hasta 50 atributos sobre cada producto.
- Enterprise Category Definition File (ECDF) es un archivo que contiene información que Digital Recommendations utiliza para procesar recomendaciones. Define una estructura de categorías donde los artículos solo pueden pertenecer a una categoría padre. Debe contener todas las categorías incluidas en el archivo EPCMF y todas las categorías padre.

### 2. Configure un proceso para cargar ECDF y EPCMF a Digital Analytics. Product Recommendations genera recomendaciones mediante los datos de ECDF y EPCMF y las ofertas, reglas y planes de recomendación que configura en la interfaz de usuario de Digital Recommendations.

Las recomendaciones resultantes se graban en el archivo Product Recommendations, que es un archivo sin formato delimitado por comas. Este archivo se publica en un servidor SFTP según la configuración de exportación que elija (por ejemplo, mensual, semanal o diariamente).

3. Su organización crea un proceso automatizado que recoge el archivo de Product Recommendations, lo transforma y lo carga en la base de datos de comercio electrónico. Por lo general, los sistemas de comercio electrónico designan las tablas en las que se almacenan ventas cruzadas de productos.

Cuando los archivos ECDF o EPCMF cambien, el antiguo archivo Product Recommendations se suprime y sustituye con el nuevo archivo.

Si desea obtener más información, consulte

- [“Selección del formato tabular o de serie para su archivo sin formato” en la página 146](#)
- [“Archivos de datos ECDF y EPCMF” en la página 148](#)

### **Planificación para varias ofertas**

Cuando planifique su implementación de archivos sin formato, tenga en cuenta la carga de varios archivos. Por ejemplo, algunas organizaciones tienen un archivo de Product Recommendations diseñado para las recomendaciones de la página de productos y un segundo archivo para las recomendaciones de la cesta de compra. Algunas organizaciones implementan dos archivos de recomendaciones para la página del producto. Un archivo de recomendación está limitado a productos de la misma categoría. Por ejemplo, los clientes que buscan zapatillas deportivas en la página de productos consultan solo las recomendaciones sobre otras zapatillas deportivas semejantes. El segundo archivo de recomendación excluye los elementos en la categoría directa del producto de destino e incluye solo los productos del mismo departamento. Por ejemplo, para la ropa activa de hombre en la cesta de la compra, el comprador potencial no visualiza otras zapatillas deportivas pero sí recomendaciones para calcetines, pantalones cortos y camisetas.

Para obtener más información, consulte:

- [“Despliegue de recomendaciones de archivos sin formato” en la página 139](#)
- [“Archivos de datos ECDF y EPCMF” en la página 148](#)
- Para obtener información sobre la ubicación de este archivo, póngase en contacto con su representante de Digital Analytics.

### **Combinación de recomendaciones dinámicas y archivos sin formato**

Digital Recommendations permite utilizar los métodos dinámicos y archivos sin formato en un solo sitio web de cliente. Pero si se utilizan ambos métodos se limita el efecto de la personalización.

Por ejemplo, si despliega Digital Recommendations utilizando archivos sin formato para la página del producto y la cesta de la compra, es posible que desee habilitar las recomendaciones de categoría utilizando recomendaciones dinámicas sin cambiar las implementaciones de página de producto y de la cesta de la compra. Digital Recommendations soporta este enfoque de integración híbrida.

Este enfoque híbrido sitúa las limitaciones en el algoritmo de personalización. Cuando se visualiza un artículo desde la cesta o en la página del producto desde una solicitud dinámica de Digital Recommendations la biblioteca recoge automáticamente los datos del mensaje de respuesta sobre la categoría de destino y la información de atributo y, a continuación, lo almacena en la cookie de personalización del visitante.

### **Archivo de Product Recommendations de formato tabular**

El formato tabular es el formato de archivo predeterminado del archivo Product Recommendations. Es un archivo sin formato delimitado por comas.

La primera fila en el formato tabular define los metadatos. Consulte [“Metadatos de formato de archivo tabular” en la página 141](#).

La segunda fila del archivo describe las columnas de la fila. Consulte [“Cabeceras de columna de formato tabular” en la página 142](#).

El siguiente es un ejemplo de un archivo de formato tabular de Product Recommendations:

```
20070317,20070415,1260860,10,9388,20,30,30,20
Target Client Product ID,Recommended Client Product ID 1,...
185,1851,50759.006,191,47586.568,1880,39118.28,1852,34896.816,189,30138.16,...
```

Puede abrir este archivo en un programa de hoja de cálculo para observar el número de filas y ver rápidamente cuántos productos de destino hay en la fila. La visualización del archivo le ayuda a determinar el grado en el que Digital Recommendations está generando recomendaciones para su catálogo completo. A continuación se muestra cómo aparece este archivo en una hoja de cálculo.

20070317	20070415	1260860	10	9388	20	30	30	20				
Target Client Product ID	Recommended Client Product ID 1	Affinity Score for Recommended Client Product ID 1	Recommended Client Product ID 2	Affinity Score for Recommended Client Product ID 2	Recommended Client Product ID 3	Affinity Score for Recommended Client Product ID 3	Recommended Client Product ID 4	Affinity Score for Recommended Client Product ID 4	Recommended Client Product ID 5	Affinity Score for Recommended Client Product ID 5	Recommended Client Product ID 6	Affinity Score for Recommended Client Product ID 6
185	1851	50759.006	191	47586.568	1880	39118.28	1852	34896.816	189	30138.16	2578712	22373.647
1850	199	50079.958	189	34896.816	103617	31181.142	1851	30221.449	185	17531.699	700851	16383.681
1851	189	66621.196	1852	56394.061	1880	51415.705	185	50759.006	191	41241.692	1850	30221.449
1852	1851	56394.061	191	44414.13	185	34896.816	189	33310.598	143271	32767.36	700630	31181.142
187	189	124224.82	143092	63948.502	8503	62362.284	1871	53931.444	145992	32767.36	1851	23793.284
1871	143590	62362.284	143591	62362.284	1719612	62362.284	189	57103.882	187	53931.444	199	34353.58

Figura 2: Archivo tabular de ejemplo visualizado en un programa de hoja de cálculo

**Nota:** Al utilizar este formato de archivo, es necesaria la creación de un paso de transformación para transformar el archivo en un formato que se pueda cargar en las bases de datos de sus sistemas de comercio electrónico.

**Nota:** Cuando utilice este tipo de archivo, especifique también si se deben incluir la información de cabecera del archivo. Si las funciones de proceso de datos no pueden deshacer las cabeceras de un archivo sin formato, consulte [“Supresión de cabeceras de archivos sin formato”](#) en la página 146

Una vez creado el archivo en formato tabular de Product Recommendations, consulte [“Selección del formato tabular o de serie para su archivo sin formato”](#) en la página 146

#### Valores nulos en el formato de archivo tabular

Cuando no hay suficientes recomendaciones disponibles, el término "null" se muestra en algunas filas en el archivo de recomendaciones con formato tabular.

Se muestra "null" debido a que hay pocos datos para algunos ID de artículo. Es posible que no haya suficiente recomendaciones disponibles para llenar el número de recomendaciones que el cliente ha especificado para la exportación. En estos casos, Digital Recommendations introduce "null" para aquellos intervalos de recomendación.

#### Metadatos de formato de archivo tabular

La primera fila del archivo de datos contiene el registro de metadatos acerca del archivo de recomendaciones.

La tabla siguiente describe esta primera fila.

Datos de campo	Tipo de datos	Valor en el ejemplo anterior	Notas
Fecha de inicio de análisis de datos	N 8	20070317	Digital Recommendations analiza los datos de afinidad a lo largo del periodo que se corresponde generalmente con la frecuencia de la exportación. Este campo proporciona la fecha del primer día en que se han utilizado los datos para que la solución de Digital Recommendations los analice.

Tabla 26: Registro de metadatos de Digital Recommendations (fila 1) (continuado)

Datos de campo	Tipo de datos	Valor en el ejemplo anterior	Notas
Fecha de finalización de análisis de datos	N 8	20070415	Este campo proporciona la fecha del último día en que se han utilizado los datos para que la solución de Digital Recommendations los analice.
Total de sesiones analizadas	N 16	1260860	Número total de sesiones individuales utilizadas en el análisis.
Número de recomendaciones de producto	N 2	10	El número de recomendaciones que configura su organización para incluirlas en cada producto de destino en el archivo.
Número total de productos de destino	N 16	9388	El número total de registros (filas) incluidas en el archivo de exportación, sin contar las dos filas de la cabecera.
Ponderación de afinidad 1	N 3	20	La ponderación que configura su organización para la puntuación de afinidad de navegación por navegación.
Ponderación de afinidad 2	N 3	30	La ponderación que configura su organización para la puntuación de afinidad de navegación por compra.
Ponderación de afinidad 3	N 3	30	La ponderación que configura su organización para la puntuación de afinidad de compra por compra.
Ponderación de afinidad 4	N 3	20	La ponderación que configura su organización para la puntuación de afinidad de abandono por compra.

#### Cabeceras de columna de formato tabular

La segunda fila del archivo de recomendaciones contiene la información de cabecera de columna.

Esta información de cabecera es para las siguientes  $n$  filas de datos en la exportación (donde  $n$  es el número de artículos de destino que ha configurado en el archivo). Este fila es opcional cuando crea el archivo de Product Recommendations. La siguiente tabla describe las columnas de la fila de la cabecera.

Tabla 27: Registro de la cabecera Digital Recommendations (fila 2) y datos de recomendaciones

Campo	Tipo de datos	Notas
ID del producto del cliente de destino	C 256	El ID del artículo del cliente para el que se ha realizado un número especificado de recomendaciones.
Id del producto de cliente recomendado 1	C 256	El ID del producto del cliente con la puntuación del índice de afinidad de producto más alta para el producto de destino.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 1	N 8	La puntuación general de afinidad para la recomendación.
Id del producto de cliente recomendado 2	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.

Tabla 27: Registro de la cabecera Digital Recommendations (fila 2) y datos de recomendaciones (continuado)

<b>Campo</b>	<b>Tipo de datos</b>	<b>Notas</b>
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 2	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 3	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 3	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 4	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 4	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 5	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 5	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 6	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 6	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 7	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 7	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.

Tabla 27: Registro de la cabecera Digital Recommendations (fila 2) y datos de recomendaciones (continuado)

<b>Campo</b>	<b>Tipo de datos</b>	<b>Notas</b>
Id del producto de cliente recomendado 8	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 8	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 9	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 9	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Id del producto de cliente recomendado 10	C 256	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.
Puntuación de afinidad para el ID del producto del cliente recomendado 10	N 8	Opcional: la inclusión en el archivo de exportación depende del número de recomendaciones que configura el cliente para la exportación de Digital Recommendations.

### Archivo de recomendaciones del producto de formato de serie

Puede utilizar la opción de formato de serie para el archivo de recomendaciones de producto.

Este formato de archivo está estructurado de manera que mecanismo de proceso se pueda cargar directamente este archivo sin ningún proceso de transformación de archivos. Cuando utilice este tipo de archivo, la información de cabecera de archivo no se incluye. Si su mecanismo de proceso de datos no puede cargar este archivo sin un proceso de transformación de archivo, consulte [“Supresión de cabeceras de archivos sin formato” en la página 146.](#)

Target Product	Recommended Product	Priority Order	Offer Name
2819403	2951761	1	Product Page
2819403	2940548	2	Product Page
2819403	2939608	3	Product Page
2819403	2971165	4	Product Page
2819403	2922132	5	Product Page
2819403	2975677	6	Product Page
2819403	2978476	7	Product Page
2819403	2915473	8	Product Page
2819403	2957422	9	Product Page
2819403	2873233	10	Product Page
2822892	2922132	1	Product Page
2822892	2873232	2	Product Page
2822892	2481232	3	Product Page
2822892	2398330	4	Product Page
2822892	2390332	5	Product Page
2822892	2132874	6	Product Page
2822892	2139084	7	Product Page
2822892	2238493	8	Product Page
2822892	2232322	9	Product Page
2822892	2903442	10	Product Page

Figura 3: Archivo de serie de ejemplo visualizado en un programa de hoja de cálculo

Cuando haya creado el archivo de formato de serie de Product Recommendations, consulte [“Selección del formato tabular o de serie para su archivo sin formato”](#) en la página 146

## Convenciones de nomenclatura para el archivo de recomendaciones de producto

Utilice estas directrices para denominar el archivo de recomendaciones de producto.

El convenio de nomenclatura utilizado para los archivos de salida de las recomendaciones de archivos sin formato son las mismas para los dos formatos de archivo (serie y tabular). Los nombres de archivos contienen los siguientes seis componentes, que están separados por un carácter de subrayado (\_):

IO\_90001006\_CartRecommendations\_20110913\_|.txt

Donde:

### ES

Identifica el tipo de exportación de datos de Digital Analytics (por ejemplo, ES para Digital Recommendations).

### ID de cliente

Su ID de cliente.

### Nombre de oferta

Identifica el nombre de la oferta. Si el nombre de la oferta contiene espacios, estos se sustituirán por caracteres de guión bajo (\_) en el nombre de archivo.

### aaaammdd

Identifica el año, mes y día en el que el archivo de recomendaciones se ha procesado y enviado a su organización.

### Carácter de barra vertical (|)

Indica que el archivo de recomendaciones contiene artículos basados en las recomendaciones.

### .txt o .zip

Identifica el archivo como formato de texto o de archivo comprimido.

## Selección del formato tabular o de serie para su archivo sin formato

Debe identificar en la interfaz de usuario qué formato de archivo está utilizando para el archivo de recomendaciones de producto.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar > Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores**
2. Seleccione el formato en el campo **Formato de archivo**.
3. Guarde los valores.

## Supresión de cabeceras de archivos sin formato

Utilice este procedimiento para suprimir las cabeceras si sus funciones de proceso de datos no pueden deshacer las cabeceras de un archivo sin formato.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar > Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores**
2. En el grupo **Opciones de salida de archivos sin formato**, inhabilite **Incluir cabeceras de archivo**.
3. Guarde los valores.

## Ordenación de un archivo sin formato por rango o puntuación de afinidad

Puede ordenar el archivo sin formato en base a la puntuación de afinidad o al rango de recomendaciones.

### Acerca de esta tarea

El parámetro en el que se clasifican las recomendaciones se define en la configuración de oferta. Para obtener más información, consulte la sección "Ofertas de producto" de la publicación IBM Digital Recommendations Guía del usuario.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar > Configuración de la oferta > Ofertas de producto > Más valores**
2. Seleccione el **Tipo de rango**.
3. Guarde los valores.

## Sustitución del delimitador predeterminado

Cuando crea una oferta, puede sustituir el delimitador predeterminado y especificar un carácter que no sea una coma en el separador **Configuración de oferta**.

### Acerca de esta tarea

### Procedimiento

1. Haga clic en la ficha **Oferta**.
2. Pulse la oferta que desee cambiar.
3. En la sección **Opciones de envío**, cambie el campo **Delimitador de archivo**.
4. Guarde la oferta.

## Configuración de ubicación de exportación SFTP

Especifique la ubicación y otros valores utilizados por Digital Analytics Scheduler para exportar los archivos de datos.

## Antes de empezar

Puede modificar los valores de SFTP para Digital Recommendations en cualquier momento. Si la configuración de SFTP se cambia de manera incorrecta y se utilizan ofertas activas, los archivos de exportación de ofertas no se envían correctamente. Debido a esto, Digital Analytics recomienda que las organizaciones otorguen permisos de acceso a la página **Valores de exportación de datos** a un número limitado de usuarios, en concreto aquellos individuos en TI que son responsables de recopilar y procesar los canales de información de datos de Digital Recommendations.

## Procedimiento

1. Pulse **Administrador**.
2. Pulse **Configuración de exportación - FTP > Crear un destino SFTP**
3. Escriba un nombre para el destino y especifique la **Configuración de SFTP** y **Opciones de transmisión SFTP**.

Cuando se haya publicado este destino SFTP, el nombre del destino de exportación de datos aparece en la lista **Destino de exportación** en los **Valores de oferta** para una oferta.

4. Compruebe el destino de exportación creado recientemente y pulse **Publicar**. El destino SFTP se debe publicar antes de que aparezca en la lista **Destino de exportación** en la configuración de los **Valores de oferta** para una oferta.

## Cómo mostrar recomendaciones de archivo sin formato en el sitio

Las páginas de los sitios web están diseñadas para hacer referencia a una tabla de base de datos que contiene las recomendaciones de Digital Recommendations cuando la página se carga.

A continuación, la página muestra las recomendaciones de valor  $n$  superior (donde  $n$  es un parámetro configurable) para cada artículo, tal como se especifica en el archivo del Digital Recommendations. La recomendación más relevante es el primer artículo recomendado. La segunda recomendación más relevante es el segundo artículo recomendado. Esta implementación es un proceso directo que puede implementarse en la página de productos ya que la mayor parte de los sitios web de comercio electrónico lo siguen haciendo utilizando recomendaciones manuales. Estas recomendaciones se rellenan en la base de datos mediante una herramienta de gestión de contenido.

## Consideraciones especiales para recomendaciones de cesta de compra

Su organización debe crear reglas de visualización que se apliquen a la cesta de la compra para controlar qué recomendaciones se van a mostrar cuando se añadan varios artículos a la cesta.

Por ejemplo, una cesta de la compra se debe diseñar para que muestre hasta seis recomendaciones. Los siguientes son algunos casos de uso posibles de recomendaciones de cesta de la compra. Base estas decisiones en los objetivos específicos de su negocio.

- Si se añade a la cesta un único producto para hombre, la página de la cesta sólo recoge las seis primeras recomendaciones para la cesta y las muestra.
- Si se añade un artículo para mujer a la cesta además del artículo para hombre, la lógica de la cesta determinará qué recomendaciones mostrar.
- Si se añaden varios artículos a la cesta, puede basar todas las recomendaciones en el elemento con el precio mayor de la cesta.
- Otros eligen una estrategia de "última oportunidad para la conversión" y basan las recomendaciones en los artículos con los precios más bajos.
- Divida equitativamente las recomendaciones para que el comprador vea tres artículos para hombre y tres artículos para mujer.

Establezca casos de ejemplo para todas las combinaciones de cestas y, a continuación, cree reglas de visualización.

## Archivos de datos ECDF y EPCMF

Los datos en los que se basan las reglas se proporcionan mediante Enterprise Category Definition File y Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF). Estos archivos son necesarios para las implementaciones dinámicas y de archivo sin formato.

Para obtener información adicional sobre la creación estos archivos de datos, consulte *Archivo de importación de los informes de productos de empresa* en la *IBM Digital Analytics Import*

### ECDF

ECDF es similar en formato al Digital Analytics Category Definition File (CDF).

Debe proporcionar ECDF para utilizar el informe de productos de empresa o para crear reglas empresariales de Digital Recommendations. Este archivo define:

- La estructura jerárquica que usted ve en el informe de productos de empresa.
- Las categorías utilizadas en las reglas de Digital Recommendations.
- Las categorías utilizadas para definir los más vendidos en las recomendaciones de categoría y de recesión.

La tabla siguiente muestra la estructura de un ECDF cuando se visualiza en una hoja de cálculo.

*Tabla 28: Ejemplo de estructura de archivo ECDF*

Fecha del archivo	ID de cliente	ID de categoría	Nombre de categoría	ID de categoría padre
AAAAMMDD	98765432	101GR	Hombre	
AAAAMMDD	98765432	201GR	Mujer	
AAAAMMDD	98765432	102GR	Camisas hombre	101GR
AAAAMMDD	98765432	103GR	Pantalones de hombre	101GR
AAAAMMDD	98765432	202GR	Camisas mujer	201GR
AAAAMMDD	98765432	203GR	Pantalones de mujer	201GR

A continuación, un ejemplo de fragmento de código de un ECDF.

```
YYYYMMDD,98765432,"101GR","HOMBRE",  
YYYYMMDD,98765432,"201GR","MUJER",  
YYYYMMDD,XXXXXXX,"102GR","CAMISAS HOMBRE","101GR"  
YYYYMMDD,XXXXXXX,"103GR","PANTALONES HOMBRE","101GR"  
YYYYMMDD,XXXXXXX,"202GR","CAMISAS MUJER","201GR"  
YYYYMMDD,XXXXXXX,"203GR","PANTALONES MUJER","201GR"
```

### Convenio de denominación de archivos

Utilice el siguiente convenio de nomenclatura para los archivos ECDF:  
ECDF\_[clientID]\_[optionalparameter].csv.

Generalmente, se utiliza la fecha como el parámetro opcional. Por ejemplo, si el ID de cliente es 1938220 y la fecha es 18 de Julio de 2011, entonces el nombre de archivo será: ECDF\_1938220\_20110718.csv

### Directrices de formato

Utilice las directrices siguientes cuando desarrolle el ECDF:

- Categorías de nivel superior (como *Hombre* y *Mujer*), no tienen categoría principal, y por ello debe dejar en blanco el campo **ID de categoría principal**.
- Los archivos deben seguir la norma estándar de CSV como se documenta en RFC 4180.

- Los archivos **deben** estar codificados en UTF-8 para poder utilizar los caracteres especiales y los símbolos de marca registrada.
- Los valores no deben tener espacios iniciales o finales involuntarios. Los espacios finales Digital Analytics los considera caracteres válidos.
- Los valores de ID de categoría no pueden contener comas (,).
- Los valores numéricos no pueden contener separadores de millares.
- Los valores numéricos no pueden tener más de 10 dígitos a la izquierda del separador decimal y 4 dígitos a la derecha del separador decimal.
- No incluya símbolos de moneda.
- Cada categoría se debe definir una única vez en este archivo. Por ejemplo, no puede haber dos categorías con el mismo ID de categoría y no puede haber dos categorías con el mismo nombre.
- Sin incluye comillas dentro de las comillas, utilice comillas dobles como las de este ejemplo:
  - 20070625, xxxxxxxxx, "STR95", "Taburete: altura" 45", "166"
  - En este caso, la descripción de este informe es el siguiente: Taburete: Altura 45"
- ECDF soporta una profundidad de categoría de hasta 15, lo que coincide con la profundidad que soporta el Category Definition File y el informe de Categorías de productos.

## EPCMF

El EPCMF proporciona datos sobre artículos y relaciones con categorías.

A continuación, se muestra un ejemplo de fragmento de código de un EPCMF. Las primeras cinco columnas son las mismas para cada cliente y son obligatorias. Corresponden a las columnas en el ECDF. Los valores 6-50 son atributos opcionales personalizables.

```
YYYYMMDD,98765432,"P12323","Polo hombre","102GR","345.00","45","Azul"
YYYYMMDD,98765432,"W4343","Pantalones mujer","203GR","15.00","121","Verde"
YYYYMMDD,98765432,"W1323","Sandalias mujer","204GR","33.00","57","Plata"
```

A continuación se muestra un fragmento de ejemplo de una hoja de cálculo. Las primeras cinco columnas son las mismas para cada cliente y son obligatorias. Corresponden a las columnas en el ECDF. Los valores 6-50 son atributos opcionales personalizables.

*Tabla 29: Estructura de archivos de ejemplo de EPCMF*

Fecha del archivo	ID de cliente	ID de artículo	Nombre de elemento	ID de categoría principal de elemento	Precio	Invent.	Color	Atributos estáticos de productos de empresa 50
AAAAMMDD	98765432	P12323	Polo de hombre	102GR	34.50	45	Azul	Definido por el usuario
AAAAMMDD	98765432	W4343	Pantalones mujer	203GR	15.00	121	Verde	Definido por el usuario
AAAAMMDD	98765432	W1323	Sandalias mujer	204GR	33.00	57	Plata	Definido por el usuario

### Convenio de denominación de archivos

Utilice los siguientes convenios de nomenclatura para el archivo:

EPCMF\_[clientID]\_[optionalparameter].csv

Generalmente, se utiliza la fecha como el parámetro opcional. Por ejemplo, si el ID de cliente es 98765432 y la fecha es 18 de Julio de 2011, entonces el nombre de archivo será:

EPCMF\_98765432\_20110718.csv

### Directrices de formato

Utilice las directrices siguientes cuando desarrolle el Enterprise Product Content Mapping File:

- Los archivos deben seguir la norma estándar de CSV como se documenta en RFC 4180.
- Los archivos **deben** estar codificados en UTF-8 para poder utilizar los caracteres especiales y los símbolos de marca registrada.
- Los valores no deben tener espacios iniciales o finales involuntarios. Los espacios finales Digital Analytics los considera caracteres válidos.
- Los valores de ID de categoría no pueden contener comas (,).
- Los valores numéricos no pueden contener separadores de millares.
- Los valores numéricos no pueden tener más de 10 dígitos a la izquierda del separador decimal y 4 dígitos a la derecha del separador decimal.
- No incluya símbolos de moneda.
- Cree un registro para cada ID de artículo.
- El ID del artículo **debe coincidir** con los que se envían en las etiquetas de vista de producto, shop5 y shop9 Digital Analytics.
- Para que las reglas empresariales funcionen de la forma adecuada, en la posición 5 de cada registro, a cada ID de artículo se le debe asignar **solo un** ID de categoría principal que se debe incluir en Enterprise Category Definition File. En otras palabras, el ID de categoría **debe coincidir** con una categoría válida definida en el ECDF.
- Cada fila en el archivo debe tener el mismo número de entradas. Por ejemplo si el cliente proporciona dos atributos estáticos para la fila uno pero ningún atributo estático para la fila dos, la fila dos debe acabar con una coma adicional. Si el archivo es un número, proporcione un valor que indique nulo, por ejemplo "99999".

```
1111,98765432,"SKU1000","Table Saw Compact","Tools","200.00","Y"  
1111,98765432,"SKU1001","Sierra de mesa portátil","Herramientas","250.00",,
```

- El informe no da soporte a las métricas calculadas en base a métricas estáticas.
- Si necesita un atributo que contenga varios valores, el campo debe ser de texto. Separe los valores con un carácter sublimitador. Se recomienda utilizar subdelimitadores como el signo de intercalación (^) o la barra vertical (|). El número máximo de caracteres de cada valor de atributo es de 2000 caracteres, incluidos los subdelimitadores si se utilizan. Los campos numéricos no pueden contener varios valores.

Si está utilizando las recomendaciones dinámicas, puede incluirlas como datos en Enterprise Product Content Mapping File (como nombre de artículo y el precio) y hacer que se devuelvan como datos de atributo con la lista de recomendaciones para ayudarle a mostrar los artículos recomendados en el sitio web. Los símbolos de marca registrada o los caracteres especiales como la diéresis son ejemplos de tipos de datos que, si no se manejan correctamente, pueden convertirse en símbolos incorrectos durante este proceso. Puede cargar caracteres multibyte en los archivos del informe de productos de empresa y recibir caracteres multibyte como parte del mensaje de respuesta de Digital Recommendations.

### **Definición de atributos personalizados de EPCMF en la interfaz de usuario**

Los atributos definidos en el archivo EPCMF también se deben definir en la interfaz de Digital Recommendations.

#### **Antes de empezar**

Abra su archivo EPCMF e inicie una sesión en Digital Recommendations.

#### **Procedimiento**

1. Pulse **Admin** para abrir la interfaz de Admin de Digital Analytics.
2. Pulse **Campos extra** en el panel de navegación lateral.
3. Seleccione el ID de cliente para el que desea aplicar el cambio.
4. Seleccione **Atributos estáticos de productos de empresa** como el **Tipo de campo extra**.

5. Añada un nombre para el sexto valor/columna de su archivo EPCMF como el **Alias** para los **Atributos estáticos de productos de empresa 1**.

Continuando con el ejemplo anterior, el sexto valor/columna es **Precio**, por lo tanto, escriba "Precio" como el alias de **Atributos estáticos de productos de empresa 1**. El séptimo valor/columna es **Inventario**, por lo tanto, escriba "Inventario" como alias de **Atributos estáticos de productos de empresa 1**. El octavo valor/columna es **Color**, por lo tanto, escriba "Color" como el alias de **Atributos estáticos de productos de empresa 1**. Continúe hasta que se hayan identificado todos los valores/ columnas del ECDF en la tabla **Campos adicionales**.

6. Identifique el tipo de datos para cada atributo estático de producto de empresa.

Por ejemplo, tanto Precio como Inventario son valores numéricos, de forma que seleccione **Número** en el campo **Tipo de datos**. Color es un campo de texto, de forma que seleccione **Texto** en el campo **Tipo de datos**.

### Recomendaciones sobre categorías y categorías secundarias

Puede incluir productos en varias categorías.

Digital Recommendations permite definir categorías secundarias en el Enterprise Product Content Mapping File. Los productos que residen en múltiples categorías se pueden procesar como los más vendidos en alguna o en todas las subcategorías definidas en este campo de atributos. Para utilizar las categorías secundarias con una oferta de categoría, se pueden pasar las subcategorías mediante una serie de valores delimitados por barras verticales (|) como uno de los atributos del Enterprise Product Content Mapping File que indica las categorías secundarias a las que se puede asociar cada artículo, como se muestra en el ejemplo siguiente.

description	category	stock_qty	price_type	attribute_value
Snowflake Activity Pads	389551	17385	Regular	Holidays Material Season Theme Christmas Paper Winter Snowmen
Holiday Activity Pads II	389551	56391	Sale	Holidays Material Theme Now On Sale Christmas Paper Assorted themes Going Fast Sale
Notepad Desk Games Assorted	389551	275	Regular	Color Holidays Material Special Occasion or Event Multicolor Christmas Paper Office Party
Jesus Loves You Snow Much Footballs	389551	1630	Regular	Holidays Theme Sports Christmas Snowmen Sports Inspirational Faith Football
Nativity Bubble Bottles	389551	0	Sale	Holidays Season Special Occasion or Event Theme Christmas Winter Sunday School/VBS Inspirational
You Are God's Gift! Prism Kaleidoscopes	389551	0	Sale	Holidays Theme Now On Sale Christmas Inspirational Faith Sale
Religious Make-A-Sticker Assortment	389551	0	Sale	Holidays Theme Christmas Sea Life Animals Inspirational Cross Faith Nativity
Train Tattoos	389551	0	Sale	NA
Nativity Connect Disk Games	389551	0	Regular	Holidays Special Occasion or Event Theme Christmas Sunday School/VBS Nativity
Sound The Horn Mini Spiral Notepads	389551	0	Sale	Holidays Material Theme Christmas Paper Angels Inspirational Faith
Sound The Horn Stickers	389551	0	Sale	Holidays Material Theme Christmas Paper Angels Inspirational Faith
Talking Jesus Doll	389551	0	Sale	Special Occasion or Event Theme Now On Sale Sunday School/VBS Inspirational Faith Sale
Light Of Jesus Prism Stickers	389551	0	Sale	Holidays Material Theme Now On Sale Christmas Paper Inspirational Faith Sale
Sound The Horn He Is Born! Tattoos	389551	0	Sale	Holidays Special Occasion or Event Theme Christmas Sunday School/VBS Angels Inspirational Faith N
Plush Religious Candy Cane Bean Bag Be	389551	1417	Sale	Holidays Special Occasion or Event Theme Now On Sale Christmas Sunday School/VBS Bears Inspirati

Para utilizar las subcategorías con una oferta de categoría, póngase en contacto con el centro de soporte de Digital Analytics.

### Añadir los ID de producto y atributos al catálogo maestro

El catálogo maestro contiene todos los ID de producto y atributos que se han cargado desde EPCMF.

Cuando se sube el EPCMF, Product Recommendations crea un catálogo maestro (MC) de todos los ID de producto y sus atributos especificados. Esta información se utiliza para procesar ofertas.

Si envía atributos adicionales de Product Recommendations utilizando etiquetas de producto, estos atributos se añaden a los correspondientes ID de producto en el catálogo maestro. Sin embargo, si un ID de producto no existe en el catálogo maestro, los atributos no se añaden desde la etiqueta de producto.

**Nota:** No se puede añadir un ID de producto al catálogo maestro utilizando una etiqueta de producto. Para añadir ID de producto adicionales a las recomendaciones de producto, actualice el archivo EPCMF.

Las Product Recommendations siempre utilizan el nombre de producto que está en el catálogo maestro.

## Habilitación de Product Recommendations para utilizar ECDF y EPCMF en reglas empresariales

Antes de poder utilizar los datos en los archivos ECDF y EPCMF para la gestión de reglas, debe crear alias para los campos de atributo.

## Acerca de esta tarea

La definición de alias de campos de atributos pone títulos a los atributos como "precio" o "inventario". Estos títulos están disponibles en el informe de productos de empresa como títulos del informe. Los títulos también están disponibles como nombres en las listas desplegables del separador **Reglas** de la oferta (donde puede crear reglas empresariales). La herramienta de definición de alias también define si un atributo es numérico o de texto. Esto determina el tipo de operadores aplicables a cada atributo cuando se crean las reglas para la oferta.

## Procedimiento

1. Pulse **Admin > Campos adicionales**.
2. En la lista desplegable **Tipo de campo extra**, seleccione los campos para los que desea definir alias. Para definir alias para el informe de productos de empresa, seleccione **Atributos estáticos de productos de empresa**.
3. Póngale un título a cada campo adicional que se corresponda con la posición de los valores que se proporcionan en el informe de productos de empresa.
4. Defina el **Tipo de datos** para cada atributo como de tipo numérico o de texto.
5. Especifique un comentario en el campo **Comentarios** si lo desea.
6. Pulse en **Guardar** al acabar.

## Ejemplo

Field	Alias	Data Type	Comments (Limit 30 characters)
Enterprise Product Static Attributes 1	Price	Number	Product Price
Enterprise Product Static Attributes 2	Inventory	Number	Product Inventory
Enterprise Product Static Attributes 3	Rating	Number	Product Ranking
Enterprise Product Static Attributes 4	Age Group	Number	Product Age Group (e.g., 1-3)
Enterprise Product Static Attributes 5	Margin	Number	Product Margin
Enterprise Product Static Attributes 6		Text	
Enterprise Product Static Attributes 7		Text	
Enterprise Product Static Attributes 8		Text	
Enterprise Product Static Attributes 9		Text	
Enterprise Product Static Attributes 10		Text	
Enterprise Product Static Attributes 11		Text	
Enterprise Product Static Attributes 12		Text	
Enterprise Product Static Attributes 13		Text	
Enterprise Product Static Attributes 14		Text	
Enterprise Product Static Attributes 15		Text	

Figura 4: Administración de Digital Analytics: campos adicionales

## Qué hacer a continuación

**Importante:** Los alias de los campos de atributos se pueden modificar antes de que se cargue el primer archivo del Informe de productos de empresa. Sin embargo, no cambie la posición de los atributos si desea definir alias para el atributo. Si necesita cambiar la posición de los atributos después de que se hayan definido los alias, póngase en contacto con el soporte técnico de Digital Analytics para restablecer las tablas de bases de datos asociadas. Se vuelven a definir alias para todos los atributos.

Se pueden definir alias para todos los atributos antes de cargar los archivos del informe de productos de empresa si las posiciones de atributo están alineadas con las de los archivos de importación finales. Se pueden definir reglas para los atributos con un alias definido una vez definido este alias. La idea clave es no "activar" la oferta con reglas que requieran esos atributos hasta que se carguen a través del informe de productos de empresa. Para las ofertas que ya se encuentran en producción, no cree nuevas reglas hasta

que se proporcionen los datos de la regla correspondiente. Dependiendo del valor de la política de reglas empresariales del cliente, las reglas que son atributos definidos que no se han cargado en la base de datos de Digital Analytics pueden eliminar todos los artículos para los que no se han proporcionado datos.

### **Atributos del informe de productos de empresa para casos de uso especiales**

Puede utilizar los atributos del Informe de productos de empresa para dar soporte a muchos casos de uso especiales. Algunos de estos valores están en el área **Configuración de oferta (Gestionar > Configuración de la oferta)** y otros los continúa configurando el personal de Digital Analytics.

### **Asignación de ID de producto**

Algunas organizaciones envían los ID de artículos a Digital Analytics mediante etiquetas web que utilizan un ID del artículo diferente del que es necesario en el sistema de comercio electrónico. Digital Recommendations incluye una función de asignación de ID del artículo para hacer frente a este requisito. Se puede cargar un ID del artículo alternativo en Digital Recommendations a través de los archivos de importación del informe de productos de empresa en uno de los campos adicionales disponibles. Cuando se genera Digital Recommendations, los ID de artículo deseados se insertan utilizando la asignación que se proporciona en los archivos de informe de productos de empresa. Consulte también [Utilización de los ID de artículos alternativos](#).

### **Atributo de personalización adicional**

Utilización de **Gestionar > Configuración de la oferta > Atributos**, puede especificar un atributo EPR para utilizarlo como entrada para el algoritmo de personalización de Digital Recommendations. Algunos ejemplos son la marca del artículo, género o autor.

### **Envío de atributos del informe de productos de empresa en la solicitud de recomendación de respuesta**

Si es necesario, se pueden configurar atributos EPR para su transmisión en la respuesta de solicitud de recomendación para que los utilice la función de población de zona del cliente. Los atributos pueden incluir un ID de imagen, una breve descripción y URL de página.

### **Adición de un prefijo a los atributos del informe de productos de empresa**

Los valores de atributo del informe de productos de empresa tienen un límite de 2.000 caracteres. Si un valor de atributo tiene un prefijo coherente, como el URL de la imagen en miniatura del producto o el URL de la página de producto, utilice el valor **Definición de atributo del producto** en el separador **Atributos** de la ventana **Configuración de oferta** para incluir el prefijo del atributo. De este modo, puede tener valores de atributos que no tengan más de 2.000 caracteres. Está almacenado en una ubicación en el mensaje de respuesta de la recomendación y el archivo `io.js` lo ensambla antes de pasar los datos a la función de población de zona. Esta solución también ayuda a gestionar el coste de la red de entrega de contenido asociada a Digital Recommendations.

### **Utilización de categorías secundarias con una oferta de categoría EPR**

Digital Recommendations permite proporcionar categorías secundarias en el Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF). Los productos que residen en múltiples categorías se pueden procesar como los más vendidos en todas las subcategorías definidas en este campo de atributos. Para utilizar las categorías secundarias con una oferta de categoría, se puede pasar a las subcategorías una serie de valores delimitados por barras verticales como uno de los atributos EPCMF, lo que indica las categorías secundarias a las que se puede asociar cada artículo. Esto es importante para incluir también la categoría que ya se ha definido en el EPCMF como el ID de categoría. Para utilizar las categorías secundarias con una oferta de categoría, póngase en contacto con el centro de soporte de Digital Analytics.

## **Qué hacer cuando su catálogo cambia**

La mayor parte de los minoristas tienen un inventario que cambia constantemente. Regularmente eliminan artículos y añaden nuevos artículos. Para cada oferta, puede definir el modo en que el sistema responde a los cambios en los datos subidos en el Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF) durante el proceso de la oferta.

Un ingrediente clave a la hora de calcular recomendaciones para cada artículo es la solidez de la afinidad del artículo con otros artículos. Digital Recommendations determina la afinidad utilizando datos en diferentes relaciones que un artículo tiene con otros artículos. Las principales relaciones que el sistema utiliza para generar recomendaciones son varias actividades de visualización y compra.

Las siguientes definiciones proporcionan orientación sobre el modo en que se realizan las recomendaciones cuando no se encuentran disponibles datos de afinidad o cuando estos datos se encuentran disponibles para un artículo que ya no se incluye en el EPCMF. Realice las selecciones siguientes para una oferta. Acceda a estas opciones pulsando **Opciones avanzadas** en la pantalla de ofertas.



Figura 5: Definición de la configuración de recomendaciones para una oferta

### **Generar recomendaciones basadas en categorías para artículos del EPCMF más reciente que no tienen suficientes actividades de visualización o compra.**

Cuando un nuevo elemento se añade al EPCMF, normalmente no hay actividad de visualización o compra suficientes para evaluar dicho elemento. Como consecuencia, el sistema no puede generar recomendaciones buenas.

- Si se desmarca esta casilla de verificación, puesto que Digital Recommendations no puede generar de forma precisa recomendaciones basadas en afinidad, estos artículos no se incluyen en la oferta como productos de destino. Como resultado, si una solicitud de recomendaciones para el artículo se realiza, se supera el tiempo de espera, porque el archivo de recomendaciones no existe para esta oferta.
- Si se selecciona esta casilla de verificación, cuando el sistema no pueda generar recomendaciones basadas en datos de afinidad, generará recomendaciones basadas en la categoría del artículo. Estas recomendaciones de categoría se recuperan directamente desde la oferta de categoría de EPR examinando la categoría del artículo y, a continuación, se recuperan las recomendaciones correspondientes. Como consecuencia, para que el sistema recupere estas recomendaciones correctamente, el artículo debe categorizarse de forma correcta, debe tener una oferta de categoría de EPR activa y la categoría del artículo debe tener suficientes ventas en la ventana de análisis de Categoría EPR. Si un artículo no se incluye en el EPCMF durante 60 días, se interrumpirá la generación de recomendaciones.

Esta casilla de verificación se selecciona para todas las ofertas de forma predeterminada.

### **Excluir las recomendaciones que no están en el EPCMF más reciente**

Existen muchos casos en los que ya no desea incluir un producto como recomendación para un artículo de destino. Por ejemplo, si un artículo se hace discontinuo y en la mayoría de las implementaciones de cliente ello significa que ya no se envía en el archivo EPCMF.

- Si se desmarca esta casilla de verificación, cualquier recomendación que se calcule examinando datos de afinidad se transmite como recomendación siempre que no esté excluida por las reglas empresariales de la oferta. No es recomendable si deja de enviar artículos que no desea recomendar en el EPCMF.
- Si se selecciona la casilla de verificación, el sistema realiza una comprobación para asegurarse de que todas las recomendaciones que se calculen a partir de los datos de afinidad se han enviado como entradas en el último EPCMF. Si el artículo no se encuentra en el último EPCMF, se elimina como recomendación para todos los artículos de destino. Con mucha frecuencia esto se utiliza para evitar que las recomendaciones incluyan artículos que posiblemente se hayan cesado.

Esta casilla de verificación se selecciona para todas las ofertas de forma predeterminada.

### **No generar ninguna recomendación para artículos que no se encuentran en el último EPCMF**

Este valor define si el sistema continúa generando recomendaciones para productos de destino si ya no se envían en el EPCMF.

- Si esta casilla de verificación no está marcada, el sistema continúa generando recomendaciones para estos productos de destino.
- Si esta casilla de verificación está seleccionada, el sistema comprueba que cada producto de destino se haya enviado como entrada en el último EPCMF y no genera recomendaciones para ningún artículo que no se encuentre en el archivo. Normalmente, esta casilla de verificación no debe seleccionarse. Más bien, continuar generando recomendaciones para todos los artículos de los cuales tiene datos de afinidad. Esta practica permite a los planes de recomendaciones hacer referencia correctamente a Producto adquirido más recientemente, Último producto de la cesta y Productos vistos más recientemente. Si un visitante no visita el sitio web con frecuencia o si los artículos se dejan de mantener, pero todavía desea generar recomendaciones válidas para éstos, por lo tanto, deseará incluir estos productos de destino en el archivo de oferta.

**Nota:** Si no se incluye un producto de destino en el archivo de la oferta, Content Delivery Network no tiene recomendaciones que proporcionarle. En esta situación, se produce un tiempo de espera antes de que el sistema pueda intentar llevar a cabo el paso siguiente del plan de recomendaciones.

Esta casilla de verificación se desmarca para todas las ofertas de forma predeterminada.

Es posible que estos valores predeterminados no reflejen el modo en que gestiona sus datos. Por ejemplo, si las cargas de datos habituales no incluyen toda la lista de artículos cada vez, sino que incluyen los artículos nuevos o recién modificados, debe cambiar los valores de recomendación por defecto de sus ofertas. Para cambiar estos valores:

1. En el separador **Configuración** de la oferta guardada, pulse **Opciones avanzadas**.
2. En el área **Configuración de recomendaciones**, desmarque o seleccione las opciones para que reflejen sus intenciones.
3. Pulse **Aplicar**.

## Carga de sus archivos de datos de entrada

Cargue sus datos en Digital Analytics de un modo regular.

Digital Analytics recomienda que se configure un proceso periódico que cargue Enterprise Category Definition File (ECDF) y Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF) una vez al día.

Durante el proceso de configuración de cuentas, se el ha proporcionado una ubicación del archivo de importación donde coloca el ECDF, EPCMF y Category Definition File. Añada esta información a Digital Recommendations

- [ftp.coremetrics.com](http://ftp.coremetrics.com)
- Nombre de usuario: <ID de cliente>-importar
- Contraseña

**Nota:** Especifique siempre la dirección de correo electrónico de una persona o grupo de usuarios a quienes se les notificará los resultados de la transferencia, tanto si ha sido correcta como si se han producido errores durante la carga de datos.

Utilice el siguiente convenio de nomenclatura para los archivos:

<i>Tabla 30: Convenios de nomenclatura para los archivos</i>		
<b>Archivo</b>	<b>Convenio</b>	<b>Ejemplo</b>
Enterprise Product Content Mapping File (EPCMF)	EPCMF_[ID de cliente]_[fecha opcional]	EPCMF_1938220_07182011.csv
Enterprise Category Definition File (ECDF)	ECDF_[ID de cliente]_[fecha opcional]	ECDF_1938220_07182011.csv
Category Definition File	CDF_[ID de cliente]_[fecha opcional]	CDF_1938220_07182011.csv

También puede utilizar la interfaz de usuario de Import en <http://import.coremetrics.com> para transferir archivos de datos.

The screenshot displays the 'Import: Enterprise Product Report' configuration page. On the left, a sidebar lists 'Active Import Solutions' with 'Enterprise Product Report' selected. The main area provides instructions for importing product category hierarchies. It includes a 'Download Template File' button, two file upload fields for 'Enterprise Product Category Definition File (ECDF)' and 'Enterprise Product Category Mapping File (EPCMF)', and a 'Notify via Email' field with the email 'mniemann@coremetrics.com'. A 'Process Import File' button is located at the bottom.

Figura 6: Import: Informe de productos de empresa

Los archivos EPR se procesan una vez por día en el horario nocturno de su zona horaria. Si detecta que hay errores en sus archivos de datos después de haberlos cargado, puede cargar los archivos corregidos el mismo día. Si embargo, no se volverán a procesar hasta el siguiente proceso nocturno planificado. Cargue siempre los archivos ECDF y EPCMF diariamente al mismo tiempo o con una diferencia de 15 minutos entre sí para asegurar un correcto proceso de ambos archivos.

Cuando los archivos EPCMF y ECDF se cargan utilizando SFTP u otra interfaz de usuario, Digital Analytics lleva a cabo una comprobación de datos anterior a la carga para garantizar que el formato de archivo y el contenido son correctos. Si hay mensajes de error, se enviarán a la dirección de correo electrónico especificada en la ventana de gestión de archivos de importación.

## Mantenimiento de datos de productos y categorías actuales

Para que las reglas empresariales funcionen correctamente, es importante que los datos en los que se basan las reglas estén actualizados.

Es altamente recomendable que su organización implemente un proceso automatizado para actualizar los archivos del informe de productos de empresa cuando cambien los datos de origen para el archivo o el día antes del que está programada la ejecución de una nueva oferta de Digital Recommendations. Si los datos de reglas no se mantienen actualizados, las recomendaciones se podrán incluir o excluir de la oferta, entrando en conflicto con las reglas empresariales establecidas.

Por ejemplo, si añade un nuevo producto al departamento de mujer pero no actualiza los archivos del informe de productos de empresa para que incluya el nuevo producto, una regla que excluye productos de mujer de las recomendaciones para los artículos de hombre no excluirá el nuevo producto.

## Determinación de la frecuencia de actualización los archivos de datos

Todos los datos que utiliza Digital Recommendations (reglas y datos de afinidad) utilizan los datos del informe de productos de empresa que se han recibido el día anterior a la programación del procesamiento del archivo.

Por ejemplo, si se programa un archivo de oferta para que se ejecute un martes y tiene un periodo de análisis de datos de siete días, la oferta tiene en cuenta los datos de las reglas y los datos de comportamiento del sitio que se han capturado el lunes anterior, es decir, siete días atrás. Como resultado, actualice los archivos del informe de productos de empresa el día anterior al que esté programada su ejecución. Para el ejemplo de oferta semanal, actualice los archivos del informe de productos de empresa y envíelos a Digital Analytics no más tarde de las 9 horas local del lunes. Las organizaciones que ejecutan ofertas diariamente deben actualizar los archivos del informe de productos de empresa cada día o cuando los datos de origen cambien. Su organización debe implementar procesos automatizados para desencadenar las actualizaciones del informe de productos de empresa.

## Atributos del cambio

Cuando haya designado un campo extra en el informe de productos de empresa como un atributo específico, como el precio del producto o marca, debe evitar cambiar ese atributo. Si debe cambiar el atributo, siga estos pasos.

1. Borre todas las reglas relacionadas con el antiguo atributo.
2. Actualice el archivo del informe de productos de empresa y súbalo al SFTP de Digital Analytics.
3. Actualice los campos antiguos y nuevos en la herramienta de definición de alias.
4. Cree nuevas reglas (o criterios).

**Consejo:** Cuando defina la jerarquía, intente conseguir una intensidad uniforme en todas las categorías que sea posible. Esta profundidad permite crear reglas de categoría dirigidas por atributo que se puedan aplicar a todas las categorías. Este método requiere menos mantenimiento que la selección manual de categorías de un árbol de categorías al crear las reglas. Antes de definir la jerarquía del Informe de productos de empresa, consulte *Excluir según el valor de un atributo* en la Guía del usuario de *Product Recommendations*.

Para habilitar la exclusión de los artículos en liquidación o rebajados, tenga en consideración proporcionar un atributo en EPCMF que indique que un artículo está en liquidación en vez de definir una categoría de liquidación de ventas en el informe de productos de empresa. La gestión de este escenario con categorías no será posible si los artículos en liquidación o rebajados tienen que residir también en sus categorías naturales.

No se pueden crear reglas en las métricas creadas mediante Editar métricas del informe de productos de empresa.

## Configuración de ubicación de exportación SFTP

Especifique la ubicación y otros valores utilizados por Digital Analytics Scheduler para exportar los archivos de datos.

### Antes de empezar

Puede modificar los valores de SFTP para Digital Recommendations en cualquier momento. Si la configuración de SFTP se cambia de manera incorrecta y se utilizan ofertas activas, los archivos de exportación de ofertas no se envían correctamente. Debido a esto, Digital Analytics recomienda que las organizaciones otorguen permisos de acceso a la página **Valores de exportación de datos** a un número limitado de usuarios, en concreto aquellos individuos en TI que son responsables de recopilar y procesar los canales de información de datos de Digital Recommendations.

### Procedimiento

1. Pulse **Administrador**.
2. Pulse **Configuración de exportación - FTP > Crear un destino SFTP**
3. Escriba un nombre para el destino y especifique la **Configuración de SFTP** y **Opciones de transmisión SFTP**.

Cuando se haya publicado este destino SFTP, el nombre del destino de exportación de datos aparece en la lista **Destino de exportación** en los **Valores de oferta** para una oferta.

4. Compruebe el destino de exportación creado recientemente y pulse **Publicar**. El destino SFTP se debe publicar antes de que aparezca en la lista **Destino de exportación** en la configuración de los **Valores de oferta** para una oferta.

## Reducción de solicitudes de datos a sus sistemas de fondo

Es posible que desee recibir datos adicionales sobre su artículo en el mensaje de respuesta de la recomendación dinámica.

Durante la integración con Digital Recommendations utilizando recomendaciones dinámicas (llamadas en tiempo desde las páginas web), es posible que reciba, como parte del mensaje de respuesta, datos sobre sus artículos, como el nombre del artículo y la ubicación de la imagen de miniatura. La inclusión de esta información en el mensaje evita una segunda solicitud a su sistema de servicios de fondo para determinar el contenido de este artículo antes de presentar recomendaciones. Estos valores se pasan como atributos en los archivos del Informe de productos de empresa. Póngase en contacto con los desarrolladores de su sitio para comprender sus políticas y preferencias. Cada entorno de TI es único y la determinación final, definida como qué contenido, además del ID del artículo, la debe determinar su equipo de TI.

## Matriz de resumen del procesamiento de archivos de datos

La siguiente tabla realiza un resumen de algunos procesos de Digital Recommendations e identifica los datos de origen de soporte.

Proceso de Digital Recommendations	Datos de origen
Reglas empresariales	ECDF y EPCMF
Personalización	ECDF y EPCMF
Proceso de recesión de oferta/regla	ECDF y EPCMF
Proceso de recesión de recomendaciones dinámicas	ECDF y EPCMF o datos CDF
Recomendaciones de categoría	ECDF y EPCMF o datos CDF

## Configuración del proceso de ofertas, atributos y pesos de afinidad

---

### Configuración de la ponderación basada en tiempo para los datos de sesión

Puede personalizar la ponderación de afinidad para los datos de sesión (vista por vista y vista por compra) especificando que los datos se deben ponderar de forma diferente en función de su antigüedad.

#### Acerca de esta tarea

Por ejemplo, para reconocer de forma inmediata las tendencias de temporada u otras tendencias de actuales, puede especificar que los datos de la sesión del pasado reciente son más importantes que los datos de sesión de la última semana o el último mes. Al asignar un valor más alto a los datos de sesión del pasado reciente también permite que los productos introducidos más recientemente se incluyan en las listas de recomendaciones con más rapidez.

#### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Ofertas de producto > Más valores**.
3. En la tabla **Ponderaciones de afinidad para datos relacionados con sesiones**, especifique la antigüedad de datos y la ponderación que desea asignar a los datos. Para añadir un intervalo a la lista, pulse **Agregar rango de horas**.

## Ejemplo

Por ejemplo, puede especificar los siguientes rangos en la tabla **Ponderaciones de afinidad para datos relacionados con sesiones**:

- Más de 5 días: 90%
- Más de 15 días: 85%
- Más de 30 días: 80%

En este caso, los datos de los últimos cinco días se ponderan totalmente al 100%. A los datos de los últimos 6 a 15 días se les descuenta el 10%, tienen una afinidad de 0,90 aplicada a su actividad de afinidad. Los datos de los últimos 16 a 30 días tienen aplicada una ponderación de afinidad de 0,85. Y los datos con una antigüedad de más de 30 días tienen aplicada una ponderación de afinidad de 0,80.

**Nota:** Estos valores son proporciones de ponderación que se aplican a las puntuaciones de afinidad para calcular el índice de afinidad final. No es necesario que las entradas sumen 100.

## Configuración de la ponderación basada en tiempo para datos de compra por compra

Puede personalizar la ponderación de afinidad para los datos de compra por compra especificando que los datos se deben ponderar de forma diferente en función de la cantidad de días entre sucesos

### Acerca de esta tarea

El periodo de tiempo que se utiliza para el análisis de compra por compra es un valor personalizado que se establece de forma diferente para cada empresa. Esto es, dentro de la ventana de análisis de datos, existe un valor de periodo de tiempo que se utiliza para determinar si las compras individuales tienen una afinidad entre sí.

**Nota:** La característica no está disponible para ofertas de contenido.

### Procedimiento

1. Pulse **Gestionar** en el menú de navegación lateral.
2. Seleccione **Ofertas de producto > Más valores**.
3. En la tabla **Ponderaciones de afinidad para datos relacionados con sesiones**, especifique la antigüedad de datos y la ponderación que desea asignar a los datos. Para añadir un intervalo a la lista, pulse **Agregar rango de horas**.

## Ejemplo

Por ejemplo, suponga que su ventana de análisis de datos es de 90 días y que el periodo de análisis de compra por compra es de 21 días. En este caso, dentro de los 90 días, cualquier compra de un visitante que se produzca en un plazo de 21 días entre sí estarán relacionadas. Las compras que tienen más de 21 días de diferencia no tienen afinidad y el algoritmo de compra por compra no las tiene en cuenta.

Puede establecer de forma más precisa la ponderación de afinidad de compra por compra incluso más especificando que los artículos adquiridos dentro de un periodo determinado dentro de la ventana de compra por compra tengan la afinidad más fuerte. Por ejemplo, puede especificar los siguientes rangos en la tabla **Ponderaciones de afinidad para datos de compra por compra**:

- Más de 10 días: 85%
- Más de 15 días: 80%

En este caso, las compras que se realizan con 10 días de diferencia entre las mismas tienen la importancia mayor su ponderación completa es del 100%. Las compras que se realizan después de 10 días también se cualifica pero con una importancia menor. Las compras que se realizan entre 11 a 15 días entre las mismas tienen una ponderación de afinidad de 0,85 y las compras que se realizan entre 16 a 21 días tienen una ponderación de afinidad de 0,80.

## Especificación del formato de salida para el centro de llamadas y las campañas de correo electrónico

Cuando utiliza los resultados de Digital Recommendations con canales como centros de atención al cliente o con determinadas campañas de correo electrónico, utiliza la opción de archivo sin formato para generar una lista de salida que luego envía para que se rellene.

La sección **Opciones de salida de archivos sin formato**: del separador **Más valores** es donde configura cómo se da formato a los datos exportados en los archivos de salida.

## Publicación de cambios de configuración

Puede cambiar y publicar las configuraciones si se requieren ajustes.

### Acerca de esta tarea

Los siguientes son ejemplos de cuándo es necesario modificar las configuraciones:

- Configuración de prueba A/B: los resultados de la prueba A/B no van bien. La prueba A/B se debe detener inmediatamente.
- Configuración de zona: debe ver cuatro recomendaciones en la página en lugar de tres.
- Planes de recomendación: debe cambiar un paso en un plan de recomendaciones.

En los casos anteriores, después de completar el cambio, efectúe los pasos siguientes:

### Procedimiento

1. Seleccione **Visión general del sistema**.
2. Pulse en **Publicar cambios de configuración**.

### Resultados

El sistema publica los cambios y los cambios entran en vigor en un plazo aproximado de 1 o 2 horas.

**Nota:** Este procedimiento no actualiza las reglas empresariales.

## Selección de la categoría padre de venta cruzada

Para utilizar los paneles de control e informes de Digital Recommendations, defina la categoría de venta cruzada padre. Seleccione la categoría que incluye todas las categorías que está utilizando mediante recomendaciones como la página del producto, página de la cesta, o correo electrónico. Esta categoría principal deberá ir en la categoría más alta de las categorías del CDF.

### Procedimiento

1. Desde la navegación lateral, seleccione **Gestionar > Rastreo de rendimiento de zona > Rendimiento de zona de producto**
2. Seleccione la categoría padre que será la categoría de nivel superior visualizada en los informes y paneles de control.
3. **Guardar**

## Rastreo del rendimiento de la venta cruzada

Situar el rastreo es el primer paso en el plan de implementación, permitiendo el establecimiento de una medición de línea base del programa de recomendación actual para que pueda medir el valor (lift) que ofrece Digital Recommendations.

En la mayor parte de los casos, el seguimiento del rendimiento de las recomendaciones de artículos se lleva a cabo en el informe de categorías de productos de Digital Analytics mediante el uso de la categorización virtual. Muchos clientes que adoptan IBM Digital Analytics Explore han comenzado a utilizar Digital Analytics Explore para realizar el rastreo de las recomendaciones de artículo.

Es importante que el rastreo se sitúe tempranamente en el ciclo de implementación de recomendación. Si existe otro programa de recomendación y lo está sustituyendo por Digital Recommendations, es muy importante que active el rastreo para medir el rendimiento del programa actual al menos dos semanas antes de iniciar Digital Recommendations.

## Utilización de categorías virtuales

Los visitantes que encuentran artículos mediante las recomendaciones de ventas cruzadas utilizando la categorización virtual del informe de categorías de productos. Estos tipos de categorías se denominan categorías virtuales debido a que no forman parte de su estructura de jerarquía de navegación.

Generalmente, se genera el Digital Analytics Category Definition File (CDF) utilizando un programa de utilidad que busca en las categorías de navegación del sitio web. No obstante, dado que las búsquedas en el sitio web y las ventas cruzadas no son categorías de navegación, se deben añadir manualmente al archivo CDF. Asimismo, es necesario añadir categorías virtuales para las recomendaciones de seguimiento entregadas mediante campañas de correo electrónico o recomendaciones basadas en imágenes.

Para la categorización virtual de los datos de un sitio web, existen dos opciones:

- Alterar temporalmente todas las vistas de artículos y posteriormente las etiquetas shop5 y shop9 de una sesión para un artículo. Esta opción requiere que la categoría virtual persista través de la sesión para un artículo, de modo que cuando se está visualizado desde una venta cruzada, por ejemplo, su etiqueta shop5 (cuando se añade al carro de la compra) y shop9 (cuando se compra) también tienen la misma categoría de venta cruzada.
- Si no puede cambiar ni alterar temporalmente las categorías, consulte [“Definición de etiquetas de categorías virtuales”](#) en la página 162.

Cuando utiliza Digital Recommendations para enviar recomendaciones a sus páginas web, es habitual establecer una categoría virtual para cada recomendación local en el sitio o en el correo electrónico. Esto permite un informe granular o una actividad de recomendación. Puede combinar todas las ubicaciones juntas con un ID de categoría maestra de nivel principal en el CDF. Por ejemplo, cuando presenta recomendaciones en la página de producto y en el carro de la compra, debe definir una categoría diferente para cada ubicación.

Cuando utiliza el método de entrega dinámica de recomendaciones, puede crear distintas ID de categorías que coinciden con las ID de zona del sitio que ha creado para su área de recomendación. No es necesario que utilice la ID de zona como ID de categoría, pero puede ser de ayuda. Para las recomendaciones basadas en imágenes, cree los ID de categoría para cada nombre de plantilla de recomendación basada en imagen.

En el ejemplo siguiente, las categorías se definen en torno a cómo un cliente puede encontrar, ver, añadir al carro de la compra y comprar un producto en el sitio web. Este ejemplo se compara con todas las herramientas y métodos del sitio en un informe individual.

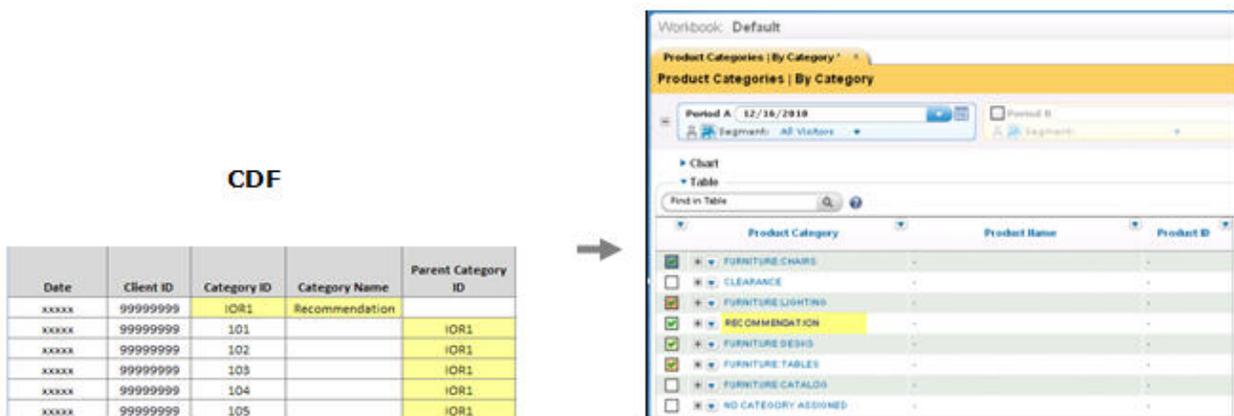


Figura 7: Categorización virtual

La categorización virtual permite rastrear el rendimiento de las recomendaciones antes de que Digital Recommendations se implemente, para identificar la subida que proporciona Digital Recommendations y el efecto de los cambios en las recomendaciones como, por ejemplo, el diseño de la página y ponderaciones de afinidad.

### Realización de cambios en el CDF

El Category Definition File (CDF) se debe actualizar con las categorías virtuales. El ejemplo de “Categorización de precios basados en rendimiento” en la página 162 muestra cómo se puede representar una categoría virtual de ventas cruzadas en el archivo CDF. El asesor del cliente Digital Recommendations le aconseja sobre cómo cambiar el CDF. Si se presentan múltiples estilos de recomendaciones en una sola página, es posible que existan subcategorías de la página del producto como "Otros clientes también han comprado" y "Otros clientes también compraron".

El valor del parámetro enviado no puede tener espacios y tiene que ser alfanumérico. El valor del parámetro debe estar contenido en el campo ID de categoría del archivo CDF para dar soporte a la jerarquía Informe de Categoría del producto.

### Categorización de precios basados en rendimiento

Si ha contratado Digital Recommendations basándose en los precios basados en rendimiento, es necesario añadir una entrada al CDF para implementar los precios basados en rendimiento.

*Tabla 31: Entrada de CDF para precios basados en rendimiento*

ID de cliente	ID de categoría	Nombre de categoría	ID de categoría padre
XXXXXXXX	IOR1	Recomendaciones	
XXXXXXXX	101	Recomendaciones de páginas de producto	IOR1
XXXXXXXX	102	Recomendaciones de la Página de la cesta	IOR1

### Definición de etiquetas de categorías virtuales

El parámetro cm\_vc se ha diseñado para que el etiquetado de las categorías virtuales sea un sencillo proceso de un paso. Cuando un visitante pulsa en una recomendación de venta cruzada o de gama alta, se coloca el parámetro cm\_vc en el URL de destino del artículo recomendado o enviar un parámetro de etiqueta de vista de artículo adicional. Digital Analytics proporcionará el manejador de función de biblioteca adecuado necesario para dar soporte a la opción del parámetro cm\_vc y el cliente deben pasar estas bibliotecas nuevas a producción. Cuando el parámetro cm\_vc se utiliza en el URL de destino de la página de detalles del artículo o se coloca en el campo adecuado de la etiqueta de vista del artículo, las etiquetas shop5 y shop9 posteriores para dicho artículo se categorizarán correctamente de forma automática, para que persista el ID de categoría de venta cruzada anterior. El parámetro cm\_vc solo funciona cuando se utiliza en una etiqueta de vista de un artículo. En los casos en que se pueda añadir directamente al carro de la compra un artículo de venta cruzada, los clientes deben crear una etiqueta de vista de producto además del código shop5 cuando el artículo se añade al carro de la compra, para establecer la categoría virtual para las etiquetas shop5 y las shop9 posteriores.

Nota: los URL generados para recomendaciones basadas en imágenes incluyen el parámetro cm\_vc de forma predeterminada. Debe añadir los nombres de las plantillas de recomendaciones basadas en imágenes al CDF de forma manual, pero no hay pasos adicionales para asegurarse de que el parámetro cm\_vc se añade a los URL.

Todas las restricciones de etiquetas estándar se aplican al texto que se puede pasar con este parámetro. La longitud máxima del parámetro es de 256 caracteres.

```

Product View tag (c.jockey.com)
Tag Type (bd): "5" (Product View tag)
Product ID (pr): "830700"
Product Name (pm): "Stretch Waffle Crew Neck"
Category ID (cg): "CrosssellProductPage" *Note: the value of "CrossSellmen" is being overridden by the cm_vc parameter in the URL.
Is Page View? (pc): "Y"
Client ID (c): "90224655"
Library Version (vnl): "4.2.3"
Character Set (ec): "utf-8"
Page ID (pi): "PRODUCT: Stretch Waffle Crew Neck (830700)"
Referral URL (rf): "http://www.jockey.com/en-us/catalog/productdetails.aspx?CS_ProductID=830500&CS_Category=Long Underwear&CS_Catalog=Men&List=53"
Destination URL (ul): "http://www.jockey.com/en-US/Catalog/ProductDetails.aspx?CS_ProductID=830700&CS_Category=Cold Weather Favorites&CS_Catalog=Men&cm_vc=CrosssellProductPage"

```

Figura 8: URL de destino

El cliente continúa rellenando el ID de categoría estándar para el artículo en la etiqueta de vista del artículo. Las bibliotecas de Digital Analytics recogen el valor del parámetro cm\_vc y alteran temporalmente el valor de categoría con el valor del parámetro cm\_vc.

```

Product View tag (c.jockey.com)
Tag Type (bd): "5" (Product View tag)
Product ID (pr): "830700"
Product Name (pm): "Stretch Waffle Crew Neck"
Category ID (cg): "CrosssellProductPage" *Note: the value of "CrossSellmen" is being overridden by the cm_vc parameter in the URL.
Is Page View? (pc): "Y"
Client ID (c): "90224655"
cm_vc: "cmCreateProductViewTag; 830500; Stretch Waffle Crew Neck; mens_shirts; 103"
Library Version (vnl): "4.2.3"
Character Set (ec): "utf-8"
Page ID (pi): "PRODUCT: Stretch Waffle Crew Neck (830700)"
Referral URL (rf): "http://www.jockey.com/en-us/catalog/productdetails.aspx?CS_ProductID=830500&CS_Category=Long Underwear&CS_Catalog=Men&List=53"
Destination URL (ul): "http://www.jockey.com/en-US/Catalog/ProductDetails.aspx?CS_ProductID=830700&CS_Category=Cold Weather Favorites&CS_Catalog=Men&cm_vc=CrosssellProductPage"

```

Figura 9: Etiqueta de vista del producto

## Cookies de recomendaciones de producto

Digital Recommendations se basa en dos cookies: una cookie de sesión y una cookie de primeros permanente.

### Cookie de sesión

Agrupar a los visitantes en grupos de prueba A/B. Solo se establece cuando está activa la prueba A/B.

### Cookie de primeros permanente

Gestiona los datos de visitante para personalizarlos y utiliza un enlace a las bibliotecas de Digital Analytics para su actualización en tiempo real. Se coloca bajo el dominio del cliente.

La siguiente es alguna de la información que se almacena en la cookie:

- Una lista ordenada de los productos más vistos recientemente.
- Una lista ordenada de los artículos que se han añadido a la cesta.
- Una lista ordenada de los artículos que se han adquirido y los precios de las compras.
- Una lista ordenada de las categorías más vistas recientemente.
- Se mantienen los recuentos de las categorías que se visualizan para determinar la categoría más popular del visitante.

**Importante:** La lista ordenada de los artículos que se han añadido a la cesta funciona como se ha definido. Digital Recommendations actualmente no intenta mantener el contenido actual de la cesta. Si un visitante ha adquirido un artículo, pasará a la lista de la cesta así como a la lista de compra anterior en la cookie. El objetivo principal del rastreo de los artículos de la cesta es filtrar esos artículos para evitar mostrarlos en recomendaciones para los visitantes.

## Gestión del recuento de las cookies

Describe la forma en la que Digital Recommendations gestiona el número de cookies.

Si tiene una prueba A/B activa, Digital Recommendations crea una cookie de sesión y la cookie (de personalización) permanente de Digital Recommendations. Si no tiene una prueba A/B activa, Digital Recommendations solo colocará la cookie de personalización de Digital Recommendations.

Si al añadir la cookie de personalización de Digital Recommendations el recuento en IE6 o navegadores inferiores pasan de 20, la cookie de sesión y la cookie de personalización de Digital Recommendations no se grabarán. Para los demás navegadores el límite que maneja Digital Recommendations es de 50. El

número mínimo de cookies que un navegador puede soportar por dominio tal como está especificado en RFC 2109 sección 6.3 es de 20 y es el máximo soportado para IE 6 y anteriores. La mayoría de los navegadores actuales soportan 50 cookies por dominio.

## Gestión del tamaño de las cookies

Describe la forma en la que Digital Recommendations gestiona tamaño de las cookies permanentes.

El objetivo de la función de personalización de Digital Recommendations es mantener suficiente historial reciente para gestionar casos de uso de personalización en el sitio web. Dado que muchos de los visitantes suprimen las cookies cada tres meses y el visitante medio compra desde un sitio web menos de una vez cada tres meses, el enfoque de Digital Recommendations mantiene de forma efectiva el historial completo del visitante.

El tamaño máximo en que puede crecer el cookie de personalización de Digital Recommendations es de 270 bytes (7% del límite de 4096), en función de los valores predeterminados actuales para excluir los datos de la lista. Si falla la grabación de la cookie por motivos de limitación de tamaño, la cookie no se graba. Los datos almacenados en las cookies de Digital Recommendations estarán protegidos con la suma de comprobación CRC32 para comprimir el tamaño de cada lista. Cada lista en la cookie tiene un número configurable de elementos que están almacenados.

Por ejemplo, el número predeterminado de artículos comprados y almacenados se corresponde con los seis artículos más recientes. Una vez adquirido el séptimo artículo, se excluirá el artículo más antiguo de la lista.

Algunos navegadores permiten tamaños diferentes de cookie individuales y colectivas. Digital Recommendations no grabará ni añadirá una cookie si esta acción excede el número de bytes permitidos para el navegador del visitante. Tanto si el tamaño de cookie máximo permitido es de 4k para todas las cookies o de 2k o 4k por cookie, la cookie de Digital Recommendations solo se grabará o se actualizará si encaja la información adicional. Este comportamiento sigue al comportamiento predeterminado inherente del navegador.

Para obtener más información, consulte <http://support.microsoft.com/kb/306070>.

## La API REST

---

Esta API sirve para recuperar datos de recomendación como objetos JSON.

También puede acceder a los datos de recomendación de IBM Digital Recommendations mediante la API REST de Digital Recommendations.

La API REST permite a los desarrolladores crear aplicaciones que interactúan directamente con los servidores de Digital Recommendations para recuperar datos de recomendaciones como objetos JSON. A continuación, su aplicación puede procesar los datos según sea necesario y visualizarlos correctamente.

Los casos de uso más comunes para la API REST son los centros de asistencia al cliente, las aplicaciones móviles y las integraciones del lado del servidor.

## Definir la solicitud HTTP para enviarla a la API REST

La solicitud HTTP a la API REST debe incluir los siguientes componentes de URL en el orden exacto especificado aquí.

```
http://recs.coremetrics.com/iorequest/restapi?cm_cid=[client ID]&
cm_zoneid=[zone ID]&cm_targetid=[target product ID]&
cm_fallbackid=[ID destino recesión]
```

Donde:

### **cm\_cid**

Obligatorio. Su ID de cliente. Por ejemplo: 00000002.

### cm\_zoneid

Obligatorio. El ID de zona de sitio. El plan de recomendaciones asociado a esta zona determina las ofertas que utilizará la API rest para recuperar recomendaciones. Si el zona tiene una prueba a/b activa, se utilizará el plan de recomendaciones especificado en el grupo de control de la prueba a/b.

### cm\_targetid

Obligatorio. El ID del artículo de destino. Las recomendaciones correspondientes a este ID de destino se devuelven mediante la oferta especificado en el paso 1 del plan de recomendaciones asociado con la zona especificada por el parámetro cm\_zoneid. La API REST no da soporte a varios destinos.

### cm\_fallbackid

Opcional. El ID del artículo de destino de recesión. Solo se solicitan recomendaciones para este destino cuando no se ha devuelto ninguna recomendación para el destino especificado por el parámetro cm\_targetid. Las recomendaciones correspondientes a este ID de destino se devuelven mediante la oferta especificado en el paso Recesión del plan de recomendaciones asociado con la zona especificada por el parámetro cm\_zoneid. La API REST no da soporte a varios destinos.

Por ejemplo:

```
http://recs.coremetrics.com/iorequest/restapi?cm_cid=00000002&
cm_zoneid=CartZ1&cm_targetid=PROD550099&cm_fallbackid=CAT002
```

## Visualizar la lista desde la API REST

La respuesta de la API REST es un objeto JSON que contiene la lista de recomendaciones, con el formato que se describe en esta sección. Utilice los ejemplos y descripciones de esta sección cuando cree el código que visualizará los resultados.

### Ejemplo

```
{
  "io":
  {
    "clientid": "00000002",
    "offer_id": 10,
    "offer_type": "P",
    "offer_name": "Product_Cross_Sell",
    "target_id": "FUL0-0101",
    "offer_version": "2016061311",
    "attributes": [
      {"name": "Product Name", "format": "string", "prefix": ""},
      {"name": "Price", "format": "string", "prefix": "$"},
      {"name": "Product Image", "format": "string", "prefix":
        "http://iocdn.coremetrics.com/prodqa/"}],
    "rec_count": 3,
    "recs": [
      {"id": "FUL0-0201", "score": 867.96, "category": "CHAISES", "rank": 1,
        "Product Name": "RED LEATHER ROLL ARM CHAISE", "Price": "105",
        "Product Image": "images/FULO-0201.jpg"},
      {"id": "FUDE-0101", "score": 758.2, "category": "DESKS", "rank": 2,
        "Product Name": "EXECUTIVE SIX-DRAWER DESK", "Price": "100",
        "Product Image": "images/FUDE-0101.jpg"},
      {"id": "FUDEL-0201", "score": 653.78, "category": "LAMPS", "rank": 3,
        "Product Name": "DEVINE DESK LAMP", "Price": "103",
        "Product Image": "images/FUDEL-0201.jpg"}]
  },
  "message": {"code": 200, "text": "OK", "version": "V9"}
```

### Parámetros de respuesta

La tabla siguiente define los parámetros de la respuesta de la API REST.

Tabla 32: Parámetros de respuesta de la API REST		
Campo	Tipo	Definición
io	Nodo	Contiene todos los datos de la recomendación.
clientid	Nodo	Su ID de cliente.

Tabla 32: Parámetros de respuesta de la API REST (continuado)

Campo	Tipo	Definición
offer_type	Nodo	El tipo de oferta, indicado mediante uno de los siguientes códigos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• P = venta cruzada de producto</li> <li>• E = categoría del informe de productos de empresa</li> <li>• C = categoría del sitio web</li> <li>• S = término de búsqueda</li> <li>• T = oferta basada en atributo</li> </ul>
offer_name	Nodo	El nombre de la oferta.
offer_version	Nodo	La versión de la oferta, indicada mediante una indicación de la hora con el formato siguiente: AAAAMMDDHHMISS
target_id	Nodo	El ID del destino.
atributos	Lista	La lista de atributos disponibles.
attributes.name	Nodo	El nombre del atributo.
attributes.format	Nodo	Formato del atributo.
attributes.prefix	Nodo	Si el atributo tiene configurado un prefijo, su valor. Por ejemplo, para un atributo de precio, un símbolo de moneda (\$).
rec_count	Nodo	El número de recomendaciones que se incluye en la lista.
recs	Lista	Lista de recomendaciones.
recs.id	Nodo	El ID del artículo recomendado.
recs.category	Nodo	La categoría del artículo recomendado.
recs.score	Nodo	La puntuación de afinidad calculada para el artículo en el contexto del destino.
recs.rank	Nodo	El rango del artículo recomendado como un número basado en 1.
recs.attribute	Nodo	Una lista sin delimitar de pares de nombre y valor de atributos basada en el número de atributos disponibles.

### Códigos de respuesta

La API REST también devuelve uno de los siguientes códigos de respuesta HTTP.

Tabla 33: Códigos de respuesta de HTTP

Código de respuesta	Mensaje	Descripción
200	OK	La solicitud se ha realizado correctamente.
404	Error	El URL no es correcto o no se ha encontrado.
500	Error	Se ha producido un error en el servidor y la solicitud no se ha realizado correctamente.

### Códigos de error de la API REST

Lista de códigos de error posibles en la API REST.

Tabla 34: Códigos de error de la API REST

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
1	Plantilla no publicada
2	Plantilla no válida
3	URL de archivo de recomendaciones no válido
4	El archivo de recomendaciones no existe
5	Formato de archivo de recomendaciones no válido
6	El archivo de recomendaciones no se puede leer
7	Los archivos de recomendaciones para primario/copia de seguridad no existen
8	La sección IRS (Image Rec Server) falta o no es válida
9	La sección PD (Product Detail) falta o no es válida
10	Error de la instancia de recomendación
11	Error de JSON
12	Error al crear la imagen
13	El archivo de recomendaciones no contiene recomendaciones
14	Falta el destino en el archivo de recomendaciones o no es válido
15	Falta el archivo de configuración de E/S
16	Archivo de configuración de E/S no válido
17	ID de zona no válido
18	Error al procesar la configuración de E/S
19	Muy pocas recomendaciones
20	URL de SSP (Server-Side Personalization) no válido
21	No se ha encontrado el archivo SSP (Server-Side Personalization)
22	Falta la sección MIDS o no es válida
23	Falta la sección AP o no es válida
24	Falta la sección HD o no es válida
25	Falta la sección AN o no es válida
26	Se ha producido un error interno
27	Formato de archivo de recomendaciones no válido
100	Error de imagen en miniatura
101	No se ha encontrado el archivo de imagen
201	No se puede conectar al URL
202	No se puede abrir la conexión con el URL
203	No se puede leer desde el URL

## Utilización de Digital Recommendations con LIVEmail

---

La aplicación IBM LIVEmail le permite utilizar los datos de análisis web de IBM Digital Analytics para los segmentos de destino de sus campañas de correo electrónico.

Puede utilizar Digital Recommendations con sus campañas de marketing de LIVEmail de los modos siguientes:

- Utilice la salida de las ofertas cuya salida son recomendaciones de archivos sin formato en los mensajes de correo electrónico.
- Utilice el nuevo tipo de recomendación basada en imágenes descrito *Trabajo con recomendaciones de imágenes* en la Guía del usuario de *Digital Analytics Digital Recommendations*. para entregar recomendaciones dinámicas en los mensajes de correo electrónico.

### Casos de uso y consideraciones

Los expertos de marketing por correo electrónico encontrarán que la inclusión dinámica de Digital Recommendations en correos electrónicos de promociones y transacciones mejoran de forma significativa la relevancia de estos mensajes, los cuales aumentan considerablemente las tasas de clickthrough y de conversión y, al mismo tiempo, incrementan la frecuencia y el volumen de compras basadas en correos electrónicos.

Puede utilizar Digital Recommendations en la mayor parte de las comunicaciones de correos electrónicos, incluidos los siguientes:

- Correos electrónicos de ventas cruzadas o ventas de gama alta de compras posteriores
- Correos electrónicos de cesta de la compra abandonada
- Correos electrónicos basados en el comportamiento de navegación
- Correos electrónicos de confirmación de pedidos
- Correos electrónicos de confirmación de envío

Considere lo siguiente cuando cree ofertas diseñadas para ser utilizadas con campañas de correo electrónico.

### Destinos

Seleccione los destinos que son campañas de correo electrónico adecuadas, en lugar de páginas web.

### Frecuencia

Establezca la oferta que se procesará la noche antes del despliegue del correo electrónico para asegurarse de que se realiza la recomendación más actualizada. Si se despliegan los correos electrónicos cada viernes al mediodía, establezca la oferta de modo que se procese cada viernes ya que las ofertas se procesan a primera hora de la mañana. Las ofertas deben sincronizarse con el canal de información diario de LIVEmail.

### Valores de algoritmos

Utilice los valores de algoritmos para asegurarse de que las recomendaciones están alineadas con el foco de la campaña por correo electrónico. Por ejemplo, si el correo electrónico llega a los clientes que han abandonado un producto, se deben enfatizar más la afinidad 'Compra abandonada'. Si el correo electrónico va dirigido a los clientes que acaban de comprar un producto, el énfasis debe estar en la afinidad 'Compra por compra'.

### Opciones de envío

Para utilizar ofertas dinámicas, debe utilizar las recomendaciones basadas en imágenes. Consulte *Trabajo con recomendaciones basadas en imágenes* en la Guía del usuario de *Digital Analytics Digital Recommendations*. para obtener información acerca de esta opción.

Las exportaciones de archivos sin formato de Digital Recommendations se pueden entregar a <ftp.coremetrics.com> para su recuperación o directamente a la ubicación SFTP de ESP. Si se envía al SFTP de Digital Analytics, debe alertar a ESP acerca de la ubicación y el nombre del archivo esperado. Si este archivo se envía a ESP, solicite las credenciales de ESP, cree una nueva ubicación SFTP en el menú de administración y configure la oferta de modo que especifique la ubicación SFTP correcta a la

que se debe enviar el archivo de recomendaciones. Si ESP es un colaborador de certificado de LIVEmail, cuando la fuente de actividades de LIVEmail y el archivo de recomendaciones de Digital Recommendations se reciben en ESP, los datos se pueden transformar, según sea necesario y almacenar hasta que se necesiten para rellenar las zonas de recomendaciones incluidas en el creativo de correo electrónico.

### Seguimiento

También es importante realizar un rastreo de estas recomendaciones. Asegúrese de que utiliza los parámetros mmcs en los enlaces que se proporcionan para recomendaciones y en el parámetro cm\_vc. Consulte *Resumen de correos electrónicos de Digital Recommendations* en <https://support.coremetrics.com> si desea obtener más información.

## Tiempos de respuesta y rendimiento

---

Todos los datos de Digital Recommendations a los que se accede mediante las recomendaciones dinámicas se entregan mediante una Content Delivery Network.

Cuando se solicitan las recomendaciones para cada artículo, la primera solicitud del día puede tardar hasta 400 milisegundos en finalizar el proceso de ida y vuelta ya que estos datos se encuentran en el origen. Cada respuesta posterior se entrega desde la memoria caché en el límite en el que los tiempos de respuesta tienen de media 20 milisegundos. Por tanto, el tiempo de respuesta normal para la planificación de rendimiento es de 20 milisegundos. Estos artículos de respuesta proceden de un entorno de prueba que utiliza una página HTML ligera sin que esté cargada con los requisitos de código pesado de un sitio web de comercio usual. Por lo tanto, la experiencia real puede ser diferente en base al diseño de la página. Un paso clave para obtener tiempos de respuestas rápidas se coloca en la función `cmDisplayRecs` justo después de llamar las funciones de solicitud de recomendación.

### Prueba antes del lanzamiento

Antes de entrar en producción debe comprobar estos cambios a medida que cambie la publicación de código en el sitio web de producción. Como parte de este ciclo de comprobación, las recomendaciones de prueba en los navegadores más comunes.

**Importante:** El orden en el que aparecen las recomendaciones y que establecen los algoritmos de Digital Recommendations se debe mantener al presentar recomendaciones en el sitio web. Cambiar este orden tiene un impacto negativo en el rendimiento de las recomendaciones.

## Administración

---

Las acciones administrativas se llevan a cabo a través de la consola de administración a la que se puede acceder mediante el enlace **Admin** en la cabecera de la aplicación.

Las acciones administrativas (aparte de las actualizaciones de Mi cuenta) están reservadas para los administradores designados por su organización.

### Administración del usuario

La administración de usuario consiste en tres componentes: mi cuenta, gestionar usuarios y gestionar grupos.

#### Mi cuenta

Al área de Mi cuenta pueden acceder todos los usuarios. Permite a los usuarios actualizar su nombre, títulos, departamento e información de contacto. Además proporciona un medio para que el usuario pueda cambiar su contraseña. Después de realizar cambios, pulse **Guardar**.

#### Gestionar usuarios

La sección Gestionar usuarios permite a los administradores gestionar todas las cuentas de usuario. El recuadro de búsqueda en la parte superior del formulario permite a los administradores reducir

rápidamente la vista. Pulse en las cabeceras de las columnas para ordenar las columnas de forma ascendente o descendente. Para eliminar una cuenta de usuario, seleccione los recuadros de selección de la izquierda y pulse **Eliminar usuarios**. Para editar la cuenta de usuario, pulse en el hipervínculo de la columna Nombre de usuario. Para descargar una lista con la información de cuenta de usuario, pulse **Descargar** en la parte superior derecha del formulario. Considere la posibilidad de utilizar la vista Gestionar usuarios - lista completa para buscar rápidamente el conjunto de usuarios con acceso a un ID de cliente particular o para buscar a todos los administradores.

### Crear un usuario

Para crear un nuevo usuario, pulse **Nuevo usuario** en la parte superior del formulario. Complete el formulario del nuevo usuario. Los campos nombre, correo electrónico, nombre de usuario y contraseña son obligatorios. En la parte inferior del formulario, seleccione a qué ID de cliente (si su organización tiene más de uno) debe tener acceso este usuario. Si la lista es larga, considere la posibilidad de utilizar el recuadro de búsqueda en la parte superior de la tabla. Asimismo, elija el grupo de usuarios al que él o ella deben pertenecer utilizando los menús desplegables. Cuando termine, pulse en **Guardar**.

### Gestionar usuarios - lista completa

Ya que algunos usuarios están asociados con varios ID de cliente y, por lo tanto, asociados con varios grupos de usuarios, la vista Gestionar usuarios - lista completa ofrece una lista extensa que se puede ordenar y buscar. Utilice esta vista para encontrar rápidamente todos los usuarios asociados con un ID de cliente particular, una lista todos los administradores, etc.

### Gestionar grupos

Los grupos de usuarios rigen a qué tiene acceso un usuario concreto. Por lo tanto, es importante asegurar que cada grupo de usuario se haya creado cuidadosamente y que los nuevos usuarios están situados en los grupos adecuados.

La sección Gestionar grupos permite a los administradores gestionar todos los grupos de usuarios. El recuadro de búsqueda en la parte superior del formulario permite a los administradores reducir rápidamente la vista que incluye búsquedas por ID de cliente o nombre de cliente. Pulse en las cabeceras de las columnas para ordenar las columnas de forma ascendente o descendente. Para eliminar un grupo de usuarios, seleccione los recuadros de selección de la izquierda y pulse **Eliminar grupos**. Para editar el grupo de usuarios, pulse en el hipervínculo de la columna Nombre de grupo de usuarios. Para descargar una lista de grupos de usuarios, pulse **Descargar** en la parte superior derecha del formulario.

### Grupo de usuario nuevo

Para crear un nuevo usuario, pulse en el botón **Nuevo grupo de usuario** en la parte superior del formulario. Póngale un nombre al grupo y pulse **Seleccionar** para elegir un ID de cliente. Bajo las opciones de Permiso, seleccione el recuadro a la izquierda de cada función a la que quiere que el grupo de usuarios tenga acceso.

**Nota:** Sólo los administradores tienen la habilidad de compartir una vista de informe con un grupo de usuarios sin otorgarles acceso al informe. Por ejemplo, igual no quiere que su agencia tenga acceso a todos sus programas de marketing, pero igual quiere que tengan acceso a los resultados de su campaña de visualización de anuncios. En su grupo de usuarios, elimine el acceso al informe de los "Programas de marketing". A continuación, vaya a los Programas de marketing y cree una vista de informe nueva (por ejemplo, Mostrar campañas) y guárdela. A continuación pulse en **Compartir** y compártalo con el grupo de su agencia.

### Gestionar las restricciones de IP

Aunque el cuidado y el mantenimiento atento de las cuentas de usuario debe proporcionar suficiente seguridad para los informes, también puede especificar las direcciones de IP desde las que no se puede acceder a sus informes de Digital Analytics.

Busque el rango de IP deseado en el recuadro de búsqueda de la parte superior. Pulse en las cabeceras de las columnas para ordenar las columnas de forma ascendente o descendente. Pulse en los recuadros de selección de la izquierda y seleccione Eliminar rango(s) de IP para eliminar los rangos. Pulse en el hiperenlace **Rango de IP** para editar el rango.

### Crear nuevo rango de IP

1. Pulse **Nuevo rango de IP**.
2. Seleccione un **ID de cliente** para el que quiera configurar el rango de IP.
3. Elija una acción:
  - **Permitir el acceso desde el rango de IP:** permite solo los rangos de IP que ha especificado para acceder a sus informes.
  - **Restringir el acceso desde el rango de IP:** impide que los rangos de IP que ha especificado tengan acceso a los informes.
4. Escriba el **Rango de IP**.
5. Pulse **Guardar**.

### Configuración de contraseña

Si decide que la configuración de contraseña actual sea más estricta de lo necesario para su negocio, puede ajustarla de forma no tan severa. La contraseña estándar debe tener ocho caracteres, pero no es necesario utilizar caracteres especiales. Además, puede especificar una política de caducidad de la contraseña.

### Configuración de exportación

El área de la configuración de exportación permite al administrador visualizar, editar y crear los parámetros para la exportación de datos. Esta configuración se utiliza para Digital Recommendations, Import, la exportación de datos estándar, LIVEmail y la integración de Digital Analytics - WebSphere Commerce, entre otros tipos de exportación.

### Gestionar exportaciones

El recuadro de búsqueda en la parte superior del formulario permite a los administradores reducir rápidamente la vista de la configuración de exportación establecida. Pulse en las cabeceras de las columnas para ordenar las columnas de forma ascendente o descendente. Seleccione los recuadros de selección de la izquierda y pulse en **Eliminar destinos SFTP** para eliminar la configuración de exportación. Para editar la configuración de exportación, pulse en el hipervínculo de la columna del nombre del destino de exportación. Para activar un destino, marque el recuadro y pulse en **Publicar**.

### Crear un destino SFTP

Para crear un destino SFTP, pulse en **Crear destino SFTP**. Seleccione el **ID de cliente**, asigne un nombre al destino, especifique el servidor SFTP, el puerto, la vía de acceso de directorio, el nombre de usuario y la contraseña. A continuación, seleccione su **opción de transmisión de SFTP**.

### Campos adicionales

Si está utilizando campos adicionales para pasar datos desde las etiquetas de Digital Analytics, puede ponerle a estos campos títulos definidos por el usuario (por ejemplo, "alias) en esta página para que aparezcan con estos nombres con significado. Para configurar un campo adicional u opcional:

1. El tipo de campo se establece como **Atributos estáticos de productos de empresa**.
2. Especifique el alias necesario para cada campo en el campo **Alias** apropiado.
3. Seleccione el tipo de datos para este campo desde la lista desplegable. Puede ser **Texto** o **Número**.
4. Especifique **comentarios** apropiados para el campo.
5. Pulse **Guardar**.

## Preguntas frecuentes

---

Esta sección contiene respuestas a las preguntas más frecuentes sobre Digital Recommendations.

## Ofertas

### **P. ¿Puedo especificar un periodo de duración de análisis de datos más largo (o más corto) que las opciones que se proporcionan en la interfaz de configuración?**

R: Sí. Existen periodos de duración de análisis de datos predeterminados que se establecen para las ofertas. Si necesita un periodo de duración de análisis de datos más largo que el que se proporciona cuando configura las ofertas, pregunte a su asesor del cliente de Digital Analytics para alterar los valores.

### **P. ¿Qué ocurre si tengo elementos que reciben poca actividad? ¿Puedo seguir recibiendo recomendaciones?**

R: Sí. Póngase en contacto con el soporte técnico de Digital Analytics para insertar la configuración necesaria en la ubicación correcta y asegurarse de que las ofertas reciben las recomendaciones suficientes. De forma predeterminada, Digital Recommendations define un artículo activo como uno con al menos 5 sesiones con una página vista de artículo para las ofertas diarias y semanales y 10 sesiones con una vista de página para las ofertas mensuales. Cuando una solicitud de recomendación se emite desde una zona de sitio, el proceso de recesión de recomendaciones dinámicas se puede invocar para asistir a proporcionar recomendaciones cuando los artículos de volumen bajo no cumplan el umbral de vista de límite inferior o en los casos en que los datos de recomendación para el producto de destino solicitado no están disponibles. Si las recomendaciones no están disponibles para el ID del artículo de destino especificado, Digital Recommendations tomará por defecto la recomendación de categoría para la categoría de destino y enviará los más vendidos de la categoría del producto de destino.

### **P. ¿Qué pasa si tengo un producto nuevo que se ha introducido en nuestro sitio web? ¿Seguirá recibiendo recomendaciones?**

R: Sí. Si el producto se ha añadido al archivo Enterprise Product Content Mapping File, Digital Analytics puede proporcionar recomendaciones de copia de seguridad de categorías, que serán los productos más vendidos de la categoría del producto de destino. Póngase en contacto con el soporte técnico de Digital Analytics para insertar la configuración necesaria en la ubicación correcta y asegurarse de que las ofertas reciben las recomendaciones suficientes.

### **P. ¿Qué aparece enumerado en el archivo de Digital Recommendations, ubicado en la interfaz de usuario de Digital Recommendations?**

R: La página del archivo de Digital Recommendations incluye todas las ofertas de Digital Recommendations han ejecutado en los últimos tres meses. Puede acceder a los productos de destino en la oferta, el número de recomendaciones que se ofrecen en la oferta, la configuración de la ponderación de afinidad utilizada y el periodo de duración de análisis de datos de la oferta.

### **P. ¿Cómo determino el periodo de actividad de visitantes para utilizarlo en las ofertas?**

R: Esta respuesta depende de la gama de productos y de los patrones de interacción con el cliente. Los periodos de duración de análisis de datos tienen en consideración más datos lo que permite a Digital Recommendations crear un mayor número de recomendaciones para un mayor número de productos de destino. Al mismo tiempo, los periodos de duración de análisis de datos más cortos reflejan los cambios en las preferencias del comprador y en la variación periódica de forma más rápida. El mínimo recomendado son siete días. Para determinar el período óptimo, pruebe las ofertas con vistas a períodos diferentes. Puede crear tres exportaciones de ofertas. Defina una para siete días, una para 14 días y una para 45. Cuando se procesen los archivos, selecciónelas en el servidor SFTP, guárdelas en el disco duro y ábralas con Excel. Haga un recuento del número de filas de cada archivo. Compare este número con el número total conocido de productos activos que están disponibles actualmente para la venta en su sitio web. Por lo general, se deben seleccionar el periodo de duración de análisis de datos más corto que proporciona el mayor número de productos de destino. Esta tarea la debe realizar con el asesor del cliente de Digital Analytics. En este momento se debe explorar el archivo más grande para examinar los ID de producto y las puntuaciones de afinidad para asegurarse de que los datos son los que deben ser. El personal de Digital Analytics puede solicitar y configurar periodos de análisis de datos de mayor duración.

**Nota:** Puede habilitar un valor para ofertas de modo que el sistema genere recomendaciones para cualquier producto mientras exista en el EPCMF y su categoría haya estado vendiendo productos durante el período de tiempo de análisis. El sistema utiliza las recomendaciones de recesión de categoría para crear recomendaciones.

**P. Si realizo un cambio en una oferta, ¿cuánto tiempo se tarda en ver si el cambio ha surtido efecto en nuestro sitio web?**

R: Todos los cambios controlados en la interfaz de Digital Recommendations se ejecutan y se actualizan una vez al día al conjunto final de recomendaciones. Esto incluye la configuración de ofertas, nuevas reglas empresariales o la ejecución de una prueba AB. Por ejemplo, si se realiza un cambio en una oferta en la interfaz un lunes el cambio surtirá efecto el martes temprano por la mañana en el momento en el que finalice el procesamiento de la actualización de oferta. Se produce generalmente entre las 3 AM y las 8 AM en la zona horaria del ID del cliente pero depende de los volúmenes de carga de procesamiento de datos del cliente. La inclusión de un producto en la lista negra tendrá efecto en un plazo de 1 hora.

**P. ¿Se puede personalizar Digital Recommendations para tener más de 10 recomendaciones para cada producto de destino?**

R. Sí. Póngase en contacto con el asesor del cliente de Digital Analytics. Es importante tener en cuenta que Digital Recommendations puede no recibir datos suficientes para generar 30 recomendaciones para algunos o para todos los artículos. Esto depende del periodo de duración de análisis de datos, el límite inferior para los productos activos y el volumen de tráfico recibido en el sitio web.

Los cambios en las reglas empresariales se pueden probar inmediatamente creando una vista previa. La vista previa mostrará el efecto del cambio de regla en las recomendaciones de un producto, pero los cambios reales no se producirán en el sitio web hasta el siguiente proceso planificado con regularidad.

**P. He configurado mi oferta para recibir 30 recomendaciones pero Digital Recommendations genera menos recomendaciones que para la oferta de todos los productos de destino. ¿Por qué se produce esto?**

R. Digital Recommendations puede no recibir datos suficientes para generar 30 recomendaciones para algunos o para todos los artículos. Esto depende del periodo de duración de análisis de datos, el límite inferior para los productos activos y el volumen de tráfico recibido en el sitio web.

**R. En Digital Recommendations, existen diferentes lugares en la interfaz en los que uno puede seleccionar el número de recomendaciones solicitadas. Existe un valor en el panel de configuración de ofertas, existe un valor en el panel de configuración de zona y existe un valor en el panel de prueba AB. ¿Cómo se relacionan entre ellos?**

R. Solo puede definir el número de recomendaciones solicitadas en el panel de configuración de ofertas si la oferta se ha establecido para su distribución en archivo sin formato. Para las recomendaciones dinámicas seleccione el número de recomendaciones solicitadas en el panel de configuración de zona. Este valor se puede sustituir durante una prueba A/B cambiando el valor en el panel de configuración de prueba A/B. Si desea enviar más de 12 recomendaciones (configuración predeterminada) a una zona de sitio web, el asesor del cliente de Digital Analytics debe editar una configuración de servicios de fondo para habilitarlo.

## **Algoritmo y afinidades**

**P. ¿Que ocurre si no quiero utilizar todas las puntuaciones de afinidad al crear mis ofertas de producto? Por ejemplo, ¿qué hago si no quiero utilizar la afinidad de abandono por compra?**

R. Si define la ponderación para un tipo de afinidad individual como 0, su impacto en el cálculo del índice de afinidad de producto final se minimiza y solo se crearían recomendaciones si no hay datos procedentes de otros tipos de afinidad. No obstante, no se recomienda establecer un peso de afinidad en 0. Se recomienda mantener al menos algunos datos de cada tipo de afinidad abiertos para que a los productos que reciben interacciones mínimas de sitio web se les proporcionen tantos datos como sea posible en los que basar las recomendaciones.

**P. ¿Qué representan el índice de afinidad de productos y/o los valores de afinidad individuales?**

R. Los valores numéricos reales que se muestran para las puntuaciones de afinidad individual no tienen un significado real cuando se visualizan por su cuenta. Son números que corresponden a probabilidades condicionadas que tienen significado cuando se comparan entre ellos o entre productos. Por ejemplo, una puntuación de afinidad de Vista por vista de 45,343 necesariamente no significa nada por sí sola. No obstante, si se compara con una puntuación de afinidad de "Vista por compra" de 10,567 para que el mismo producto de destino recomiende un par de productos, se

puede interpretar que el producto recomendado se va a poder visualizar cuatro veces más en comparación con el adquirido en una sesión en la que se visualiza el producto de destino. De forma similar, si ha comparado una puntuación de afinidad de vista por vista de varios productos recomendados para un producto de destino en particular, podrá ver cuánto se va a visualizar cada producto recomendado entre sí en las sesiones en las que se ha visualizado el producto de destino.

**P. ¿En la configuración de oferta de la interfaz de usuario, las ponderaciones de afinidad tienen que sumar 100?**

R: No. Estos son valores múltiples que simplemente se aplican a puntuaciones de afinidad individuales para calcular un índice de afinidad de producto final. Se debe introducir cualquier valor de número entero entre 1 y 100. Aunque se puede especificar cero como un valor de ponderación de afinidad, se recomienda encarecidamente que todos los tipos de afinidad tenga un valor mayor que cero. Es una práctica recomendada mantener al menos algunos datos de cada tipo de afinidad abierta para que a los productos que reciben interacciones de sitio web se les proporcionen tantos datos como sea posible en los que basar las recomendaciones.

**Q. ¿Examina Digital Recommendations el comportamiento entre sesiones cuando se determinan las recomendaciones?**

R: La afinidad de compra por compra se calcula en las sesiones del visitante para el periodo de duración de análisis de datos. Las demás afinidades se calculan basándose únicamente en los mismos datos de sesión.

**P. ¿Qué significa una puntuación final de índice de afinidad de cero? ¿Indica relevancia cero, y si así es, qué hay en el archivo?**

R. Una puntuación final de índice de afinidad de cero significa que la relevancia es baja comparada con los otros artículos recomendados aunque generalmente estos artículos se deben dejar en el archivo de recomendaciones. Un producto no se vuelve activo para una recomendación de hasta que tenga al menos cinco sesiones con una página vista de productos para ofertas diarias y semanales y 10 sesiones con una vista de página para ofertas mensuales. Se ha establecido este límite inferior de modo que las recomendaciones se basan en un conjunto de datos definidos por estos mínimos. El índice de afinidad final del producto, el número que puede ver en el archivo de Digital Recommendations, es la clasificación relativa del producto que tiene en cuenta todos los datos recopilados y la configuración de la ponderación de afinidad para cada tipo de afinidad. Si ve un índice de afinidad final de cero en el archivo de Digital Recommendations se debe a una puntuación baja con más de tres posiciones decimales y se ha redondeado a cero. Estos productos tienen relevancia estadística para el producto de destino aunque la relevancia sea baja. Al considerar si utiliza o no estas recomendaciones, debe evaluar el coste de oportunidad potencial de tener áreas de contenido sin datos en el sitio web y la pérdida potencial de ventas al hacer esto.

## **Reglas empresariales**

**P. Para las reglas de recomendación, ¿por qué no se pueden definir las reglas de categoría del informe Categoría del producto de Digital Analytics y del archivo de definición de categoría?**

R. En un principio, se tomó esta ruta en el diseño. Esperamos poder permitir a los clientes crear reglas de categoría desde la jerarquía del informe Categoría del producto. Esto evitará que muchos clientes tengan que definir una importación de datos adicional ya que los casos de uso de gestión de reglas primarias se encuentran cerca de la información de categoría de productos. Sin embargo, hemos descubierto que la mayoría de nuestros clientes están utilizando el informe Categoría del producto de modo que el producto entra en múltiples categorías. Por ejemplo, puede archivar un producto en la categoría de ventas en liquidación, en el departamento de mujer así como en categorías virtuales como la búsqueda y la venta cruzada. Si después crea un regla que establezca "Excluir todas las recomendaciones cuando el artículo se encuentre en el departamento de mujer", no alcanzará el resultado previsto porque los artículos del departamento de mujer también se encuentran en las categorías de búsqueda, venta cruzada y liquidación de ventas. El informe de productos de empresa requiere que un artículo sea asignado a una única categoría. Esto proporciona una definición de categoría fiable y limpia desde la que se pueden crear reglas.

**P. Si proporciono un atributo para un producto en el archivo de carga del informe de productos de empresa y creo una regla sobre él, por ejemplo, excluir todas las recomendaciones en las que el**

**inventario sea menor que cinco, ¿qué pasaría si no hay un valor de inventario especificado para algunos artículos? ¿Cómo gestiona esto Digital Recommendations?**

R: Esto lo gestiona la política de reglas empresariales.

**P. He creado un cierto número de reglas para una oferta y ahora quiero crear una oferta nueva pero no quiero crear todas las reglas de nuevo. ¿Existe alguna manera de copiar todas estas reglas y valores a partir de un archivo existente para crear uno nuevo?**

R. Sí. Vaya a la página de lista de Digital Recommendations. Busque la oferta que contenga las reglas y valores que desea utilizar. Pulse en **Guardar como**. Póngale un nombre a la nueva oferta y pulse en guardar en la parte inferior de la pantalla de configuración de Digital Recommendations.

**P. Si quiero darle prioridad a uno o más productos como la primera recomendación en la página de productos para productos específicos o categorías de productos, ¿cómo puedo hacerlo?**

R. Una regla empresarial de promoción le permitirá hacer esto.

**P. ¿Puedo definir un alias para los campos de atributo de la interfaz de usuario antes de que se haya cargado el primer archivo del informe de productos de empresa en la base de datos de Digital Analytics.**

R. Se pueden definir alias para los campos de atributo en cualquier momento. Se pueden definir reglas para los atributos con un alias definido. El principio clave es no "activar" la oferta con reglas que requieran esos atributos hasta que se carguen los datos. Para las ofertas que ya se encuentran en producción, los clientes no deben crear nuevas reglas hasta que se proporcionen los datos de la regla correspondiente. Dependiendo de la política de reglas empresariales, las reglas que se han definido sin los atributos correspondientes cargados en la base de datos de Digital Analytics pueden eliminar todos los artículos para los que no se han proporcionado datos. Es importante confirmar que los campos de datos del archivo se correspondan correctamente con los alias de ubicación definidos en la interfaz de usuario.

**P. ¿Gestionar comprobaciones de inventario? ¿Se puede hacer esto del lado del cliente?**

R. Sí. Sin embargo, esto dependerá de las posibilidades del cliente. El enfoque puede variar según el cliente. Un minorista utiliza una técnica en la que los productos que se salen del inventario tienen una imagen sacada de Akamai y sustituida por un indicador de "imagen no disponible". Al presentar las recomendaciones, si un producto en el conjunto de recomendaciones obtiene un indicador de "sin imagen" el código del cliente se mueve al siguiente producto en el conjunto de recomendaciones. Si en su implementación realizará búsquedas en el extremo del cliente antes de visualizar las recomendaciones, Digital Analytics recomienda que los clientes configuren sus ofertas para enviar más recomendaciones de las que utilizarán finalmente, en caso de que se elimine una recomendación del conjunto durante el proceso de carga.

**P. Nuestro inventario de productos cambia durante el día y las reglas empresariales se han configurado para ofrecer productos en función del nivel de inventario. ¿Cómo podemos asegurarnos de que Digital Recommendations recomiende únicamente los artículos que están en el inventario?**

R: Para gestionar el caso de uso principal de cambio de inventario durante el día, los clientes deben considerar una de dos alternativas. Algunos clientes pueden filtrar los productos procedentes de la solicitud cmRecRequest para el estado de agotado en el momento de presentar recomendaciones a través de la función de población de zona. Este es el método más eficaz. Si el cliente no posee esta prestación deberá utilizar un regla de inventario y determinar un umbral de inventario mínimo basado en una tasa de rotación de productos en la que se excluyen los productos de las recomendaciones. Por ejemplo, "Excluir recomendaciones en las que el inventario es menor que 5". Esto minimiza las instancias en las que se recomiendan productos con inventario cero. Las reglas de umbral de inventario se pueden configurar en un nivel global, para todos los productos, o en un nivel más finito para establecer diferentes niveles mínimos para diferentes categorías de producto o incluso productos individuales.

## **Informe de productos de empresa**

**P. He cometido un error en mis archivos del informe de productos de empresa (EPR) (ECDF o EPCMF) y ya los he cargado. ¿Puedo cambiar los archivos y cargarlos de nuevo?**

R. Puede cambiar los archivos del informe de productos de empresa (EPR) y cargar los archivos corregidos. Si embargo, no se volverán a procesar hasta el siguiente proceso nocturno planificado.

Cargue siempre los archivos ECDF y EPCMF diariamente al mismo tiempo o con una diferencia de 15 minutos entre sí para asegurar un correcto proceso de ambos archivos.

**P. ¿Cómo puedo decir que mis archivos del informe de productos de empresa (EPR) se han cargado en el sistema?**

A. Utilice la herramienta de importación para comprobar el estado y el historial de las transferencias de archivos EPR. Vaya a **Gestionar > Archivo de importación** para ver si el archivo se ha recibido y si se ha cargado correctamente.

**P. ¿Cómo determino la última carga correcta de un archivo del informe de productos de empresa?**

A: Utilice la herramienta de importación para comprobar historial de las transferencias de archivos EPR. Vaya a **Gestionar > Archivo de importación** para ver si el archivo se ha recibido y si se ha cargado correctamente. Vea la última transferencia **correcta** por fecha.

**P. Las categorías que visualizo en el informe de productos de empresa (EPR) no coinciden exactamente con las categorías que visualizo en la herramienta de reglas de Digital Recommendations donde puedo seleccionar categorías para definir reglas. ¿A qué se debe esto? ¿Es esto un problema?**

R. Probablemente no haya un problema. El informe de productos de empresa muestra únicamente las categorías en las que hubo ventas durante el periodo que se especificó en el informe. El Digital Recommendations en el selector de categoría Digital Recommendations sistema de reglas muestra todas las categorías que los archivos del informe de productos de empresa (EPR) definen independientemente de si son ventas o no. Esta diferencia al determinar lo que se visualiza origina alguna confusión.

**P. Hemos cargado una nueva jerarquía que está definida en Enterprise Category Definition File. Cuando entro en la interfaz de reglas y selecciono el árbol de categoría visualizo la categoría antigua y la nueva. ¿A qué se debe esto?**

R. Cuando las categorías de Enterprise Category Definition File se proporcionan a través del archivo ECDF cambian a lo largo del tiempo las categorías antiguas no se eliminan de la estructura de árbol de categorías en la interfaz de reglas de Digital Recommendations. Esta interfaz proporciona una vista de todos los valores que residen en el sistema. Si desea actualizar (cambiar) completamente su jerarquía Enterprise Category Definition File y eliminar categorías antiguas, tendrá que ponerse en contacto con el soporte técnico de Digital Analytics. El soporte técnico suprimirá todos los datos de data\_locations y mcat\_products y volverá a cargar la nueva jerarquía Enterprise Category Definition File.

**Nota:** Este proceso eliminar todos los datos de las tablas relacionadas con el informe de productos de empresa. Todas las reglas de categoría relacionadas con Digital Recommendations se tendrán que crear de nuevo. Asimismo, dado que otras aplicaciones de Digital Analytics pueden utilizar datos de EPR como, por ejemplo, las tablas de búsqueda, estos se deben limpiar y volver a cargar en el mismo día antes de que se inicie el siguiente conjunto nocturno de procesos de Digital Analytics. Este esta forma se asegura que los datos que esperaban otras Digital Analytics aplicaciones está presente.

**P. Hemos actualizado Enterprise Category Definition File y hemos hecho que Digital Analytics limpie las tablas de EPR para que reflejen la nueva categorización de productos. Puedo visualizar la nueva estructura de categoría en el árbol de categoría de la herramienta de reglas de Digital Recommendations pero el informe de productos de empresa todavía muestra la estructura de jerarquía anterior. ¿Por qué no coinciden ahora ambas estructuras?**

R. Los datos del informe de productos de empresa procesados anteriormente mantendrán los datos que residían en el sistema en el momento en el que se procesaron los informes. Todos los informes de productos de empresa que siguen adelante muestran los nuevos valores de categoría.

## Recomendaciones de categoría

**Q. Si basamos las recomendaciones de categoría en la categoría Category Definition File, la venta de gran parte de los productos se asignará a categorías virtuales como por ejemplo "Búsqueda" y "Venta cruzada" y como resultado los artículos más vendidos en las categorías de navegación no formarán parte de la mejor lista de artículos más vendidos para esa categoría. Tenemos artículos asignados a muchas categorías en nuestro sitio web. ¿Cómo sabe Digital Recommendations qué categoría utilizar para proporcionar recomendaciones de recesión?**

R. En la interfaz de configuración de la oferta de categoría para "Categorías de sitio web", que son categorías basadas en el archivo CDF, los clientes pueden entrar en las 10 categorías virtuales

destacadas de su interfaz. En el momento en el que se actualiza la oferta de Digital Recommendations, un proceso de fondo asignará las ventas de artículos que se han encontrado en las categorías virtuales identificadas a la última categoría no virtual transmitida mediante las etiquetas de sitio web. Los valores de categoría se deben introducir en la interfaz de la oferta de categoría del sitio web utilizando los valores tal como aparece en el informe Categoría del producto (no los valores que se pasan en las etiquetas del sitio web). Si tiene más de 10 categorías virtuales, identifique las 10 categorías virtuales destacadas por ventas. Generalmente, esto es suficiente para proporcionar una reasignación de ventas fuera de las categorías virtuales.

## **Recomendaciones de recesión**

**P. Cuando configuro una oferta para su entrega en una zona del sitio web (entrega dinámica) del panel de configuración de la oferta, ¿desaparece el recuadro de selección Habilitar recesiones? ¿Cómo habilito recomendaciones de recesión basadas en ofertas para ofertas que se entreguen en zonas de sitio web?**

R: Las recomendaciones de recesión basadas en ofertas se habilitan de manera predeterminada para todas las ofertas configuradas para la entrega de zona de sitio web. Cuando se habilita una oferta de recomendación de categoría del Informe de productos de empresa, se insertarán las recesiones en la oferta y en el tiempo de procesamiento de la regla de oferta cuando sea necesario.

**P. ¿El componente de recesión proporcionará los más vendidos por categoría para todos los artículos del Enterprise Product Content Mapping File, incluso si no nunca se ha visto una página para el producto de destino en el sitio web?**

R: Sí, si así lo desea. En el separador Configuración de oferta, pulse Opciones avanzadas. Seleccione la opción "Generar recomendaciones basadas en categorías para productos del Enterprise Product Content Mapping File más reciente que no tienen suficientes actividades de visualización o compra".

**Si las recomendaciones de recesión se han configurado correctamente, ¿se puede esperar que se recibirá la cantidad de recomendaciones configurada en la área de zona de la interfaz de usuario?**

R: Los procesos de recesión de ofertas no crearán el número de recomendaciones solicitadas, pero habrán casos en los que no es posible entregar el número previsto de recomendaciones en una zona. Las causas generalmente se deberán a una falta de actividad de visitantes en las que basar las recomendaciones o pueden ser debidas a reglas empresariales demasiado restrictivas. Para ayudar a asegurar el número de recomendaciones solicitadas que se entregan, es importante que los clientes utilicen siempre reglas empresariales de despriorización siempre que se posible en vez de reglas de exclusión.

## **Recomendaciones dinámicas**

**P. ¿Cómo está diseñado su sistema para gestionar las cargas de solicitud dirigidas por recomendaciones en tiempo real?**

R. Los datos de Digital Recommendations se propagan a una red de entrega de contenido (CDN). Los datos están ubicados en la memoria caché en servidores globales para garantizar la velocidad y la disponibilidad. Como proveedor de CDN, utilizamos Akamai, el creador de la red de distribución de contenido más importante del mundo y líder del mercado de entrega de contenido. La red de entrega de contenido de Akamai es una de las plataformas de sistemas distribuidos más grande del mundo, responsable de dar servicio al 15-30 por ciento de todo el tráfico web.

**P. ¿Qué sucede si los datos de recomendación no están disponibles para un producto? ¿Cómo gestiona esto su sistema?**

R. Cuando se emite una solicitud cmRecRequest desde una zona de sitio web, se proporciona un proceso de recesión para gestionar la introducción de productos nuevos, los artículos de volumen bajo que no cumplen el umbral de vista de límite inferior o cuando los datos de recomendación para el producto de destino solicitado no están disponibles. El producto de destino y un ID de categoría se pasan en la solicitud cmRecRequest. Si las recomendaciones no están disponibles para el ID del producto de destino especificado, Digital Recommendations tomará por defecto la recomendación de categoría para el ID de categoría que se ha pasado en la solicitud de Digital Recommendations. El ID de categoría que se ha pasado en la solicitud cmRecRequest debe ser un ID de categoría válido de una de las ofertas de recomendación de categoría configuradas del sitio web, la categoría CDF o la del

informe de productos de empresa. Y las recomendaciones de ID de categorías no se procesarán mediante ninguna regla empresarial.

**P. Si hay dos zonas colocadas en una página, ¿qué provisión está en su lugar para asegurar que no se recomienda el mismo producto dos veces?**

R. Como parte de las recomendaciones dinámicas una función de resolución de conflictos elimina las recomendaciones duplicadas. Se le da prioridad a la primera solicitud `cmRecRequest` enviada para cada página. Como práctica recomendada, la zona de recomendación que tiene más visibilidad por encima del pliegue debe tener la solicitud `cmRecRequest` correspondiente colocada primero en el código de la página.

**Q. ¿El ID de zona distingue entre mayúsculas y minúsculas? ¿Existen cuestiones concretas sobre caracteres especiales?**

A. Sí, el ID de zona distingue entre mayúsculas y minúsculas. Un espacio no es un carácter válido para un ID de zona. El guión bajo es el único carácter especial soportado.

**Q. ¿Cómo influyen las recomendaciones dinámicas en la velocidad de carga de una página? ¿La solicitud puede evitar que se cargue una página?**

R. Todas las funciones de creación de etiquetas de Digital Analytics así como las solicitudes de recomendación se procesan de forma asíncrona de otras operaciones de página. No impide, ralentiza o depende de otros componentes de página. El proceso usual de ida y vuelta de una solicitud de Digital Recommendations desde una página HTML que no está sobrecargada por las complejidades de una página web típica de producción del cliente es de 20 milisegundos.

**P. En la cesta de compra, ¿cómo puedo determinar qué producto se ha pasado a la solicitud `cmRecRequest` como el producto de destino cuando hay más de un producto en la cesta?**

R. La práctica recomendada es basar recomendaciones en el último artículo que se ha añadido a la cesta o el artículo más caro de la cesta. Basar las recomendaciones en una combinación de recomendaciones no ha demostrado dirigir las conversiones superiores ya que enturbia la "conversión de ventas" cuando se mezclan las recomendaciones resultantes.

**P. ¿Por qué tengo la opción de pasar atributos del informe de productos de empresa a la función de población de zona?**

R. Puede que le devuelvan metadatos de productos adicionales sobre los productos recomendados para ayudarle a presentar el contenido final. Es posible que los atributos incluyan, por ejemplo, la ubicación de la imagen de miniatura, el URL de la página del producto, el precio y la descripción breve del producto. Este método solo se debe utilizar en caso de que no pueda presentar contenido de recomendaciones basadas únicamente en ID del producto.

**P. Los valores de atributo en el Enterprise Product Content Mapping File del informe de productos de empresa tiene una limitación de 2.000 caracteres. ¿Qué sucede si paso un valor más largo en el mensaje de respuesta de la recomendación dinámica como por ejemplo un URL completo que tiene más de 2.000 caracteres? ¿Hay alguna manera de llevar a cabo esto?**

R. Si un valor de atributo siempre tiene un prefijo coherente, como un URL de imagen de miniatura de un producto, se puede definir este prefijo en el sistema de fondo de Digital Recommendations para un atributo específico. Esto permite gestionar valores con más de 2.000 caracteres. Está almacenado en una ubicación en el mensaje de respuesta de la recomendación y el archivo `io.js` lo ensambla antes de pasar los datos a la función de población de zona. Esta técnica solo está soportada para recomendaciones dinámicas. Esta técnica solo está soportada para recomendaciones dinámicas. El prefijo no está disponible para otras funciones de aplicación de Digital Analytics.

**P. La *Guía del usuario* muestra que los valores de las matrices de recomendaciones que se pasan a la función de población de zona están encapsulados entre comillas simples y delimitados por comas. ¿Esto está preprogramado o existe un valor de fondo que se pueda cambiar?**

A. No tenemos planes para proporcionar mensajes de respuesta configurables.

**P. ¿Cuál es el límite de caracteres para el texto de la cabecera de zona?**

R. 96 caracteres.

**P. En el caso de las bibliotecas alojadas localmente, ¿a que páginas del sitio deben añadirse las bibliotecas JavaScript de Digital Recommendations?**

R. La mayor parte de los clientes utilizan bibliotecas alojadas. Pero estos clientes continúan utilizando las bibliotecas alojadas localmente, por lo tanto, debe colocarlas en la misma ubicación que la biblioteca `eLuminate.js` de Digital Analytics.

**P. ¿Qué sucede cuando el ID del producto capturado por Digital Analytics varía con respecto al ID del producto utilizado por el sistema de comercio electrónico para mostrar los productos en el sitio web? ¿Cómo funcionan las recomendaciones dinámicas en este caso de ejemplo?**

R. Para cada recomendación de producto se pueden incluir datos adicionales sobre el producto en el mensaje de respuesta de Digital Recommendations. Estos datos se ofrecen como atributos en el archivo del informe de productos de empresa. En este caso, uno de los atributos sería el ID del producto alternativo que usted proporcionaría en el archivo del informe de productos de empresa y, a continuación, se le pasaría de nuevo en el mensaje de respuesta de Digital Recommendations. Sin embargo, al pedir solicitudes de Digital Recommendations debe utilizar el ID del producto que se pasa en las etiquetas de Digital Analytics. Esto no supondrá un problema puesto que ya está relleno ese valor en las etiquetas de Digital Analytics. Consulte al servicio de soporte de Digital Analytics para configurar correctamente el uso de ID del producto alternativos.

**P. Nos gustaría presentar recomendaciones con objetos en Flash. ¿Es esto posible?**

A. La comunicación entre Flash y JavaScript es muy sencilla. Un desarrollador que conozca Flash y JavaScript no debería tener problemas haciendo esto.

### **Personalización de Digital Recommendations**

**P. ¿Qué pasa si el visitante suprime su cookie de personalización de Digital Recommendations?**

R. La cookie se suprime.

**¿Cómo utiliza Digital Recommendations las cookies?**

R. Digital Recommendations utiliza dos cookies. Una cookie de sesión se utiliza solo si hay una prueba A/B activa para agrupar a los visitantes en grupos de prueba A/B. Una cookie de primeros permanente está situada bajo el dominio del cliente. Se utiliza para gestionar datos de visitante para su personalización y se actualiza en tiempo real a través de un enlace en las bibliotecas de Digital Analytics. La información almacenada en la cookie permanente incluye:

- Una lista ordenada de los productos más vistos recientemente.
- Una lista ordenada de los artículos que se han añadido a la cesta.
- Una lista ordenada de los artículos que se han adquirido.
- Una lista ordenada de las categorías más vistas recientemente.
- Se mantienen los recuentos de las categorías que se visualizan para determinar la categoría más popular del visitante.

**P. Nuestro sitio web utiliza muchas cookies. Nos importa el recuento y el tamaño total de cookies. ¿Cómo se gestiona esto?**

R. Añadir la cookie de personalización de Digital Recommendations hará que el recuento en IE 6 o navegadores inferiores pase de 20 y no se grabarán ni la cookie de sesión ni la cookie de personalización de Digital Recommendations. Para los demás navegadores el límite que maneja Digital Recommendations es 30. 20 es el número mínimo de cookies que un navegador puede soportar por dominio tal como está especificado en RFC 2109 sección 6.3 y es el máximo soportado para IE 6 y anteriores. La mayoría de los navegadores actuales soportan 50 cookies por dominio. Opera soporta 30.

Cuando no se pueden establecer las cookies, no se pueden personalizar las recomendaciones. Por ejemplo, si la oferta está basada en el "último producto adquirido", no hay ningún modo de determinar el objetivo. Por este motivo, siempre debe tener un paso de recesión en el plan de recomendaciones. Generalmente, el paso de recesión se configura para recomendar los artículos más vendidos generales.

El tamaño usual de una cookie de Digital Recommendations es de 150 bytes aproximadamente. Los datos almacenados en las cookies de Digital Recommendations estarán protegidos para comprimir el tamaño de cada lista. Cada lista en la cookie tiene un número configurable de elementos que están almacenados. Esta configuración de limitación de lista está definida y documentada en el archivo `eluminat.js` de clientes.

Por ejemplo, el número predeterminado de artículos comprados y almacenados se corresponde con los siete artículos más recientes. Una vez se haya adquirido el artículo ocho, se excluirá el artículo más antiguo de la lista.

Algunos navegadores permiten tamaños diferentes de cookie individuales y colectivas. Digital Recommendations no grabará ni añadirá una cookie si esta acción excede el número de bytes permitidos para el navegador del visitante. Tanto si el tamaño de cookie máximo permitido es de 4k para todas las cookies o de 2k o 4k por cookie, la cookie de Digital Recommendations solo se grabará o se actualizará si encaja la información adicional. Este comportamiento sigue al comportamiento predeterminado inherente del navegador.

**P. Si tenemos varios artículos en un pedido, ¿qué es lo que determina que un artículo se convierta en el producto adquirido más recientemente?**

R. Digital Recommendations utiliza el último artículo que se envía como un registro de shop9.

**P. ¿La personalización puede estar basada en algún tipo de atributo de registro del usuario? Por ejemplo, un usuario registrado llega al sitio web y pertenece al sector X, ¿Se pueden mostrar ofertas particulares de este sector?**

R. En Digital Recommendations, la respuesta es no. Sin embargo, esto hace que se vuelva a plantear la pregunta de qué enfoque de personalización entregará conversiones más altas. ¿Personalizamos para un grupo o personalizamos para un visitante individual? Si puede personalizar para el visitante individual, estará trabajando con un nivel más sutil de granularidad. Sabemos que los individuos en un segmento de visitantes tienen intereses exclusivos y comportamientos que se diferencian de los del grupo. La personalización de Digital Recommendations funciona al nivel de visitante individual. Una vez el visitante empiece a navegar por el sitio web, se recopilan datos que se utilizan para ajustar las recomendaciones a los intereses observados de los visitantes.

**Q. En el plan de recomendaciones puede especificar que los productos de destino de las recomendaciones sea el "último producto de la cesta". ¿Cómo determina Digital Recommendations el último artículo añadido a la cesta del visitante?**

R. Digital Recommendations utiliza el último valor de la etiqueta Shop5 de Digital Analytics como el último artículo añadido a la cesta.

**P. ¿Dónde se encuentran las reglas de filtrado de personalización establecidas para que los artículos comprados o los artículos de la cesta se puedan filtrar de las recomendaciones?**

R. Esto está disponible como un valor en el panel de configuración de zona.

## Prueba A/B

**P. ¿Cómo determino los resultados de una prueba A/B?**

R. Cuando una prueba A/B está operativa se envía una etiqueta de artículo de Digital Analytics una vez por sesión cuando un visitante llega a una zona en la que hay una prueba A/B activa. Para medir los resultados de una prueba A/B utilice las siguientes herramientas en Digital Analytics:

- **Informe de elementos:** visualice las métricas de nivel superior que corresponden a los visitantes que han entrado en los grupos de prueba establecidos.
- **Segmentos de informe:** cree un segmento clave para cada grupo de prueba. Para hacerlo, utilice la categoría de elemento (nombre de prueba) adecuada y de elementos vistos (ID de grupo de prueba) como los criterios para el segmento. Defina el segmento de informe para filtrar el resumen de los destacados y el informe de categoría de producto.
- **Filtrado de los informes de Categoría de producto y Métricas del sitio web:** una vez establecidos los segmentos de informe utilice el botón **Actualizar configuración** en los informes de categoría del producto y destacados para comparar el rendimiento de los grupos de prueba en estos informes.

## Definición de etiquetas e implementación

**P. ¿Qué pasaría si no se utilizan las etiquetas de producto visto? ¿Puedo seguir utilizando Digital Recommendations?**

R. Puede ser. Aunque se necesita probar Digital Recommendations para su organización, no se sabe con certeza si dos de los cuatro tipos de afinidad darán valores "0" para las organizaciones sin productos vistos (las puntuaciones de afinidad de vista por vista y vista por compra). Sin embargo, las

afinidades que están basadas en pedidos de productos deberían ser válidas y si quiere basar las ofertas de productos únicamente en afinidades de compra por compra y abandono por compra, puede utilizar Digital Recommendations.

**P. ¿Digital Recommendations requiere cambios en la definición de etiquetas?**

A. Depende. Los datos recopilados para dirigir el conocimiento de **base del comportamiento** de los grupos se reúnen a través de las etiquetas estándar de Digital Analytics. Es posible que sea necesario cambiar las etiquetas para asegurarse de que Digital Recommendations se haya seguido correctamente cambiando los ID de categoría de la vista de productos y las etiquetas shop5 y shop9 cuando se visualizan y compran las recomendaciones. Asimismo, si va a presentar recomendaciones a través de las recomendaciones dinámicas de Digital Recommendations, se debe añadir JavaScript al sitio web para solicitar y presentar datos de recomendación.

**Archivos sin formato**

**P. Con la introducción de recomendaciones dinámicas, ¿se pueden seguir recibiendo recomendaciones a través de archivos sin formato?**

R: Sí. Al configurar una oferta en la interfaz, los clientes pueden elegir cómo quieren recibir datos de recomendaciones. Es importante tener en cuenta que la personalización y las pruebas A/B no funcionan cuando se entregan recomendaciones a través de archivos sin formato. También es importante tener en cuenta que existe un bucle de comentarios cuando se ejecuta una respuesta de recomendación. Los datos sobre la categoría del informe de productos de empresa se rellenan en la cookie de personalización y se extraen en el momento de la entrega del mensaje de respuesta. Las categorías del informe de productos de categoría se utilizan para activar un componente de la personalización de Digital Recommendations. Por lo tanto, los clientes no deben mezclar recomendaciones de archivos sin formato con recomendaciones dinámicas ya que estos datos no se rellenan en la cookie del visitante. Combinar estas recomendaciones tendrá un impacto negativo en la personalización.

**Q. ¿Por qué aparece el término "null" en algunas filas de mi archivo de recomendaciones?**

R: Debido a los datos escasos para algunos ID del producto y a los casos poco usuales en los que no se entregan recomendaciones de recesión de oferta/regla al número de recomendaciones solicitado puede que no haya datos de recomendaciones de producto suficientes disponibles para llenar el número de recomendaciones que el cliente ha especificado para la configuración de la oferta. En estos casos, Digital Recommendations introduce "null" para aquellos intervalos de recomendación de productos.

**P. Recibo ofertas de Digital Recommendations a través de archivos sin formato y no recibo mi archivo de Digital Recommendations a las 8 AM el día que estaba programado. Llega un poco más tarde. ¿A qué se debe esto?**

R: Deberá recibir sus exportaciones de Digital Recommendations a las 8 AM hora local, pero en función del número de volúmenes de datos que se vayan a analizar, este proceso puede tardar más. Desde un punto de vista histórico, la mayoría de los clientes reciben sus exportaciones temprano por la mañana.

Lo importante de Digital Recommendations es que permite controlar la fecha de entrega de la exportación. Por lo tanto, si es absolutamente importante desplegar las recomendaciones a las 5 AM de un día en concreto cada semana o mes, puede configurar la exportación para que se ejecute y se entregue el día anterior a su despliegue. Al hacerlo, solo pierde un día de "frescura de datos" (que no influirá de forma significativa en las recomendaciones) y posteriormente una exportación técnicamente "tardía" no influiría en los requisitos de temporización del despliegue. Asimismo, tenemos notificaciones por correo electrónico en la aplicación para alertarle sobre la existencia de fallos. CMC es una buena herramienta para ver cómo funcionan las exportaciones de un cliente, y si se ha producido un fallo el día anterior al despliegue, si Digital Analytics tiene tiempo para reaccionar y arreglar la exportación antes de que se obtengan los requisitos de inicio.

**P. Me gustaría recibir los archivos de Digital Recommendations como archivos .txt descomprimidos. ¿Es esto posible?**

R. Sí. Existe una opción en el separador **Configuración** de la oferta.

## Creación de Informes y análisis

**P. ¿Cómo puedo obtener un nivel de análisis más profundo con recomendaciones? No quiero saber solo cómo funcionan las recomendaciones de la página de producto, quiero saber cómo funcionan según la categoría del sitio web. Quiero ver cómo funcionan las recomendaciones de la página de producto en los pantalones de mujer en oposición a los tops de mujer, por ejemplo.**

R: Digital Analytics Explore habilita este nivel de informes. Para llegar a él, los valores que se utilizan para realizar el rastreo de la categoría de recomendación en el informe de categoría del producto también se deben pasar como un atributo de Digital Analytics Explore en las etiquetas de producto visto, shop5 y shop9.

**Nota:** La función de sustitución de la categoría cm\_vc no utilizará este caso de uso. Los clientes deben gestionar el envío de los valores correctos en las etiquetas shop5 y shop9 para utilizar Digital Analytics Explore.

**P. Durante las últimas semanas he experimentado con diferentes ponderaciones de afinidad. Estoy realizando el rastreo del rendimiento de mi programa de ventas cruzadas en el informe de Categorías de productos para ver si las diferentes ponderaciones de afinidad alteran la conversión. ¿Cómo puedo hacer referencia a la configuración de afinidad que se utiliza para un periodo de tiempo en el pasado sin tener que grabarla y almacenarla en mis notas personales?**

R: Vaya al archivo de Digital Recommendations. Verá una lista de todos los archivos de Digital Recommendations que se han enviado durante los últimos 90 días. Si pulsa en el icono de comentario amarillo que se encuentra junto a cada exportación, se muestra una ventana con la configuración de afinidad que se utiliza para cada archivo Digital Recommendations. Esta información también se encuentra en la fila de la cabecera del archivo de la oferta.

**P. Al definir etiquetas para realizar el rastreo del rendimiento de la venta cruzada, si utilizo categorías virtuales para el informe de categoría del producto, ¿no se extraerán las ventas de mis categorías de producto? Me gustaría tener un informe que me permita ver el total de ventas por categoría de producto. También me gustaría realizar el rastreo del rendimiento de la venta cruzada. ¿Qué debo hacer?**

R. El informe de ventas de Digital Analytics está pensado para que esté disponible un análisis de cómo los visitantes buscan, ven, incluyen en la cesta y compran productos. Aquí se pueden incluir categorías de navegación, así como ventas cruzadas, búsquedas, listas de deseos, etc. El informe de productos de empresa de Digital Analytics proporciona un informe en el que un artículo solo puede residir en una única categoría. Este informe muestra métricas según la categoría del producto. El informe de productos de empresa está incluido en Digital Recommendations. Requiere dos archivos que se vayan a cargar y que son similares al archivo CDF que soporta el informe de categoría del producto. Consulte el sitio de soporte de Digital Analytics para ver el *informe de solución del informe de productos de empresa*.

**P. Tengo varios pasos en mi plan de recomendación. ¿Cómo sé con qué frecuencia se utiliza cada paso para presentar recomendaciones a los visitantes?**

R: Existe un valor que se envía en el mensaje de respuesta de Digital Recommendations denominado valor simbólico de destino que indica la fila en el plan de recomendaciones que se ha utilizado para obtener recomendaciones. El valor simbólico de destino se puede llenar en una etiqueta de Digital Analytics como la etiqueta de elemento o en un campo adicional de producto visto para activar ese informe.

## Problemas comunes y resolución

**P. ¿Por qué son incorrectos los resultados de mi regla empresarial?**

R. Esto se pudo haber producido por diferentes motivos:

- Compruebe la interfaz de reglas para asegurarse de que la regla está configurada correctamente. Muchos clientes han configurado reglas para "eliminar todos los artículos que NO estén en venta" cuando la intención era "eliminar todos los artículos en venta".
- Al introducir un valor en la herramienta de reglas, asegúrese de que el valor coincide exactamente con los valores cargados a través de los archivos del informe de productos de empresa. Por ejemplo, si la regla excluye todos los productos en los que Marca es igual a Channel pero el valor del archivo EPCMF es CHANNEL, el motor de la regla no excluirá el artículo.

- Asegúrese de que los archivos del informe de productos de empresa estén actualizados. Muchos problemas de reglas de los que se ha hecho un informe son resultado de archivos del informe de productos de empresa no actualizados.
- Obtenga la última copia de los archivos del informe de productos de empresa. Para los productos en cuestión, inspeccione los valores en los archivos del informe de productos de empresa. ¿Poseen los valores correctos para dar soporte a las reglas? ¿Los datos son antiguos? Los valores que se han especificado en minúscula, ¿están ahora en mayúscula en la herramienta de reglas? ¿Existe algún espacio adicional en la regla o son los datos del informe de productos de empresa los que provocan una no coincidencia? Estas son la primera, la segunda y la tercera causas más comunes de los problemas de reglas que no funcionan correctamente.
- Intente comprender la política de reglas empresariales, las implicaciones de los datos de atributo que faltan y la configuración de esta política. El valor predeterminado es falso y no será diferente a menos que el cliente le haya solicitado a Coremetrics que se lo cambie.

**P. ¿A qué es debido que algunos o muchos destinos no tienen recomendaciones pero otros tiene solamente un par de recomendaciones?**

R. Esto se pudo haber producido por diferentes motivos:

- La capacidad de Digital Recommendations de generar recomendaciones depende de la cantidad de tráfico que un producto obtiene en el periodo de duración de análisis del conjunto de datos y el grado en el que las reglas empresariales eliminan productos. Entender esto es un punto de inicio clave para resolver el problema.
- Cuando se hayan definido las reglas empresariales, vaya al separador de vista previa de reglas para la oferta seleccionada. La información en la tabla ayudará a comprender mejor el grado en el que una regla específica está eliminando productos de las recomendaciones. Si una regla está eliminando todos los productos o más de los esperados, esto puede proporcionar un punto de inicio para la investigación.
- Si una regla está eliminando muchas recomendaciones, considere la posibilidad de suavizar la regla o eliminarla completamente. Aunque algunas reglas son necesarias, muchos clientes conceptualizan aquellas que son más experimentales en sí. En algunos casos, más reglas equivale a menos recomendaciones, lo que significa una menor subida de los ingresos.
- Para cualquier regla que se aplique a todos los productos de destino, considere si la regla debe aplicarse de verdad a todos los productos de destino. Para alcanzar el resultado deseado, tenga en consideración aplicar la regla a una categoría específica de productos que impidan que la regla actúe contra más de los productos necesarios.
- Si un producto tiene recomendaciones limitadas y las reglas no parecen ser el origen, vaya al informe de categoría del producto y defina el periodo de duración del informe para que coincida con el periodo de duración de análisis de datos de la oferta que se está investigando. Busque el producto en cuestión y mire cuántas vistas y compras ha recibido en ese periodo de tiempo. Si el producto recibe una interacción mínima, Digital Recommendations probablemente no tenga datos suficientes en los que basar recomendaciones. Considere la posibilidad de extender el periodo de duración de análisis de datos para que se capturen más datos. Recuerde que el periodo de duración ideal del análisis de datos es la ventana más corta que obtiene la cantidad deseada de cobertura de recomendación.
- Compruebe las ponderaciones de afinidad. Si la vista por vista se establece en 0, desactivará la gran mayoría de los datos disponibles para realizar recomendaciones. Considere la posibilidad de abrir esto con una pequeña ponderación de al menos 5 o 10 y volver a ejecutar la oferta para evaluar el impacto.
- Las ventas de productos de destino son bajas y pueden no generar recomendaciones. Utilice el proceso de recesión.
- Compruebe los datos del informe de productos de empresa. ¿Se han definido correctamente las categorías en el archivo ECDF? ¿Se han proporcionado atributos de forma coherente para todos los productos?

**P. ¿Por qué mis recomendaciones de venta cruzada muestran una cafetera con ropa?**

R. Las ventas cruzadas que no tienen sentido se producen cuando un producto de destino tiene muy pocas ventas y se compra con artículos al azar. Cree una regla para asegurarse de que esto no vuelva a suceder, como por ejemplo mostrar solo ropa de hombre con ropa de hombre.

La mayoría de los problemas se pueden identificar con la característica de vista previa.

## Visión general del proyecto

Describe el proceso general para implementar Product Recommendations y un plan de proyecto de ejemplo con más detalle.

*Tabla 35: Visión general del proyecto .*

<b>Paso</b>	<b>Tiempo estimado para completarse</b>	<b>Acciones de IBM</b>	<b>Acciones del cliente</b>
Configuración	hasta 3 días	<ul style="list-style-type: none"><li>• Activar el módulo tras la finalización de la modificación del contrato: 2 días</li><li>• Proporcionar versiones actualizadas de los archivos de biblioteca necesarios: 2 días</li><li>• Distribuir un kit de bienvenida con documentación que cubre indexación, preguntas más frecuentes y otro material de referencia: 1 día</li></ul>	Completar la encuesta del cliente antes del inicio: 3 días.

Tabla 35: Visión general del proyecto . (continuado)

Paso	Tiempo estimado para completarse	Acciones de IBM	Acciones del cliente
Preparación para la producción	hasta 4 semanas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reunión inicial: introducir la aplicación, revisar la documentación, discutir la estrategia, revisar las entradas de datos de clientes: 1 día</li> <li>Consultar la estrategia de ofertas y las reglas empresariales: hasta 1 semana</li> <li>Auditoría/ recomendación sobre etiquetas comerciales de clientes para el funcionamiento correcto de Digital Recommendations.</li> <li>Crear planes y zonas de ofertas y recomendaciones hasta que la estrategia finalice: hasta 3 días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producir archivos de datos necesarios para reglas empresariales y mostrar datos: hasta 3 semanas</li> <li>Planear una estrategia de oferta para las áreas del sitio web: 4 días</li> <li>Cientes de recomendaciones de entrega dinámica: página web de código para solicitar, recibir y mostrar recomendaciones dinámicas: hasta 3 semanas</li> <li>Cientes de entrega de archivo sin formato: base de datos del plan para almacenar recomendaciones: hasta 2 semanas</li> </ul>
Producción	1 día y en curso	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar formación de análisis: 3 días</li> <li>Asistir con problemas y preguntas posteriores al inicio: hasta 3 días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear informes y analizar datos en la aplicación analítica: hasta 1 semana</li> <li>Utilizar el servicio de soporte al cliente de IBM para la asistencia 24x7, formación basada en demanda y chat en vivo.</li> </ul>

Tabla 36: Plan de proyecto de ejemplo

Tarea #	Acción	Descripción	Propietario	Notas
1	Archivo de biblioteca io.js creado	Se proporciona un archivo de biblioteca al cliente. Si está utilizando bibliotecas alojadas Digital Analytics ejecutará la actualización.	Digital Analytics	Confirme que se crea la biblioteca.
2	Crear ofertas	Crea una oferta real (dinámica) y un plan de recomendaciones en la interfaz de usuario para realizar pruebas y para los usos habituales.	Digital Analytics	

Tabla 36: Plan de proyecto de ejemplo (continuado)

Tarea #	Acción	Descripción	Propietario	Notas
3	Crear el informe de producto de empresa (EPR)	Cree y exporte el Enterprise Category Definition File y Enterprise Product Content Mapping File.	Su organización	Verifique que los archivos ECDF y EPCMF estén creados antes de importar.
4	Atribución / argumento	Averigüe qué argumentos se han de pasar o mostrar en la capa de presentación de las recomendaciones.	Su organización y Digital Analytics	El ID del producto y el ID de categoría que se han de pasar, su organización maneja otros atributos que se utilizan en la capa de presentación.
5	Determinar las reglas empresariales	Se puede utilizar reglas empresariales con ofertas para excluir, desacentuar o promocionar elementos de las recomendaciones.	Su organización y Digital Analytics	
6	Crear planes de recomendaciones y zonas de sitio web	Se crea en la interfaz de usuario una estrategia de varios pasos para definir destinos y áreas donde las recomendaciones aparecen en el sitio web.	Su organización y Digital Analytics	
7	Formación técnica	Una revisión del código que se utiliza con Digital Recommendations, que incluye solicitudes de recomendación, cmDisplayRecs y las funciones de relleno de zona.	Su organización y Digital Analytics	Se recomienda crear una zona para fines de prueba de ofertas.
8	Categorización virtual	Añada categorías virtuales al Category Definition File y al sitio web para que se pueda realizar un seguimiento a Digital Recommendations y se puedan ejecutar los informes.	Su organización	
9	Formación	Formación en el uso de la característica de creación de ofertas, reglas e informes básicos.	Digital Analytics	
10	Análisis posterior	Se crea y se envía un documento de análisis posterior a su organización.	Digital Analytics	Realiza un análisis posterior a la habilitación de Digital Recommendations con métricas destacadas y KIP.

Tabla 36: Plan de proyecto de ejemplo (continuado)

Tarea #	Acción	Descripción	Propietario	Notas
11	Soporte continuado de Digital Analytics	Su organización tendrá acceso a la base de conocimiento de Digital Analytics, materiales de formación, soporte (incluido el soporte de tickets para preguntas técnicas y de tipo "cómo..." y chat en vivo).		<p>Soporte en línea de Digital Analytics:<a href="https://support.coremetrics.com">https://support.coremetrics.com</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soporte técnico en línea</li> <li>• Solicitud de soporte técnico</li> <li>• Chat en vivo con analista de negocios</li> <li>• Acceso a conferencias web y a cursos grabados de antemano</li> </ul>

## Preparación del proyecto

La preparación del proyecto es clave para obtener una implementación sin problemas de Digital Recommendations.

Para facilitar un proceso de implementación sin problemas, los siguientes elementos de preparación pueden ser útiles.

- Cargue las bibliotecas de Digital Analytics actualizadas en su sitio de producción. Si utiliza archivos de biblioteca alojados quedará actualizado automáticamente.
- Revise el kit de bienvenida. Es recomendable tener un cierto conocimiento de los términos de la guía del usuario y guía de configuración de IBM Digital Recommendations.
- Debe saber cómo desea implementar las recomendaciones (recomendaciones estáticas o dinámicas, las ubicaciones del sitio como por ejemplo producto, categoría, cesta o página de inicio).
- Prepare una estrategia de oferta de alto nivel que refleje las entradas de accionistas, por lo general gestores de ventas. Las consideraciones para la estrategia de oferta incluyen las consideraciones de atributos. Se pueden especificar hasta 50 atributos para recomendaciones de producto. Los siguientes son algunos atributos (y ejemplos) comunes.
  - Precio: recomiende artículos de rebajas únicamente con otros artículos de rebajas, no recomiende productos que sean inferiores a un determinado porcentaje de artículos en una cesta.
  - Marca: no recomiende productos de la marca X con productos de la marca Y.
  - Niveles de existencias: no recomiende un artículo si hay menos de un número específico en un inventario.
  - Categoría: muestre vestidos con vestidos, no vestidos con sudaderas.
  - Imagen: ¿se mostrarán las imágenes con las recomendaciones?
- Determine si proporcionará dato (Enterprise Product Content Mapping File) completo con cada importación o proporcionará datos modificados en cada carga. Como práctica recomendada, se le recomienda que cargue todo el catálogo cada vez.
- Cuando se añaden nuevos elementos y no hay datos de historial suficientes para ofrecer recomendaciones, ¿desea recomendar los más vendidos por categoría?
- Identifique las excepciones a la estrategia que necesiten ser tratadas con un regla. Por ejemplo, para todos los monederos, muestre otros monederos a menos que su precio se mayor de 500€. Si el precio del monedero supera los 500€, muestre otros monederos de la categoría Diseñador.
- Identifique los orígenes de datos necesarios o archivos de entrada para datos de reglas empresariales.
- Identifique los participantes del proyecto interno como el gestor de proyectos, recursos de TI y gestores de ventas.
- Establezca la fecha aproximada en la que desea iniciar Digital Recommendations.

- Determine los requisitos de categorización virtual que capturan la categorización de alto nivel para realizar informes de mercado. Por ejemplo, la captura de métricas en **también le puede interesar, los más vendidos**.

**Nota:** No existen requisitos adicionales o especiales para la definición de etiquetas para que soporten Digital Recommendations si también utiliza Digital Analytics. Si no está utilizando Digital Analytics desea utilizar Digital Recommendations, deberá definir un conjunto mínimo de etiquetas para su sitio. Consulte a un representante de Digital Analytics para obtener documentación e instrucciones.

Estos temas son útiles para discutir internamente antes del inicio del proyecto. El asesor del cliente de Digital Analytics trabaja con usted para formular el método para el proyecto y tratar algunas cuestiones. El asesor del cliente también revisará si son necesarios algunos ajustes para la estrategia.

## Implementación de recomendaciones dinámicas

Los pasos principales para implementar recomendaciones dinámicas con Digital Recommendations se muestran a continuación.

### Procedimiento

1. Determine las ubicaciones de sitio específicas y las zonas de sitio Digital Recommendations que se han de utilizar.
2. Determine qué información es necesaria en el mensaje de respuesta de Digital Recommendations. Las preguntas para responder son:

- Si solamente proporciona un ID de producto, ¿se presentará todo el contenido necesario para las recomendaciones en el mensaje de respuesta Digital Recommendations?
- ¿Existe algún requisito para un nombre de artículo, ubicación de imagen de miniatura, web de destino de página de productos u otra información?
- ¿El contenido adicional se encuentra por encima del ID del artículo necesario? Si es así, debe proporcionar el contenido adicional a Digital Analytics en el canal de información como atributos adicionales en el Enterprise Product Content Mapping File.

El asesor de cliente de Digital Recommendations debe configurar Digital Recommendations para incluir solo los atributos necesarios para presentar el contenido en el mensaje de respuesta de Digital Recommendations.

3. Si es necesario contenido adicional en el mensaje de respuesta, determine qué contenido es obligatorio y cuál opcional, si lo hay.

El asesor del cliente configurará Digital Recommendations para eliminar las recomendaciones en las que, por ejemplo, la ubicación de la imagen de miniatura está ausente.

4. Asegúrese de que su asesor haya configurado las zonas de Digital Recommendations y las ofertas de ejemplo.
5. Compruebe si dispone de la Biblioteca y las páginas HTML de muestra de Digital Recommendations para contribuir con las actividades de desarrollo.

La página HTML de ejemplo es una página muy simple que demuestra cómo solicitar y presentar recomendaciones y es un ejemplo de funcionamiento que utiliza sus datos de recomendaciones. Los clientes que utilizan bibliotecas alojadas de Digital Analytics se actualizarán automáticamente.

6. Realice una prueba completa de la implementación de Digital Recommendations.

Asegúrese de que el contenido se muestra tal como estaba previsto en todas las zonas del sitio antes pasar a producción. Asegúrese de que la zona no muestra ningún contenido y que es invisible en la página si la respuesta de la red de entrega de contenido proporciona "\_NR\_" como valor para el valor simbólico de destino.

## Información adicional de contacto

Para recomendar mejoras en el producto, póngase en contacto con IBM en: [cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)

Si necesita ayuda del producto, póngase en contacto con el centro de soporte al cliente de IBM: <https://support.ibmcloud.com>

También puede ponerse en contacto con la oficina de IBM de su área geográfica.

EE.UU.	
<p>IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673</p>	<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673</p>
<p>IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673</p>	
Europa	
<p>IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ Reino Unido Tel: 020 8867 8003</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohause 17 D-20097 Hamburg Alemania Tel: 0800-180-2597</p>
<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tel: 0800 91 4912</p>	
Asia-pacífico	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIA (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE</p>

### IBM agradece sus comentarios

Puede enviar los comentarios a la siguiente dirección.

IBM Bay Area Lab  
1001 E Hillsdale Boulevard

Foster City, California 94404  
EE.UU.

Puede enviarnos comentarios electrónicamente utilizando uno de los siguientes métodos:

**Gratuito (EE.UU.)**

1+866-493-2673

**Centro de soporte:**

<https://support.ibmcloud.com>

**World Wide Web:**

[www.ibm.com/marketing-solutions/](http://www.ibm.com/marketing-solutions/)

En caso de que quiera una respuesta, asegúrese de incluir su nombre, dirección, número de teléfono o fax. Asegúrese de incluir la siguiente información en su comentario o nota:

- Título de este documento
- Número de página o tema relacionado con el comentario

Cuando envía información a IBM, otorga a IBM un derecho no exclusivo a utilizar o distribuir dicha información en la forma en que IBM considere adecuada, sin contraer por ello ninguna obligación con el remitente.

## Soporte

---

### Centro de soporte

El sitio de soporte de se encuentra en <https://support.ibmcloud.com> o pulse el enlace de soporte en la barra de menús de la aplicación.

El sitio del centro de soporte contiene lo siguiente:

- **Una base de conocimiento direccionable** para responder preguntas y proporcionar acceso instantáneo a documentos esenciales, como guías de implementación, glosarios de métricas, guías del usuario, notas del release, etc.
- **Herramientas educativas**, tales como formaciones basadas en web y seminarios web de archivos.
- **Información de marketing** que incluye estudios de casos, libros blancos y eventos próximos, como la Cumbre de los clientes.
- **Notificaciones** de soporte técnico.
- **Rastreo de problemas** desde la creación de un tíquet pasando por su resolución para tener un acercamiento completo al estado de sus consultas.
- **Comentarios** para que pueda ofrecer sugerencias para mejorar el sitio de soporte. (Envíe comentarios acerca de las aplicaciones de a [feedback@coremetrics.com](mailto:feedback@coremetrics.com)).
- **Chat** para que pueda contactar con uno de nuestros representantes Prácticas recomendadas al instante.

## Glosario

---

### A

#### Archivo de definición de categorías (CDF)

Un archivo que define la estructura de jerarquía de categorías en el sitio de su categoría del sitio web con la adición de categorías virtuales para realizar un seguimiento de los artículos que se han vendido con la búsqueda en el sitio, con las recomendaciones del producto o con otros métodos distintos de la navegación para encontrar y comprar productos.

## Artículo

Un artículo es un producto exclusivo de su catálogo.

## Artículos recomendados

Los artículos finales que se están recomendando para las categorías o los artículos de destino después de procesar las funciones de personalización y las reglas empresariales.

## Atributos

Los atributos corresponden a información concreta del producto, por ejemplo, el precio, el nombre de la marca o el margen. Los atributos se evalúan por reglas empresariales cuando Digital Recommendations calcula las ofertas. Cuando utiliza recomendaciones dinámicas, los pares atributo/valor pueden incluirse en los datos de respuesta que Digital Recommendations envía al sitio web para ayudarle a visualizar los elementos recomendados.

## C

### Candidato de recomendación

Producto que pasa a ser el candidato de la recomendación para la categoría o el producto de destino. Una regla empresarial, funciones de personalización o su baja puntuación relativa a otras recomendaciones lo podría apartar más tarde.

### cmDisplayRecs

Función de JavaScript que debe seguir inmediatamente a la lista de llamadas *cmRecRequest* en una página. Cuando se recibe esta llamada, el servicio de Digital Recommendations procesa el algoritmo de personalización, elimina productos duplicados y pasa los conjuntos finales de recomendaciones a las funciones de población de zona del cliente en la página.

### cmRecRequest

La función JavaScript que solicita recomendaciones de producto. Los parámetros de *cmRecRequest* son un ID de zona, un ID de producto de destino, un ID de categoría de destino, una Función aleatoria y un Término de búsqueda.

### cmSetSegment

La función JavaScript identifica el segmento o grupo al que está asociado un visitante.

### Configuración de oferta

La configuración de la oferta define la frecuencia con la que se actualiza una oferta (mensualmente, semanalmente, diariamente), la cantidad de datos que se tienen en consideración, el conjunto de productos para los que se generarán recomendaciones, el número de recomendaciones por producto (solo archivo sin formato) y el método de entrega. Las ofertas se pueden entregar a través de un archivo sin formato o un archivo dinámico, a través del servicio de recomendaciones de Digital Recommendations para su integración directa con la capa de presentación de los sitios web.

### Conjunto de reglas

Una selección de artículos de destino con el correspondiente conjunto de reglas. Las reglas en el conjunto de reglas únicamente se aplican a los destinos definidos en el conjunto de reglas. Configure las reglas y los conjuntos de reglas en el separador Reglas de una oferta.

### Cookie de personalización de Digital Recommendations

Esta cookie se utiliza para mantener listas ordenadas de los artículos visualizados últimamente, la cesta y los artículos comprados y las categorías visualizadas más recientemente. Se mantiene el número de categorías asociadas de los productos visualizados para ayudar a entender una preferencia de categoría del visitante. Esta cookie se actualiza en tiempo real utilizando un enlace a las bibliotecas analíticas de IBM Digital Analytics.

## D

### Datos de reglas empresariales

Datos de categorías y los datos de atributos del producto que carga en Digital Analytics mediante archivos de informe de productos de empresa (EPCMF y ECDF). Estos datos habilitan el proceso de reglas de exclusión para permitir atributos de producto, categoría, precio o margen, entre otros, controlados por reglas empresariales.

## Destino

Artículo o categoría de los que se generarán recomendaciones.

## Destinos de reglas

Los artículos de destino para los cuales se aplican las reglas empresariales de una oferta. Una regla puede aplicarse a todos los destinos o a los destinos que estén definidos según la categoría, los atributos o ID de artículo. Por ejemplo, una regla se podría aplicar únicamente a aquellos artículos de una categoría específica.

## E

### eluminate.js

Archivo de biblioteca de Digital Recommendations, que maneja la creación y la gestión de cookies de personalización de Digital Recommendations y la ejecución de las funciones *cmRecRequest* y *cmDisplayRecs*. Este archivo únicamente se proporciona a aquellos clientes que utilizan bibliotecas de Digital Analytics alojadas localmente. Este archivo no se proporcionan a los clientes que están utilizando bibliotecas alojadas por Digital Analytics.

### Entrega de recomendaciones

Product Recommendations ofrece la flexibilidad para entregar una lista fija de recomendaciones a través de la entrega dinámica o de archivos sin formato. Esta entrega del archivo sin formato le permite publicar recomendaciones estáticas seleccionadas. La entrega dinámica le permite publicar recomendaciones de forma rotatoria que se basan en parámetros configurables. Ambos métodos de entrega generan recomendaciones sólidas y ayudan en la realización de ventas adicionales.

### Entrega de recomendaciones de archivo sin formato

Uno de los dos mecanismos de entrega de recomendaciones, este método entrega una lista fija de recomendaciones en un archivo sin formato, lo que significa que las recomendaciones pueden integrarse con canales fuera de línea o aplicaciones personalizadas, tales como centros de llamadas, catálogos en papel y quioscos dentro de tienda. Consulte también, Recomendaciones dinámicas.

### Etiqueta de elemento (cmCreateElementTag)

La etiqueta de elemento se utiliza para realizar un seguimiento del contenido de las páginas. También es la función que pasa campos adicionales para utilizarlos con ofertas de contenido del elemento en Digital Recommendations.

### Etiqueta de página vista (cmCreatePageViewTag)

La etiqueta Página vista se utiliza para capturar datos de trayectoria de navegación cuando el visitante se mueve de una página a otra en el sitio. También es la función que pasa campos adicionales para utilizarlos con ofertas de contenido de la página en Digital Recommendations.

## F

### Función de población de zona

Función de JavaScript que el diseñador web Digital Recommendations codifica para representar las recomendaciones en la página web del cliente. Se pasan catorce argumentos a la función de población de zona para ayudar en la representación. El diseñador web debe codificar el cuerpo de la función para que las recomendaciones se visualicen de un modo coherente con el diseño del sitio web.

## I

### ID de zona

ID de 8 caracteres, determinado por el equipo web, que identifica una zona de sitio web individual. El ID de zona es una de las variables que la función *cmRecRequest* pasa cuando solicita una lista de recomendación.

### Informe de productos de empresa (EPR)

Informe que también incluye un proceso de importación de datos de categorías y productos en Digital Recommendations y en otras aplicaciones de Digital Analytics. Esta función se incluye con Digital Recommendations. Los archivos ECDF y EPCMF están asociados con el informe de productos de empresa (EPR):

- ECDF (Enterprise Category Definition File). Archivo que se utiliza para importar información que Digital Recommendations utiliza para procesar recomendaciones. Define una estructura de categorías donde los artículos pueden residir únicamente en una categoría padre. Debe contener todas las categorías incluidas en el archivo EPCMF y todas las categorías padre.
- EPCMF (Enterprise Product Content Mapping File). Archivo que define cada producto, la categoría a la que pertenece (que también debe estar en el Enterprise Category Definition File) y hasta 50 atributos sobre cada producto.

## O

### Oferta

Conjunto de valores que incluye tipos de oferta (Producto, Categoría, Búsqueda), ponderaciones de afinidad de algoritmo, periodos de tiempo del análisis de datos y reglas empresariales que genera una lista de artículos recomendados.

## P

### Periodo de tiempo de análisis de datos

Número de días previos correspondientes a los datos que se procesarán al generar recomendaciones.

### Personalización del visitante individual

Ni dos visitantes tienen los mismos intereses ni muestran patrones de compra idénticos. Digital Recommendations crea perfiles de visitante individual amplios basándose en el historial y en datos de sesión para presentar automáticamente a cada comprador un conjunto exclusivo de recomendaciones. Incluso visitantes desconocidos reciben recomendaciones altamente relevantes basadas en algoritmos probados basados en la **Sabiduría del grupo** de Digital Recommendations. Ya que los perfiles de visitante se crean en tiempo real, las recomendaciones se pueden personalizar rápidamente, lo que permite a Digital Recommendations optimizar las recomendaciones para cada visitante. Además de optimizar de forma automática la página de productos, las recomendaciones de la cesta y las recomendaciones de categoría al visitante individual, se pueden definir zonas de recomendación específicas para ofrecer recomendaciones basadas en los comportamientos del visitante. Estos comportamientos incluyen.

- Recomendaciones basadas en un artículo que el visitante haya incluido recientemente en la cesta.
- Recomendaciones basadas en un artículo que el visitante haya comprado recientemente.
- Artículos más vendidos de una categoría de interés para el visitante.
- Recomendaciones basadas en un artículo que el visitante haya visualizado recientemente.

### Plan de recomendaciones

El mecanismo para asignar ofertas a zonas de sitio para las recomendaciones dinámicas. Además, se pueden configurar destinos de recesión y ofertas de recesión en caso de que las recomendaciones para un artículo no estén disponibles, y especificar el texto de la cabecera a visualizar en el banner de la zona.

### Ponderaciones de afinidad

Las ponderaciones de afinidad controlan la ponderación de cuatro puntos de datos clave en el algoritmo de venta cruzada de productos. Esta función permite ajustar el algoritmo para que considere un rango de patrones de comportamiento del cliente y combinaciones de productos para modificar la salida para modificar distintos estilos de recomendaciones. Por ejemplo, las recomendaciones de afinidad para los artículos que los clientes visualizan al mismo tiempo entregarán recomendaciones de artículos similares. Las recomendaciones de ponderación basadas en artículos que se han adquirido en su conjunto entregarán recomendaciones de productos entre categorías. Las ponderaciones de afinidad proporcionan controles para dirigir un rango de consideraciones. Cambiar las ponderaciones de cada tipo de afinidad puede alterar de forma dramática las recomendaciones generadas para cada producto.

### Prueba A/B

Herramienta diseñada específicamente para ejecutar pruebas de división A, B, C y D y determinar el efecto de diferentes configuraciones de Digital Recommendations en conversiones e ingresos de sitios web. Puede utilizar la prueba A/B para probar ponderaciones de afinidad para algoritmos

alternativos, reglas empresariales, ubicaciones de zonas de sitios web (en la parte visible o no) y el número de recomendaciones entregadas a una zona específica del sitio web.

### **Puntuación de afinidad**

Puntuación que comprende la probabilidad relativa de un artículo recomendado que tiene una afinidad específica con un artículo de destino. Digital Recommendations calcula cuatro puntuaciones de afinidad distintas y a continuación las utiliza para calcular el índice de afinidad para cada artículo recomendado.

## **R**

### **Recomendación de imagen**

Una recomendación de imagen utiliza el método de entrega dinámica para entregar las recomendaciones como imágenes HTML con valores de atributos como el nombre del producto. Cada imagen proporciona un enlace con la página del producto en su sitio web para dicho artículo recomendado.

El uso primordial de las recomendaciones de imagen es para las campañas de correo electrónico. El objetivo de este tipo de recomendación es un artículo del mensaje de correo electrónico y, a continuación, general la lista de artículos recomendados cuando el destinatario del correo electrónico abre el mensaje.

### **Recomendaciones basadas en términos de búsqueda**

Las recomendaciones basadas en términos de búsqueda permiten a los equipos de ventas mejorar dos problemas de empresa: las páginas de destino de búsqueda de pago no siempre son relevantes y los sitios web y los resultados de búsqueda en sitio web que no aprenden del comportamiento del visitante. Digital Recommendations determina los mejores productos para recomendar a los visitantes que buscan con una consulta como "polo para pesca" o "zapatillas deportivas". Para cada término de búsqueda, una vista de todos los canales de información de tráfico de búsqueda (pago, natural y en sitio web) alimenta el algoritmo de Digital Recommendations. Esta vista agregada de los datos de interacción del cliente por todas las fuentes de búsqueda asegura el conjunto de datos subyacentes más completo para una única solicitud de cliente. Las recomendaciones basadas en búsqueda se pueden presentar en el marketing de motor de búsqueda (SEM) o en las páginas de resultados de búsqueda en sitio web y otras ubicaciones como la página de inicio.

### **Recomendaciones de artículos más vendidos**

Estas recomendaciones permiten que el comerciante especifique las categorías clave de productos que se deben presentar en páginas, tales como la página de inicio, la página sin resultados de la búsqueda o la página de la cesta vacía. Los  $n$  artículos más vendidos ( $n$  es un número configurable) se extraen de cada una de las categorías clave y son presentadas al visitante de modo que cada categoría obtiene representación a través de las recomendaciones de los artículos más vendidos. Como resultado, los artículos que se venden mejor, los que tienen la tasa de conversión más alta de las categorías de sitio clave se comercializan para visitantes desconocidos. De forma opcional, el orden en el que se presenta la recopilación de recomendaciones de productos más vendidos se puede determinar de manera aleatoria al cargar la página pasando "R" como la cuarta variable en la función *cmRecRequest*.

### **Recomendaciones de categoría**

Recomendaciones basadas en los artículos más vendidos del sitio clasificados por ventas de unidades o por valor monetario. Estos artículos más vendidos se agrupan en categorías que se definen en el archivo Enterprise Category Definition File). Estas recomendaciones se pueden presentar en varios lugares en el sitio web. Las opciones de configuración le permiten modificar los resultados de los artículos más vendidos de categoría. Por ejemplo, los visitantes encuentran los artículos más vendidos independientemente de dónde se colocan en el sitio web, por lo que es posible que prefiera eliminar de las recomendaciones el 5%, 10% o 20% de los artículos más vendidos. Esto permite presentar productos adicionales que es posible que los clientes no encuentre por su cuenta de otro modo. Los artículos más vendidos del sitio también se pueden configurar para utilizarlos en la página de inicio, en la página sin resultados de la búsqueda o en la página de la cesta vacía.

### **Recomendaciones de recesión**

Las recomendaciones de recesión se utilizan cuando existe un historial datos de comportamiento limitado para un producto, cuando reglas empresariales estrictas eliminan el número solicitado de

recomendaciones finales o cuando las recomendaciones no están disponibles para el destino especificado para la solicitud *cmRecRequest*. Existen dos procesos de recesión. El primer proceso de recesión se produce cuando se procesan los datos de comportamiento de **Sabiduría de los grupos**. Cuando no hay datos de comportamiento de sitio suficientes para completar el número de recomendaciones solicitadas o si las reglas empresariales eliminan las recomendaciones, los artículos más vendidos de la categoría del informe de productos de empresa del producto de destino se utilizan como las recomendaciones predeterminadas. Se inicia un proceso de recesión secundario en el caso de que las recomendaciones no estén disponibles cuando se realicen solicitudes de recomendaciones dinámicas desde el sitio web del cliente. La secuencia de pasos en el plan de recomendación se utiliza para personalizar el proceso de recesión de cada solicitud.

#### **Recomendaciones dinámicas**

Uno de los dos mecanismos de entrega de recomendaciones, este método entrega recomendaciones dinámicas (variable) en base a una lógica predefinida (como los artículos más vendidos o restricciones de precios) directamente a sus sitios web. Consulte también las recomendaciones de archivo sin formato.

#### **Red de entrega de contenido (CDN)**

Mecanismo de entrega de recomendaciones dinámicas para el sitio web. Este servicio corresponde al método de entrega dinámica de Digital Recommendations.

#### **Reglas empresariales**

Utiliza reglas empresariales para establecer unos límites mayores en la salida de la recomendación. Las reglas de exclusión eliminan productos, las reglas de promoción fuerzan las recomendaciones de productos y las reglas de desacentuación mueven los productos a la parte de atrás de la lista de candidatos de recomendaciones en lugar de excluirlos. Las reglas se pueden configurar de manera global (a nivel de categoría) o por atributo de producto. Los datos que evalúan las reglas son los datos empresariales que carga en el sistema en archivos de importación. Las reglas empresariales siempre se definen para aplicarlas a un conjunto de productos de destino.

## **T**

#### **Tasa de afinidad del producto**

Puntuación total de afinidad que se utiliza para clasificar productos que se recomiendan para cada producto de destino específico.

## **V**

#### **Venta ascendente**

Recomendación de productos similares de precio más elevado a un cliente que está considerando una compra.

#### **Venta cruzada**

Recomendación de productos similares o relacionados que se ofrece al cliente que está considerando una compra.

## **Z**

#### **Zona**

Área en una o varias páginas web en las que se ofrecerán recomendaciones.

## **Avisos**

---

Esta información se ha desarrollado para productos y servicios que se ofrecen en EE.UU.

Es posible que IBM no ofrezca los productos, servicios o funciones que se tratan en este documento en otros países. Póngase en contacto con su representante local de IBM para obtener más información sobre los productos y servicios disponibles en su zona. Las referencias a programas, productos o servicios de IBM no pretenden establecer ni implicar que sólo puedan utilizarse dichos productos, programas o servicios de IBM. En su lugar, se puede utilizar cualquier producto, programa o servicio funcionalmente

equivalente que no infrinja ninguno de los derechos de propiedad intelectual de IBM. Sin embargo, es responsabilidad del cliente evaluar y verificar el funcionamiento de cualquier producto, programa o servicio que no sea de IBM.

IBM puede tener patentes o solicitudes de patentes pendientes que cubran el tema principal descrito en este documento. La entrega de este documento no le otorga ninguna licencia sobre dichas patentes. Puede enviar consultas sobre licencias, por escrito, a:

*IBM Director of Licensing  
IBM Corporation  
North Castle Drive, MD-NC119  
Armonk, NY 10504-1785  
Estados Unidos de América*

Para consultas sobre licencias relacionadas con información del conjunto de caracteres de doble byte (DBCS), póngase en contacto con el departamento de propiedad intelectual de IBM de su país o envíe sus consultas, por escrito, a:

*Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law  
IBM Japan Ltd. 19-21,  
Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku  
Tokyo 103-8510, Japón*

**El párrafo siguiente no se aplica al Reino Unido ni a ningún otro país donde estas disposiciones sean incompatibles:** INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION PROPORCIONA ESTA PUBLICACIÓN "TAL CUAL" SIN GARANTÍAS DE NINGÚN TIPO, NI EXPLÍCITAS NI IMPLÍCITAS, INCLUYENDO PERO NO LIMITÁNDOSE A ELLAS, LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE NO VULNERACIÓN, COMERCIALIZACIÓN O IDONEIDAD PARA UN FIN CONCRETO. Algunos países no permiten la renuncia a garantías explícitas o implícitas en determinadas transacciones, por lo que puede que esta declaración no sea aplicable en su caso.

Esta información puede incluir imprecisiones técnicas o errores tipográficos. Periódicamente se efectúan cambios en la información incluida; estos cambios se incluirán en nuevas ediciones de la publicación. IBM puede realizar en cualquier momento mejoras o cambios en los productos o programas descritos en esta publicación sin previo aviso.

Todas las referencias hechas en este documento a sitios web que no son de IBM se proporcionan únicamente para su información y no representan en modo alguno una recomendación de dichos sitios web. Los materiales de dichos sitios web no forman parte de los materiales para este producto de IBM y el uso de dichos sitios web corre a cuenta y riesgo del Cliente.

IBM puede utilizar o distribuir cualquier información que se le proporcione en la forma que considere adecuada, sin incurrir por ello en ninguna obligación para con el remitente.

Los titulares de licencias de este programa que deseen obtener información sobre el mismo con el fin de permitir: (i) el intercambio de información entre programas creados independientemente y otros programas (incluido éste) y (ii) el uso mutuo de información que se haya intercambiado, deben ponerse en contacto con:

*IBM Director of Licensing IBM Corporation  
North Castle Drive, MD-NC119  
Armonk, NY 10504-1785 US*

Tal información puede estar disponible, sujeta a los términos y condiciones oportunos, incluyendo en algunos casos el pago de un honorario.

El programa bajo licencia que se describe en este documento y todo el material bajo licencia disponible los proporciona IBM bajo los términos de las Condiciones Generales de IBM, Acuerdo Internacional de Programas Bajo Licencia de IBM o cualquier acuerdo equivalente entre las partes.

Los datos de rendimiento y los ejemplos de clientes citados sólo se presentan a efectos ilustrativos. Los resultados reales pueden variar según la configuración específica y las condiciones de funcionamiento.

La información relativa a productos que no son de IBM se ha obtenido de los proveedores de dichos productos, de sus anuncios publicados o de otras fuentes disponibles públicamente. IBM no ha comprobado estos productos y no puede confirmar la precisión de su rendimiento, compatibilidad ni contemplar ninguna otra reclamación relacionada con los productos que no son de IBM. Las preguntas relacionadas con las funciones de los productos que no son de IBM deberán dirigirse a los proveedores de estos productos.

Las declaraciones relacionadas con la futura dirección o intención de IBM están sujetas a cambio o retirada sin previo aviso y sólo representan objetivos y metas.

Todos los precios IBM que se muestran son precios de venta al público sugeridos por IBM, son actuales y están sujetos a cambios sin previo aviso. Los precios al por mayor podrían variar.

Esta información únicamente se ofrece a efectos de planificación. Esta información está sujeta a cambios antes que los productos que aquí se describen pasen a estar disponibles.

Esta información contiene ejemplos de datos e informes utilizados en operaciones comerciales diarias. Para ilustrarlos lo más exhaustivamente posible, los ejemplos incluyen nombres de personas, empresas, marcas y productos. Todos estos nombres son ficticios y cualquier similitud a los nombres y direcciones que haya utilizado una empresa real es pura coincidencia.

#### LICENCIA DE COPYRIGHT:

Esta información contiene programas de aplicación de ejemplo en lenguaje fuente, que ilustran técnicas de programación en distintas plataformas operativas. Puede copiar, modificar y distribuir estos programas de ejemplo de cualquier manera sin incurrir en un pago a IBM, a efectos de desarrollar, utilizar, comercializar o distribuir programas de aplicación de acuerdo a la interfaz de programación de la aplicación para la plataforma operativa para la que se escribieron los programas. Estos ejemplos no se han probado de forma extensiva en todas las condiciones. IBM, por lo tanto, no puede garantizar la fiabilidad, calidad de servicio ni funcionalidad de estos programas. Los programas de ejemplo se proporcionan "TAL CUAL", sin garantía de ningún tipo. IBM no se hace responsable de ningún daño originado por la utilización de estos programas de ejemplo.

Cada copia o parte de estos programas de ejemplo o de cualquier trabajo realizado a partir de los mismos, debe incluir el siguiente aviso de copyright:

Partes de este código se han obtenido a partir de programas de ejemplo de IBM Corp.

© Copyright IBM Corp. 2017 . Reservados todos los derechos.

## Marcas registradas

---

IBM, el logotipo de IBM e [ibm.com](http://ibm.com) son marcas registradas de International Business Machines Corp., en muchas jurisdicciones de todo el mundo. Otros nombres de servicios y productos podrían ser marcas registradas de IBM u otras compañías. Encontrará una lista actualizada de marcas registradas de IBM en Internet en "Copyright and trademark information" en [www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml).

## Términos y condiciones para la documentación del producto

---

Los permisos para la utilización de estas publicaciones se otorgan sujetos a los siguientes términos y condiciones.

### Aplicabilidad

Estos términos y condiciones son adicionales a los términos de uso del sitio web de IBM.

### Uso personal

Puede reproducir estas publicaciones para su uso personal, no comercial, siempre y cuando se conserven todos los avisos sobre propiedad. No puede distribuir, mostrar o realizar trabajo que se derive de estas publicaciones, o de parte de ellas, sin el consentimiento explícito de IBM.

## Uso comercial

Puede reproducir, distribuir y mostrar estas publicaciones únicamente dentro de la empresa siempre que se conserven todos los avisos de propiedad. No puede realizar trabajo derivado de estas publicaciones, o de parte de ellas, ni reproducirlas, distribuirlas o mostrarlas, sin la autorización expresa de IBM.

## Derechos

Salvo lo concedido expresamente en este permiso, no se otorga ningún otro permiso, licencia o derecho, ni explícito ni implícito, sobre las publicaciones o cualquier información, datos, software u otra propiedad intelectual allí contenidos.

IBM se reserva el derecho a retirar los permisos concedidos en el presente documento en cualquier momento en que, según su criterio, el uso de las publicaciones vaya en detrimento de su interés o en que, según determine IBM, las instrucciones anteriores no se estén siguiendo correctamente.

Queda prohibido descargar, exportar o reexportar esta información si no se cumplen íntegramente todas las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo todas las leyes y regulaciones de exportación de los Estados Unidos.

IBM NO GARANTIZA EL CONTENIDO DE ESTAS PUBLICACIONES. LAS PUBLICACIONES SE PROPORCIONAN "TAL CUAL" Y SIN GARANTÍA DE NINGÚN TIPO, YA SEA EXPRESA O IMPLÍCITA, INCLUYENDO PERO SIN LIMITARSE A LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE COMERCIALIZACIÓN, NO INFRACCIÓN Y ADECUACIÓN PARA UN PROPÓSITO CONCRETO.

## Consideraciones de la política de privacidad

---

Los productos de software de IBM, incluido el software que se ofrece como soluciones de servicio, ("Ofertas de software") podrían utilizar cookies u otras tecnologías para recopilar información de uso del producto, para ayudar a mejorar la experiencia del usuario final, para ajustar interacciones con el usuario final o para otros propósitos. Una cookie es un elemento de datos que un sitio web puede enviar a su navegador, que a su vez se puede almacenar en su sistema como una etiqueta que identifica su sistema. En muchos casos, estas cookies no recopilan información personal. Si está utilizando una Oferta de Software que recopila información personal a través de cookies o de una tecnología similar, a continuación le informamos sobre los pormenores.

Dependiendo de las configuraciones desplegadas, esta Oferta de software puede utilizar cookies persistentes o de sesión que recopilan el nombre de cada usuario así como información personal adicional con el propósito de gestionar sesiones, mejorar la usabilidad del usuario o a otros efectos funcionales o de seguimiento. Estas cookies se pueden inhabilitar, pero al hacerlo también eliminará las funcionalidades que habilitan.

Existen varias jurisdicciones que regulan la recopilación de información personal a través de tecnologías como las de cookies o similares. Si las configuraciones desplegadas para esta Oferta de Software le proporcionan como cliente la posibilidad de recopilar información personal sobre usuarios a través de cookies u otras tecnologías, debería buscar su propio asesoramiento legal en relación a todas las leyes aplicables a dicha recopilación de datos, incluidos los requisitos para proporcionar avisos y el consentimiento cuando sea lo propio.

IBM exige que los Clientes (1) proporcionen un enlace claro y visible a los términos de uso del sitio web del Cliente (por ejemplo, su política de privacidad) que incluya un enlace a las prácticas de uso y de recopilación de datos del Cliente y de IBM, (2) notifiquen que las cookies y los gif transparentes/balizas web se ubican en el sistema del visitante por parte de IBM en nombre del Cliente junto con una explicación del propósito de dicha tecnología, y (3) en la medida que lo exija la ley, obtiene el consentimiento de los visitantes del sitio web antes ubicar cookies y gifs transparentes/balizas web por parte del Cliente o IBM en nombre del Cliente en los dispositivos del visitante del sitio web.

Si desea obtener más información sobre la utilización de las distintas tecnologías, incluidas las cookies, para estos propósitos, consulte la declaración de privacidad en línea de IBM en <http://www.ibm.com/privacy/details/us/en>, en la sección que se titula "Cookies, Web Beacons and Other Technologies".



