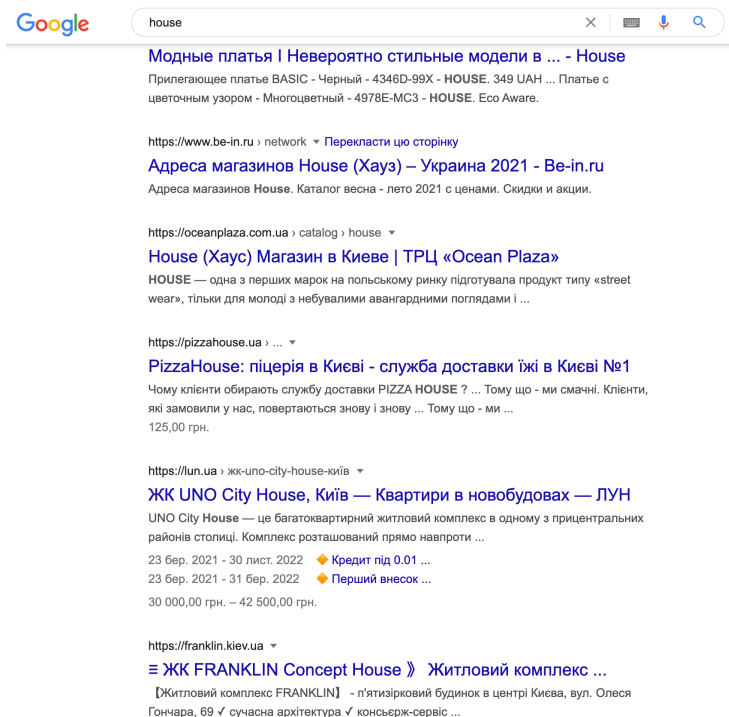


Зворотний зв'язок за псевдорелевантністю

Приклад - Google

Пошукова система Google використовує кількість кліків на посилання, щоб визначити чи той, чи інший вебсайт відповідає запиту. Ця метрика працює добре та не потребує жодних додаткових дій користувача, що означає задоволеність користувача. Система працює вдало, але важко оцінити наскільки саме кількість кліків впливає на результат пошуку. З моїх суб'єктивних міркувань - не сильно.



Dwell Time

Це кількість часу, що проходить між моментом натискання результату пошуку та подальшого повернення до результатів пошуку.

Source/Medium ?		Acquisition			Behaviour			Conversions <div>E-commerce ▾</div>		
		Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages/Session ?	Avg. Session Duration ?	E-commerce Conversion Rate ?	Transactions ?	Revenue ?
		15,574 % of Total: 100.00% (15,574)	13,724 % of Total: 100.00% (13,713)	18,596 % of Total: 100.00% (18,596)	54.65% Avg for View: 54.65% (0.00%)	4.18 Avg for View: 4.18 (0.00%)	00:02:53 Avg for View: 00:02:53 (0.00%)	2.23% Avg for View: 2.23% (0.00%)	415 % of Total: 100.00% (415)	US\$25,456.63 % of Total: 100.00% (US\$25,456.63)
<input type="checkbox"/>	1. (direct) / (none)	15,207 (97.64%)	13,452 (98.02%)	18,135 (97.52%)	54.38%	4.21	00:02:54	2.25%	408 (98.31%)	US\$24,550.23 (96.44%)
<input type="checkbox"/>	2. google / cpc	214 (1.37%)	173 (1.26%)	253 (1.36%)	62.45%	3.09	00:01:55	1.19%	3 (0.72%)	US\$716.00 (2.81%)
<input type="checkbox"/>	3. dfa / cpm	56 (0.36%)	49 (0.36%)	77 (0.41%)	92.21%	1.17	00:00:12	0.00%	0 (0.00%)	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	4. (not set) / (not set)	54 (0.35%)	15 (0.11%)	71 (0.38%)	50.70%	6.03	00:03:43	5.63%	4 (0.96%)	US\$190.40 (0.75%)
<input type="checkbox"/>	5. Partners / affiliate	42 (0.27%)	34 (0.25%)	59 (0.32%)	57.63%	2.46	00:02:19	0.00%	0 (0.00%)	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	6. Partners / (not set)	1 (0.01%)	1 (0.01%)	1 (0.01%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	US\$0.00 (0.00%)

Приклад - Google Analytics

В цілому ця метрика може надати додаткову інформацію про відвідуваність сторінок, але не може бути застосована самостійно. Наприклад, метрику можна застосувати разом з А/В тестуванням, щоб зробити вебсайт більш "привабливим" для клієнтів.

Зворотний зв'язок за релевантністю (та псевдорелевантністю)

Приклад - Spotify

Сервіс для прослуховування музики, що підбирає музику базуючись на тому, на яких піснях користувач натиснув "вподобайку", а також що саме слухає користувач. Я часто використовую сервіс і в цілому це працює добре, втім є й недоліки. Одним з них є те, що коли я працюю, то слухаю одну музику, а коли займаюсь спортом - зовсім іншу. Сервіс цього, на жаль, ніяк не розрізняє.

