

ÚTMUTATÓ AZ EMAG PLATFORM AJÁNLÓRENDSZERE ÉS AZ EMAG PLATFORMON MEGJELENŐ HIRDETÉSEK VONATKOZÁSÁBAN

A digitális szolgáltatások egységes piacáról szóló, 2024. február 17-től hatályos 2022/2065/EU rendelet (a továbbiakban: „**DSA Rendelet**”) célja egy olyan szabályrendszer létrehozása, amelynek célja a digitális szolgáltatások egységes piacának megerősítése, illetve az innováció és az európai online környezet versenyképességének előmozdítása. Az eMAG a DSA Rendelettel összhangban az alábbiak szerinti tájékoztatást adja arról, hogy hogyan működik az eMAG platform Ajánlórendszere, továbbá, hogy az eMAG miként szabályozza az eMAG platformon megjelenő információkat.

Az **eMAG platform Ajánlórendszerére és az eMAG platformon megjelenő hirdetésekre** vonatkozó jelen útmutató (a továbbiakban: „**Útmutató**”) az eMAG Általános Szerződési Feltételeinek elválaszthatatlan részét képezi. A jelen Útmutató alkalmazásában az itt szereplő valamennyi nagy kezdőbetűvel szedett kifejezés az Általános Szerződési Feltételekben meghatározott jelentéssel bír, hacsak azt alábbiakban rögzített rendelkezések másként nem rendelik. Az Útmutató a következőképpen épül fel:

1. rész: az ajánlórendszer főbb jellemzői
2. rész: az eMAG platformon megjelenő hirdetések

1. RÉSZ: AZ AJÁNLÓRENDSZER FŐBB PARAMÉTEREI

Az eMAG platform a termékek osztályozását, rendezését, válogatását és megjelenítését meghatározott paraméterek alapján végzi. Ezen paraméterek képezik az eMAG platform Ajánlórendszere működésének alapját, hiszen ezek határozzák meg a belistázott termékek véletlenszerű megjelenítésének sorrendjét:

1. Fő termékmegjelenítési paraméterek

A termékek eMAG platformon történő megjelenítéséhez egy algoritmust (gépi tanulás random forest módszerrel) használunk, amely megbecsüli, hogy az adott napon mekkora lesz az egyes termékoldalainak látogatottsága. Az algoritmus bemeneti változói a következők: a termékoldalakon mért megtekintések száma az elmúlt 30 napban, a kedvencekhez való hozzáadások száma az elmúlt 30 napban, a kosárba való hozzáadások száma az elmúlt 30 napban, a megrendelések száma az elmúlt 30 napban, a termék ára az algoritmus futtatásának időpontjában, a termék újdonsága, a termékre vonatkozó vélemények száma az algoritmus működésének időpontjában, a várható szállítás. A kereskedő kiléte nem értékelési szempont az algoritmus számára.

Az alkalmazott képletek a modellfutás időpontjától és a termék kategóriájától függően eltérőek – az algoritmus automatizált, múltbeli adatokon alapul, és az egyes változók tekintetében eltérő súlyozást alkalmaz (pl. bizonyos kategóriák esetében a termékoldal megtekintéseinek száma lesz a legfontosabb bemeneti változó, míg ugyanez más kategóriák esetében a megrendelések száma lesz).

Átmeneti jellegű változások (pl. egy adott kampányban érintett időszak), szűrők alkalmazása, vagy az eMAG platformon elérhető szolgáltatások (pl. eMAG Genius, Fulfillment by eMAG, eMAG Ads) nem befolyásolják az algoritmus modellfutásait és működését.

2. Fő keresési paraméterek

A keresési algoritmus automatizált módon működik, és három fő paramétert vesz figyelembe: a szöveg relevanciája (a keresési kifejezés és a termékadatok közötti egyezés szerint elért pontszám), a termék népszerűsége az eMAG platformon és az adott keresésben elért teljesítménye (a felhasználók folyamatos érdeklődése a termék iránt egy adott keresésen belül). Átmeneti jellegű változások (pl. egy adott kampányban érintett időszak), szűrők alkalmazása, vagy az eMAG platformon elérhető szolgáltatások (pl. eMAG Genius, Fulfillment by eMAG, eMAG Ads) nem befolyásolják az algoritmus modellfutásait és működését.

3. A „fő ajánlat” meghatározásához használt jellemző paraméterek

A „fő ajánlat” meghatározása

Jelenleg a "fő ajánlat" meghatározására használt algoritmus a következő mutatók alapján fut le:

Ha egy terméket több kereskedő is hirdet, akkor először a termék elérhetőségét veszi figyelembe.

Ha a termék raktáron / korlátozott készleten / előrendelésben / szállítói készleten van, akkor elsőbbséggel jelenik meg a jelenleg készlethiányos / átmenetileg nem elérhető termékkel szemben.

Ha egy több kereskedő által is hirdetett termék elérhetőségi adatai megegyeznek, a pontszám a következő mutatók alapján kerül megállapításra:

- i. a kereskedő által kínált eladási ár (mint legfőbb mutató)
- ii. teljesítménymutatók: Vevő elégedettségi mutató (NPS) (a kereskedő által az eMAG ügyfélelégedettséget mérő kérdőívén elért pontszám), Rendelések kiszolgálási szintje (az eMAG Marketplace felületen megadott nyitvatartás figyelembevételével beállított termék-szintű kezelési időn belül lezárt megrendelések számaránya a vizsgált időszakban lezárt összes megrendeléshez képest), Rendelések véglegesítési aránya (a ténylegesen Teljesített Rendelések száma az adott időszak teljes megrendelésszámához viszonyítva), Visszaküldési arány (a Vásárlók által visszaküldött Termékek, a nekik ki nem szállított Termékek és a Teljesített Rendelésekből visszáruigény nélkül visszavont Termékek számaránya a Vásárlóknak kiszállított Termékek számához viszonyítva), és az Átlagos véglegesítési sebesség (a megrendelés véglegesítése és a megrendelés Marketplace platformon való megjelenése között eltelt idő), valamint a szállítási díj;

A legtöbb teljesítménymutató esetében meg van határozva egy minimális relevanciaszint. Ha egy kereskedő egy adott mutató tekintetében nem éri el a minimális relevanciaszintet, úgy az algoritmus az adott mutatónál egy kiigazított értéket vesz figyelembe, amely érték a többi kereskedő adott mutatóban elért eredményének 60 százalékát teszi ki. Azért így történik a számolás, hogy minden kereskedőnek minden mutató tekintetében legyen pontszáma, és ne kelljen egy előre meghatározott értéket meghatározni a minimum relevanciaszint alatt teljesítő kereskedők számára.

Ha minden mutató megegyezik (beleértve az árat is), az ajánlatok időrendi sorrendben kerülnek megjelenítésre, így a "fő ajánlat" megállapításánál a korábban feltöltött ajánlat élvez elsőbbséget az eMAG platformon.

A „fő ajánlat” meghatározása a promóciós termékcsomagok és az ajándékot is tartalmazó promóciós termékcsomagok esetében

A promóciós árukapcsolásban érintett termékcsomagok esetében a pontszám megállapítása a csomagban lévő fő termék figyelembevételével történik (pl. egy sütőből és egy páraelszívóból álló csomag esetében a sütőt veszik figyelembe). Ajándéktárgyakat tartalmazó promóciós csomagok esetében az ajándéktárgy árát is figyelembe vesszük.

Promóciós ajándékcsomagok esetében a pontszámot a csomagban lévő fő termék összetevői (beleértve a szállítási díjat is), valamint az ajándéktermék szállítási díja határozzák ki. Ha a csomag választható ajándékterméket tartalmaz, akkor a pontszám kiszámításánál a legmagasabb értékű ajándékhoz tartozó díjat kell figyelembe venni.

Átmeneti jellegű változások (pl. kampányban érintett időszak, kivéve a Black Friday kampányt), szűrők alkalmazása, az eMAG Platformon elérhető szolgáltatások (pl. Fulfillment by eMAG, eMAG Ads) nem befolyásolják az algoritmus modellfutásait és működését. Az algoritmus futása és a pontszám kiszámítása szempontjából az utalványok nem kerülnek figyelembe vételre. A Black Friday kampány során a kampányba bevont termékek esetében az ajánlatok megjelenési sorrendjének megállapításakor az elérhetőségi kritériumokat nem vesszük figyelembe, hanem a pontszámot közvetlenül a fenti 3. pontban rögzített módszer alapján számítjuk ki.

4. Egyéb releváns tényezők az információk eMAG platformon történő megjelenítése szempontjából

Az eMAG platform különböző címkéket használ, melyek az ajánlatokkal kapcsolatos információk kiemelésére és a Felhasználók/Vásárlók könnyebb eligazodására szolgál a termékek vásárlása során. Az egyes címkék használatát (adott termékekhez való odaítélhetőségét) számos tényező befolyásolja.

A „**Szuper ár**” címke például új vagy már meglévő termékeken jelenik meg, abban az esetben, ha az eMAG-on az eladási ár versenyképes szinten van a piacon lévő más kereskedők meglévő ajánlatainak átlagához képest, azonos elérhetőségi és raktári feltételek mellett. Hasonlóképpen a „**Kedvenc ár**” címke azokon a termékeken jelenik meg, amelyeket az eMAG ügyfelei az elmúlt 30 napban a leggyakrabban adtak hozzá kedvenceikhez

Ezenkívül az eMAG platformon a termékek különböző kategóriákba rendezhetők, mint például „**Gyakran vásárolt termékek**”, „**Szezonális termékek Neked**”, „**Az utolsó rendelésseddel gyakran együtt vásárolt termékek**”, „**Promóciók Neked**”, „**A kívánságlistád ihlette**”. A kategóriák megjelenítésénél és a termékek kategóriákba rendezésénél különböző fő paramétereket veszünk figyelembe, mint például: termékspecifikus információk (pl. terméknév, termékjellemzők, márka, ár) vagy oldalnavigációval kapcsolatos információk (pl. termékek megtekintése, termékek kosárba helyezése, rendelések stb.).

2.RÉSZ: HIRDETÉSEK AZ EMAG PLATFORMON

A termékek kiemelt ill. kedvező helyen történő hirdetésén túlmenően (lásd a fenti 1. részt) az eMAG platformon egyéb hirdetési tevékenységek is találhatóak, így különösen az eMAG-nak történő díjfizetés ellenében népszerűsített információk/képek/üzenetek. Ilyen hirdetési tevékenység lehet például a címlapon bannerek formájában megjelenő információ. Az ilyen tartalmakat külön címkék jelölik, mint például „Hirdetés”/”Sponzorált tartalom”.

A fentiek mellett az eMAG platformon kiegészítő információk állnak rendelkezésre a következőkről: (i) azon személy, akinek a nevében a hirdetési anyagot közzé teszik, (ii) azon személy, aki a hirdetési/promóciós anyag megjelenítéséért fizetett, és adott esetben (iii) a paraméterek, amelyek alapján meghatározzák, hogy egy adott hirdetési anyag miért jelenik meg a platformon.