

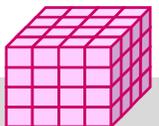
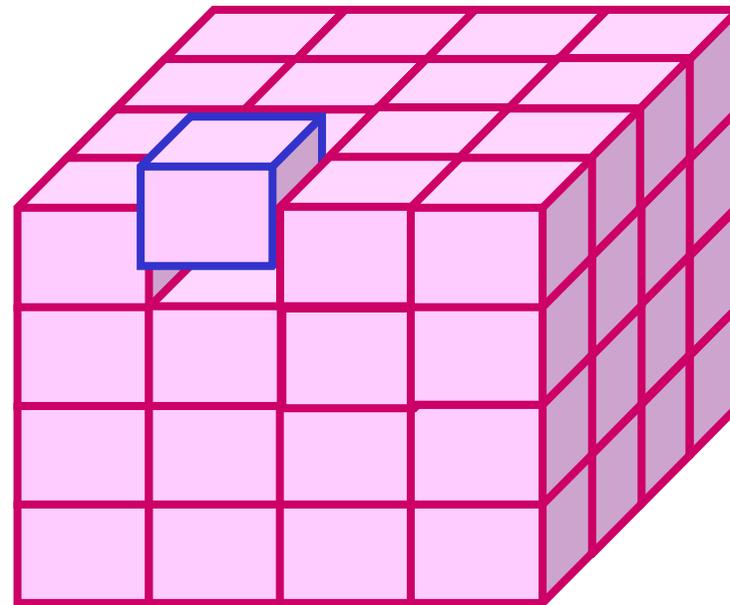
Data Warehousing

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

Dr. Michael Hartung
Sommersemester 2011

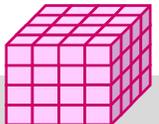
Universität Leipzig
Institut für Informatik

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



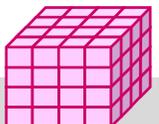
7. Data-Warehouse-Einsatz für Web-Zugriffsanalyse und Recommendations

- 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

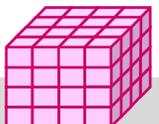
- Websites sind für den Erfolg von Unternehmen / Organisationen mitentscheidend
 - Optimale Informationsbereitstellung
 - Gewinnung neuer Kunden
 - Ausbau bestehender Kundenbeziehungen
 - Service-Angebote (Entlastung eigener Mitarbeiter) ...
- Optimierung erfordert
 - umfassende Website-Bewertung / Zugriffsanalyse
 - 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

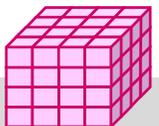
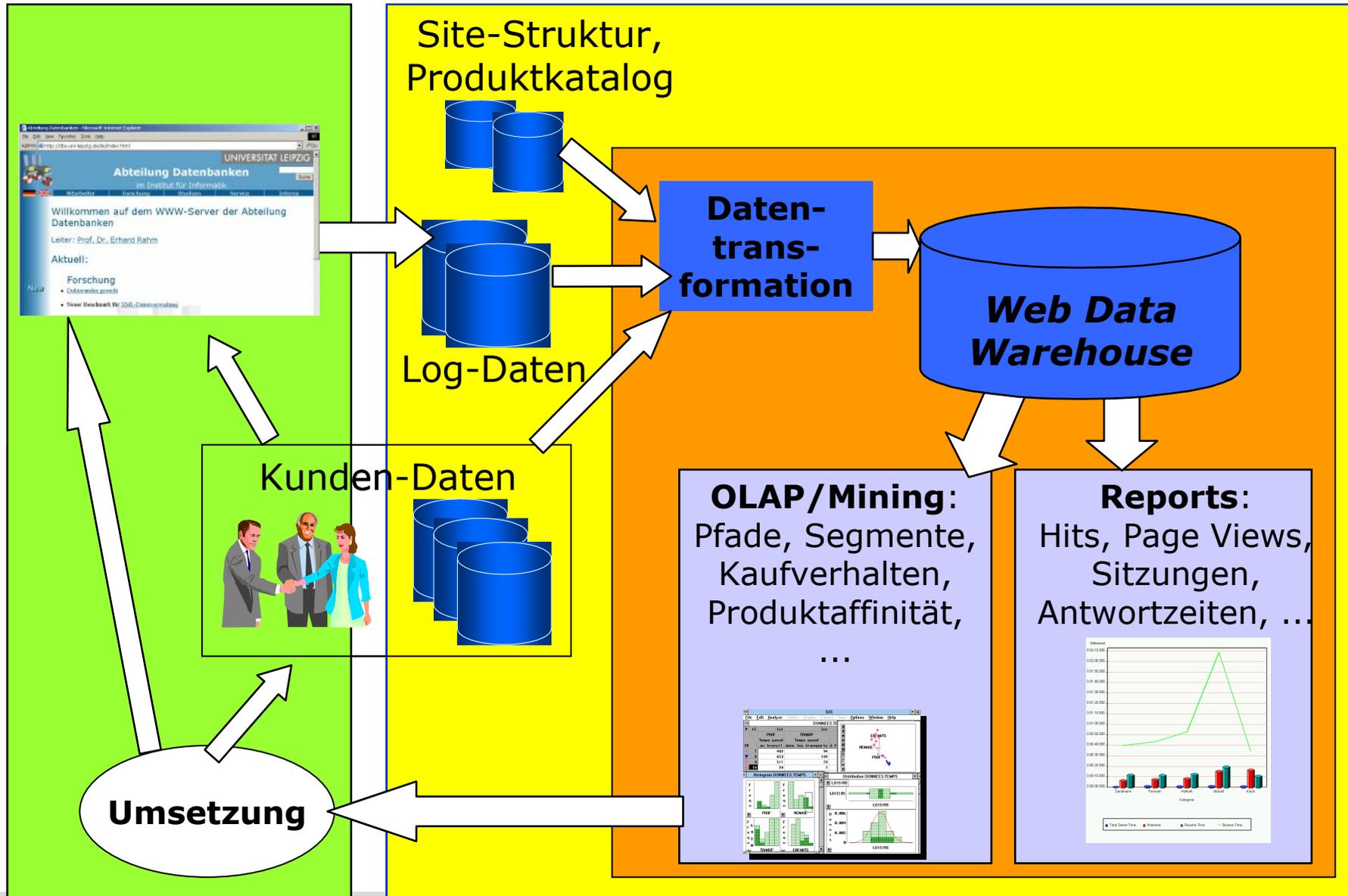
- **Data-Warehouse-Lösung** ermöglicht skalierbaren Ansatz und fachbezogene Auswertungen (Kopplung mit Inhaltskategorien / Produktkatalogen, Kundendaten ...)



Web-Zugriffsanalyse und Website-Optimierung

Web-Site

Web-Zugriffsanalyse



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:

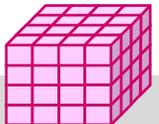
NEW FOR YOU

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

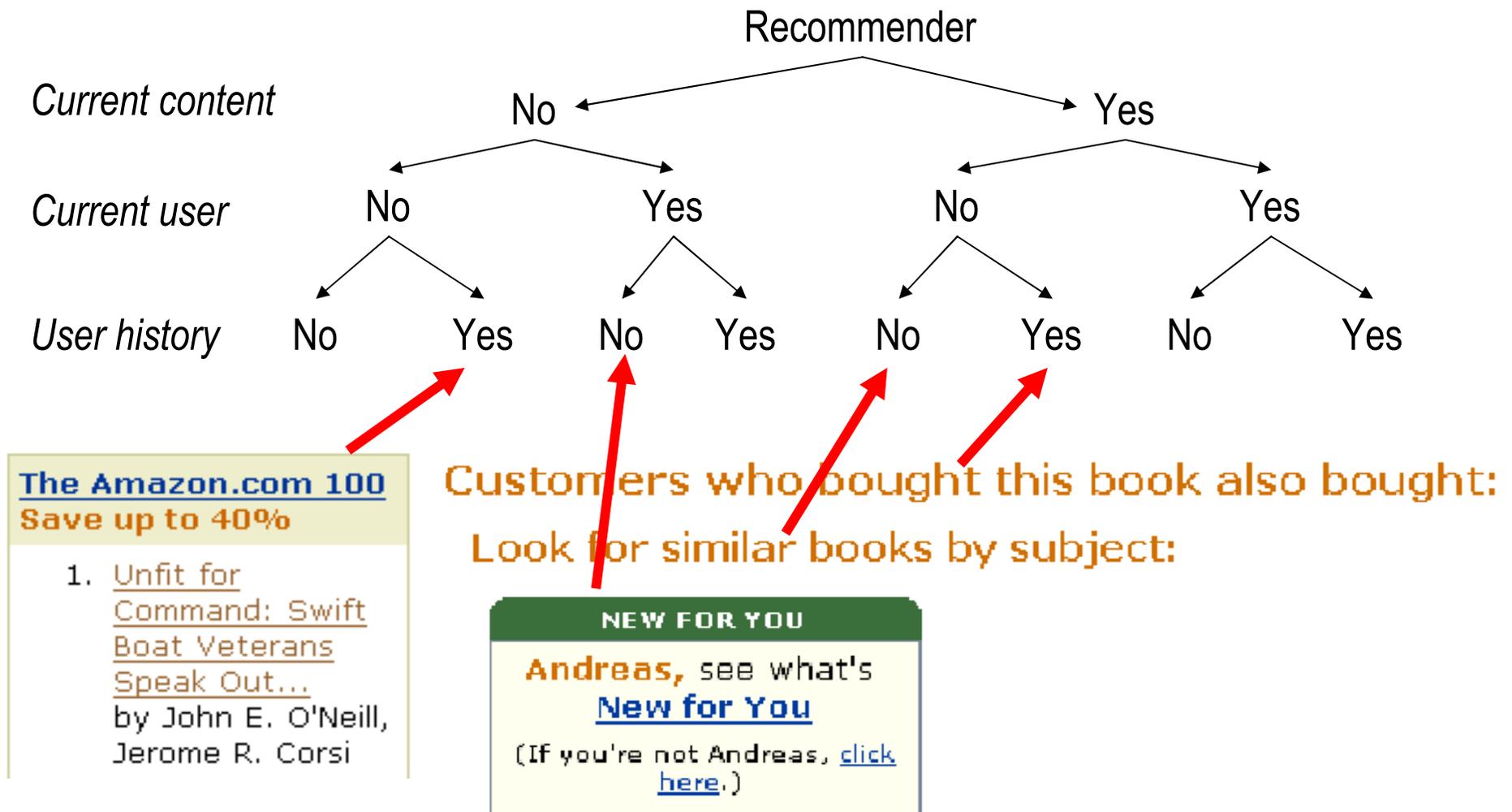


Recommender

- **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

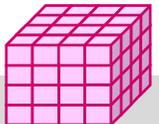


Automatische und adaptive Optimierung

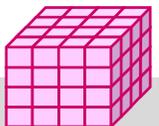
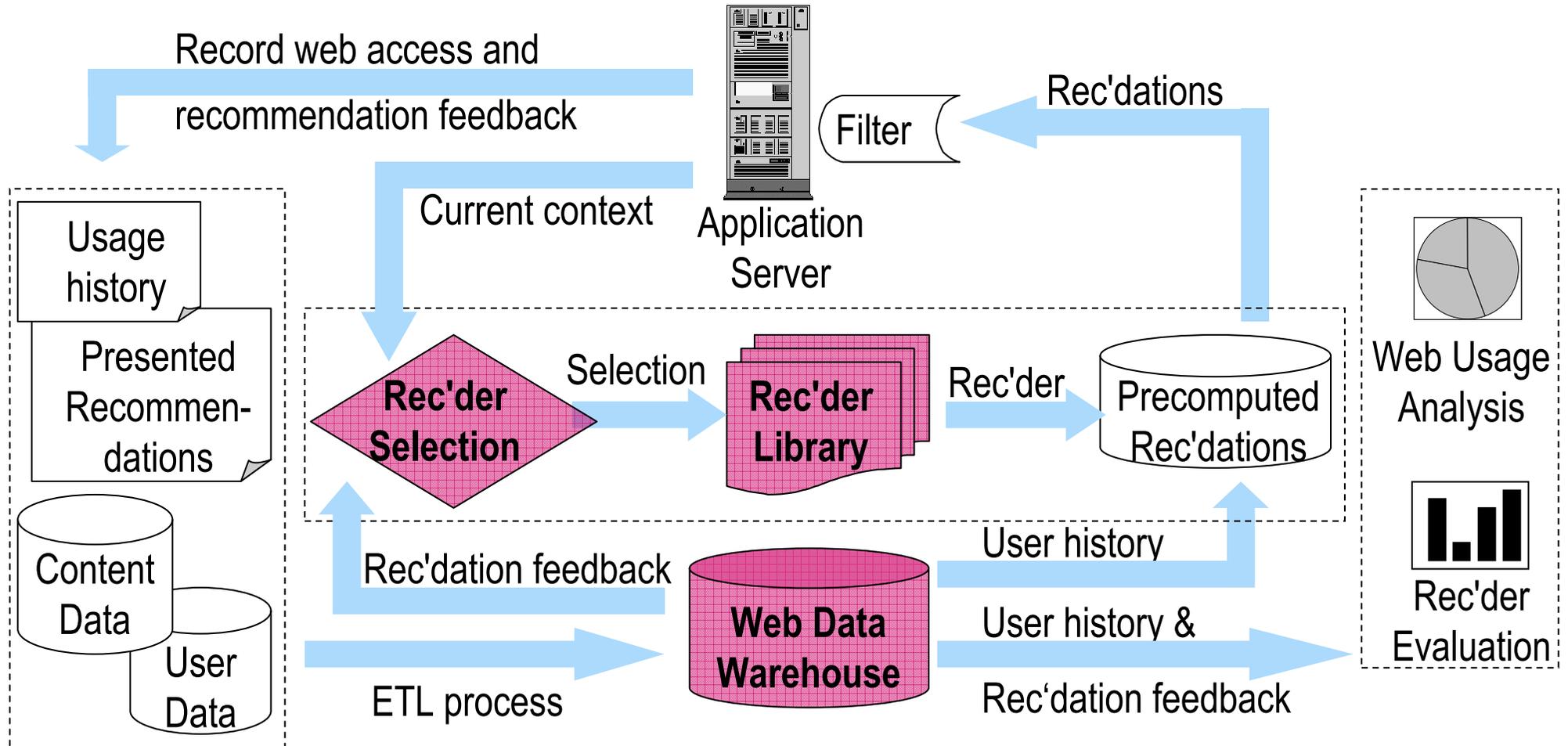
AWESOME= Addaptive Website Recommendations*

- 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...



Database Group - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://dbs.uni-leipzig.de/en/index.html>

DATABASE GROUP UNIVERSITÄT LEIPZIG
WITHIN DEPARTMENT OF COMPUTER SCIENCE

People | Research | Study | Service | Internals

Welcome to the Database Group at the University of Leipzig
Head: [Prof. Dr. Erhard Rahm](#)

Search in DBS Website:

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...

Hot Links:

- [Course Material](#)
- [Publications](#)
- [Diploma Theses](#)
- Working Group "Web and Databases"
- [SQL-Trainer](#)

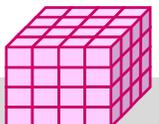
News:

Research

- [Online Recommendations/Web Usage Mining \(AWESOME\)](#)
- [Metadata Research \(COMA\)](#)

Study

- Written examination results:
[Wiederholungsklausur "IDB S1+2"](#) vom 28. Juli 2004
[Wiederholungsklausur "Datenbanksysteme 2"](#) vom 27. Juli 2004



AWESOME-Anwendung 2

Online-Shop www.softunity.com

SoftUnity - Unreal Championship (Xbox) Multilingual (Atari) -> Produktdetails - Microsoft Internet Explorer

Adresse: <http://www.softunity.com/ECF048333/tSIDpsnvfOtaSCjHRE71pz/>

SOFTUNITY
...your place for software

HOME SPIELE SOFTWARE DVD-Filme BÜCHER ZUBEHÖR DOWNLOADS

Unterategorien

Unreal Championship (Xbox) Multilingual ★★★★★

• Screenshots

Das Produkt ist in Ihr Land leider nicht lieferbar.
[Wünsche ich mir](#) [Weiter empfehlen](#)

- Entdecken Sie über 30 exotische Indoor- und Outdoor-Locations
- Neue Waffen lassen das Herz eines jeden Action-Fans höher schlagen
- Wählen Sie zwischen mehr als 25 individuellen Charakteren mit ihren ganz speziellen Fähigkeiten
- Im Online-Modus können bis zu 16 Spieler auf einer Karte gegeneinander antreten (abhängig von Microsofts XBOX LIVE Projekt)

Mit Unreal Championship beginnt eine neue Ära der Kampfsportgeschichte. Werden Sie ein Superstar der Kämpferelite, den jedes Kind in der Galaxis kennt!

Wie die Gladiatoren, die in den Arenen des römischen Imperiums kämpften, schlagen hier galaktische Krieger Schlachten, bei denen nur der Sieger die Arenen lebend verlassen wird. Blitzschnelle Reflexe, furchterregende Waffen und die Fähigkeit, beides einzusetzen, all das entscheidet darüber, ob Sie wirklich ein wahrer Held sind... oder nur ein bewegliches Ziel. Droiden, Außerirdische und ... Wesen, die mal Menschen waren, treten als Gegner oder Teamkameraden in Erscheinung, in dichtem tropischem Dschungel, verwüsteten Industriebarracken oder Raumstationen in der Umlaufbahn eines fernen Planeten. Wählen Sie ein Team von Elitekriegern aus, das Sie im Einzel- oder Mehrspieler-Modus befehlen. Kämpfen Sie sich durch die Ligen, oder gehen Sie online und treten Sie gegen Spieler aus der ganzen Welt an! Neben den beliebtesten Spielmodi wie Deathmatch oder Capture the Flag gibt es auch drei neue rasante Modi zu

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 €
- MTV's Celebrity Deathmatch (PS1)**
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!
15,95 €
- MTV's Celebrity Deathmatch (PS2)**
Publisher: TAKE 2 Interactive

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 €



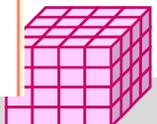
Arena Wars (PC)

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 €

Powered by Unil Leipzig(4)



AWESOME-Anwendungen

■ Implementationsdetails

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

■ Kennzahlen *db.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

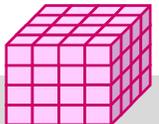
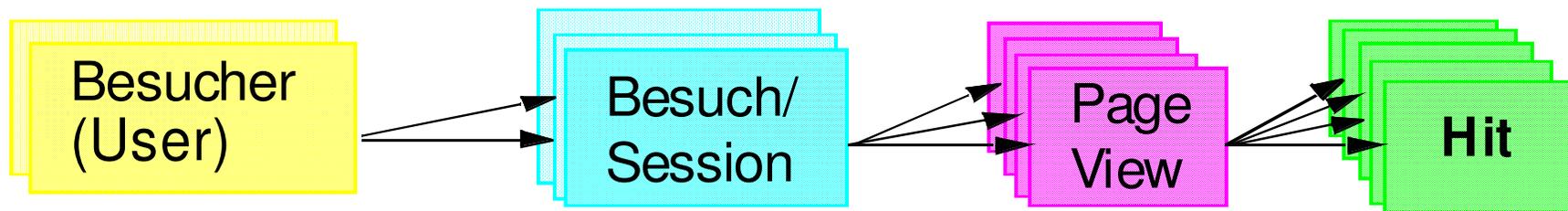
■ Kennzahlen *www.softunity.com*

- 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 ...



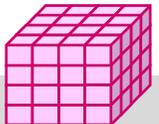
Application Server Logfiles

■ Usage Logfile

- 1 Satz pro Pageview
- ECLF-Attribute: Hostname, Date-Time, Request, Referrer, User Agent ...
- User ID ID zur Wiedererkennung des Nutzers (permanenter 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)

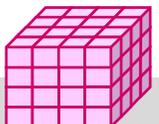
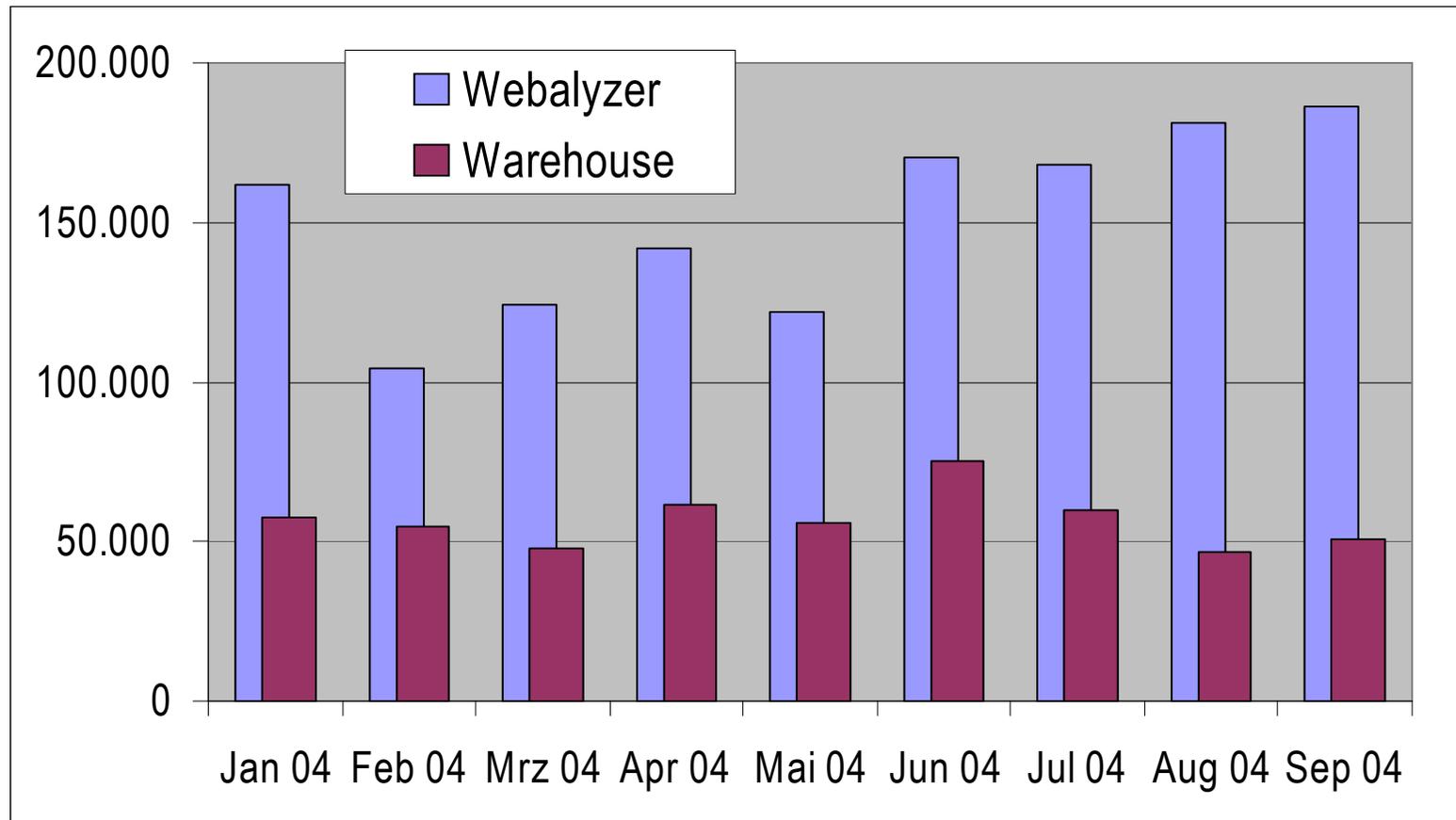
- User ID
 - Session ID
 - Session Pos
 - Date-Time
 - Recommendation empfohlene URL
 - Rec-Position Layoutposition der Recommendation
 - Recommender angewendeter Recommender
 - Rec-Strategy angewendete Strategie
- } Zuordnung zu Pageview



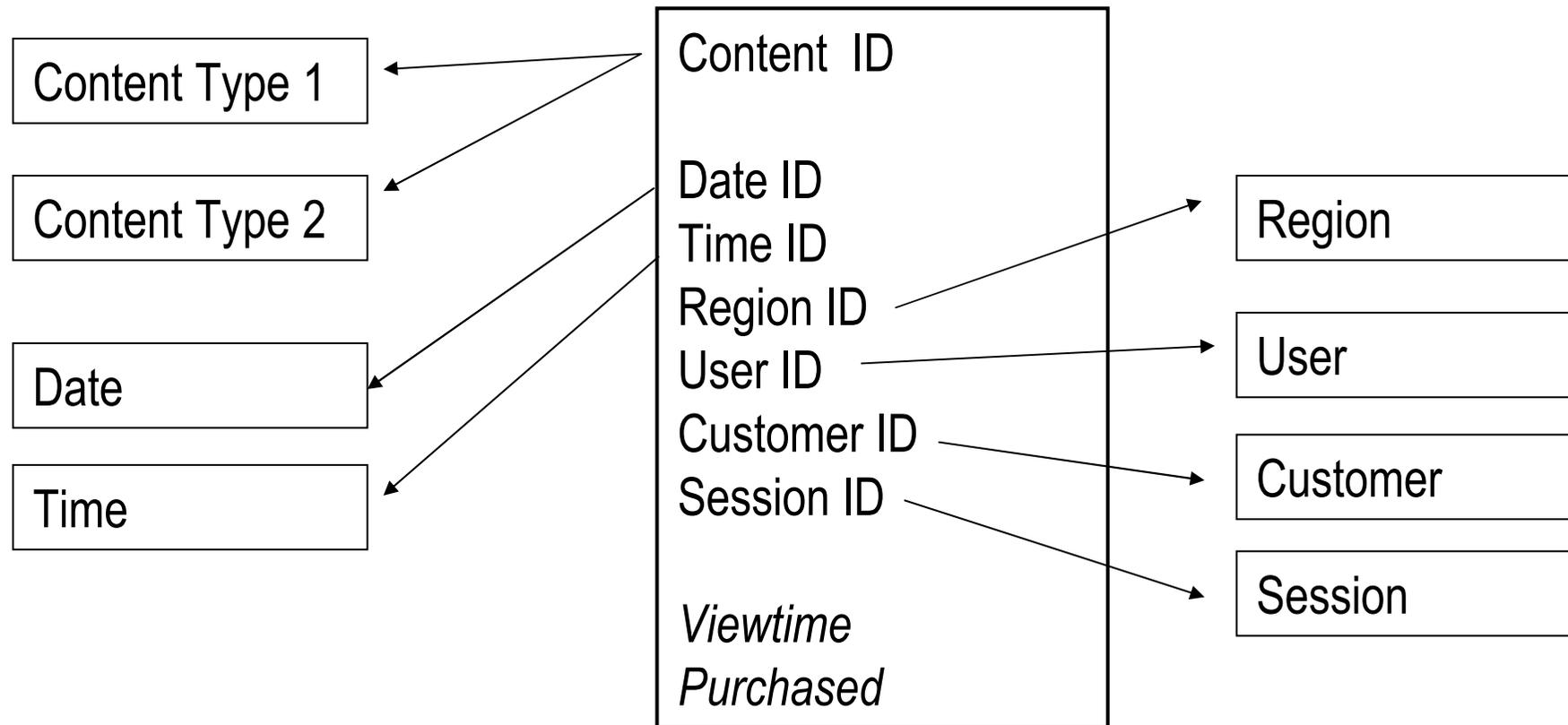
Einfluss des Crawler-Erkennung

■ Vergleich der Pageviews mit Webalyzer-Tool

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

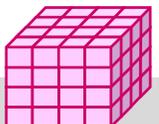


Pageview Faktentabelle (Ausschnitt)



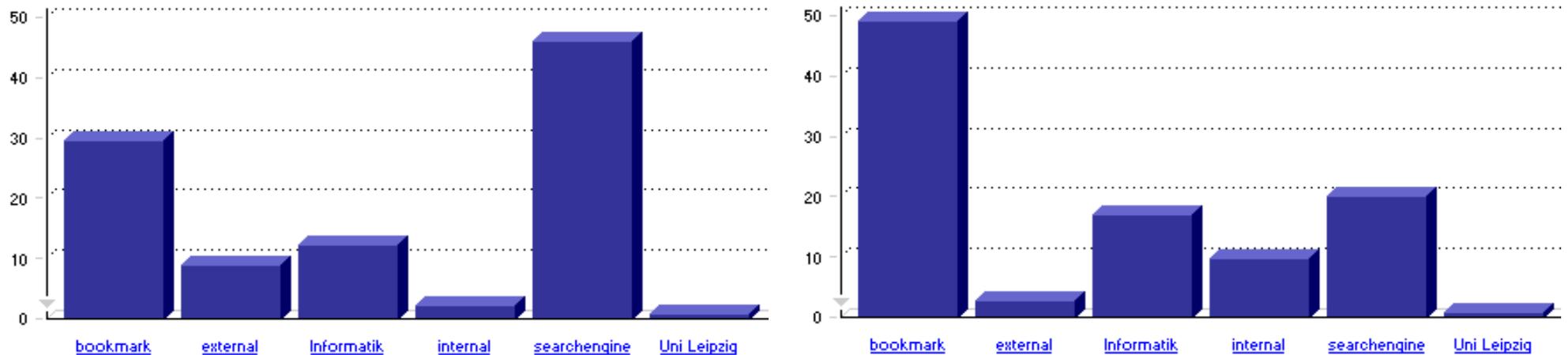
■ Dimensionen bestimmen **Kontext**

- Abhängig von Website (bzw. deren Domäne)

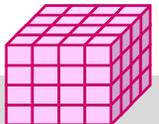
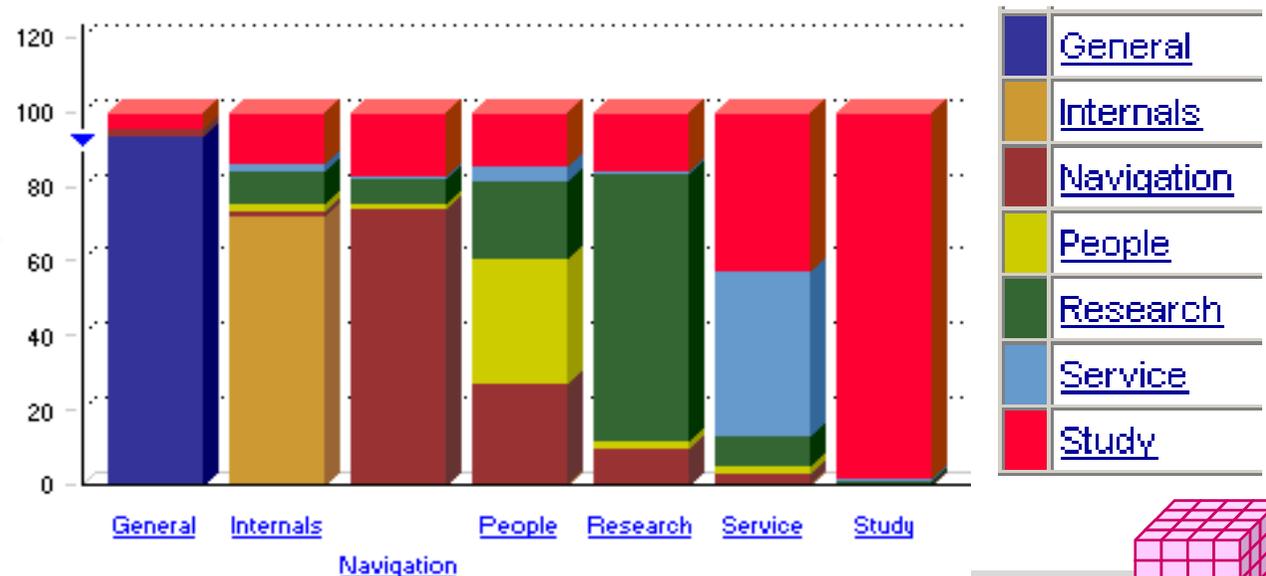


Zugriffsanalyse mit OLAP

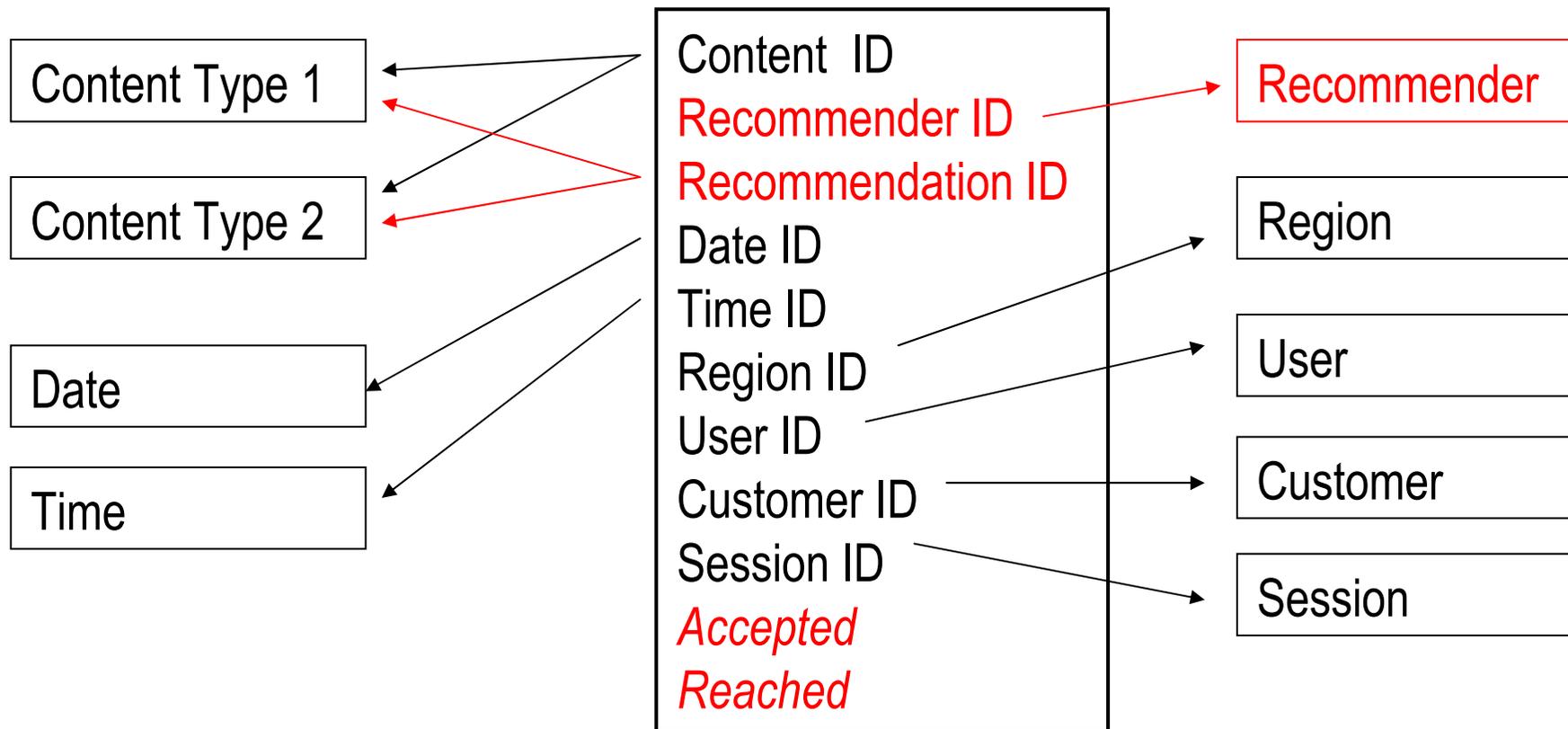
- Verteilung der Referrer, d.h. woher kommen die Nutzer (links: neue Nutzer, rechts: wiederkehrende Nutzer)



- Analyse des Navigationsverhaltens für neue Nutzer
 - X-Achse: Aktuelle Seite
 - Y-Achse: Verteilung der nächsten Seite

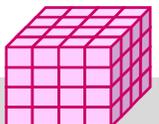


Recommendation Facttable (Ausschnitt)



■ 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* =

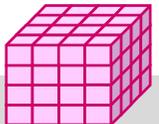
Anteil der Sessions mit Kauf eines Produkts, für das eine Recommendation in der Sitzung akzeptiert wurde

■ Vergleichende Evaluation mit verschiedenen Dimensionen

– Neue Nutzer vs. Wiederkehrende Nutzer

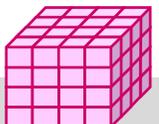
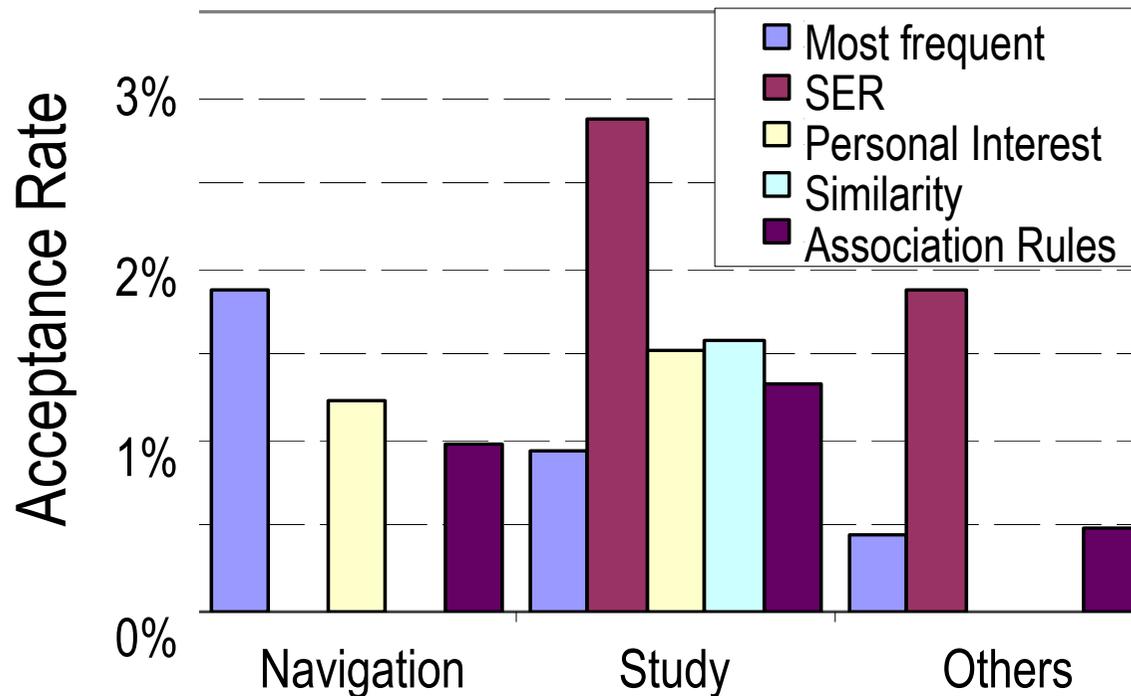
– Suchmaschinen- vs. Bookmark-Benutzer

– Hub-Seiten vs. Content-Seiten



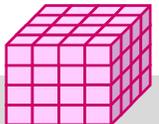
Recommender Evaluation (Beispiel)

- 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

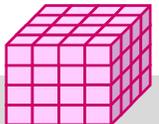
2. Machine Learning

3. Random

- Alle Recommender erhalten Feedback
- Vergleichsstrategie bei Evaluation

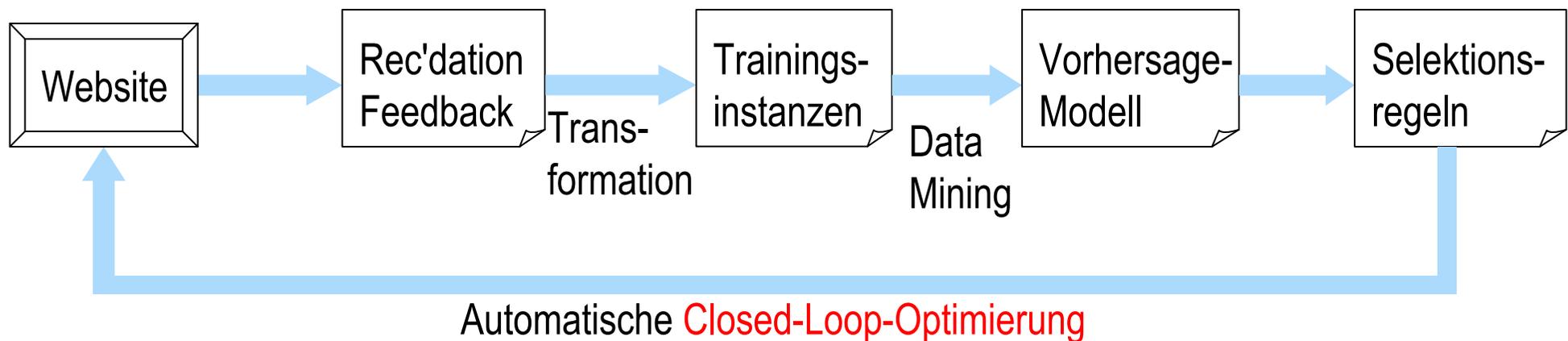
4. Manual

- Manuell erstellte Regeln (nach OLAP Analyse)

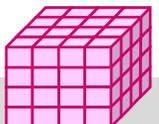


Machine-Learning-Ansatz

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

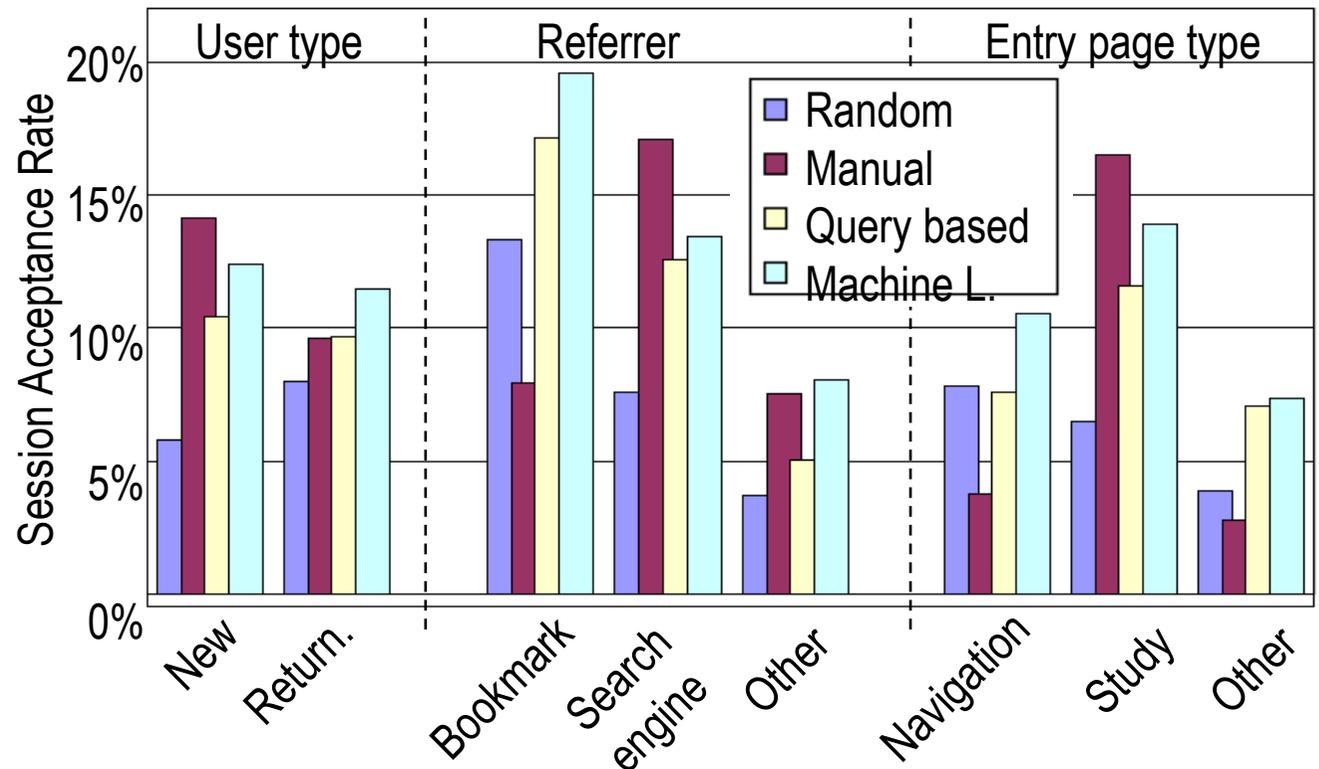


- Vollautomatisch, u.a. auch die Berechnung der Trainingsinstanzen
- Entscheidungsbaum-Verfahren (J48)
 - Pfad von Wurzel zu Blatt ist Context Pattern
 - Blatt-Knoten ist Recommender



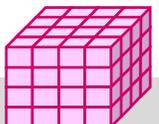
Evaluation (Beispiel)

■ Paralleler Test aller Strategien



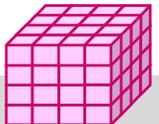
■ Ergebnisse:

- 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 unrelevanten Attributen
- **Machine-Learning-Strategie**
 - Wichtet die Attribute gemäß ihrer Relevanz



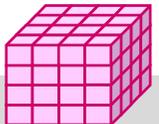
Ergebnisse www.softunity.com

■ 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

