

Polacy opracowali nowy standard wyszukiwania i prezentacji produktów dla sklepów internetowych. To ważna informacja, ponieważ innowacja technologiczna daje sklepom możliwości zwiększenia przychodów i budowania przewagi konkurencyjnej.

W e-handlu o sukcesie decyduje dostępność poszukiwanego towaru, łatwość dotarcia do niego oraz szybkość prezentacji oferty. W sklepie internetowym nie ma ludzkiego ekspedienta, który wie, gdzie leży towar i może podać „te różowe czekoladki co zawsze”. Dlatego skuteczna sprzedaż w internecie coraz bardziej zależy od rozwiązań wyszukiwawczo-nawigacyjnych. Zautomatyzowanie procesów wyszukiwania i prezentacji towarów, tak żeby podnosiły sprzedaż, jest trudne i kosztowne, ale jednak opłacalne, bo klient, który nie znajdzie szukanego towaru odejdzie do konkurencji. Nabywca, który na znalezienie produktu straci zbyt dużo czasu, poszuka szybszych rozwiązań gdzie indziej. Dla użytkownika liczy się trafność odpowiedzi na zapytanie, czas jej udzielenia, rozpoznanie intencji kupującego, a także możliwość wygodnego i szybkiego zawężania listy prezentowanych towarów, jeśli z początku jest zbyt obszerna. Wszystkie te czynniki razem znacząco wpływają na budowanie satysfakcji klienta, a co za tym idzie na zysk e-sklepu.

W odpowiedzi na te potrzeby stworzono standard wyszukiwania i prezentacji produktów – Fablo, www.fablo.pl. Rozwiązanie adresowane jest do sklepów, które prowadzą sprzedaż przez Internet, zwłaszcza tych, gdzie wyszukiwanie produktów sprawia trudność, z uwagi na specyfikę języka polskiego lub szerokość asortymentu. Innowacja opiera się na jednoczesnym rozwiązaniu problemów we wszystkich obszarach krytycznych dla sprzedaży: trafnym wyszukiwaniu i prezentacji, obsłudze języka polskiego i błyskawicznej prezentacji produktów.

Silnik wyszukiwarki został stworzony od zera, w oparciu o najnowsze teorie uczenia się maszyn, dzięki czemu skutecznie obsługuje języki fleksyjne, w których słowa występują w odmianach i różnych formach, jak w języku polskim, czy francuskim. Wyszukiwanie pokazuje dobre wyniki również wtedy, gdy użytkownik wpisze nazwę produktu z błędem ortograficznym, przestawieniem liter, czy literówką. Twórcy położyli nacisk na skrócenie czasu wyszukiwania, kluczowego dla klientów sklepów - jest kilkadziesiąt razy krótszy niż w innych rynkowych rozwiązaniach i liczony w pojedynczych milisekundach. Skrócenie całego procesu wyszukiwania i prezentacji do ułamków sekund spowodowało, że przycisk „szukaj” przestał być potrzebny. Klient otrzymuje wyniki zanim skończy wpisywać nazwę produktu, co czasem daje wrażenie, że wyszukiwarka czyta w myślach.

Fablo oferowane jest jako usługa (w modelu SaaS), co oznacza, że właściciel sklepu rozlicza się w oparciu o okresowy abonament. Dzięki temu nie musi utrzymywać własnych serwerów i programistów rozwijających mechanizmy wyszukiwania. Za to w ramach opłat dostaje aktualizacje, nowe wersje i kolejne funkcjonalności wyszukiwarki.

Wdrożenie Fablo polega na modyfikacji kodu strony WWW sklepu, tak aby zapytania klientów wysyłane były do serwerów Fablo, a nie do lokalnej bazy. Fablo zwraca do e-sklepu listę odpowiedzi, które ten może prezentować bezpośrednio lub filtrować je według swoich kryteriów. Wdrożenie rozwiązania kompleksowego z nawigacją i filtrowaniem wyników wymaga integracji kodu z grafiką sklepu, ale daje to znacznie lepsze efekty.

Wyszukiwanie należy do jednego z najbardziej zaniedbanych obszarów w polskim e-commerce. W sieci działają tysiące sklepów, ale zdecydowana większość z nich nie używa skutecznych mechanizmów wyszukiwania. „Model e-commerce, który znamy, przechodzi do historii. W ciągu kilku lat sklepy będą budować kompetencje w dwóch obszarach - wyróżnienia swojej oferty na tle konkurencji, czyli procesów sprzedażowych oraz obsługi pozostałych procesów. W przypadku tego drugiego celu, efektywniejsze będzie użycie wyspecjalizowanych narzędzi zewnętrznych. Oddanie obsługi płatności, logistyki, czy - jak w przypadku Fablo - wyszukiwania, nawigacji i prezentacji oferty innowacyjnym firmom eksperckim, pozwoli sklepom internetowym skupić się na tym, co dla ich korzyści i zysku najważniejsze - budowaniem relacji z klientem i zwiększaniem jego satysfakcji - czyli po prostu sprzedażą” – mówi Igor Dzierżanowski, prezes Fablo.

newss.pl

E-sklepy poprawią wyniki

Projekt Fablo jest współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Adres serwisu internetowego: www.fablo.pl

Film z krótką prezentacją działania Fablo: <http://www.youtube.com:80/watch?v=YuWnq8w3lrc>

Optimum PR