

电子商务员辅导之个人化搜索与SEO电子商务考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/546/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_546068.htm 近段时间以来

，Google将其测试许久的个人化搜索(PersonalizedSearch)正式推向前台。从理论角度看，个人化搜索带来的正面意义是毋庸置疑的：通过对用户搜索活动趋势包括常用的搜索项、常访问的网站、每天的搜索活动等的分析，Google可以在用户搜索时返回更具针对性、更符合用户喜好、更贴近用户搜索目标的结果，这可以在很大程度上提高搜索的效率，并提高用户的搜索体验。当然，个人化搜索也引起了很多争议，比如说，最简单也最致命的问题在于，个人化搜索在某种意义上可以说是让Google来帮用户判断哪些结果更符合用户的搜索需求，考试/大这引申开来便是那个经典的老问题：机器在模糊判断方面会比人更智能？同时，个人化搜索会不会限制用户寻找更多有价值信息的权利，难道因为某个用户以前以前常常浏览娱乐网站便会在其搜索技术内容时也将娱乐网站排在前面？至于多人共用一台计算机的情况则更复杂，要么用户在搜索时及时登录/退出Google帐户，要么便会因不同用户的搜索历史混杂在一起而无法达成个人化搜索要实现的目标，等等。除此之外，还有一个重要的问题，那便是个人化搜索将对SEO产生怎样的影响？众所周知，所谓的SEO（搜索引擎优化），考试/大不管搜索引擎的算法如何调整，不管采用怎样的SEO手段怎样的SEO技术，其最终效果总是通过在搜索引擎针对特定关键词的排名体现出来，这建基于不同的用户在搜索引擎中得到的结果基本一致的前提除语言、地域等

方面因素的影响外即当搜索某个关键词时，无论是网站建设者、SEO实施者以及访问用户得到的搜索结果是相同的。而在使用个人化搜索的情况下，这一前提不复存在，一千个用户便可能有一千种的搜索结果，不同的搜索习惯、搜索方式带来了网页排名的不同，这在很大程序上动摇之前SEO实施策略的基础，首当其冲的便是网站建设者如何把握目标用户的搜索行为与习惯，如何掌握目标用户得到的搜索结果排名，只有在这个基础上，讨论SEO才有意义。而对某些充满智慧与创造力的SEO企业来说，也许，事情将变得更加简单！至少在忽悠用户方面。F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com