

WB Партнёры

Выдача и ранжирование товаров на Wildberries

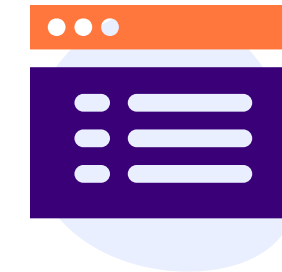


Поисковая система Wildberries

Мы развиваем поисковый движок, применяя различные методики. Поиск настраивается под каждый запрос, используя подходящие конкретному случаю алгоритмы. Над улучшением поисковых процессов работает команда оптимизации поиска и штат ассессоров.



Поиск работает со смысловыми значениями, используя для выделения смысла различные поля карточки



Если запрос предполагает определенный контекст, например, товары конкретного бренда, скорее всего поиск будет искать информацию для выдачи товара в поле «бренд». Поисковая система может не индексировать информацию в отдельно взятых полях, например, поле «комплектация».



Товар попадает в выдачу, когда соответствует запросу. При этом поисковой запрос может не соответствовать напрямую тексту в карточке товара. Анализируется информация в карточке товара и пользовательское поведение.



Фото обязательно должно соответствовать товару

Для чего Wildberries ранжирует товары

Ранжирование — это процесс сортировки товаров, который помогает клиентам получить в выдаче качественный товар, с оптимальным сроком доставки, от надежного продавца и наиболее соответствующий поисковому запросу.

В Wildberries ранжированием занимаются автоматические алгоритмы (формулы), которые анализируют множество различных факторов. Для простоты понимания, мы собрали их в некоторые группы и указали возможную степень влияния на результат. Формулы применяются автоматически, в зависимости от различных ситуаций и влияние может распределяться по-разному.




Поисковая система Wildberries


- ✗ Частое перечисление слов и их форм, например сумка, сумочка и т.д.
- ✗ Название разделов сайта
- ✗ Спецсимволы, например # ; & и т.д.
- ✗ Дублирование одного и того же слова

Ни один из перечисленных приемов не повышает место товара в выдаче. Текст должен быть комфортно читаемым для покупателя.

Система ежедневно обучается и умеет разделять информацию на допустимую и недопустимую. Недопустимая информация может понизить товар в результатах выдачи.



Автоматический, всесезонный мужской зонт с принтом в клетку. Чехол в комплекте. Подойдет для прогулок по городу и деловых встреч. Диаметр — 97 см. Материал купола — полиэстер с высокой прочностью и износостойкостью.



в этом платье вы будете восхищать и блистать на любой вечеринке почувствуйте себя БОГИНЕЙ И НАСТОЯЩЕЙ ЖЕНЩИНОЙ. Наше платье-это ЛЮКС #платье; #вечернее платье Главная\Женщинам\Платья и сарафаны

Портал подскажет как улучшить карточку товара

- Следуйте подсказкам и увеличивайте рейтинг карточки товара
- Работает для всех категорий товаров

The screenshot shows a web interface for creating a product listing. The main area is titled "Одежда / Платья" (Clothing / Dresses). On the left, there's a sidebar with "Объединенные карточки" (1 / 30) and a card for a green dress with ID 1224455, color "зеленый", and size "42 и еще 1". Below it are buttons for "Дублировать", "+ Добавить вариант", and "Импортировать". A text box explains that colors are now variants and can be grouped. The main content area features a large image of a woman in a green dress, with a "Главное" (Main) label. Below the image are smaller thumbnails and a "+ Add" button. A URL input field is labeled "или добавить по ссылке". To the right, the "Основная информация" (Main information) section includes fields for "Наименование" (filled with "Платье на тонких бретельках"), "Категория продавца" (filled with "Платья"), "Артикул продавца" (filled with "1224455"), "Бренд" (filled with "No"), "ТНВЭД" (filled with "6104410000"), and "Цвет" (filled with "синий бархат"). A description field contains text about a silk-like dress. On the far right, a "Требования к медиа" (Media requirements) panel lists specifications for photos and videos. At the bottom, there are buttons for "К списку товаров" and "Создать и завершить".

Ранжирование в поисковой выдаче

Ниже приведены факторы ранжирования, которые всегда, но в разной мере в каждой конкретной выдаче, влияют на расстановку товаров

Объемы продаж товара

Влияние: **от 15 до 30%**

Недавние продажи важнее продаж месячной давности, возвращенные товары и отказы продажами для ранжирования не являются. Если система распознает подозрительные операции с товаром, включая самовыкуп, он не будет участвовать. Стабильный спрос на товар — признак его качества.

Расстояние доставки, время сборки и доставки заказа

Влияние: **от 30 до 40%**

Время доставки от места хранения товара до места получения конкретным покупателем.

Нашим покупателям важно иметь возможность быстро получить то, что они хотят.

Конверсия

Влияние: **от 5 до 20%**

Относительный показатель продаваемости товара, нет смысла держать в топе выдачи товар, который продается редко при большом числе показов.

Рейтинг заполнения карточки

Влияние: **около 10%**

Как уже отмечалось выше, качество контента является важным фактором, влияющим на восприятие товара

Ранжирование в поисковой выдаче

Рейтинг продавца

Влияние: **от 1 до 10%**

Отражает сервис предоставляемый продавцом. Состоит из средней оценки продавца, качества, соблюдения сроков доставки и процента брака товара, количества возвратов и т. д.

Участие в промо, скидки

Влияние: **от 1 до 10%**

Оптимальная цена при должном уровне качества — залог успеха :)

В результате рассмотрения всех факторов нашей формулой рассчитывается некоторая оценка релевантности каждого товара-кандидата на места в выдаче.

Затем происходит сортировка товаров по убыванию этой оценки и формируется финальная выдача, именно ее и видят наши пользователи.

- ! Для новых товаров алгоритм расчета использует те же факторы, но с разным приоритетом
- ! В разных категориях одни и те же факторы могут иметь разный приоритет

Ранжирование в поисковой выдаче

Индекс цены

Влияние: от 3 до 10%

Промоакции это очень хорошо, и скидки радуют пользователей. Однако уровень цен при регулярных продажах также важен. В ритейле, как оффлайн, так и онлайн, существует такой показатель как индекс цен. Этот показатель отражает то, насколько цена на ваш товар привлекательна относительно такого же товара на других площадках интернет-магазинах. Так как покупатели ориентируются в первую очередь на выгодную цену товара, то такие товары будут отображаться для покупателей выше в выдаче.

В результате рассмотрения всех факторов нашей формулой рассчитывается оценка релевантности каждого товара-кандидата на места в выдаче. Затем происходит сортировка товаров по убыванию этой оценки и формируется финальная выдача — именно ее и видят наши пользователи.

Рейтинг товара и отзывы

Влияние: от 1 до 10%

Учитываются пользовательские оценки товаров. Алгоритм умеет распознавать накрученные отзывы и удалять их из расчета.

Ранжирование в поисковой выдаче

Рекламное продвижение

Влияние: от 15 до 25%

С недавнего времени в WB появился новый тип платного продвижения на основе аукциона, внутри команды он получил рабочее название Бустер. На самом деле вся суть заключается в том, что мы всего лишь внедрили дополнительный фактор ранжирования в наши «формулы» и отменили ограничения на число рекламных мест в выдаче поиска, каталога и рекомендациях. Значение этого фактора в большей степени определяется двумя параметрами:

- ставка за платное продвижение (CPM — стоимость за 1000 дополнительных показов товара)
- то, насколько продвигаемый товар соответствует текущей потребности пользователя — релевантность (*relevance*)

Бустер оценивает комбинацию релевантности и ставки CPM и принимает решение кого из претендентов показать выше, кого ниже. Причем в принятии решения участвуют и не продвигаемые товары. Добавка за продвижение:

$$\text{advScore} \sim \text{CPM}^{\alpha} \times \text{relevance}^{\beta}$$

α и β — некоторые параметры, зависящие от категории товара, контекста пользователя и т. д.

При уменьшении ставки и/или релевантности *advScore* снижается.

Такой подход позволяет сделать аукцион более честным - продвижение для товара должно быть доступнее, если товар хорошо соответствует пользовательской потребности в данный момент.

Вопросы и ответы

Почему новый товар не в топе выдачи?

Новизна карточки имеет значение только при сортировке товаров по обновлению. Значок «NEW» не влияет на размещение товаров в выдаче по популярности, рейтингу, выгоде или цене. Но алгоритм, отвечающий за ранжирование товаров по популярности срабатывает несколько иначе для новинок, чем для остальных товаров.

Сторонние сервисы аналитики показывают, что место товара в выдаче должно быть выше, чем на сайте

Сторонние сервисы не связаны с внутренней базой Wildberries и делают лишь предположения о продажах, которые часто не соответствуют действительности. Wildberries не раскрывает информацию о продажах конкурентов.

- ! Не проверяйте наличие товара в выдаче ботами и другими аналитическими сервисами

Вопросы и ответы

Почему бот показывает, что карточка не выдается по запросу?

Проверку наличия товаров в выдаче следует осуществлять исключительно на площадке Wildberries. Вся информация получаемая от сторонних сервисов для нас не является валидной и не подлежит рассмотрению, мы не любим когда к нам приходят боты, и мы можем показывать ботам случайные ответы 🤔

Карточка может фактически не выдаваться по запросу, если она перегружена спамом (специально внесенными для машинного распознавания данными), или же не соответствует запросу вовсе.

! Размещение карточки товара на дальних страницах, при расчете алгоритма ее места, не является ошибкой.

Карточка товара скачет в результатах выдачи в течение дня, то вверх, то вниз. Почему?

Основные причины:

- реклама;
- изменение условий при проверке: авторизация, геолокация, сортировка выдачи;
- использование сторонних аналитических сервисов результат которых не соответствует действительности.
- конкурентная категория, где товары имеют близкую популярность и соответствие запросу, выдача обновляется крайне быстро