

# Data Warehousing

## Kapitel 7: DWH-Einsatz für Web-Zugriffsanalyse und Recommendations

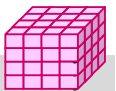
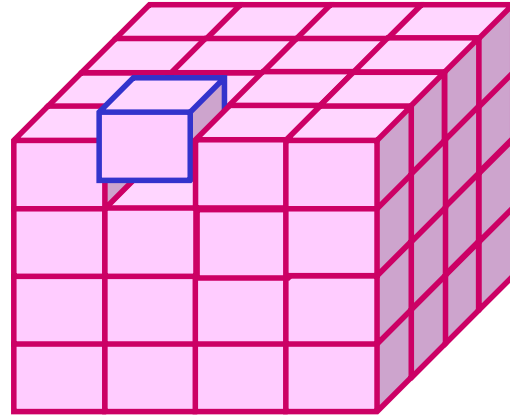
**Dr. Andreas Thor**

Wintersemester 2009/10

Universität Leipzig

Institut für Informatik

<http://dbs.uni-leipzig.de>



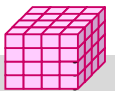
## 7. Data-Warehouse-Einsatz für Web-Zugriffsanalyse und Recommendations

- Einführung Web-Zugriffsanalyse / Website-Optimierung
- Recommendations und Recommender
- Adaptive Bestimmung von Recommendations (AWESOME)
  - Architektur
  - Einsatzbeispiele
  - Datenvorverarbeitung
  - Warehouse-Schema
  - Automatische Bestimmung von Selektionsregeln
  - Evaluierung



# Website-Optimierung

- Websites sind für den Erfolg von Unternehmen / Organisationen mitentscheidend
  - Optimale Informationsbereitstellung
  - Gewinnung neuer Kunden
  - Ausbau bestehender Kundenbeziehungen
  - Service-Angebote (Entlastung eigener Mitarbeiter) ...
- Optimierung erfordert
  - umfassende Website-Bewertung / Zugriffsanalyse
  - Umsetzung geeigneter Anpassungen (hoher manueller Tuning-Aufwand !)
- Typische Ziele der Web-Zugriffsanalyse
  - Identifikation von Fehlern (Broken Links), Engpässen bzgl. Reaktionszeiten etc.
  - Wissen über Nutzungsverhalten gewinnen
  - Wissen über Besucher / Kunden gewinnen
  - **einfache statistische Bewertungs-Metriken**: Zugriffshäufigkeiten, #Besucher, Verweilzeiten ...
  - **Referrer-Analyse**: Von woher kommen die Besucher (Effektivität von Werbemaßnahmen)
  - **Konversionsraten**: Anteil der Besucher, die in bestimmten Zustand wechseln (Kauf, Angebotseinholung, Kontaktaufnahme mit persönlichem Vermittler, etc.)
  - **Return on Investment (ROI)**: Umsatz- und Gewinn-Summe der Besucher

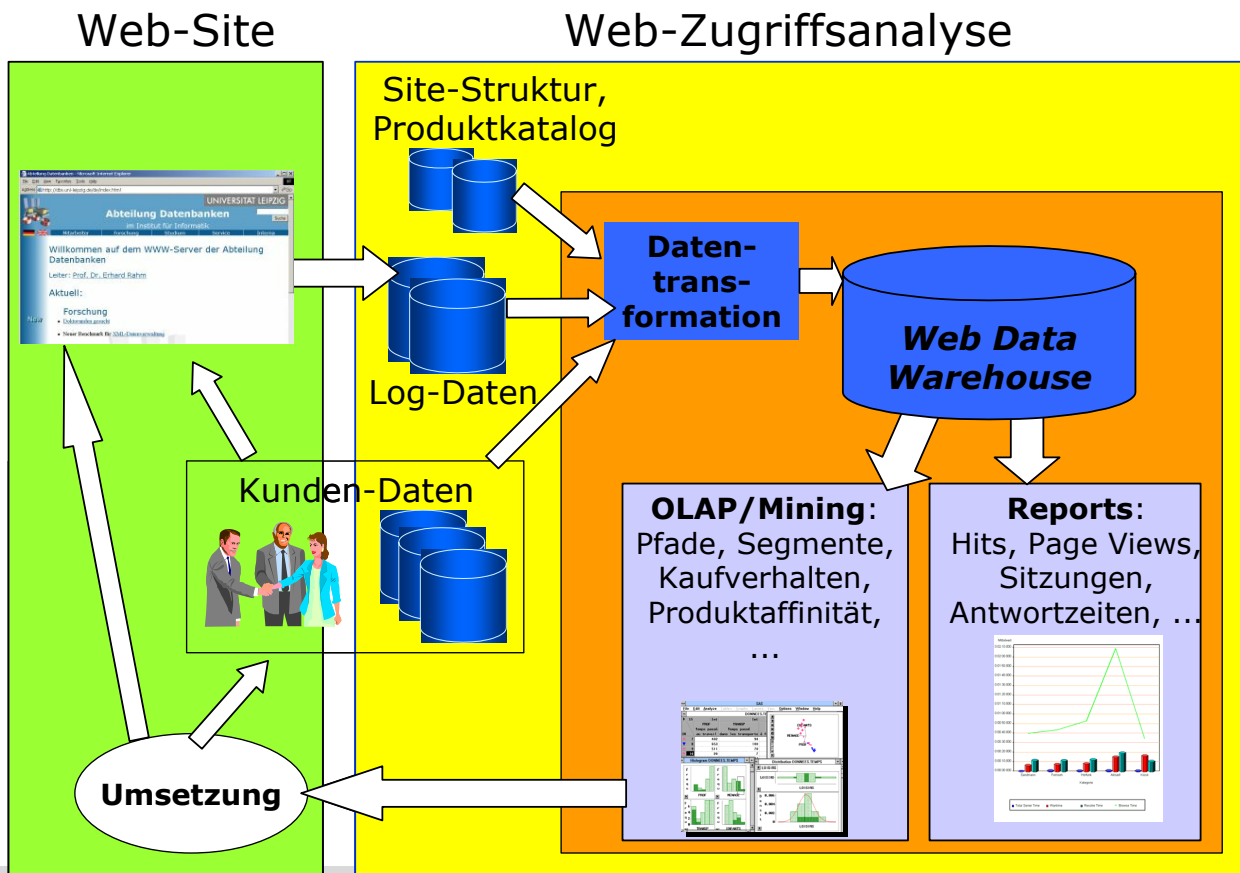


## Anforderungen/Probleme

- Skalierbarkeit: sehr große Datenmengen und Benutzerzahlen
- Beschränkungen der Log-Daten (Proxies, Caching, dynamische IP-Adressen, dynamische Web-Seiten ...)
- inhaltlicher / fachlicher Bezug erfordert Kombination von Log-Daten mit weiteren Datenquellen
- Benutzeridentifikation
- Änderungen im Aufbau der Web-Seiten
- einfache Umsetzung und Nutzung
  
- **Data-Warehouse-Lösung** ermöglicht skalierbaren Ansatz und fachbezogene Auswertungen (Kopplung mit Inhaltskategorien / Produktkatalogen, Kundendaten ...)



# Web-Zugriffsanalyse und Website-Optimierung



WS09/10, © Prof. Dr. E. Rahm

7-5

## Reaktionen auf Analyseergebnisse

- Umgestaltung der Website
- Marketing-Aktivitäten, ...
- optimierte *Recommendations* (z.B. Produktempfehlungen)
  - Hinweise auf bestimmte Inhalte einer Website
  - v.a. für große Websites sehr wichtiges Instrument der Nutzerführung
- Beispiel: Buch für Freundin bei Amazon kaufen
  - Recommendations helfen interessante Produkte zu finden
  - Bundle-Angebote (Cross-Selling)

**The Amazon.com 100**  
Save up to 40%

1. [Unfit for Command: Swift Boat Veterans Speak Out...](#)  
by John E. O'Neill,  
Jerome R. Corsi

Customers who bought this book also bought:  
Look for similar books by subject:

NEW FOR YOU

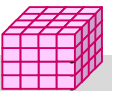
Andreas, see what's  
[New for You](#)  
(If you're not Andreas, [click here.](#))

WS09/10, © Prof. Dr. E. Rahm

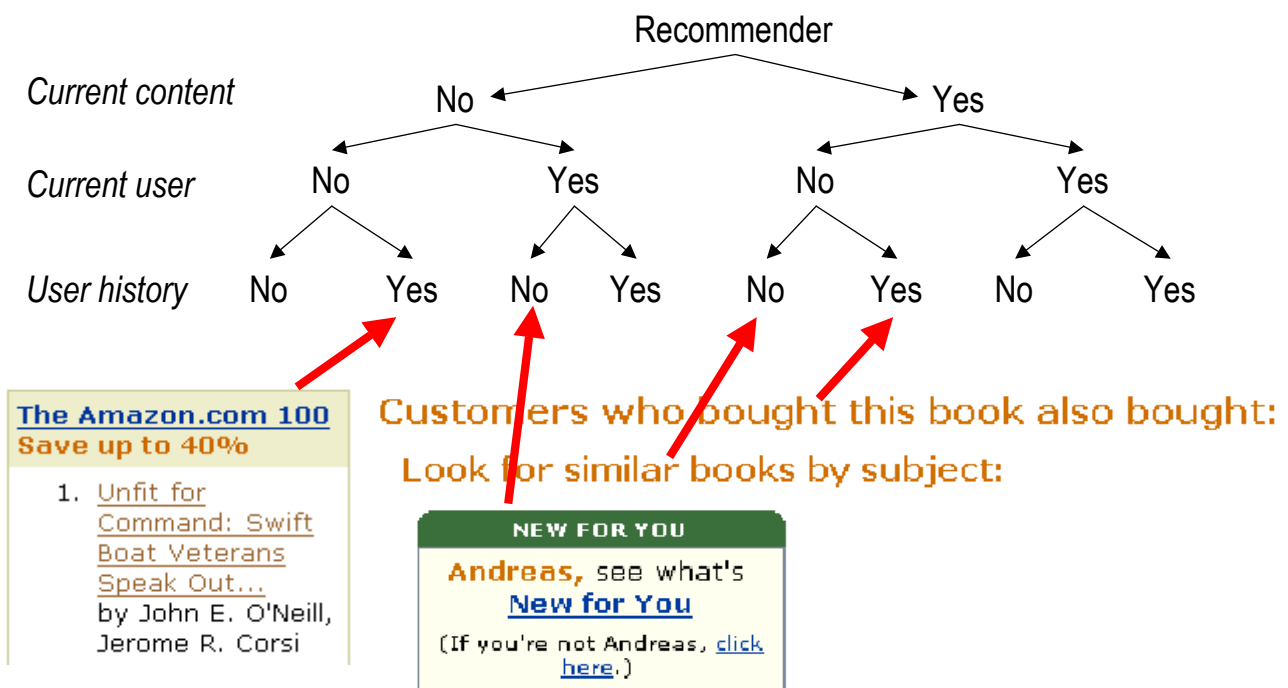
7-6

# Recommender

- **Recommender** = Verfahren zur Berechnung von Recommendations
- Viele Arten von Recommender (-> Klassifikation)
- Manuell bestimmte Recommendations suboptimal
  - v.a. bei sehr vielen Produkten / Nutzern
  - Hoher Aufwand
- **Automatische Berechnung von Recommendations** erforderlich
- **Qualität** der Recommender/Recommendations abhängig von verschied. Faktoren
  - Produkt (Kategorie, Kaufverhalten)
  - Einsatzzweck (Bundle, Produktsuche)
  - Kunden (Neukunde vs. Stammkunde)
  - Weitere Faktoren (Zeitpunkt, ...)
- Hoher Administrationsaufwand für manuelle Optimierung
- **Automatische Optimierung der Recommendations** anzustreben (Adaptivität)



## Recommender Klassifikation

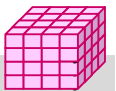


# Automatische und adaptive Optimierung

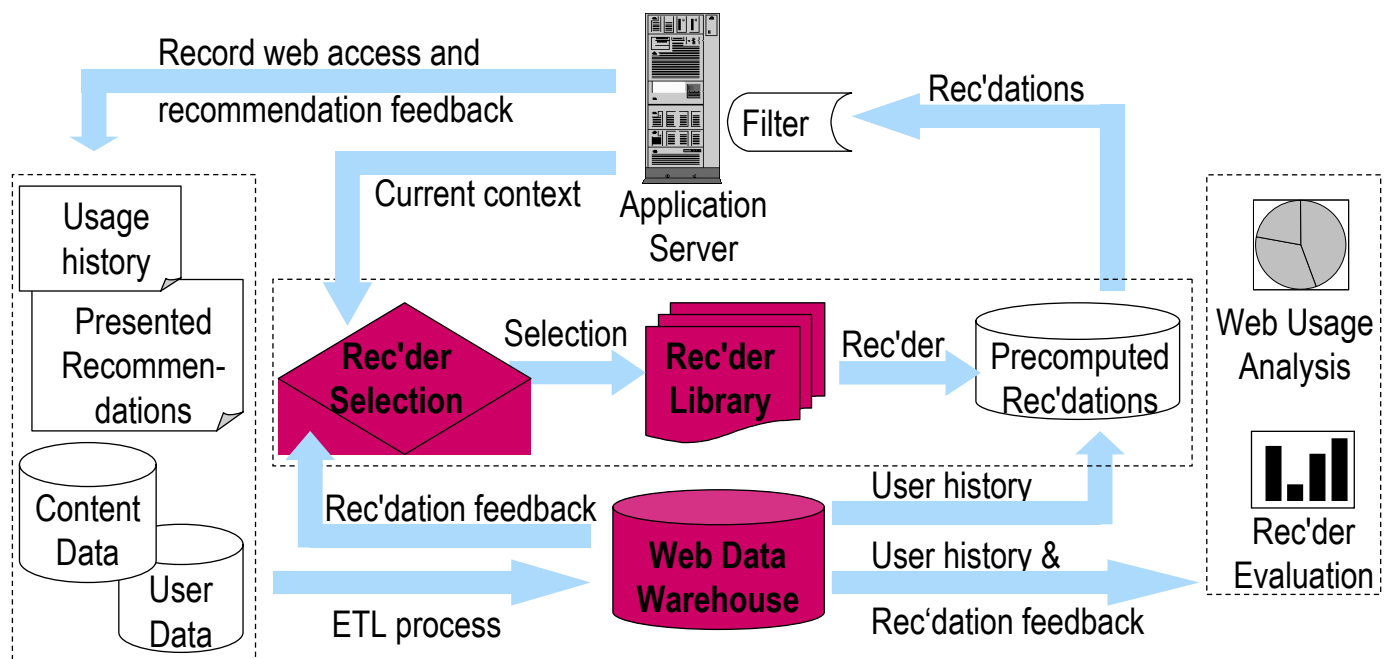
**AWESOME**= Adaptive Website Recommendations\*

- Kontinuierliches Messen und Nutzen von *implizitem* Nutzer-**Feedback** zu präsentierten Recommendations
  - Explizites Feedback („Was this recommendation helpful?“) wird selten geliefert
- Evaluierung der Recommendation / Recommender-Qualität
- Automatische und adaptive Auswahl des besten Recommenders pro Webzugriff
- Hohe Skalierbarkeit durch Data-Warehouse-Technologie
- Minimaler Administrationsaufwand

\*Thor, A.; Rahm, E.: *AWESOME – A Data Warehouse-based System for Adaptive Website Recommendations*. Proc. 30th Intl. Conf. On Very Large Databases (VLDB), Toronto, Aug. 2004



## AWESOME Architektur



# AWESOME-Anwendung 1

- Nicht-kommerzieller Site <http://dbs.uni-leipzig.de>

### Link Tip

[XMach-1: A Benchmark for XML Data Management](#)  
XMach-1 Specification  
XMach-1 Queries  
XMach-1 Re...

[Metadata Management](#)  
Our work on metadata management focuses on the following areas:  
Schema Matching: finding semantic corresp...



# AWESOME-Anwendung 2

Online-Shop [www.softunity.com](http://www.softunity.com)

## Weitere Empfehlungen



**Unreal 2 - The Awakening (XBox)**

**Publisher:** Atari

Erleben Sie das Action-Epos "Unreal 2" jetzt auch auf der Xbox mit einem atemberaubenden Multiplayer-Modus.

57,95 €



**MTV's Celebrity Deathmatch (XBox)**

**Publisher:** TAKE 2

Interactive

Hier treffen die Stars aufeinander - im wahrsten Sinne des Wortes... Treten Sie beim berühmten MTV-Wettkampf mit Stars wie Marilyn Manson, Justin Timberlake oder Anna Nicole Smith in den Ring!

36,95 €



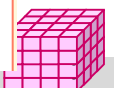
**Arena Wars (PC)**

**Publisher:** TAKE 2

Interactive

"Arena Wars" ist ein völlig neuartiges 3D-Real-Time-Strategy-Game, welches die Spielweise und Steuerung von Echtzeitstrategiespielen mit der Action von Shootern verbindet.

14,95 €



# AWESOME-Anwendungen

## ■ Implementationsdetails

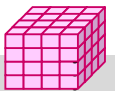
- Data Warehouse: MS SQL-Server
- Recommendations, Selektionsregeln: MySQL
- Applikationsserver: PHP mit Zugriff auf MySQL
- Tägliches Update (ETL Prozess)

## ■ Kennzahlen [dbs.uni-leipzig.de](http://dbs.uni-leipzig.de)

- Ca. 3500 Seiten
- Täglich ca. 2000 Pageviews (von Menschen), d.h. 4000 Recommendations
- Größe DWH (Stand Oktober 2004): ca. 1,1 GB

## ■ Kennzahlen [www.softunity.com](http://www.softunity.com)

- Ca. 2600 Produkte
- Täglich ca. 5200 Pageviews (26.000 Recommendations)
- Größe DWH ca. 5 GB



## Datenvorverarbeitung in AWESOME

### ■ Entscheidender Schritt für Datenqualität

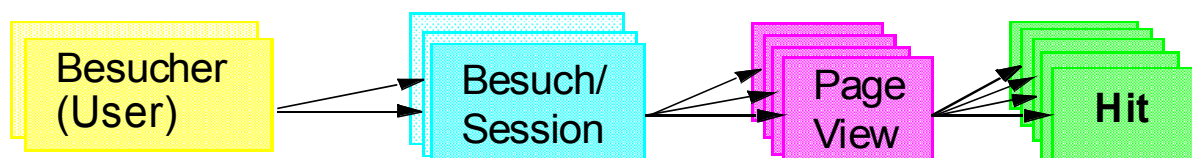
- Pageview-Identifikation
- Eliminierung von Roboterzugriffen (präparierte Links, Navigationsmuster, ...)
- Session-Identifikation (temporärer Cookie bzw. Referrer-Heuristiken)
- Nutzer-Wiedererkennung (permanenter Cookie)

### ■ Eigene Logfiles (Erweiterung des CLF) → Applikations-Log

- Angezeigte + angeklickte Recommendations

### ■ Kategorisierung der Daten

- Pages / Produkte: Inhaltshierarchien
- Nutzertyp: Wiederkehrend vs. Neu ...



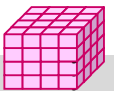
# Application Server Logfiles

## ■ Usage Logfile

- 1 Satz pro Pageview
- ECLF-Attribute: Hostname, Date-Time, Request, Referrer, User Agent ...
- User ID ID zur Wiedererkennung des Nutzers (permanenten Cookie)
- Session ID ID zur Erkennung der Session (temporärer Cookie)
- Session Pos Position der Seite innerhalb der Session
- Recommendation Code zur Erkennung, ob Request auf Grund einer Recommendation zustande kam (**Feedback**)

## ■ Recommendation Logfile (für präsentierte Recommendations)

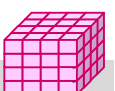
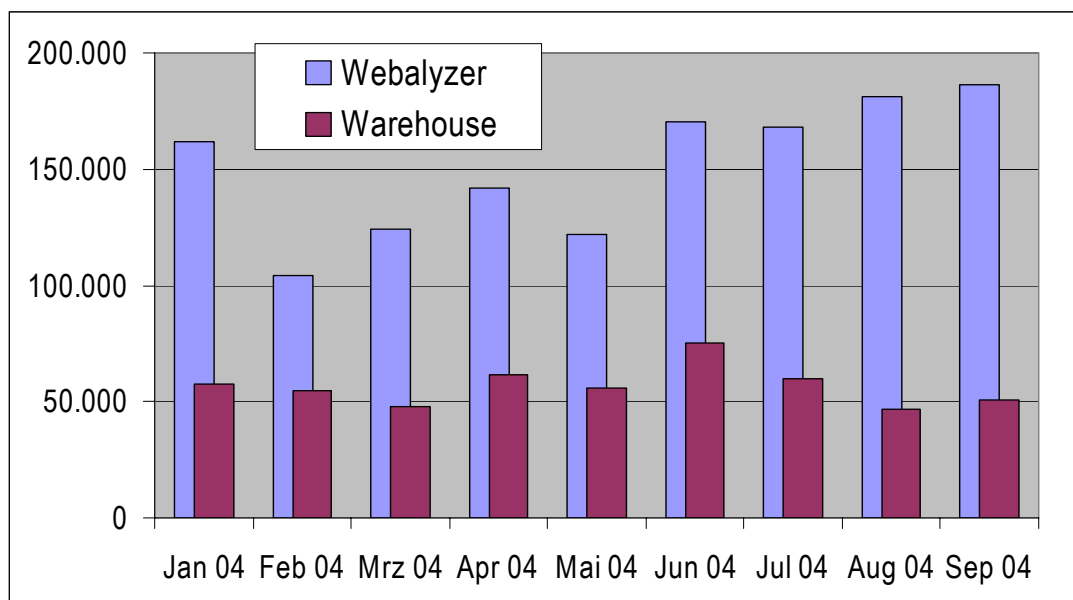
- |                  |   |                                   |
|------------------|---|-----------------------------------|
| - User ID        | } | Zuordnung zu Pageview             |
| - Session ID     |   |                                   |
| - Session Pos    |   |                                   |
| - Date-Time      |   |                                   |
| - Recommendation |   | empfohlene URL                    |
| - Rec-Position   |   | Layoutposition der Recommendation |
| - Recommender    |   | angewendeter Recommender          |
| - Rec-Strategy   |   | angewendete Strategie             |



# Einfluss des Crawler-Erkennung

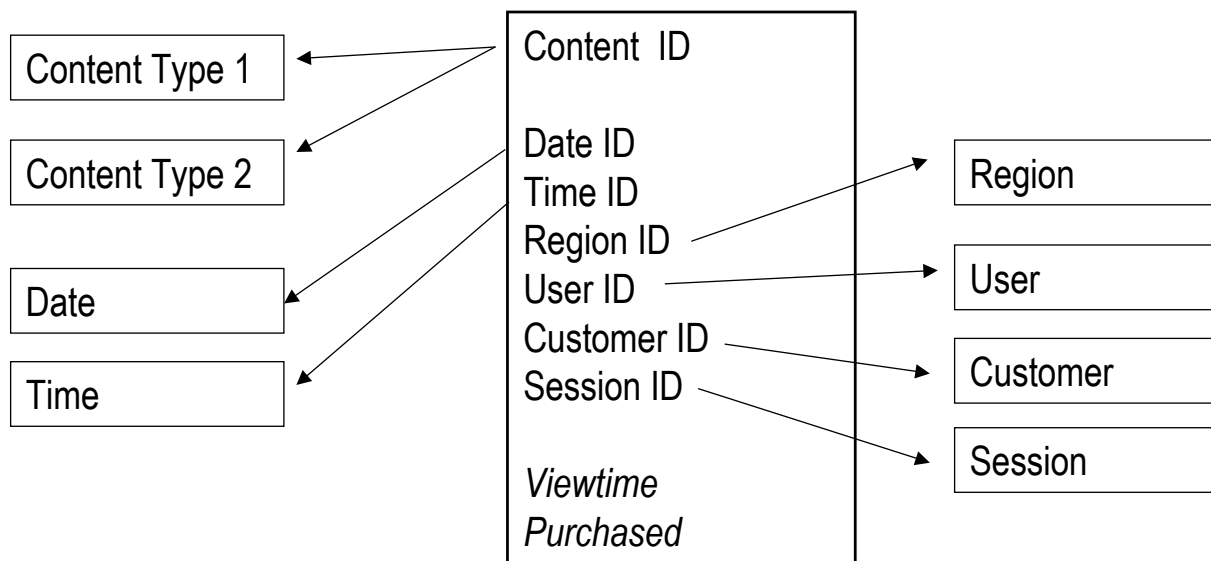
## ■ Vergleich der Pageviews mit Webalyzer-Tool

- Stetige Zunahme von Zugriffen – bedingt durch Crawler
- "Menschliche" Zugriffe relativ konstant mit zeitlichen Aspekten (Vorlesungszeit vs. Semesterferien)





# Pageview Faktentabelle (Ausschnitt)



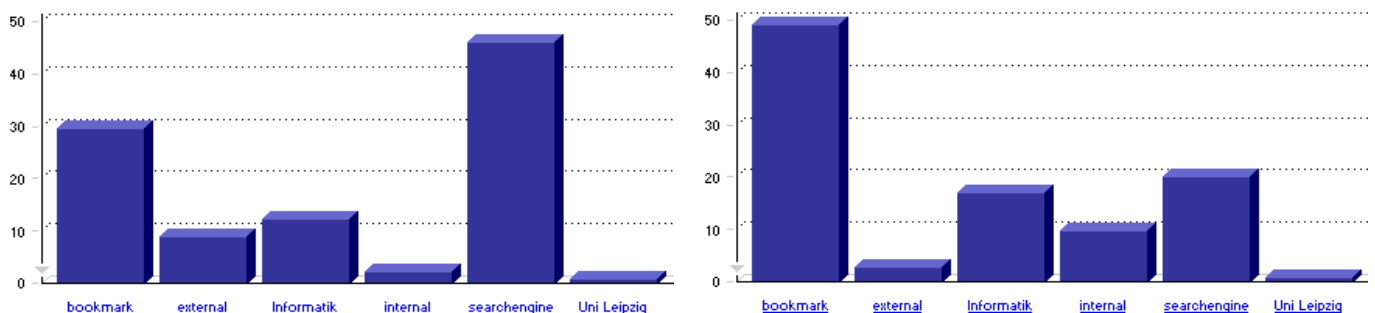
## Dimensionen bestimmen **Kontext**

- Abhängig von Website (bzw. deren Domäne)



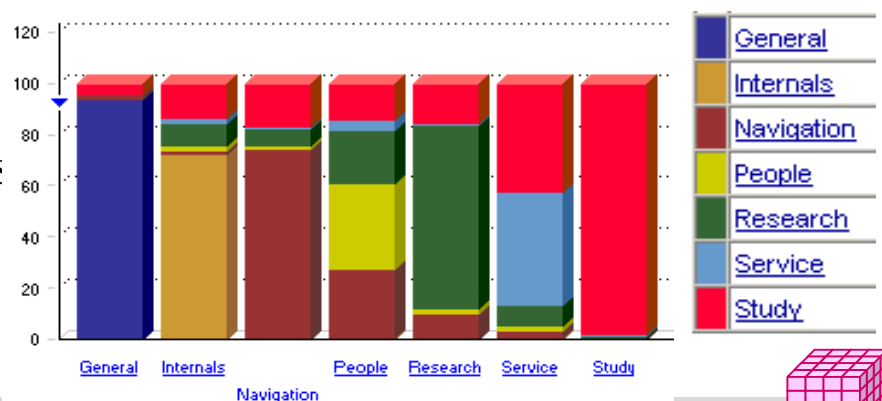
# Zugriffsanalyse mit OLAP

## Verteilung der Referrer, d.h. woher kommen die Nutzer (links: neue Nutzer, rechts: wiederkehrende Nutzer)

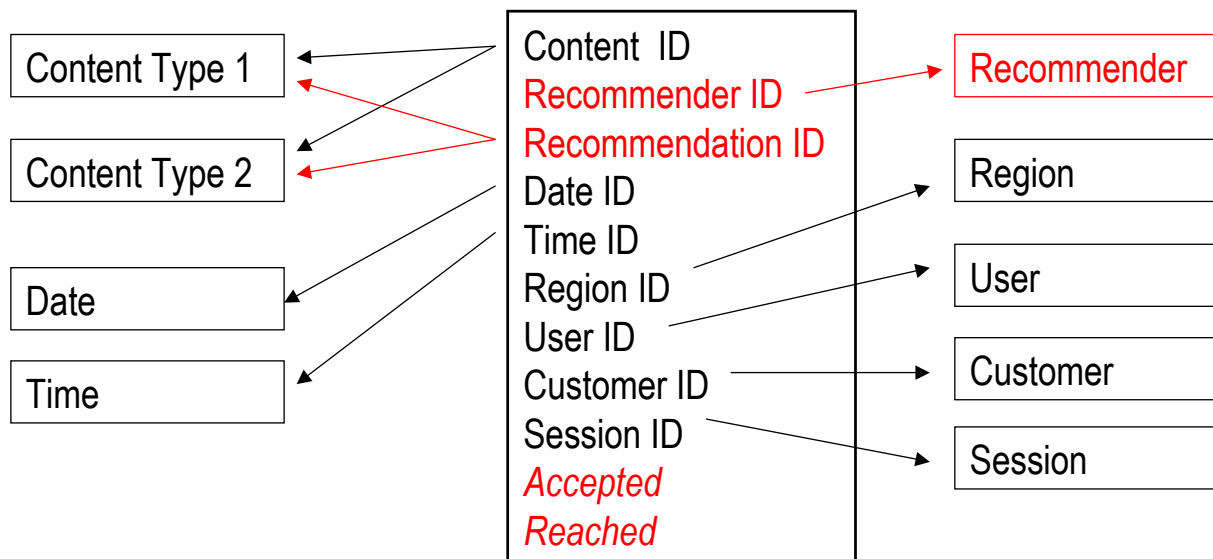


## Analyse des Navigationsverhaltens für neue Nutzer

- X-Achse: Aktuelle Seite
- Y-Achse: Verteilung der nächsten Seite

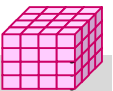


# Recommendation Facttable (Ausschnitt)



## ■ Zusätzliche Dimension Recommender

- Basiert auf Top-Level-Klassifikation



# Recommender Evaluation

## ■ Metriken Recommendation-Qualität

- **Acceptance Rate** =  
#Angeklickte Rec's / #Präsentierte Rec's
- **Session Acceptance Rate** =  
Anteil der Sessions mit mind. 1 akzeptierten Recommendation
- **RecommendedPurchaseRate** =  
Anteil der Sessions mit Kauf eines Produkts, für das eine Recommendation in der Sitzung akzeptiert wurde

## ■ Vergleichende Evaluation mit verschiedenen Dimensionen

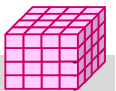
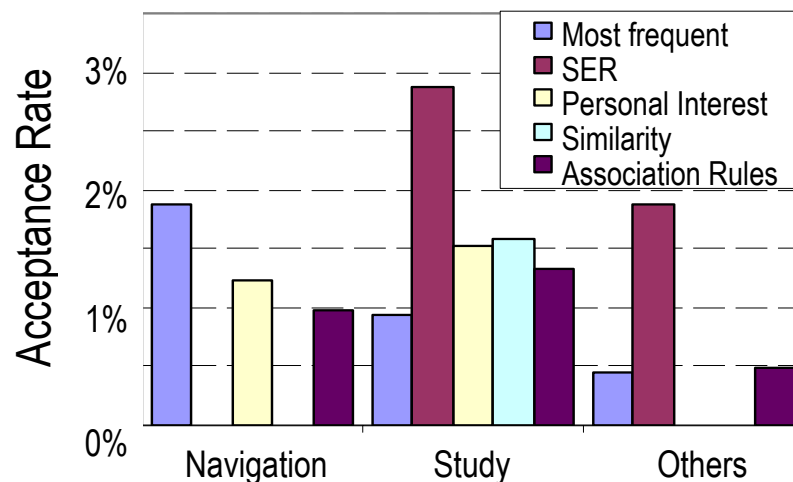
- Neue Nutzer vs. Wiederkehrende Nutzer
- Suchmaschinen- vs. Bookmark-Benutzer
- Hub-Seiten vs. Content-Seiten



# Recommender Evaluation (Beispiel)

## ■ OLAP Evaluation u.a. für

- Manuelle Optimierung der Website
- Optimierung einzelner Recommender



## Adaptive Recommender Selektion

- Recommender-Qualität abhängig von vielen Einflussfaktoren
- Idee: *Wähle pro Kontext den vielversprechendsten Recommender automatisch aus basierend auf aufgezeichnetem Feedback*
- Regel-basierter Ansatz: Erweiterbare Menge von **Selektionsregeln**
  - Aufbau: *ContextPattern*  $\Rightarrow$  *Recommender* [*Weight*]
  - Context pattern = Kontext mit NULL-Attributen

## ■ Beispiele

- $\{ Usertype='new\ user'\ AND\ ContentCategory1='Navigation'\ }$   $\rightarrow$  'Most frequent' [0.6]
- $\{ Referrer='search\ engine'\ }$   $\rightarrow$  'SER' [0.8]
- $\{ Clienttype='university'\ AND\ Usertype='returning\ user'\ }$   $\rightarrow$  'Personal interest' [0.4]

- **Selektionsstrategie** = Ansatz zur Bestimmung der Selektionsregeln



# Erzeugen von Selektionsregeln

Zwei *automatische adaptive* Ansätze

- Automatische Transformation des Feedbacks in Selektionsregeln

## 1. Query based

CUBE-Query zur Bestimmung des Recommenders mit höchster Acceptance Rate (=Weight) pro Context Pattern

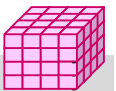
## 2. Machine Learning

## 3. Random

- Alle Recommender erhalten Feedback
- Vergleichsstrategie bei Evaluation

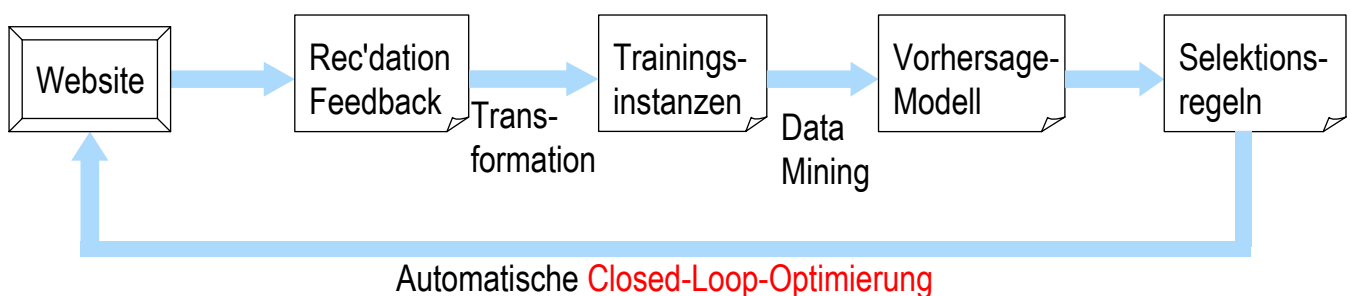
## 4. Manual

- Manuell erstellte Regeln (nach OLAP Analyse)



## Machine-Learning-Ansatz

- Selektion als Klassifikations/Vorhersage-Problem interpretieren
- Data-Mining-Algorithmen anwendbar, um Selektionsregeln zu berechnen

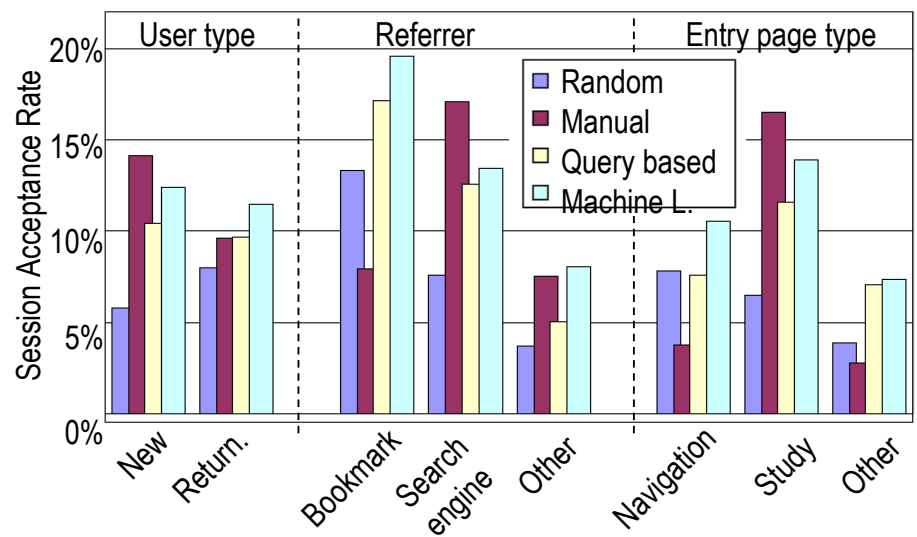


- Vollautomatisch, u.a. auch die Berechnung der Trainingsinstanzen
- Entscheidungsbaum-Verfahren (J48)
  - Pfad von Wurzel zu Blatt ist Context Pattern
  - Blatt-Knoten ist Recommender



# Evaluation (Beispiel)

## ■ Paralleler Test aller Strategien



## ■ Ergebnisse:

- Am besten: Machine L. oder Manual
- Machine L. stets besser als query-basiert



# Evaluation: Interpretation

## ■ Manuelle Strategie (5 Regeln)

- Hintergrundwissen fließt mit ein
- Sehr gut für "Hauptnutzergruppen"

## ■ Query-basierte Strategie (~ 2000 Regeln)

- Behandelt alle Attribute gleichwertig
- Auswahl daher z.T. basierend auf irrelevanten Attributen

## ■ Machine-Learning-Strategie

- Wichtet die Attribute gemäß ihrer Relevanz

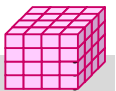


## ■ Kaufverhalten bezüglich Empfehlungen

- 3,4 % aller gekauften Produkte waren Empfehlungen
- 3,0 % sofort nach Anzeige der Empfehlung gekauft

## ■ Customer Conversion Rate

- Im Durchschnitt auf der Webseite: 2,1 %
- Bei den Benutzern, die eine Empfehlung akzeptiert haben: 8,6 %



## Zusammenfassung

### ■ Analyse von Website-Zugriffen stellt hohe Anforderungen

- große Datenmengen, Skalierbarkeit
- flexible Kombination von Log-Daten mit weiteren Datenquellen
- Business-orientierte Bewertungen erfordern Kundenzuordnung und fachlichen Bezug

### ■ Einsatz eines Data Warehouse, OLAP- und Data-Mining-Verfahren

- Großteil der Arbeit liegt in der Datentransformation
- Eliminieren von Roboter-Zugriffen, Benutzer-Identifikation, Session-Identifikation

### ■ AWESOME: automatische Bestimmung von Recommendations auf Basis von Akzeptanz-Feedback

- Closed-Loop-Optimierung zur Minimierung manueller Festlegungen / Administrationsaufwand, v.a. bei großen Websites
- Erweiterbarkeit durch modulare Recommender-Bibliothek
- Dynamische Auswahl des Recommenders verbessert Qualität der Recommendations
- Automatische und adaptive Regelerzeugung (Entscheidungsbaum) hat vergleichbare Qualität wie manuelle Regeln

