

2.5 - Configurações Avançadas: Marca

Sobre:

1. Aba Marca

A aba **Marca** reúne as configurações avançadas aplicadas às páginas de navegação por marca.

Configuração publicada

SalvarPreviewPublicarAtualizar

Global

Pesquisa

Sugestão

Categoria

Marca

Lista de Produtos

Query Boosts (Brand)

Boosts aplicados ao navegar por marca.

Name:

Field:

Boost:

Similarity:

Term:

☐

Escape:

Format:

Operator:

Type:

✖ Remover

Adicionar Query Boost

Extra Params (Brand)

Nome

Valor

✖

Adicionar

Essas configurações são utilizadas quando o consumidor acessa uma marca específica e visualiza os produtos relacionados a ela.

Por exemplo, ao acessar uma página de marca, o Smart Finder identifica os produtos vinculados àquela marca e utiliza as regras configuradas nessa aba para auxiliar na definição da relevância e da posição dos itens na listagem.

As configurações estão organizadas em dois blocos:

- **Query Boosts (Brand);**
- **Extra Params (Brand).**

Importante: a aba **Marca** não possui o bloco **Query Fields**. Os ajustes são realizados por meio das regras de **Query Boosts** e dos parâmetros adicionais.

***Atenção:** os Query Boosts influenciam principalmente listagens ordenadas por relevância. Quando o consumidor seleciona uma ordenação por preço, nome ou outro campo específico, essa ordenação pode prevalecer sobre os pesos configurados.*

2. Query Boosts (Brand)

Os **Query Boosts** permitem configurar regras de relevância aplicadas durante a navegação por marca.

Essas regras podem aumentar ou reduzir a influência de determinadas informações dos produtos na ordenação da listagem.

Elas podem ser utilizadas, por exemplo, para priorizar produtos de uma marca de acordo com:

- destaque comercial;
- disponibilidade;
- popularidade;
- características do produto;
- palavras-chave;
- coleção;
- linha de produtos;
- outros campos indexados.

A aplicação da regra depende dos campos disponíveis no índice do Smart Finder.

Cada Query Boost pode conter os seguintes campos:

Campo	O que define
Name	Nome que identifica a regra.
Field	Campo do produto ao qual a regra será aplicada.
Boost	Peso atribuído à regra.
Similarity	Nível de similaridade aceito na correspondência.
Term	Indica se a regra deve utilizar um termo durante a consulta.
Escape	Define os caracteres especiais que devem ser tratados.
Format	Define como o conteúdo será inserido na regra.
Operator	Operador lógico aplicado à consulta.
Type	Tipo técnico da consulta ou da regra.

Name

O campo **Name** identifica a regra dentro da configuração.

Exemplo conceitual:

BrandFeaturedProducts

O Name:

- não é exibido ao consumidor;
- não corresponde necessariamente ao nome da marca;
- não altera o cadastro do produto;
- funciona como identificador técnico da regra.

Utilize um nome que ajude a reconhecer a finalidade da configuração.

Exemplos conceituais:

- produtos em destaque;
- produtos mais vendidos;
- produtos de uma coleção;
- produtos com determinada característica;
- regra complementar de relevância.

Não renomeie regras existentes sem conhecer sua finalidade. Mesmo que o Name pareça apenas descritivo, ele pode seguir um padrão utilizado internamente pela plataforma.

Field

O campo **Field** define em qual informação indexada do produto a regra será aplicada.

O valor informado deve corresponder exatamente a um campo existente no índice do Smart Finder.

O Field pode representar informações como:

- nome do produto;
- palavras-chave;
- SKU;
- disponibilidade;
- coleção;
- linha;
- atributo;
- indicador de popularidade;
- campo de destaque;
- campo customizado;
- outra informação indexada.

O Field não precisa ter o mesmo nome apresentado no cadastro do produto. Uma informação exibida como “Coleção” no painel, por exemplo, pode possuir outro identificador técnico no índice.

Não traduza ou crie livremente o nome do campo. Um Field inexistente pode fazer a regra ser ignorada, não produzir efeito ou causar inconsistências na consulta.

Antes de configurar, utilize um campo já validado ou confirme seu nome técnico com o time responsável.

Boost

O **Boost** representa o peso da regra na classificação dos produtos.

Quanto maior o valor em comparação aos demais Boosts, maior tende a ser a influência daquela regra na relevância.

Exemplo conceitual:

Regra	Boost
Produtos em destaque	50
Produtos mais vendidos	30
Produtos de determinada coleção	20
Regra complementar	5

Nesse cenário, os produtos que atenderem à regra de destaque poderão receber maior influência no cálculo da relevância.

O valor do Boost não representa:

- percentual de relevância;
- número de posições que o produto subirá;
- quantidade de produtos afetados;
- garantia de primeira posição.

O Boost é um **peso relativo**, combinado com as demais regras aplicadas à página de marca.

Um produto também pode atender a várias regras simultaneamente. Nesse caso, as pontuações podem ser combinadas pelo motor de busca.

***Como configurar:** aumente o Boost quando uma característica importante não estiver recebendo prioridade suficiente. Reduza quando produtos pouco relevantes estiverem aparecendo nas primeiras posições.*

***Altere somente uma regra por vez.** Mudanças simultâneas em vários Boosts dificultam a identificação do ajuste responsável pelo novo comportamento.*

Similarity

O campo **Similarity** define o nível de similaridade aceito quando a regra realiza uma comparação textual aproximada.

Esse tipo de configuração pode considerar diferenças como:

- uma letra incorreta;
- uma letra ausente;
- uma letra adicional;
- pequenas variações de escrita;
- termos semelhantes.

Exemplos:

Conteúdo utilizado	Conteúdo indexado
notbook	notebook
camizeta	camiseta
smartfone	smartphone

Na aba Marca, esse campo somente será relevante quando o Query Boost utilizar um Field textual compatível com correspondência aproximada.

Caso a regra utilize:

- valor exato;
- indicador numérico;
- campo booleano;
- identificador de marca;
- campo não textual;

a Similarity pode não ser necessária.

A Similarity não precisa ser preenchida em todas as regras. Sua utilização depende do Field, do Type e da forma como a consulta será montada.

Não copie automaticamente valores utilizados em Pesquisa ou Sugestão. Uma configuração adequada para o texto pesquisado pode não fazer sentido em uma página de marca.

Term

A opção **Term** indica se a regra deve utilizar um termo durante a montagem da consulta.

Na aba Pesquisa, o termo normalmente corresponde ao conteúdo digitado pelo consumidor. Na aba Marca, o consumidor pode acessar diretamente a página da marca sem informar um texto.

Por isso, a utilização de **Term** depende da forma como a regra foi implementada.

Quando marcado, o Smart Finder poderá utilizar algum termo disponível no contexto da consulta.

Quando desmarcado, a regra poderá utilizar:

- um valor fixo;
- um campo indexado;
- uma expressão;
- uma função;
- outro parâmetro técnico.

Não marque Term automaticamente. Como a navegação por marca normalmente ocorre sem texto livre, essa opção deve ser habilitada somente quando a regra tiver sido preparada para receber um termo.

Quando a regra não depender de conteúdo textual, mantenha Term desmarcado, salvo quando houver uma orientação técnica diferente.

Escape

O campo **Escape** define os caracteres especiais que deverão ser tratados antes que um conteúdo textual seja enviado ao Elasticsearch.

Exemplo utilizado em regras textuais:

```
\+-&|!(){}[]^"~*?:/
```

Esses caracteres podem possuir funções específicas na linguagem de consultas, como:

- obrigar ou excluir termos;
- agrupar condições;
- definir intervalos;
- pesquisar frases;
- aplicar pesos;
- utilizar caracteres coringa;
- informar campo e valor;
- criar expressões regulares.

Na aba Marca, o Escape será relevante principalmente quando a regra utilizar um termo ou valor textual.

Exemplos de conteúdos que podem exigir tratamento:

- C++;
- AC/DC;
- UV-50;
- TV 55";
- kit (2+1).

Quando a regra não utilizar conteúdo textual, o campo poderá permanecer vazio, conforme a implementação.

Não copie o Escape de outra aba sem validar a regra. Quando o campo já estiver preenchido, preserve seu valor, salvo quando houver orientação técnica.

Para conhecer detalhadamente cada caractere, consulte o **Guia de apoio das Configurações Avançadas do Smart Finder**.

Format

O campo **Format** define como o conteúdo utilizado pela regra será inserido na expressão da consulta.

O formato pode utilizar o marcador:

```
{0}
```

O {0} representa o valor que será inserido durante o processamento.

Exemplo:

```
( {0} )
```

Se o valor recebido for:

linha premium

a expressão poderá ser montada como:

(linha premium)

Na aba Marca, o Format poderá ser utilizado quando a regra depender de:

- um termo;
- um valor específico;
- uma expressão;
- um agrupamento;
- outro conteúdo processado pela consulta.

Não preencha o Format sem conhecer a estrutura esperada. Uma expressão incorreta pode fazer a regra ser ignorada ou alterar o comportamento da listagem.

Quando houver {0}, não remova o marcador. Ele indica o local em que o conteúdo será inserido.

Operator

O **Operator** define a relação lógica entre os termos ou condições utilizados na regra.

Operador	Comportamento
AND	Exige que todas ou mais condições sejam atendidas.
OR	Permite que apenas parte das condições seja atendida.
Em branco	Utiliza o comportamento padrão da configuração.

Exemplo conceitual:

Uma regra pode considerar:

produto em estoque e produto em destaque

Com **AND**, o produto precisaria atender às duas condições.

Com **OR**, poderia atender a apenas uma delas.

O comportamento real depende do Field, do Format e do Type configurados.

Quando o Operator estiver vazio, mantenha-o assim, salvo quando houver uma necessidade técnica clara de utilizar AND ou OR.

Type

O campo **Type** define o tipo técnico da consulta utilizada pela regra.

Ele pode estar relacionado a comportamentos como:

- correspondência por termo;
- correspondência por frase;
- correspondência exata;
- consulta aproximada;
- consulta parcial;
- outro tipo suportado pela implementação.

O Type deve ser compatível com:

- Field;
- conteúdo da regra;
- Format;
- Operator;
- comportamento esperado.

Não informe um Type criado livremente. Um valor inválido pode fazer a regra ser ignorada, não produzir efeito ou apresentar resultados inesperados.

Quando o campo estiver vazio, mantenha-o vazio, salvo quando houver uma orientação técnica específica.

Adicionar ou remover Query Boosts

Para criar uma nova regra:

1. Clique em **Adicionar Query Boost**.
2. Informe o Name.
3. Informe um Field válido.
4. Defina o Boost.
5. Preencha os demais campos somente quando necessários.
6. Clique em **Salvar**.
7. Valide a página de marca no preview.
8. Publique somente após confirmar o comportamento.

As regras existentes podem ser excluídas individualmente por meio da opção **Remover**.

Antes de remover uma regra:

1. registre todos os valores;
2. identifique sua finalidade;
3. verifique quais páginas de marca podem ser afetadas;
4. teste a remoção no preview;
5. compare a ordem dos produtos.

A remoção de um Query Boost pode alterar a posição dos produtos em todas as marcas que utilizam a mesma configuração.

Exemplo conceitual de Query Boost

Considere que a operação deseja priorizar produtos destacados dentro das páginas de marca.

A regra poderia utilizar, de forma ilustrativa:

Campo	Exemplo
Name	Identificador da regra de destaque
Field	Campo técnico que representa o destaque
Boost	Peso maior que o das regras complementares
Similarity	Em branco, quando não houver comparação aproximada
Term	Desmarcado, quando não houver termo textual
Escape	Em branco, quando não houver texto a tratar
Format	Conforme a implementação da regra
Operator	Em branco ou conforme a lógica desejada
Type	Conforme o tipo de consulta implementado

De forma simplificada:

1. o consumidor acessa uma página de marca;
2. o Smart Finder identifica os produtos vinculados à marca;
3. o Query Boost verifica quais produtos atendem à regra;
4. os produtos correspondentes recebem influência adicional na relevância;
5. a pontuação é combinada com as demais regras;
6. a listagem é apresentada conforme a ordenação selecionada.

Este é um exemplo conceitual. Os nomes de Fields e os valores dependem da estrutura real do índice da loja.

3. Extra Params (Brand)

Os **Extra Params** permitem incluir parâmetros técnicos adicionais aplicados exclusivamente às páginas de marca.

Cada parâmetro é composto por:

- **Nome**;
- **Valor**.

Utilize a opção **Adicionar** para incluir um parâmetro ou o ícone de exclusão para remover uma configuração existente.

Os parâmetros podem complementar comportamentos relacionados a:

- montagem da consulta;
- relevância;
- pontuação;
- filtragem;
- agrupamento;
- tratamento de valores;
- outras regras técnicas.

Utilize apenas parâmetros previstos para o contexto Marca. Um parâmetro utilizado em Pesquisa, Sugestão ou Categoria pode não produzir o mesmo efeito nessa aba.

Nome

O campo **Nome** identifica o parâmetro que será utilizado.

O conteúdo precisa corresponder a um parâmetro reconhecido pela implementação do Smart Finder.

Não crie nomes livremente. Um parâmetro não reconhecido pode ser ignorado ou gerar um comportamento inesperado.

Valor

O campo **Valor** define a configuração associada ao parâmetro.

Dependendo do parâmetro, o valor pode ser:

- número;
- percentual;
- texto;
- nome de campo;
- expressão;
- lista de campos;
- valor verdadeiro ou falso;
- outro formato previsto.

O formato do Valor depende do Nome informado. Um parâmetro numérico não deve receber texto, e uma lista de campos deve seguir a sintaxe esperada.

Como adicionar um Extra Param

1. Clique em **Adicionar**.
2. Informe o Nome técnico do parâmetro.
3. Informe o Valor no formato esperado.
4. Clique em **Salvar**.
5. Abra o preview.
6. Acesse as páginas de marca afetadas.
7. Compare a quantidade e a posição dos produtos.
8. Publique somente após validar o comportamento.

Para excluir um parâmetro, utilize o ícone de remoção apresentado ao lado da configuração.

Antes de excluir, registre o Nome e o Valor. A ausência do parâmetro pode modificar o comportamento de todas as páginas de marca.

4. Diferença entre Marca e os demais contextos

Aba	Quando é utilizada
Pesquisa	Quando o consumidor digita e executa uma busca.
Sugestão	Enquanto o consumidor ainda está digitando.
Categoria	Quando o consumidor navega por uma categoria.
Marca	Quando o consumidor navega diretamente por uma marca.

Na aba Marca, o ponto de partida é a marca acessada.

Por isso:

- Term pode não ser necessário;
- Similarity pode não ser aplicável;
- Escape pode permanecer vazio;
- Format pode ser utilizado somente em regras específicas;
- Query Boosts podem priorizar produtos dentro da página da marca;
- a ordenação escolhida pode prevalecer sobre a relevância.

5. Relação com as ordenações

Os Query Boosts influenciam principalmente páginas ordenadas por relevância.

Quando o consumidor seleciona uma ordenação explícita, como:

- Menor preço;
- Maior preço;
- Nome do produto;
- Mais recentes;
- Mais vendidos;
- outra ordenação configurada;

o campo utilizado nessa ordenação pode determinar diretamente a sequência dos produtos.

Nesse cenário, o efeito dos Boosts pode:

- deixar de ser visível;
- atuar como critério secundário;
- depender da implementação;
- não modificar a ordem final.

Boa prática: valide primeiro a ordenação padrão da página de marca e depois teste as demais ordenações disponíveis.

Não conclua que o Boost não está funcionando apenas porque não houve mudança na ordenação por preço ou nome. Repita o teste utilizando a ordenação por relevância.

6. Como testar a aba Marca

Depois de realizar uma alteração:

1. Clique em **Salvar**.
2. Selecione **Preview**.
3. Acesse uma marca que possua uma quantidade relevante de produtos.
4. Observe os primeiros itens apresentados.
5. Registre a ordem atual.
6. Teste a ordenação padrão.
7. Teste a ordenação por relevância, quando disponível.
8. Teste outras ordenações separadamente.
9. Acesse marcas com volumes diferentes de produtos.
10. Compare produtos que atendem e que não atendem à regra.
11. Publique somente após validar o comportamento.

Cenários recomendados

Tipo de teste	O que verificar
Marca com muitos produtos	Se a priorização está perceptível.
Marca com poucos produtos	Se nenhum item foi removido indevidamente.
Produto que atende à regra	Se recebeu a influência esperada.
Produto que não atende à regra	Se não foi priorizado indevidamente.
Ordenação por relevância	Se os Boosts influenciam a posição.
Ordenação por preço	Se a ordenação explícita permanece correta.
Marca sem produtos	Se a configuração não gera erro.
Produto indisponível	Se o comportamento segue as regras da loja.
Marca com diferentes coleções	Se a priorização permanece coerente.

Boa prática: compare a mesma página de marca antes e depois da alteração e registre os primeiros produtos apresentados.

✔ 7. Checklist antes de publicar

- A aba Marca está selecionada.
- O Name da regra foi revisado.
- O Field informado existe no índice.
- O Boost está coerente com as demais regras.
- A Similarity foi utilizada somente quando necessária.
- A opção Term está adequada ao contexto.
- O Escape foi preenchido somente quando aplicável.
- O Format segue a estrutura esperada.
- Operator e Type foram validados.
- Os Extra Params possuem Nome e Valor válidos.
- Nenhuma regra foi removida sem registro prévio.
- A ordenação por relevância foi testada.
- A ordenação padrão foi validada.
- Marcas com diferentes volumes de produtos foram verificadas.
- O preview apresentou o comportamento esperado.

8. Como aplicar as alterações

Depois de concluir os ajustes na aba Marca:

1. Clique em **Salvar**.
2. Selecione **Preview**.
3. Navegue pelas páginas de marca da loja.
4. Verifique a quantidade e a ordem dos produtos.
5. Teste a ordenação por relevância.
6. Teste as demais ordenações disponíveis.
7. Retorne à configuração.
8. Clique em **Publicar** quando o comportamento estiver validado.

As alterações somente serão disponibilizadas aos consumidores após a publicação.

Faça pequenas alterações e teste uma regra por vez. Mudanças simultâneas em Boost, Term, Format e Extra Params podem dificultar a identificação do campo responsável pelo novo comportamento.