



Episerver Find

Benutzerhandbuch





© EpiServer2018

EpiServer FindBenutzerhandbuch18-5

Table of contents

Einleitung	7
Funktionen, Lizenzen und Versionen	8
Hinweis zum Urheberrecht	8
Was ist neu?	10
Dokumentation Altversion	10
Episerver Find	12
Funktionsübersicht Find	13
Funktionen in der Find-Standardversion	14
Funktionen in Find Connections Edition	14
Hilfe in Find	15
Was bedeutet Suchoptimierung?	16
Praxislernen	17
Die neue Website	17
Die wachsende Website	17
Automatische Suchoptimierung	17
Automatische Zielseiten	17
Adaptive Navigation	18
Geführte Suche	19
Manuelle Suchoptimierung	19

Suchausdruck entspricht nicht der Formulierung im Inhalt	19
Gewählten Inhalt fördern	19
Besucher klicken keine Suchergebnis-Links an	20
Keine Suchergebnisse geliefert, weil der Inhalt fehlt	20
Gesuchter Inhalt befindet sich nicht auf Ihrer Website, aber die Besucher nehmen an, er befindet sich dort	20
Gelieferte Ergebnisse enthalten den Suchausdruck nicht	20
Relevanter Inhalt wurde gefunden, aber nicht ganz oben angezeigt	21
Analyse von Suchstatistiken	22
Manuelle Optimierung der Suchergebnisse	25
Optimierungsansicht	25
Wonach Sie suchen sollten	26
Förderung von Inhalten mit Best Bets	27
Best Bets hinzufügen	30
Best Bets bearbeiten	33
Best Bets löschen	33
Auswirkung von Veröffentlichung und Ablaufdaten auf Best Bets	34
Best Bets für Katalogeinträge	34
Verwandte Anfragen hinzufügen	36
Synonyme für ähnliche Suchausdrücke hinzufügen	38
Unidirektionale und bidirektionale Synonyme	39

Beispiel	40
Stichwörter und Synonyme	40
Synonyme hinzufügen	40
Autocomplete	43
Quellen für Autocomplete-Vorschläge	44
Hinzufügen, Bearbeiten und Löschen von Autocomplete-Ausdrücken	45
Reihenfolge der Autocomplete-Ausdrücke ändern	46
Optimierung von mehreren Websites und Sprachen	47
Website- und Sprachfilterung	47
Find-Indizes	48
Wie Inhalte aus verschiedenen Sprachen in den Suchergebnissen erscheinen	49
Sprachanalytoren versus CMS-Inhaltssprache	49
Beispiele für mehrere Websites und Sprachen	49
Find konfigurieren	55
Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften (Boosting)	56
Gewichtungseinstellungen ändern	57
Hinweise zur Änderung von Gewichtungseinstellungen	58
Löschen eines Indexes und Neuindizierung	59
Löschen des Indexes	59
Neuindizierung der Website	60

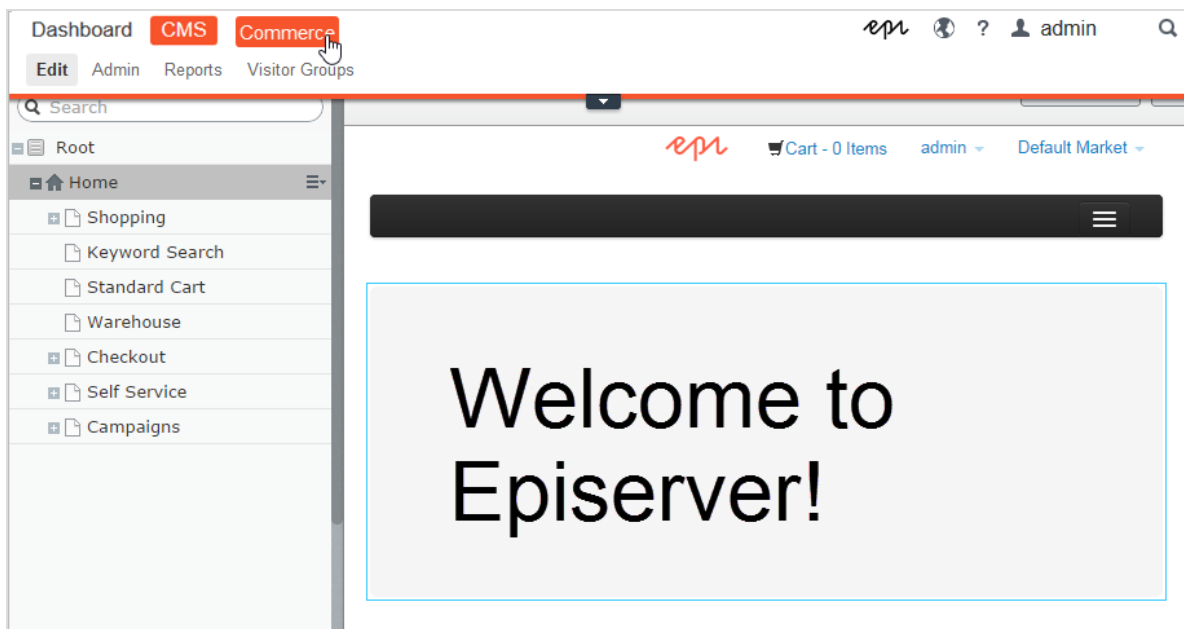
Löschen von Statistik	60
Konnektoren hinzufügen	62
Konnektoren konfigurieren	62
Anzeigen von Konnektoren und Indizierungsaufträgen	64
Entdecken des Indexes	65
Prüfung des Indexübersicht-Bildschirms	65
Prüfung des Entdecken-Bildschirms	66
Zugriffsrechte	67
Index	68

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 Episerver Find, 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 (18-5) beschreibt **Funktionen, die bis einschließlich Update 231** für Episerver ergänzt wurden; siehe **Episerver World für ältere Versionen des Benutzerhandbuchs**.

Bereich	Funktionen und Updates
Find	<ul style="list-style-type: none">• Diese Version des Benutzerhandbuchs enthält keine Updates des Abschnitts Episerver Find.
Insight	<ul style="list-style-type: none">• Diese Version des Benutzerhandbuchs enthält keine Updates des Abschnitts Episerver Insight.
Perform Reach	<ul style="list-style-type: none">• Diese Version des Benutzerhandbuchs enthält keine Updates des Abschnitts Personalization.

Dokumentation Altversion

Dieses Benutzerhandbuch beschreibt eine Standardinstallation der Episerver-Plattform zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Gelegentlich entfernen wir Informationen

über Funktionen, die nicht mehr Bestandteil der Plattform sind oder durch andere Funktionen hinfällig werden. Für Informationen zu diesen Funktionen müssen Sie auf frühere Versionen dieses Benutzerhandbuchs zurückgreifen.

Funktionen, die in anderen Versionen des Benutzerhandbuchs der Episerver-Plattform erläutert werden:

- Für Informationen zur integrierten Formularfunktionalität zum Erstellen von Webformularen siehe **Version 18-2** und früher.
- Für dynamische Inhalte siehe **Version 18-2** und früher.
- Für Informationen zur Anpassung des Rich-Text-Editors TinyMCE v1 siehe **Version 18-2** und früher.

Episerver Find



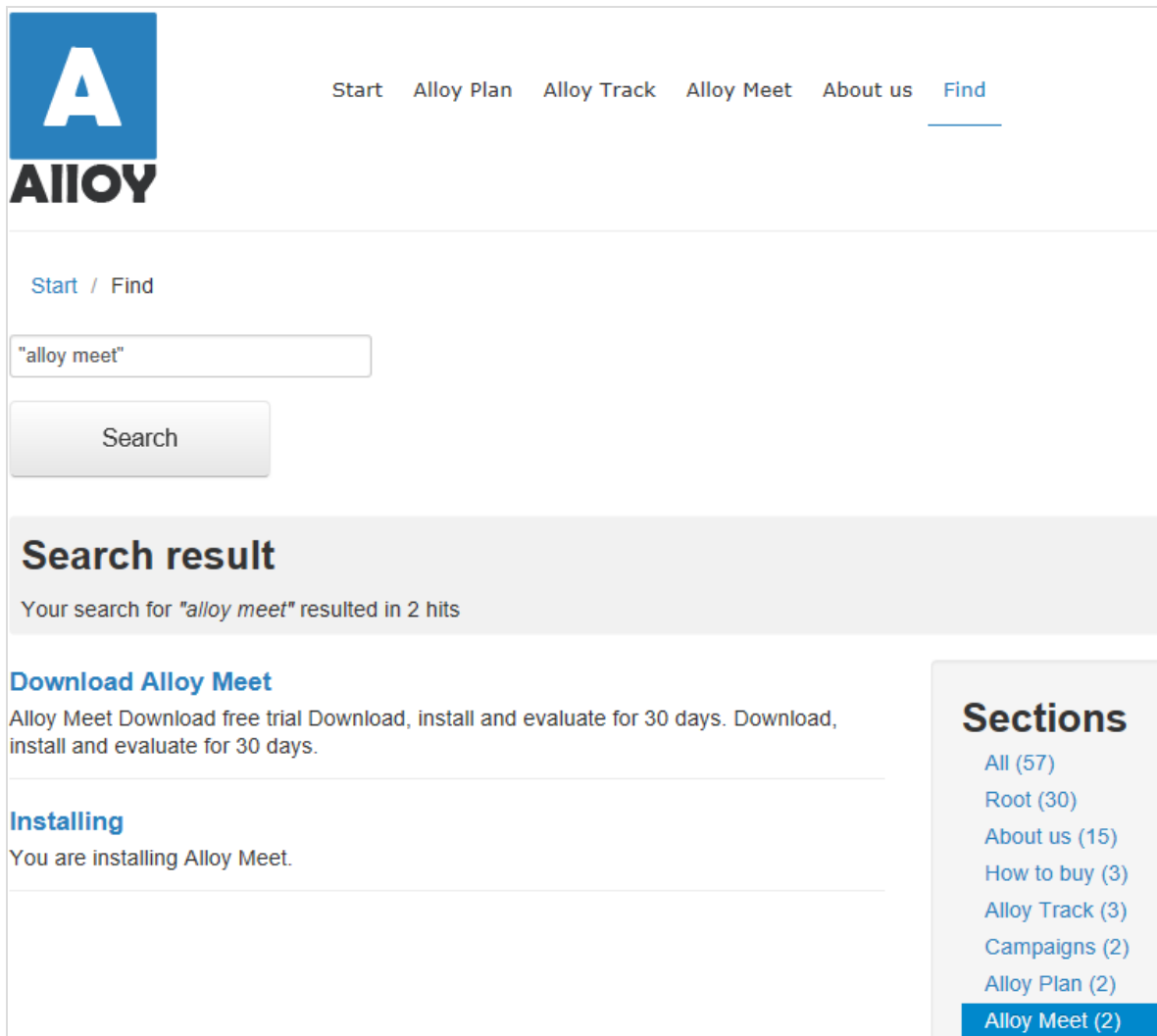
Episerver Find ist Teil der . Es erfordert eine gesonderte Installation und Lizenz, kontaktieren Sie Ihren Systemadministrator, um mehr darüber zu erfahren. Für technische Details, siehe .

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 shows the Alloy Meet search results page. At the top left is the Alloy logo, 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'. Below the logo is a breadcrumb trail 'Start / Find'. A search input field contains the text '"alloy meet"' and a 'Search' button is below it. The main content area has a grey header 'Search result' with the text 'Your search for "alloy meet" resulted in 2 hits'. Below this are two sections: 'Download Alloy Meet' and 'Installing'. The 'Download Alloy Meet' section contains the text 'Alloy Meet Download free trial Download, install and evaluate for 30 days. Download, install and evaluate for 30 days.' The 'Installing' section contains the text 'You are installing Alloy Meet.' On the right side, there is a 'Sections' sidebar with a list of categories and their 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 Find

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.
- **Mit Promote ausgewählte 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.

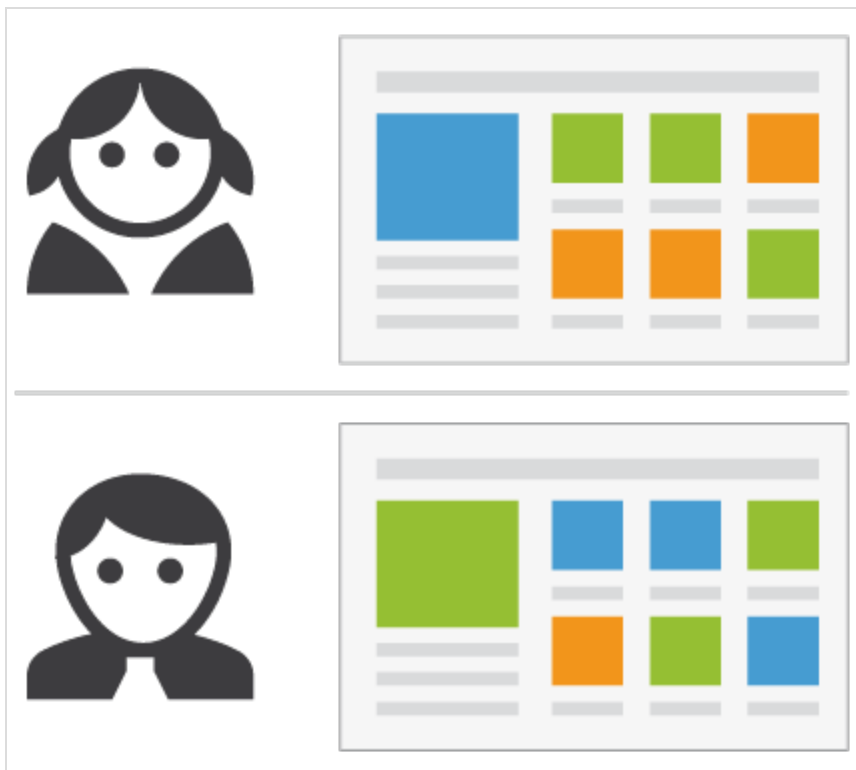
Hilfe in Find

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

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 Facettenavigation. 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 software, 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

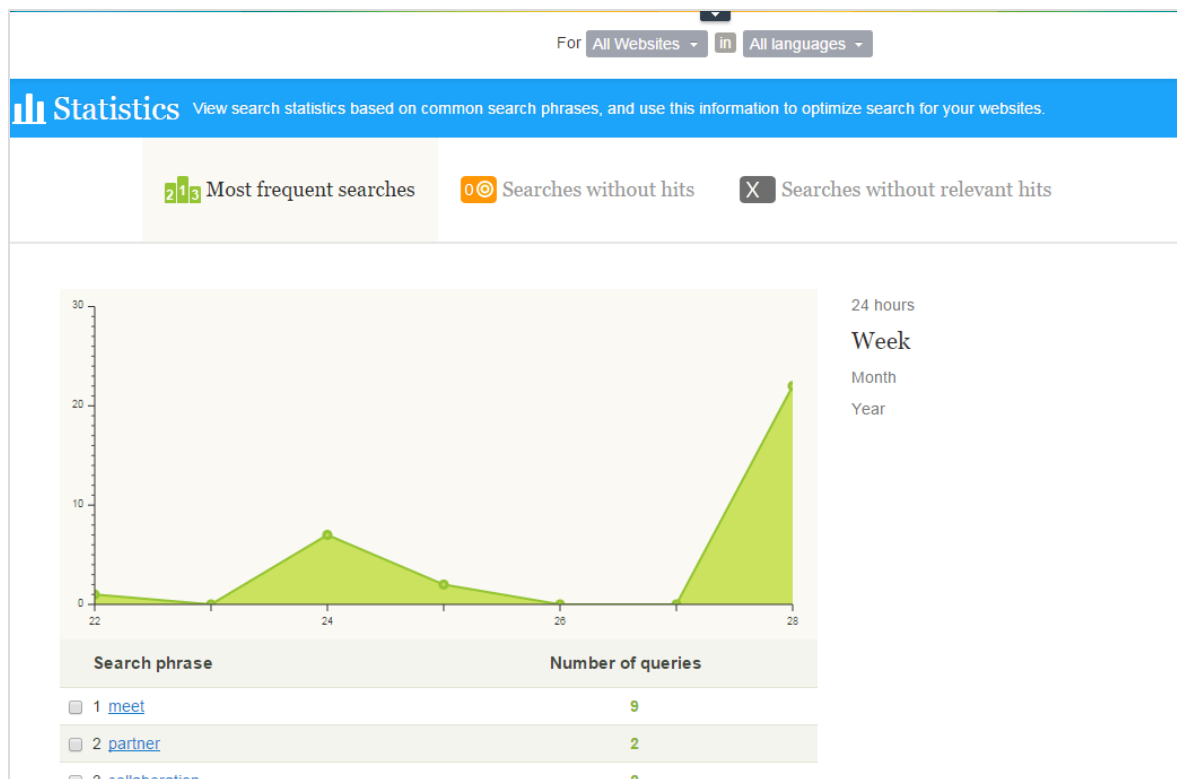
Analyse von Suchstatistiken

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'		People who searched for 'plan' also searched for...	
0 most clicked search results matching 'plan'			
Search result	Clicks	Search phrase	Number of searches
No matching hits.		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 cooperation	1
<input checked="" type="checkbox"/>	31 communication	1
<input type="checkbox"/>	32 ceo	1
<input checked="" type="checkbox"/>	33 bears	1
<input type="checkbox"/>	34 "katt" äter möss	1
<input type="checkbox"/>	35 "katt äter möss"	1

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

Find

Manuelle Optimierung der Such- ergebnisse

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 Find zwecks Zugriff auf die Funktionen.

Optimierungsansicht

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

For All Websites All languages Show Help

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

Best Bets Related Queries Synonyms Autocomplete

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

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 Alloy Track

Description 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

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 [feature-autocomplete/alloy-track/](#)
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.

video conference

Search

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.

alloy meet

Search

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 Kontaktseite 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.

For All Websites in All languages Show Help

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

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

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.

- 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.

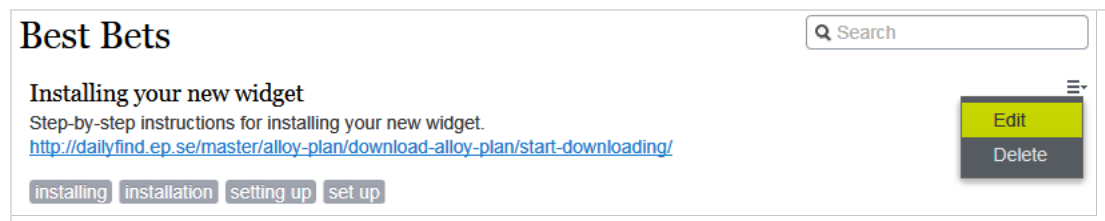
4. Wenn Sie eine Episerver-Seite gewählt haben, erscheinen deren Titel und Beschreibung. Ändern Sie diese wie gewünscht. Gestalten Sie zum Beispiel den Text attraktiver, um einen Website-Besucher zum Anklicken des Ergebnisses zu animieren.

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**.

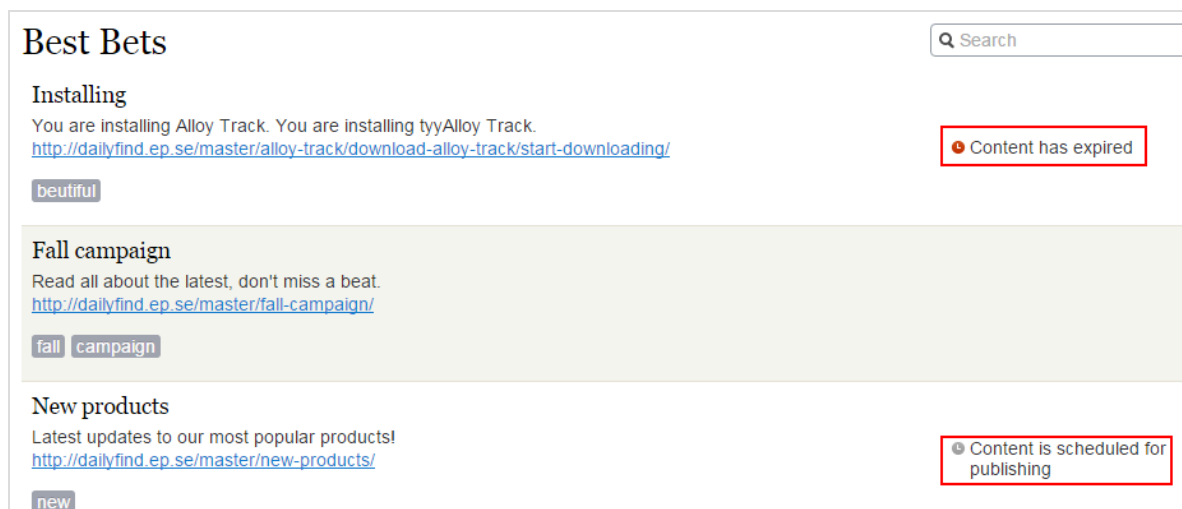
Best Bets löschen

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.



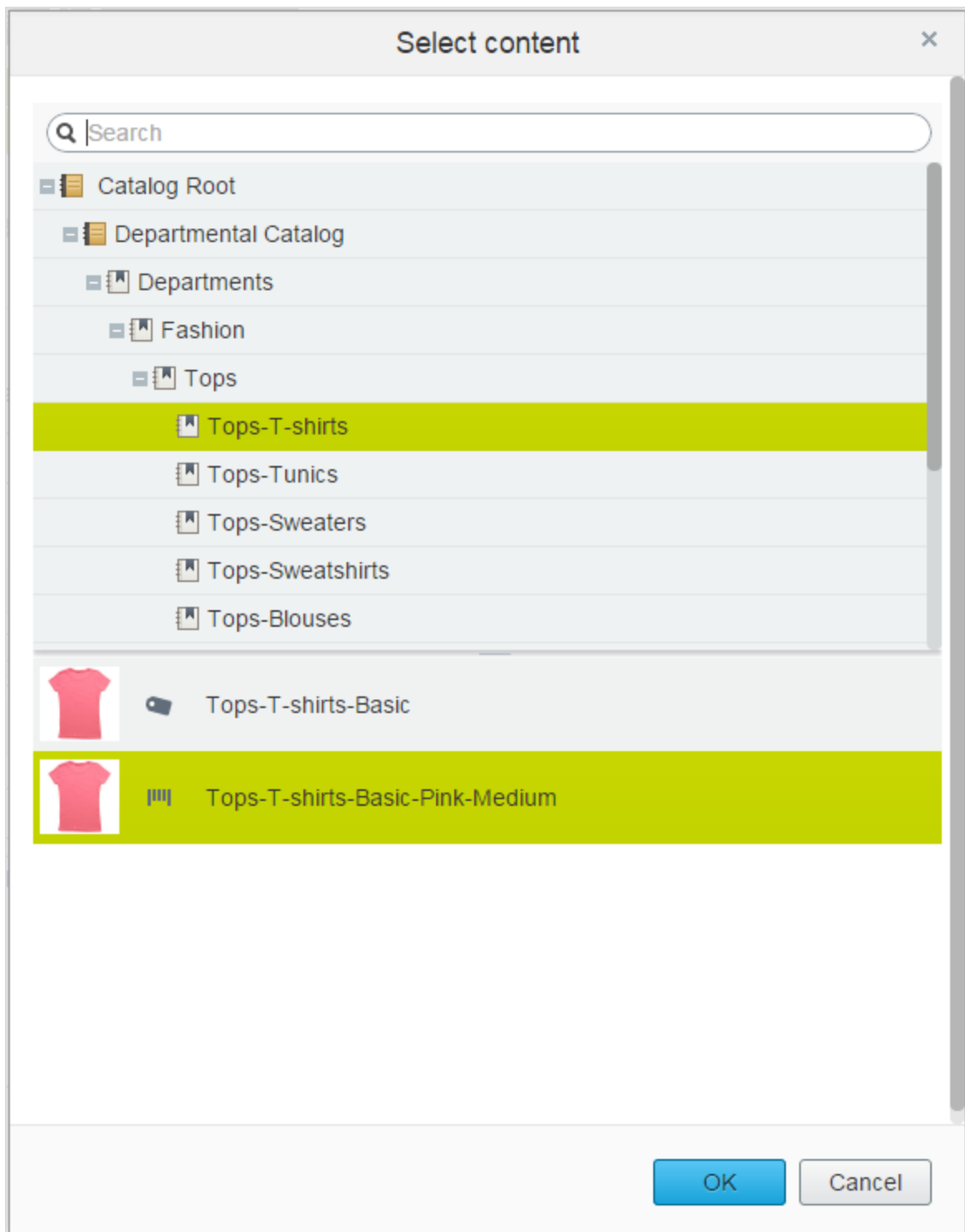
The screenshot shows the 'Best Bets' interface with a search bar at the top right. It lists three content items:

- Installing**: You are installing Alloy Track. You are installing tyAlloy Track. <http://dailyfind.ep.se/master/alloy-track/download-alloy-track/start-downloading/>. Status: Content has expired.
- Fall campaign**: Read all about the latest, don't miss a beat. <http://dailyfind.ep.se/master/fall-campaign/>. Status: Content is scheduled for publishing.
- New products**: Latest updates to our most popular products! <http://dailyfind.ep.se/master/new-products/>. Status: Content is scheduled for publishing.

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

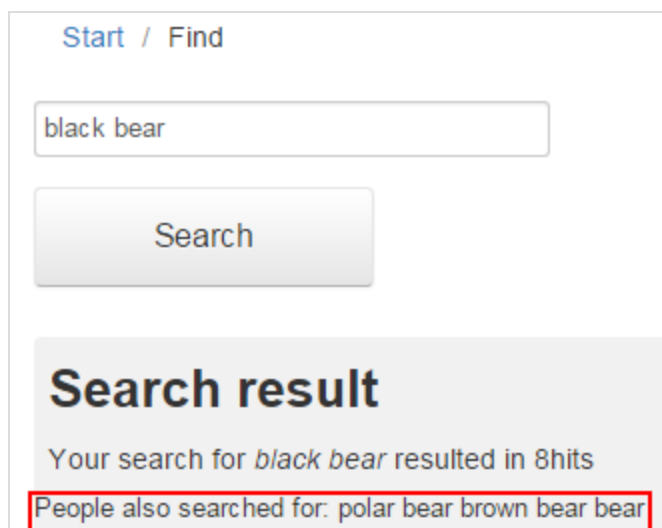
Wenn Episerver Commerce auf Ihrer Website installiert ist, können Sie Inhalte mit der Kataloginhalt-Auswahlfunktion in der Best-Bet-Ansicht fördern. Sie können Best Bets für Produkte und Varianten und Bilder im Katalog definieren.



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

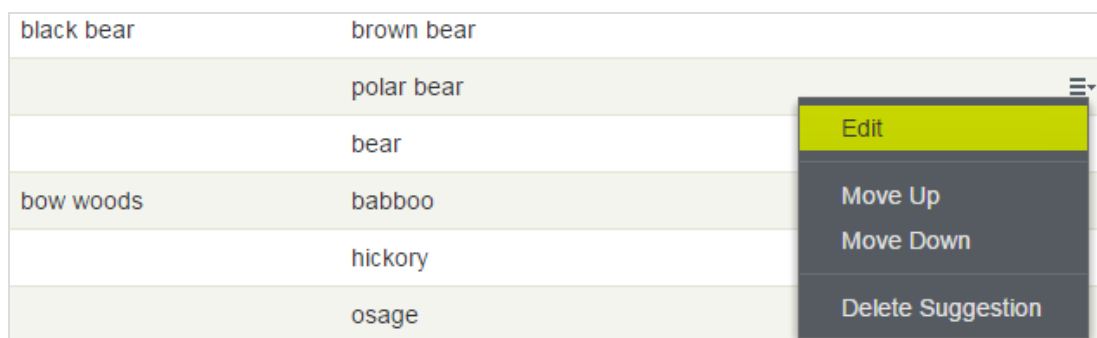
Delete Phrase

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.



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.

Synonyms	
Phrases	Synonym
adorable, lovely, nice	beautiful
amount, bill, charge, cost payment, price	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.

The screenshot shows the 'Optimization' section of the Episerver Find interface. At the top, there are filters for 'All Websites' and 'All languages'. Below this is a green header with the 'Optimization' title and a sub-header: 'Apply search optimization features to finetune search on your websites, helping visitors find what they are looking for.' There are four tabs: 'Best Bets', 'Related Queries', 'Synonyms' (which is selected), and 'Autocomplete'. The main content area contains a text box for 'Phrase' with the value 'track,projects,manage,monitor' and another for 'Synonym' with the value 'follow-up'. A 'Bidirectional' checkbox is checked. Below these are 'Add synonym' and 'Cancel' buttons. A 'Synonyms' table is shown below, with a search bar on the right. The table has two columns: 'Phrase' and 'Synonym'. It lists several synonym pairs with a right-pointing arrow between them.

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: track,projects,manage,monitor
 Synonym: follow-up
 Bidirectional:

Buttons: Add synonym, Cancel

Synonyms [Search]

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.

home	×	Search
<ul style="list-style-type: none"> • 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.

The screenshot shows the 'Optimization' section of the Episerver Find interface. At the top, there are filters for 'All Websites' and 'All languages'. Below this is a green header with the text 'Optimization Apply search optimization features to finetune search on your websites, helping visitors find what they are looking for.' There are four tabs: 'Best Bets', 'Related Queries', 'Synonyms', and 'Autocomplete' (which is selected). Below the tabs, there is a text box with the placeholder 'Autocompletes are words displayed as suggestions when visitors start typing in the search field. Here you can add your own autocompletes, which will always take precedence over autocompletes from the system.' A search field contains the word 'polish'. To the right of the search field are two buttons: 'Add autocomplete' and 'Cancel'. Below this is a section titled 'Autocomplete' with a search box. A list of suggestions is shown below the search box:

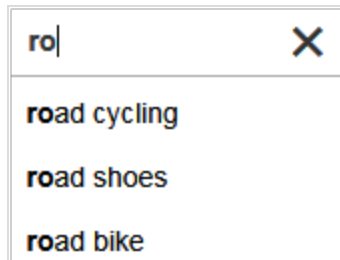
Phrase
appearance
appear
poltava
police

- 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).



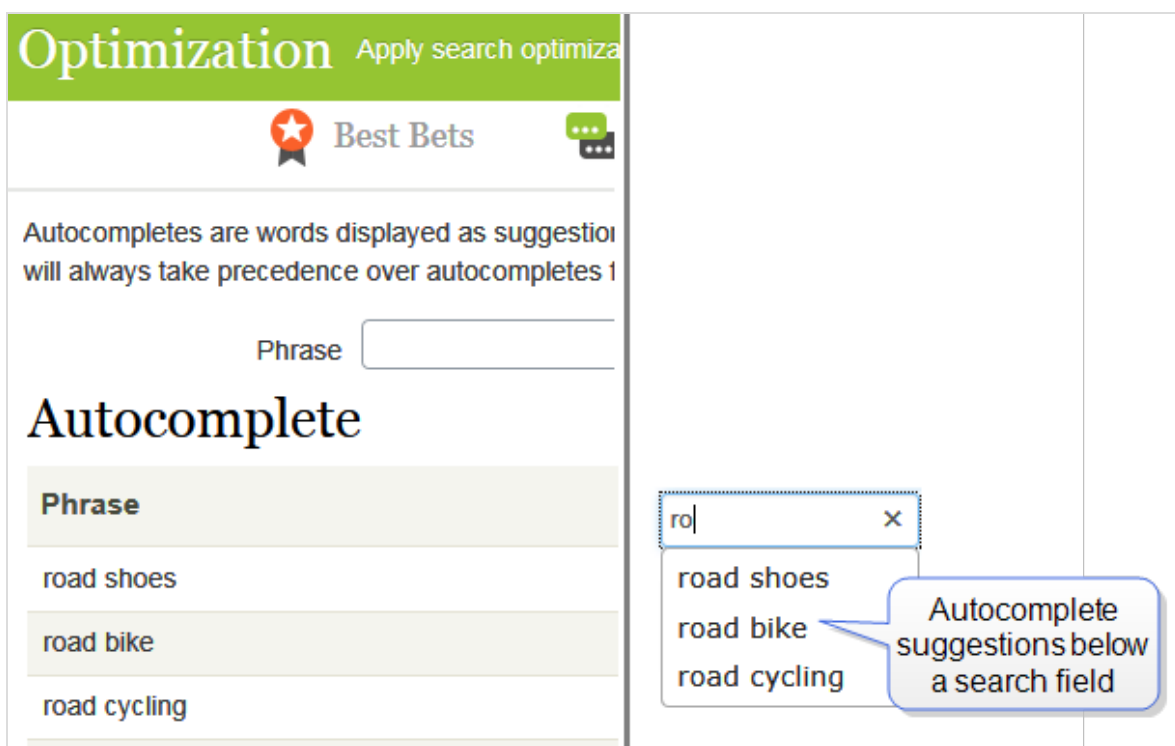
Der Autocomplete-Bildschirm zeigt nur Vorschläge an, die auf diesem Bildschirm manuell hinzugefügt wurden - er zeigt keine Vorschläge an, die auf vorherigen, erfolgreichen Suchläufen basieren.

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

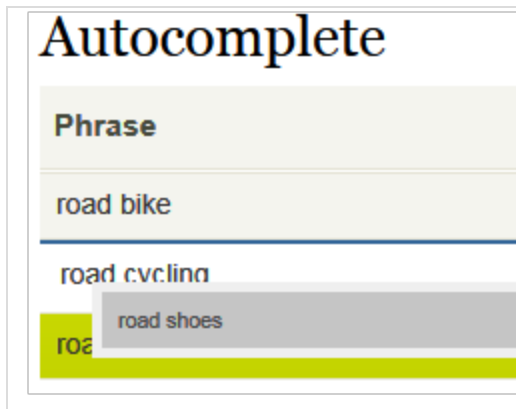
Die Reihenfolge der Vorschläge in der Autocomplete-Liste entscheidet über ihre Abfolge in der Vorschlagsliste eines Suchfeldes .



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.

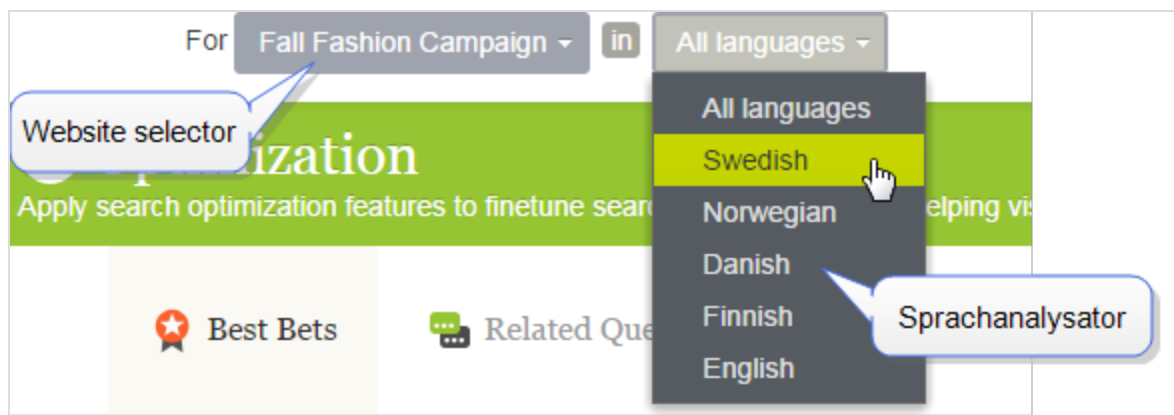
**Find**

Optimierung von mehreren Websites und Sprachen

Da die Suchoptimierung oft sprachenspezifisch ist, unterstützt Episerver Find ein breites Spektrum an Sprachen und Websites.

Website- und Sprachfilterung

Am oberen Rand der meisten Find-Bildschirme können Sie eine Website und einen Sprachanalysator auswählen, um die Bildschirminformationen zu filtern, bevor Sie Aktionen durchführen, wie z. B. die Anzeige von Statistiken und die Feinabstimmung der Suchergebnisse.



Find-Indizes

Find braucht nur einen einzigen Hauptindex. Mehrere Websites teilen sich oft einen einzigen Index. Wenn Sie eine Website hinzufügen, fügt Find neue Inhalte zum bestehenden Index hinzu.

Zusätzlich zum Hauptindex kann Ihr Episerver Find-Administrator eine beliebige Anzahl von *sprachspezifischen* Indizes einrichten, um die Suchgenauigkeit durch Strategien wie Wortstammsuche zu erhöhen. Wenn Inhalte in einer Sprache mit eigenem Index gespeichert werden, verwendet Episerver Find einen *Analysator* zur Interpretation und Indexierung der Inhalte. Der englische Analysator verwendet z. B. die Wortstammsuche zur Identifizierung von *fish* als den englischen Wortstamm von *fishing* und *fisher*. Wenn ein Benutzer also eine Suchanfrage stellt, die *fish*, *fishing* oder *fisher* enthält, gibt die Suche Inhalte mit beliebigen Wortvariationen zurück.

Wenn ein Suchbegriff dagegen nur mit dem Inhalt des Hauptindex übereinstimmt, muss er genau mit einem indexierten Begriff übereinstimmen, um Suchergebnisse zu erhalten; Wortvariationen werden ignoriert.



Die Anzahl der unterstützten Sprachanalytoren in Find wird festgelegt, wenn Ihr Unternehmen einen Index- und Mehrsprachenindex-Support von Episerver anfordert. Ihr Website-Administrator aktiviert die Analytoren während der Einrichtung der Website.

Wie Inhalte aus verschiedenen Sprachen in den Suchergebnissen erscheinen

Wenn Website-Besucher eine mehrsprachige Website durchsuchen, erscheint jede Sprachversion des Inhalts separat in den Suchergebnissen.

Sprachanalytoren versus CMS-Inhaltssprache

Ihr Website-Administrator kann eine Gruppe von Sprachen in Episerver CMS und eine andere Gruppe von Sprachanalytoren in Find aktivieren. Dies kann den Benutzer verwirren, denn während die Sprachauswahl auf den Suchmasken wirkt, als ob Sie die Inhaltssprache wählen, wählen Sie in Wirklichkeit einen Find-Analysator.

Der Find-Sprachanalytator wird bei der Arbeit mit der Suchoptimierung verwendet. Ihre Seiteninhalte können in mehreren Sprachen vorliegen - sie benötigen nicht alle einen Sprachanalytator. Allerdings ist eine Suche mit einem Analytator „intelligenter“.

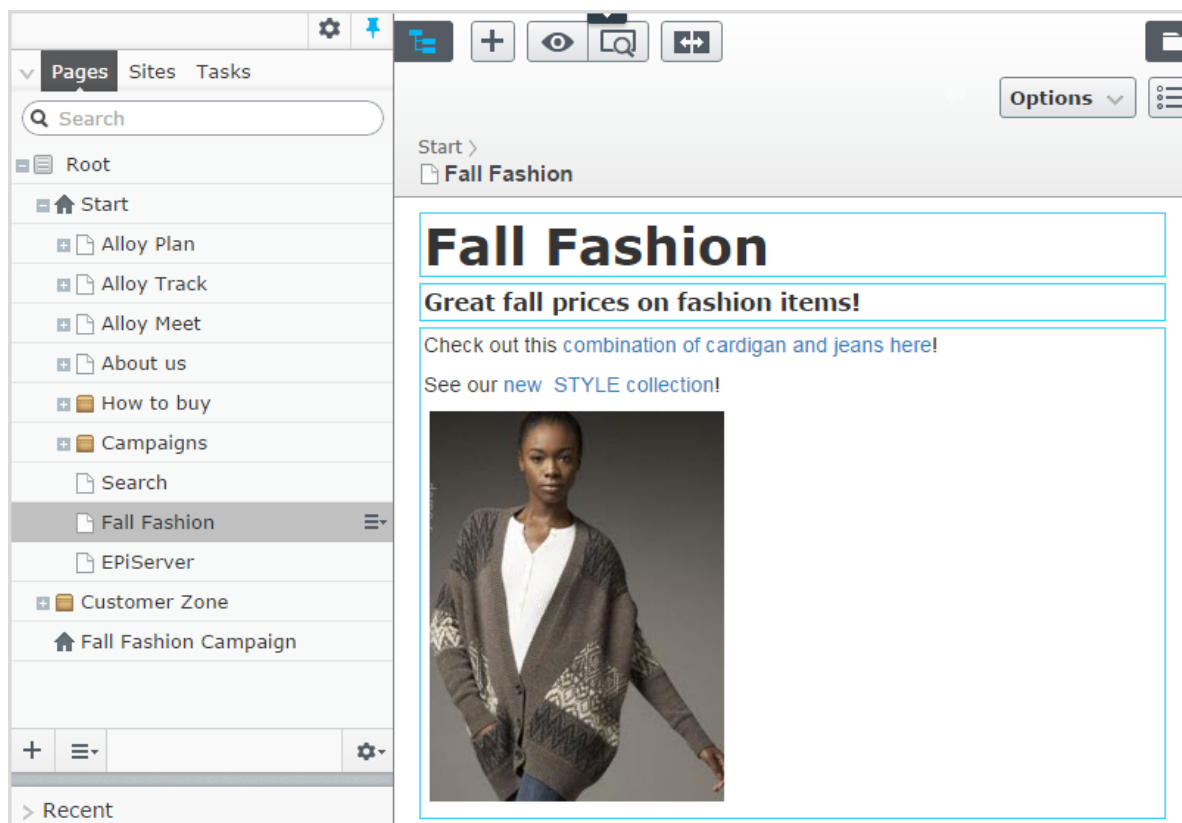
Find-Sprachanalytoren werden von einem Entwickler während der Implementierung kostenpflichtig installiert. Zusätzliche Inhaltssprachen können von einem CMS-Administrator jederzeit und kostenlos hinzugefügt werden.

Beispiele für mehrere Websites und Sprachen

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.

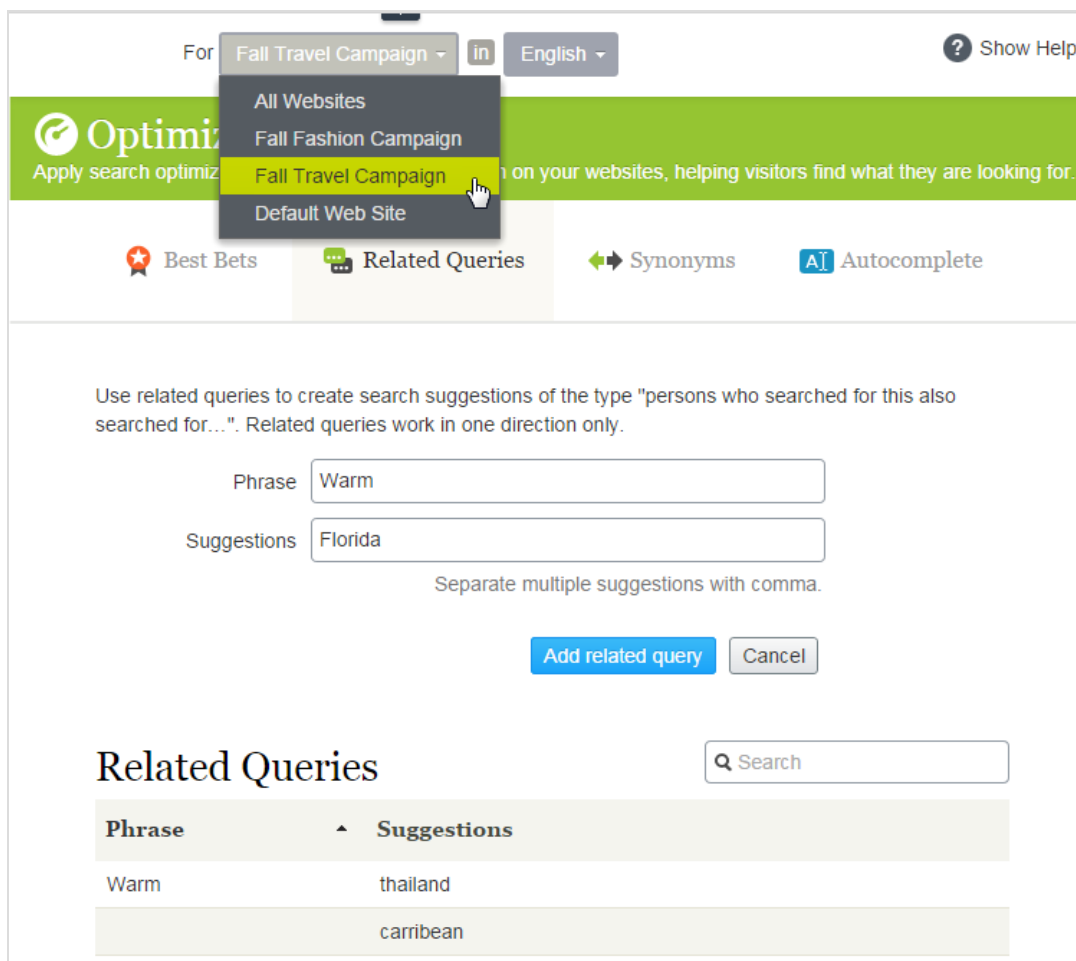
BEISPIEL: Hinzufügen von Websites und Suchoptimierung

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.

The screenshot shows the Episerver Find search interface. At the top, there are filters for 'All Websites' and 'All languages', along with a 'Show Help' button. A dropdown menu is open under 'All Websites', listing 'All Websites', 'Fall Fashion Campaign' (highlighted), 'Fall Travel Campaign', and 'Default Web Site'. Below the filters, there are tabs for 'Best Bets', 'Related Queries', 'Synonyms', and 'Autocomplete'. The 'Related Queries' section contains a form with a 'Phrase' field containing 'warm' and a 'Suggestions' field containing 'cardigan,sweater'. Below the form are 'Add related query' and 'Cancel' buttons. At the bottom, there is a 'Related Queries' section with a search bar and a table showing a query 'juniper' with suggestions 'bow woods'.

- 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 sich einen Index, weshalb die Best Bets, ähnlichen Suchanfragen oder Autocomplete-Vorschläge bereits auf den Kampagnen-Websites definiert sind.
- 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.



- 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

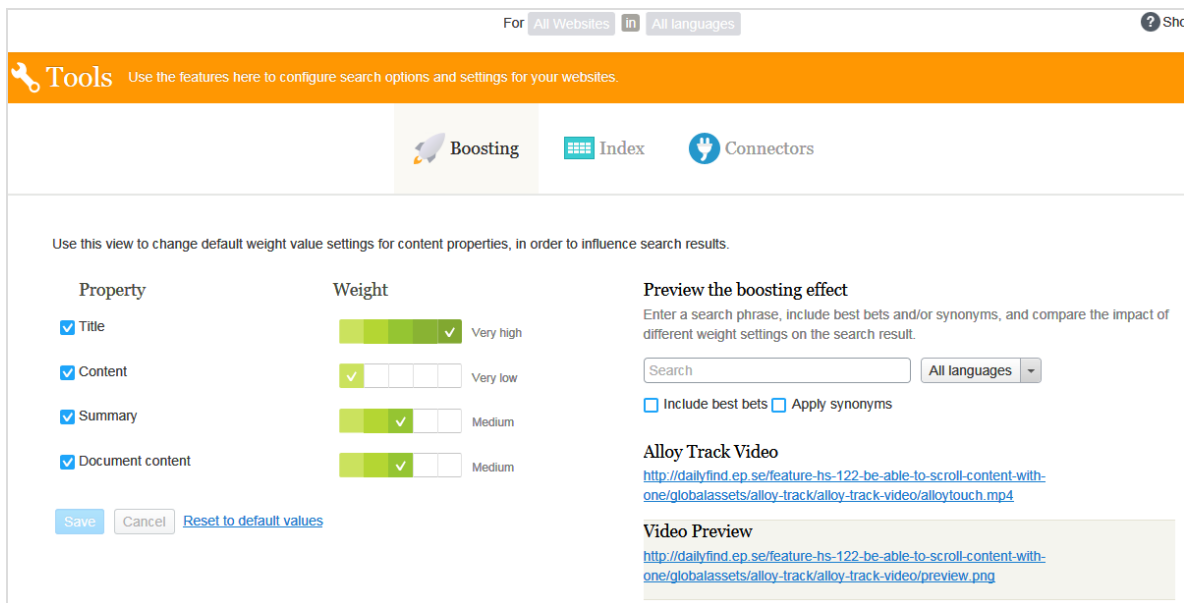
Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften (Boosting)



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.



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.
- 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 'Tools' header includes a sub-header: 'Use the features here to configure search options and settings for your websites.' Below this, there are three main tool categories: 'Boosting', 'Index', and 'Connectors'. The 'Index' category is selected and highlighted. Underneath, a descriptive text states: '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.' Two main action cards are visible: 'Clear content index' and 'Clear statistics'. The 'Clear content index' card explains that clearing the index will empty it completely and requires a reindex. Below this text are icons representing a folder, a document, a book, and a list, and a red 'Clear index' button. The 'Clear statistics' card explains that clearing statistics will remove all data, making the statistics view empty. Below this text is a line graph with several green peaks of varying heights, and a red '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 Crawler

Start URL


Exclude media types

Advanced fine tuning of indexing (click to display)

Schedule No
 Every day at at

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

Add connector Cancel

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

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	Indexed	Jun 29, 5:13 PM	0	 Start	
EPIServer Knowledge Base	Crawler	Every Monday at 1:00 PM	Indexing		9	 Stop	 Edit Delete
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.

Q 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** und **SuchAdmins** können die Episerver Bearbeitungsansicht, Episerver Find Suchfunktionen und den **Bildschirm Indizes leeren** aufrufen.
- **SuchRedakteure** können die Episerver Bearbeitungsansicht und die Episerver Find Suchfunktionen aufrufen. Sie können nicht den Bildschirm Indizes leeren aufrufen.

Weil die meisten Benutzer keine Mitglieder von Administratoren oder WebAdmins sind, müssen sie Mitglieder bei *sowohl* SuchAdmins als auch SuchRedakteure 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	Index	verwandte
Anfrage, verwandt	löschen 59	Abfragen 36
Find 36	Übersicht 65	Zugriffsrechte 67
Autocomplete 43	Konnektoren	G
B	Hinzufügen	Gewichtseinstellungen
best Bets 27	läuft 62	optimieren,
Bearbeitung 33	Optimierung 16	Find 56
Hinzufügen läuft 30	best Bets 27	I
löschen 33	manuell 25	Index
F	mehrere	Find, neu
Find	Seiten 47	indizieren 59
Autocomplete 43	mehrere Spra- chen 47	K
Ergebnisse	Statistik	Katalogeinträge
Steigerung 56	löschen 60	best Bets 34
Ergebnisse opti- mieren 56	Suche	Konnektoren
Gewich- tungsergebnisse	optimieren 19	Find 62
57	Suchstatistiken 22	S
	Synonyme 38	SEO 16
	Übersicht 12	Statistik
		Find, löschen 60

Suche,
anzeigen 23

Suche

Optimierung 16

Statistik 22

Suche optimieren 19

Synonyme

verwenden mit
Find 38

V

verwandte Abfragen

Find 36

Vorschläge, Suche 43

Z

Zugriffsrechte

Find 67

Episerver Digital Experience Cloud

Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint digitale Inhalte, Commerce und Marketing in einer Plattform, einschließlich Omnichannel-Lösungen für intelligente Kampagnen. Die Plattform nutzt künstliche Intelligenz und Verhaltensanalyse, um überall personalisierte Erfahrungen zu liefern. Mit unserer sicheren, zuverlässigen Plattform können Sie Engagement, Erlös und Produktivität in kürzester Zeit steigern und gleichzeitig die schnellstmögliche Time-to-Value erzielen.

Über Episerver

Wir bei Episerver sind davon überzeugt, dass die digitale Transformation eine Reise ist. Schon seit über 20 Jahren unterstützen wir unsere Kunden bei der Realisierung herausragender digitaler Erlebnisse. Mittlerweile umfasst unser Netzwerk 880 Partner in 30 Ländern und unterstützt 8.000 Kunden mit 30.000 Webseiten. Episerver wurde 1994 gegründet und unterhält Niederlassungen in den USA, Großbritannien, Schweden, Australien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Norwegen, Polen, den Niederlanden, Spanien, Südafrika, Singapur, Vietnam und den VAE.

Weitere Informationen finden Sie auf www.episerver.com.



www.episerver.com