

Q4/2024 Short Strategy Doc - Recommendation & Home

Última atualização: 15/outubro/2024

Estratégia da OLX e Liga Marketplace Core

Em resumo, a empresa tem como objetivos se tornar líder em cada uma das 3 principais verticais, crescendo o volume de usuário e transações em cada.

Por outro lado, a Liga Marketplace Core apoia esse plano de forma cross, com objetivos de crescer o topo do funil, otimizar as etapas do funil e incrementar a receita da empresa com margens altas através de Paid Products e Advertising.

Material de apoio

Verticais:



Liga Marketplace Core:

Objetivo 1: Retomar crescimento de tráfego qualificado orgânico e aumentar MAU em Apps

Objetivo 2: Otimizar a jornada de venda multiplataforma garantindo equilíbrio entre inserções e qualidade dos anúncios

Objetivo 3: Retomar crescimento de buyers a partir da melhoria da jornada multiplataforma de compra e negociação

Objetivo 4: Evoluir o portfólio de produtos pagos horizontais e aumentar a receita de PAYG destes buscando aumentos de liquidez e satisfação

Objetivo 5: Aumentar a receita de advertising, com foco em publicidade indireta, sem afetar as métricas de vibrancy

Estratégia do Time

O time de Recommendation tem um alto impacto na jornada de compradores (Buyers), através de galerias de recomendação espalhadas ao longo da jornada do usuário. Por outro lado, também é uma das principais fontes de visibilidade de anúncios mas ainda não temos clareza sobre o impacto em Liquidez de Sellers (a analisar).

Além disso, a partir de Julho o time se tornou responsável pela Home da OLX, adicionando ao escopo de Recomendação, um desafio de evoluir essa página e aumentar seu engajamento, visto que é uma das principais etapas iniciais da sessão do usuário (50% dos active users passam pela Home).

Considerando o escopo de Home e Recomendação podemos dizer que hoje entregamos algoritmos e galerias de recomendação baseados em comportamentos/interesses do usuário, com destaque para Home onde apresentamos nossa proposta completa de personalização com uma lógica dinâmica de algoritmos que muda de acordo com o histórico do usuário.

Com estes aspectos em mente, entendemos a seguinte direção para o time:

Trabalhar na direção do Objetivo 3 da Liga, focado em retomar crescimento de Buyers;

- 🏠 **Para a Home**, nossa hipótese é que usuários que passam por ela (Home viewers) deveriam ter um uplift de conversão para o Advview quando comparados a usuários que só passam pelo Listing.
Esse racional vem do fato de que quem passa pela Home é, teoricamente, impactado com mais impressões de anúncios do que quem só passa pelo Listing. Logo, a probabilidade de um Advview aumenta e isso deveria ser visto em nossa métrica de conversão da etapa.
- 🎯 **Para Recomendação**, esperamos criar e otimizar algoritmos de recomendação, com o intuito de permitir a recomendação personalizada em mais cenários e garantir que acertamos quando há a oportunidade.
Aqui queremos maximizar o CTR em nossas galerias, independente do local exibido.

Por outro lado, entendemos que monetização e a jornada de vendedores (Sellers) é importante, especialmente no que diz respeito a equilíbrio de Liquidez na plataforma OLX. Porém nosso entendimento deste tema ainda é baixo, o que se traduz em pouca clareza de como avançar. Temos uma ambição de executar discoveries sobre o tema e começar a discutir com outros times, visto que é um assunto cross (ex: times de paid product, ad insertion, etc). Isso não impede testes ainda em Q4.

Fatos e dados que suportam essa estratégia:

- 50% dos active users passam pela Home, o que torna a Home uma etapa importante e que pode ter um papel importante na jornada de muitos usuários (essa métrica deve ser ainda maior nos Apps);
- A Home não gera hoje nem uplift nem perda de conversão quando comparada a usuários que só passarem pelo Listing, olhando para a métrica global com todas as plataformas;
- Dos usuários que passam na Home, cerca de 27% clicam em conteúdo Recomendado;
 - Em Android, recomendação é mais clicada do que a barra de busca;
- wip

Roadmap e apostas

A partir de nossa estratégia e do exercício de planejamento realizado em Julho, e da evolução das conversas com a Liderança, entendemos que revisar a proposta de valor da Home é nossa principal alavanca para impactar a empresa e usuário em Q4.

Proposta de valor da Home

A decisão de investir na proposta de valor da Home veio do racional de que hoje ela não gera uplift de conversão quando comparamos Home Viewers com Only-Listing Viewers, apesar de indícios de que temos conteúdo recomendado relevante para o usuário.

Dessa forma, acreditamos que existe potencial para a Home gerar uplift de conversão para reply quando comparada a usuários que só passaram pelo Listing.

Porém, é importante citar que hoje nossa Home já possui um grau de personalização e conteúdo dinâmico, baseados em comportamento histórico do usuário.

**É interessante ter entendimento sobre [nosso As Is](#) para uma compreensão completa do plano.*

Nosso plano da Home foi dividido em duas etapas:

- **v1**
 - **Resumo:**
Proposta de testes rápidos e iterações de menor complexidade em nossa UI e lógica de galerias, com o intuito de atualizar a usabilidade da Home e trazer resultados de curto prazo
 - **Escopo:**
 - Re-Distribuição de Conteúdo As Is (via galerias horizontais)
 - Melhorar aproveitamento de espaço
(+ conteúdo visível, revisão de elementos (ex: categorias etc))
 - Incentivo ao Login na Home
 - Novos algoritmos de fallback (ex: galeria de entrega, etc)
- **v2**
 - **Resumo:**
Estamos estudando mudanças mais drásticas ou complexas para a Home, que exigem mais validações e descobertas técnicas.
 - **Escopo (possível):**
 - Revisão Layout da Home (poderíamos mudar a Home p/ algo similar ao Pinterest)
 - Conteúdo dinâmico (não somente galerias dinâmicas, mas dinamizar outros conteúdos)
 - Long term recommendation (hoje nossa recomendação tem validade)
 - Feedback de recomendação (do usuário)
 - New users: conteúdo educacional / onboarding
 - Revisão Proposta Paid Products
 - Novas features:
 - Acesso Favoritos / Busca salva na Home
 - Outras?

Algoritmos

Por outro lado, entendemos que parte importante de nossa responsabilidade é entregar conteúdo recomendado de qualidade, seja nas galerias existentes ou em cenários futuros.

Para isso precisamos investir continuamente em nossos Algoritmos.

Com isso em mente, sabemos que a evolução de nossos algoritmos terá um papel importante na proposta de valor da Home, além de otimizar outras etapas da jornada. Neste momento, nossa maior aposta está relacionada a aplicação de AI para Recomendação com modelos vetorizados (ex: Two Towers), mas também estamos estudando outras possibilidades de algoritmos e galerias para a Home, além de melhorias como Localização da Home e etc.

Algo importante a destacar dessa decisão é que não sabemos ainda o potencial de geração de Replies deste plano, mas sabemos que as possibilidades futuras podem nos ajudar a alcançar mais Replies a partir de aprendizados e novas estruturas criadas.

Apostas de alto nível

Prioridades

- Herança Q3
 - Listing Sem Keyword com recomendação
 - Galeria de entrega na Home
 - Criação Algoritmo Two Towers (AI/vetorizado)

- Proposta de Valor da Home
 - Home Personalizada v1
 - Home Personalizada v2* (a avaliar)
- Engenharia
 - Estabilidade Sommelier
 - SSR Home Web

Outros temas em andamento

- Espaço de marketing (Toils) + BF
- Evolução de Algoritmos
 - Filtragem colaborativa Localizada
 - Novos algoritmos p/ fallback
- Engenharia
 - Melhorias Web Vitals

Outros temas no Radar...

- Paid Products e Advertising na Home

