

Information zum Ranking von Suchergebnissen auf Rakuten.de

Suchergebnisse auf Rakuten können auf verschiedene Arten und Weisen angeordnet werden. So können Suchergebnisse auf Basis einer Suchanfrage grundsätzlich nach folgenden Kriterien angeordnet werden:

- Relevanz
- Preis aufsteigend
- Preis absteigend
- Beliebtheit aufsteigend
- Beliebtheit absteigend

Standardmäßig werden die Suchergebnisse in der Reihenfolge ihrer "Relevanz" angezeigt. Details der jeweiligen Sortierung finden Sie im Folgenden:

A. Relevanz

Die Aufgabe der Suchmaschine ist es, die besten Produkte für die vom Nutzer eingegebene Anfrage zu finden. Oft gibt es zu viele übereinstimmende Produkte, als dass der Benutzer alle in Betracht ziehen könnte, so dass die Suchmaschine versucht, sie zu sortieren und die relevantesten an den Anfang der Liste zu stellen. Die Rakuten-Suchmaschine erreicht dies wie folgt:

Das Produktverzeichnis mit seinen Informationen wird grundsätzlich vom Händler erstellt. Diese Informationen werden niemals von Rakuten überschrieben, sie können jedoch durch Daten aus öffentlichen Quellen oder durch von Rakuten Deutschland verfasste Produktdaten verbessert werden.

Wenn ein Nutzer eine Suchanfrage eingibt, werden zunächst die Wörter in der Suchanfrage mit dem Textinhalt aller auf der Website verfügbaren Produktangebote verglichen, um alle passenden Produkte zu finden. Dann wird für jede Übereinstimmung eine Relevanzbewertung vorgenommen. Die Relevanzbewertung jedes Produkts kombiniert viele Faktoren, darunter:

- wie oft die Wörter in der Abfrage in der Auflistung des Produkts erscheinen
- wie differenziert jedes Wort ist; so ist die Übereinstimmung von sehr gebräuchlichen Wörtern nicht so wichtig wie die Übereinstimmung seltener Wörter;
- Wenn die Wörter in der Auflistung des Produkts erscheinen, werden Wörter im Titel als die wichtigsten angesehen, aber Wörter in anderen Teilen der Auflistung des Produkts können ebenfalls berücksichtigt werden.
- wie gut das Produktangebot bei einer Vielzahl anderer Faktoren abschneidet, z.B. wenn das Verkaufsangebot ein Produktbild aufweist oder wann es veröffentlicht wurde.

Die Rakuten-Suchmaschine verwendet kundenspezifische Algorithmen des maschinellen Lernens und des historischen Benutzerverhaltens, um die Ergebnisse zu verbessern und die Relevanzbewertungen der Verkaufsangebote zu erhöhen.

Dann wird die Liste der Produkte nach der folgenden Methode geordnet:

- Alle Produkte, die im Rahmen einer (von Rakuten Deutschland beschlossenen) Kampagne markiert wurden, werden ganz nach oben in der Liste der Suchergebnisse gesetzt.
- Die übrigen sind nach ihrer Relevanz geordnet.

Händler haben keine Möglichkeit, die Suchergebnisse durch Zahlung zu ihrem Gunsten zu beeinflussen.

B. Preis aufsteigend

Wird das Suchergebnis nach "Preis aufsteigend" sortiert, so findet sich der geringste Preis im Rahmen eines Verkaufsangebots am Anfang des Suchergebnisses, und der höchste Preis am Ende.

C. Preis absteigend

Hier gilt das Gleiche wie für B., lediglich in der umgekehrten Reihenfolge.

D. Beliebtheit aufsteigend

Bei einer Sortierung nach "Beliebtheit aufsteigend" werden Verkaufsangebote in einer Reihenfolge angeordnet, die bei Kunden aus einer Zusammenschau mehrerer Faktoren besonders beliebt sind, wie z.B. deren Produktname, Produktbeschreibung, EAN/ISBN, und die Frage, ob Versandkosten anfallen oder nicht.

E. Beliebtheit absteigend

Hier gilt das Gleiche wie für D., lediglich in der umgekehrten Reihenfolge.