

חיפוש באתרי אינטרנט/ שחר תמם, "יעל תוכנה"

• אתגר החיפוש באתרי אינטרנט -

לאורך השנים ניתן לראות איך הדרישות של הלקוח, שמחפש פתרון חיפוש לאתר שלו, השתנו. בשנת 2012 מנהלי אתר דיברו על "חוק 8 השניות", זו היא תיאוריה שלפיה גולש באתר מחליט תוך 8 שניות אם לנטוש או להישאר באתר. בשנת 2015 מנהלי אתרים כבר דיברו חוק ה 3 שניות.. מה המסקנה ? כגולשים נהיינו מפונקים, ונהיינו מפונקים כי "גוגל" יצרה סטנדרט. "גוגל" הרגילה אותנו למצב, שבו אנחנו מוצאים את מה שאנחנו מחפשים וזה קורה תוך פחות מרבע שנייה. הרי אנחנו מקלידים 2-3 תווים וכבר המנוע מציע לנו ברשימת ה Auto-Complete בדיוק את מה שרצינו ולאחר בחירת הערך הרלוונטי נקבל, במקרה הגרוע ביותר, את מה שחיפשנו במקום השני ולא במקום הראשון. זה אפילו לא משנה באיזו שפה התחלתי לכתוב ואם היו שם שגיאות כתיב או לא. עכשיו אחרי, שחיפשנו משהו במנוע חיפוש באינטרנט, שיש שם כמות בלתי נתפסת של מידע, אנחנו מגיעים למקום העבודה לחפש קובץ מסוים או נכנסים לאתר אינטרנט לחפש כתבה ואנחנו לא מוצאים... למה ? הרי כמות המידע שם יותר קטנה מאשר ברשת וברוב המקרים מדובר בשפה אחת יחידה, אז מה הבעיה לאפשר לגולש למצוא ?

לדעתי יש מספר אתגרים מרכזיים:

- **אלגוריתם -** אין אלגוריתם אחד, שמתאים לכל האתרים וצריך לדעת לאפיין את הצורך ושהמנוע יהיה מסוגל ליישם את זה. באתרי חדשות חשובות יותר כתבות עדכניות ע"פ כתבות ישנות, בזירות מסחר יש עדיפות לפריטים ריווחים יותר ע"פ פריטים פחות ריווחים וכך בכל אתר יש צורך שונה.

■ **דרך ההתמודדות -**

כשבחרים מנוע חיפוש חשוב שהוא יהיה גמיש מבחינת קינפוג האלגוריתם. חשוב שיהיה ניתן להגדיר אותו לפי צורכי הלקוח, למשל יש אפשרות שבחיפוש הראשי באתר של חברת תקשורת תהיה עדיפות לעמודים שיווקיים ע"פ עמודים טכניים ואילו באזורי תפעול באתר יהיה תעדוף לעמודים ישנים יותר, מכיוון שהנתונים מראים שרוב הלקוחות מחזיקים כרגע ציוד ישן.

- **פרסונליזציה -** היום מי שמחפש ברשת יקבל תוצאות מותאמות אישית לפי היסטוריית החיפושים שלו או האתרים בהם הוא ביקר, לדוגמה: אם 2 אנשים שונים יחפשו את השאילתה "פריס הילטון", אז אחד יקבל תוצאות אודות מלון הילטון בפריס והשני יקבל תוצאות אודות הסלבריטאית פריס הילטון. לא תמיד כאשר 2 משתמשים רושמים שאילתה זהה הם באמת מתכוונים לאותו דבר. אם במשרד עורכי דין עובד יחפש "ערבי שירה", אז כנראה הוא יחפש תיק אודות בחור ערבי שירה, אבל אם מנהל הרווחה באותו משרד יחפש את אותה שאילתה, אז כנראה שהוא יחפש מידע שיעזור לו לארגן ערב שירה לעובדי המשרד.

■ **דרך ההתמודדות -**

היום בפועל יודעים עלינו הכל ברשת. יודעים איפה היינו, איפה אכלנו... ב"גוגל" יודעים אפילו לנתח את המהירות שלך, כדי לזהות אם אתה נוסע ברכב, הולך או רץ ובהתאם למהירות לדעת האם להשמיע לך עכשיו פרסומת ביוטיוב, כי אתה ברכב או שאין צורך, כי אתה במהלך ריצה ובטוח תדלג עליה, אז חשוב שגם הפתרון שאתם מטמיעים ידע לזהות מי הגולש שמחפש עכשיו, כדי להתאים לו תכנים רלוונטיים ובמצעות Machine Learning לעשות פרסונליזציה.

- **שפה -** כאשר מדובר בשפה העברית האתגרים כל כך גדולים, שמנועי חיפוש מאוד מתקשים לנתח את כוונת המחפש. כתיב מלא/חסר, 2 יודים/יוד אחת וכדומה. יש זירות מסחר למשל שאם נחפש בהן "כיסא" ו-"כסא" נקבל כמות תוצאות שונה והרי ברור, שמשתמש רגיל לא יחפש את 2 השאליות אלא רק אחת מהן ובפועל יפספס פריטים, שאותו מנהל אתר כן ציפה שהמשתמש יקבל. יש היום מספר שחקנים מצומצם מאוד, שיועד לתת מענה טוב. הבולטים הם כמובן "מלינגו" ו hebmorph והמחירים לא בסדר גודל שכל אתר מרשה לעצמו להשקיע.

○ דרך ההתמודדות -

גם כאן חשוב שהפתרון המוטמע ידע לשלב בתוכו שחקן שיועד להתמודד בצורה טובה עם האתגר וללמוד כמה שיותר מסטטיסטיקות.

- **איכות פריטי המידע -** האם מנהלי התוכן מתחזקים את המידע בעמודים בצורה איכותית המקלה על המשתמש? הרבה לקוחות מפנטזים על Plug & Play. מבקשים מהספק, שיקנפג להם את המנוע בהתאם לדרישותיהם ומכאן הם בטוחים שהכל יעבוד. לא כולם מודעים לחשיבות של ניהול המידע בשלב הקמת המערכת ובשוטף.

○ דרך ההתמודדות -

במספר פרויקטים, שהשתתפתי בהם עלתה באחת הפגישות השאלה "אבל אנחנו לא צריכים לעשות כלום, נכון? זה ידע למצוא לבד ...". אני מאמין שהיום הולכת ופוחתת התחושה של Plug & Play. מנהלי הידע בארגונים צריכים לבנות ולתחזק פריטי מידע בצורה עקבית ושוטפת, כדי שמנוע החיפוש יהיה יעיל יותר.

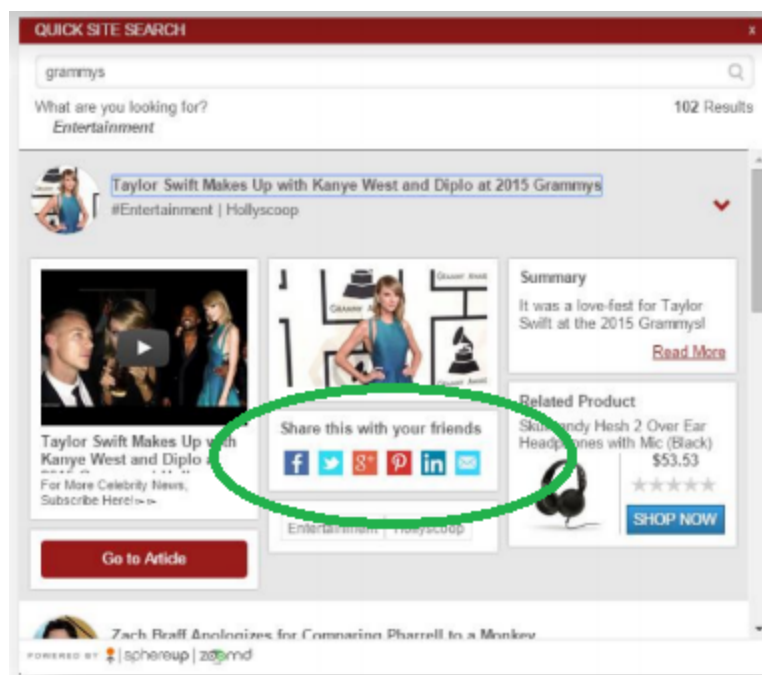
- **בשנתיים האחרונות נכנס שחקן חדש לתחום חיפוש באתרי האינטרנט בשם Zoomd -**

○ פונקציונאליות הפתרון:

- פתרון מבוסס Elastic Search המביא איתו את כל יתרונות העבודה בענן, שהבולטים בהם הנם::
 - עדכוני גרסאות תוכנה שוטפים באופן שקוף
 - שיתוף מילונים על בסיס "חוכמת המונים"
- אינדקס חיפוש של כל פריטי המידע הרלוונטיים באתר
- הצגת פריטי מידע באופן שונה (כתבות, סרטונים וכדומה...)
- תמיכה משולבת במשתמשי Mobile & Desktop & Web
- אפשרות לשיתופי פריטים ברשתות חברתיות
- התמודדות עם לינקים שבורים לצורך שימור הלקוח באתר
- אפשרות לקידום חיפושים "חמים" לצורך הארכת שהות הגולש באתר.
- התאמת תכנים רלוונטיים באמצעות machine Learning
- תדירות אינדוקס לפי דרישה

ריכוז יכולות המוצר

- **אינדקס חיפוש מלא של המידע המופיע באתר -** האינדקס מכיל בכל זמן נתון מידע אך ורק מהאזורים באתר אותם הלקוח ביקש לאנדקס.
- **יכולת עדכון של האינדקס באופן אוטומטי -** תדירות האינדקס הנה בהתאם לצרכי הלקוח. בנוסף, ניתן לבצע אינדקס לפי דרישה במידה ויש צורך מיידי בשינוי (הוספה/ הסרה/ עדכון של עמוד) מיידי.
- **הצגת פרטי מידע שונים באופן שונה –** עד 5 תבניות שונות עבור הצגה שונה של סוגי מידע שונה
- **אפשרות להתאמת מיקום רכיב החיפוש על פי צרכי האתר**
- **אפשרות להפעלת החיפוש על פי צרכי האתר –** mouse over, click, תיבת חיפוש וכו'
- **עדכוני גרסאות תוכנה שוטפים -** באופן השקוף למשתמש
- **תמיכה משולבת במשתמשי desktop ו- mobile web**
- **התאמה של החיפוש לעיצוב האתר:** סוגי הפונטים, גודל הפונטים, צבעים, רקע וכו'
- **התאמה של כרטיסיות החיפוש, כגון:** תמונות, וידאו, מפות, כפתורים, לינקים, שיתופים ברשתות החברתיות, תגיות, מיקום הכרטיסיות ועוד



- טיפול בלינקים שבורים (broken links) – הצגה של מידע חלופי בעל הקשר דומה במקום הלינק השבור ודפי 404
- אפשרות לקידום חיפושים "חמים" באתר - על מנת לעודד משתמשים לצרוך תכנים נוספים ולהאריך את זמן השהייה באתר
- השלמה אוטומטית - Auto Complete
- מערכת ניהול עבור מנהלי המערכת

