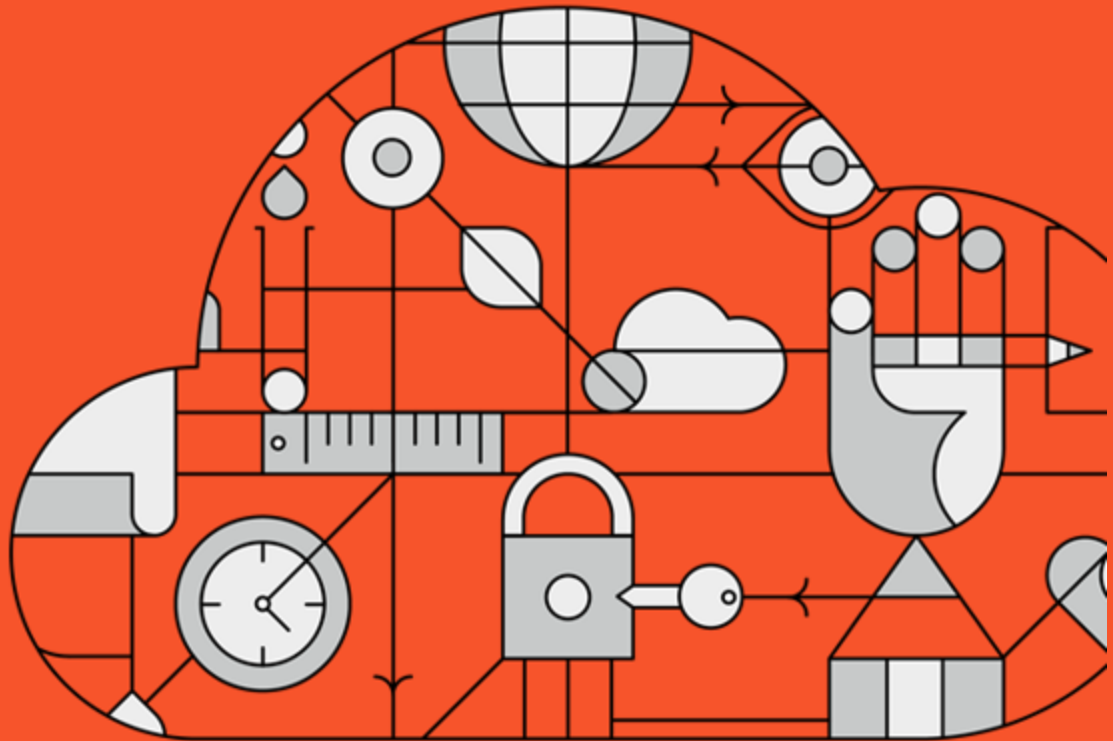




# Episerver Find Benutzerhandbuch





© EpiServer 2018

EpiServer Find Benutzerhandbuch 18-1

Release date 01-02-2018

# Table of contents

---

<b>Table of contents</b> .....	<b>3</b>
<b>Einleitung</b> .....	<b>6</b>
Funktionen, Lizenzen und Versionen .....	6
Hinweis zum Urheberrecht .....	7
<b>Was ist neu?</b> .....	<b>8</b>
<b>Episerver Find</b> .....	<b>10</b>
Funktionsübersicht .....	11
Funktionen in der Find-Standardversion .....	11
Funktionen in Find Connections Edition .....	12
<b>Was bedeutet Suchoptimierung?</b> .....	<b>13</b>
Praxislernen .....	13
Die neue Website .....	14
Die wachsende Website .....	14
Automatische Suchoptimierung .....	14
Automatische Zielseiten .....	14
Adaptive Navigation .....	15
Geführte Suche .....	15
Manuelle Suchoptimierung .....	15
Suchausdruck entspricht nicht der Formulierung im Inhalt .....	15
Gewählten Inhalt fördern .....	15
Besucher klicken keine Suchergebnis-Links an .....	16
Keine Suchergebnisse geliefert, weil der Inhalt fehlt .....	16
Gesuchter Inhalt befindet sich nicht auf Ihrer Website, aber die Besucher nehmen an, er befindet sich dort .....	16
Gelieferte Ergebnisse enthalten den Suchausdruck nicht .....	16
Relevanter Inhalt wurde gefunden, aber nicht ganz oben angezeigt .....	16

<b>Analyse von Suchstatistiken</b> .....	<b>17</b>
<b>Manuelle Optimierung der Suchergebnisse</b> .....	<b>19</b>
Optimierungsansicht .....	19
Wonach Sie suchen sollten .....	20
Förderung von Inhalten mit Best Bets .....	21
Best Bets hinzufügen .....	23
Best Bets bearbeiten .....	25
Best Bets löschen .....	25
Auswirkung von Veröffentlichung und Ablaufdaten auf Best Bets .....	25
Best Bets für Katalogeinträge .....	26
Verwandte Anfragen hinzufügen .....	28
Synonyme für ähnliche Suchausdrücke hinzufügen .....	30
Unidirektionale und bidirektionale Synonyme .....	30
Beispiel .....	31
Stichwörter und Synonyme .....	31
Synonyme hinzufügen .....	31
Autocomplete .....	33
Quellen für Autocomplete-Vorschläge .....	33
Hinzufügen, Bearbeiten und Löschen von Autocomplete-Ausdrücken .....	35
Reihenfolge der Autocomplete-Ausdrücke ändern .....	35
Optimierung von mehreren Websites und Sprachen .....	36
Websites, Sprachen und Indizes .....	37
<b>Find konfigurieren</b> .....	<b>42</b>
<b>Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften (Boosting)</b> .....	<b>43</b>
Gewichtungseinstellungen ändern .....	43
Hinweise zur Änderung von Gewichtungseinstellungen .....	44
<b>Löschen eines Indexes und Neuindizierung</b> .....	<b>45</b>
Löschen des Indexes .....	45

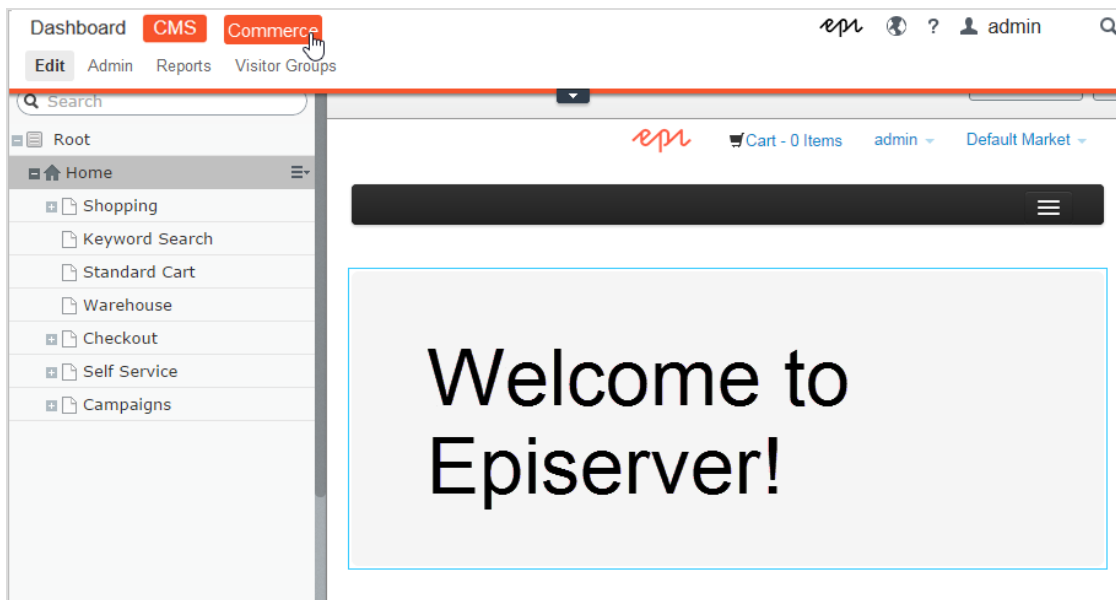
Neuindizierung der Website .....	46
Löschen von Statistik .....	46
<b>Konnektoren hinzufügen .....</b>	<b>47</b>
Konnektoren konfigurieren .....	47
Anzeigen von Konnektoren und Indizierungsaufträgen .....	48
<b>Entdecken des Indexes .....</b>	<b>49</b>
Prüfung des Indexübersicht-Bildschirms .....	49
Prüfung des Entdecken-Bildschirms .....	49
<b>Zugriffsrechte .....</b>	<b>51</b>
<b>Index .....</b>	<b>52</b>

# Einleitung

Online-Hilfe beschreibt die Elemente und Funktionen der Episerver-Plattform und deckt CMS für Content-Management, Commerce für die E-Commerce-Funktion, Find für die erweiterte Suche und Episerver Add-ons ab. Sie können von der Episerver-Plattform oder von [Episerver World](#) darauf zugreifen. Für Benutzer, die PDF-Format oder gedruckte Dokumentation bevorzugen, steht die Online-Hilfe auch im PDF-Format zur Verfügung.

Diese PDF-Datei beschreibt die Elemente und Funktionen von EpiserverFind, die Sie auf [Episerver World](#) finden. Entwickler-Handbücher und technische Dokumentationen finden Sie ebenfalls auf [Episerver World](#).

Die Benutzerdokumentation richtet sich an Redakteure, Administratoren, Marketer und Merchandiser, die Aufgaben wie unter Rollen und Aufgaben in der Online-Hilfe beschrieben übernehmen.



## Funktionen, Lizenzen und Versionen

Die Benutzerdokumentation wird ständig aktualisiert und umfasst die neuesten Versionen für die Episerver-Plattform.

### CMS

Das Episerver CMS ist der Kern der Episerver-Plattform. Die Lösung bietet für alle Arten von Website-Inhalten umfassende Funktionen zur Inhaltserstellung und zur Veröffentlichung. CMS-Funktionen sind in allen Episerver-Installationen verfügbar.

### Commerce

Episerver Commerce fügt den Kernfunktionen von CMS komplette E-Commerce-Funktionen hinzu. Commerce erfordert eine zusätzliche Lizenz-Aktivierung.

## Add-ons

Add-ons erweitern Episerver um Funktionen wie erweiterte Suche, Multivariates Testing und die Integration von sozialen Netzwerken. Einige Add-ons sind kostenlos, andere erfordern eine Aktivierung der Lizenz. Add-ons von Episerver sind in der Online-Hilfe beschrieben.



Da häufig neue Funktionen eingeführt werden, beschreibt dieses Benutzerhandbuch ggf. Funktionen, die noch nicht auf Ihrer Website verfügbar sind. Lesen Sie im Abschnitt [Was ist neu](#), in welchem Bereich und ab welcher Version eine bestimmte Funktion verfügbar ist.

## Hinweis zum Urheberrecht

© Episerver 1996 – 2018. Alle Rechte vorbehalten.

Für alle Informationen und Inhalte hält Episerver das alleinige Urheberrecht. Inhalte dürfen nicht ohne Zustimmung geändert oder teilweise kopiert werden. Das Dokument darf in seiner Gesamtheit digital oder in gedruckter Form frei an alle Nutzer der Episerver-Software weitergegeben werden. Episerver haftet in keiner Weise für Fehler oder Auslassungen im Inhalt dieses Dokuments. Episerver behält sich das Recht vor, Funktionen und Anforderungen an das technische System zu ändern. Episerver ist ein eingetragenes Warenzeichen von [Episerver AB](#). Ektron ist ein eingetragenes Warenzeichen von [Episerver Inc.](#)

## Was ist neu?

Das Episerver Benutzerhandbuch beschreibt die Funktionen der Episerver-Plattform, einschl. CMS für das Content-Management und Commerce für das E-Commerce-Management und Add-ons von Episerver. Neue Funktionen werden kontinuierlich durch [Episerver-Updates](#) verfügbar gemacht.



Da häufig neue Funktionen eingeführt werden, beschreibt dieses Benutzerhandbuch ggf. Funktionen, die noch nicht auf Ihrer Website verfügbar sind.

Dieses Benutzerhandbuch (18-1) beschreibt **Funktionen, die bis einschließlich Update 197** für Episerver ergänzt wurden; siehe [Episerver World für ältere Versionen des Benutzerhandbuchs](#).

Bereich	Funktionen und Updates
Find	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Diese Version des Benutzerhandbuchs enthält keine Updates des Abschnitts Episerver Find.</li> </ul>
Insight	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Erste Veröffentlichung von Episerver Insight, das auf den Episerver Profile Store zugreift und jedes Mal, wenn ein Besucher ein Produkt ansieht, ein Produkt der Wunschliste oder dem Warenkorb hinzufügt, eine Bestellung durchführt usw., Daten über das Verhalten eines Website-Besuchers erhebt und speichert. Auf diese Weise können Sie aktuelle Daten verwenden, um Besuchern Ihrer Website ein benutzerspezifisches Erlebnis zu bieten. Siehe auch <a href="#">Episerver Profile Store Entwicklerhandbuch</a> auf <a href="#">Episerver World</a>.</li> </ul>
Add-ons	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Ein neuer <a href="#">geplanter Auftrag</a>, <b>Daten von MAI-Konnektor abrufen</b>, wurde hinzugefügt. Erfasst die Daten der Konnektoren für die Marketing Automation. (<a href="#">Update 192</a>)</li> </ul>
Campaign	<ul style="list-style-type: none"> <li>» In dieser Version des Benutzerhandbuchs wurden Links zu den folgenden weiteren Episerver-Produkten hinzugefügt:               <ul style="list-style-type: none"> <li>» <a href="#">Episerver Campaign</a> bietet Cross-Channel-Kampagnenmanagement für die visuelle Erstellung und</li> </ul> </li> </ul>
Perform	



Bereich	Funktionen und Updates
Reach	<p>Verwaltung von Kampagneninhalten, einschließlich E-Mail, SMS und Kampagnenanalytics.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» <a href="#">Episerver Personalization Portal</a> enthält <a href="#">Merchandising-Regeln für Empfehlungen</a> als Teil der Produktplattform Episerver Perform sowie <a href="#">Episerver Mail</a> und <a href="#">Episerver Trigger</a> als Teil der Produktplattform Episerver Reach.</li></ul>

Find

## Episerver Find



Episerver Find erfordert eine zusätzliche Lizenz und einen Index. Siehe [Episerver World](#) für Installation und Konfiguration. Nach der Installation erscheint Find im Hauptmenü.

Die meisten Website-Besucher verlassen eine Website wieder, wenn sie nicht schnell finden, was sie suchen. Angesichts ständig zunehmender Datenmengen reicht die Menüführung nicht mehr aus, daher wird die Suche zum Auffinden von Informationen immer wichtiger. **Episerver Find** verleiht Websites leistungsstarke Suchfunktionen. Die Suche umfasst Internetsuchmaschinen (wie z.B. Bing) und eine Website-Suchfunktion.

Eine Suchoptimierung erhöht die Chancen, Besucher auf Ihre Website zu lenken, sie dort zu halten und sie zur Durchführung einer Aktion wie etwa einer Registrierung oder zum Einkaufen zu bewegen. Dies ist eng mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO) verbunden, die häufig auch „Prozess zur verbesserten Sichtbarkeit des Website-Inhalts in den Suchergebnissen“ genannt wird.

Bei Episerver Find basiert die Suchfunktionalität auf dem Suchverhalten des Besuchers und der Website-Statistik. Anhand dieser Informationen können Sie [automatische Landingpages](#), [Adaptive Navigation](#) und [Geführte Suche](#) hinzufügen, um den Website-Verkehr zu verstärken und die Konversionsrate zu steigern.

Die Find-Dokumentation informiert Suchadministratoren wie z.B. Editoren und Site-Administratoren über die Einrichtung und Benutzung von Find. Sie erklärt Entwicklern zudem die Konfiguration und Einrichtung von Suchfunktionen.

The screenshot displays the Alloy Meet website interface. At the top left is the Alloy logo, consisting of a blue square with a white 'A' and the word 'AlLOY' below it. To the right is a navigation menu with links for 'Start', 'Alloy Plan', 'Alloy Track', 'Alloy Meet', 'About us', and 'Find' (which is underlined). Below the navigation is a breadcrumb trail 'Start / Find'. A search input field contains the text '"alloy meet"', and a 'Search' button is positioned below it. The main content area features a 'Search result' section with the text 'Your search for "alloy meet" resulted in 2 hits'. Below this, there are two sections: 'Download Alloy Meet' and 'Installing'. The 'Download Alloy Meet' section includes the text 'Alloy Meet Download free trial Download, install and evaluate for 30 days. Download, install and evaluate for 30 days.' The 'Installing' section includes the text 'You are installing Alloy Meet.' On the right side, there is a 'Sections' sidebar with a list of categories and their respective counts: 'All (57)', 'Root (30)', 'About us (15)', 'How to buy (3)', 'Alloy Track (3)', 'Campaigns (2)', 'Alloy Plan (2)', and 'Alloy Meet (2)'. The 'Alloy Meet (2)' item is highlighted with a blue background.

## Funktionsübersicht

Mit Episerver Find können Sie benutzerdefinierte Funktionen wie Filterung und Facetten-Navigation entwickeln, basierend auf Inhaltseigenschaften wie Preis oder Farbe. Find basiert auf einem Index-Service und Schnittstellen, die Cloud-basiert oder lokal installiert sein können. Find unterstützt mehrere Sprachen.

Episerver Find indiziert jede Art von Website-Objekt, nicht nur Websites. Sobald ein Autor Inhalt veröffentlicht, sendet Find Daten an die Suchmaschine und macht so neue bzw. aktualisierte Inhalte nahezu in Echtzeit verfügbar.

### Funktionen in der Find-Standardversion

- » [Anzeigen und Analysieren von Suchstatistik](#) für Ihre Websites und Verwendung der Statistik zur Suchoptimierung.

- » [Erkunden des Site-Index](#), um zu sehen, was indiziert wurde und wann, und Verwendung dieser Daten zur Anpassung von Suchfunktionen.
- » [Promoten ausgewählter Inhalte \(beste Wahl\)](#) und Verwalten von [Suchausdrücken ohne Treffer](#).
- » Hinzufügen [von verwandten Abfragen](#) zur Anleitung der Besucher bei der Suche nach bestimmten Inhalten.
- » Definieren von [Synonymen für ähnliche Suchausdrücke](#).
- » [Gewichten von Inhaltseigenschaften](#) zur gewünschten Optimierung der Ergebnisse.
- » Unterstützung für grundlegende boolesche Operatoren wie UND, ODER, NICHT. Sonderzeichen wie + und - werden derzeit nicht unterstützt. Komplexe verschachtelte Kombinationen sind eingeschränkt.

## Funktionen in Find Connections Edition

Mit der Episerver Find Connections Edition können [Konnektoren](#) hinzugefügt werden, die externe Inhalte indizieren, die einen Bezug zu Ihrer Website haben, aber nicht Teil derselben sind. Für Kaufinformationen zur Connections Edition siehe [Bestellung Episerver Find](#). Für Einweisung in die Nutzung siehe [Konnektoren hinzufügen](#).



Siehe Erste Schritte in the CMS Editor User Guide zum Anmelden, Nutzen von Funktionen und Arbeiten mit der Episerver-Benutzeroberfläche.

## Hilfe in Find

Die Benutzeroberfläche von Episerver Find liefert Bildschirmdokumentation. Zum Zugriff klicken Sie auf **Hilfe anzeigen** in der oberen rechten Ecke.

Find

## Was bedeutet Suchoptimierung?

Suchoptimierung hilft den Website-Besuchern, schnell den richtigen Website-Inhalt zu finden. Dies ist eng mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO) verbunden, die häufig auch „Prozess zur verbesserten Sichtbarkeit des Website-Inhalts in den Suchergebnissen“ genannt wird.

In dem Maße wie der Suchrang einer Website steigt, erhält Ihre Website mehr Besucher.



Mit Episerver Find können Sie kundenspezifische Funktionen zur Erstellung automatischer Zielseiten und verschiedene Arten von adaptiver Navigation mit minimalem Aufwand erstellen. Während Episerver Find seine SEO-Strategien auf Website-Besucherstatistik aufbaut, können Sie manuell Suchoptimierung für gezielte Inhalte implementieren, um die Sucherfahrung zu verbessern.

### Praxislernen

Der überwiegende Teil der automatischen SEO von Find basiert auf Anfragen von Website-Besuchern. Mit steigender Anfragenzahl „lernt“ Episerver Find und basiert Suchvorschläge auf vorherigen erfolgreichen Anfragen.

## Die neue Website

Wenn Entwickler eine Website einrichten und die Suche konfigurieren, verwenden sie die Programmierschnittstelle zur Entwicklung von benutzerdefinierten Filtern (parallel zu eingebauten Filtern) und Facettennavigation. Da die Seite neu ist, kann die Suchoptimierung auf nur wenige Statistiken zurückgreifen. Daher können Sie Besuchern durch Hinzufügen von Suchausdruck-Vorschlägen helfen. Siehe auch: [Autocomplete](#).

## Die wachsende Website

In dem Maße wie Ihre Website wächst und Suchdaten ansammelt, verwenden Sie Suchstatistik zur Analyse von Suchaktivitäten. Der Optimierungsprozess geht mehr und mehr in Kontrolle, Feinabstimmung und Förderung der Inhalte über, damit den Besuchern die richtigen Inhalte geliefert werden.

## Automatische Suchoptimierung

Durch Codierung der nachfolgenden Funktionen und Tagging von Inhaltseigenschaften können Sie Besucher gezielt auf Ihre Website und zu relevanten Inhalten leiten.

## Automatische Zielseiten

Wenn Sie eine Kampagne erstellen, unternehmen Sie in der Regel erhebliche Anstrengungen bei der Einrichtung von Zielseiten und Anzeige von gewünschten Inhalten an verschiedenen Stellen der Website. Mit Tagging und Suchkriterien können Sie die Zielseiten erstellen, die dynamisch relevante Inhalte anzeigen.

### Release notes for Episerver updates

This is an overview of the latest changes included in EPiServer Find 9.5.0.2999 as NuGet packages. As a developer working with EPiServer solutions, you can use this information to decide which updates to apply to your project. Refer to [installing EPiServer updates](#) for information on how to install EPiServer updates.

#### Changes in EPiServer.Find

Filter by

Bug
  Feature
  All

Id	Type	Package	Title	Closed
109403	Feature	EPiServer.Find 9.5.0.2999	Customized Search Block	Jul 24 2015
118616	Feature	EPiServer.Find 9.5.0.2999	Be able to scroll content with one scrollbar	Jul 21 2015
127694	Bug	EPiServer.Find 9.5.0.2999	Find does not allow filtering on decimal properties	Jul 17 2015
127058	Bug	EPiServer.Find 9.5.0.2999	Indexing Word documents	Jul 13 2015

#### Products

- CMS
- Commerce
- Facets**

#### Packages

- All
- EPiServer.Find**

#### Released in version

- All
- 9.5.0.2999
- 9.4.0.2900
- 9.3.1

Eine automatische Landing-Page (wie im Beispiel oben) ist praktisch eine Suchseite mit einem kleinen Bearbeitungsbereich ganz oben. Episerver Find treibt die Suchergebnisse durch Inhalt-Tagging voran. Website-Besucher können Suchergebnisse durch Facetten eingrenzen.

Episerver Find bietet eine SEO-freundliche URL für die dynamische Zielseite, basierend auf vom Besucher ausgewählten Facetten. Beispiel: Wenn Sie nach *Sweatshirt* suchen, enthält die zurückgesandte URL assoziierte Suchfacetten wie z. B.

```
../search/sweatshirt/women/hoodies
```

## Adaptive Navigation

Website-Navigation oft ist statisch und basiert auf einer Inhaltsstruktur, mit der zwar Redakteure vertraut sind, die aber weniger intuitiv für Besucher ist. Mit Suchkriterien lässt sich eine Navigation schaffen, die personalisierte Inhalte anzeigt, basierend auf Daten, die von dem Besucher bekannt sind, wie etwa Inhaltsbezüge oder ein registriertes Profil.

## Geführte Suche

Episerver Find kann automatisch Suchausdrücke basierend auf dem Verhalten der Website-Besucher vorschlagen. Beispiel: Bei der Suche nach *Seite* erscheinen **Personen, die bei der Suche nach „Seite“ auch nach „Webseite“ suchten**. Die [Autocomplete](#)-Funktion bietet ebenfalls eine geführte Suche.

## Manuelle Suchoptimierung

Selbst wenn Episerver Find automatisch Suchoptimierungen durchführt, sollten Sie die Suchaktivitäten auf Ihrer Website regelmäßig kontrollieren, um die Suchleistung feinabzustimmen und Abweichungen zu entdecken. Sie wollen u.U. Systemvorschläge überschreiben, um bestimmte Inhalte zu fördern.

Verwenden Sie die [Optimierungsansicht](#) zur Durchführung einer manuellen Suchoptimierung. Zur Optimierung kann auch die Änderung von Website-Inhalt gehören, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Die nachfolgenden Szenarien zeigen, wie Suchoptimierungsmaßnahmen den Besucher zu den passenden Inhalten führen können.



### Suchausdruck entspricht nicht der Formulierung im Inhalt

Beispiel: *Korb* anstelle von *Wagen*. Helfen Sie hier weiter, indem Sie [ein Synonym hinzufügen](#).



### Gewählten Inhalt fördern

Verwenden Sie Best Bets zur [Förderung des Inhalts ausgewählter Seiten](#). Beispiel: Wenn ein Besucher nach *Weihnachtskarten* sucht, erscheint ein *Weihnachtsangebot* an der Spitze der Suchergebnisse.

## **Besucher klicken keine Suchergebnis-Links an**

Niedrige Klickfrequenzen sind u.U. kein Problem – sie können nämlich bedeuten, dass die Suchergebnisse angemessene Informationen liefern. Sie können aber auch bedeuten, dass die Informationen nicht attraktiv genug sind. [Arbeiten Sie mit dem Inhalt](#) um sicherzustellen, dass passende Beschreibung in den Suchergebnissen erscheint und die SEO-Vorgaben erfüllt sind. Oder [erstellen Sie ein Best Bet](#) mit benutzerdefiniertem Titel und entsprechender Beschreibung.

## **Keine Suchergebnisse geliefert, weil der Inhalt fehlt**

Verwenden Sie Suchstatistik, um herauszufinden, ob erforderlicher Inhalt auf Ihrer Website fehlen. Dies setzt ein gutes Verständnis des Inhalts voraus. Erstellen Sie die fehlenden Inhalte und stellen Sie sicher, dass sie in den Suchergebnissen erscheinen.

## **Gesuchter Inhalt befindet sich nicht auf Ihrer Website, aber die Besucher nehmen an, er befindet sich dort**

Wenn Besucher häufig nach Inhalt auf einer entsprechenden Website suchen, fügen Sie einen [Konnektor](#) hinzu, um den Inhalt dieser Website anzuzeigen, und verbinden Sie ihn mit den Suchergebnissen Ihrer Website.

## **Gelieferte Ergebnisse enthalten den Suchausdruck nicht**

Fügen Sie dem Inhalt den Suchausdruck hinzu, oder fügen Sie [Synonyme](#) hinzu, mit denen die Besucher der Website Inhalte abrufen können, ohne die genaue Formulierung zu kennen.

## **Relevanter Inhalt wurde gefunden, aber nicht ganz oben angezeigt**

Arbeiten Sie mit dem Inhalt, um zu überprüfen, ob die SEO-Vorgaben erfüllt sind. Sie können zum Beispiel sicherstellen, dass die Seite einen relevanten Titel, korrekte und aussagekräftige Meta-Daten und ein genaues Änderungsdatum hat. Sie sollten auch sicherstellen, dass die Seite relevante Stichwörter und Suchausdrücke hat. Verwenden Sie spezifische Stichwörter statt ungenauerer, häufig verwendeter Begriffe. Z.B. **Agile Commerce** (statt **Commerce**), was die Ergebnisse erheblich eingrenzt.

Siehe auch allgemeine Richtlinien zur Optimierung von Inhalt für Suchmaschinen, wie z.B. [Googles Search Engine Optimization Starter Guide](#).



## Find

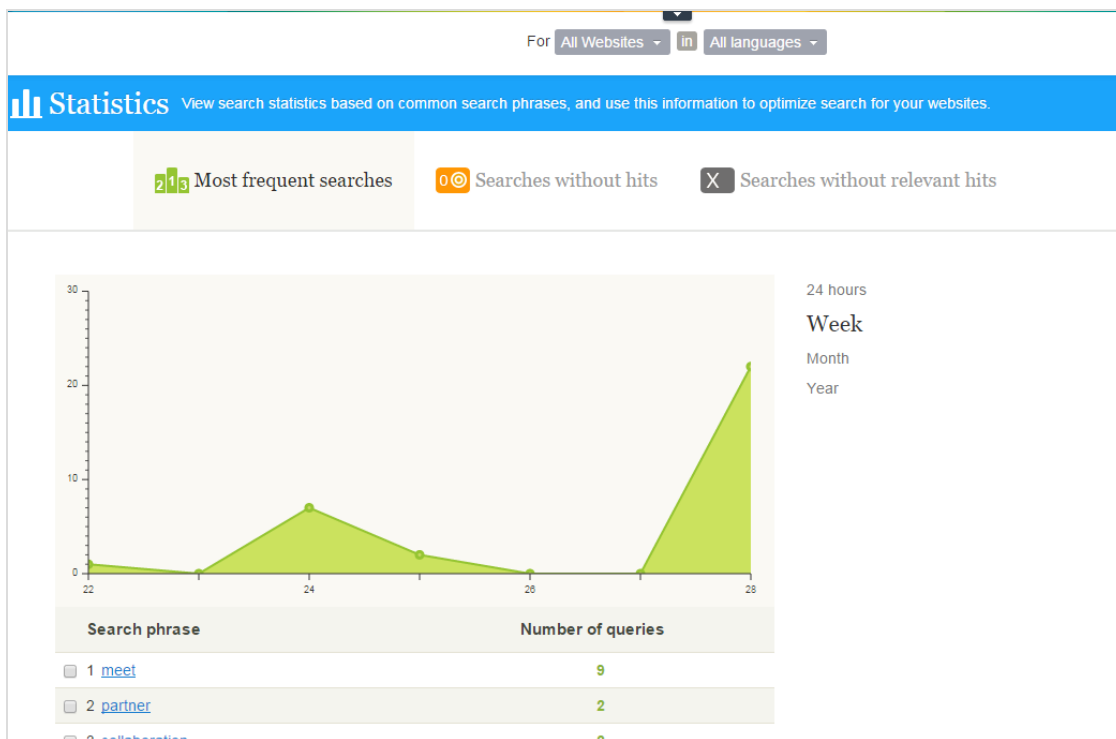
## Analyse von Suchstatistiken

Episerver Find sammelt Statistik über die Aktivitäten der Website-Besucher und zeigt sie in der Statistikansicht an, wo Sie die Aktivität analysieren können.

Für eine neue Website sind Statistiken knapp, aber da Ihre Website wächst und mehr Suchverhalten erfasst, können Sie die Daten analysieren, um die Sucherfahrung zu optimieren.



Sie brauchen **bestimmte Zugriffsrechte** für einen Zugriff auf die Funktionen Episerver Find.



Die Statistikansicht zeigt beliebte Suchvorgänge für einen ausgewählten Zeitraum und gibt an, ob passende Inhalte gefunden wurden. Sie können die Suchdaten nach Zeitintervall, Website und Sprache filtern.

- » **Häufigste Suchvorgänge.** Die am häufigsten gesuchten Ausdrücke.
- » **Suchvorgänge ohne Treffer.** Ausdrücke, nach denen am häufigsten gesucht wurde *und* für die keine Ergebnisse gefunden wurden.

- » **Suchvorgänge ohne relevante Treffer.** Suchanfragen, die Treffer generierten, aber eine niedrige Klickrate hatten. Ausdrücke, nach denen am häufigsten gesucht wurde *und* für die am wenigsten Suchergebnisse angeklickt werden, erscheinen ganz oben.

Klickt man einen Suchausdruck in einer Liste an, dann erscheint ein neues Fenster mit folgenden Informationen.

- » passende Suchergebnisse (bei Verwendung der Ansicht **Häufigste Suchvorgänge**)
- » sonstige Suchvorgänge der Website-Besucher, die mit diesem Suchausdruck gesucht haben

Search phrase 'plan' ×

0 most clicked search results matching 'plan'

Search result	Clicks
No matching hits.	

People who searched for 'plan' also searched for...

Search phrase	Number of searches
1 work	1
2 lang	1

Close

Aus der Statistikansicht können Sie einen oder mehrere Suchausdrücke auswählen und zur [Optimierungsschnittstelle](#) wechseln, um mit Best Bets, verwandten Anfragen oder Synonymen zu arbeiten.

<input type="checkbox"/>	30 <a href="#">cooperation</a>	1
<input checked="" type="checkbox"/>	31 <a href="#">communication</a>	1
<input type="checkbox"/>	32 <a href="#">ceo</a>	1
<input checked="" type="checkbox"/>	33 <a href="#">bears</a>	1
<input type="checkbox"/>	34 <a href="#">"katt" äter möss</a>	1
<input type="checkbox"/>	35 <a href="#">"katt äter möss"</a>	1

Select one or more phrases in the list and click the desired search optimization method to work on these phrases.

★ Create best bets

💬 Create related queries

↔ Create synonyms

Find

## Manuelle Optimierung der Suchergebnisse

Selbst wenn Episerver Find die Suche automatisch optimiert, sollten Sie die Suchaktivitäten auf Ihrer Website regelmäßig überwachen, um die Suchleistung zu verbessern und Suchtrends zu identifizieren. Es kann auch vorkommen, dass Sie Systemvorschläge überschreiben oder bestimmte Inhalte fördern wollen.

Bei der Durchführung einer Suchoptimierung arbeiten Sie eng mit wichtigen Akteuren wie den Website-Eigentümern, den Marketern, Redakteuren und Entwicklern zusammen. Die Aufgaben hängen davon ab, ob die Website neu ist oder bereits etabliert, je nach Menge an Statistiken, mit denen Sie arbeiten müssen.

Sie können eine Suchoptimierung für mehrere Websites und Sprachen von derselben Benutzeroberfläche aus durchführen. Zur effizienten Optimierung der Suche müssen Sie mit dem Inhalt Ihrer Website vertraut sein.



Sie brauchen [bestimmte Zugriffsrechte](#) Episerver Findzwecks Zugriff auf die Funktionen.

### Optimierungsansicht

Zum Zugang zur Optimierungsansicht von der Symbolleiste aus klicken Sie auf **Finden** > **Verwalten** > **Optimierung**.

For **All Websites** in **All languages** Show Help

**Statistics** **Optimization** Apply search optimization features to finetune search on your websites, helping visitors find what they are looking for.

View search statistics based on common search phrases, and use this information to optimize search for your websites.

**Best Bets** **Related Queries** **Synonyms** **Autocomplete**

Use best bets to create a custom list of matching content for common search phrases. Best bets are presented at the beginning of the search results.

Phrases  Separate multiple phrases with comma

Target content  Local    External link

Title

Description

Display best bet in its own style  Display best bet like search result

**Best Bets**

Alloy Track	Alloy Track, online risk management where the whole team gets involved in the project plan Involve the whole team! Projects have a natural lifecycle with well-defined stages. Progress monitoring is <a href="#">feature-autocomplete/alloy-track/</a>	<input type="button" value="Edit"/>	<input type="button" value="Delete"/>
-------------	---	-------------------------------------	---------------------------------------

[alloy track](#)

Verwenden Sie die Optimierungsansicht zur manuellen Suchoptimierung. Sie können Suchausdrücke in der **Statistik** auswählen und in die Optimierungsansicht übertragen. Oder Sie geben manuell Suchausdrücke im Feld **Ausdrücke** der Optimierungsansicht ein.

## Wonach Sie suchen sollten

- » Häufig gesuchte Ausdrücke zeigen Top-Themen an, also Inhalte, von denen die Besucher annehmen, dass sie auf Ihrer Website zu finden sind.
- » Suchausdrücke ohne Treffer zeigen Inhalte auf, die auf Ihrer Website fehlen, oder machen darauf aufmerksam, dass [ein Inhaltselement-Ranking verbessert werden muss](#) in den Suchergebnissen.
- » Wenn Besucher nach Inhalten suchen, die zwar einen Bezug zur Ihrer Website haben, dort aber nicht gespeichert sind, sollten Sie zur Indizierung einer externen Website [einen Konnektor hinzufügen](#).
- » Suchausdrücke mit niedrigen Klickraten können ein Zeichen dafür sein, dass die Inhaltsbeschreibung nicht ausreicht oder dass Titel bzw. Beschreibung nicht attraktiv genug sind. In letztgenanntem Fall [Verwenden Sie ein Best Bet](#) mit benutzerdefiniertem Titel und entsprechender Beschreibung zur Förderung dieses Inhalts.
- » Durch Anklicken eines Suchbegriffs in der Liste sehen Sie andere Ausdrücke, nach denen derselbe Besucher gesucht hat. Wenn z.B. jemand auf nach **Projektpläne** auch **Planung** und

**Projektverfolgung** sucht, reagieren Sie durch Hinzufügen von fehlendem Inhalt oder Schaffung von Synonymen oder Best Bets für diese Ausdrücke.

Anhand der Statistikanzeigedaten können Sie es mit nachfolgenden Inhaltsoptimierungsaufgaben versuchen.

- » [Inhalte Ihrer Website verbessern](#)
- » [Inhalte mit Best Bets fördern](#)
- » [Verwandte Suchausdrücke vorschlagen](#)
- » [Synonyme für ähnliche Suchausdrücke hinzufügen](#)
- » [Redaktionelle Autocomplete-Vorschläge erstellen](#)

Find

## Förderung von Inhalten mit Best Bets

Mit Episerver Find können Sie Inhalte fördern, indem Sie *Best Bets* hinzufügen, also Suchausdrücke, die ausgewählte Web-Inhalte an die Spitze der Suchergebnisse setzen. Verwenden Sie Best Bets, um Antworten auf häufige Fragen zu geben, oder um gesponserte Links wie z.B. auf einer E-Commerce-Website zu erstellen.

Wenn z.B. ein Suchausdruck eine niedrige Klickrate hat, lässt dies vermuten, dass der Contenttitel oder die Beschreibung nicht attraktiv und überzeugend ist. Verwenden Sie ein Best Bet zur Zuweisung eines benutzerdefinierten Titels und einer entsprechenden Beschreibung zur Förderung dieses Inhalts. Durch die Anpassung von Titel und Beschreibung optimieren Sie die Sucherfahrung des Website-Besuchers.

Ein Best-Bet-Suchausdruck muss nicht im zugewiesenen Inhalt vorkommen – Sie weisen einfach einen oder mehrere Ausdrücke einer internen oder externen Website zu, die über den organischen Suchergebnissen erscheint.

**Customized title and description**  
**Search result**  
Your search for *video conference* resulted in 16hits  
**Alloy Meet-conduct virtual meetings (0.74982923)**  
Alloy Meet teleconferencing software lets you conduct virtual meetings in “real time” where everyone is participating as the same time, often by teleconference or video conference.

---

**Standard title and description**  
**Search result**  
Your search for *alloy meet* resulted in 98hits  
**Alloy Meet (4.0621233)**  
Alloy Meet, online meeting and distance cooperation You've never had a meeting like this before! You've never had a meeting like this before! Participants from remote locations appear in your

Sie können ein Best Bet individuell „stylen“, damit es sich von den organischen Suchergebnissen unterscheidet. Informieren Sie die Besucher zum Beispiel, dass ein Link gesponsert wird.



Ein Entwickler muss diese Funktion in Ihr Website-Styling implementieren.

Sie können Best Bets für eine [bestimmte Sprache](#) und eine [bestimmte Website](#) definieren.

Beispiele für Best Bets

- » Sie führen eine Weihnachtsaktion durch. Wenn ein Besucher sucht nach **Weihnachtskarten** sucht, wollen Sie, dass die Seite **Weihnachtsangebot** an der Spitze der Suchergebnisse erscheint.
- » Verlinken Sie Suchausdrücke mit Inhalten, an denen Besucher Ihrer Meinung nach interessiert sind. Bei einer Kontaktdatenseite können Sie z.B. ein Best Bet mit Suchausdrücken wie **Kundendienst, Kontakt** und **Öffnungszeiten** hinzufügen.
- » Sie möchten einen Suchausdruck haben, um zu bestimmten Inhalten zurückzukehren. Wenn jemand zum Beispiel nach **Krankenversicherung** sucht, sollte die Seite **Antragsformular Krankenversicherungskarte** oben auf der Liste erscheinen.
- » Sie haben eine Seite **Sonderangebote**, die bei den Suchergebnissen angezeigt wird, wenn nach **Angebote** gesucht wird; sie wird aber selten angeklickt. Erstellen Sie ein Best Bet für die Seite und geben Sie ihr einen Titel wie **Sagenhafte Angebote**, wobei Sie den Originalinhalt unbearbeitet lassen.

## Best Bets hinzufügen



Best Bets sind nicht standardmäßig aktiviert; die Entwickler müssen sie aktivieren.

1. In der Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden > Verwalten** aus. Der Statistik-Bildschirm erscheint.
2. Wenn einer oder mehrere Suchbegriffe, die Sie mit Best Bets fördern wollen, in der Liste **Suchausdrücke** Liste auftauchen, wählen Sie die gewünschten aus und dann **Best Bets erstellen**. Sie können die Suchbegriffe auf dem Optimierung-Bildschirm ändern.

Sie können auch **Optimierung** Bildschirm auswählen > **Best Bets** und das Feld **Ausdrücke** zur Eingabe von einem oder mehreren Suchausdrücken verwenden.

The screenshot shows the 'Optimization' interface with a green header. Below the header are navigation tabs: 'Best Bets' (selected), 'Related Queries', 'Synonyms', and 'Autocomplete'. The main content area contains instructions: 'Use best bets to create a custom list of matching content for common search phrases. Best bets are presented at the beginning of the search results.' Below this is a form with the following fields:

- Phrases:** A text input field containing 'project, plan'. A note below it says 'Separate multiple phrases with comma'.
- Target content:** Two radio buttons: 'Local' (selected) and 'External link'. To the right of 'Local' is a dropdown menu showing 'Download Alloy Plan' and a plus icon.
- Title:** A text input field containing 'Download Alloy Plan'.
- Description:** A text area containing 'Alloy Plan Download free trial Download, install and evaluate for 30 days.'
- Display options:** Two radio buttons: 'Display best bet in its own style' (selected) and 'Display best bet like search result'.
- Buttons:** 'Add best bet' (blue) and 'Cancel' (grey).

At the bottom, there is a 'Best Bets' section with a search bar and a preview of a result:

**Best Bets** [Search]

**Whitepaper**  
Alloy Track Whitepaper Explore the opportunities that exist for keeping your projects on track. Making sure that



Der Website-Besucher muss alle Wörter des Suchausdrucks *exakt* eingeben, um den Inhalt abzurufen. Wortstammerkennung wird nicht unterstützt

Wenn ein Best Bet mehrere Suchausdrücke enthält, und mehrere davon der Eingabe des Website-Besuchers entsprechen, wird der Best-Bet-Inhalt an der Spitze der Suchergebnisse angezeigt.

3. Im Feld **Zielinhalt** geben Sie den Inhalt an, der angezeigt werden soll, wenn ein Website-Besucher nach irgendeinem Suchausdruck sucht. Um eine Episerver Seite, ein Bild, Video oder eine Ressource zuzuweisen, wählen Sie **lokal** aus und navigieren dorthin. Um eine externe Seite zuzuweisen, klicken Sie auf **Externer Link** und fügen eine URL mit einer Protokoll-ID wie z.B. **http://** ein.
4. Wenn Sie eine Episerver-Seite gewählt haben, erscheinen deren Titel und Beschreibung. Ändern Sie diese wie gewünscht. Gestalten Sie zum Beispiel den Text attraktiver, um einen Website-Besucher zum Anklicken des Ergebnisses zu animieren.

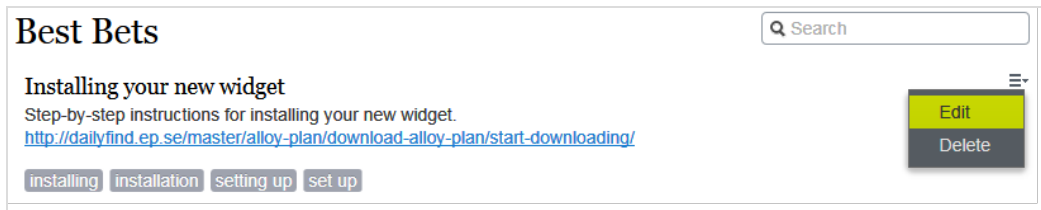
Wenn Sie eine externe Seite gewählt haben, geben Sie einen relevanten Titel und eine relevante Beschreibung ein.



## Best Bets bearbeiten

Unten auf der Optimierung-Seite werden die aktuellen Best Bets angezeigt.

1. Im Kontextmenü klicken Sie auf **Bearbeiten**. Der Bildschirm wird mit den aktuellen Werten gefüllt.



2. Ändern Sie nach Bedarf.
3. Klicken Sie auf **Best Bet speichern**.

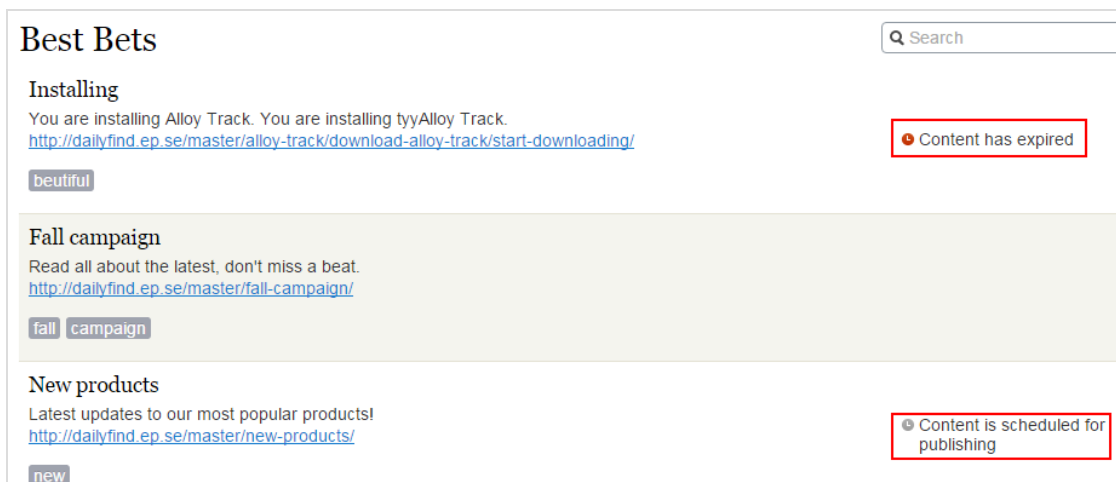
## Best Bets löschen

Best Bets haben in der Regel eine begrenzte Lebensdauer, daher sollten sie ständig gewartet werden, um sicherzustellen, dass veraltete Angebote entfernt werden.

1. Im Kontextmenü klicken Sie auf **Löschen**.
2. Bestätigen.

## Auswirkung von Veröffentlichung und Ablaufdaten auf Best Bets

Best Bets berücksichtigen die Veröffentlichung und Ablaufdaten von Inhalten, und diese Informationen sind auf dem Best-Bets-Bildschirm angegeben.

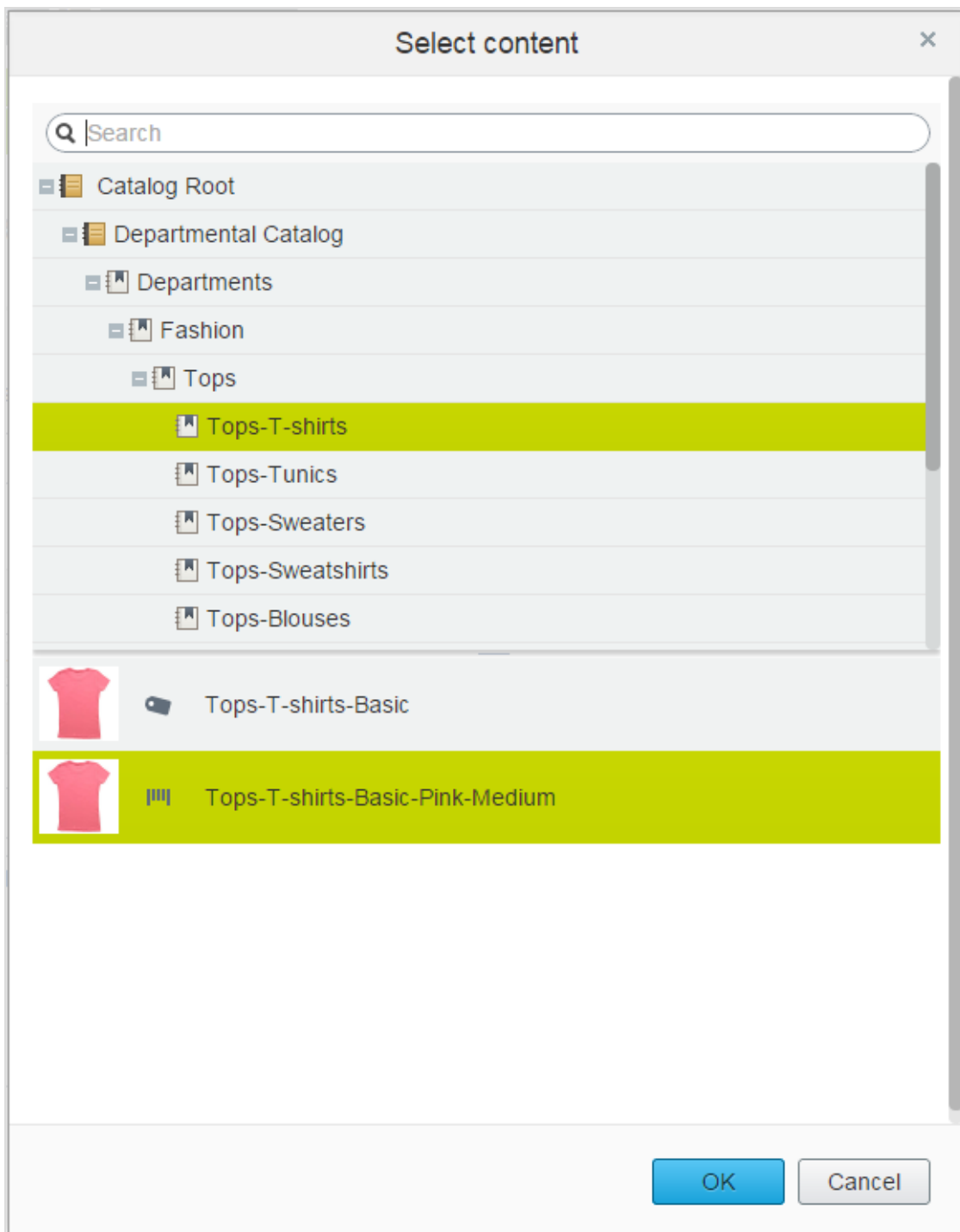


Sie können ein Best Bet für unveröffentlichte Inhalte verwenden, denn ein Best Bet wirkt sich nur auf Suchergebnisse aus, wenn der Inhalt veröffentlicht wird. Ein Best Bet wirkt sich ebensowenig auf

Suchergebnisse aus, wenn der veröffentlichte Inhalt abgelaufen ist, selbst wenn man es immer noch auf dem Best Bet-Bildschirm sehen kann.

### **Commerce** Best Bets für Katalogeinträge

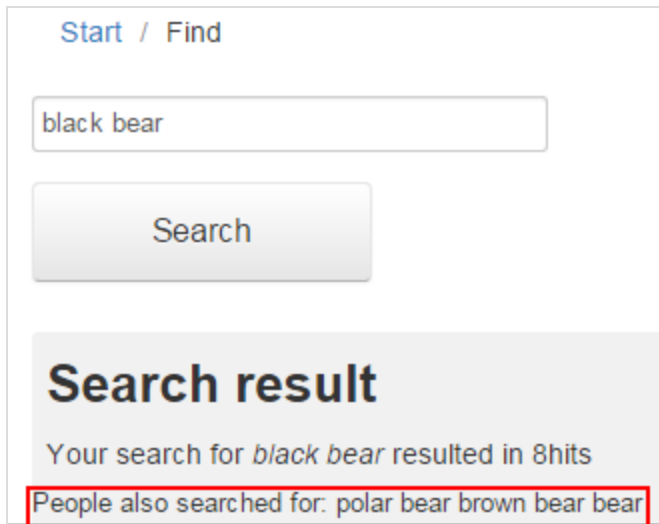
Wenn Episerver Commerce auf Ihrer Website installiert ist, können Sie Inhalte mit der Kataloginhalt-Auswahlfunktion in der Best-Bet-Ansicht fördern. Sie können Best Bets für Produkte und Varianten und Bilder im Katalog definieren.



## Find

## Verwandte Anfragen hinzufügen

Mit verwandten Anfragen erstellen Sie Vorschläge, die einem Suchausdruck zugeordnet sind, und leiten die Besucher zu bestimmten Suchmustern.



Episerver Find generiert automatisch Vorschläge von Besuchern der Website, die auch nach demselben Ausdruck gesucht haben. Sie können manuell verwandte Anfragen hinzufügen, die nicht automatisch generiert sind, da die Benutzer diese Suchbegriffe nicht eingeben. Wenn Sie verwandte Anfragen manuell hinzufügen, erstellen Sie gewünschte Suchmuster, die im Laufe der Entwicklung der Website verwendet werden. Auf einer Reise-Website werden zum Beispiel zu den Suchen nach *Spanien* verwandte Anfragen für *Barcelona* und *Madrid* hinzugefügt. Oder auf einer E-Commerce-Website werden bei Suchen nach *Zubehör* noch *Handtaschen* und *Schuhe* hinzugefügt.

### Verwandte Anfragen erstellen



Sie können eine verwandte Anfrage für eine [bestimmte Website und eine bestimmte Sprache](#) verwenden.

1. In der Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden > Verwalten** aus. Der Statistik-Bildschirm erscheint.
2. Wenn Suchbegriffe, die Sie für verwandte Anfragen verwenden wollen, in der Liste **Suchausdrücke** erscheinen, wählen Sie diese und dann **Verwandte Anfragen erstellen** aus. Sie können die Suchbegriffe auf dem Optimierung-Bildschirm ändern.

Oder Sie wählen den **Optimierung** Bildschirm > **Verwandte Anfragen** und dann das Feld **Ausdrücke** zur Eingabe von einer oder mehrerer verwandter Anfragen aus.

Ein Ausdruck kann bis zu drei Wörter enthalten und muss aus alphanumerischen Zeichen, Bindestrichen, (&)-Zeichen oder Apostroph bestehen.

Use related queries to create search suggestions of the type "persons who searched for this also searched for...". Related queries work in one direction only.

Phrase

Suggestions

Separate multiple suggestions with comma.

### Related Queries

Phrase	^ Suggestions
bow woods	babboo
	hickory
	osage
	ash
	cedar
	black locust

Edit

Move Up

Move Down

Delete Phrase

Delete Suggestion

3. Im Feld **Vorschläge** werden verwandte Begriffe eingegeben, mit denen die Benutzer eventuell suchen möchten. Sie können mehrere Ausdrücke für dieselbe Anfrage verwenden. So hat z.B. der Suchbegriff *Training Kurs* und *Schule* als verwandte Anfragen. Ein Vorschlag sollte nicht mit einem Ausdruck übereinstimmen.
4. Klicken Sie auf **Verwandte Anfrage hinzufügen**.
5. Um die Position eines Vorschlages zu ändern, klicken Sie auf das Kontextmenü und wählen dann **Nach oben** oder **Nach unten** aus. Die Bildschirmposition wirkt sich auf die Präsentation der verwandten Anfragen aus.

black bear	brown bear
	polar bear
	bear
bow woods	babboo
	hickory
	osage

Edit

Move Up

Move Down

Delete Suggestion

## Find

## Synonyme für ähnliche Suchausdrücke hinzufügen

Manchmal geben Website-Besucher einen Suchbegriff ein, der nicht in Ihrem Inhalt auftaucht, auch wenn Ihre Website Inhalte aufweist, die von Interesse für die Besucher sind. Zur Lösung dieses Problems erstellen Sie eine *Synonymliste*. Wenn ein Website Besucher nach einem beliebigen Begriff in der Liste sucht, liefert die Suche Ergebnisse dafür und für das Synonym. Zum Beispiel:

- » Ausdrücke (nicht in Ihrem Inhalt enthaltene Begriffe, aber solche, die Website-Besucher bei der Suche eingeben): *Rechnung, Zahlung, bezahlen, Gebühr*
- » Synonym (tritt in Ihrem Website-Inhalt auf): *Unterrichtsgebühr*

Wenn ein Website-Besucher *Rechnung* in ein Suchfeld eingibt, das Synonyme verwendet, dann fügt die Synonym-Funktion ODER *Unterrichtsgebühr* zur Anfrage hinzu. Deshalb wird auch Inhalt mit *Unterrichtsgebühr* angegeben, selbst wenn der Begriff nicht als Suchbegriff eingegeben wurde.

Die Synonym-Funktion generiert in der Regel mehr Treffer. Was bedeutet, die Website-Besucher brauchen nicht mehr zu tun, weil Episerver Find ihre Trefferchancen enorm erhöht.

### Beispiele

- » Sie haben eine Seite für *Sonderangebote*. Sie erscheint in den Suchergebnissen, wenn Sie nach *Angebot* suchen, aber die Website-Besucher geben bei der Suche oft *Geschäft* ein. Erstellen Sie eine Synonym-Liste mit dem Ausdruck: *Geschäft*; Synonym: *Angebot*.
- » Ausdrücke: *iPhone, Nexus, Galaxy* (drei 1-Wort-Ausdrücke)  
Synonym: *Smartphone* (2-Wort-Synonym)
- » Ausdrücke: *E-Mail, Telefon, Menschen, Twitter* (vier 1-Wort-Ausdrücke)  
Synonym: *Kontakt* (1-Wort-Synonym)

### Unidirektionale und bidirektionale Synonyme

Beim Erstellen einer Synonym-Liste entscheiden Sie, ob sie unidirektional oder bidirektional sein soll.

- » **Unidirektional.** Wenn ein Website-Besucher einen Ausdruck in die Liste eingibt, fügt Episerver Find das Synonym zur Anfrage hinzu. Wenn allerdings ein Besucher das Synonym eingibt, werden die Ausdrücke der Liste nicht zur Anfrage hinzugefügt.
- » **Bidirektional.** Wenn ein Besucher das Synonym oder irgendeinen Begriff in die Ausdruckliste eingibt, werden das Synonym und der Begriff zur Anfrage hinzugefügt.

Auf dem Synonym-Bildschirm gibt ein Symbol die Richtung einer Liste an.

Phrases		Synonym
adorable, lovely, nice	Bidirectional	beautiful
amount, bill, charge, cost, payment, price	Unidirectional	tuition

### Beispiel

- » Wenn *Recycling* ein unidirektionales Synonym für *Mülldeponie* ist, erhalten Sie Treffer für *Recycling* bei der Suche nach *Mülldeponie*, aber Sie bekommen keine Treffer für *Mülldeponie*, wenn Sie nach *Recycling* suchen.
- » Wenn *Recycling* ein bidirektionales Synonym für *Mülldeponie* ist, erhalten Sie Treffer für *Mülldeponie* bei der Suche nach *Recycling* und Treffer für *Recycling*, wenn Sie nach *Mülldeponie* suchen.

## Stichwörter und Synonyme

Der Vorteil der Suchstichwörter besteht darin, dass sie von Episerver Find und externen Suchmaschinen (z.B. Bing) zum Abrufen von Inhalten auf Ihrer Website verwendet werden. Allerdings müssen Sie zu jedem Inhaltselement SEO-Stichwörter hinzufügen.

Synonyme können für alle Website-Inhalte oder Inhalte in der gewählten Sprache gelten, werden aber nur verwendet, wenn jemand die Find-Suche auf Ihrer Website benutzt.

## Synonyme hinzufügen



Synonyme sind normalerweise sprachenspezifisch, aber Sie können sie [für alle Sprachen](#) verwenden.

1. In der Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden > Verwalten** aus. Der Statistik-Bildschirm erscheint.
2. Wenn Suchbegriffe, die Sie für Synonyme verwenden wollen, in der Liste **Suchausdruck** erscheinen, wählen Sie diese und dann **Synonyme erstellen** aus. Sie können die Suchbegriffe auf dem Optimierung-Bildschirm ändern.

Andernfalls wählen Sie **Optimierung** Bildschirm > **Synonyme** aus.

For All Websites in All languages ? S

## Optimization

Apply search optimization features to finetune search on your websites, helping visitors find what they are looking for.

★ Best Bets ⋮ Related Queries ↔ Synonyms AT Autocomplete

Search terms can be expanded with terms from this synonym list. If you search for "vegetables" and the synonym is "fruit", results for "fruit" will also be displayed. Note that changes to synonyms may take a few minutes before they are in effect.

Phrase

Synonym

Bidirectional

Add synonym Cancel

### Synonyms

Phrase	Synonym
biking,trekking,hiking,climbing,walking	outdoor
cat,dog,mouse,rat	pet
london	england
london	britain
madrid	spain

3. Im Feld **Ausdrücke** geben Sie einen oder mehrere synonyme Ausdrücke ein, die nicht in Ihrem Website-Inhalt auftreten, die aber Website-Besucher bei ihrer Suche eventuell eingeben. Jeder Ausdruck kann bis zu drei Wörter umfassen. Sie können eine unbegrenzte Anzahl an Ausdrücken eingeben. Mehr über Ausdrücke und Synonyme finden Sie unter [Synonyme für ähnliche Suchausdrücke hinzufügen](#).



Der Suchbegriff muss exakt mit einem Ausdruck übereinstimmen (Wortstammerkennung wird nicht unterstützt). Z. B. *Pflanze* stimmt nicht exakt mit *Gemüse* überein. Um das Problem zu umgehen, geben Sie zwei Ausdrücke ein: *Pflanze* und *Gemüse*.

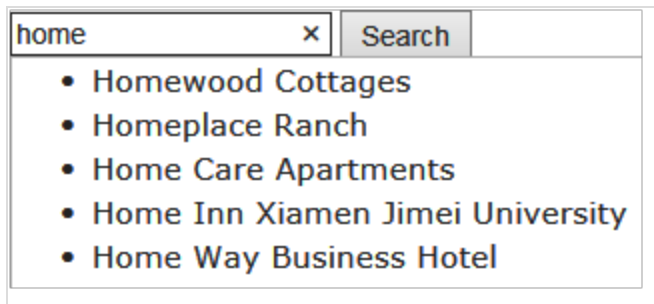


4. Im Feld **Synonym** geben Sie einen Begriff (bis zu drei Wörter) ein, der in Ihrem Website-Inhalt vorkommt. Episerver Find fügt das Synonym zur Anfrage hinzu, sobald ein Website-Besucher irgendeinen Ausdruck in die Liste eingibt.
5. Wenn Sie die Synonymliste bidirektional haben wollen, klicken Sie das Kästchen **Bidirektional** an. Siehe auch: [Unidirektionale und bidirektionale Synonyme](#).

Find

## Autocomplete

Autocomplete schlägt Suchausdrücke vor, wenn ein Websitebesucher Zeichen in einem Suchfeld eingibt.



The image shows a search interface. At the top, there is a search bar containing the text 'home' and a 'Search' button. Below the search bar, a dropdown menu is open, displaying a list of suggestions:

- Homewood Cottages
- Homeplace Ranch
- Home Care Apartments
- Home Inn Xiamen Jimei University
- Home Way Business Hotel

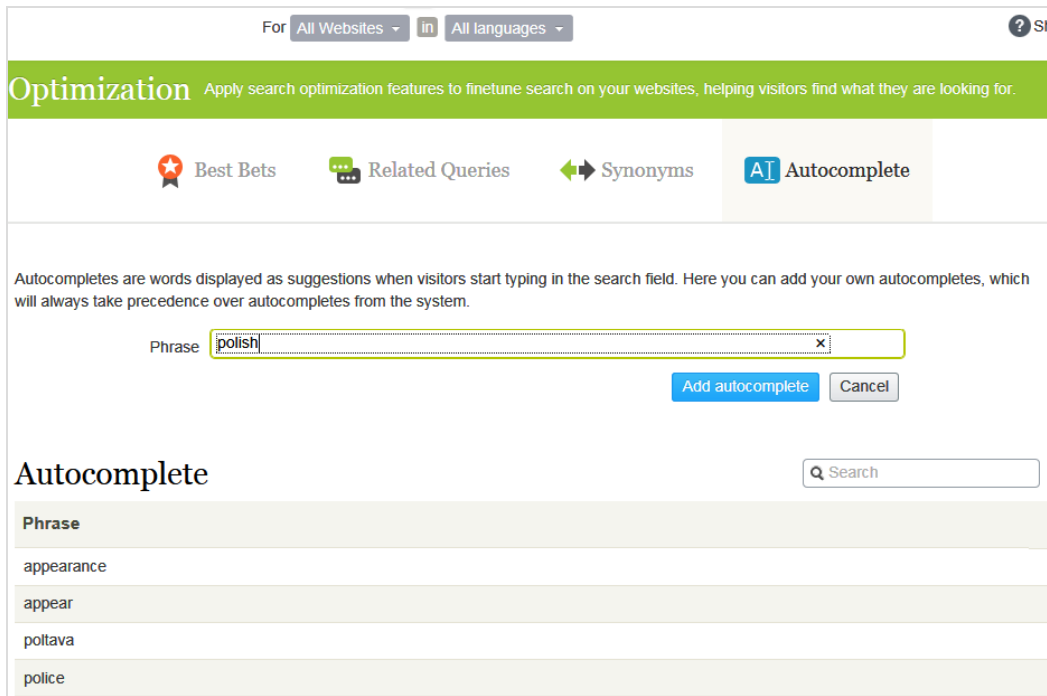
Die Vorschlagsliste wird präziser, je mehr Zeichen ein Benutzer eingibt.

Wenn ein Websitebesucher einen Vorschlag wählt, führt Episerver Find eine Anfrage mit diesem Begriff aus. Autocomplete beschleunigt die Sucherfahrung, wenn die Funktion eingegebene Wörter korrekt bildet.

### Quellen für Autocomplete-Vorschläge

Episerver Find hat zwei Quellen für Autocomplete-Vorschläge.

- » Manuelle Eingabe, mit dem Tab **Autocomplete** auf dem Bildschirm Find-Optimierung.

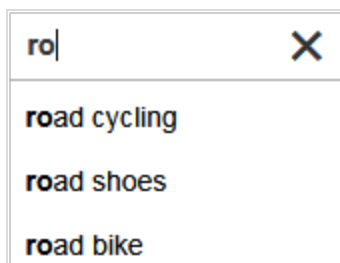


- » Automatische Generierung, basierend auf vorherigen Suchanfragen, die zu mindestens einem Treffer führten.

Manuell hinzugefügten Vorschläge haben Vorrang vor systemgenerierten Vorschlägen. Wenn z.B. eine Suche nach *Poliz* dazu führt, dass ein Benutzer auf ein Suchergebnis mit *Polizei* klickt, macht Episerver Find *Polizei* zum Autocomplete-Vorschlag für *Poliz*. Wenn Sie allerdings *Politik* als Vorschlag hinzufügen, erscheint dieser Begriff vor *Polizei* in der Vorschlagsliste.

### Nutzungsempfehlungen

- » Stützen Sie Autocomplete-Vorschläge auf Suchschlüsselwörtern für zielgerichtete Inhalte. Wenn Ihre Website z.B. Fahrräder verkauft, fügen Sie die folgenden Vorschläge hinzu, die dann erscheint, wenn ein Website-Besucher *ro* eingibt.



- » Für eine neue Website fügen Sie manuell Autocomplete-Vorschläge für wichtige Wörter hinzu. Auch wenn keine vorherigen Suchanfragen erfolgt sind, leiten die Vorschläge die Website-Besucher zu den entsprechenden Seiten.

## Hinzufügen, Bearbeiten und Löschen von Autocomplete-Ausdrücken

Sie können Autocomplete-Vorschläge für eine [bestimmte Sprache und eine bestimmte Website](#) definieren. Um einen Vorschlag zu erstellen, gehen Sie folgendermaßen vor.

1. In der Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden > Verwalten > Optimierung > Autocomplete** aus.
2. Im Feld **Ausdruck** geben Sie die Autocomplete-Vorschläge ein (nacheinander).



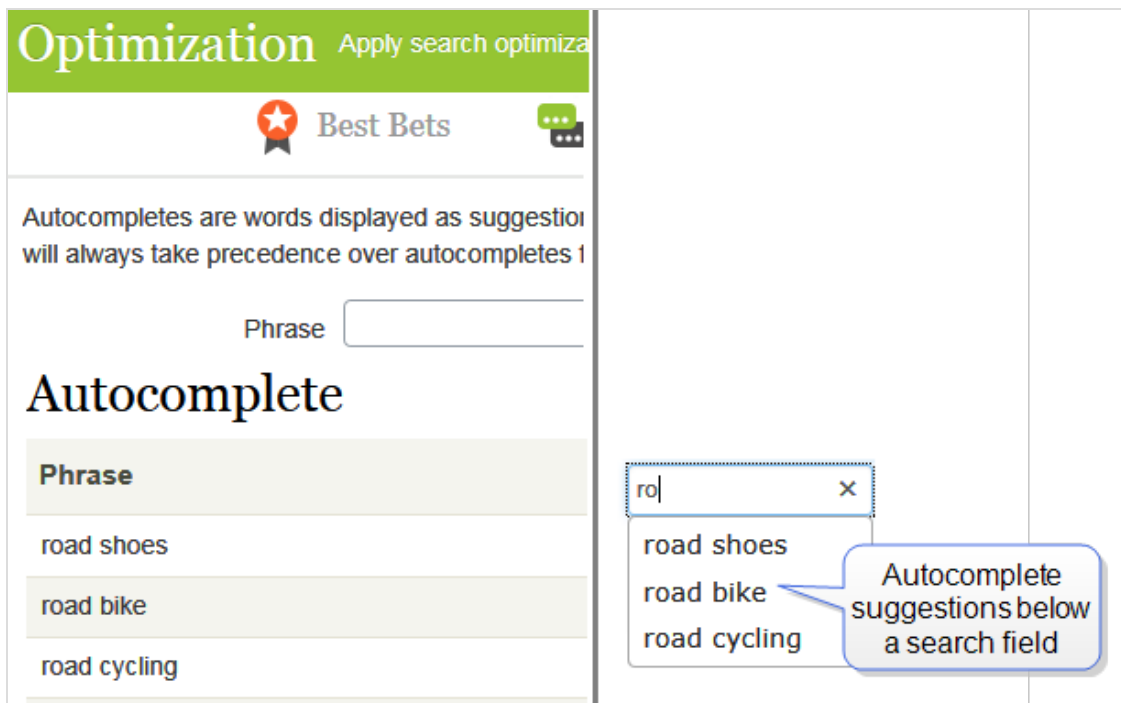
Der Autocomplete-Bildschirm zeigt nur Vorschläge an, die auf diesem Bildschirm manuell hinzugefügt wurden – er zeigt keine Vorschläge an, die auf vorherigen, erfolgreichen Suchläufen basieren.

Verwenden Sie das Kontextmenü, um einen Autocomplete-Vorschlag zu bearbeiten oder zu löschen.

Nach der Eingabe von Autocomplete-Vorschlägen muss Ihr Entwickler die Seiten Ihrer Website aktualisieren, die Suchkontrollen haben, damit Autocomplete implementiert werden kann.

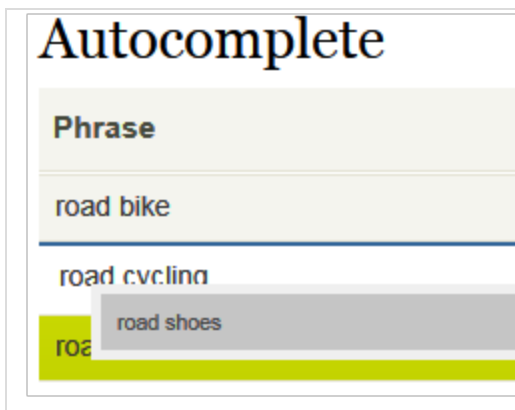
## Reihenfolge der Autocomplete-Ausdrücke ändern

Die Reihenfolge der Vorschläge in der Autocomplete-Liste entscheidet über ihre Abfolge in der Vorschlagsliste eines Suchfeldes .



Um die Reihenfolge der Vorschläge zu ändern, gehen folgendermaßen Sie vor:

1. Wählen Sie den Vorschlag aus, den Sie verschieben möchten.
2. Ziehen Sie ihn an die neue Position.
3. Wenn Sie eine blaue Linie unterhalb der Drop-Position sehen, lassen Sie die Maustaste los.



## Find Optimierung von mehreren Websites und Sprachen

Da die Suchoptimierung oft sprachenspezifisch ist, unterstützt Episerver Find ein breites Spektrum an Sprachen und Websites. Das heißt, Sie können [Best Bets](#) oder [verwandte Anfragen](#) für eine oder alle

Websites und Sprachen verwenden.

## Websites, Sprachen und Indizes

Verwenden Sie die Drop-Down-Menüs oben auf dem Optimierung-Bildschirm und wählen Sie eine Website oder Sprache oder beides aus, um Statistiken einzusehen und Suchoptimierung durchzuführen.



Find braucht nur einen einzigen Hauptindex. Mehrere Websites teilen sich oft einen Index. Wenn Sie eine Website hinzufügen, fügt Find dem vorhandenen Index den neuen Inhalt zu.

Sie können sprachenspezifische Indizes verwenden, um die Suchpräzision mit Strategien wie z.B. Sprachen-Tagging zu erhöhen. Verwenden Sie z.B. Wortstämme zur Identifizierung von *Fisch* als den englischen Wortstamm von *Fischen* und *Fischer*.

Wenn Website-Besucher zu eine mehrsprachige Website suchen, wird jede Sprachenversion von Inhalten getrennt in Suchergebnissen angezeigt.

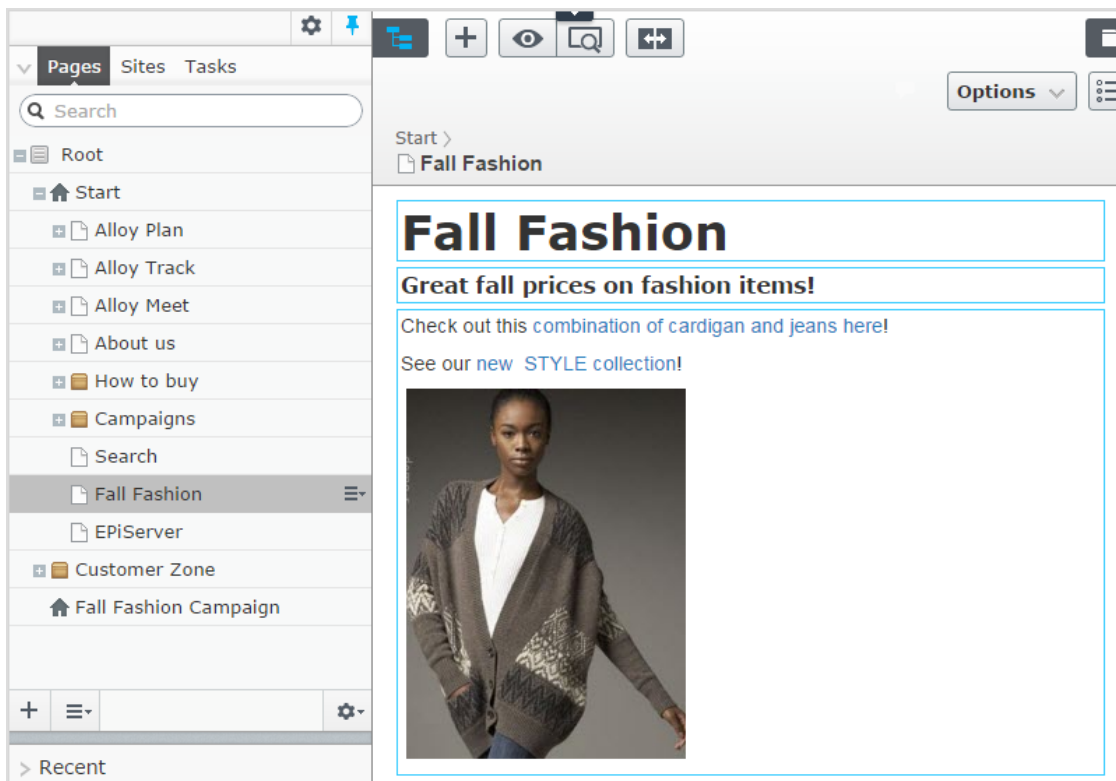


Die Anzahl der unterstützten Sprachen wird festgelegt, wenn Ihre Organisation einen Index- und Mehrsprachenindex-Support von Episerver bestellt. Ihr Website-Administrator aktiviert die gewünschten Sprachen beim Website-Setup.

Die folgenden Beispiele veranschaulichen die Suchoptimierung mit mehreren Websites und Sprachen.

### BEISPIEL: Aktivierung von Sprachen und Suchoptimierung

Sie erstellen eine *Herbstmode*-Seite in der Mastersprache, in Englisch (siehe Bild). Sie wollen dazu auch noch Dänisch und Schwedisch auf der Website aktivieren und die Seite in diese Sprachen übersetzen. Sie wollen zudem noch Suchoptimierungstechniken anwenden, um den übersetzten Inhalt zu fördern. Es wird davon ausgegangen, dass Sie Schwedisch und Dänisch im Website-Index aktiviert haben.



- » Übersetzung der Seite in Schwedisch und Dänisch.
- » Da Sie Schwedisch und Dänisch im Index aktiviert haben, erscheint die Seite *Herbstmode* in den Ergebnissen, wenn nach *Tröjor* und *Trøjer* gesucht wird, also den schwedischen und dänischen Wörtern für *Strickjacken*, obwohl die Seite den Singular „Strickjacke“ enthält (*Tröja* und *Trøje*).
- » Erstellen Sie ein **Best Bet** für die Seite *Herbstmode*, um sie zu fördern, wenn jemand nach *Strickjacken* oder *Jeans* sucht. Sie brauchen keinen Best Bets für die schwedische und dänische Übersetzung erstellen - Episerver Find zeigt automatisch die übersetzten Versionen an. Wenn der Inhalt eines Best Bet nicht übersetzt ist, zeigt Episerver Find die Mastersprachenversion als alternative Sprache an.
- » Fügen Sie *Jeans* als **One-Way-Synonym** für *Hosen* in englischer Sprache hinzu. Wenn ein Besucher der Website nach *Hosen* sucht, erscheint die *Herbstmode*-Seite an der Spitze der Suchergebnisse.



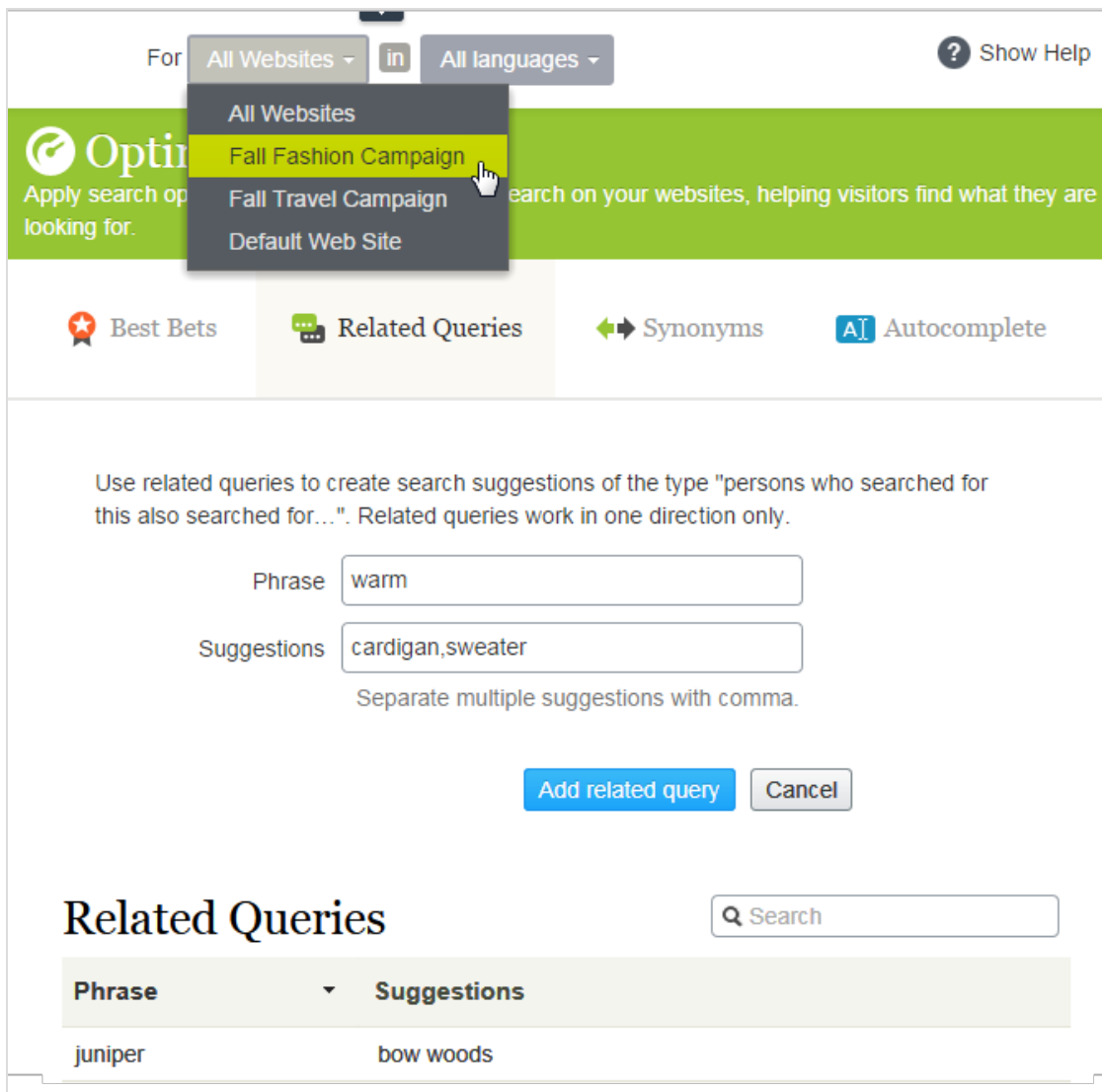
Da es sich um ein One-Way-Synonym handelt, ergibt eine Suche nach *Jeans* keine Treffer für Seiten mit *Hose*.

- » Erstellen Sie das entsprechende sprachenspezifische Synonympaar für *Jeans* in Schwedisch (*byxor*) und Dänisch (*bukser*).

- » Angenommen die neue Marke *Stil* ersetzt die alte Marke *XX* in der neuen Kollektion. Fügen Sie *Stil* als Synonym für *XX* hinzu, das für *alle Sprachen* verwendet werden soll. Besucher, die nach der Marke *XX* suchen, sehen auch Ergebnisse für die Marke *Stil*, und zwar unabhängig von der Sprache.

**BEISPIEL: Hinzufügen von Websites und Suchoptimierung**

Dieses Beispiel ist eine Fortsetzung des vorherigen, in dem zwei neue Kampagnen-Websites mit zielgerichteten Inhalten erstellt werden: über die Standardwebsite hinaus eine für Mode und eine für Reisen. Alle drei Websites teilen einen Index und haben dieselben Sprachen aktiviert.



- » Aktivieren Sie die gewünschten Sprachen auf jeder neuen Website, damit die Redakteure Inhalte auf den Websites erstellen und übersetzen können.
- » Da die Kampagnen-Websites neu sind und ihre eigenen URLs haben, sind die [Statistikansichten](#) leer, bis die Besucher für Verkehr und Anfragen sorgen.
- » Alle Websites teilen einen Index, deshalb haben Sie definierte Best Bets, verwandte Anfragen oder Autocomplete-Vorschläge von den Kampagnen-Websites.
- » Außerdem gilt jede sprachenspezifische Suchoptimierung für alle Websites auch für die Kampagnen-Websites.
- » Per Definition gelten die Synonyme für alle Websites. Synonyme können sprachenspezifisch sein, siehe das Beispiel oben mit der Marke *Stil*.
- » Da die Kampagnen-Websites verschiedene Inhalte (Mode und Reisen) haben, können Sie Website-spezifische [verwandte Anfragen](#) hinzufügen. Z.B. kann die Suche nach *warm* (Englisch) auf der Reise-Website tropische Reiseziele wie etwa Jamaika ergeben. Die Suche nach *warm* auf der Mode-Website kann zu den Vorschlägen *Jacken* oder *Pullover* führen.

The screenshot displays the Episerver Find interface. At the top, there's a search bar with a dropdown menu for 'Fall Travel Campaign' and a language selector for 'English'. A dropdown menu is open, showing options: 'All Websites', 'Fall Fashion Campaign', 'Fall Travel Campaign' (highlighted), and 'Default Web Site'. Below the search bar, there are buttons for 'Best Bets', 'Related Queries', 'Synonyms', and 'Autocomplete'. The 'Related Queries' section is active, showing a search for 'Warm' with suggestions like 'thailand' and 'carribean'. The interface also includes a 'Show Help' button and a 'Best Bets' icon.



- » Fügen Sie Website-spezifisches [Autocomplete der Suchausdrücke](#) hinzu. Wenn z.B. ein Besucher *car* auf der Mode-Website eingibt, kann als Autocomplete-Vorschlag *cardigans* **erscheinen**. Auf der Reise-Website ist als Vorschlag *car rental* denkbar.

Find

## Find konfigurieren

In Admin-Ansicht kann ein System-Administrator oder Entwickler folgende Suche-spezifischen Aufgaben konfigurieren:

- » [Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften \(Boosting\)](#)
- » [Löschen eines Indexes und Neuindizierung](#)
- » [Konnektoren hinzufügen](#)
- » [Entdecken des Indexes](#)
- » [Zugriffsrechte](#)

## Find Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften (Boosting)



Dieses Thema richtet sich an Administratoren und Entwickler mit Administrator-Rechten in Episerver.

Episerver Find hat Standardeigenschaften wie z.B. **Titel**, **Zusammenfassung** und **Inhalt**, die automatisch entsprechenden Inhaltseigenschaften zugeordnet werden. Jede Eigenschaft hat eine Gewichtungseinstellung, die sich auf die Rangliste der Suchergebnisse auswirkt. Mit dem sog. *Boosting* können Sie die Gewichtungseinstellungen anpassen.

Optimieren Sie die Gewichtungseinstellungen, wenn Ihre Website spezifische, eindeutig definierte Inhaltstypen hat. Beispiel: Wenn Ihre Website das Hosting von wissenschaftlichen Artikeln betreibt, deren Zusammenfassungen in der Regel gut geschrieben und wichtig sind, erhöhen Sie die Gewichtung der **Zusammenfassung**, so dass sie sich stärker auf das Suchmaschinenranking auswirkt.

The screenshot shows the 'Boosting' configuration page in Episerver Find. At the top, there are tabs for 'All Websites' and 'All languages'. Below the navigation bar, there are three main sections: 'Boosting', 'Index', and 'Connectors'. The 'Boosting' section is active and contains the following content:

Use this view to change default weight value settings for content properties, in order to influence search results.

Property	Weight
<input checked="" type="checkbox"/> Title	<input checked="" type="checkbox"/> Very high
<input checked="" type="checkbox"/> Content	<input checked="" type="checkbox"/> Very low
<input checked="" type="checkbox"/> Summary	<input checked="" type="checkbox"/> Medium
<input checked="" type="checkbox"/> Document content	<input checked="" type="checkbox"/> Medium

Buttons: Save, Cancel, [Reset to default values](#)

**Preview the boosting effect**  
 Enter a search phrase, include best bets and/or synonyms, and compare the impact of different weight settings on the search result.

Search:  All languages   
 Include best bets  Apply synonyms

**Alloy Track Video**  
<http://dailyfind.ep.se/feature-hs-122-be-able-to-scroll-content-with-one/globalassets/alloy-track/alloy-track-video/alloytouch.mp4>

**Video Preview**  
<http://dailyfind.ep.se/feature-hs-122-be-able-to-scroll-content-with-one/globalassets/alloy-track/alloy-track-video/preview.png>

## Gewichtungseinstellungen ändern

- In Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden** > **Konfigurieren** > **Boosting** aus. Standardeigenschaften werden auf der linken Seite des Bildschirms angezeigt.
  - » **Titel**. Inhaltsbezeichnung. Für CMS-Inhalt ist es in der Regel der **Name**, sofern nicht vom Entwickler spezifiziert. Für gecrawlten Inhalt es ist der <title>-Tag. Für benutzerdefinierte Typen ist der Titel standardmäßig die **SearchTitle**-Eigenschaft, sofern

nicht vom Entwickler spezifiziert.

- » **Inhalt.** Inhalt der Website.
  - » **Zusammenfassung.** Die Einleitung, Zusammenfassung, Kurzbeschreibung oder ein ähnlicher Eigenschaftentyp.
  - » **Dokumentinhalt.** Der Inhalt einer Ressource, z.B. ein PDF- oder Word-Dokument.
2. In der Spalte **Gewichtung** klicken Sie auf ein Kästchen, um die Gewichtung einer Eigenschaft zu ändern.
  3. Klicken Sie auf **Speichern**.

## Hinweise zur Änderung von Gewichtungseinstellungen

- » Um die Auswirkungen von Eigenschaftenänderungen bei der Gewichtung zu testen, klicken Sie auf **Vorschau des Boosting-Effekts** auf der rechten Seite des Boosting-Bildschirms.
- » Um die Änderungen rückgängig machen, klicken Sie auf **Auf Standardwerte zurücksetzen** im Boosting-Bildschirm, unter der Liste der Eigenschaften.
- » Diese Einstellungen wirken sich auf Suchergebnisse für *alle* Inhaltstypen und alle Sprachen auf allen Websites in Ihrer Implementierung aus.

## Find Löschen eines Indexes und Neuindizierung

Sie können den Episerver Find-Index und die Statistiken löschen (d.h. entfernen). Sie tun dies in der Regel während der Website-Entwicklung, nach umfangreichen Änderungen der Inhaltseigenschaften, oder bei der Reorganisation oder beim Entfernen von Inhalten. Sie können auch Statistiken nach dem Testen neuer Funktionen löschen.



Nach dem Löschen des Indexes indizieren Sie die Website neu.

The screenshot shows the 'Tools' section of the Episerver Find interface. At the top, there are filters for 'All Websites' and 'All languages', and a 'Show Help' link. The main heading is 'Tools Use the features here to configure search options and settings for your websites.' Below this, there are three tabs: 'Boosting', 'Index', and 'Connectors'. The 'Index' tab is selected. The main content area contains a warning message: 'Use this view to clear the content index and/or statistics for the website. This may be needed when extensive changes have been done to content structures and properties.' There are two main sections: 'Clear content index' and 'Clear statistics'. The 'Clear content index' section explains that clearing the index will empty it completely and that the website needs to be reindexed. It includes icons for a folder, a document, a book, and a list, and a 'Clear index' button. The 'Clear statistics' section explains that clearing the statistics will remove all data, causing the statistics view to be empty. It includes a line graph icon and a 'Clear statistics' button with a mouse cursor hovering over it.

## Löschen des Indexes

Mit dem Löschen des Indexes entfernen Sie dessen kompletten Inhalt, und Sie haben die Option, auch die Statistik zu löschen.



Das Löschen von Indizes ist endgültig – Sie können sie nicht rückgängig machen.

1. In Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden > Konfigurieren > Index** aus.
2. Klicken Sie auf **Index löschen**.
3. Neuindizierung der Website. Siehe [Löschen eines Indexes und Neuindizierung](#).

## Neuindizierung der Website

1. Melden Sie sich bei CMS Admin-Ansicht an.
2. Gehen Sie zu **Geplante Aufträge**.
3. Wählen Sie den Auftrag **Episerver Find Content Indexing** aus.

Der Auftrag kann manuell oder nach einem Zeitplan gestartet werden. Siehe auch: Geplante Aufträge in the CMS Administrator User Guide.

Neuindizierung Ihrer Website unter folgenden Bedingungen:

- » Nach dem Löschen des Indexes, weil er leer ist.
- » Wenn die automatische Indizierung fehlschlägt oder Inhalt aus einem anderen Grund neu indiziert werden muss.
- » Sie haben die Zugriffsrechte für den Inhalt geändert, weil die automatische Indizierung diese Änderungen nicht erkennt.

## Löschen von Statistik

1. In Bearbeitungsansicht wählen Sie **Finden > Konfigurieren > Index** aus.
2. Klicken Sie auf **Statistik löschen**.

Wenn Sie Statistiken löschen, ist die [Statistikansicht](#) leer, bis neue Statistiken gesammelt werden.



## Find Konnektoren hinzufügen


Ein Search Connector ermöglicht Episerver Find, Inhalte außerhalb Ihrer Website zu suchen, wie zum Beispiel einen externen Blog im Zusammenhang mit Ihrer Website. Mit diesem Search Connector können die Besucher Ihrer Website die Blog-Posts unter den Suchergebnissen Ihrer Website finden.

Während Episerver Find Inhalte sofort an die Suchmaschine sendet, durchkämmt ein Search Connector externe Websites nach einem vorgegebenen Plan.

For All Websites in All languages

**Tools** Use the features here to configure search options and settings for your websites.

 Boosting
  Index
 

 Connectors

Add connectors to your website, helping visitors to find content that is related to but not actually on your website.

Name

Type





Start URL

Exclude media types

Advanced fine tuning of indexing (click to display)

Schedule  No  
 Every day at   Every  Monday at

Local time is displayed. Note that you need to manually adjust the scheduling for daylight saving time.

Name	Type	Schedule	 Status	Last indexed	Documents	
Article base	Crawler	No	Indexed	Jun 29, 5:13 PM	0	 <a href="#">Start</a>
EPiServer Knowledge Base	Crawler	Every Monday at 1:00 PM	Indexed	Yesterday 1:08 PM	859	 <a href="#">Start</a>
EPiServer Blogs	RSS/Atom	No				 <a href="#">Start</a>

## Konnektoren konfigurieren

Zum Zugang zum Konnektoren-Bildschirm aus dem Hauptmenü wählen Sie **Finden > Konfigurieren > Konnektoren** aus. Zur Anzeige der On-Screen-Hilfe klicken Sie auf **Hilfe anzeigen** in der oberen rechten Ecke. Die folgenden Punkte ergänzen die On-Screen-Hilfe.

- » Standardmäßig stehen zwei Konnektortypen zur Verfügung: **Crawler** und **RSS/Atom**. Der Konnektortyp bestimmt, welche Konfigurationsoptionen im **Typ** Drop-Down-Menü erscheinen.
- » Wenn Sie **Crawler** auswählen, können Sie die Indizierung durch den Ausschluss von Medientypen wie Stylesheets, JavaScript und XML-Dateien optimieren. Siehe auch:

**Medientypen.** Find schließt folgende Medientypen von der standardmäßigen Indizierung aus.

- » text/css
- » text/ecmascript
- » text/javascript
- » application/ecmascript
- » application/javascript
- » application/x-javascript
- » application/x-pointplus









Klicken Sie zur weiteren Feinabstimmung der Indizierung auf **Erweiterte Feinabstimmung der Indizierung**.

- » Schließen Sie Anfragestrings aus, die Teil eines Links sind. Zum Beispiel das Crawlen von Kampagnen-Tracking-Parametern (wie zum Beispiel `utm_source` von Google Campaigns), um unbeabsichtigte Updates eines Kampagnenzählers zu vermeiden.
- » Spezifizieren Sie Teile einer Website zum Crawlen ohne Indizierung, oder überhaupt nicht zu crawlen. Sie wollen vielleicht crawlen, aber nicht indizieren, um Suche Links zu anderen Seiten zu indizieren, aber nicht den Inhalt dieser Seiten.
- » Festlegung eines Indizierungsintervalls.
  - » Obwohl Sie einen Zeitplan in Ortszeit festlegen, wird dieser in koordinierte Weltzeit (UTC) konvertiert, so dass er zur selben Zeit erfolgt, ungeachtet des Serverstandorts. Allerdings müssen Sie bei Bedarf die Ortszeit manuell anpassen, zum Beispiel für Sommerzeit.

## Anzeigen von Konnektoren und Indizierungsaufträgen

Die Konnektorenliste (am unteren Rand des Bildschirms) zeigt Status und Planungsinformationen für alle Indizierungsaufträge an.

- » Sie können den Indizierungsstatus eines Konnektors manuell aktualisieren. Danach erscheint die letzte Bearbeitungszeit.
- » Sie können jeden Konnektor in seinem Kontextmenü bearbeiten oder löschen. Sie können z.B. seinen Zeitplan aktualisieren.
- » Sie können Indizierungsaufträge manuell starten und stoppen.

Name	Type	Schedule	 Status	Last indexed	Documents	 Start/stop job	 Context menu
Article base	Crawler	No	<span style="background-color: #90EE90;">Indexed</span>	Jun 29, 5:13 PM	0	 Start	
EPIServer Knowledge Base	Crawler	Every Monday at 1:00 PM	Indexing		9	 Stop	
EPIServer Blogs	RSS/Atom	No				 Start	



## Entdecken des Indexes

Die meisten Episerver Find Funktionen bauen auf dem Suchindex auf, der speichert und schnellen Zugriff auf von der Suchmaschine gesammelte Daten bietet. Ohne Index wäre die Suche viel langsamer, weil bei jeder Anfrage sämtliche Websitedaten durchsucht werden müssten.

Episerver Find schickt Inhalte zum Suchindex, wenn sie veröffentlicht werden; Updates erfolgen daher praktisch in Echtzeit. Je nachdem, wie der Index eingerichtet ist, kann er Daten zu allen Inhaltstypen einschließlich verschiedener Dateitypen und Community-Kommentare enthalten.

Zum Ansehen Ihres Suchindexes gehen Sie zur Bearbeitungsansicht und wählen **Finden > Übersicht** aus.

### Prüfung des Indexübersicht-Bildschirms

In der Indexübersicht ist Ihr Suchindex zum aktuellen Zeitpunkt zusammengefasst. Wenn Ihre Umgebung mehrere Websites hostet, wird der Index unter ihnen aufgeteilt, und Sie können den Index jeder einzelnen Website erkunden.

- » Im **Index**-Abschnitt sind Indexname und .NET API-Versionsnummer angegeben.
- » Im Abschnitt **Dokumenttypen** sind die Gesamtzahl der indizierten Ressourcen und die Anzahl von Ressourcen eines jeden Typs angegeben. Während es sich bei den meisten Ressourcen um Seitentypen handelt, indiziert Find auch andere Website-Ressourcen.
- » Der Abschnitt **CMS-Inhalt** fasst den indizierten Inhalt jeder Website zusammen. Der Bildschirm zeigt die Gesamtzahl indizierter Ressourcen für die gesamte Struktur und für jede Website an. Sie können auch die Verteilung pro Seitentyp und Sprachen für jede Website sehen.



Eine Sprachversion einer Seite wird im Index als ein separates Objekt behandelt.

### Prüfung des Entdecken-Bildschirms

Der Entdecken-Bildschirm zeigt Indexeinzelheiten an, z.B. wann eine Seite zuletzt indiziert wurde. Find listet den gesamten indizierten Inhalt auf, und Sie können nach Inhaltstyp filtern. Sie können auch mit der Anfragesyntax nach indizierten Inhalten suchen.

Klicken Sie auf ein Element, um dessen Einzelheiten zu sehen. Sie können z.B. sehen, wann ein Objekt indiziert wurde, seine IDs und die indizierten Inhalte. Das ist nützlich, wenn Sie den Index einrichten und feinabstimmen.

For All Websites in All languages ? Sho

**Explore** View your index to see what has been indexed and when, and analyze the index details for a specific object.

Filter

248 results

Name	Type
> Top Collaboration Technology	ArticlePage
> Trek Selects Alloy Plan	ArticlePage
> Todd Slayton	ContactPage
✓ Management	StandardPage

```

{
  "SearchSubsection$string": "Start",
  "GetTimestamp$date": "2015-06-29T15:57:57.1320167Z",
  "IsPendingPublish$bool": false,
  "ContentLink": {
    "IsExternalProvider$bool": false,
    "WorkID$number": 0,
    "ID$number": 35,
    "$type": "EPiServer.Find.Cms.IndexableContentReference, EPiServer.F
ind.Cms",
    "__types": [

```

**Filter by Type**

StandardPage	42
ImageFile	41
ContentAssetFolder	36
ContentFolder	22
PageListBlock	16
FormBlock	15
ContactPage	10
ArticlePage	10
TeaserBlock	10
ContainerPage	8
ProductPage	7
LandingPage	6
NewsPage	4
JumbotronBlock	4
EditorialBlock	4

## Find Zugriffsrechte

Die Funktion von Episerver Find für Zugriffsrechte ermöglicht Site-Administratoren zu kontrollieren, welche Benutzer Zugriff auf Komponenten der Episerver Plattform haben.

Um Zugriff auf die Episerver Find Funktionen zu bekommen, muss ein Benutzer Mitglied einer dieser Gruppen sein:

- >> **Administratoren**
- >> **WebAdmins**
- >> **WebEditors** und **SearchAdmins** (*nur* zum Zugang zu Episerver Bearbeitungsansicht und Episerver Find Suchfunktionen). Beinhaltet den Zugriff auf den [Bildschirm Indizes leeren](#).)
- >> **WebEditors** und **SearchEditors** haben Zugriff auf die Benutzeroberfläche von Episerver Find. Sie haben keinen Zugriff auf den Bildschirm „Indizes leeren“.

Weil die meisten Benutzer keine Mitglieder von Administratoren oder WebAdmins sind, müssen sie Mitglieder bei *sowohl* SearchAdmins oder SearchEditors *als auch* WebEditors sein, um Zugang zu Episerver Find Funktionen in der Admin-Ansicht zu haben.



Die Mitgliedschaft und die für Ihre Website verfügbaren Rollenanbieter müssen konfiguriert werden, damit die integrierten Gruppen und Rollen in Episerver benutzt werden können. Dies geschieht in der Regel bei der Website-Einrichtung.

Siehe auch: Zugriffsrechte in the CMS Administrator User Guide.

# Index

---

- A**
  - Anfrage, verwandt
    - Find ..... 28
  - Autocomplete ..... 33
- B**
  - best Bets ..... 21
    - Bearbeitung ..... 25
    - Hinzufügen läuft .... 23
    - löschen ..... 25
- F**
  - Find
    - Autocomplete ..... 33
    - Ergebnisse
      - Steigerung 43
    - Ergebnisse optimieren ..... 43
  - Gewichtungsergebnisse 43
  - Index
    - löschen 45
    - Übersicht 49
  - Konnektoren
    - Hinzufügen läuft 47
  - Optimierung ..... 13
    - best Bets 21
    - manuell 19
    - mehrere Seiten 36
    - mehrere Sprachen 36
  - Statistik ..... 17
  - Suche optimieren ..... 15
  - Synonyme
    - verwenden mit Find . 30
- G**
  - Gewichtseinstellungen
    - optimieren, Find . 43
- I**
  - Index
    - Find, neu indizieren . 45
- K**
  - Katalogeinträge
    - best Bets ..... 26
  - Konnektoren
    - Find ..... 47
- S**
  - Statistik
    - Find, löschen ..... 46
    - Suche, anzeigen .... 17
  - Suche
    - Optimierung ..... 13
- V**
  - verwandte Abfragen
    - Find ..... 28
  - Vorschläge, Suche ..... 33
- Z**
  - Zugriffsrechte
    - Find ..... 51