

Discovery Channel descobre o Google Search Appliance e aumenta as consultas de pesquisa em 70%



Visão geral

O que eles queriam fazer

- Aprimorar a experiência de pesquisa
- Reduzir a necessidade de manutenção da experiência de pesquisa

O que eles fizeram

- Indexaram todas as três bibliotecas (conjuntos) de dados no GSA para que uma única pesquisa retorne um conjunto integrado de resultados relevantes

O que eles conseguiram

- Aumentaram o número de pesquisas diárias em 70%
- Reduziram a quantidade de tempo necessária para fazer a manutenção da solução de pesquisa

Negócio

A Discovery Communications, Inc. (DCI) é uma das principais empresas do ramo de mídia e entretenimento. Desde o lançamento do Discovery Channel nos EUA, em 1985, a DCI abriu escritórios em 152 países e conta com 180 milhões de assinantes. As 33 redes com programação diferenciada da DCI representam 14 marcas de entretenimento, incluindo TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health Channel, Discovery Kids e vários canais digitais. Outras propriedades da DCI incluem o Discovery.com e 165 lojas de revenda de produtos do Discovery Channel. A DCI também distribui a BBC America nos Estados Unidos.

Desafio

O Discovery hospeda sites para cada um de seus 14 canais com programações e informações de cada série e programa. Esses sites cheios de informações são formados por cerca de 60 mil arquivos que geram 120 mil consultas de pesquisa por dia.

O produto de pesquisa anterior era de difícil manutenção para a equipe de Web do Discovery porque exigia muitos recursos para atualizar algoritmos de relevância quando novo conteúdo era adicionado à rede. Mesmo com otimização significativa, os resultados de pesquisas não eram eficientes, e a empresa acredita que os usuários acabavam limitando o número de páginas acessadas por causa disso. Essa solução de terceiros também dificultava a adição de novos conteúdos para assegurar a atualização do site.

A situação chegou a um ponto em que a equipe de Web do Discovery precisou fazer uma mudança para simplificar a manutenção da pesquisa, gerar resultados de pesquisa mais úteis e ter um controle melhor do conteúdo do site.

“Mais pessoas estão encontrando as informações que precisam, o que significa que elas permanecem mais tempo no site lendo, pesquisando e comprando.” —Mark Irwin, Vice-Presidente de Operações

Solução

“O Google Search Appliance é mais fácil de configurar que um PC doméstico”, afirma Patrick Gardella, representante do Departamento de TI.

Carl Lewin, desenvolvedor da Web, acrescenta: “A implantação foi simples, não fizemos quase nada.” Ele conta que o GSA incorporou com facilidade três bibliotecas (conjuntos) de dados em uma só biblioteca, permitindo que uma única pesquisa retorne um conjunto integrado de resultados relevantes. Por exemplo, o Discovery.com agora pode oferecer resultados com base no caminho do usuário, por exemplo, quem acessa o Animal Planet pode ver resultados do Animal Planet no topo da pesquisa, além de listas de programas de TV e links de produtos da Discovery Store.

Sobre o Google Search Appliance

Com o Google Search Appliance (GSA), a experiência de pesquisa compartilhada por milhões de pessoas em todo o mundo pode ser aproveitada na sua própria empresa, com aperfeiçoamentos específicos para empresas que tornam a pesquisa mais fácil, intuitiva e personalizável. Preparado para indexar a maioria dos conteúdos empresariais assim que é instalado, o GSA transforma o mecanismo de pesquisa de sites ou a intranet de sua empresa em um sistema tão relevante e confiável quanto o do Google, e com a mesma facilidade de uso.

Para mais informações, visite:
<http://www.google.com/intl/pt-BR/enterprise/search/>

O Discovery também usa o recurso KeyMatch do GSA para sugerir “Escolhas do editor”, resultados que refletem as pesquisas mais populares. Lewin também gostou do recurso de verificação ortográfica. “Independentemente de como alguém escreveu “hipopótamo”, podemos recomendar a grafia correta e links apropriados para informações”, destaca.

Talvez o melhor de tudo, diz Gardella, é que “o Google Search Appliance exige pouquíssima manutenção. Nem dá para acreditar como é fácil de usar e gerenciar.”

Benefícios

O número de páginas acessadas aumentou, afirma Mark Irwin, vice-presidente de operações, e o número de pesquisas diárias aumentou 70% com base no volume de pesquisas no Google. “Mais pessoas estão encontrando as informações que precisam, o que significa que elas permanecem mais tempo no site lendo, pesquisando e comprando.”

“Os usuários sabem usar o Google”, afirma Gardella. A adição do logotipo do Google à parte inferior de nossas páginas “dá mais credibilidade aos resultados da pesquisa”, afirma Lewin.

“Estamos muito satisfeitos com o Google”, afirma Irwin. “É um produto confiável, que cumpre o que promete e funciona muito bem em nosso ambiente.”

