

Discovery Channel upptäcker Google Search Appliance – och ökar sökningarna med 70 %



En översikt

Detta ville man göra

- Förbättra sökupplevelsen
- Minimera behovet av att underhålla sökfunktionen

Detta gjorde man

- Indexerade tre databibliotek (samlingar) till GSA så att en sökning returnerar en integrerad uppsättning relevanta resultat

Detta lyckades man uppnå

- Antalet dagliga sökningar ökade med 70 %
- Den tid som krävdes för att underhålla söklösningen minskade

Verksamhet

Discovery Communications, Inc. (DCI) är ett ledande media- och underhållningsbolag. Från lanseringen av Discovery Channel i USA 1985 finns DCI nu i 152 länder och har 180 miljoner tittare. DCI:s 33 programnätverk representerar 14 varumärken inom underhållning, däribland TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health Channel, Discovery Kids och ett antal digitala kanaler. I det övriga DCI-utbudet finns Discovery.com och 165 Discovery Channel-butiker. DCI distribuerar även BBC America i USA.

Utmaning

Discovery har webbplatser för alla sina 14 kanaler med tablåer och information för varje serie och program. Dessa informationstäta webbplatser består av 60 000 filer och på dem görs 120 000 sökningar per dag.

En sökprodukt de hade tidigare var svår för Discovery-webbteamet att underhålla eftersom den krävde omfattande resurser för uppdatering av relevansalgoritmer när nytt innehåll lades till i nätverket. Även med omfattande optimering blev sökresultaten inte effektiva och den rådande uppfattningen var att Discovery-användarna inte besökte så många sidor på grund av detta. Denna lösning från tredje part gjorde det också svårt att lägga till nytt innehåll och hålla webbplatsen uppdaterad.

Discovery-webbteamet nådde en punkt där de var tvungna att göra en förändring för att förenkla sökunderhållet, få bättre sökresultat och bättre kontroll över webbplatsens innehåll.

"Fler personer hittar den information de behöver, vilket innebär att de stannar kvar längre för att läsa, söka vidare och handla". – Mark Irwin, verksamhetschef

Lösning

"Google Search Appliance är lättare att installera än din hemdator", säger IT-medarbetaren Patrick Gardella.

Carl Lewin, webbutvecklare, tillägger: "Implementeringen var enkel – det var inget att fundera på". Han säger att GSA enkelt integrerar tre databibliotek (samlingar) i ett, så att en enda sökning returnerar en integrerad uppsättning relevanta resultat. Exempelvis kan Discovery.com nu tillhandahålla resultat baserat på användarens sökväg – Animal Planet-tittare ser Animal Planet-resultat högst upp, samt tv-tablåer och länkar till Discovery Store.

Discovery använder också GSA:s KeyMatch-funktion för att föreslå "Redaktörens val". Det är sökresultat som avspeglar de populäraste sökfrågorna. Lewin uppskattar även funktionen för stavningskontroll. "Det spelar ingen roll hur man stavat 'acetylsalicylsyra', vi kan rekommendera rätt stavning och lämpliga länkar till informationen", säger han.

Om Google Search Appliance

Med GSA (Google Search Appliance) kan samma sökfunktion som delas av miljontals användare runt hela världen användas på ditt företag med specifika förbättringar för företag som gör sökandet lättare, mer intuitivt och mer anpassningsbart. GSA kan användas för att indexera många sorters företagsinnehåll utan konfiguration av verktyget. Med GSA förvandlas sökmotorn på företagets intranät eller webbplats till ett system som är lika relevant och pålitligt som Googles och med samma användarvänlighet.

Mer information finns på:

www.google.com/enterprise/search

Det kanske bästa av allt, säger Gardella, är att "Google Search Appliance kräver mycket lite underhåll. Det är så lätt att använda och underhålla att vi ibland inte tror det är sant".

Fördelar

Det är inte bara antalet sidvisningar som har ökat, säger Mark Irwin, verksamhetschef. Det dagliga antalet sökningar har också ökat med 70 procent tack vare fördelarna med att söka med Google. "Fler personer hittar den information de behöver, vilket innebär att de stannar kvar längre för att läsa, söka vidare och handla".

"Användarna känner till hur Google fungerar", säger Gardella. Genom att lägga till Googles logotyp längst ned på våra sidor "ökar användarnas förtroende för sökresultaten", säger Lewin.

"Vi har varit mycket nöjda med Google", säger Irwin. "Lösningen är pålitlig, håller vad den lovar och fungerar mycket bra i vår miljö".

