

«Библиопортал: что ожидает пользователь?»

Достовалов Сергей Сергеевич, программист, Институт корпоративных библиотечно-информационных систем Санкт-Петербургского государственного политехнического университета

24 июня 2013 г.

Театр начинается с вешалки, а библиотека - с портала?

Пользователь "уходит" в интернет, и с этим ничего не поделать...

Смотрели ли вы статистику посещения библиотеки и посещения портала?

Некоторые (очевидные) преимущества виртуального посещения

- Оперативность. Зайти на портал гораздо быстрее, чем дойти до библиотеки.
- Электронные библиотеки дают возможность получить доступ к большому количеству материала не выходя из дома и "не беспокоя" сотрудников библиотек.

Зачем пользователь заходит на портал?

1. Получить первичную информацию о библиотеке.

1. Найти необходимые материалы.

1. Воспользоваться сервисами: заказа, поиска, чтения найденного материала, персонального информирования (“книги на руках”, консультации) и т.п.

Как сделать так, чтобы пользователю было хорошо?

Какие вопросы нужно задавать при проектировании и ведении портала?

Каким образом узнать, хорошо ли пользователю на портале?

Портал с разных точек зрения

1. Портал, как структурированное хранилище информации. **Вопрос:** логична ли структура, удобно ли по ней перемещаться, нужна ли вообще эта информация?

1. Портал, как интерфейс пользователя. **Вопрос:** удобно ли пользоваться информацией, которая предоставляется через интерфейс портала?

1. Портал, как средство доступа к сервисам библиотеки. **Вопрос:** отвечает ли сервис портала поставленной цели, можно ли сделать использование сервиса более эффективным?

Каким образом можно получить
ответы на поставленные
вопросы?

Ответ логичен —
проследить за пользователем.

Каким способом?

Статистика — наше всё!

Типы статистических инструментов:

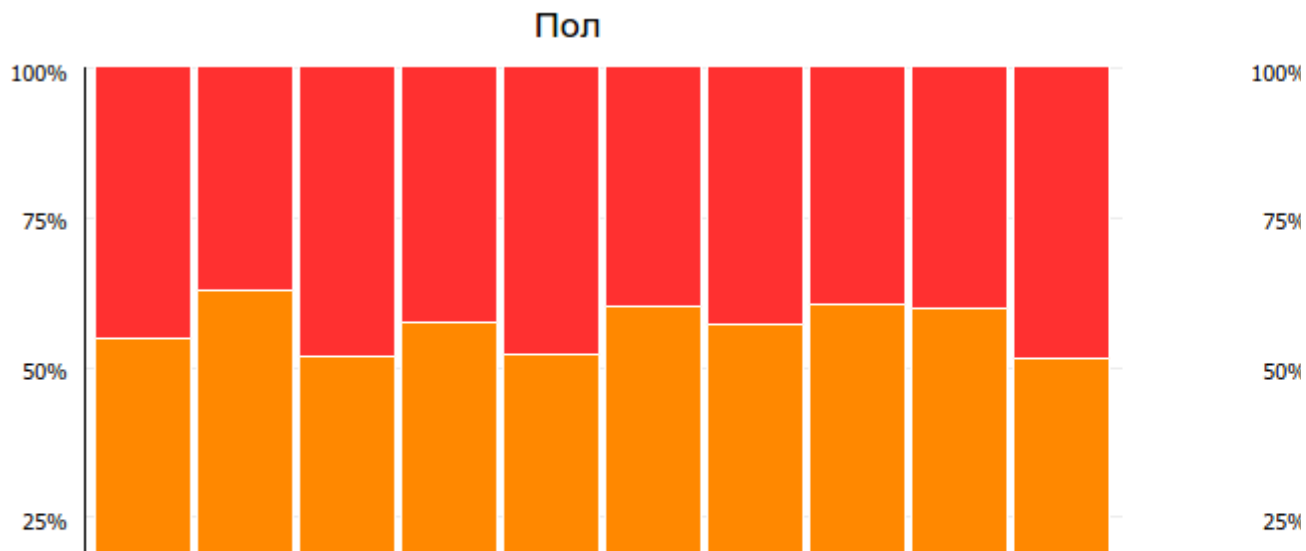
1. системы общего назначения — фиксируют перемещение пользователя на портале;

1. системы специального назначения — анализируют действия пользователя с точки зрения бизнес-процессов, заложенных в функциональность портала.

Системы общего назначения

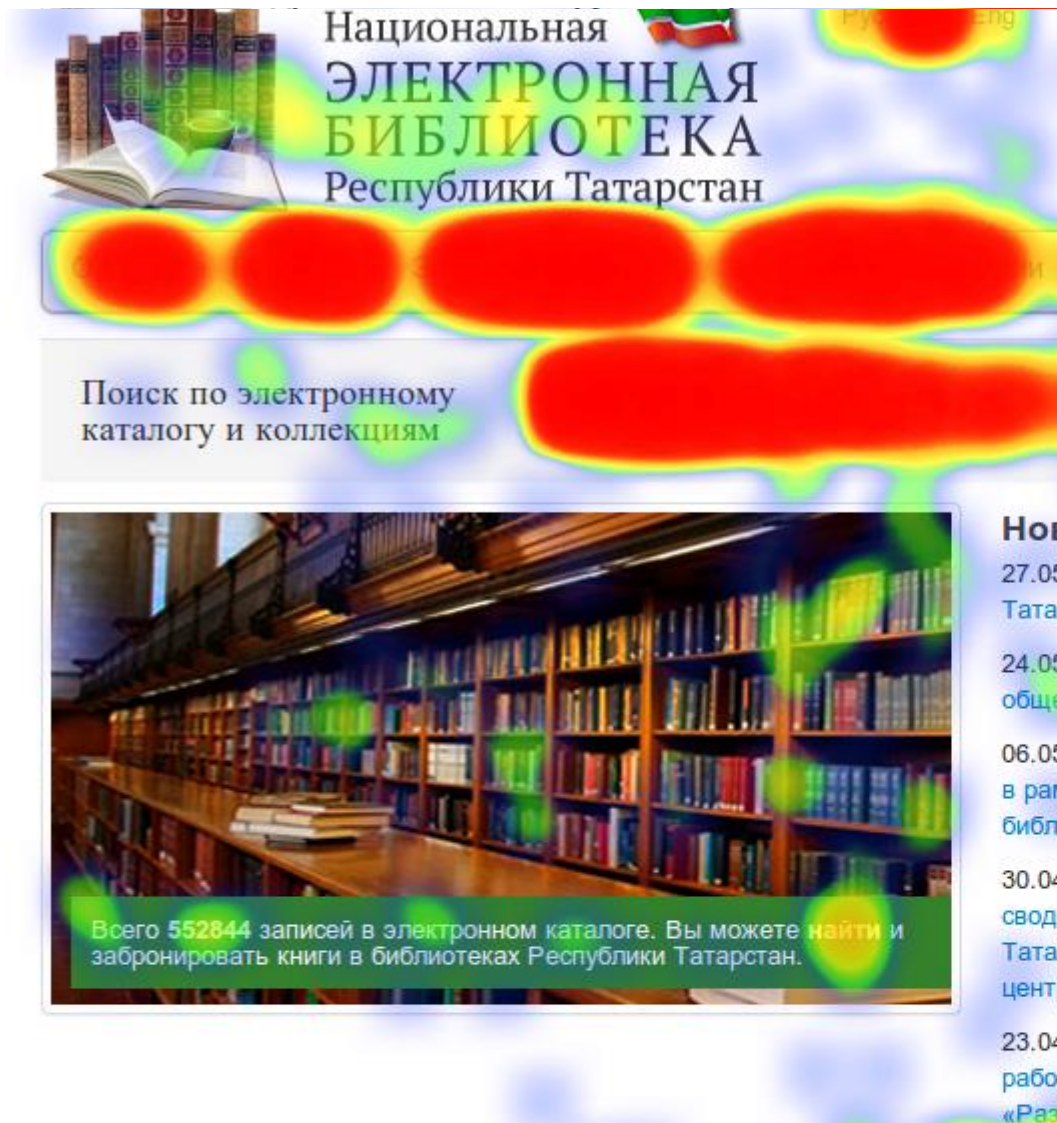
Наиболее популярные системы это “Яндекс.Метрика” и “Google Analytics”.

Достоинства этих систем в том, что они предоставляют данные, которые возможно получить только в случае массового слежения за пользователями.



Кто-то сказал, что молодежь перестала читать? :-)

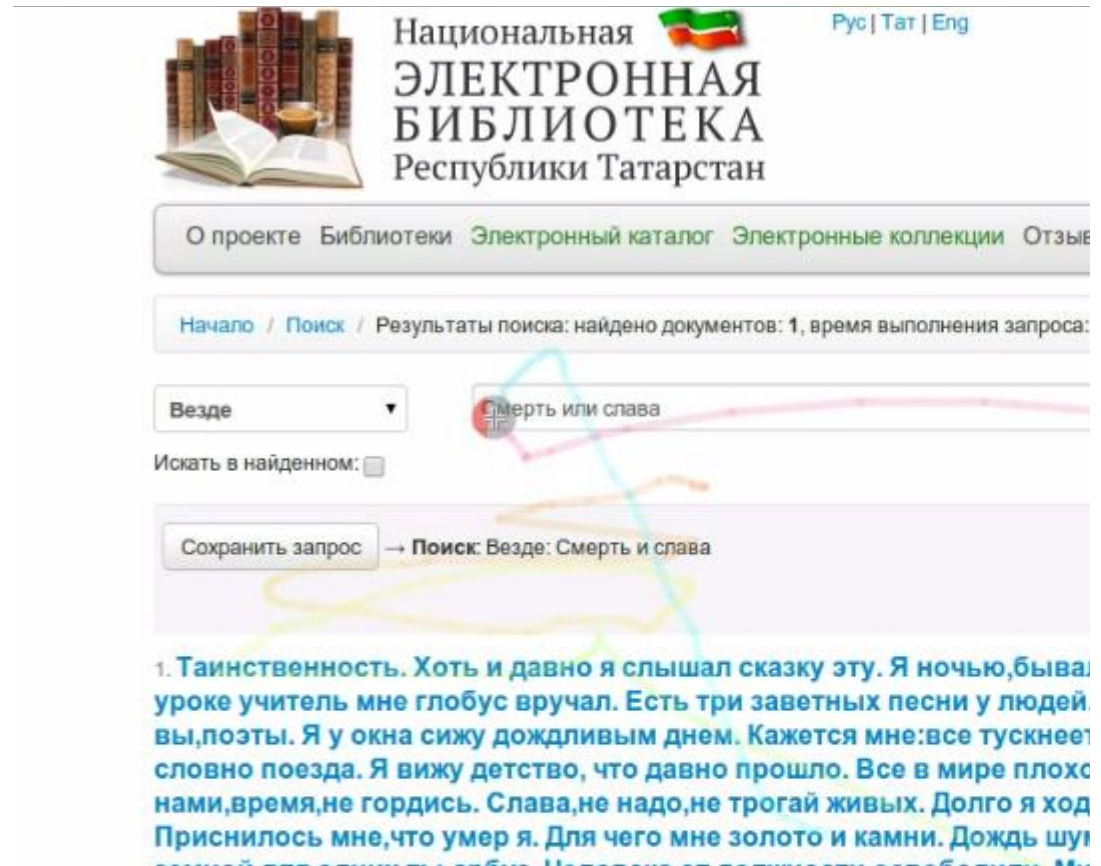
Тепловая карта кликов –
показывает самые "горячие" места
портала.



Возможно некоторые блоки
нужно поменять местами?

Воспроизведение всех движение мышки и нажатий клавиш пользователя.

Можно узнать, как пользователи работают с порталом (какие испытывают трудности, непосредственно глядя за его поведением.



Национальная ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА Республики Татарстан

Рус | Тат | Eng

О проекте Библиотеки Электронный каталог Электронные коллекции Отзывы

Начало / Поиск / Результаты поиска: найдено документов: 1, время выполнения запроса:

Везде

Искать в найденном:

Сохранить запрос → Поиск: Везде: Смерть и слава

1. Таинственность. Хоть и давно я слышал сказку эту. Я ночью, бываю на уроке учитель мне глобус вручал. Есть три заветных песни у людей, вы, поэты. Я у окна сижу дождливым днем. Кажется мне: все тускнеет словно поезда. Я вижу детство, что давно прошло. Все в мире плохо, нами, время, не гордись. Слава, не надо, не трогай живых. Долго я ходил. Приснилось мне, что умер я. Для чего мне золото и камни. Дождь шумит...

Незаметно стоим у пользователя за спиной :-)

Системы типа Яндекс Метрики или Google Analytics дают общую картину посещения портала пользователями.

Они не могут собирать статистику по сервисам портала, так как не "знают" особенностей их устройства.

Какой сервис самый популярный у пользователей?
Правильно - **поиск по электронному каталогу.**

Цель анализа поискового сервиса

1. Анализ покрытия каталога необходимыми поисковыми атрибутами: выявление атрибутов записи, которые хранят интересующую пользователя информацию.
1. Настройка поискового алгоритма в соответствии с интересами пользователей.
1. Получение сведений об интересах пользователей для повышения качества поисковой выдачи.

Анализ покрытия каталога необходимыми поисковыми атрибутами

Цель анализа:

1. **Получить список наиболее популярных атрибутов, используемых пользователями.**
1. **Найти потенциально возможный атрибут (который был бы полезен для пользователей) для добавления в интерфейс или комбинирования уже существующих.**
1. **На основании проведенного анализа принять меры по улучшению качества поиска и подсчета коэффициента релевантности.**

Популярность поисковых атрибутов



Распределение поисковых запросов по атрибутам
(интерфейс вынуждает пользователя искать в определенном атрибуте).

Популярность поисковых атрибутов



Распределение поисковых запросов по атрибутам
(интерфейс предоставляет пользователю единую поисковую строку **при этом не лишая его возможности уточнения атрибута**).

Интересная картина получается. Пользователям достаточно всего одного атрибута (89% поисковых запросов)



Оправдал ли себя поисковый интерфейс "как у гугла"?

Поиск потенциально возможных поисковых атрибутов

С одной стороны хорошо, что пользователь может искать нужную ему информацию максимально быстро и просто.

С другой стороны, такая простота накладывает дополнительные проблемы на поисковый сервис:

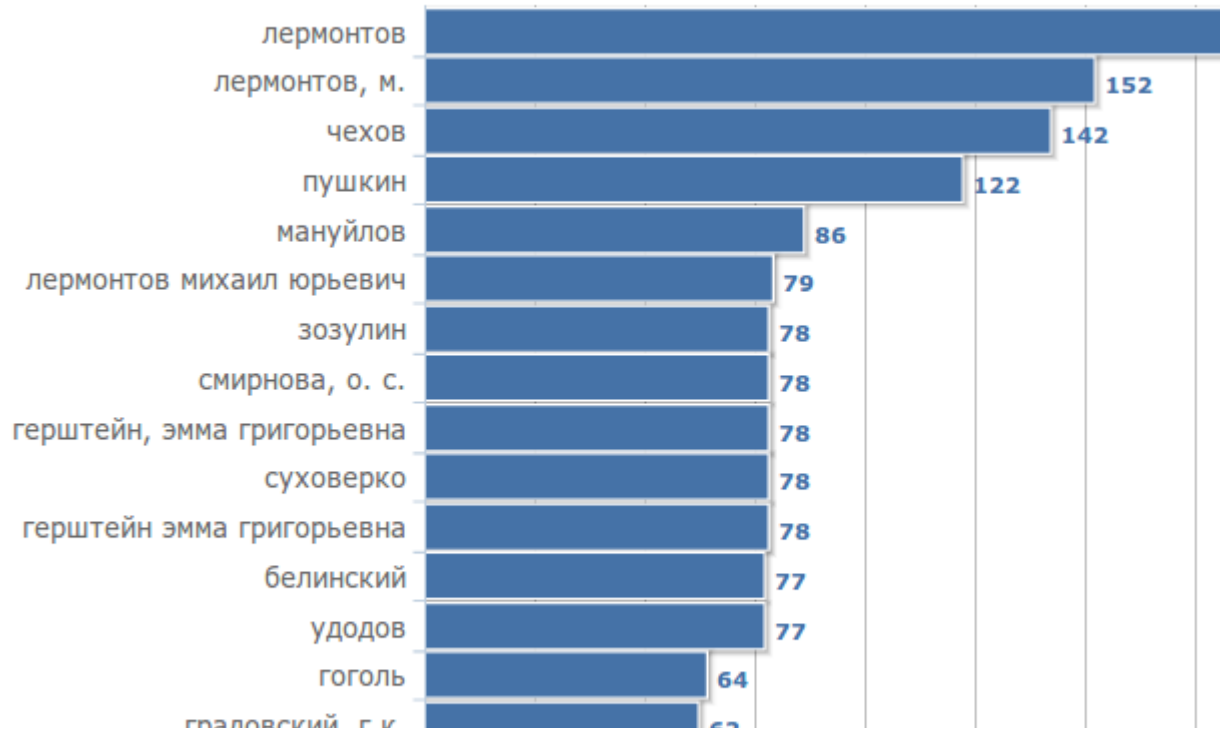
- Какую информацию учитывать при поиске по атрибуту “Везде”
- Включена ли вся необходимая информация, или наоборот, ее слишком много (что ведет к повышению процента поискового шума).
- Каким образом соотносить эту информацию при построении результата поиска.

Как понять какая информация интересует пользователей?



С уверенностью можно сказать, что наиболее часто встречающиеся поисковые фразы содержатся в заголовки, авторе, тематике.

Число поисковых запросов по фразам



Статистика по атрибут "Автор". Хорошо, когда известно то, что интересует пользователей.

Каким образом можно использовать полученные данные

Динамическая смена приоритетов поисковых атрибутов - записи, автором в которых указан "Пушкин" будут иметь **большой приоритет** над записями с заглавием "Биография Пушкина" (ведь по статистике именно автор интересует пользователей больше всего)

Составление профиля пользователя. На основе результатов поиска и просматриваемых документов делается картина предпочтений пользователя. В случае, если пользователь связан с другими пользователями по какой либо характеристике (группа, курс, факультет и т.п.), то ему могут быть предложены записи, наиболее часто просматриваемые "похожими" пользователями.

Оценить интересы пользователей. Улучшить качество описания ресурсов, учитывая статистические данные по поиску.

Статистики по количествам посещений и прочтений недостаточно для построения картины пользования порталом/сервисом.

Существует множество характеристик, по которым можно делать анализ качества портала/сервисов.

Выдвижение новых функциональных требований на основе статистических данных - неотъемлемая часть в ведении/проектировании порталов.

Спасибо за внимание!