

Алгоритм рейтингування товару клієнтами

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Здійснено аналіз ефективності веб магазинів та підвищення показників конверсії сайту за допомогою використання рейтингування товару клієнтами. Обрано спосіб реалізації рейтингу.

Ключові слова: ефективність інтернет-магазину, рейтинг товару, конверсія.

Abstract

The analysis of the effectiveness of web stores and increase site conversion rates by using customer rating. The method of realisation of the rating is chosen.

Keywords: online store efficiency, product rank, conversion.

Вступ

Для свого власника інтернет-магазин може стати додатковим засобом приваблення клієнтів у вже існуючий «офлайн» магазин, а може стати абсолютно самостійним видом бізнесу. Тому ефективність інтернет-магазину відіграє важливу роль.

Підвищити ефективність інтернет-магазину означає зробити його більш привабливим для представників його цільової аудиторії.

Наявність відгуків чи рейтингу товарів є одним з основних критеріїв, якими покупець керується при виборі товару.

Мета дослідження – створення алгоритму рейтингування товару клієнтами для веб магазину цифрової техніки.

Результати дослідження

На етапі створення інтернет-магазину потрібно задуматися про те, як саме оцінюватиметься його робота. Важливим є показник ефективності маркетингу, який містить наступні пункти:

- кількість трафіку;
- позиції в пошукових системах;
- собівартість залучення цільового відвідувача;
- конверсія [1].

Конверсія є одним із найголовніших показників цієї групи. Конверсія — відношення числа покупців до загальної кількості відвідувачів інтернет-магазину — наочно показує, наскільки ефективним є маркетинг, чи приводить він в інтернет-магазин цільових відвідувачів або ж генерує трафік даремно. Якщо відвідувачі магазину цільові, але конверсія низька, це може говорити про проблеми з юзабіліті, незадовільні для покупців умови замовлення, доставки, оплати та ін [1].

Використання рейтингування товарів є одним із способів покращення показників конверсії та привернення уваги користувачів до певного товару. Згідно багатьох проведених раніше досліджень, 70% потенційних покупців, за однакових умов придбання і технічних характеристик одного й того ж товару на різних сайтах, обирають той, що має рейтинг, сформований на основі відгуків клієнтів.

Найбільш зручним та звичним способом відображення рейтингу є використання 5 зірочок, розташованих поряд із товаром. Цей метод є зручнішим, ніж звичайні відгуки в коментарях, оскільки займає у користувача мінімум часу, але з легкістю привертає увагу.

Такий рейтинг збільшує не тільки кількість покупок, а й відвідуваність сайту, завдяки тому, що його можна відображати у запитах пошукових систем одразу під заголовком сайту, використовуючи мікророзмітку рейтингу. Шансів на те, що у пошуковій видачі Google користувач клікне на сніпет з зірочками набагато більше. Наявність рейтингу на сайті також допоможе потрапити в рекламну мережу Яндекс, оскільки її модератори завжди звертають увагу на додаткові сервіси ресурсу.

Для того, щоб сторінка з створеним рейтингом була розмічена коректно, в її код потрібно додати параметри `itemscore itemtype= "http://schema.org/Article"`, вказуючи на тип контенту (в даному випадку стаття). Це потрібно для того, щоб зазначити до якого саме типу відноситься наш рейтинг. Якщо цього не зробити, то при перевірці, валідатор видасть помилку: «Не вказаний об'єкт відгуку», адже рейтинг не може існувати сам по собі, він завжди відноситься до якогось із елементів сайту.

Для реалізації такого рейтингування існують плагіни jQuery, які дозволяють створити повністю функціональну систему рейтингу для будь-якого веб сайту. Більшість плагінів підтримують, необхідні для моєї розробки, розширені сніппети Google. На основі аналізу наявних плагінів, доцільно обрати безкоштовний jQuery плагін Ratelt. Даний плагін є достатньо легким (5.96 Кб), він швидко повністю налаштовується – необхідно лише вибрати зображення іконок та змінити деякі властивості CSS.



Рис. 1. Плагін Ratelt [2]

Отже, рейтинг можна використовувати для:

- визначення релевантності контенту відповідно очікуванням користувачі;
- покращення поведінкових факторів;
- підвищення конверсії цільових сторінок;
- Підвищення довіри користувачів до товару [3].

Висновки

В результаті аналізу проблем ефективності веб магазину, прийнято використати рейтингування товарів користувачами як складову маркетингової стратегії, яка дозволить покращити конверсію сайту. Реалізовано рейтингування за допомогою, обраного в ході дослідження, плагіна.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Веб-Дизайн: книга Стіва Круга или "не заставляйте мене думати!"
2. <https://postovoy.net/21-jquery-plugin-dlya-sozdaniya-zvezdnogo-reytinga-publikacii.html>.
3. https://netpeak.net/ru/blog/review_ratings/

Гаврилюк Олександр Миколайович — студент групи ІКН-17М, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: 1kn15ms.gavrulyk@gmail.com

Науковий керівник: **Сілагін Олексій Віталійович** — д.т.н., професор, професор кафедри комп'ютерних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95, e-mail: avsilagin@gmail.com

Gavrilyuk Alexander O. — student of Computer Science Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: 1kn15ms.gavrulyk@gmail.com

Supervisor: **Silagin Alexey V.** — Doctor of Science (Eng.), Professor, Professor of Computer Science Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Khmelnytske shose, 95, e-mail: avsilagin@gmail.com