

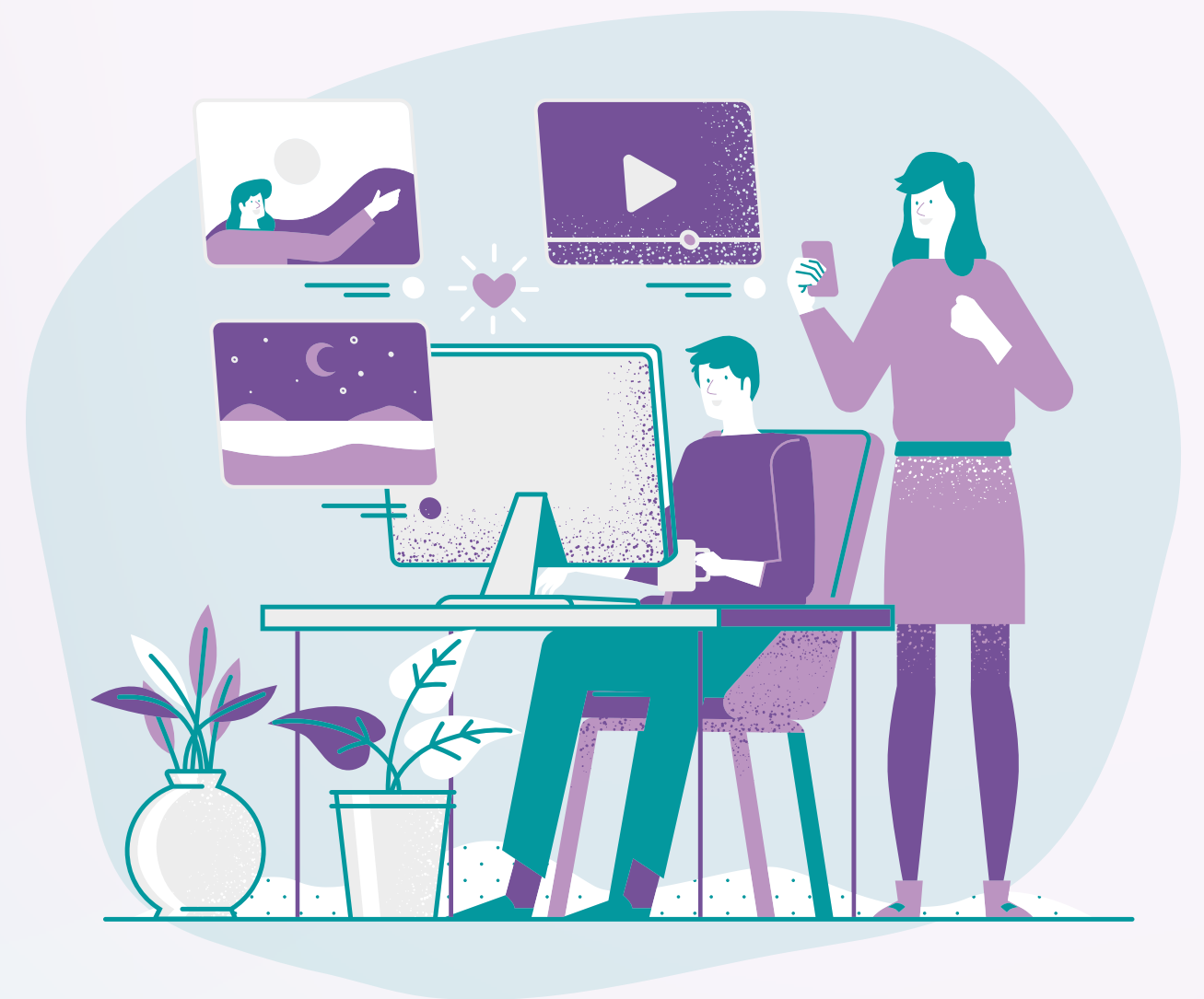
Чек-лист:

37 задач, с которыми поиск на сайте должен справляться!



Multisearch.io

Умный поиск для сайта



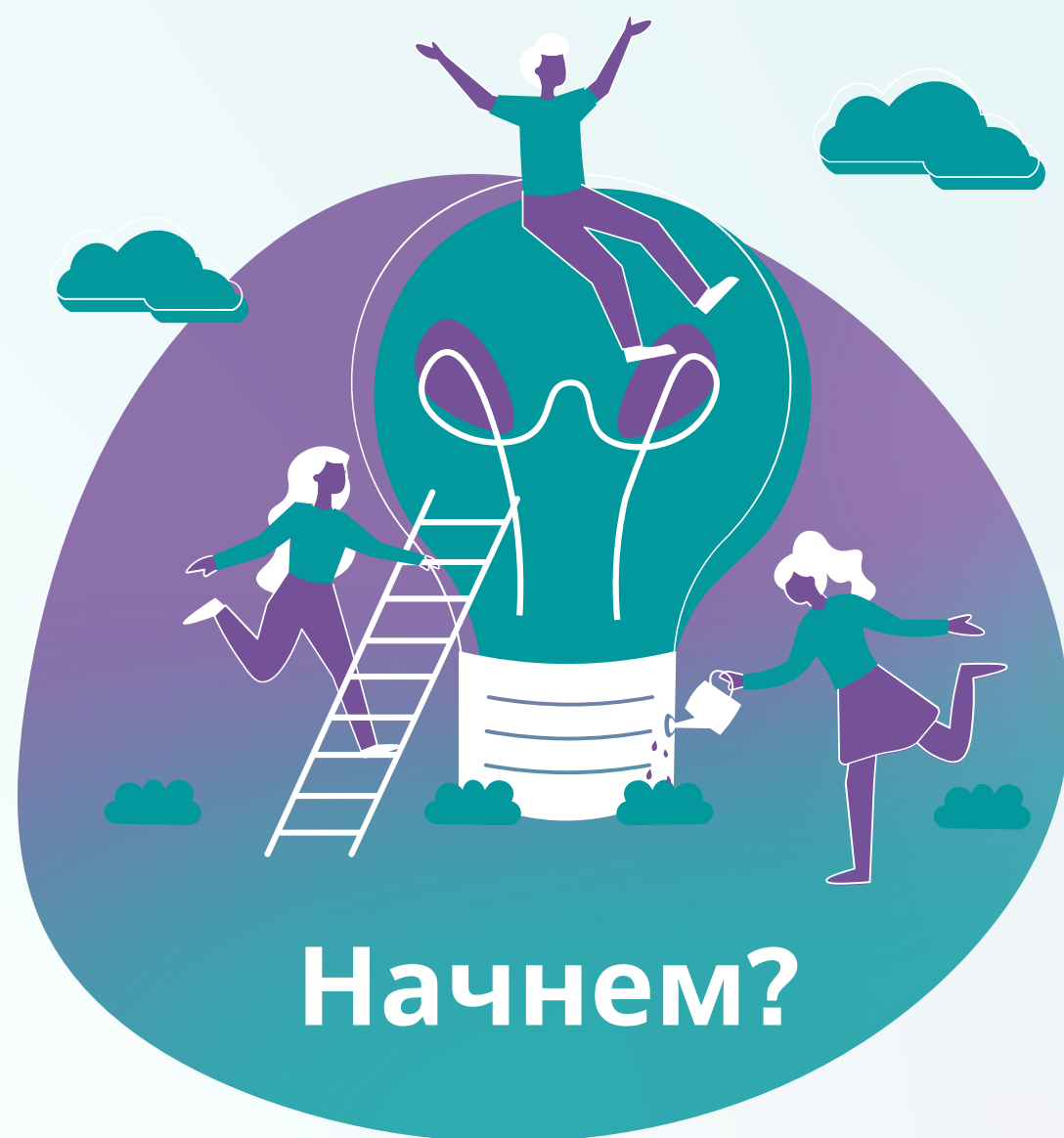
Перед вами чек-лист диагностики внутреннего поиска на сайте от Multisearch.

С помощью нашего умного поиска уже более 500 интернет-магазинов начали зарабатывать больше!

Multisearch – это готовое SaaS решение, которое можно легко и быстро интегрировать на любой сайт независимо от CMS. Рост конверсий из внутреннего поиска после интеграции **Multisearch** увеличивается от 30% и до 400%.



Западные маркетологи уже давно уделяют особое внимание поисковой строке. Пора перенимать опыт коллег.



Не многие знают, что посетители поиска – это самая ценная аудитория, которая приносит в разы больше конверсий, чем остальные пользователи. По данным наших клиентов можем уверенно утверждать, что строка **search** обеспечивает **20-50%** от общего дохода сайта. Если показатели из вашей статистики ниже, чек-лист вам в помощь. Вы поймёте, в каком направлении есть возможность для развития и какие функции можно применить или усовершенствовать.

Узнайте о всех возможных суперспособностях поисковой строки и проверьте насколько ваш поиск **smart!**

Маст хэв

Для начала необходимо посмотреть на общую картину сайта — проверить юзабилити поиска, определить удобно ли им пользоваться. Если с этим есть проблемы, то они будут и с количеством трафика из поиска, и с конверсией на сайте. Поэтому вопрос серьёзный!



Отмечайте те пункты, с задачами которых ваш поиск справляется.



Проверяем юзабилити поиска



- 1. Поле **search** находится в привычном месте: в центре или в верхнем правом углу.
- 2. Наличие призывающего текста внутри строки, например, “введите запрос”.
- 3. Пользователю не приходится удалять призывающий текст — при введении запроса он сам пропадает.
- 4. Поле доступно на любой странице сайта.

Проверяем юзабилити поиска



- 5. Поиск ищет по всем страницам и разделам (если специфика сайта не предусматривает поиск только в определённых разделах).
- 6. Активация строки **search** после ввода запроса происходит по клавише **enter**, а не только по нажатию на кнопку поиска.
- 7. На странице с выдачей отображаются карточки товаров: с картинкой, ценой, возможностью покупки и информацией о наличии.

Проверяем юзабилити поиска

- 8. Поиск в мобильной версии не уступает десктопной. Более половины пользователей Интернета совершают покупки с помощью мобильных гаджетов. Хороший поиск на мобильном и планшете существенно увеличит количество конверсий и упростит вашим покупателям путь к покупке.



Функционал

Мы знаем, что разобраться в лингвистических тонкостях непросто. Поэтому подготовили для вас перечень функционала, который нужен для корректной работы **smart** поиска. Также приводим примеры запросов для тестирования поисковой строки.



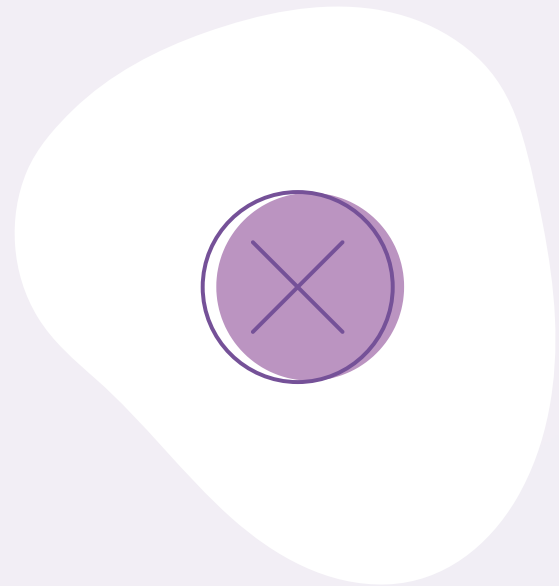
Отмечайте те пункты, с задачами которых ваш поиск справляется.



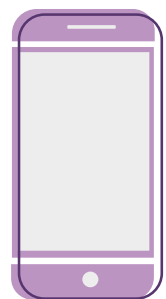
Ошибки

Усложняем задачу — проверяем, понимает ли поиск лингвистические тонкости.

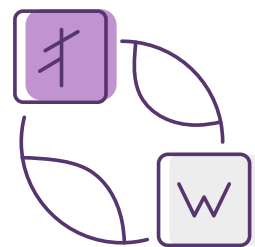
- 9. Пропущена буква — “кляска”;
- 10. Буквы переставлены местами — “колякса”;
- 11. Между словами отсутствует пробел — “коляскапрогулочная”;
- 12. Присутствует лишняя буква или ее удвоение — “коляскапрогулочнная”;
- 13. Допущено две опечатки — “калаяска прагулочная”.
- 14. Исправление опечаток с учётом контекста — "кубик рубрика";



СМЫСЛ И СИМВОЛЫ



ЯЗЫКИ



- 15. Символ между словами — "трактор.газонокосилка";
- 16. Символ в конце запроса — "трактор_газонокосилка*".
- 17. Латиница кириллицей — "барби хаус";
- 18. Мультиязычность — помогает понять запрос пользователя на любом языке независимо от языковой версии сайта.
- 19. Ошибки в транслит варианте — ищем самсунг, а вводим "самсинг".
- 20. Раскладка клавиатуры — "buhjdjq_uf,jh" — это "игровой набор".

Высший пилотаж

Проверим поиск на понимание синонимов и сленга, ведь каждый пользователь называет один и тот же предмет своими словами.

Ну, а если поиск на вашем сайте не находит запросы, написанные в неправильном роде, падеже, числе или с иным склонением, он заслужил двойку по теме “Морфология”.



- 21. Простой язык в запросах “аэромяч” = “летающий мяч”;
- 22. Понимание синонимов “велобег” и “беговел”;
- 23. Умение понять словоформы “конструктор” и “конструкторы”, “конструкторам”.

Фишки

Ваш поиск — это часть долгосрочной инвестиции для улучшения пользовательского опыта. Ищите во всех аспектах взаимодействия с клиентом возможности к улучшению. Для крупных магазинов с тысячами товаров и десятками категорий — внедрение инноваций не роскошь, а необходимость.



Отмечайте те пункты, с задачами которых ваш поиск справляется.



Определяем фишки, которые помогут блистать вашему поиску:



- 24. Динамические фильтры — покупатель вводит запрос и в результатах выдачи кроме списка товаров и категорий, видит мгновенно сгенерированные группы фильтров, в зависимости от характеристик товара. Например, для запроса по бренду “Chanel” будут доступны фильтры — вид продукции, объем, косметика для, назначение, класс, пол, возраст;

Определяем фишки, которые помогут блистать вашему поиску:



- 25. [Автоподсказки](#)** — пользователю достаточно ввести **2-4** буквы поискового запроса, чтобы увидеть варианты его продолжения. Также при этом отображается перечень брендов, категории товаров, **ТОП 10** товаров или другие подсказки в зависимости от ваших потребностей;
- 26. Похожие товары в поиске без результатов** — при поиске с результатом “ничего не найдено” отображаются товары схожие по определенным характеристикам с поисковым запросом. Например, обувь того же цвета или размера;

Определяем фишки, которые помогут блистать вашему поиску:

- 27.** Поиск по характеристикам — даёт возможность находить товар по числовым величинам, их сокращениям, понимает диапазоны значений этих величин. К примеру, при поиске “вода 1л” будут найдены товары объёмом от 0,8 до 1,2 л.;
- 28.** Региональность — позволяет вместе с поисковым запросом передавать текущий регион пользователя и учитывать его в выдаче. Функция особенно полезна, если у магазина отличаются цены на товар и его наличие в зависимости от региона;



Определяем фишки, которые помогут блистать вашему поиску:

29. Прямые переходы — при введении точного запроса осуществляется переход пользователя на страницу категории/бренда/фильтра/товара, минуя при этом страницу выдачи поисковых результатов. Таким образом увеличивается количество просмотров страниц в каталоге, а не внутри неиндексируемых страниц с выдачей;

30. История запросов — возможность для пользователей видеть историю поисковых запросов в поисковой строке.



Аналитика



**Отмечайте те пункты,
с задачами которых
ваш поиск справляется.**

Анализируйте свои данные:

- 31. Определите ключевые показатели эффективности.



Для **информационных сайтов** ключевыми показателями эффективности поиска могут быть:

- время пребывания на сайте;
- доля использования;
- количество просмотренных страниц.

Для **e-commerce** к уже перечисленным добавляются:

- коэффициент конверсий;
- доход из поиска;
- процент найденных/ненайденных товаров.

Анализируйте свои данные:



32. Отслеживайте поиск в вашей аналитике.

Аналитика содержит кучу данных, которые помогают понять:

- как вы презентуете свой продукт и как его улучшить;
- эффективность рекламных компаний;
- популярность определённых категорий и товаров;
- какие товары в тренде.



E-commerce



**Отмечайте те пункты,
с задачами которых
ваш поиск справляется.**



Управляйте выдачей, учитывая потребности e-commerce

33. Оптимизируйте результаты поиска под потребности бизнеса, определённой рекламной кампании или ключевые показатели эффективности. Выбирайте, какую категорию товаров показывать первой при поисковом запросе по бренду. Помогите создать такой покупательский опыт, который обеспечит хорошие продажи в предпраздничный период;

34. Продвигайте наиболее популярные товары. Настройте логику ранжирования таким образом, чтобы по каждому поисковому запросу вначале отображались самые ходовые товары. Обучите ваш поиск учитывать данные конверсий для более эффективного ранжирования;



Управляйте выдачей, учитывая потребности e-commerce

- 35.** Ранжируйте результаты поиска по наличию дисконта или по его размеру. Пока покупатели в поисках самых горячих предложений, убедитесь, что вы используете информацию о скидках, акциях и распродажах при ранжировании товаров.
Создайте ощущение дефицита товара — настройте выдачу так, чтобы вначале были акционные товары, распродажа которых скоро заканчивается. Настройте логику ранжирования в зависимости от того, что важно вашим покупателям и вашему бизнесу;



Управляйте выдачей, учитывая потребности e-commerce



- 36. Поместите корзину в результаты выдачи, чтобы максимально сократить путь пользователя к покупке товара;
- 37. Присвойте **SKU** — конкретный идентификатор товара (**id**) для определенного поискового запроса. С помощью этого функционала маркетолог сможет точно управлять выдачей и показывать ТОП позиции на конкретные поисковые запросы.



Если вы отметили галочкой все пункты, значит ваш поиск супер умный и мы готовы вас расцеловать. Такое случается крайне редко!

А если всё-таки есть пробелы, теперь вам наглядно видны области, в которых ваш внутренний поиск может быть усовершенствован. Сделать свой поиск мегаумным и устранить все его проблемы вы можете самостоятельно — привлеките программистов, уделите время и ресурсы.



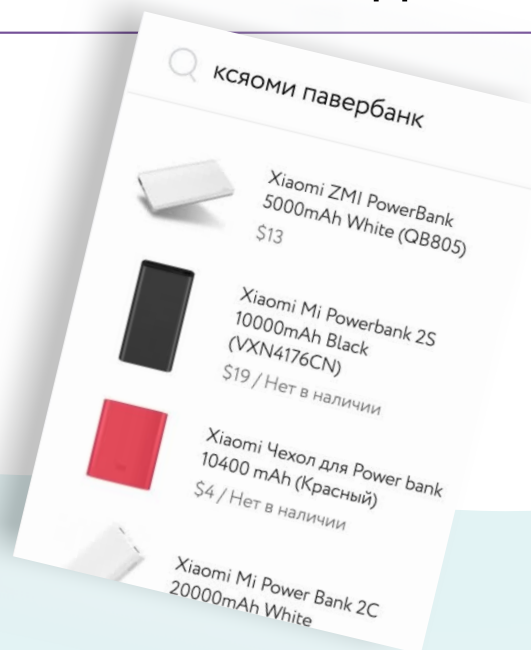
Или пропустите все этапы длительной разработки и используйте уже готовый продукт — **Multisearch**. Наши [клиенты](#) уже знают, что готовое решение намного выгоднее. Чтобы оценить работу функционала и развеять все сомнения — воспользуйтесь нашим поиском совершенно бесплатно на время тестового периода. К тому же, установка очень простая и быстрая.



Multisearch.io



Умный поиск для сайта



Начнем?

