

ИСКУССТВО РАСКРУТКИ САЙТОВ (SEO). СЕРВИС ВИЗУАЛЬНОГО И ГОЛОСОВОГО ПОИСКА

Киуло А. Ю.

Научный руководитель Макареня С. Н.

Раскручивание сайтов на сегодняшний день – не просто разработка кода или модификация сайта для поисковых систем. С помощью раскрутки можно повлиять на огромное количество факторов, которые связаны друг с другом и оказывают воздействие на процент посетителей сайта, которые выполнили целевое действие. В последнее время для этих целей используется SEO (англ. Search Engine Optimization) – комплекс мер по усовершенствованию сайта для его распределения в поисковых системах. Задачей SEO продвижения является поднятие продвигаемого сайт на более высокие позиции в поисковой выдаче по заданным поисковым запросам. Комплекс подобных поисковых запросов также называют семантическом ядром сайта или семантикой.

В основе новой эры поиска лежит голосовой и визуальный поиск. Эти два вида поиска в итоге станут влиятельными двигателями диапазона запросов, не беря в расчет ввод текста.

Впервые о визуальном поиске появились упоминания в прессе еще в 2008 году. Также первыми проявили интерес к данному вопросу поисковики, чтобы получить превосходство в борьбе за трафик и пользователей. Использовать визуальный поиск очень просто. Мы можем не писать в строке ввода запрос. Для того, чтобы начать поиск достаточно загрузить фотографию/картинку/скриншот того объекта, что вам необходимо найти на сайт или приложение интернет-магазина, или вставить ссылку из интернета. Изначально система идентифицирует изображение (распознает его характерные признаки и метаданные), а только потом сопоставляет загруженное изображение с подобными изображениями в своем каталоге, и, если необходимо, то непосредственно в интернете. В итоге выбираются реле-

вантные возможные товары, опираясь на сходства – например, цвет или стиль. В совершенстве визуальный поиск разработан чтобы находить не только искомый товар, но и сходные с ним и предлагать более полный набор. Данный подход заметно упрощает поиск искомого товара, в ситуациях, когда неизвестно его наименование и затруднительно описать характеристики того, что необходимо найти. Следовательно, запрос будет приближенный (не конкретный), а результат поиска – или нерелевантный, или нулевой.

О том, что текстовый поиск уступает визуальному свидетельствуют следующие факты:

- 70 % сайтов требуют от пользователя создавать поисковой запрос в некотором формате;
- 84 % сайтов не поддерживают запросы с индивидуальными характеристиками;
- 60 % сайтов не обрабатывают тематические запросы;
- 22 % сайтов не работают с поисковыми запросами на изменение одной из характеристик, например, цвета.

Визуальный поиск в то же время является более нативным и интуитивно понятным и в свою очередь работает быстрее текстового поиска. Он решает следующие задачи:

- уменьшает время поиска;
- удаляет границы между онлайн и офлайн режимами;
- привлекает клиентов через социальные сети.

Но в то же время имеется ряд ограничений визуального поиска. В первую очередь, они связаны с не безупречностью, непосредственно, самой технологии. В теории, визуальный поиск, дает возможность быстро распознать товар и предоставить ему большое количество альтернатив. Но как показывает практика выбор покупателя очень ограничен, из-за того, что немногие интернет-магазины в настоящее время используют визуальный поиск – пока только 8 % компаний, занимающихся розничной торговлей, встроили данный вид поиска в свой сайт. Даже при условии наличия качественного снимка найти необходимую вещь на сайте интернет-магазинов весьма затруднительно. Это обусловлено рядом причин:

- недостатком подробных категорий товаров;

– узкость возможностей поиска товара по специфической фотографии с некачественным освещением, плохим фоном или помехами;

– нехватка пользовательского набора инструментов в приложениях, ориентированных на визуальный поиск.

Голосовой поиск – технология идентификации речи, дающая возможность осуществлять трансфер запроса сделанного с помощью голоса пользователя в текстовый вид, который после поступает в базовую систему поиска по базе данных.

Голосовое управление имеет два типа взаимодействия: голосовые команды и голосовой поиск.

Голосовой поиск – подобие текстовых поисковых запросов, но созданных голосом. Голосовые команды – манипуляции с особыми устройствами и приложениями. Голосовые команды и поиск необходимо принимать во внимание при продвижении сайтов – весомая часть голосовых команд в свою очередь имеет поисковую наклонность, что означает, что люди могут заниматься поиском в интернете некого товара или услуги. При использовании голосового запроса автоматическая система распознавания речи (ASR system) трансформирует звуковой сигнал в текст. После этого поисковая система или приложения обрабатывают его и выдают результат.

Преобразование голосового запроса происходит в четыре этапа:

- фильтрация;
- оцифровывание;
- анализ;
- выявление шаблонов данных.

Голосовой поиск – современная альтернатива обычному поиску использующего набор текста. Такой поиск экономит время. За минуту человек может напечатать в среднем 40 слов, а сказать – 150 слов. Голосовой поиск позволяет оставлять руки свободными. Это в первую очередь важно для водителей, которые планируют построить маршрут, но не имеют возможности отвлечься на набор текста, а также для тех он удобен для тех, кто постоянно находится в движении, поскольку при ходьбе сложно печатать текст. Голосовой поиск непрерывно интегрируется с

современными технологиями и гаджетами. Люди стремятся упростить себе жизнь используя умные устройства, в связи с этим голосовые помощники на данный момент находятся почти в каждом подобном устройстве.

Запросы, созданные с использованием голосового поиска, разнятся с теми, которые были созданы обычным способом с помощью текста. Когда мы создаем запрос с помощью голоса, обычно используем большее количество слов.

В большинстве случаев пользователи через голосового помощника задают вопросы – таких пользователей оказалось 91 %. Некоторые пользователи просят поставить музыку, проверить погоду, установить таймер и т. д. И только всего 26 % человек эксплуатируют голосовой поиск, чтобы совершить заказ.

Перспектива развития голосового и визуального поиска побуждает к действию уже сейчас. Вкладывать деньги и время в оптимизацию под голосовые запросы перспективно, так как в эру мобильных технологий это будет актуально. В связи с ростом популярности «умных колонок» и систем «умный дом» можно допустить, что тенденция будет только увеличиваться – следовательно, замышлять об этом стоит заранее.

Активно развивающиеся и улучшающиеся визуальные поисковые системы приобретут особую популярность. Визуальные поисковые системы неизбежно сделают революцию в сфере розничной торговле, навсегда изменят способ применения высоких технологий. Однако старые поисковики по-прежнему найдут применение в областях, более приспособленных к тексту.