

Enterprise Search

Das schwächste Glied des Mitarbeiterportals

MiPo'10 – Mitarbeiterportale 2.0, Aalen, 21.01.2010



infocentric
research

strategic services & consulting

Stephan Schillerwein
Head of Research

Stadtturmstrasse 10
CH - 5400 Baden

無駄

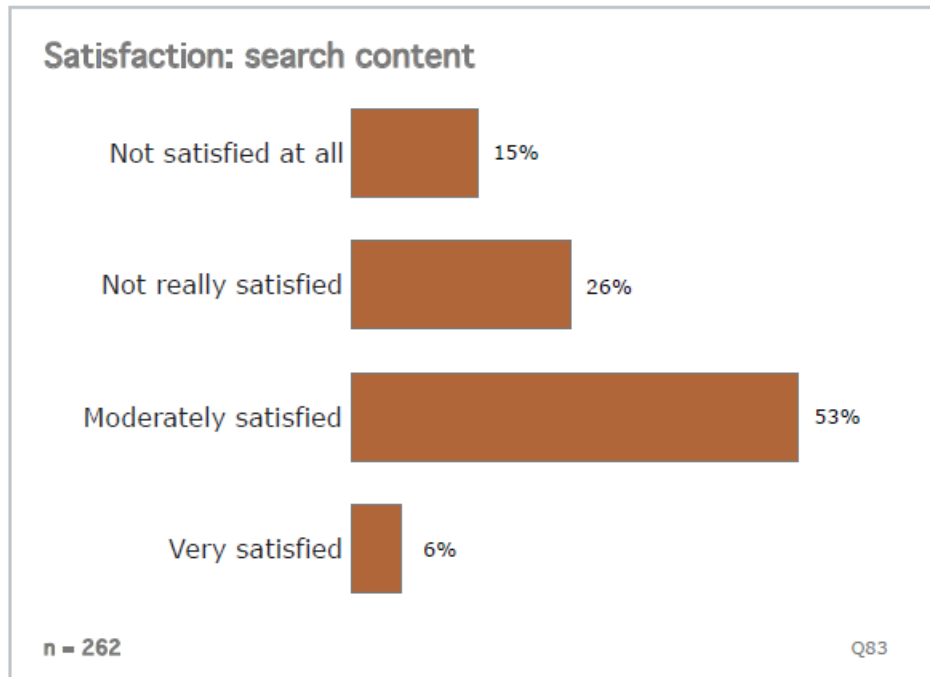
Muda (無駄) = Verschwendung, bekannt geworden durch das Toyota Production System

Information Work: zeitaufwändig und ineffizient

Email: 13 h/W	Kommunikation/ Zusammenarbeit: 6.5 h/W	
Publishen auf mehreren Kanälen: 3 h/W	Dokumente zusammenführen: 4 h/W	
Inhalte erstellen: 6 h/W	Suchen: 9 h/W	Analysieren: 8 h/W
Rad neu erfinden: 3 h/W	Erfolgles Suchen: 3.5 h/W	Archivierte Inhalte erhalten: 2 h/W
...	Versions- probleme: 2 h/W	Dokumente organisieren: 7 h/W
		Umformatieren: 2 h/W

Quelle: IDC, "Hidden Costs of Information Work: A Progress Report", 05/2009,
<http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=217936>

Intranet Suche: Status Quo aus Sicht der Verantwortlichen



Quelle: Jane McConnell, "Global Intranet Trends for 2010", <http://www.netjmc.com>

Status Quo aus Sicht der Mitarbeiter

- „Man findet nichts!“
- „Wieso können wir nicht Google haben?“

Was ist eigentlich der Unterschied...?

- **Intranet Suche:** Suche in internen Webseiten
- **Enterprise Search:** Suche in beliebigen Quellen

Vom überschaubaren zum grenzenlosen Informationschaos

- **Heute: Intranet / Mitarbeiterportal**
- **Morgen: Workplace**
 - intern ↔ extern
 - Browser ↔ Fat Client
 - Business ↔ privat
 - stationär ↔ unabhängig (Ort / Gerät)
 - standardisiert ↔ individuell
 - Struktur-orientiert ↔ Freiform / Task- & Informations-orientiert
 - ...

Google wird's schon richten! Oder?

„Current products do not do a good job providing relevant results ... That includes **Google's** killer PageRank algorithm, which ... simply does not translate well to the enterprise search market.“

Ben DuPont: „Analysis: Enterprise Search - Seek and Maybe You'll Find“
(in Networkcomputing)

„Even **Google** stated that search is no replacement for properly managed content, and that the accuracy and relevance of search tools is dependent on the quality of the content and structure of content searched.“

Alan Pelz-Sharpe: „Search at a tipping point?“ (CMS Watch)

„Ironically, even the Enterprise version of **Google** ... can't ... rescue Enterprise search. ... it performs similarly to other engines.“

Mark Bennett, New Idea Engineering: „Search 2.0 in the Enterprise: Moving Beyond "Single Shot" Relevancy“

In 3 Schritten zu einer

BESSEREN SUCHE



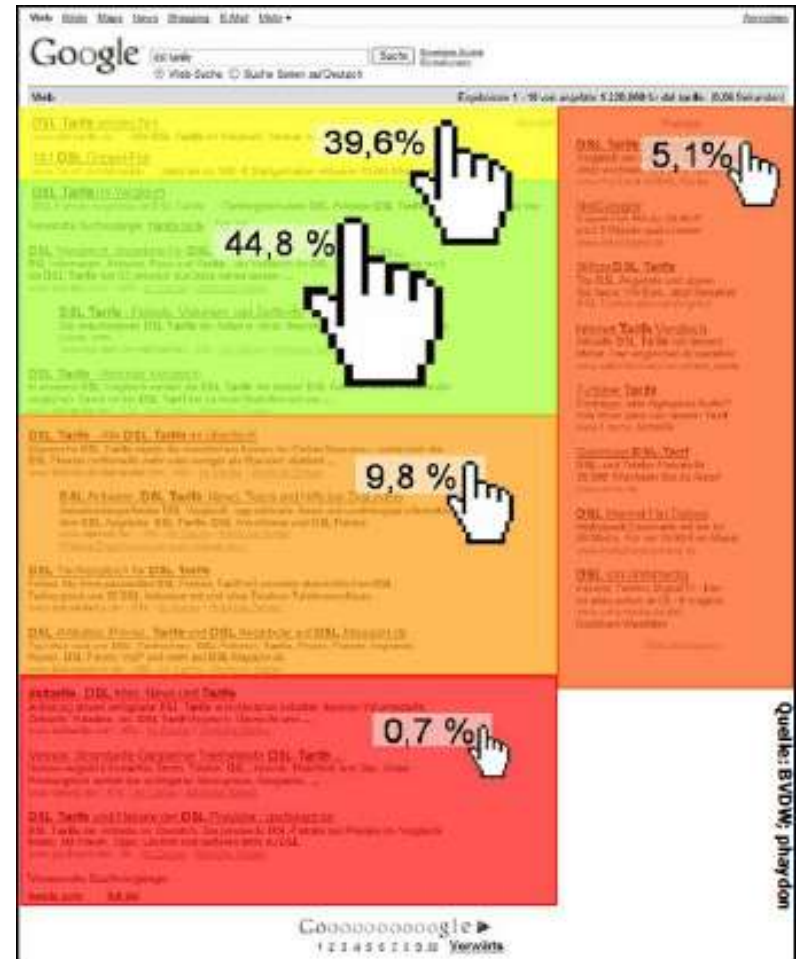
1.) SEARCH MANAGEMENT

Search Management wird dem Zufall überlassen

- Nur 12% haben eine Search Strategie
- Nur 10% ziehen die Benutzer in Such-Projekte ein, nur 13% testen die Search-Usability
- Weniger als 1 Person zur laufenden Such-Betreuung ist der Normalfall (70%), sogar bei Grossunternehmen (40%)
- Search Analytics wird von 65% gar nicht oder nur unregelmässig durchgeführt

Quelle: Jane McConnell, "Global Intranet Trends for 2010", <http://www.netjmc.com>

Nutzerverhalten Trefferliste



Contentmanager.de: „Beim Googeln erforscht: Studie zum Nutzerverhalten auf Google-Suchergebnisseiten“, Daniel Reza Schmeißer, http://www.contentmanager.de/magazin/artikel_2148.html

Pflichtprogramm

- 1 Person zum Such-Verantwortlichen ernennen (Strategie, Konzept, Inhalt, Koordination Technik)
- Qualifiziertes Benutzer-Feedback einholen (1x/Jahr)
- Search Analytics betreiben (1x/Monat)
 - Short Tail
 - Zero Results / Search Abandonment
 - Trend Analyse
 - Best Bets
- Inhaltsbereitsteller sensibilisieren/ausbilden/incentivieren
- An Erwartungshaltung der Mitarbeiter „arbeiten“

Search Analytics: Best Bets im Google Intranet

momama
inside Google

Google [Googlers](#) [Rooms/Locations](#) [Web](#) [Maps](#)

contact acme [Advanced Search](#)
[Search Tips](#) / [Search FAQ](#)

include secure content

Results 1 - 10 (1.17 seconds). Sort by: [Date](#) | [Relevance](#)

[Whom Do I Notify? \(Wiki\)](#)
<http://wiki/wiki/bm/view/Main/WhoDoINotify> [Add by jtm](#) [Edit](#)

[Support Contacts for Our Products](#)
http://www/contacts/Directory_Index.html [Add by jtm](#) [Edit](#)

[Salesforce.com Contact results for: acme](#) [Add another result](#)

[Russell, Victor](#) - (404) 555-6182 - rvictor@acme.com
[Frost, Gannon](#) - (404) 555-5292 - gfrost@acme.com
[Burns, Ulric](#) - (312) 555-2823 - ulnic@eur.acme.com
[View all 3 results in Salesforce](#)

[WSJ.com - 2009 Reputation Quotient Rankings](#)
... 1, 1, Johnson & Johnson, 80.56, 2, 3, Acme, 79.69, 3, -, Google, 79.52, 4, 5, UPS, 79.37, 5, 2, 3M, 78.78 ... 4, General Mills, 5, Acme, Financial Performance ...
www.corp.google.com/corpcomm/pressarchive/051206wsj2.html - 82k - 2008-10-02 - [Cached](#)

[Strategy Magazine](#)
... for its work with E*Trade, MMI, ZAQ and Rogers AT&T Wireless grabbed silver, and Cossette Interactive and Acme earned bronze. In the end, my contact and I ...
www.corp.google.com/corpcomm/pressarchive/strategymag.html - 48k - 2009-04-13 - [Cached](#)
[\[More results from www.corp.google.com/corpcomm/pressarchive \]](#)

[Orkut Promotion and Partnership Opportunities](#)
... approval, Manu Rekhi, Jack Alcone, Divya Shah have all been contacted regarding this ... Acme, Google is interested in building out a custom Orkut program similar ...
www.corp.google.com/sparrow/homeweb/orkut/promos.html - 35k - 2008-11-08 - [Cached](#)

[Case Study Tracker](#)
... Euromax, Client Name, URL, Vertical, Discussion progression, Details, Meeting dates, Contact name & ... DE, Ruth, Acme (????? <http://www.acme.de/gateway> ...
VGDrive/sparrow/homeweb/murchin_eulcase_study_tracker.html - 83k - 2009-04-03 - [Cached](#)

[\[Product Name\] Beta Sign-Up](#)
... accounts with flighted campaigns, will determine which brand is best fit, Acme, MediaVest, tgross, DSO, NA, Direct, CPG, N/A, TBD, also contact sarah carberry ...
www.corp.google.com/sparrow/homeweb/AdWordsBetas/outofhomebeta.html - 14k - 2008-11-14 - [Cached](#)

[pocj Creating a Great Presentation for Jonathan](#)
Fill folks classes note through Nina, and he will identify appropriate local contacts



2.) METADATEN-KONZEPT

Photo credit: Kristin Andrus (kpishdadi)

<https://www.flickr.com/photos/wipney/15954029/>

Bisherige Ansätze

- Freitext Keywords
- Taxonomien
- Social Tagging (Folksonomies)

Kombinierter Ansatz

- System schlägt dem Autor auf Basis des vorliegenden Inhalts und abgestimmt auf eine High-level Taxonomie ein oder mehrere Keywords vor
- Autor verwendet, korrigiert, ergänzt, löscht oder ignoriert den Vorschlag
- Keywords zum Teil des sichtbaren Mitarbeiterportals machen: als Navigationsoption, als Bindeglied zu Personen, in Relevanzberechnung und Trefferliste, ...
- Benutzer können Tags hinzufügen und die Einordnung bewerten
- Aufnahme in Performance-Messung; Autoren erhalten Auswertungen

A close-up photograph of a vintage rifle's receiver and bolt action mechanism. The receiver is made of dark wood with a metal plate on top. The bolt action is made of metal and is in the open position. The barrel is visible on the right side of the receiver. The background is blurred, showing a person's hand and part of a white shirt.

3.) BENUTZERFÜHRUNG

Photo credit: Crashworks

<http://www.flickr.com/photos/mrcrash/746540040/>

Demo: www.wineaccess.com

Search results for: "red wine" + Merlot + Sicily and Sardinia

REFINE YOUR SEARCH [New Search >](#)

Merlot

Sicily and Sardinia

Vintage

2006 2005 2003 2002

Winery

Borghi
Planeta

Price Range

\$0 \$100+

Expert Rating

Reviewers: [Reviewer Guide >](#)

Stephen Tanzer
 Wine Advocate
 Wine Spectator
 CGCW

Ratings:

All Results In Stock (4) **Best Values (1)** show me out of stock wines

Sort by: Price | Producer Name | Vintage View 10 per page Page 1

2006 Borghi Merlot Sicilia
Italy | Sicily and Sardinia | Merlot
Customer Rating ★★★★★ [Find the lowest price](#)

2005 Planeta Merlot Sicilia
Italy | Sicily and Sardinia | Merlot
Expert Rating
Customer Rating ★★★★★ [Find the lowest price](#)

2003 Planeta Merlot Sicilia 
Italy | Sicily and Sardinia | Merlot
Expert Rating
Customer Rating ★★★★★ [Find the lowest price](#)

2002 Planeta Merlot Sicilia
Italy | Sicily and Sardinia | Merlot
Customer Rating ★★★★★ [Find the lowest price](#)

Woher die benötigten Metadaten nehmen... ?

Metadaten	Vorhanden	Händisch	Extrahierbar
Datum	☺		
Format	☺		
Quelle	☺		
Autor	☹		
Organisations- einheit	☹		☹
Dokumenten-Typ			☺
Orte			☺
Produkte			☺
Personen			☺
Themen		☺	☹
...			

Case Study: Faceted Navigation bei Vivisimo

The screenshot displays the Vivisimo search engine interface. At the top right, there are links for 'About | Help | Profile | Logout - monarko'. The Vivisimo logo is on the left, and a search bar contains the query 'security' with a 'Search' button. Below the search bar, a message states 'Your query has been expanded. [Show Expansions](#)'. A navigation bar shows tabs for 'All', 'Lotus Notes', 'SharePoint', 'Documentum', 'Employees', and 'Trade Publications'. The search results are shown as 'Results 1-10 of about 1,499'. A 'Topic Clusters' sidebar on the left lists categories like 'Search, Enterprise (59)', 'Review, Rolling (38)', etc. The main results area shows three search results, each with a title, a brief description, and a 'save to folder' button. The first result is 'News - IT Security News - SC Magazine UK' with a snippet about a TD Ameritrade data breach. The second result is 'CA Emphasizes Holistic Enterprise IT Management' with a snippet about compliance. The third result is 'Re: Security article on BI and Search' with a snippet about a security article. The interface includes various controls like 'Select/deselect all on this page', 'Selected results: 0', 'Folders', and 'add new comment' buttons.

In 3 Schritten zu einer besseren Suche

- Search Management
- Metadaten-Konzept
- Benutzerführung



infocentric
research

strategic services & consulting

vorname.nachname@infocentricresearch.com

www.infocentricresearch.com

www.intranet-matters.de

twitter.com/IntranetMatters

delicious.com/Infocentric_Research