

ZAŁĄCZNIK NR 7
ZASADY WYŚWIETLANIA OFERT

1. Operator informuje, że co do zasady, wśród wyników wyszukiwania, jako pierwsze na karcie wyszukiwarki Serwisu, Oferty pokazywane są losowo według zasad sortowania, zgodnie z przyjętym algorytmem Serwisu, służącym do pozycjonowania Ofert i Produktów w ramach Serwisu na zasadzie średniej ważonej, gdzie wpływ na pozycję wyświetlania ma wiele czynników, w tym w szczególności wymienione w ustępach 3 - 5, ustępie 7 oraz ustępie 11 poniżej.
2. Niezależnie od powyższego Operator jest uprawniony do dowolnego pokazywania Ofert Sprzedawców na karcie Produktu, według zasad sortowania, zgodnie z przyjętym algorytmem Serwisu, służącym do pozycjonowania Ofert i Produktów w ramach Serwisu na zasadzie średniej ważonej, które to ogólne zasady opisane są w niniejszym dokumencie.
3. Najważniejszym czynnikiem – parametrem, decydującym o wyświetlaniu Ofert i Produktów Sprzedawców jest dopasowanie nazwy danej Oferty lub Produktu do zapytania wpisanego przez Kupującego, co oznacza, że jeśli w wyszukiwarce Serwisu wpisane zostanie słowo danego Produktu to w wynikach pojawią się tylko Oferty Produktów zawierające to słowo.
4. Operator informuje, że poza czynnikiem – parametrem, o którym mowa w ust. 3 powyżej, Kupujący może sam wybierać stosowne czynniki – parametry, decydujące o wyświetlaniu Ofert i Produktów, poprzez skorzystanie z odpowiednich funkcji wyszukiwarki Serwisu tzw. „filtrów”.
5. Operator informuje, że co do zasady, czynniki – parametry, które mają wpływ na wyświetlanie Ofert Sprzedawców oraz które są brane pod uwagę przez algorytm Serwisu przy ich wyświetlaniu, niezależnie od skorzystania ze słownego zapytania, o którym mowa w ustępie 3 bądź zastosowania tzw. „filtrów”, o których mowa w ustępie 4, jak również bez uwzględnienia wyróżnień, z ustępu 7 oraz Ocen i Poleceń z ustępu 11, są następujące, przy hierarchicznym wymienieniu tychże czynników - parametrów poniżej (od najmocniej wpływającego do najsłabiej wpływającego):
 - a) **Reputacja Sprzedawcy** - im wyższa reputacja Sprzedawcy, tym wyżej może być plasowana jego Oferta, gdzie określana jest ona na min. liczbie sprzedanych Produktów, liczbie zwrotów Produktów itp., gdzie zmienna ta będzie liczona dopiero od dziesiątej pomyślnie sprzedanej Oferty;
 - b) **Cena Oferty** - uwzględniana jako jedna ze zmiennych, biorąc pod uwagę preferencje Kupujących dotyczące cen;
 - c) **Popularność Produktu** – uwzględniana jako jedna ze zmiennych, biorąc pod uwagę liczbę Sprzedanych egzemplarzy spośród innych Ofert podobnej kategorii produktowej, przy czym zmienna ta jest uwzględniana niezależnie od wyróżnienia „BESTSELLER” nadawanego automatycznie zgodnie z zasadami określonymi w Załączniku nr 2 - Regulamin Nieodpłatnych Wyróżnień Ogłoszeń Sprzedawcy, do Regulaminu, a to zgodnie z ustępem 4 litera c) tegoż załącznika, które to wyróżnienie dotyczy jedną z pięciu największych liczb sprzedanych sztuk Produktu w ramach Serwisu Operatora w ciągu ostatnich 30 dni w danej kategorii produktowej;
 - d) **Unikalność Oferty** – uwzględnianie Ofert Produktów, które są trudne do znalezienia gdzie indziej lub posiadają unikalne cechy;
 - e) **Interakcje Kupujących** - uwzględnienie jako jedna ze zmiennych są również interakcje Kupujących z Ofertami lub Produktami w ramach Serwisu, takie jak liczba kliknięć w Ofertę,

dodanie Produktu do koszyka itp., gdzie Oferty i Produkty, które generują więcej interakcji, mogą być plasowane wyżej;

- f) **Dodatkowe Informacje o Produkcie** – uwzględnienie jako jednej ze zmiennych informacje takich jak jakość zdjęć, kompletność opisu Produktu, czy też obecność recenzji, co wpływa na pozycjonowanie Oferty, z wyłączeniem tych minimalnych cech opisu Ofert, które są wymagane przez Operatora Serwisu;
6. Czynniki – parametry, które mają wpływ na wyświetlanie Ofert, o których mowa w ustępie 5 powyżej uszeregowane są hierarchicznie, co oznacza, że najwyżej w tym postanowieniu wymieniony jest ten czynnik – parametr, który najmocniej wpływa na wyświetlenie danej Oferty przed pozostałymi Ofertami, a najniższej ten czynnik – parametr, który najmniej wpływa na wyświetlenie danej Oferty przez Pozostałymi. Operator wskazuje, że wszystkie czynniki – parametry są brane pod uwagę przez algorytm Serwisu na zasadzie średniej ważonej.
7. Niezależnie od skorzystania ze słownego zapytania, o który mowa w ustępie 3 bądź zastosowania tzw. „filtrów”, o których mowa w ustępie 4, a także niezależnie od zasad dotyczących czynników – parametrów pozycjonowania, o kreślonych w ustępach 5 i 6 powyżej, decydujące w wyświetlaniu Ofert i Produktów Sprzedawców, jest wyróżnienie danej Oferty, co oznacza, że Oferta z wyróżnieniem będzie miała pierwszeństwo nad Ofertą bez wyróżnienia, gdzie wyróżnienia, przy hierarchicznym ich uporządkowaniu poniżej (od najmocniej wpływającego do najsłabiej wpływającego), są następujące:
- a) Ogłoszenie posiada nieodpłatne wyróżnienie „*POLECANE PRZEZ FEEDER WORLD*” nadawane zgodnie z zasadami określonymi w Załączniku nr 2 - Regulamin Nieodpłatnych Wyróżnień Ogłoszeń Sprzedawcy, do Regulaminu, a to zgodnie z ustępem 4 litera d) tegoż załącznika;
 - b) Ogłoszenie posiada odpłatne wyróżnienie „*PROMOWANE*”, stanowiące płatną przez Sprzedawcę promocję jego Ogłoszenia, nadawane zgodnie z Załącznikiem nr 3 Regulamin Promowania Ogłoszeń Sprzedawcy do Regulaminu, a to zgodnie z ustępem 4 litera a) tegoż załącznika;
 - c) Ogłoszenie posiada nieodpłatne wyróżnienie „*BESTSELLER*” nadawane automatycznie zgodnie z zasadami określonymi w Załączniku nr 2 - Regulamin Nieodpłatnych Wyróżnień Ogłoszeń Sprzedawcy, do Regulaminu, a to zgodnie z ustępem 4 litera c) tegoż załącznika;
 - d) Ogłoszenie posiada nieodpłatne wyróżnienie „*PROMOCJA*” nadawane automatycznie zgodnie z zasadami określonymi w Załączniku nr 2 - Regulamin Nieodpłatnych Wyróżnień Ogłoszeń Sprzedawcy, do Regulaminu, a to zgodnie z ustępem 4 litera a) tegoż załącznika;
 - e) Ogłoszenie posiada nieodpłatne wyróżnienie „*OKAZJA*”, nadawane automatycznie zgodnie z zasadami określonymi w Załączniku nr 2 - Regulamin Nieodpłatnych Wyróżnień Ogłoszeń Sprzedawcy, do Regulaminu, a to zgodnie z ustępem 4 litera b) tegoż załącznika;
8. Wyróżnienia, które mają wpływ na wyświetlanie Ofert, o których mowa w ustępie 7 powyżej uszeregowane są hierarchicznie, co oznacza, że najwyżej w tym postanowieniu wymienione jest to wyróżnienie, które najmocniej wpływa na wyświetlenie danej Oferty przed pozostałymi Ofertami, a najniższej to wyróżnienie, które najmniej wpływa na wyświetlenie danej Oferty przez Pozostałymi. Operator wskazuje, że wyróżnienia mogą się ze sobą łączyć, zgodnie z postanowieniami załączników je regulującymi.
9. Operator, celem uniknięcia wątpliwości w zakresie wyróżnień, o których mowa w ustępach 7 i 8. powyżej, wyjaśnia, że Oferta posiadająca wyróżnienie „*POLECANE PRZEZ FEEDER WORLD*” będzie

pozycjonowana przed Ofertą posiadającą wyróżnienie „*PROMOWANE*”, która z kolei będzie pozycjonowana przed Ofertą z wyróżnieniem „*BESTSELLER*”, a ta będzie miała pierwszeństwo nad Ofertą z wyróżnieniem „*PROMOCJA*”, gdzie wszystkie powyższe będą pozycjonowane przed Ofertą z wyróżnieniem „*OKAZJA*”.

10. Operator, celem uniknięcia wątpliwości w zakresie wyróżnień, o których mowa w ustępach 7 i 8. powyżej wyjaśnia, że na pozycjonowanie Ofert posiadających takie samo wyróżnienie, np. „*BESTSELLER*”, a to na to, która z takich Ofert pozycjonowana będzie jako pierwsza wpływ będzie miała średnia ważona czynników – parametrów, o których mowa w ustępach 5 i 6 powyżej, jak również wpływ Ocen Produktów i Poleceń Sprzedawców, o których mowa w ustępie 11 poniżej.
11. Operator wskazuje, że wpływ na pozycjonowanie Ofert i Produktów Sprzedawców ma także łączne uwzględnienie przez algorytm Serwisu Ocen Produktów oraz Poleceń Sprzedawcy, wystawianych przez Kupujących na zasadach określonych w Załączniku nr 6 - System wystawiania Ocen i Polecania. Algorytm Serwisu łączy wystawione Oceny lub Polecenia, łącznie nadając im wagę, uwzględniając przy tym liczbę wystawionych Ocen lub Poleceń, gdzie im wyższe i częstsze Oceny lub częstsze pozytywne Polecenia, tym większa waga tegoż łącznego parametru wpływająca na wyższe pozycjonowanie, a gdzie im niższe i częstsze Oceny lub częstsze negatywne Polecenia, tym mniejsza waga tegoż parametru wpływająca na niższe pozycjonowanie.
12. Wpływ Ocen i Poleceń na pozycjonowanie Ofert i Produktów Sprzedawców, jak wskazano w ustępie 11 jest niezależny od czynników wpływających na pozycjonowanie, o których mowa w ustępach 3 - 5 oraz w ustępie 7, co oznacza, że im odpowiednio większa waga łącznie uwzględnionego parametru Ocen i Poleceń, tym odpowiednio większe wzmocnienie wagi innych czynników wpływających na pozycjonowanie, a im odpowiednio mniejsza waga łącznie uwzględnionego parametru Ocen i Poleceń, tym większe osłabienie wagi pozostałych czynników wpływających na pozycjonowanie.
13. Operator wskazuje, że wszystkie wskazywane w niniejszym dokumencie aspekty łącznie, wpływają całościowo na pozycjonowanie danej Oferty Produktu Sprzedawcy.