

Discovery Channel oppdager Google Search Appliance – og antallet daglige søk øker med 70 %



Overblikk

Mål

- en mer brukervennlig søkefunksjon
- redusert behov for vedlikehold av søkefunksjonen

Gjennomføring

- indeksering av tre databiblioteker (samlinger) i GSA, slik at ett enkelt søk returnerer et integrert sett med relevante resultater

Resultater

- 70 % økning i antallet daglige søk
- mindre tid brukt på vedlikehold av søkeløsningen

Selskapet

Discovery Communications, Inc. (DCI) er et ledende medie- og underholdningsselskap. Etter oppstarten av Discovery Channel i USA i 1985 har DCI i dag virksomhet i 152 land, med 180 millioner abonnenter totalt. DCI sine 33 nettverk av spesialiserte programtjenester representerer 14 merkevarer innenfor underholdning, blant annet TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health Channel, Discovery Kids samt en rekke digitale kanaler. Blant andre DCI-tjenester kan vi nevne Discovery.com og 165 Discovery Channel-butikker. DCI distribuerer også BBC America i USA.

Utfordringen

Discovery er vert for hver av de 14 kanalenes egne nettsted, der man kan finne sendeplaner og informasjon om hver serie og hvert program. Disse svært informative sidene består av rundt 60 000 filer, som det utføres 120 000 søk på hver dag.

Internett-teamet hos Discovery hadde problemer med å vedlikeholde den forrige søkeløsningen, da de måtte bruke omfattende ressurser på å oppdatere algoritmene for relevans hver gang nytt innhold ble lagt til i nettverket. Selv med betydelig optimalisering var ikke søkeresultatene effektive, og mye tydet på at brukerne av Discovery-nettstedene gikk inn på færre sider som et resultat av dette. Med denne tredjepartsløsningen var det dessuten vanskelig å legge til nytt innhold for å holde nettstedet aktuelt og oppdatert.

Til slutt innså Discoverys Internett-team at noe drastisk måtte gjøres for å forenkle vedlikeholdet, skape mer relevante søkeresultater og få bedre kontroll over innholdet på nettstedet.

«Det er lettere for folk å finne den informasjonen de trenger, noe som betyr at de oppholder seg lenger på siden for å lese, søke videre og kjøpe ting.»

– Mark Irwin, VP Operations

Løsningen

«Google Search Appliance er enklere å konfigurere enn en hjemme-PC», sier Patrick Gardella fra IT-avdelingen.

Webutvikler Carl Lewin kan skrive under på dette: «Løsningen var lett og ukomplisert å implementere.» Han sier dessuten at GSA enkelt kunne integrere tre databiblioteker (samlinger) i ett felles bibliotek, slik at ett og samme søk returnerer et integrert sett med relevante resultater. For eksempel kan Discovery.com nå levere resultater basert på brukerens bane – Animal Planet-seere ser Animal Planet-resultater øverst, i tillegg til TV-programoversikter og linker til produkter i Discovery Store.

Discovery bruker også funksjonen for søkeordsamsvar i GSA for å foreslå «Editor's Picks» (redaktørens anbefalinger), samt søkeresultater som gjenspeiler de mest populære søkeordene. Lewin setter også pris på stavekontrollen. «Uansett hvordan en person staver «hippopotamus», så kan vi anbefale riktig stavemåte og relevante linker til informasjon», sier han.

Om Google Search Appliance

Med Google Search Appliance (GSA) kan bedriften din utnytte fordelene ved en søketeknologi som brukes av millioner av mennesker verden over. Med de spesifikke bedriftstilpasningene kan alle bedriftens søkeoperasjoner tilpasses og gjennomføres på en enklere og mer intuitiv måte. Med GSA kan du umiddelbart indeksere de fleste typer bedriftsinnhold og sørge for at søkemotoren på bedriftens intranett eller nettsted er like relevant og pålitelig som vanlige Google-søk – og like lett å bruke.

Mer informasjon:

<http://www.google.com/intl/no/enterprise/search/>

«Det beste av det hele», sier Gardella, «er kanskje at Google Search Appliance krever svært lite vedlikehold. Det er så enkelt å bruke og administrere at vi noen ganger har vanskelig for å tro det.»

Fordeler

Ikke bare har antallet sidevisninger økt, sier Mark Irwin, VP Operations, men antallet daglige søk har økt med 70 prosent grunnet verdien av å søke med Google. «Det er lettere for folk å finne den informasjonen de trenger, noe som betyr at de oppholder seg lenger på siden for å lese, søke videre og kjøpe ting.»

«Brukerne er vant til å bruke Google», sier Gardella. Når vi legger til Google-logoen nederst på sidene våre, «får folk mer tillit til søkeresultatene», sier Lewin.

«Vi har vært svært fornøyde med Google», sier Irwin. «Verktøyet er pålitelig, holder det det lover og fungerer svært godt sammen med systemene våre.»

