

Discovery Channel opdager Google Search Appliance – og booster antallet af søgninger med 70 %



Overblik

Det ønskede de at opnå

- Forbedre søgeoplevelsen
- Minimere behovet for vedligeholdelse af søgegrænsefladen

Det gjorde de

- Indeksede tre databiblioteker (samlinger) GSA, så én enkelt søgning returnerer et integreret sæt af relevante resultater

Det opnåede de

- Øgede antallet af daglige søgninger med 70 %
- Reducerede tidsforbruget til vedligeholdelse af søgeløsningen

Virksomhed

Discovery Communications, Inc. (DCI) er en førende medie- og underholdningsvirksomhed. Fra starten i USA i 1985 har Discovery Channel udviklet sig til en virksomhed med aktiviteter i 152 lande med i alt 180 millioner abonnenter. DCI's 33 netværk med genkendelige programmer rummer 14 underholdningsbrands, heriblandt TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health Channel, Discovery Kids og en familie af digitale kanaler. Andre DCI-virksomheder er Discovery.com og 165 Discovery Channel-detailbutikker. DCI distribuerer også BBC America i USA.

Udfordring

Discovery har websites til hver af deres 14 kanaler med programoversigter og oplysninger om hver serie og hvert program. Disse informationstunge websites består af 60.000 filer, som genererer 120.000 søgninger hver dag.

Et tidligere søgeprodukt var vanskeligt at vedligeholde for webteamet hos Discovery, fordi det krævede omfattende ressourcer at opdatere relevansalgoritmer, hver gang der blev tilføjet nyt indhold på netværket. Selv med en væsentlig optimering var søgeresultaterne ikke effektive, og den brede opfattelse var, at Discoverys brugere så færre websider som et resultat af dette. Denne tredjepartsløsning gjorde det også svært at tilføje nyt indhold for at sikre, at websitets indhold var opdateret.

Det nåede til et punkt, hvor webteamet hos Discovery måtte foretage en gennemgribende ændring for at forenkle vedligeholdelsen af søgeløsningen, gøre søgeresultaterne mere brugbare og få bedre kontrol over websitets indhold.

"Flere brugere finder de oplysninger, de har brug for, og det betyder, at de bliver længere på websitet for at læse, søge videre og købe." – Mark Irwin, VP Operations

Løsning

"Google Search Appliance er nemmere at konfigurere end din hjemmecomputer", siger Patrick Gardella, der er repræsentant for it-afdelingen.

"Implementeringen var helt lige til – det var ingen sag", siger Carl Lewin, webudvikler. Han siger, at GSA nemt kan integrere tre databiblioteker (samlinger) i ét, så en enkelt søgning giver et integreret sæt relevante resultater. Discovery.com kan f.eks. nu levere resultater baseret på brugeres adgangssti. Animal Planets seere kan se resultater for Animal Planet øverst udover tv-programmer og links til produkter fra Discovery Store.

Discovery bruger også KeyMatch-funktionen i GSA til "redaktørens udvalgte" forslag, som er søgeresultater, der afspejler de meste populære søgeforespørgsler. Carl Lewin er også glad for stavekontrolfunktionen. "Uanset, hvordan en bruger staver "flodhest", kan vi anbefale den rigtige stavemåde og de relevante links

Om Google Search Appliance

Med Google Search Appliance (GSA) kan din virksomhed bruge samme søgeoplevelse, som millioner af internetbrugere kender i forvejen, med specifikke forbedringer og tilpasningsmuligheder til virksomheden, som gør det nemmere og mere intuitivt at søge. GSA er klar til at indekser det meste af virksomhedens indhold "direkte fra boksen" og gør derfor søgemaskinen på din virksomheds intranet eller website til et system, der er ligeså relevant og pålideligt som Googles – og ligeså nemt at bruge.

Få flere oplysninger på:

www.google.com/enterprise/search

til oplysninger", siger han.

"Det bedste af det hele er måske, at Google Search Appliance kræver meget lidt vedligeholdelse", siger Patrick Gardella. Løsningen er så nem at bruge og administrere, at vi nogen gange ikke kan tro det."

Fordele

Ikke nok med at antallet af sidevisninger er steget, siger Mark Irwin, der er VP Operations, men antallet af daglige søgninger er vokset med 70 procent på grund af værdien ved at søge med Google. "Flere brugere finder de oplysninger, de har brug for, og det betyder, at de bliver længere på websitet for at læse, søge videre og købe."

"Brugerne ved, hvordan de skal bruge Google", siger Gardella. Vi har tilføjet Google-logoet nederst på vores sider, og "det gør, at brugerne har tillid til søgeresultaterne", siger Carl Lewin.

"Vi har været meget tilfredse med Google", siger Mark Irwin. "Løsningen er pålidelig, har levet op til sine løfter og fungerer rigtig godt i vores miljø."

