

Discovery Channel scopre Google Search Appliance e aumenta le query di ricerca del 70%



In sintesi

Obiettivi

- Migliorare l'esperienza di ricerca
- Ridurre al minimo le esigenze di gestione delle attività di ricerca

Azioni intraprese

- Indicizzazione di tre librerie (raccolte) di dati in GSA, in modo tale che una singola ricerca restituisca una serie integrata di risultati pertinenti

Risultati

- Aumento del 70% del numero di ricerche giornaliere
- Riduzione della quantità di tempo necessaria per la manutenzione della soluzione di ricerca

L'azienda

Discovery Communications, Inc. (DCI) è una società leader nel campo dei media e dello spettacolo. Dal lancio di Discovery Channel negli Stati Uniti nel 1985, DCI si avvale ora di centri operativi in 152 paesi con un totale di 180 milioni di abbonati. Le 33 reti di DCI con programmazione differente rappresentano 14 brand di intrattenimento, tra cui TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health Channel, Discovery Kids e una famiglia di canali digitali. Sono proprietà di DCI anche Discovery.com e 165 negozi Discovery Channel di vendita al dettaglio. DCI distribuisce inoltre BBC America negli Stati Uniti.

La sfida

Discovery ospita siti per ciascuno dei suoi 14 canali con orari e informazioni per ogni serie e programma. Questi siti densi di informazioni sono composti da circa 60.000 file e registrano 120.000 query di ricerca al giorno.

Il prodotto utilizzato in precedenza per la ricerca era difficile da gestire per il team di Discovery dedicato al Web, poiché richiedeva l'impiego di molte risorse per aggiornare gli algoritmi di pertinenza quando venivano aggiunti nuovi contenuti alla rete. Anche con una sostanziale ottimizzazione, i risultati della ricerca non erano efficaci e in generale si riteneva che per questo motivo gli utenti di Discovery visitassero meno le pagine. La soluzione di terze parti rendeva inoltre difficile aggiungere nuovi contenuti al fine di mantenere sempre aggiornato il sito.

La situazione arrivò a un punto in cui il team del Web di Discovery aveva realmente bisogno di un cambiamento per poter semplificare la gestione della ricerca, ottenere risultati più utili e migliorare il controllo dei contenuti del sito.

"Sono aumentate le persone che trovano quello che cercano e questo significa che si fermano più a lungo per leggere, fare altre ricerche e acquistare." — Mark Irwin, VP Operations

La soluzione

"Google Search Appliance è più facile da configurare del PC di casa", dice Patrick Gardella, rappresentante del reparto IT.

E aggiunge Carl Lewin, sviluppatore Web: "L'implementazione è stata semplice, non abbiamo dovuto fare niente". GSA incorpora facilmente tre librerie (raccolte) di dati in una, quindi una singola ricerca restituisce una serie integrata di risultati pertinenti. Ad esempio, Discovery.com ora è in grado di fornire risultati basati sul percorso dell'utente: i visitatori di Animal Planet vedono i risultati di Animal Planet per primi, oltre agli elenchi di programmi TV e ai link ai prodotti di Discovery Store.

Discovery utilizza inoltre la funzione KeyMatch di GSA per suggerire le "scelte consigliate", ovvero i risultati della ricerca che riflettono le query di ricerca più popolari. Lewin è anche soddisfatto della funzione di controllo ortografico: "Non importa come l'utente scrive "ippopotamo", possiamo suggerirgli l'ortografia corretta e i link alle informazioni".

Informazioni su Google Search Appliance

Con Google Search Appliance (GSA), l'esperienza di ricerca condivisa da milioni di persone in tutto il mondo può essere sfruttata da una singola organizzazione grazie a ottimizzazioni specifiche per le aziende che rendono la ricerca più facile, intuitiva e personalizzabile. GSA consente di indicizzare la maggior parte dei contenuti aziendali appena vengono creati e quindi di trasformare il motore di ricerca della Intranet o del sito web dell'azienda in un sistema essenziale e affidabile quanto quello di Google e altrettanto facile da usare.

Per ulteriori informazioni, visita il sito www.google.com/enterprise/search

L'aspetto migliore, secondo Gardella, è "il fatto che Google Search Appliance richieda una minima manutenzione. È così facile da usare e da gestire che a volte stentiamo a crederlo".

I vantaggi

Non solo sono aumentate le visualizzazioni delle pagine, come osserva Mark Irwin, VP Operations, ma il numero delle ricerche giornaliere è salito del 70% grazie al valore della ricerca con Google. "Sono aumentate le persone che trovano quello che cercano e questo significa che si fermano più a lungo per leggere, fare altre ricerche e acquistare".

"Gli utenti hanno dimestichezza con Google", dice Gardella. "La presenza del logo Google in fondo alle nostre pagine fa sì che le persone abbiano più fiducia nei risultati della ricerca", aggiunge Lewin.

"Siamo molto soddisfatti di Google", dice Irwin. "È affidabile, ha mantenute le sue promesse e funziona molto bene nel nostro ambiente".

