

Google Search Appliance

Leitfaden zur Nutzererfahrung

August 2014



© 2014 Google

Leitfaden zur Nutzererfahrung

Dieser Leitfaden erläutert, wie Sie eine positive Nutzererfahrung der Google Search Appliance sicherstellen. Der Erfolg Ihrer Bereitstellung hängt nicht nur von der Breite und Tiefe der Suche ab, sondern auch davon, wie zufriedenstellend und effektiv die Sucherfahrung für Ihre Nutzer ist. Dieser Leitfaden soll Ihnen die vielen verschiedenen Möglichkeiten aufzeigen, mit denen Sie die Zufriedenheit der Nutzer erhöhen und die Nutzung der Suchlösung steigern können.

Über dieses Dokument

Die Empfehlungen und Informationen in diesem Dokument sind das Ergebnis unserer praktischen Arbeit vor Ort mit verschiedenen Kunden und in verschiedenen IT-Umgebungen. Wir danken unseren Kunden und Partnern dafür, dass sie uns ihre Erfahrungen und Erkenntnisse zugänglich gemacht haben.

Thema	In diesem Dokument geht es um Tools zur Verbesserung der Sucherfahrung, zum Beispiel die Auswahl der geeigneten Präsentationsmethode oder die Aktivierung diverser GSA-Funktionen, die die Nutzererfahrung verbessern.
Hauptzielgruppe	Neue und erfahrene GSA-Administratoren sowie Entwickler und Webdesigner, die die Nutzeroberfläche erstellen und eine gute Nutzer-/Sucherfahrung gewährleisten sollen
IT-Umgebung	Google Search Appliance
Bereitstellungsphase n	Erstkonfiguration und spätere Konfigurationen der GSA-Nutzererfahrung
Weitere Ressourcen	<ul style="list-style-type: none">• Die Seite Creating the Search Experience (Sucherfahrung gestalten; englisch) enthält Informationen zur Nutzung der Google Search Appliance-Funktionen zur Gestaltung der Sucherfahrung für Endnutzer.• Auf LearnGSA.com finden Sie Schulungs- und Informationsmaterialien für die GSA.• Die GSA-Produktdokumentation bietet einen kompletten Informationsüberblick über die GSA.• Über das Google for Work-Supportportal können Sie den Google-Support kontaktieren.• In der Google Search Appliance-Hilfe finden Sie zahlreiche Ressourcen, die Ihnen bei Fragen zur GSA weiterhelfen.

Inhalt

[Über dieses Dokument](#)

[Kapitel 1: Präsentationsmethoden](#)

[Überblick](#)

[Google Search Appliance-Präsentationsebene](#)

[Anwendungspräsentationsebene](#)

[Kapitel 2: Frontends verstehen und nutzen](#)

[Überblick](#)

[Präsentation/Erscheinungsbild](#)

[Contentfilterung und -anreicherung](#)

[Zusammenfassung: Welche Präsentationsmethode ist am besten geeignet?](#)

[Proxystylesheet versus Clientparameter](#)

[Kapitel 3: Anreicherungsfunktionen nutzen](#)

[Überblick](#)

[Liste der Funktionen](#)

[Wichtige Gesichtspunkte](#)

[Kapitel 4: Sammlungen und Frontends zum Verwalten der Nutzererfahrung verwenden](#)

[Überblick](#)

[Content einer Sammlung festlegen](#)

[Sammlungen und Frontends zusammenführen](#)

[Kapitel 5: Nutzererfahrung bei der öffentlichen und der sicheren Suche](#)

[Überblick](#)

[Öffentliche Suche](#)

[Sichere Suche](#)

[Unterschiede zwischen der Sucherfahrung bei der öffentlichen und der sicheren Suche](#)

[Kapitel 6: Berichte zur Verbesserung der Nutzererfahrung nutzen](#)

[Überblick](#)

[Typen von Suchberichten](#)

[Aufbewahrungsdauer von Suchberichten](#)

[Erweiterte Suchberichte](#)

[Szenarien für erweiterte Suchberichte](#)

[Berichte in mehreren GSAs](#)

[Kapitel 7: Nutzerfeedback](#)

[Überblick](#)

[Indirektes Feedback](#)

[Feedbacklink](#)

[Nutzerumfrage](#)

[Umfrage zur Zufriedenheit mit der Suchlösung](#)

[Zusammenfassung](#)

[Anhang: Weitere Informationen](#)

[Technische Lösungen für häufige Probleme](#)

[Anpassung von Schnittstellen und Frontends](#)

[Relevanz von Dokumenten](#)

Kapitel 1: Präsentationsmethoden

Übersicht

Wenn eine Suchanfrage an die Google Search Appliance (GSA) gesendet wird, werden Ergebnisse in nativem XML ausgegeben. Damit diese XML-Datei den Endnutzern präsentiert werden kann, parsst die GSA die XML-Datei zusammen mit einem XSLT-Stylesheet und erstellt somit eine HTML-Webseite.

Eine der ersten Entscheidungen, die bei der Gestaltung der Nutzererfahrung getroffen werden muss, ist die zu verwendende Präsentationsmethode, also die Plattform, auf der die Suchoberfläche den Nutzern präsentiert wird.

Es gibt im Wesentlichen zwei verschiedene Methoden zur Präsentation der Suchoberfläche für Ihre Nutzer:

- [Google Search Appliance-Präsentationsebene](#)
 - Präsentation direkt in der GSA
 - Präsentation in Form eines Inline-Frames
- [Anwendungspräsentationsebene](#)

Dieser Abschnitt soll Ihnen helfen, eine je nach den technischen Anforderungen und angestrebten Ergebnissen geeignete Methode für Ihre Nutzer auszuwählen.

Google Search Appliance-Präsentationsebene

Die GSA nutzt für ihre Präsentationsebene ein XSLT-Stylesheet:

Wichtige Gesichtspunkte

Diese integrierte Präsentationsebene bietet mehrere [Vorteile](#), weist aber auch einige [Beschränkungen und Nachteile](#) auf.

Vorteile

Die GSA-Präsentationsebene bietet folgende Vorteile:

- Die gesamte Präsentation erfolgt innerhalb der GSA und wird direkt an den Nutzer ausgegeben. Die GSA benötigt keine zusätzliche Hardware für die Präsentation.
- Integrierte Funktionen wie Vorschläge für die Suchanfrage, Dokumentvorschau, Übersetzung, Nutzerergebnisse, Expertensuche, dynamische Ergebnis-Cluster usw. können durch einfaches Klicken auf ein Kontrollkästchen für Nutzer aktiviert werden.
- Durch die direkte Anpassung des Stylesheets sind deklarative XSLT-Transformationen und damit komplexere Nutzererfahrungen möglich.
- Die Suchlösung kann sehr schnell bereitgestellt werden, es sind nur minimale XSLT-/XML-/HTML-Kenntnisse dafür nötig.
- Mithilfe von Inline-Frames können Sie die Nutzeroberfläche der Suchfunktion auch auf ansonsten statischen Webseiten präsentieren.
- Diese Präsentationsmethode vereinfacht die Einrichtung der Authentifizierung für die sichere Suche, da weniger Sicherheitsschritte erforderlich sind.

Beschränkungen und Nachteile

Die GSA-Präsentationsebene weist jedoch auch einige Beschränkungen auf. So ist vor allem die Bereitstellung sehr komplexer, interaktiver oder JavaScript-basierter Nutzeroberflächen schwieriger. Dies liegt in erster Linie am deklarativen Charakter von XSLT und an Sicherheitsbeschränkungen, die das Hochladen von Content in die GSA verhindern.

- Die GSA-Präsentationsebene hat folgende Nachteile:
- Sie empfiehlt sich nicht für sehr komplexe Nutzererfahrungen.
- JavaScript muss immer direkt in die HTML-Ausgabeseiten integriert werden, was die Effizienz des Browsers beeinträchtigen kann.
- Zusätzliche Ressourcen wie Stylesheets, JavaScript-Dateien oder Bilder können auf einem separaten Server gehostet und als integrierte Ressourcen an Clientbrowser übermittelt werden, was die Leistung aus Nutzerperspektive verbessert.
- Zusätzlicher Quellcode ist erforderlich, wenn Sie das Erscheinungsbild von XSLT an eine vorhandene Website anpassen möchten.
- Die Such-URL wird dem Endnutzer angezeigt und kann manipuliert werden.

Weitere Informationen zur Präsentationsebene der Google Search Appliance finden Sie unter [Creating the Search Experience \(Sucherfahrung gestalten; englisch\)](#).

Anwendungspräsentationsebene

Die GSA kann Suchergebnisse einschließlich Metadaten direkt in XML ausgeben. XML-Daten können von einem separaten Anwendungsserver oder -portal verarbeitet und gerendert werden.

Wichtige Gesichtspunkte

Die Anwendungspräsentationsebene hat einige [Vorteile](#) und [Nachteile](#).

Vorteile

Die Anwendungspräsentationsebene hat folgende Vorteile:

- Bei der Präsentation kann die Flexibilität und Vielseitigkeit moderner Programmiersprachen wie Java, Python, .NET oder sogar Flash voll ausgenutzt werden. Dies ermöglicht sehr komplexe und interaktive Benutzeroberflächen.
- Wenn das Rendering von Content aus der GSA entfernt wird, entfällt auch die ansonsten nötige Verarbeitung durch die GSA.
- Zusätzliche Ressourcen wie Stylesheets, JavaScript-Dateien oder Bilder können auf einem separaten Server gehostet und als integrierte Ressourcen an Clientbrowser übermittelt werden, was die Leistung aus Nutzerperspektive verbessert.
- Sie können Sicherheitseinstellungen auf Anwendungsebene verwalten, indem Sie der Anwendung erlauben festzulegen, welche Sammlungen und Frontends ein Nutzer sehen darf.
- Das Erscheinungsbild kann mithilfe von Vorlagen auf der Hostwebsite gepflegt werden.

Nachteile

Die Anwendungspräsentationsebene hat jedoch auch folgende Nachteile:

- Die Bereitstellungsarchitektur ist komplizierter, weil zusätzliche Hardware benötigt wird.
- Die Verwaltung der Sicherheit auf Dokumentebene gestaltet sich schwieriger, da auf Anwendungsebene Anmeldedaten erfasst und an die GSA übermittelt werden müssen.
- Die Integration einiger wichtiger Funktionen in die Nutzeroberfläche ist möglicherweise mit mehr Aufwand verbunden. Zum Beispiel können dynamische Ergebnis-Cluster in der GSA-Präsentationsebene durch einen einfachen Klick auf ein Kontrollkästchen in der Admin-Konsole aktiviert werden. Wenn Sie dieselbe Funktion dagegen in einer Anwendungsebene aktivieren möchten, müssen Sie sie manuell in der Anwendung implementieren. Folgende Funktionen sind derzeit nicht für die Bereitstellung in einer Anwendungsebene (d. h. über einen separaten Anwendungsserver) optimiert:
 - Dokumentvorschau
 - Nutzerergebnisse
 - Expertensuche
 - Dynamische Ergebnis-Cluster

Weitere Informationen zu Suchergebnissen in XML finden Sie im [Search Protocol Reference \(Leitfaden für Suchprotokolle; englisch\)](#) unter [XML Output \(XML-Ausgabe\)](#).

Kapitel 2: Frontends verstehen und nutzen

Übersicht

Das Frontend ist die GSA-Funktion, die es Ihnen ermöglicht, verschiedene Sucherfahrungen für Nutzer zu gestalten. Dabei handelt es sich um ein Framework, das die meisten Elemente einer einzigen Suche verwaltet.

Frontends lassen sich nach ihrer Funktion grob in zwei Gruppen unterteilen:

- [Präsentation/Erscheinungsbild](#)
- [Contentfilterung und -anreicherung](#)

Präsentation/Erscheinungsbild

Hierzu gehören viele der Funktionen, die in [Kapitel 3: Anreicherungsfunktionen nutzen](#) geschildert werden. Wenn Sie eine benutzerdefinierte Präsentationsebene verwenden, können Sie diesen Abschnitt komplett überspringen.

Es gibt einige ganz einfache Möglichkeiten, das Erscheinungsbild der Benutzeroberfläche anzupassen. Beispielsweise können Sie globale Einstellungen wie Schriftart und -größe anpassen oder mithilfe des Layout-Assistenten der GSA Präsentationsfunktionen aktivieren. Daneben gibt es aber auch komplexere Anpassungsoptionen, etwa die detaillierte Anpassung der Stylesheets.

Anhand des Suchparameters `proxystylesheet` können Sie festlegen, wie Suchergebnisse gerendert werden. Die folgende Tabelle enthält Details zum Parameter `proxystylesheet`.

Parameter	Möglicher Wert	Beschreibung
<code>proxystylesheet</code>	omitted	Ergebnisse werden im XML-Format ausgegeben.
	Name des Frontends	Ergebnisse werden im benutzerdefinierten HTML-Format ausgegeben. Das mit dem jeweiligen Frontend verknüpfte XSL-Stylesheet wird zur Umwandlung der Ausgabedaten verwendet.

Beispiel

```
http://GSA_HOSTNAME/search?site=default_collection&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&proxycustom=%3CHOME/%3E
```

Contentfilterung und -anreicherung

Zu dieser Kategorie gehören viele der Funktionen, die in [Kapitel 3: Anreicherungsfunktionen nutzen](#) beschrieben werden. Diese Funktionen verbessern die Effektivität der Suche erheblich. Da viele dieser Funktionen Änderungen an den XML-Ergebnisdaten vornehmen, sollten sie in jedem Falle verwendet werden – unabhängig davon, ob die Präsentation direkt in der GSA oder über eine separate Anwendungsebene erfolgt –, da sie auf der Ebene der Anwendung genutzt werden können.

Der Suchparameter `client` steuert, welches Frontend zum Ausgeben von Suchergebnissen verwendet wird. Die folgende Tabelle führt Details zum `client` auf.

Parameter	Möglicher Wert	Beschreibung
<code>client</code>	omitted	Dieser Parameter ist vorgeschrieben. Ist hier kein gültiger Wert angegeben, funktionieren andere Parameter der Suchanfrage nicht wie vorgesehen.
	Name des Frontends	Suchanfrage, die ein gültiges Frontend und die dafür definierten Richtlinien enthält, darunter: <ul style="list-style-type: none"> • KeyMatches • Passende Suchanfragen • Filter – Aktivierung von Suchanfragenerweiterungen und Richtlinien zur Ergebnispriorisierung. Content wird nach Metadaten, Sprache, Dokumenttyp oder Domain gefiltert. • URLs entfernen • OneBox-Module • Dynamische Navigation <p>Beachten Sie, dass das Rendering des Frontends durch den Parameter <code>proxystylesheet</code> bestimmt wird.</p>

Beispiel

`http://GSA_HOSTNAME/search?site=default_collection&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&proxycustom=%3CHOME/%3E`

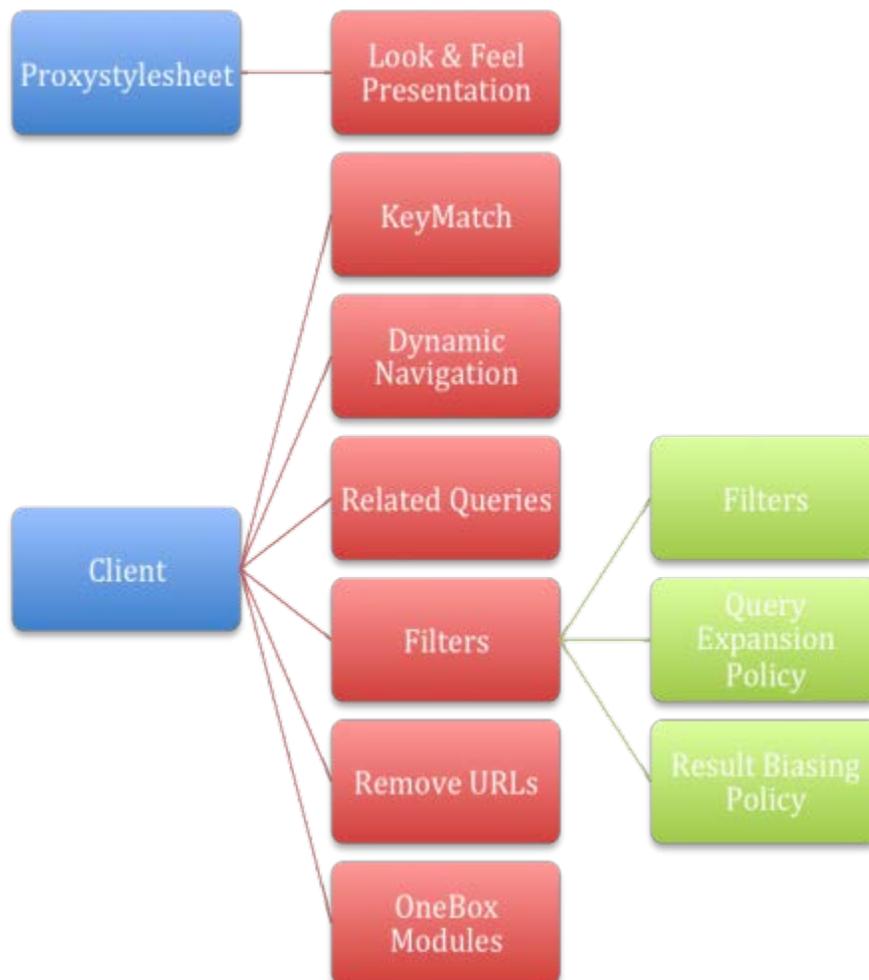
Zusammenfassung: Welche Präsentationsmethode ist am besten geeignet?

Anhand der folgenden Tabelle können Sie die Präsentationsmethode auswählen, die für Ihre Zwecke am besten geeignet ist.

Methode	Geeignet für
XSLT-Stylesheet	Verwenden Sie diese Option, wenn Sie formatierte Ergebnisse direkt in der GSA ausgeben wollen. Mit dem Layout-Assistenten können Sie schnell und einfach Änderungen vornehmen, zum Beispiel Ihr eigenes Logo hinzufügen, Kopf- und Fußzeilen ändern sowie grundlegende Ergebnisoptionen auswählen. Sie können das XSLT-Stylesheet auch direkt bearbeiten und so jede Eigenschaft der Ergebnisseiten anpassen. Diese Möglichkeit ist auch dann nützlich, wenn sie Ihr eigenes XML-Schema, RSS- oder JSON-Daten ausgeben möchten.
XML-Ausgabe	Wenn Sie den Parameter <code>proxystylesheet</code> in der Anfrage-URL ausschließen, gibt die GSA natives XML aus. Dies ist dann sinnvoll, wenn Sie eine mehrschichtige Architektur verwenden und die Präsentation selbst verwalten möchten.

Parameter "proxystylesheet" und "client" im Vergleich

Das nachstehende Diagramm zeigt an, welche Faktoren durch welchen Parameter gesteuert werden:



Weitere Informationen zu Frontends erhalten Sie unter [Creating the Search Experience \(Sucherfahrung gestalten; englisch\)](#).

Kapitel 3: Anreicherungsfunktionen nutzen

Übersicht

Mit GSA-Anreicherungsfunktionen können Sie Suchergebnisse anpassen und die Nutzererfahrung verbessern. Mithilfe dieser Funktionen stellen Sie sicher, dass Nutzer Suchergebnisse erhalten, die zu ihren Interessen, Rollen, Unternehmensabteilungen, Standorten, Sprachen oder sonstigen Merkmalen passen.

Es empfiehlt sich, einen Workshop durchzuführen, um diese Funktionen zu testen und herauszufinden, ob sie für die Endnutzer geeignet sind. Nicht alle Funktionen müssen auf einmal bereitgestellt werden. Stattdessen können Sie die Funktionen auch nach und nach bereitstellen, damit sich Ihre Nutzer schrittweise daran gewöhnen können.

Liste der Funktionen

In der unten stehenden Tabelle sind einige GSA-Anreicherungsfunktionen aufgeführt.

Funktion	Beschreibung
Vorschläge für die Suchanfrage	Wenn Vorschläge für die Suchanfrage aktiviert sind, werden Suchanfragen durch die automatische Vervollständigung ergänzt und Vorschläge für besonders häufige Suchbegriffe angezeigt, sobald ein Nutzer mit der Eingabe eines Suchbegriffes im Suchfeld beginnt. Ab Version 6.14 gibt es dafür eine eigene Seite in der Admin-Konsole. In Version 7.2 finden Sie diese Seite unter Suche > Suchfunktionen > Vorschläge . Auf dieser Seite können Sie einsehen, welche Vorschläge die GSA verwendet, indem Sie die Vorschläge exportieren. Hier können Sie auch die schwarze Liste der Vorschläge verwalten.
KeyMatches	KeyMatches werden wie Werbeanzeigen verwendet, um bestimmte URLs und Text für bestimmte Suchbegriffe und -anfragen anzuzeigen. Als KeyMatches ausgegebene URLs stehen normalerweise nicht im Index und werden nicht durch Crawling-Muster geregelt. <ul style="list-style-type: none">• Extern: Verwenden Sie KeyMatches, um neue Produkte oder bestimmte Bereiche Ihrer Website hervorzuheben.• Intern: Machen Sie "Werbung" für neue Leistungen für Mitarbeiter oder heben Sie Zielseiten der obersten Ebene hervor.
Dynamische Ergebnis-Cluster	Dynamische Ergebnis-Cluster zeigen für einen bestimmten Suchbegriff unterschiedliche Themen an. Anhand dieser Themen können sich Nutzer auf bestimmte Interessengebiete konzentrieren und unwichtige Informationen ausblenden. Klickt ein Nutzer auf ein Thema, so gibt die GSA eine kleinere Anzahl von dazu passenden Ergebnissen aus.

<p>Ergebnisgewichtung (nach Quelle, Sammlung, Datum, Meta-Tags und Entitäten)</p>	<p>Mit der Ergebnisgewichtung beeinflussen Sie, wie die GSA ein Ergebnis bewertet. Die Ergebnisgewichtung wird anhand der URL, des Dokumentdatums, der Metadaten oder der Entitäten im (Zusammenhang mit dem) Ergebnis vorgenommen. Sie können die Ergebnisgewichtung außerdem dazu verwenden, bestimmte Quellen oder Quellenarten im Suchindex auf- oder abzuwerten und die Gewichtung auf bestimmte Nutzergruppen auszurichten, da die Richtlinien zur Gewichtung auf einzelne Frontends angewandt werden können.</p>
<p>Nutzerergebnisse</p>	<p>Nutzerergebnisse geben Nutzern die Möglichkeit, Suchergebnisse für bestimmte Suchbegriffe hinzuzufügen. Administratoren haben die Möglichkeit, diese hinzugefügten Ergebnisse zu moderieren. Nutzerergebnisse sorgen dafür, dass vorher festgelegte Dokumente bei der Suche nach einem bestimmten Suchbegriff immer in den Suchergebnissen angezeigt werden.</p> <p>Ab Version 7.0 ersetzen Nutzerergebnisse die sogenannten "vom Nutzer hinzugefügten Ergebnisse".</p>
<p>Alerts</p>	<p>Mithilfe von Alerts können Nutzer ihre Interessengebiete verfolgen, indem sie per E-Mail Suchergebnisse zu diesen Themen erhalten. Alerts können für die stündliche, tägliche oder wöchentliche Anzeige eingerichtet werden. Beachten Sie, dass Alerts nur bei öffentlichen Daten funktionieren. Für sicheren Content sind keine Alerts möglich.</p>
<p>OneBox-Module</p>	<p>Sie können eine Suchanfrage per "Föderation" an einen Dienst weiterleiten und die Ergebnisse von dort in die normalen Suchergebnisse einbinden.</p> <p>Google.com verwendet OneBox-Module zur Präsentation von Echtzeitdaten aus vielen verschiedenen Quellen (zum Beispiel Wetterdaten, Börsenkurse oder Fluginformationen). Sie können dieselbe Technologie in der GSA verwenden.</p> <p>Ein beliebtes OneBox-Modul ist die Suche im Mitarbeiterverzeichnis.</p>
<p>Passende Suchanfragen</p>	<p>Diese Funktion ähnelt den Rechtschreibvorschlägen. Mithilfe passender Suchanfragen können Sie Nutzer dazu veranlassen, ihre Suchanfrage anzupassen. Angenommen, ein Nutzer sucht nach dem Begriff "Kekse"; eine passende Suchanfrage könnte dann lauten: "Versuchen Sie es doch einmal mit: <i>Süßigkeiten</i>."y</p>
<p>Erweiterung der Suchanfrage (Synonymdaten, schwarze Listen, Stoppwörter, Suchparameter, Snippet-Erstellung, Linkergebnisse und Rechtschreibung)</p>	<p>Erweiterungen der Suchanfrage dehnen Suchanfragen automatisch so aus, dass auch andere Suchbegriffe als der ursprünglich eingegebene berücksichtigt werden. Dadurch werden die eigentliche Anfrage und somit auch die ausgegebenen Ergebnisse verändert. Wenn ein Nutzer beispielsweise den Suchbegriff "Lampe" eingibt, wird nicht nur nach "Lampe", sondern auch nach "Lampen", "Lampenschirm", "Lampenschirme" usw. gesucht. In den meisten Fällen ist es sinnvoll, die Suchanfragenerweiterung zu aktivieren. Obwohl diese Funktionen die Relevanz und Qualität der Suchergebnisse verbessern kann,</p>

ist sie standardmäßig deaktiviert. Google empfiehlt normalerweise die Auswahl der Option "Vollständig", wodurch neben Ihren eigenen Wörterbüchern auch die aktiven Wörterbücher von Google verwendet werden. Mitunter ist es sehr nützlich, eigene Wörterbücher für Suchanfragenerweiterungen zu erstellen, damit bei der Suche auch Synonyme für Abkürzungen, Jargonausdrücke oder unternehmensspezifische Termini berücksichtigt werden.

Sie können eine Richtlinie zur Suchanfragenerweiterung bei Meta-Tags einrichten. Verwenden Sie diese Richtlinie, um die Teile des Name/Wert-Paares in einem Meta-Tag auszuwählen, die die Google Search Appliance durch Synonyme erweitert.

Schwarze Listen: Sie können die Suchanfragenerweiterung auch durch schwarze Listen steuern. Eine schwarze Liste ist eine Liste mit Wörtern, die von der Suchanfragenerweiterung ausgeschlossen sind. Schwarze Listen sind sehr hilfreich, wenn Sie unerwünschte Suchergebnisse vermeiden möchten, die durch übereinstimmende Synonyme zustande kommen, oder wenn Sie besondere Wörter klarstellen möchten, die in Ihrer Umgebung verwendet werden.

Stoppwörter: Die Suchanfragenerweiterung umfasst auch Stoppwortdaten. Ein Stoppwort ist ein Suchbegriff, der von der Google Search Appliance nicht berücksichtigt wird. Beispiele für Stoppwörter sind "zu", "ein" "eine", "der", "die" oder "das". Sie können Ihre eigenen Stoppwörter hochladen.

Suchparameter: Hierunter bearbeiten Sie die maximale Zahl der Suchbegriffe. Die Zahl muss eine ganze Zahl zwischen 0 und 150 sein.

Snippet-Erstellung: Ein Snippet ist ein kurzer Textausschnitt aus einem Suchergebnis. In einigen Fällen werden möglicherweise Suchergebnisse angezeigt, in denen für einige Dokumente keine Snippets generiert wurden. Mit der Snippet-Erstellung können Sie fehlende Snippets für diese Dokumente wiederherstellen. Hier können Sie auch die Länge der Snippets bearbeiten.

Linkergebnisse: Mit dieser Funktion können Administratoren die Anzahl der ausgegebenen Ergebnisse für "Link"-Anfragen konfigurieren. Mit dem Suchanfragepräfix [link](#): lassen sich Webseiten auflisten, die Links zu der angegebenen Webseite enthalten.

Rechtschreibung: Die GSA macht standardmäßig keine Rechtschreibvorschläge für Wörter, die entweder intern als unerwünschte Wörter markiert wurden oder bei denen es sich um diakritische Entsprechungen handelt. Mithilfe der Rechtschreibeinstellungen für die Suchanfragenerweiterung können Sie diakritische Entsprechungen in Rechtschreibvorschlägen und Rechtschreibvorschläge für unerwünschte Wörter zulassen.

Dynamische Navigation	<p>Diese äußerst nützliche Funktion hilft Nutzern dabei, Suchergebnisse nach bestimmten Metadatenattributen zu durchsuchen. Klickt ein Nutzer auf einen Attributwert, werden die Suchergebnisse so gefiltert, dass Ergebnisse der ursprünglichen Suchanfrage mit dem ausgewählten Attributwert angezeigt werden. Sie können auch Bereiche festlegen, damit Nutzer Suchanfragen nach bestimmten Datums- oder Preisspannen durchführen können. Die Namensleisten der Attribute können angeklickt werden. Wenn ein Nutzer darauf klickt, öffnet sich ein Suchfeld mit automatischer Vervollständigung, in dem er eine Suche für alle Attributwerte durchführen kann. Dabei wird nach Ergebnissen gesucht, die diese Attributwerte enthalten. Die dynamische Navigation unterstützt auch das Hinzufügen von Attributen anhand von Entitäten, die von der Entitätserkennung gefunden wurden.</p>
Dokumentvorschau	<p>Diese produktivitätssteigernde Funktion ermöglicht es Nutzern, ein Vorschaubild der Seiten eines Dokuments anzusehen, ohne die Seite mit den Suchergebnissen verlassen zu müssen. Nutzer können Dokumente auf jedem beliebigen Gerät (Mobiltelefon, Tablet, Desktopcomputer) direkt im Browser öffnen und ansehen, auch wenn die native Anwendung nicht installiert ist. Die GSA unterstützt Dokumentvorschauen für folgende Dokumentarten: Microsoft Word (DOC, DOCX), Microsoft PowerPoint (PPT, PPTX) und Adobe Portable Document (PDF).</p>
Übersetzung	<p>Diese Funktion basiert auf Google Übersetzer und gibt dem Nutzer die Möglichkeit, Titel und Snippets in Suchergebnissen sowie Dokumente im Cache in Echtzeit in die eigene Sprache zu übersetzen. Die Sprache des Nutzers entspricht der Standardsprache im Browser des Nutzers. Beachten Sie, dass eine Internetverbindung zu Google Übersetzer vorhanden sein muss, da die Übersetzung nicht von der GSA selbst durchgeführt wird.</p>
Expertensuche (Seitenleistenelement)	<p>Die Expertensuche ist eine Funktion, mit deren Hilfe Ihre Nutzer Experten in Ihrer Organisation ausfindig machen können, indem sie nach bestimmten Begriffen suchen. Sucht ein Nutzer nach einem Begriff, wird in einer Seitenleiste neben den Suchergebnissen eine Liste mit Experten angezeigt. Diese Liste kann Fotos, Namen und Telefonnummern enthalten. Möglicherweise wird auch auf einer separaten Seite, die mit der Suchergebnisseite verknüpft ist, eine detailliertere Liste mit Experten angezeigt. Experten in Ihrer Organisation werden über Metadaten identifiziert, die sich in einer Sammlung ausschließlich mit Profilingen befinden. Datenquellen für diese Sammlung können Microsoft SharePoint, LDAP oder sonstige Profilingen mit Metadaten umfassen, die gecrawlt oder in den Suchindex eingespeist werden können.</p> <p>Ab Version 7.0 ersetzt die Expertensuche die People Search</p>

<p>Google Apps- Ergebnisse (Seitenleistenelement)</p>	<p>Google Apps umfasst Tools für die gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten, Tabellen, Präsentationen, Websites und mehr. Sie können die GSA so einrichten, dass auch Suchergebnisse aus Google Apps mit einbezogen werden. Mit der Funktion "Persönliche Inhalte integrieren" können Sie sich privaten und öffentlichen Content anzeigen lassen, den ein Nutzer direkt von Ihrer Google Apps-Domain aus einsehen darf.</p>
<p>Google Site Search- Ergebnisse (Seitenleistenelement)</p>	<p>Google Site Search ist eine gehostete Suchlösung für öffentlich zugänglichen Content. Sie können die Suche für Ihre externe Website, Ihre Partnerwebsites und andere Websites konfigurieren, die für Ihre Organisation relevant sind. Sie können die GSA aktivieren, um Ergebnisse aus der Google Site Search im Seitenleistenelement auf der Suchergebnisseite ausgeben zu lassen, indem Sie Ihre eigene Suchmaschinenkennung angeben.</p>

Wichtige Gesichtspunkte

Bei der Planung der Nutzererfahrung sollten Sie darauf achten, welche Funktionen miteinander funktionieren und welche nicht. Außerdem sind einige Funktionen nur dann verfügbar, wenn nach öffentlichem Content gesucht wird. Bei anderen Funktionen hingegen müssen die Nutzer Anmeldedaten eingeben. Die folgende Tabelle listet einige der in diesem Kapitel beschriebenen Anreicherungsfunktionen mitsamt ihren Einschränkungen auf.

Funktion	Einschränkung
Dynamische Navigation	<ul style="list-style-type: none">• Funktioniert bei der sicheren Suche ab Version 6.12, nicht jedoch bei der sicheren Suche in 6.10 und früheren Versionen.• Funktioniert nicht, wenn in GSA-Standard-Frontends dynamische Ergebnis-Cluster aktiviert werden. Dazu wäre eine nutzerspezifische Anpassung erforderlich. Angesichts der höheren Last für die GSA raten wir davon ab, diese Funktionen zusammen zu benutzen, insbesondere bei der sicheren Suche.• Es gibt einige Beschränkungen bei aktivierter GSA-Vereinigung. Ist die Vereinigung aktiviert, muss die Konfiguration für alle Suchfelder übereinstimmen (gleiches Attribut und gleiche Frontends). Gibt es mehrere Frontends, müssen Sie dasselbe Frontend für die sekundären Felder erstellen (d. h. keine Remote-Frontend-Auflösung). Die Konfiguration muss für alle Felder vom Administrator erstellt werden (keine automatische Übertragung).• Funktioniert nicht, wenn Seitenleistenelemente aktiviert sind• Währungsbereiche unterstützen ausschließlich das Format "\$NN", zum Beispiel "\$23". Werte wie "23\$" oder "\$ 23" werden bei Anfragen nach Bereichen nicht unterstützt.• Die dynamische Navigation unterstützt nicht die Aggregation von Anzahlwerten für ähnliche/normalisierte Metadatenattribute. Beispielsweise können "pub" und "publication" dasselbe Metadatenattribut repräsentieren, aber die Anzahlwerte werden nicht aggregiert. Da jedoch die Suchanfragenerweiterung für Metadaten unterstützt wird, können Sie eine Synonymdatei mit dem Eintrag {pub, publication} hinzufügen, damit Anzahlwerte aggregiert werden.• Kann die Leistung der sicheren Suche beeinträchtigen, falls sehr viele Nutzer gleichzeitig die Funktion nutzen

	<ul style="list-style-type: none"> Nur dann für die sichere Suche empfohlen, wenn zur Autorisierung ACLs genutzt werden
Dynamische Ergebnis-Cluster	<ul style="list-style-type: none"> Funktioniert nicht, wenn die dynamische Navigation in den GSA-Standard-Frontends aktiviert ist. Dazu wäre eine nutzerspezifische Anpassung erforderlich. Angesichts der höheren Last für die GSA raten wir davon ab, diese Funktionen zusammen zu benutzen, insbesondere bei der sicheren Suche. Funktioniert nur dann mit Seitenleistenelementen, wenn diese Funktion mithilfe des Layoutassistenten oben angezeigt wird Kann die Leistung beeinträchtigen, insbesondere bei der sicheren Suche
Alerts	<ul style="list-style-type: none"> Funktioniert nicht bei sicherem Content Bearbeitung der Seite zur Alert-Verwaltung nicht möglich LDAP-Integration erforderlich
Nutzerergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> Funktioniert nur bei Web-URLs, also nicht bei Pfaden mit smb://
Elemente der Seitenleiste <ul style="list-style-type: none"> People Search-Ergebnisse Google Apps-Ergebnisse Google Site Search-Ergebnisse 	<ul style="list-style-type: none"> Funktioniert nicht, wenn die dynamische Navigation in den GSA-Standard-Frontends aktiviert ist. Dazu wäre eine nutzerspezifische Anpassung erforderlich. Dynamische Ergebnis-Cluster funktionieren nur dann mit Seitenleistenelementen, wenn sie oben angezeigt werden.
Vorschläge für die Suchanfrage	<ul style="list-style-type: none"> Seien Sie vorsichtig, wenn Sie Vorschläge für die Suchanfrage in öffentlichen Websites verwenden, da diese Vorschläge auf früheren Nutzersuchen und deren Häufigkeit basieren. Bis einschließlich Version 6.12 stehen schwarze Listen nur als Admin-APIs zur Verfügung, nicht in der Admin-Konsole. Ab Version 6.14 kann die schwarze Liste über die Admin-Konsole exportiert, bearbeitet und importiert werden (in Version 7.2: Suche > Suchfunktionen > Vorschläge).

Detaillierte Informationen zu allen GSA-Anreicherungs-funktionen stehen auf der Seite [Creating the Search Experience \(Sucherfahrung gestalten; englisch\)](#) zur Verfügung.

Informationen zum dynamischen Ergebnis-Cluster-Dienst/Cluster-Protokoll finden Sie unter [Search Protocol Reference \(Leitfaden für Suchprotokolle; englisch\)](#).

Weitere Informationen zum Suchvorschlägedienst/Vorschlagsprotokoll sind unter [Search Protocol Reference \(Leitfaden für Suchprotokolle; englisch\)](#) verfügbar.

Kapitel 4: Sammlungen und Frontends zum Verwalten der Nutzererfahrung verwenden

Überblick

Sammlungen dienen dazu, Content im Index logisch zu gruppieren. Ein Dokument kann in beliebig vielen Sammlungen enthalten sein und eine Sammlung kann alle Dokumente, nur einige Dokumente oder sogar nur ein einziges Dokument enthalten. Sie können Nutzern erlauben, in allen Sammlungen zu suchen, oder die Suche auf bestimmte Sammlungen begrenzen.

Content einer Sammlung festlegen

Für die effektive Bereitstellung von Sammlungen kann es sehr hilfreich sein zu wissen, wie Nutzer die Suche verwenden und wonach sie suchen. Beispielsweise müssen Nutzer, die im technischen Support arbeiten, möglicherweise Zugriff auf alle Produktdokumentationen haben. Für diese Nutzer wäre es daher sinnvoll, Suchergebnisse in folgende Sammlungen aufzuteilen:

- Produktdokumentation
- Supportanfragen
- Fehler und Probleme

Diese Sammlungen könnten zum Beispiel als separate Tabs auf derselben Seite präsentiert werden.

Sammlungen und Frontends zusammenführen

Verschiedene Nutzergruppen stellen mitunter sehr unterschiedliche Anforderungen an die Suchfunktion hinsichtlich Präsentationsformat, Ergebnisfilterung und Content.

Zum Beispiel könnte es sein, dass Mitarbeiter der Marketing- oder PR-Abteilung eine grafisch ansprechende, interaktive Nutzeroberfläche bevorzugen, die ihnen die Suche nach Mitteilungen, Videos, Audiodateien und Bildern ermöglicht. Dagegen legen Mitarbeiter aus dem IT-Support möglicherweise mehr Wert auf eine schnelle, schlicht gestaltete Nutzeroberfläche, mit der sie schnell nach technischen Inhalten suchen können.

Um solche unterschiedlichen Anforderungen zu erfüllen, kann eine GSA zwei verschiedene Frontends haben. Auch mehrere Sammlungen pro GSA sind möglich. Mithilfe von Sammlungen kann zum Beispiel der Index so untergliedert werden, dass unterschiedliche Abteilungen unterschiedliche Ergebnisse erhalten.

Falls beide Abteilungen nach demselben Content suchen wollen, können Filter, Anreicherungsfunktionen und Gewichtungprofile verwendet werden, um für die einzelnen Abteilungen jeweils unterschiedliche Ergebnisse auszugeben. In unserem Beispiel wären für die Öffentlichkeit bestimmte Marketinginhalte von höchstem Interesse für die Marketingabteilung, aber nur von untergeordnetem Interesse für Supportmitarbeiter. Dennoch sollten Supportmitarbeiter in der Lage sein, solche Inhalte zu finden, aber eben mit niedriger Priorität als aktuelle Supportanfragen.

Die effektive gemeinsame Nutzung von Frontends und Sammlungen kann durch praktische und flexible Bereitstellungsoptionen die Sucherfahrung für alle Nutzer beträchtlich verbessern.

Weitere Informationen finden Sie unter [Using Collections with Front Ends \(Sammlungen mit Frontends verwenden: englisch\)](#).

Kapitel 5: Nutzererfahrung bei der öffentlichen und der sicheren Suche

Überblick

Die Sucherfahrung kann sich stark unterscheiden, je nachdem, wie die Suchergebnisse ausgegeben werden. Für die Planung der Sucherfahrung ist es daher unerlässlich, die Unterschiede zwischen der Ansicht öffentlicher Suchergebnisse und der Ansicht sicherer Suchergebnisse zu verstehen. Für Funktionen, die bei der sicheren Suche verwendet werden können, gelten bestimmte Einschränkungen, d. h., die Nutzererfahrung weicht in mehreren wichtigen Punkten ab. Sie werden in diesem Kapitel beschrieben.

Neben öffentlichem Content, der für jedermann zur Verfügung steht, kann die GSA Dokumente crawlen und indexieren, die einen Nutzernamen und ein Passwort oder eine andere Art der Authentifizierung voraussetzen. Damit keine vertraulichen Dokumente an den falschen Nutzer ausgegeben werden, bestimmt die GSA, ob der Nutzer, der die Suche durchführt, überhaupt zur Ansicht der Dokumente berechtigt ist, bevor diese als Suchergebnisse angezeigt werden.

Mit dem Suchparameter `access` legen Sie fest, ob nach öffentlichem Content, nach sicherem Content oder nach beidem gesucht wird.

Öffentliche Suche

Was ist eine öffentliche Suche? Als öffentliche Suche gilt im GSA-Kontext jede von einem Nutzer durchgeführte Suche, für die keine Authentifizierung oder Autorisierung erforderlich ist und die in Content erfolgt, der von der GSA indexiert und im Index als öffentlich gekennzeichnet wurde. Öffentliche Suchen können auf öffentlich zugänglichen Websites oder in internem, durch eine Firewall geschütztem Content erfolgen, der in der GSA als öffentlich gekennzeichnet ist.

Parameter	Wert	Beschreibung
<code>access</code>	<code>p</code>	Suche nur in öffentlichem Content

Das nachstehende Beispiel ist eine Suchanfrage mit `access=p`.

```
http://GSA_HOSTNAME/search?q=google&site=default_collection&btnG=Google+Search&access=p&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&entsp=a__gsa_doco_policy&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&exclude_apps=1
```

Sichere Suche

Was ist eine sichere Suche? Als sichere Suche gilt jede Suche, für die sich der Nutzer authentifizieren muss und für die die GSA nur Ergebnisse ausgibt, die der Nutzer auch tatsächlich ansehen darf. Die sichere Suche kann ohne Eingabeaufforderung an den Nutzer erfolgen oder der Nutzer kann nach Anmeldedaten gefragt werden. Die GSA benötigt außerdem Anmeldedaten, um sicheren Content crawlen zu können, und markiert die Daten im Index als sicher.

Parameter	Wert	Beschreibung
access	s	Suche nur in sicherem Content
	a	Suche in sämtlichem (öffentlichem ebenso wie sicherem) Content

Unten sehen Sie ein Beispiel für eine Suchanfrage mit `access=s`.

```
http://GSA_HOSTNAME/search?q=google&site=default_collection&btnG=Google+Search&access=s&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&entsp=a__gsa_doco_policy&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&exclude_apps=1
```

Unterschiede zwischen der Sucherfahrung bei der öffentlichen und der sicheren Suche

Die folgende Tabelle enthält Informationen über bestimmte Funktionen und Daten, die auf der Suchergebnisseite angezeigt werden. Außerdem informiert sie darüber, wie diese Funktionen bei der öffentlichen und im Gegensatz dazu bei der sicheren Suche funktionieren.

Funktion	Öffentliche Suche	Sichere Suche
Anzahl der Ergebnisse Beispiel: Ergebnisse 1–10 von ca. 4.420 Ergebnissen für diese Suchanfrage	Geschätzte Gesamtzahl der Ergebnisse für die Suchanfrage	Die GSA stellt standardmäßig keine Korpussschätzungen für sichere Suchanfragen bereit, da bei dieser Zahl nicht berücksichtigt wird, ob der Nutzer auf die Dokumente zugreifen kann. Seit Version 7.0 ist es jedoch möglich, die GSA so zu konfigurieren, dass Korpussschätzungen für sichere Suchen entweder global (d. h. für alle Suchanfragen) oder pro Suchanfrage angezeigt werden. Diese Möglichkeit sollten Sie jedoch mit Umsicht einsetzen, da Nutzer auf diese Weise sehen können, dass es Dokumente gibt, die zwar ihrer Suchanfrage entsprechen, auf die sie aber keinen Zugriff haben.
Paginierung	Normale Seitennummerierung anhand der geschätzten Anzahl der Ergebnisse. Den Nutzern wird dann beispielsweise die Ergebnisseite 1, 2, 3, 4 usw.	Keine Seitennummerierung, sondern Anzeige als "Zurück" und "Weiter"

	angezeigt.	
Dynamische Navigation	Wir verifizieren 30.000 Dokumente für öffentliche Suchen (zwecks Erstellung von Attributen).	<p>Funktioniert bei sicheren Suchen ab Version 6.12, aber nicht bei sicheren Suchen bis einschließlich Version 6.10</p> <p>Wird nur dann für die sichere Suche empfohlen, wenn zur Autorisierung ACLs genutzt werden</p> <p>Wir verifizieren 10.000 Dokumente für öffentliche Suchen (zwecks Erstellung von Attributen). Höhere Anzahlen von gleichzeitigen Anfragen wirken sich unter Umständen negativ auf die Systemleistung aus.</p>
Dynamische Ergebnis-Cluster	Funktionsweise wie beschrieben	Dynamische Ergebnis-Cluster funktionieren bei der sicheren Suche. Bevor dynamische Ergebnis-Cluster für sichere Suchanfragen angezeigt werden, überprüft die GSA durch Autorisierungsprüfungen, ob der Nutzer zur Ansicht sicherer Ergebnisse berechtigt ist. Diese Autorisierungsprüfungen können die Systemleistung beeinträchtigen.

Kapitel 6: Berichte zur Verbesserung der Nutzererfahrung nutzen

Überblick

Sie können die Bereitstellung Ihrer Suchlösung wesentlich effizienter gestalten, wenn Sie etwas Zeit aufwenden, um herauszufinden, wofür Ihre Nutzer die Search Appliance nutzen und wie sie die Sucherfahrung bewerten.

Anhand dieser Informationen können Sie dann:

- den Nutzen und die Bedeutung der Suchanwendung für Ihre Organisation abschätzen. Es ist viel einfacher, der Suchlösung einen Geschäftswert und Suchprioritäten beizumessen, wenn sie wissen, wie Nutzer davon profitieren.
- nachvollziehen, wonach Ihre Nutzer suchen und ob sie die gewünschten Ergebnisse finden. Dies hilft Ihnen einzuschätzen, welche Funktionen tatsächlich genutzt werden und wie. Je besser die Sucherfahrung Ihrer Nutzer ist, desto zufriedener sind Ihre Nutzer – ein sicheres Maß für den Erfolg Ihrer Lösung.
- nachvollziehen, welcher Content Ihren Nutzern wichtig ist.

Typen von Suchberichten

Die folgende Tabelle listet die verschiedenen Typen von Suchberichten auf, die Sie mit der GSA erstellen können.

Berichtstyp	Beschreibung
Suchbericht	<p>Der Suchbericht enthält die folgenden Informationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zahl der Suchen pro Tag • Durchschnittliche Zahl der Suchen pro Stunde • 100 (oder eine beliebige andere Zahl) häufigste Suchbegriffe und -anfragen sowie die Häufigkeit des Vorkommens dieser Suchbegriffe und -anfragen <p>Falls Sie die erweiterten Suchberichte aktiviert haben, werden auch der Rang ausgewählter Ergebnisse, die Seite ausgewählter Ergebnisse, die IP-Adresse der häufigsten Nutzer und die beliebtesten URLs (gemessen an der Zahl der Nutzerklicks) angezeigt.</p>
Erweiterte Suchberichte	<p>Jeder Eintrag in einem erweiterten Suchbericht steht für einen Klick eines Nutzers innerhalb der Benutzeroberfläche der GSA, sei es auf einer Suchseite oder einer Ergebnisseite. Ein Eintrag setzt sich aus den Werten der folgenden Elemente zusammen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uhrzeit des Klicks, auf die Hundertstelsekunde genau • Nutzernamen des Nutzers, der die Suche durchgeführt hat. Dieser Name kann nur angezeigt werden, wenn es sich um eine sichere Suche gehandelt hat und der Nutzer authentifiziert wurde. • IP-Adresse des Nutzers, der den aufgezeichneten Klick durchgeführt hat • Platzhalter für die Sitzungs-ID, immer leer • Art des Klicks • Klickbeginn, d. h. die Ergebnisseite, auf der der Nutzer geklickt hat • Klickrang, d. h. der Rang des vom Nutzer angeklickten Ergebnisses • Klickdaten, normalerweise leer • Suchanfrage, d. h. die Nutzeranfrage, die Ergebnisse zurückgegeben hat • URL des Nutzerklicks
Suchprotokolle	<p>Die Protokolle enthalten folgende Informationen zu Suchanfragen von Nutzern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Art der Nutzeranfrage • Elemente der Benutzeroberfläche, auf die die Nutzer klicken • Geschwindigkeit, mit der die Ergebnisse zurückgegeben werden • Ob die Nutzer die gewünschten Ergebnisse erhalten • Ob die Nutzer die Funktionen "Passende Suchanfragen", "KeyMatch", "Erweiterung der Suchanfrage" und "OneBox" hilfreich finden

Weitere Informationen finden Sie unter [Enabling the Search Appliance to Record User Identities for Queries \(Search Appliance aktivieren, um Nutzeridentitäten für Suchanfragen aufzuzeichnen; englisch\)](#).

Aufbewahrungsdauer von Suchberichten

Die GSA speichert Informationen unterschiedlich lange in:

- [Suchberichten](#)
- [Suchprotokollen](#)

Suchberichte

Suchberichte bleiben ab dem Erstellungsdatum ein Jahr verfügbar. Sie können bis zu 500 Berichte über alle Sammlungen erstellen.

Suchprotokolle

Es ist nicht möglich, Suchprotokollberichte für Zeiträume zu erstellen, die mehr als 90 Tage zurückliegen. Wenn Sie Protokolldateien für längere Zeiträume analysieren möchten, generieren Sie mindestens alle 90 Tage einen Bericht und exportieren und speichern Sie ihn. Sie können dann die aggregierten Berichte analysieren, die über längere Zeiträume erfasst wurden. Alternativ können Sie einen Syslog-Server zum Erfassen und Speichern von unformatierten Suchprotokolldaten einrichten, wenn sie generiert werden.

Erweiterte Suchberichte

Die Google Search Appliance bietet als Analysefunktion erweiterte Suchberichte, mit denen detaillierte Informationen zum Such- und Navigationsverhalten von Nutzern erfasst werden können. Erweiterte Suchberichte sind standardmäßig deaktiviert, können aber in der webbasierten Admin-Konsole der GSA ganz einfach aktiviert werden. Sie können Analysedaten aus der GSA exportieren und in Ihr bestehendes Analysetool importieren.

Mithilfe erweiterter Suchberichte können Sie zum Beispiel folgende Daten analysieren:

- Durchgeführte Suchen
- Zahl der ausgegebenen Ergebnisse
- Zahl der Seiten, die ein Nutzer angeklickt hat
- Welche Ergebnisse Nutzer auf der Seite angeklickt haben und wohin diese Nutzer navigiert sind

Unabhängig davon, welche Lösung Sie nutzen, empfiehlt Google Ihnen unbedingt, ein aussagekräftiges Analysetool zu verwenden, die Daten im Hinblick auf die Verbesserung Ihrer Suchbereitstellung regelmäßig auszuwerten und weitere Methoden ausfindig zu machen, die zusätzlichen Nutzen bringen.

Weitere Informationen zu erweiterten Suchberichten stehen unter [Gathering Information about the Search Experience \(Informationen über die Sucherfahrung sammeln; englisch\)](#) zur Verfügung.

Szenarien für erweiterte Suchberichte

Die folgenden Szenarien beschreiben Situationen, in denen erweiterte Suchberichte die Nutzererfahrung verbessern können:

- [Kernfunktionen nutzen, die Nutzern helfen, Content schneller zu finden](#)
- [Rendite und Geschäftswert ermitteln](#)
- [Wichtigen Content ermitteln](#)

Kernfunktionen nutzen, die Nutzern helfen, Content schneller zu finden

In diesem Szenario ist das Nutzerfeedback durchweg positiv und die Nutzer finden den Content, den sie suchen. Ihre Nutzer berichten, dass sie Ergebnisse viel schneller finden.

Nach Untersuchung des Suchverhaltens Ihrer Nutzer mithilfe eines erweiterten Suchberichts stellen Sie jedoch fest, dass auf 90 % aller Suchen nach dem Suchbegriff "Widget" sofort eine zweite Suche nach "Gadget" folgt. Außerdem klicken 50 % der Nutzer, die nach "Urlaub" suchen, auf den fünften Link, der auf Ihre Richtliniendatenbank verweist.

Ausgehend von diesen Beobachtungen kommen zwei Änderungen infrage, die Sie sofort vornehmen könnten, um die Sucherfahrung Ihrer Nutzer zu verbessern:

- Aktivieren Sie die Suchanfragenerweiterung (standardmäßig deaktiviert) und laden Sie eine Synonymliste hoch, einschließlich einer Erweiterung, in der "Widget" und "Gadget" als Synonyme behandelt werden. Dadurch wird bei jeder Suche nach "Widget" automatisch auch nach "Gadget" gesucht.

Diese Anpassung macht die Suche für 90 % aller Nutzer, die nach "Widget" oder "Gadget" suchen, doppelt so effektiv. Indem Sie die Suchanfragenerweiterung aktivieren und der GSA ein eigenes Wörterbuch hinzufügen, können Sie die Effektivität der Suche sofort erhöhen.

- Erstellen Sie ein KeyMatch für "Urlaub", sodass die Urlaubsrichtlinie als Ergebnis ausgegeben wird. Durch diese Anpassung wird die Urlaubsrichtlinie ganz oben in den Suchergebnissen angezeigt. Damit sehen 50 % der Nutzer das von ihnen gewünschte Ergebnis gleich an erster Stelle auf der Suchergebnisseite.

Weitere Informationen zur Verwendung der Suchanfragenerweiterung und von KeyMatches finden Sie im Artikel [Creating the Search Experience: Best Practices \(Sucherfahrung gestalten: Best Practices; englisch\)](#).

ROI und Geschäftswert ermitteln

In diesem Szenario sind die Mitarbeiter hauptsächlich in der Informationsverarbeitung tätig. Anhand erweiterter Suchberichte haben Sie Ihre Analysedaten ausgewertet und dabei festgestellt, dass der durchschnittliche Nutzer

- 1,3 Suchen durchführt,
- das dritte Suchergebnis abrufen
- pro Suche 45 Sekunden aufwendet.

Bei der Zeit, die der durchschnittliche Mitarbeiter pro Suche aufwendet, besteht ein beträchtliches Einsparungspotenzial von 25 % (Quelle: "Hidden Costs of Information Work: A Progress Report").

Wichtigen Content ermitteln

Bei diesem Szenario gibt es eine große Anzahl von Contentquellen, die sich auf verschiedene interne Websites und Dateifreigaben verteilen. Durch die Datenauswertung anhand eines erweiterten Suchberichts, der Nutzerklicks erfasst, haben Sie festgestellt, dass die meisten Nutzer auf Content aus Ihrem Unternehmenswiki klicken. Damit wissen Sie nun, wo Ihre Nutzer die interessantesten Inhalte finden.

Mit diesem Wissen können Sie ein Profil zur Ergebnisgewichtung erstellen, damit das für Ihre Nutzer besonders interessante Unternehmenswiki in den Suchergebnissen weiter oben angezeigt wird. Damit stellen Sie sicher, dass Ihre Nutzer die Informationen aus dem Unternehmenswiki im Handumdrehen finden.

Wie Sie Profile zur Ergebnispriorisierung erstellen, erfahren Sie unter [Using Result Biasing to Influence Result Ranking \(Ergebnispriorisierung zur Beeinflussung der Ergebnisrangfolge nutzen; englisch\)](#).

Wenn Sie wissen möchten, welcher Content für Ihre Nutzer besonders wichtig ist, können Sie auch mithilfe einer Analysefunktion Informationen über Nutzerklicks sammeln. Falls Ihre Organisation bereits eine Analysefunktion hat, können Sie diese eventuell nutzen, um Daten über die Sucherfahrung der Nutzer zu erfassen. Die Integration mit einer Analysefunktion eines Drittanbieters zum Zweck der Erstellung suchspezifischer Berichte ist oft mit einigem Aufwand verbunden, bietet aber viele Vorteile bei der Datenauswertung.

Berichte in mehreren GSAs

In den folgenden Abschnitten werden Überlegungen bezüglich der Erfassung von Berichtsdaten aus mehreren GSAs angestellt.

- [Berichte bei GSA-Spiegelung](#)
- [Berichte bei GSA-Vereinigung](#)
- [Berichte bei verteiltem Crawling und Serving](#)

Berichte bei GSA-Spiegelung

In einem aktiv-aktiven Servingszenario werden in replizierten GSAs durchgeführte Suchanfragen in die Suchprotokolle und -berichte der Master-GSA integriert. Suchprotokolle oder erstellte Suchberichte in replizierten GSAs enthalten ausschließlich Daten aus dieser GSA.

Da diese Suchprotokolle und -berichte nicht zwischen den GSAs repliziert werden, müssen Sie sie regelmäßig exportieren oder an einen Syslog-Server senden, wenn Sie sie speichern möchten. Weitere Informationen dazu finden Sie in den GSA-Hilfeartikeln zu Protokollen, Berichten und Syslog-Servern.

Berichte bei GSA-Vereinigung

- Szenario A: Wenn Sie ausschließlich die primäre GSA (also die Master-GSA) für Suchen nutzen, benötigen Sie die Berichtsfunktion auch nur in der primären GSA.
- Szenario B: Jede GSA wird sowohl als primäre als auch als sekundäre Search Appliance genutzt. Berichte müssen deshalb in jeder GSA erstellt und dann extern aggregiert werden.

Berichte bei verteiltem Crawling und Serving

Berichte müssen auf jeder GSA erstellt werden, die Ergebnisse an Nutzer ausgibt. Wenn Sie zum Beispiel drei GSAs eingerichtet haben, aber Ergebnisse nur über GSA 1 ausgegeben werden, dann benötigen Sie auch nur in GSA 1 Berichte. Wenn Sie über alle drei GSAs Ergebnisse ausgeben, dann müssen auch auf allen drei GSAs Berichte erstellt werden.

Kapitel 7: Nutzerfeedback

Überblick

Nutzer sind dank Google.com eine hervorragende Suchfunktion gewohnt, die zudem ständig weiterentwickelt wird. Mit der GSA können Sie Ihren Nutzern eine ähnlich innovative und vielseitige Suchfunktion bieten.

Falls Sie mit der GSA eine andere Suchlösung ersetzen, bietet es sich an, Feedbackinformationen und Daten zu Ihrer bisherigen Lösung zu sammeln, die Sie später mit der GSA-Lösung vergleichen können.

Eine der besten Möglichkeiten, Ihre Suchlösung weiterzuentwickeln, besteht darin, Nutzer zu befragen, was Ihnen an der Suchlösung gefällt und was nicht, sowie herauszufinden, wie Ihre Nutzer die Suchlösung verwenden. Nutzerfeedback ist somit entscheidend für die Akzeptanz Ihrer Suchlösung. Damit die Bereitstellung ein Erfolg wird, müssen Sie nicht nur eine gute Sucherfahrung sicherstellen, sondern auch dafür sorgen, dass Ihre Nutzer die Suchlösung aktiv nutzen.

Nutzerfeedback können Sie auf verschiedenen Wegen einholen, zum Beispiel:

- [Über indirektes Feedback](#)
- [Über einen Feedbacklink](#)
- [Über eine Nutzerumfrage](#)

Indirektes Feedback

Wenn Sie die [erweiterten Suchberichte](#) oder ein ähnliches Analysetool aktivieren, sehen Sie automatisch, was Ihre Nutzer tun, welche Suchen zum gewünschten Ergebnis führen und wie Sie den Nutzern helfen können, die Suche effektiver zu nutzen. Wichtig ist dabei vor allem, Daten nicht nur zu erfassen, sondern auch sinnvoll zu nutzen.

Feedbacklink

Besonders einfach können Sie es Ihren Nutzern machen, indem Sie einen Link oder eine E-Mail-Adresse bereitstellen, über den bzw. die Ihre Nutzer Feedback geben können.

Nutzerumfrage

Eine Nutzerumfrage ist eine hervorragende Möglichkeit herauszufinden, wie zufrieden Ihre Nutzer mit der Suchlösung sind. Nutzerumfragen sollten regelmäßig, insbesondere nach jeder Bereitstellungsphase, durchgeführt werden, damit Sie umgehend reagieren und auf die Wünsche Ihrer Nutzer eingehen können.

Im folgenden Abschnitt präsentieren wir Ihnen eine Beispielumfrage, die Sie als Vorlage für Ihre eigene Umfrage verwenden können.

Umfrage zur Zufriedenheit mit der Suchlösung

1. **In welcher Unternehmensabteilung arbeiten Sie?**
 - Technische Abteilung
 - Finanzen
 - Personalabteilung
 - Vertrieb
 - Marketing
 - Forschung
 - Sonstiges <bitte angeben>

2. **Wie viel Zeit wenden Sie täglich für die Suche nach Informationen auf?**
 - Mehr als die Hälfte meiner Arbeitszeit
 - Ein Viertel bis zur Hälfte meiner Arbeitszeit
 - 30 Minuten bis 2 Stunden täglich
 - 10 bis 30 Minuten täglich
 - Weniger als 10 Minuten täglich

3. **Wie oft wird das gewünschte Suchergebnis unter den ersten zehn (auf der ersten Seite) angezeigt?**
 - Immer
 - In 80 % aller Fälle
 - In 50 % aller Fälle
 - In 20 % aller Fälle
 - Niemals

4. **Wie oft wird das gewünschte Suchergebnis an erster Stelle angezeigt?**
 - Immer
 - In 80 % aller Fälle
 - In 50 % aller Fälle
 - In 20 % aller Fälle
 - Niemals

5. **Wie oft klicken Sie auf einen der empfohlenen Links? Gemeint sind die farbig unterlegten KeyMatches, die ganz oben in der Ergebnisliste angezeigt werden.**
 - Immer, wenn einer angezeigt wird
 - Manchmal
 - Niemals

6. **Welche Verbesserungen wünschen Sie sich?**
 - Schnellere Ergebnisanzeige
 - Relevantere Suchergebnisse
 - Mehr Contentquellen

7. **Wie schätzen Sie die Geschwindigkeit bei Suchanfragen ein?**
 - Hervorragend
 - Ausreichend
 - Viel zu langsam

8. Welche Contentquellen sollten Ihrer Meinung nach indexiert, d. h. den Suchergebnissen hinzugefügt werden?

9. Haben Sie schon einmal vergeblich nach Dokumenten gesucht, obwohl Sie genau wussten, dass diese Dokumente vorhanden sind?

- Ja
- Nein

10. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Suchlösung?

- Äußerst zufrieden – alles funktioniert bestens!
- Einigermaßen zufrieden, aber es gibt Verbesserungspotenzial.
- Das ist die schlechteste Suche, die ich kenne.

11. Welche zusätzlichen Funktionen hätten Sie gerne?

Zusammenfassung

Dieser Leitfaden enthält ausführliche Informationen über die Faktoren, die bei der Gestaltung der GSA-Nutzererfahrung zu berücksichtigen sind. Die Anforderungen eines Nutzers einer öffentlichen Website unterscheiden sich beträchtlich von denen eines Nutzers hinter der Firewall. Bei der Gestaltung der Nutzererfahrung sollten Sie daher immer in erster Linie an Ihre Endnutzer denken. Mit diesem Leitfaden können Sie sicherstellen, dass nicht nur die richtigen Funktionen implementiert werden, sondern dass diese Funktionen auch allen Anforderungen Ihrer Nutzer genügen.

Von Zeit zu Zeit sollten Sie sich bei Ihren Nutzern nach deren Erfahrungen mit der Suchlösung erkundigen, da sich Nutzeranforderungen ändern können und immer wieder neue GSA-Funktionen eingeführt werden. Eine sehr gute Möglichkeit, Lücken zu entdecken und die Nutzererfahrung insgesamt zu verbessern, bieten die Berichtsdaten, die die GSA intern bereitstellt.

Weitere Informationen zu den Themen dieses Leitfadens finden Sie in der GSA-Dokumentation. Alternativ können Sie sich auch an den [Google for Work-Support](#) wenden.

Anhang: Weitere Informationen

Technische Lösungen für häufige Probleme

In diesem Anhang stellen wir Ihnen einige technische Lösungen für häufig auftretende Probleme in folgenden Bereichen der GSA-Bereitstellung vor:

- [Anpassung von Schnittstellen und Frontends](#)
- [Relevanz von Dokumenten](#)

Anpassung von Schnittstellen und Frontends

Ich habe gerade mein Frontend geändert, aber wenn ich mir meine Ergebnisse ansehe, wird immer noch das alte Frontend angezeigt. Woran liegt das?

- Frontends werden nur alle 15 Minuten oder in noch größeren Abständen aktualisiert. Sie können eine Aktualisierung des Frontends erzwingen, indem Sie in der URL der Suchanfrage mindestens einmal den Parameter `proxyreload=1` angeben, nachdem das Stylesheet angepasst wurde. Dieser Parameter sollte nur in der Entwicklungsphase und nicht in der Produktionsphase verwendet werden, da er die Leistung der GSA beeinträchtigt.

Wie kann ich Entwicklern den Zugriff auf das Frontend ermöglichen, sodass sie Änderungen vornehmen, aber nicht meine KeyMatches usw. bearbeiten können?

- Sie können zwei Frontends erstellen und dazu eine beliebige Benennungsregel verwenden. Zum Beispiel können Sie das Frontend "my_frontend" zur Verwaltung von KeyMatches, passenden Suchanfragen, Filtern, entfernten URLs und OneBoxes (zusammenfassend als "client" bezeichnet) verwenden. Anschließend können Sie ein zweites Frontend namens "my_frontend_ss" zur Verwaltung der Benutzeroberfläche – bzw. der Ausgabe, so die Bezeichnung in der Admin-Konsole – erstellen, das als "proxystylesheet" bezeichnet wird.
- Gewähren Sie dem Entwickler der Benutzeroberfläche nur so weit Zugriff auf "my_frontend_ss", dass er dort das Stylesheet aktualisieren kann.
- Der Zugriff auf "my_frontend" sollte auf Sie beschränkt sein, sofern die Sucherfahrung der Nutzer nicht von einem Entwickler für die Benutzeroberfläche verwaltet wird.
- Passen Sie die Anwendung so an, dass sie zwei Frontends verwendet:
`client=my_frontend&proxystylesheet=my_frontend_ss`. Standardmäßig ist
`client=my_frontend&proxystylesheet=my_frontend` eingestellt.

Wie kann ich eine Frontend-Konfiguration wiederverwenden?

- Wenn Sie die meisten Konfigurationen in einem Frontend für verschiedene Benutzeroberflächen verwenden, aber gleichzeitig verschiedene Optionen für Richtlinien zur Suchanfragenerweiterung und/oder zur Ergebnisgewichtung haben möchten, sollten Sie dafür nicht mehrere Frontends erstellen. Verwenden Sie stattdessen `entqr` und `entsp`.

Wie kann ich XML-Daten einsehen, die die GSA zurücksendet, bevor sie umgewandelt werden?

- Für Ergebnisse entfernen Sie den Parameter "proxystylesheet" und dessen Wert, zum Beispiel:
 - `http://GSA_HOSTNAME/search?q=query&btnG=Google+Search&access=p&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&sort=date:D:L:d1&entqr=0&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&site=default_collection`
- Für dynamische Ergebnis-Cluster können Sie in der GSA direkt XML-Ausgabedaten abfragen, zum Beispiel:
 - `http://GSA_HOSTNAME/cluster?q=query&site=default_collection&client=default_frontend&coutput=xml`

Wie kann ich die Google Search Appliance in eine Nicht-Webanwendung integrieren?

- Die Google Search Appliance akzeptiert HTTP-Anfragen und kann Daten in XML ausgeben. Auch die Ausgabe in anderen Formaten ist möglich, sofern XML mithilfe von XSLT umgewandelt wurde. Die ausgegebenen Ergebnisse können dann von einer beliebigen Anwendung unabhängig von deren Programmiersprache geparkt und für einen beliebigen Zweck verwendet werden.

Relevanz von Dokumenten

Wie kann die GSA die Suchergebnisse nach anderen Kriterien als Relevanz und Datum sortieren?

- Der eigentliche Zweck einer Suchmaschine besteht darin, Suchergebnisse nach Relevanz zu sortieren. Alles andere ist lediglich eine Ausgabe von Datenbankabfragen.

Wenn Sie die Suchergebnisse nach anderen vorliegenden numerischen Werten sortieren möchten, können Sie die Funktion zur Datumssortierung nutzen. Konvertieren Sie dazu den Wert in ein ISO-8601-konformes Datumsformat (JJJJ-MM-TT) und fügen Sie ihn in ein Meta-Tag in Ihrem Dokument ein. Sie können nach jedem beliebigen Datum zwischen 1900-01-01 und 2079-06-06 suchen. Richten Sie dann den Namen des Meta-Tags in der Admin-Konsole im Abschnitt "Dokumentdatum" ein. Die GSA betrachtet den Wert dieses Meta-Tags als Dokumentdatum und kann nach diesem Wert sortieren.

Seit Version 7.2 kann auch nach Metadaten sortiert werden.

Wie kann ich ganz oben in den Suchergebnissen eine URL einblenden?

- Nutzen Sie KeyMatches.
- Implementieren Sie Nutzerergebnisse.
- Erstellen Sie eine Richtlinie zur Ergebnismengewichtung, um die Relevanz der Dokumente auf der Grundlage der URL, der Sammlung, des Datums oder der Metadaten zu erhöhen. Wenden Sie diese Richtlinie auf das entsprechende Frontend an.

Wie kann ich die Relevanz neuerer Dokumente in den Suchergebnissen erhöhen?

- Erstellen Sie eine Richtlinie zur Ergebnismengewichtung, um die Relevanz von Dokumenten auf der Grundlage des Datums der letzten Bearbeitung zu erhöhen. Wenden Sie dann diese Richtlinie auf das entsprechende Frontend an.
- Bei URLs, die über einen Contentfeed hinzugefügt wurden, können Sie dem Feed folgendes Attribut hinzufügen: [pagerank](#).
 - Dieses Attribut legt den PageRank der URL oder einer Gruppe von URLs fest. Der Standardwert ist 96. Ein höherer Wert bedeutet einen höheren PageRank. Wenn Sie den PageRank der URL oder einer Gruppe von URLs erhöhen möchten, wählen Sie einen Wert zwischen 97 und 100. Wenn Sie einen niedrigeren PageRank wünschen, wählen Sie einen Wert unter 96. PageRanks für einzelne URLs haben Vorrang vor PageRanks für Gruppen von URLs.
- Verwenden Sie den [automatischen lernfähigen Punktezähler](#).
 - Wenn Sie erweiterte Suchberichte aktivieren, nutzt die GSA den automatischen lernfähigen Punktezähler. Diese Funktion analysiert zur Verbesserung der Relevanz und der Ergebnisse das Nutzerverhalten und die Links, auf die Nutzer bei bestimmten Suchanfragen klicken. Die GSA bestimmt mithilfe einer erweiterten statistischen Regression die statistische Bedeutung des Nutzerverhaltens und nimmt Anpassungen in Bezug auf die Tatsache vor, dass viele Nutzer auf das erste Ergebnis klicken, nur weil es das erste ist ("Trust Bias"). Somit werden Ergebnisse mit der Zeit immer präziser, ohne dass der Administrator eingreifen muss.