

Домашний экран — это рекомендация, пересобираемая под каждого зрителя, чтобы успеть в окно ~60-90 секунд до того, как он бросит просмотр. Персонализируйте четыре слоя, сбалансируйте релевантность и разнообразие, учитывайте position bias, выбирайте обложку под зрителя и оставьте за редакторами запуски и права. Оптимизируйте под watch time, не под клики. Поверхности Netflix меняются — сверяйте живую.

1 · ЧЕТЫРЕ СЛОЯ (стройте все под зрителя)

- ☐ **Выбор рядов** — какие ряды показать из большого пула. Не у всех одинаковые ряды.
- ☐ **Порядок рядов** — сверху вниз; самый полезный ряд — наверх, куда падает взгляд.
- ☐ **Ранжирование в ряду** — слева направо; сильнейший тайтл — слева.
- ☐ **Обложки** — одно изображение на тайтл, выбранное под зрителя; одно шоу — разные лица.

2 · PAGE GENERATION — РЕЛЕВАНТНОСТЬ x РАЗНООБРАЗИЕ

- ☐ **Релевантность** — каждый ряд должен цеплять этого зрителя; легко переоптимизировать в клон.
- ☐ **Калибровка** — отражайте пропорции вкусов (70% романтики / 30% экшена), не хороните малые интересы.
- ☐ **Ре-ранк** — возьмите список по релевантности и перетасуйте, чтобы вернуть калиброванное разнообразие.
- ☐ **Смешивайте логики** — Continue Watching, Top 10 (список по стране, позиция персональна), Trending, Because You Watched.

3 · ОБЛОЖКИ И ПОРЯДОК (важные детали)

- ☐ **Кандидаты-картинки** — делайте много на тайтл (моменты, персонажи, настроения), чтобы было из чего выбрать.
- ☐ **Contextual bandit** — выбор под зрителя/контекст; в основном лучшее известное, иногда — пробуем новое.
- ☐ **Тратьтесь на малоизвестные** — известное шоу смотрят и так; скрытая жемчужина живёт за счёт картинки.
- ☐ **Поправка на position bias** — не учитесь на сырых кликах; верхний слот кликают просто за то, что он сверху.

4 · РЕДАКТОРСКИЙ КОНТРОЛЬ, МЕТРИКИ, ЛОВУШКИ

- ☐ **Редакторы задают правила** — допустимые тайтлы, обязательные ряды, что продвигать, что не ставить рядом.
- ☐ **Покройте то, что модель не может** — платные запуски (cold start), бренд/PR-размещение, окна и территории лицензий.
- ☐ **Оптимизируйте под watch time** — начал И продолжил смотреть; кликбейт-обложка берёт тап, теряет доверие.
- ☐ **Считайте нужные метрики** — browse-abandonment (сессии без плея), прирост watch time, удержание — не клики.

ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ — ЧЕТЫРЕ СЛОЯ, КАЛИБРОВКА ПОД ДИАПАЗОН, ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ, РЕДАКТОРЫ В КОНТУРЕ

На большом каталоге домашний экран и есть продукт: большая часть просмотров начинается с того, что показывает система, а не с поиска, поэтому то, как вы раскладываете страницу, решает, сколько посмотрят, — а у вас лишь окно примерно 60-90 секунд, прежде чем зритель бросит. По порядку. Первое: персонализируйте все четыре слоя, а не один — какие ряды показать, их порядок сверху вниз, порядок тайтлов в ряду слева направо и единственную обложку каждого тайтла; обобщённая страница не строит ни одного из них под зрителя. Второе: в page generation сбалансируйте релевантность и разнообразие — ранжирование только по релевантности даёт десять клонов главного вкуса, поэтому калибруйте страницу под пропорции интересов и используйте ре-ранк, чтобы оставить место малым. Третье: учитывайте position bias — верх-слева получает несоизмеримо больше внимания, поэтому порядок — это почти вся ценность ряда, и при обучении на кликах поправляйтесь на позицию, иначе постройте петлю «богатые богатеют». Четвёртое: персонализируйте обложки — давайте каждому тайтлу много картинок-кандидатов и позволяйте contextual bandit выбирать под зрителя, используя лучшее известное и иногда пробуя новое, обучаясь непрерывно, а не ожидая медленного A/B-теста, и тратьте усилия на малоизвестные тайтлы, где картинка решает больше всего. И всюду оставляйте за редакторами то, что модель измерить не может, — платные запуски до появления данных, бренд- и PR-чувствительное размещение, окна и территории лицензий, — позволяя редакторам задавать пул и правила, а алгоритму персонализировать внутри них. Наконец, оптимизируйте каждый слой под watch time и удержание, а не под сырые клики, и считайте browse-abandonment как рычаг удержания. Поверхности и названия в Netflix меняются — сверяйтесь перед планированием.