

À quand une recommandation vraiment pertinente ?

Cortney Harding, en charge de la stratégie au sein de la start-up Muzooka, une plate-forme de streaming musical cherchant à faire émerger de nouveaux talents, s'interroge dans Medium sur la pertinence actuelle des systèmes de recommandation. Chaque plate-forme a développé ses propres outils mais aucune n'a encore réussi à embrasser l'ensemble des goûts et des attentes du public. La recommandation fonctionne en silos hermétiques. Les goûts musicaux ne sont pas croisés avec les goûts audiovisuels ou littéraires. Si Apple (iTunes) et Amazon sont aujourd'hui les mieux placés parce qu'ils proposent des contenus différents, ils peinent encore à croiser de manière pertinente l'ensemble des données dont ils disposent. Les marges de progression des algorithmes restent énormes.

Pour aller plus loin

[Why Don't Recommendations Look at the Bigger Picture?](#)