四力选品智能推荐

操作指南

腾讯云

版权所有：腾讯云计算（北京）有限责任公司

【版权声明】

©2013-2026 腾讯云版权所有

本文档（含所有文字、数据、图片等内容）完整的著作权归腾讯云计算（北京）有限责任公司单独所有，未经腾讯云事先明确书面许可，任何主体不得以任何形式复制、修改、使用、抄袭、传播本文档全部或部分内容。前述行为构成对腾讯云著作权的侵犯，腾讯云将依法采取措施追究法律责任。

【商标声明】

腾讯云

及其它腾讯云服务相关的商标均为腾讯云计算（北京）有限责任公司及其关联公司所有。本文档涉及的第三方主体的商标，依法由权利人所有。未经腾讯云及有关权利人书面许可，任何主体不得以任何方式对前述商标进行使用、复制、修改、传播、抄录等行为，否则将构成对腾讯云及有关权利人商标权的侵犯，腾讯云将依法采取措施追究法律责任。

【服务声明】

本文档意在向您介绍腾讯云全部或部分产品、服务的当时的相关概况，部分产品、服务的内容可能不时有所调整。您所购买的腾讯云产品、服务的种类、服务标准等应由您与腾讯云之间的商业合同约定，除非双方另有约定，否则，腾讯云对本文档内容不做任何明示或默示的承诺或保证。

【联系我们】

我们致力于为您提供个性化的售前购买咨询服务，及相应的技术售后服务，任何问题请联系 4009100100或95716。

文档目录

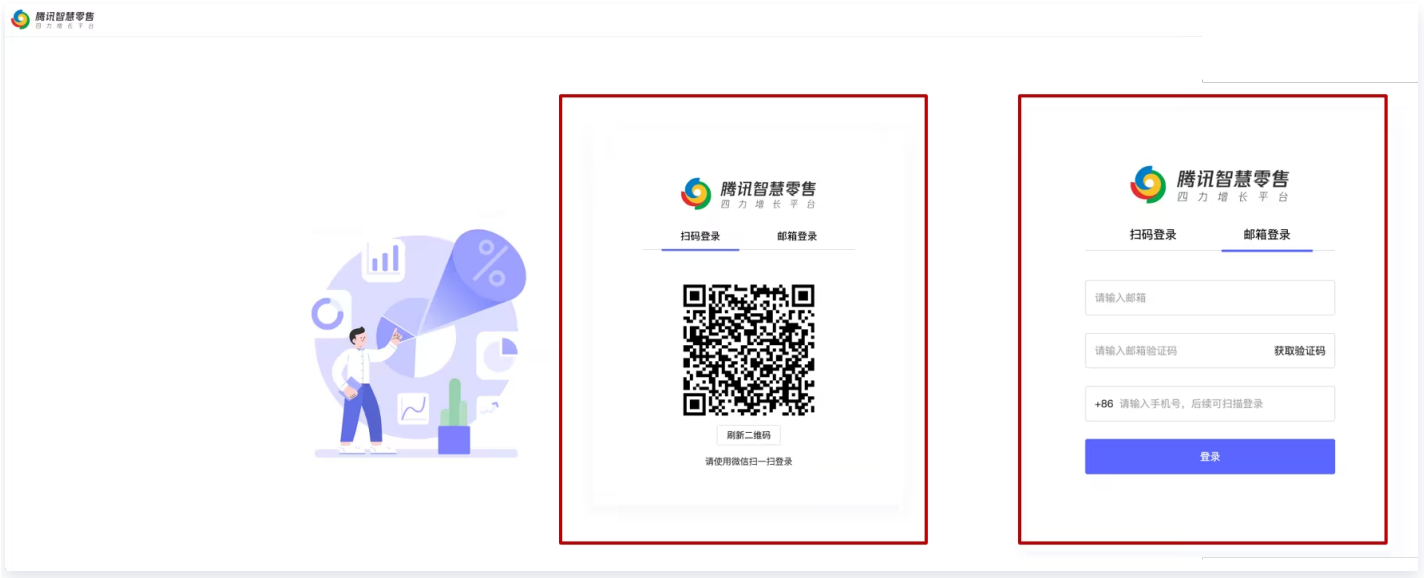
操作指南
查看数据看板
使用推荐配置
使用算法管理
使用实验管理

操作指南
查看数据看板

最近更新时间：2024-12-17 10:25:02

步骤一：平台登录

1. 需 联系商务对接人员 协助开通腾讯智慧零售商家增长平台账号。
2. 进入 腾讯智慧零售四力商家增长平台商家侧页面 。
3. 利用微信扫码或邮箱账号密码进行登录。



步骤二：定位菜单栏位置

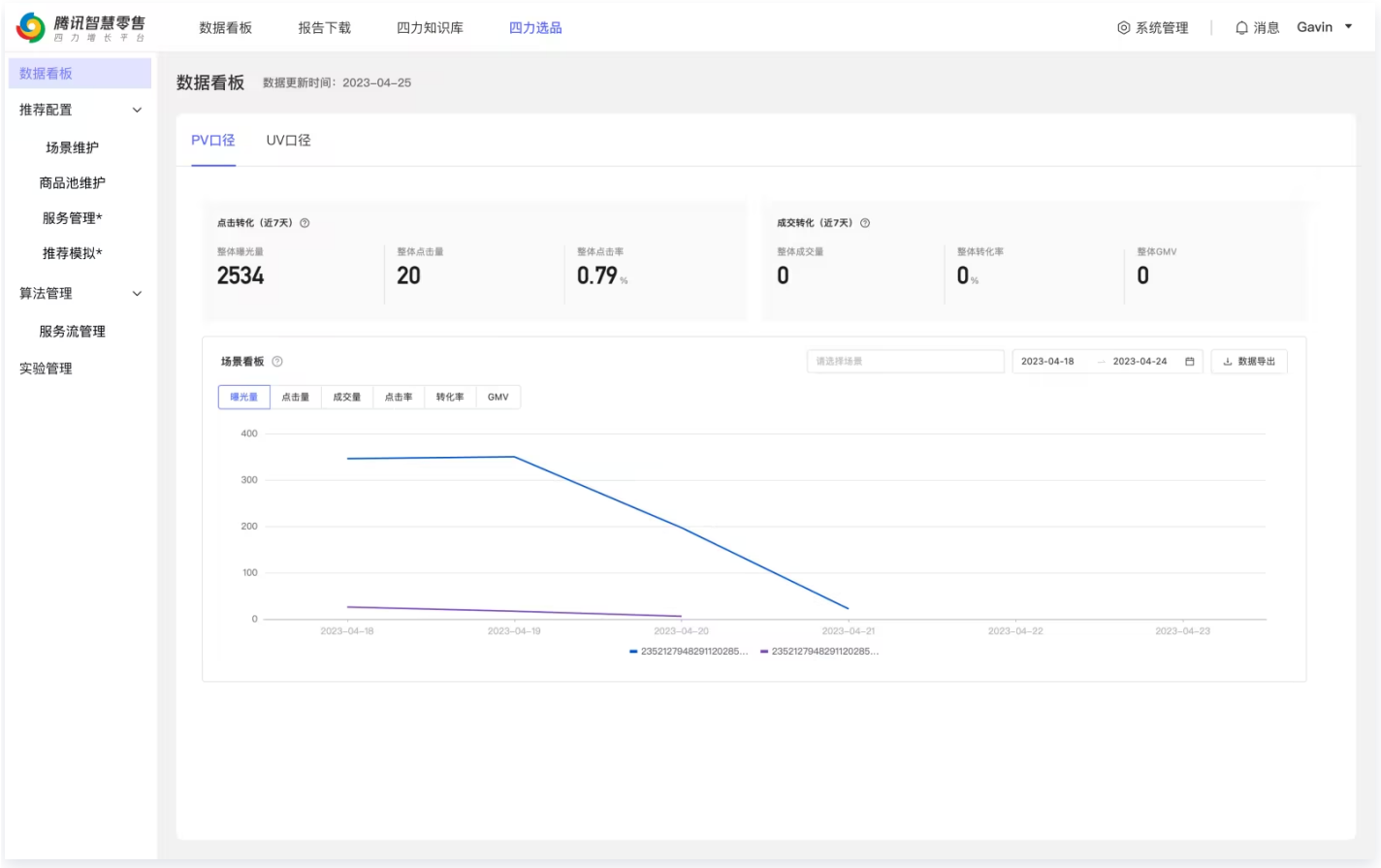
1. 选中**四力选品**（“四力”指“组织力”、“运营力”、“商品力”、“产品力”）。

2. 单击左侧**数据看板**。

步骤三：查看数据看板

- **切换PV口径/UV口径：**看板模块针对曝光、点击、成交、点击率、转化率、GMV6个指标有PV、UV两种口径，可通过模块左上角进行切换。
- **最近七天数据概览：**看板上半部分为各项指标最近七天概览。
- **场景看板：**看板下半部分可通过筛选查看不同场景的数据情况，同时支持数据导出。

版权所有：腾讯云计算（北京）有限责任公司

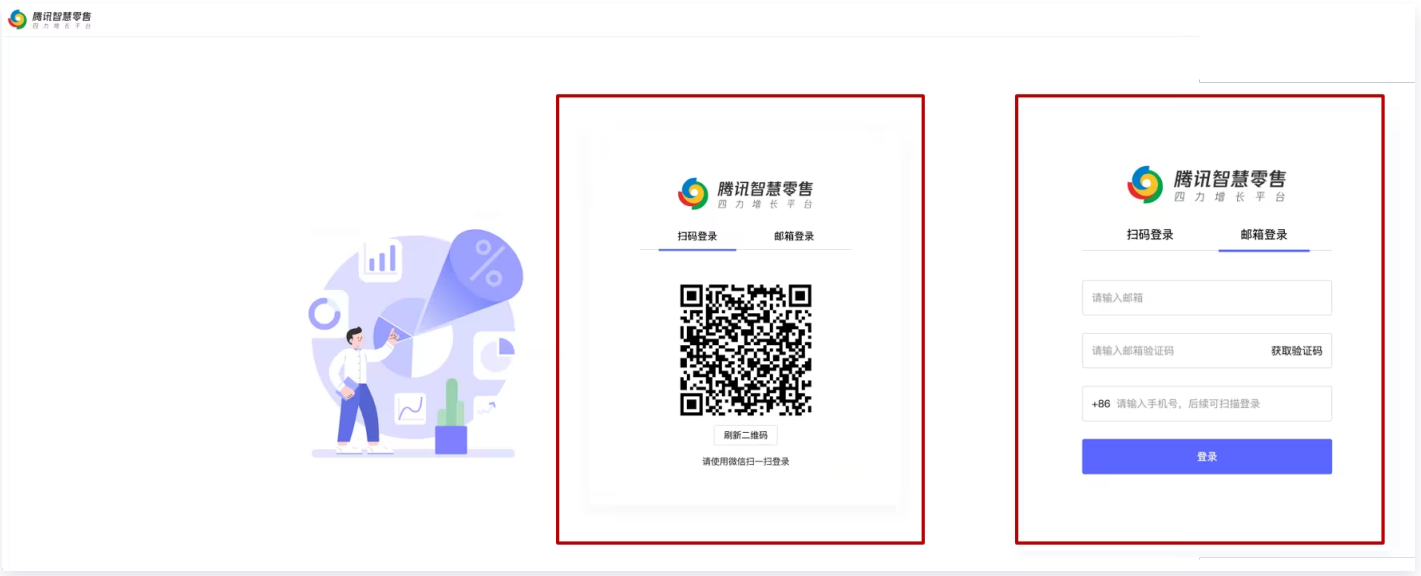

腾讯智慧零售
四力增长平台
数据看板
报告下载
四力知识库
四力选品
系统管理
消息
Gavin
数据看板
推荐配置
场景维护
商品池维护
服务管理*
推荐模拟*
算法管理
服务流管理
实验管理
数据看板
数据更新时间：2023-04-25
PV口径
UV口径
点击转化（近7天）
整体曝光量
2534
整体点击量
20
整体点击率
0.79%
成交转化（近7天）
整体成交量
0
整体转化率
0%
整体GMV
0
场景看板
请选择场景
2023-04-18
2023-04-24
数据导出
曝光量
点击量
成交量
点击率
转化率
GMV
400
300
200
100
0
2023-04-18
2023-04-19
2023-04-20
2023-04-21
2023-04-22
2023-04-23

使用推荐配置

最近更新时间：2024-12-17 10:25:02

步骤一：平台登录

1. 需 联系商务对接人员 开通腾讯智慧零售四力商家增长平台账号。
2. 进入 腾讯智慧零售四力商家增长平台商家侧页面 。
3. 利用微信扫码或邮箱账号密码进行登录。



步骤二：定位菜单栏位置

1. 选中**四力选品**（“四力”指“组织力”、“运营力”、“商品力”、“产品力”）。

2. 单击左侧**推荐配置**。

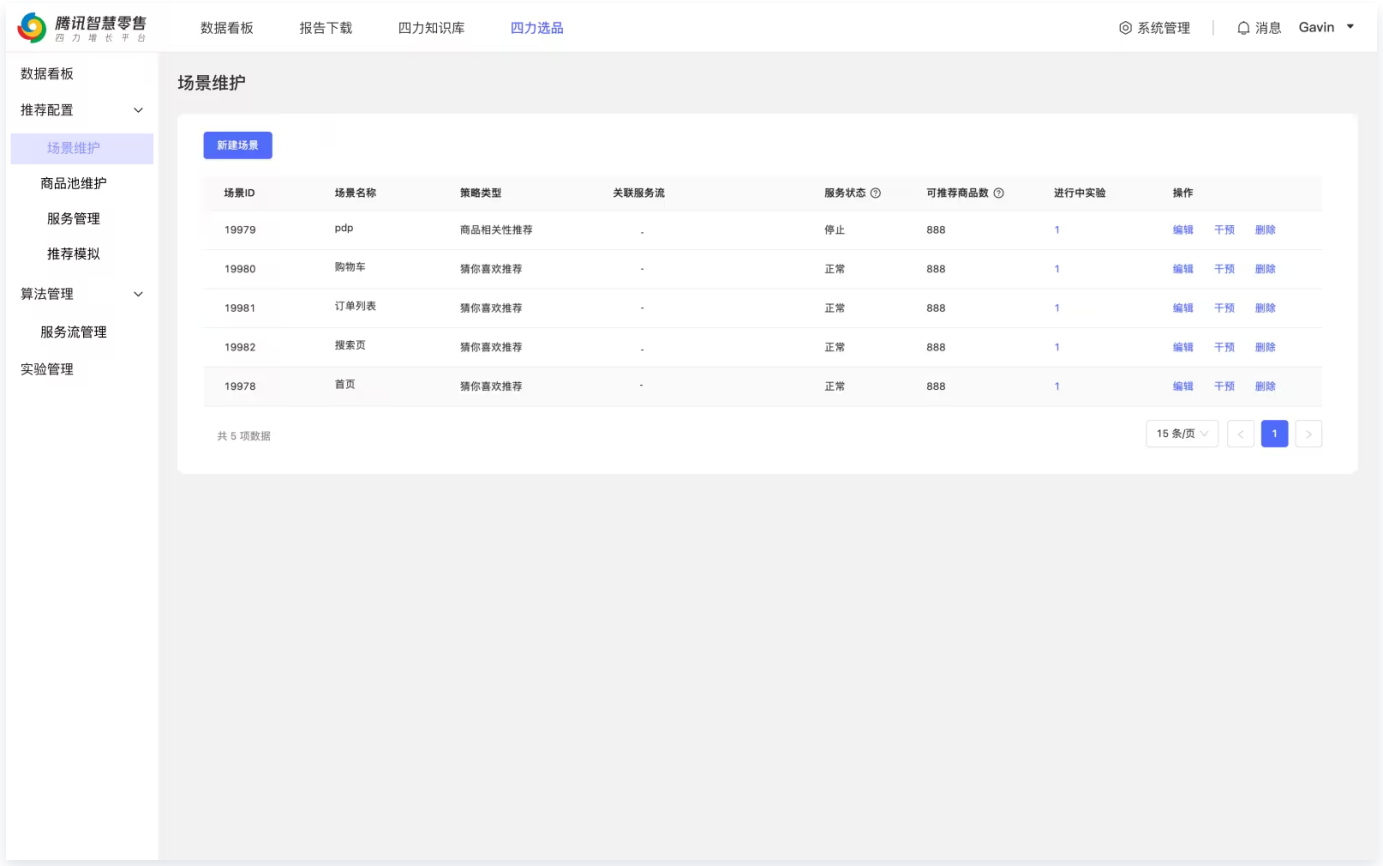
步骤三：使用功能

场景维护

支持新建场景、并且对新建场景进行编辑、干预、删除操作。
以下是对部分名词及操作的说明。

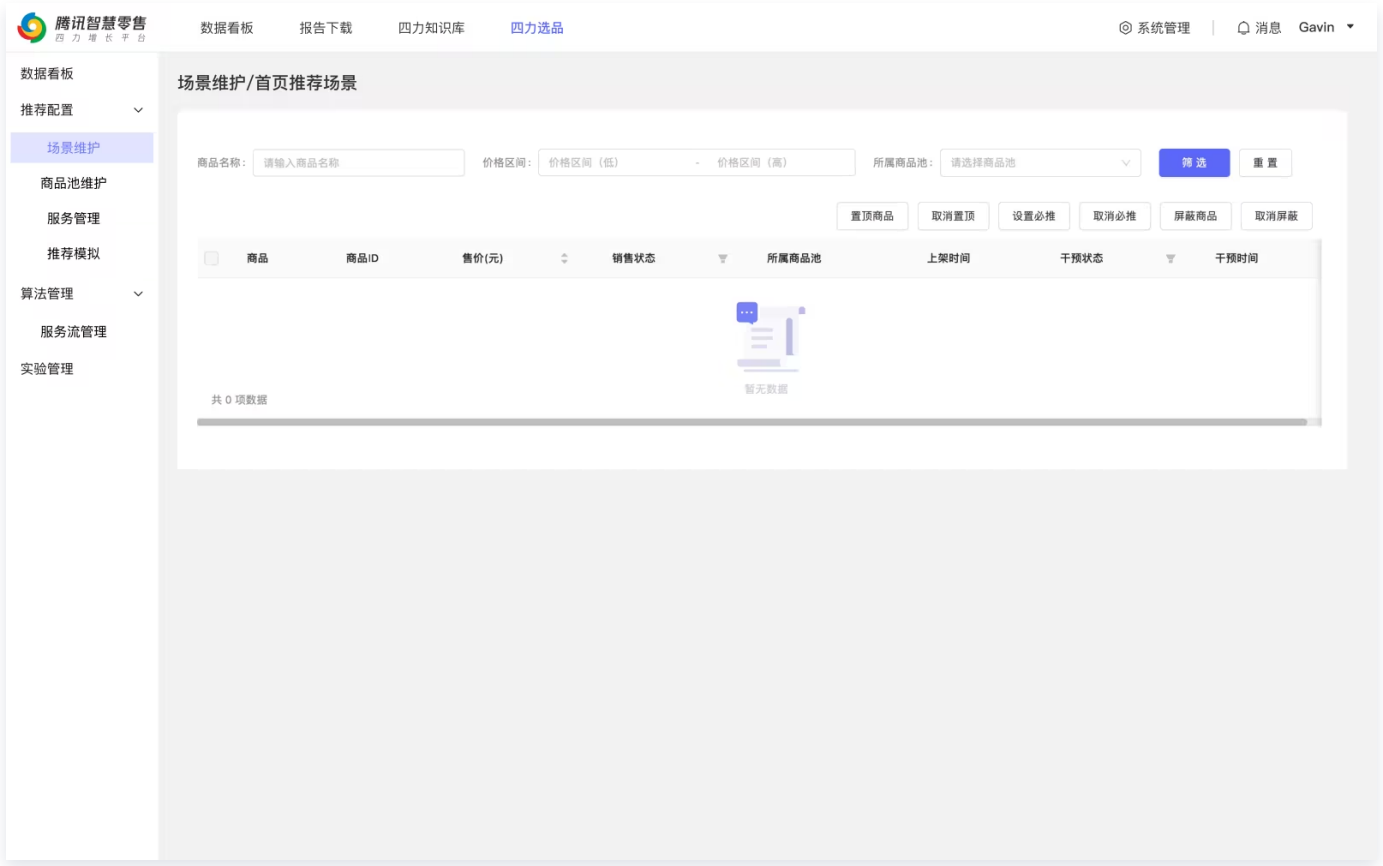
- **推荐场景：**场景指应用端内一个使用个性化推荐算法的地方，可以是一个无限 feed 流，一个活动页，购物车下方一个推荐模块。
- **策略类型：**
  - 猜你喜欢推荐：类型逻辑为用户喜欢什么推荐什么，可以用在大部分推荐场景。
  - 商品相关性推荐：类型逻辑为先找到用户当前浏览商品相关的商品，再做个性化排序，通常用在商品详情页。
  - 其他更多策略我们仍在迭代中，会陆续在 PLUS 版本上线。
- **关联商品池：**
  - 算法需要知道某个推荐场景可用于推荐计算的商品是哪些，因此需要您为推荐场景进行商品池关联（商品池创建操作在另一个模块）。
  - 如果您的业务不需要将您库存的商品切割为多个商品池时，您可以直接为所有场景绑定系统默认预置的商品池「默认全量商品池」。

版权所有：腾讯云计算（北京）有限责任公司



- **运营干预：**若您选择对特定场景进行干预操作，可以圈选部分商品进行置顶、必推、屏蔽操作。
  - **置顶：**单击置顶/取消置顶商品，即可置顶/取消置顶某一商品。
  - **必推：**单击设置/取消必推商品，则将某一商品设置为该推荐场景内针对每个用户至少推荐三次。
  - **屏蔽：**选择屏蔽/取消屏蔽商品，则将某一商品在该推荐场景中屏蔽且不会推荐此商品。

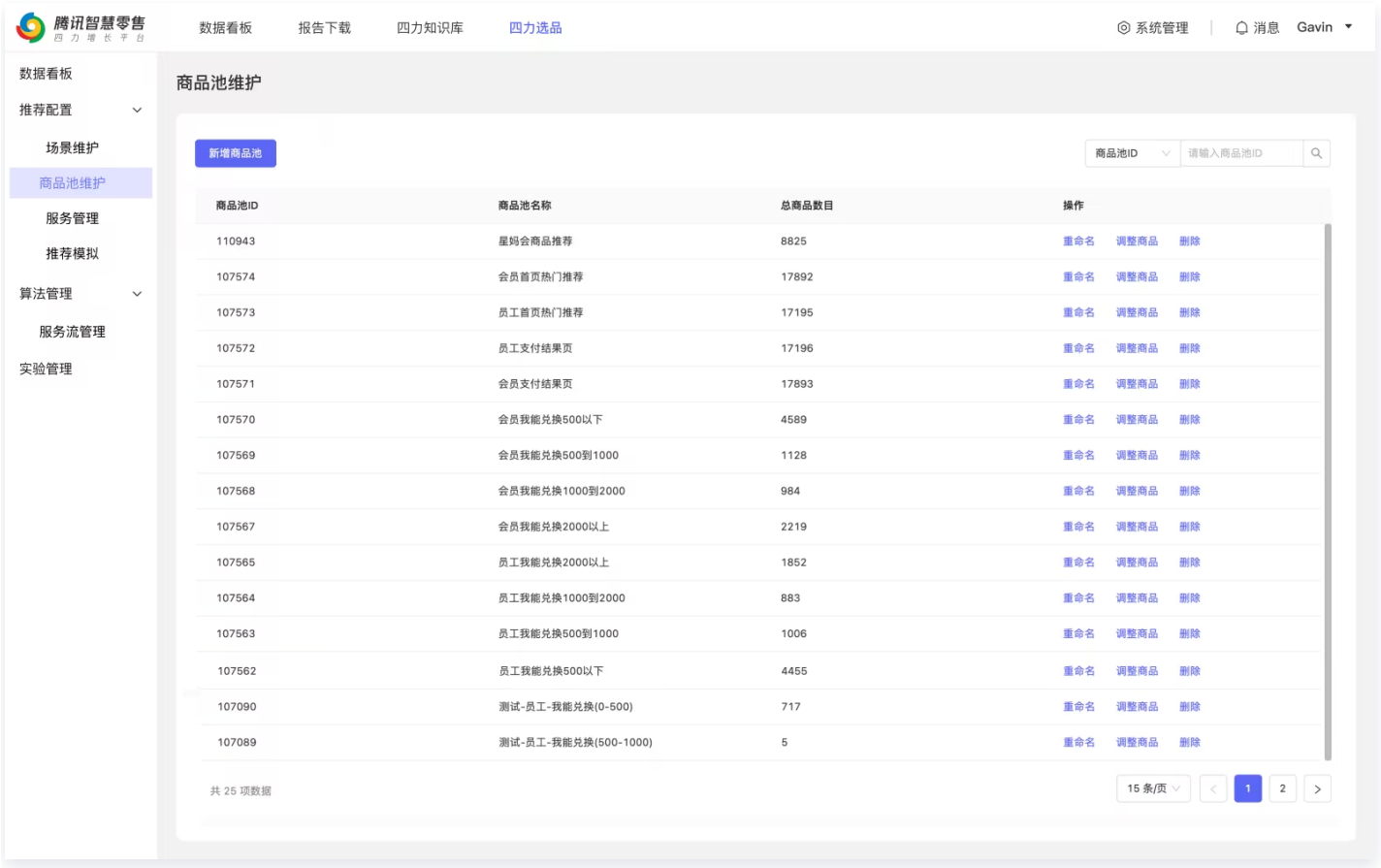
> ⚠ **注意：**
>
> 运营干预仅 PLUS 版本支持。



商品池维护

支持新增、重命名、删除商品池操作，并且支持对商品池内商品进行调整。

- **商品增删查改：**
  - 新建商品池后，商品池初始为空。
  - 您可以进入商品池中进行商品的移入及移除。

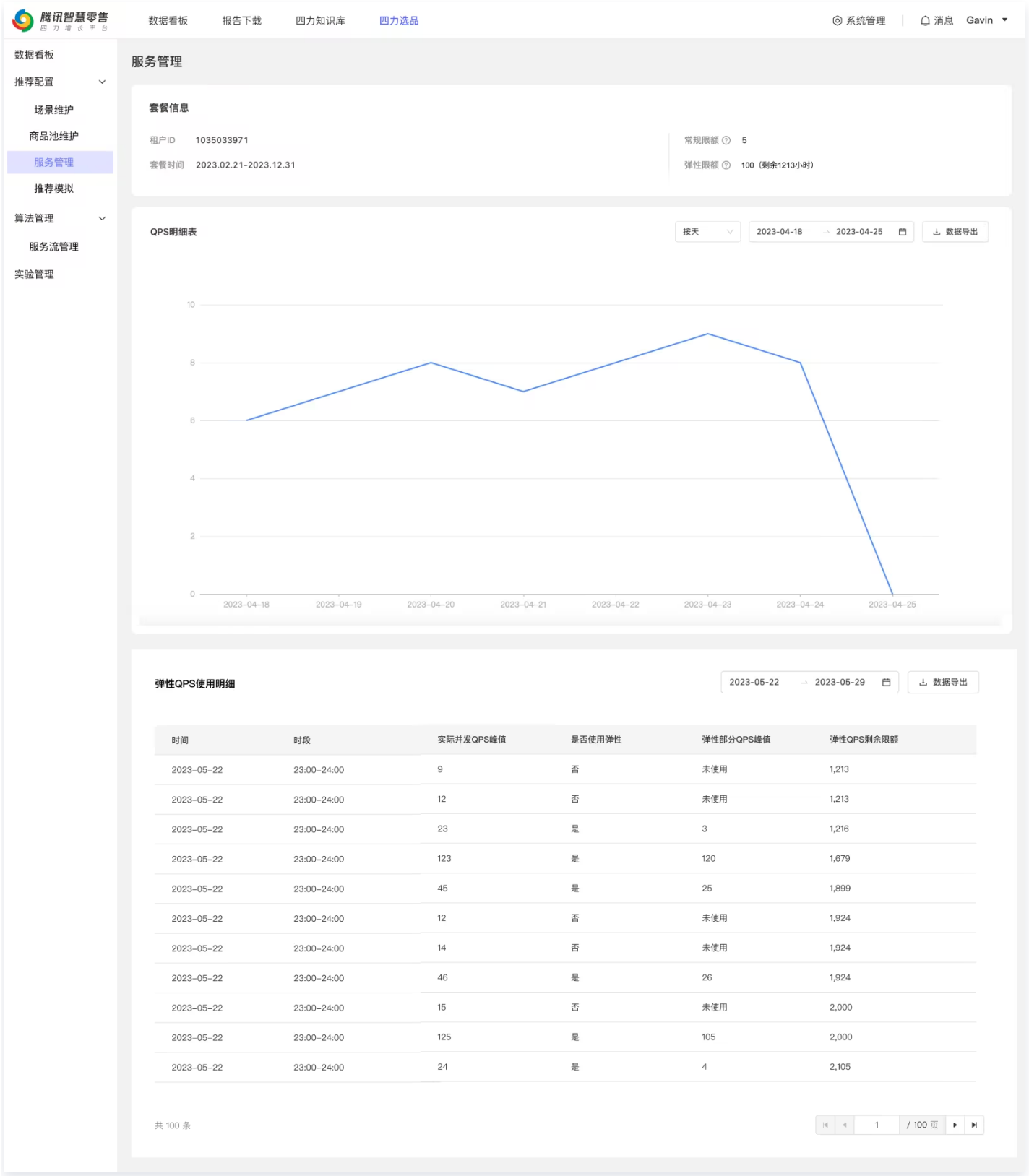


服务管理

可以在此模块查看您推荐服务的 QPS 情况，包括 QPS 明细、弹性 QPS 使用明细。
以下是对部分套餐信息内名词的说明。

- **常规限额：**套餐中支持的 QPS 规模，一般用于日常使用，可通过基础采购获得。
- **弹性限额：**套餐中允许超规模使用的限额，一般用于大促使用，可通过采购流量包获得。

> **说明：**
> 如果 QPS 规模超出常规&弹性限额，则溢出的请求不会返回个性化推荐结果，如有需求建议提前采购。



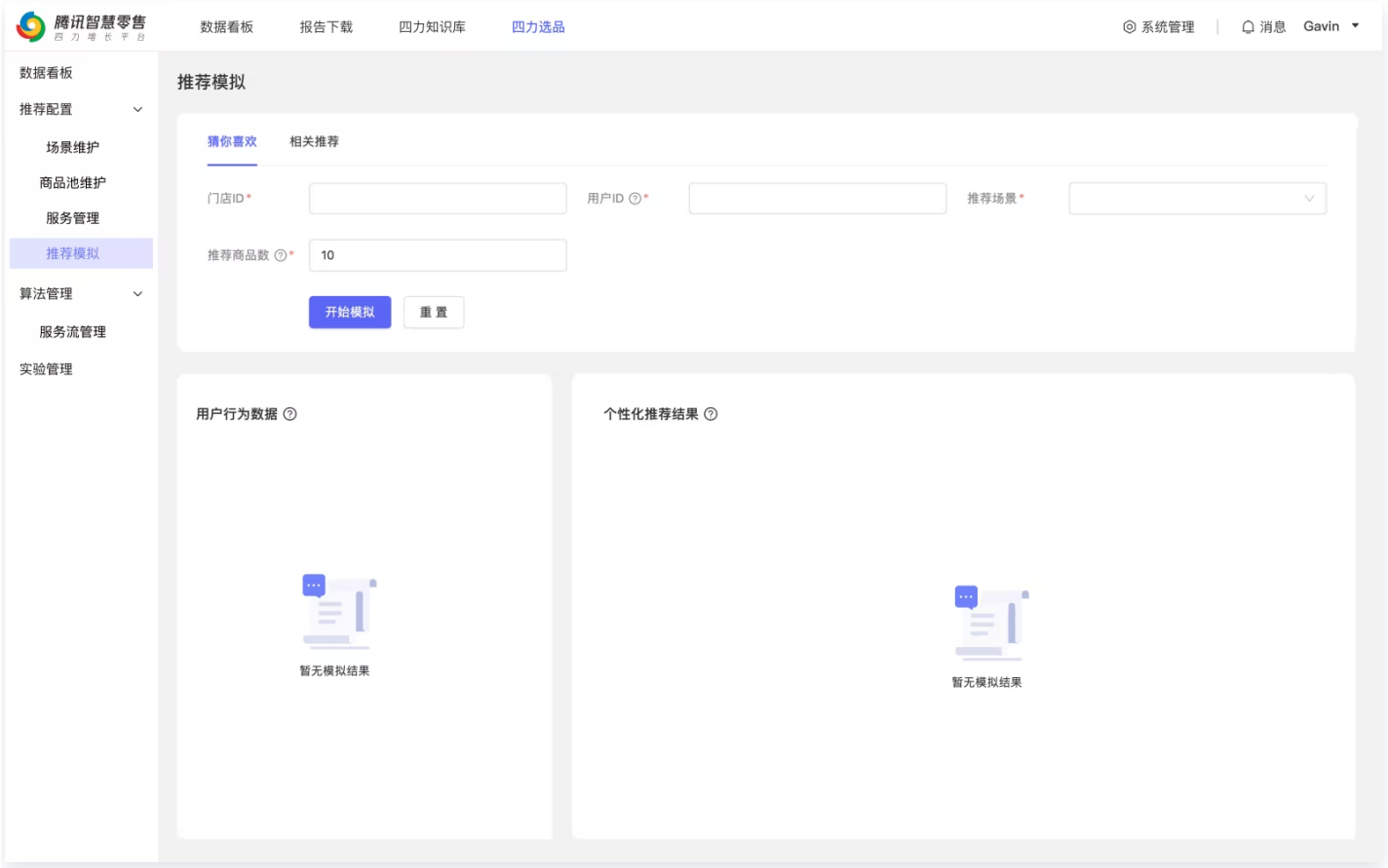
推荐模拟

推荐模拟用于模拟线上推荐情况，可以查看在特定场景、特定门店下，给特定用户展示个性化推荐结果，即给客户推荐的商品列表有哪些，排序是什么样的。支持猜你喜欢、相关推荐两种模式的推荐模拟。

以下是部分开始模拟前，必须填入参数的说明。

- 门店 ID：可指定希望模拟行为的门店，例如希望模拟喜茶深圳购物中心店，则输入该门店的 ID（此 ID 可询问您的 IT 人员获取）。
- 用户 ID：可指定希望模拟的用户微信 openID。
- 推荐场景：可指定希望模拟的用户所在场景。
- 推荐商品数：可指定希望模拟中展示的推荐商品数。
- 商品 ID：如场景为相关推荐模型，可置顶希望针对哪个具体商品进行模拟推荐。

> **注意：**
> 推荐模拟仅 PLUS 版本支持。

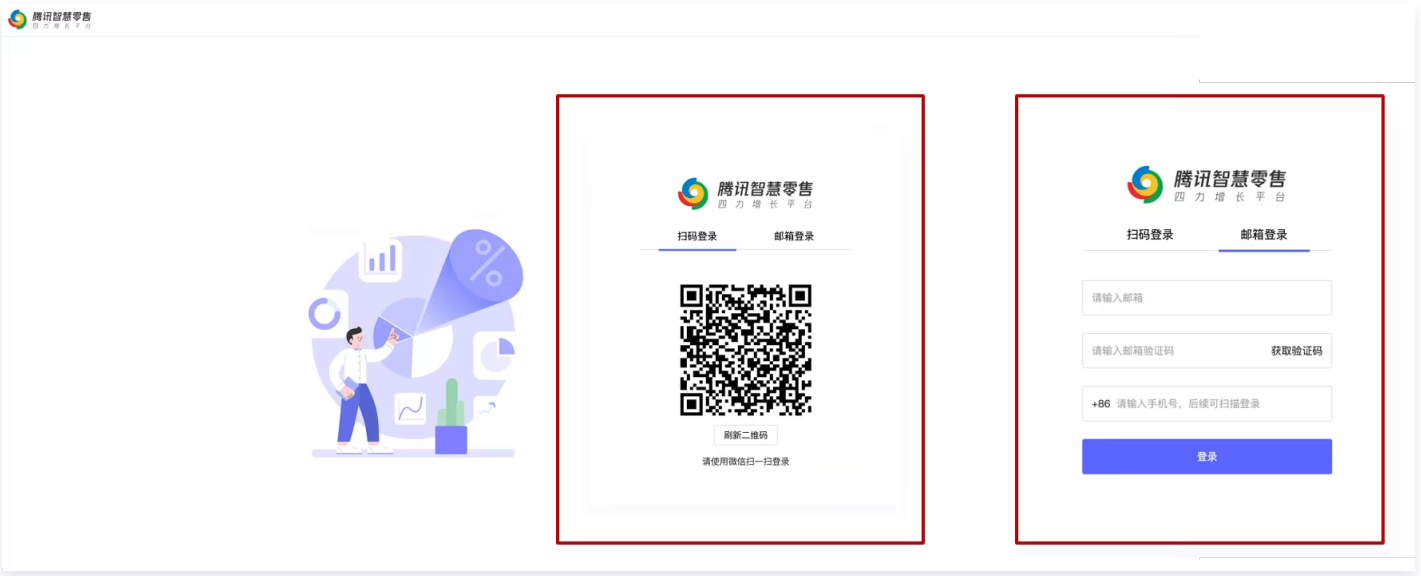


使用算法管理

最近更新时间：2024-12-17 10:25:02

步骤一：平台登录

1. 需 联系商务对接人员 协助开通腾讯智慧零售四力商家增长平台账号。
2. 进入 腾讯智慧零售四力商家增长平台商家侧页面 。
3. 利用微信扫码或邮箱账号密码进行登录。



步骤二：定位菜单栏位置

1. 选中**四力选品**（“四力”指“组织力”、“运营力”、“商品力”、“产品力”）。

2. 单击左侧**算法管理**。

步骤三：使用服务流管理

服务流管理支持用户自定义一条服务流，其中配置流程包括5个环节，选择策略类型、填入服务流基础信息、选择召回策略、选择排序模型、选择业务策略。

1. 选择策略类型

支持新建一个服务流支持自定义策略类型，策略类型包括以下四种：

- 猜你喜欢：按照用户偏好推荐。
- 商品相关性推荐：结合用户偏好&商品相似性进行推荐。
- 商家对照：商家自己设置的兜底策略。
- 热度推荐：推荐商城热度商品。

2. 填写基础信息

填写信息包括服务流名称、服务流描述、服务流关联场景。

- 服务流关联场景：指定本服务流关联的对应场景。

3. 选择召回策略

支持自定义召回策略，目前配置项包含召回策略选择、疲惫度策略。

版权所有：腾讯云计算（北京）有限责任公司

- 召回策略选择：例如全局召回、用户兴趣召回、Item-CF 召回等。
- 疲惫度策略：例如曝光、点击和购买过的商品N天内不给该用户推荐。

4. 选择排序模型

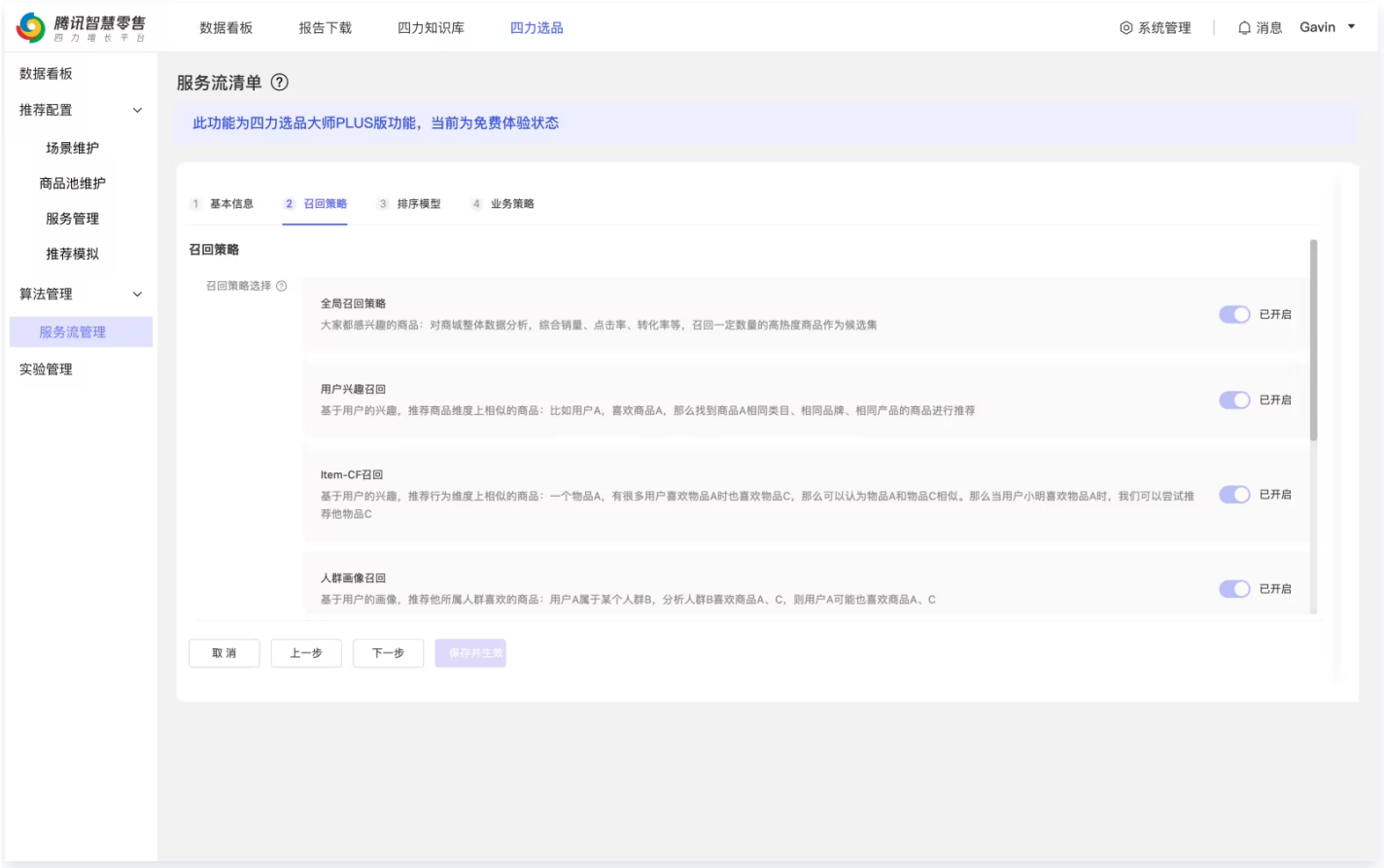
支持自定义排序策略：目前默认为腾讯排序模型，更多策略上线中。

5. 选择业务策略

支持自定义业务策略

- 多样性策略：支持品牌、产品词、品类打散，例如连续N个商品内不出现同品类商品等。

> **注意：**
> 算法管理仅 PLUS 版本支持。

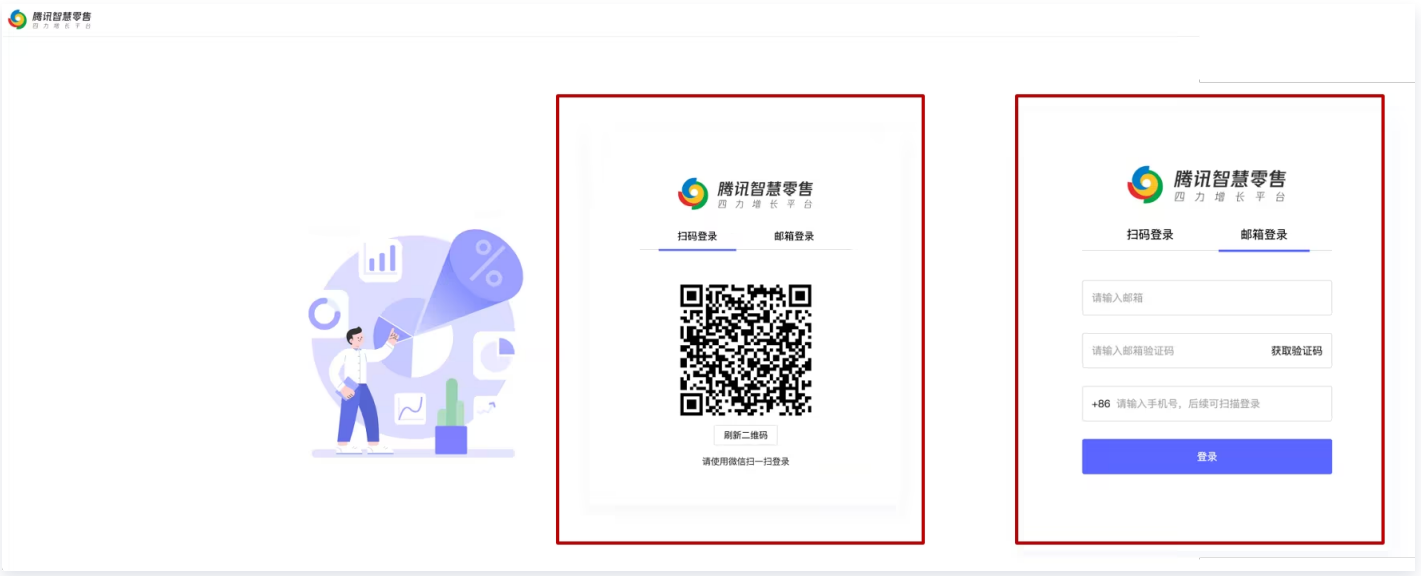


使用实验管理

最近更新时间：2024-12-17 10:25:02

步骤一：平台登录

1. 需 联系商务对接人员 协助开通腾讯智慧零售四力商家增长平台账号。
2. 进入 腾讯智慧零售四力商家增长平台商家侧页面 。
3. 利用微信扫码或邮箱账号密码进行登录。



步骤二：定位菜单栏位置

1. 选中**四力选品**（“四力”指“组织力”、“运营力”、“商品力”、“产品力”）。

2. 单击左侧**实验管理**。

步骤三：使用功能

实验管理支持选择一个场景进行分流实验，其中功能包括实验管理（新建实验、实验编辑）、实验报告查看。

1. 实验管理

包括新建实验及实验信息编辑，其中需配置内容主要分为基础信息、配置实验信息。

- 基本信息设置：设置实验名称、实验场景、实验时间等信息，其中实验时间支持定时发布，定时结束。
- 设置实验：设置流量分桶，每个实验组绑定的服务流，以下为配置实验说明。
  - 对照组：用于对照实验效果的对照组，一般为商家兜底服务。
  - 实验组：用于对照实验效果的对照组，一般为腾讯推荐服务，支持配置多个实验组。
  - 流量分桶：系统会自动将用户均匀分为100个桶，保证实验样本均衡，可通过分配每个实验组的桶来设置AB实验分流，如对照组30个桶，实验组70个桶，则每天流量分配为，对照组：实验组 = 30%：70%。
  - 绑定服务流：服务流指的是不同的推荐策略，一般包括两类：商家兜底服务流、腾讯推荐服务流（分为猜你喜欢和相关性推荐），其中商家兜底服务具体对应的算法策略由商家自定义。针对配置商家兜底服务的流

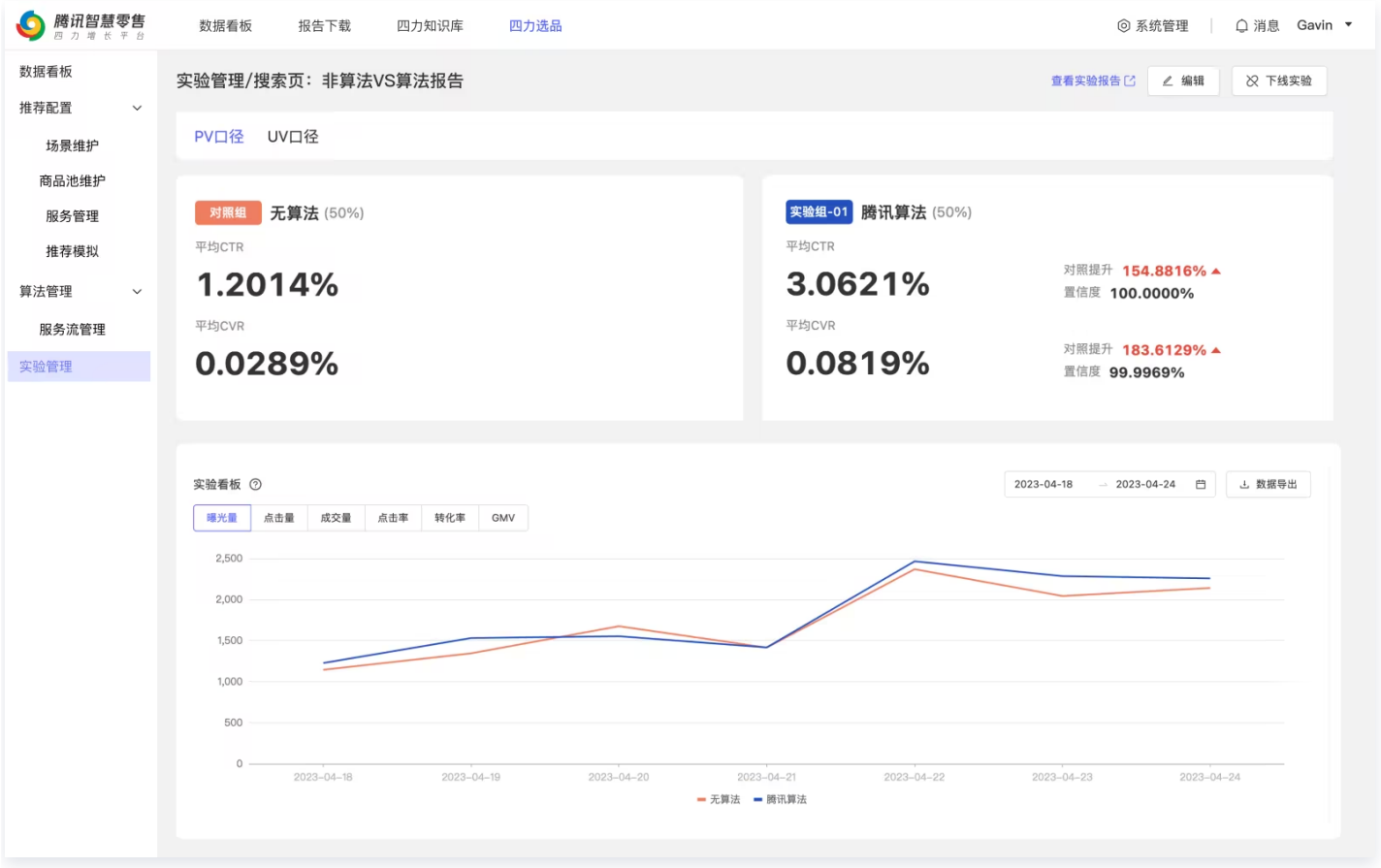
版权所有：腾讯云计算（北京）有限责任公司

量，腾讯会返回空数据，由商家自行决策对该用户如何推荐；针对腾讯推荐服务流，一般为标准服务流，如购买PLUS版本可自定义服务流，具体能力请参见 操作指南-使用算法管理 部分。

- 白名单：白名单用户可落在指定对照组/实验组的分桶中。

> **注意：**
> 自定义新建实验仅 PLUS 版本支持。

2. 实验报告-实验对比

实验报告支持分实验查看实验效果对比数据，数据包括 PV 口径及 UV 口径两种模式。

- 实验效果对比。
  - 看板指标卡：包含实验组和对照组近7天汇总的关键指标，例如 CTR/CVR，以及实验组相较对照组的对照提升数据。
  - 置信度指标说明：衡量对照提升的可信度。例如，对照提升了48%，但是由于数据量较少，该提升幅度可以被相信的概率只有81.84%（一般统计学上，置信度一般在95%以上，结论才可信）。
- 实验明细数据。
  - 实验看板：会提供每个分组关于曝光、点击、成交、点击率、转化率、GMV 的趋势图，同时支持明细数据的导出。