Зворотній зв'язок за релевантністю - збору результатів запитів користувача та аналіз цих даних на релевантність, задля поліпшення подальших результатів запитів

-Користувач робить (короткий, простий) запит, далі система повертає початковий список результатів і користувач самостійно визначає релевантні для себе документи. Базуючись на цій інформації, система формує покращений список результатів.

Приклади зворотного зв’язку за релевантністю в різних сервісах:

1. YouTube Music:

Типовий представник стримінгових музичних сервісів. Початково сервіс пропонує найбільш популярних на даний момент виконавців та їхні твори. Згодом сервіс збирає та оброблює інформацію про відмітки «сподобалось», історію пошуку, час та кількість прослуховувань окремих композицій, також час дня та обставини, коли вони були прослухані, збережні пісні та плейлісти. Після аналізу цієї інформації слухачу пропонують нову музику. Окрім всього сервіс пропонує спеціальні плейлісти, що залежать від певного контексту: наприклад, зранку сервіс запропонує підбірку спокійної музики, в обід – музику для концентрації, ввечері можуть бути запропоновані підбірки для тренування чи гарного сну. З особистого досвіду – сервіс також оброблює пошукові запити в Google і згодом може пропонувати композиції з нещодавно пройдених ігр чи проглянутих фільмів.

2. YouTube:

Аналогічним чином сервіс збирає інформацію про пошукові запити, час та кількість переглядів окремих відео, інформацію про лайки та дізлайки та формує потік рекомендацій. Метою сервісу є не стільки формування підходящого потоку, скільки якомога довше утримання глядача за переглядом відео. Окрім всього сервіс також аналізує контент переглянутих відео: таким чином після перегляду випуску новин, сервіс може запропонувати відео з критикою чи аналізом згаданих новин та особистостей. Окрім всього, якщо глядач переглядає відео з двома та більше ведучими, сервіс пропонуватиме контент, де ці ведучі поодинці. Як і в YouTube Music, аналізується історія пошукових запитів в браузері, тому можуть пропонуватись релевантні до них пошукові запити.

3. Google:

В мобільній версії GoogleChrome на початковому екрані пошукової сторінки користувачу пропонується підбірка новин. Сервіс аналізує гео-дані користувача, посилання, за якими користувач переходить, пошукові запити, також при наданих відповідних дозволах аналізується навіть те, що користувач говорить з увімкненим поруч телефоном. Відповідним чином формується підбірка релевантних новин. Ймовірно серед них будуть новини міста, де живе користувач, новини зі сфери, де він працює, випадкові новини для того, щоб формувати ширший результат релевантних новин, а також новини, що базуються на тому, про що користувач говорив зовсім нещодавно.