



Episerver Find

Benutzerhandbuch





© EpiServer2019

Table of contents

Introduction	7
Features, licenses and releases	7
Copyright notice	8
Was ist neu?	9
Dokumentation Altversion	9
Episerver Find	10
Funktionsübersicht Find	11
Funktionen in der Find-Standardversion	12
Funktionen in Find Connections Edition	12
Hilfe in Find	12
Was bedeutet Suchoptimierung?	13
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
Analyse von Suchstatistiken	17
Manuelle Optimierung der Suchergebnisse	19
Optimierungsansicht	19
Wonach Sie suchen sollten	20
Förderung von Inhalten mit Best Bets	21
Best Bets hinzufügen	23
Best Bets bearbeiten	24
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
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	37
Website- und Sprachfilterung	37
Find-Indizes	37
Sprachanalytoren versus CMS-Inhaltssprache	38
Beispiele für mehrere Websites und Sprachen	38
Find konfigurieren	42
Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften (Boosting)	43
Gewichtungseinstellungen ändern	43
Hinweise zur Änderung von Gewichtungseinstellungen	44
Löschen eines Indexes und Neuindizierung	45
Löschen des Indexes	45
Neuindizierung der Website	46
Löschen von Statistik	46
Konnektoren hinzufügen	47
Konnektoren konfigurieren	47
Anzeigen von Konnektoren und Indizierungsaufträgen	48
Entdecken des Indexes	50
Prüfung des Indexübersicht-Bildschirms	50
Prüfung des Entdecken-Bildschirms	50
Zugriffsrechte	52

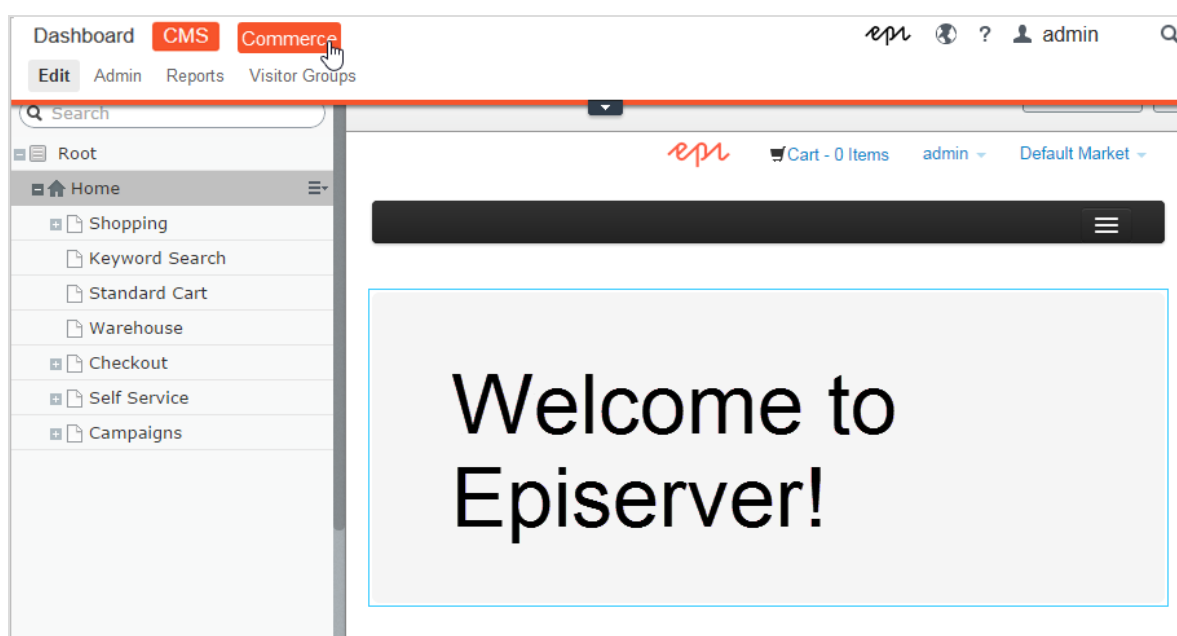
Index	53
--------------------	-----------

Introduction

Online help describes the features and functionality of the Episerver platform, and covers CMS for content management, Commerce for e-commerce functionality, Find for extended search, and Episerver add-ons. You access it from within the Episerver platform or from [Episerver World](#). The online help is also available in PDF format for users who prefer PDF or want to print the documentation.

This PDF describes the features and functionality of Episerver Find which you can find on [Episerver World](#). Developer guides and technical documentation also are found on [Episerver World](#).

The user documentation is intended for editors, administrators, marketers and merchandisers, working with tasks as described in Roles and tasks in the online help.



Features, licenses and releases

The user documentation is continuously updated and covers the latest releases for the Episerver platform.



Episerver CMS is the core part of the Episerver platform providing advanced content creation and publishing features for all types of website content. CMS features are available in all Episerver installations.



Episerver Commerce adds complete e-commerce capabilities to the core functionality in CMS. Commerce requires additional license activation.



Add-ons extend the Episerver capabilities with features like advanced search, multi-variate testing, and social media integration. Some add-ons are free, others require license activation. Add-ons by Episerver are described in the online help.

Hinweis: Due to frequent feature releases, this user guide may describe functionality that is not yet available on your website. See [What's new](#) to find out in which area and release a specific feature became available.

Copyright notice

© Episerver 1996 – 2019. All rights reserved.

All information and content within this document is the sole copyright of Episerver. Changes to the contents, or partial copying of the contents, may not be done without permission. The document may be freely distributed in its entirety, digitally or in printed format, to all users of Episerver Software. Episerver assumes no liability or responsibility for any errors or omissions in the content of this document. Episerver reserves the right to alter functionality and technical system requirements. Episerver is a registered trademark of [Episerver AB](#). Ektron is a registered trademark of [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.

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

Dieses Benutzerhandbuch (18-7) beschreibt **Funktionen, die bis einschließlich Update 245** 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.

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:

- CMS: Für Informationen zur integrierten Formularfunktionalität zum Erstellen von Webformularen siehe [Version 18-2](#) und früher.
- CMS: Für dynamische Inhalte siehe [Version 18-2](#) und früher.
- CMS: Für Informationen zur Anpassung des Rich-Text-Editors TinyMCE v1 siehe [Version 18-2](#) und früher.
- Commerce: Für Kampagnen (Legacy) siehe [Version 18-5](#) und früher.
- Commerce: Für Aktionen (Legacy) siehe [Version 18-5](#) und früher.



Episerver Find

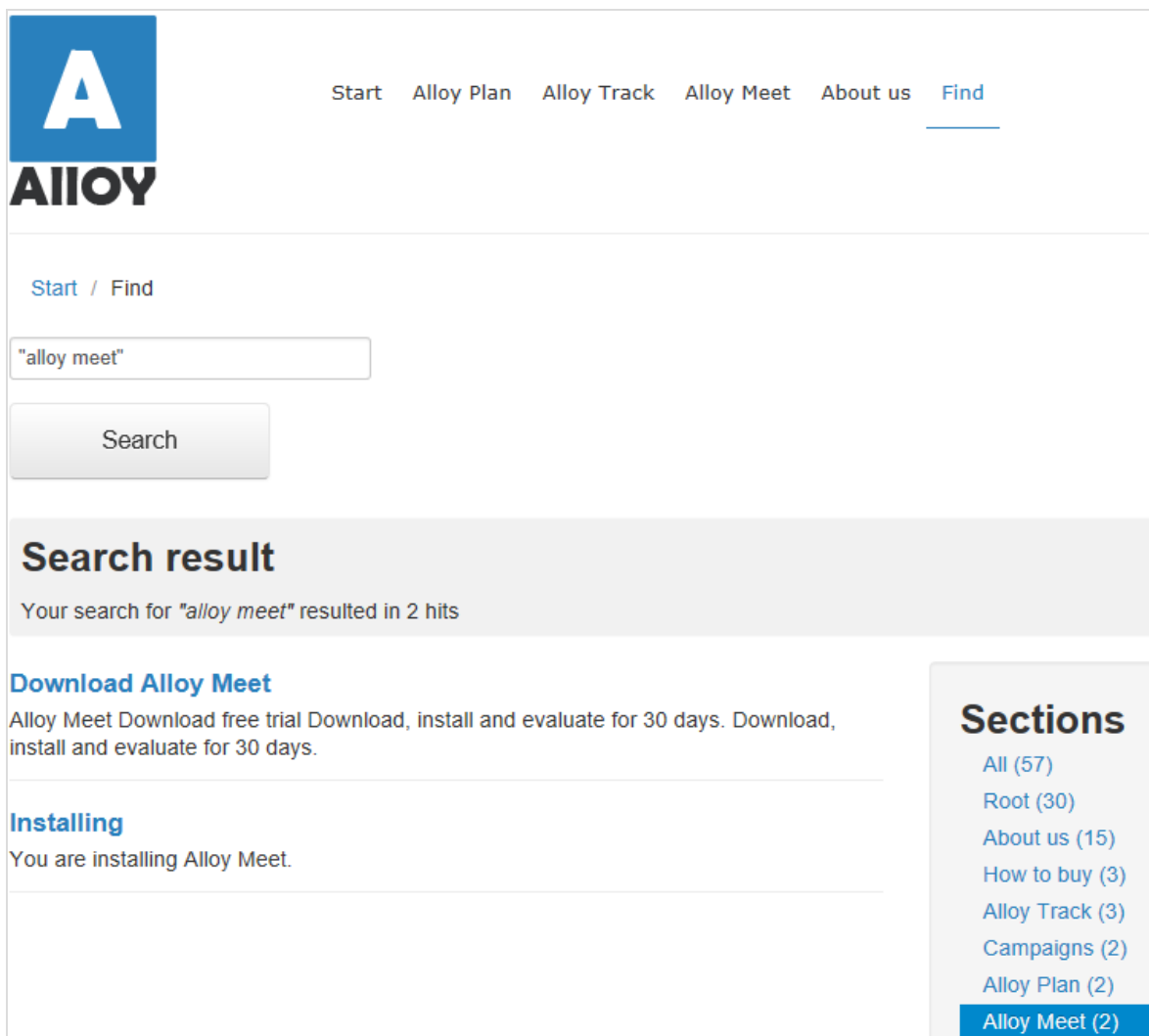
Hinweis: Episerver Find ist Teil der . Es erfordert eine gesonderte Installation und Lizenz, kontaktieren Sie Ihren Systemadministrator, um mehr darüber zu erfahren. Für technische Details, siehe .

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 website's search interface. 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' (which is underlined). Below the navigation is a search bar containing the text '"alloy meet"' and a 'Search' button. The search results section is titled 'Search result' and states 'Your search for "alloy meet" resulted in 2 hits'. The first result is 'Download Alloy Meet', with a sub-heading 'Download Alloy Meet' and a description: 'Alloy Meet Download free trial Download, install and evaluate for 30 days. Download, install and evaluate for 30 days.' Below this is an 'Installing' section with the text 'You are installing Alloy Meet.' On the right side of the page 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](#)" auf Seite 47.

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

Hilfe in Find

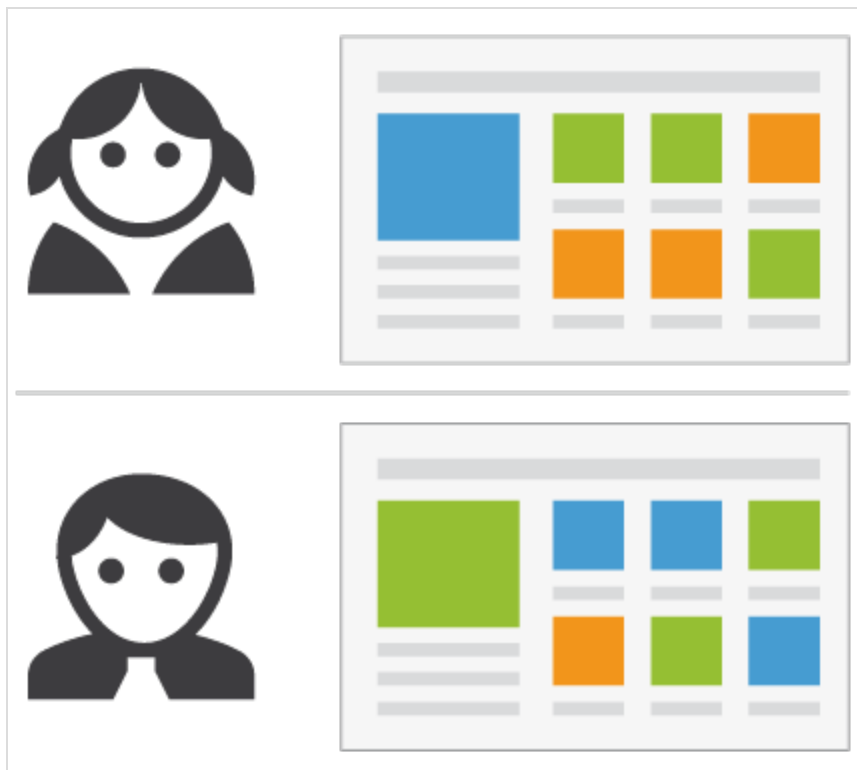
Die Benutzeroberfläche von Episerver Find liefert Bildschirmdokumentation. Zum Zugriff klicken Sie auf **Hilfe anzeigen** in der oberen rechten Ecke.



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: "[Auto-complete](#)" auf Seite 33.

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 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](#).

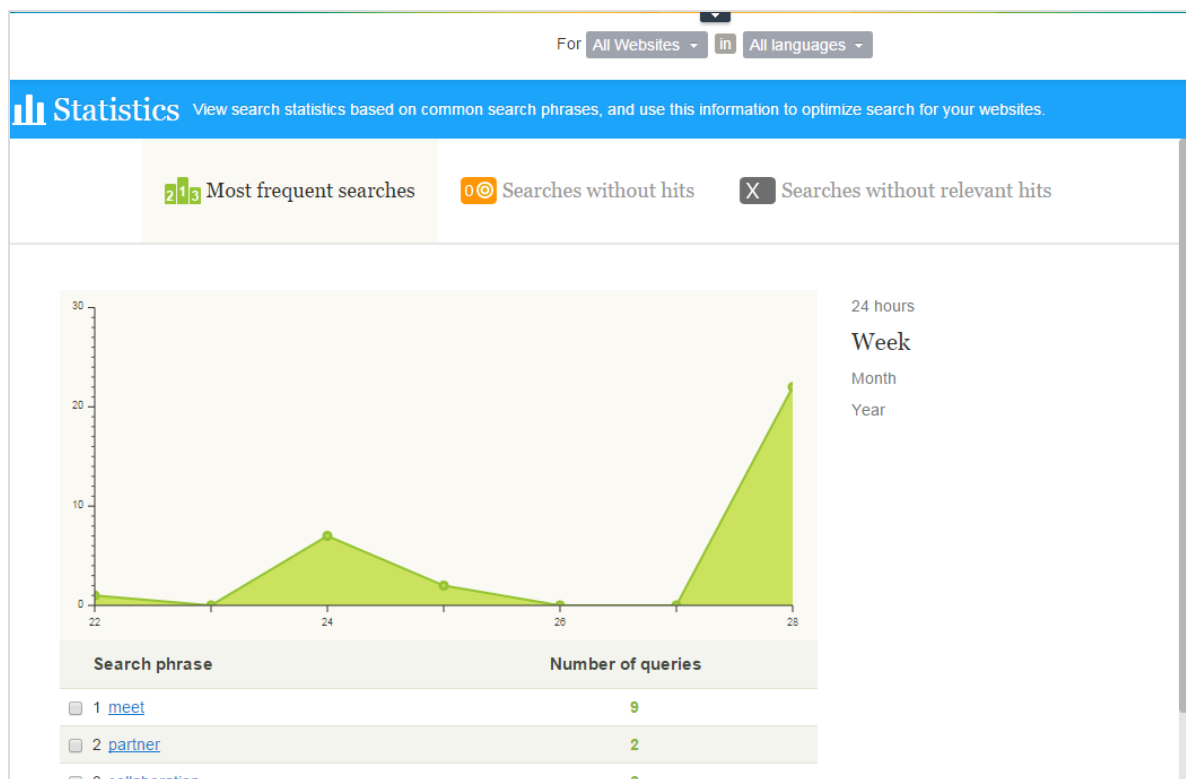


Analyse von Suchstatistiken

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.

Hinweis: 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' ×

<p>0 most clicked search results matching 'plan'</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">Search result</th> <th style="width: 30%;">Clicks</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 5px;"><i>No matching hits.</i></td> </tr> </tbody> </table>	Search result	Clicks	<i>No matching hits.</i>		<p>People who searched for 'plan' also searched for...</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">Search phrase</th> <th style="width: 30%;">Number of searches</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 work</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>2 lang</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> </tbody> </table>	Search phrase	Number of searches	1 work	1	2 lang	1
Search result	Clicks										
<i>No matching hits.</i>											
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 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 these phrases.

Create best bets

Create related queries

Create synonyms



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.

Hinweis: 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**.

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](#)



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.

The image shows two examples of search results in a web application. The top example is for the search term 'video conference'. It features a search bar with the text 'video conference' and a 'Search' button. Below the search bar, the text 'Customized title and description' is displayed in a dark red font. The search result itself is on a light grey background, with the heading 'Search result' in bold black text. Below the heading, it says 'Your search for video conference resulted in 16hits'. The main result is titled 'Alloy Meet-conduct virtual meetings (0.74982923)' in blue, followed by a description: '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.' A horizontal red line separates this from the second example. The second example is for the search term 'alloy meet'. It has a search bar with 'alloy meet' and a 'Search' button. The text 'Standard title and description' is shown in dark red. The search result is on a light grey background with the heading 'Search result' in bold black text. Below the heading, it says 'Your search for alloy meet resulted in 98hits'. The main result is titled 'Alloy Meet (4.0621233)' in blue, followed by a description: '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.

Hinweis: 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 Kontaktdateiseite 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

Hinweis: 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

Hinweis: 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. **https://** 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.

The screenshot shows a 'Best Bets' widget with a search bar at the top right. The main content area is titled 'Installing your new widget' and includes step-by-step instructions for installing a new widget, with a link to <http://dailyfind.ep.se/master/alloy-plan/download-alloy-plan/start-downloading/>. Below the text are four tags: 'installing', 'installation', 'setting up', and 'set up'. On the right side, a context menu is open, showing 'Edit' and 'Delete' options.

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.

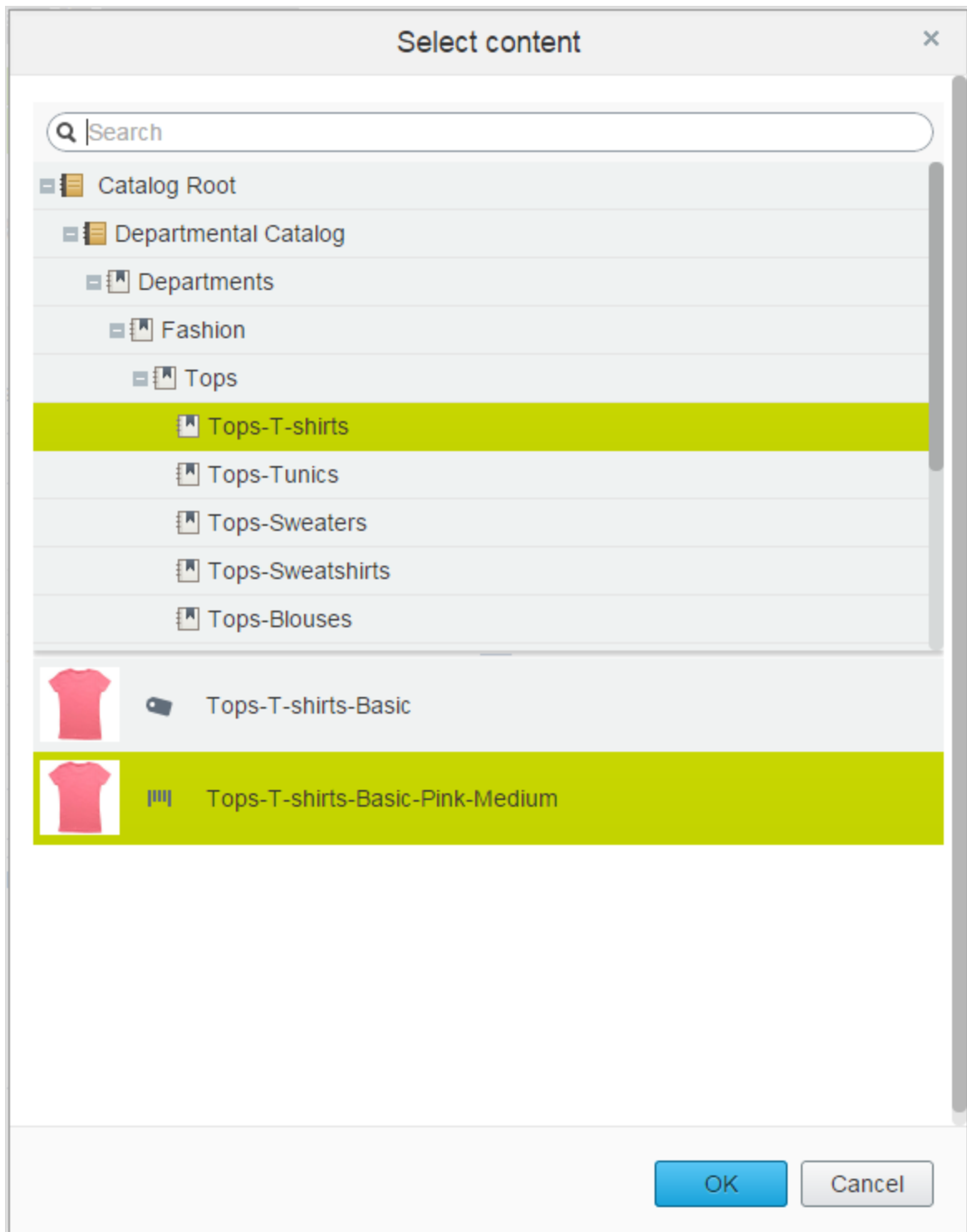
The screenshot shows a 'Best Bets' widget with a search bar at the top right. The main content area is titled 'Installing' and includes information about installing Alloy Track, with a link to <http://dailyfind.ep.se/master/alloy-track/download-alloy-track/start-downloading/>. Below the text is a tag 'beutiful'. To the right, a red box highlights the status 'Content has expired'. Below this is a section titled 'Fall campaign' with a link to <http://dailyfind.ep.se/master/fall-campaign/> and tags 'fall' and 'campaign'. Below this is a section titled 'New products' with a link to <http://dailyfind.ep.se/master/new-products/> and a tag 'new'. To the right, a red box highlights the 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.



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.





Verwandte Anfragen hinzufügen

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

Start / Find

black bear

Search

Search result

Your search for *black bear* resulted in 8 hits

People also searched for: polar bear brown bear bear

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

Hinweis: 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	<ul style="list-style-type: none"> Edit Move Up <li style="background-color: #ffff00;">Move Down Delete Phrase Delete Suggestion
	hickory	
	osage	
	ash	
	cedar	
black locust		

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	<ul style="list-style-type: none"> <li style="background-color: #ffff00;">Edit Move Up Move Down Delete Suggestion
	bear	
bow woods	babboo	
	hickory	
	osage	



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

Hinweis: 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 subtitle: '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 active), and 'Autocomplete'. The 'Synonyms' section 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. There are 'Add synonym' and 'Cancel' buttons. Below this is a 'Synonyms' table with a search bar. The table has two columns: 'Phrase' and 'Synonym'. It lists several entries with a right-pointing arrow between them.

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" auf Seite 30.](#)

Warnung: 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" auf Seite 30.](#)



Autocomplete

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

home	x	Search
<ul style="list-style-type: none">• Homewood Cottages• Homeplace Ranch• Home Care Apartments• Home Inn Xiamen Jimei University• Home Way Business Hotel		

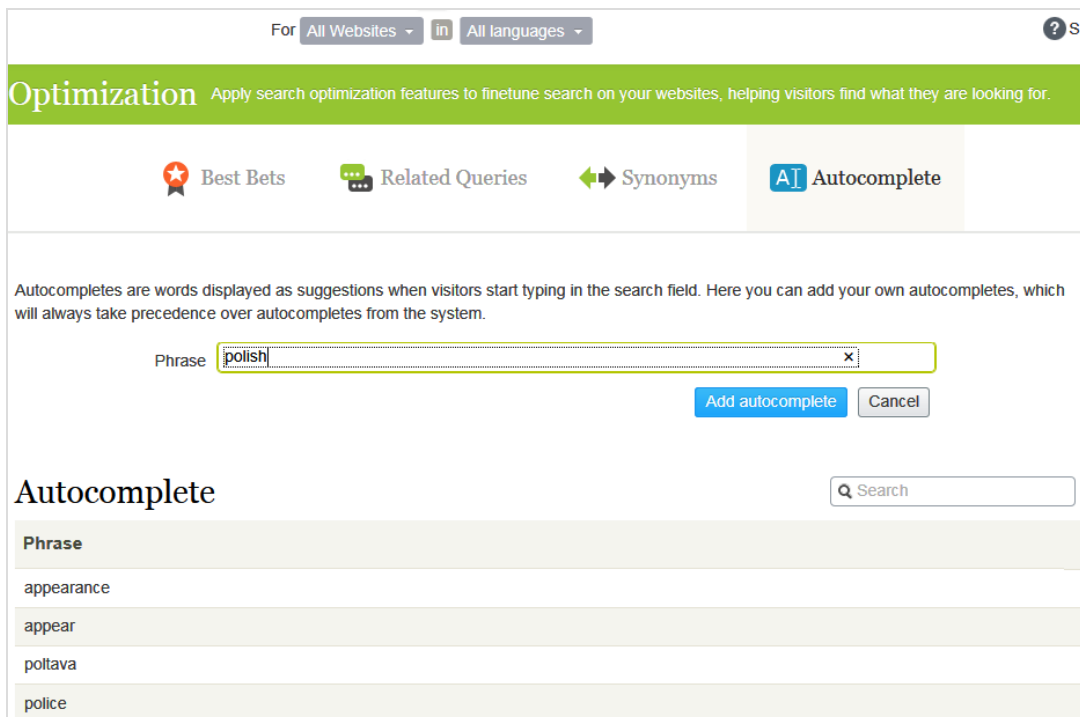
Die Vorschlagsliste wird präziser, je mehr Zeichen ein Benutzer eingibt.

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.

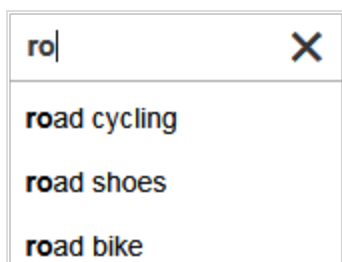


- Automatische Generierung, basierend auf vorherigen Suchanfragen, die zu mindestens einem Treffer führten.

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).

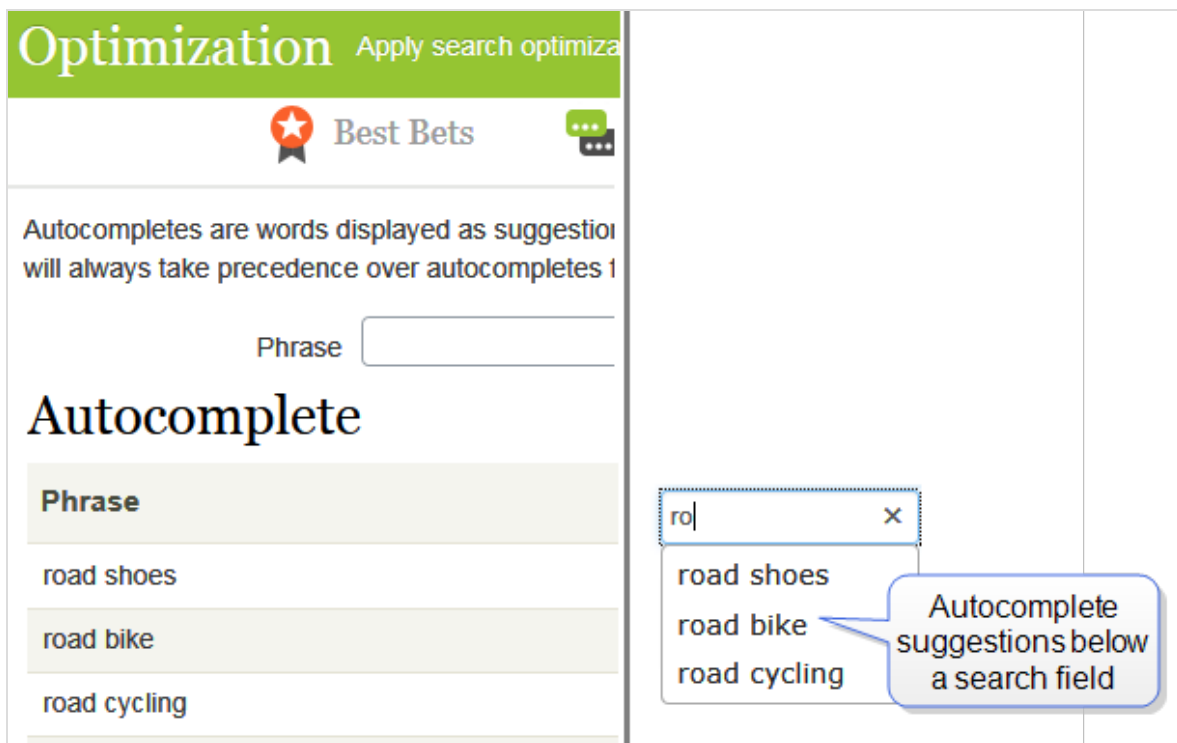
Hinweis: Der Autocomplete-Bildschirm zeigt nur Vorschläge an, die auf diesem Bildschirm manuell hinzugefügt wurden – er zeigt keine Vorschläge an, die auf vorherigen, erfolgreichen Suchläufen basieren.

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.

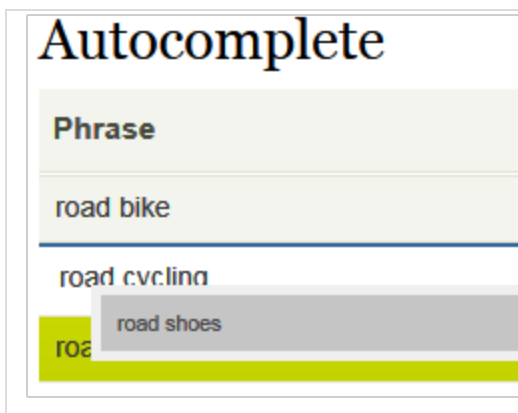
Reihenfolge der Autocomplete-Ausdrücke ändern

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.





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 indexten Begriff übereinstimmen, um Suchergebnisse zu erhalten; Wortvariationen werden ignoriert.

Hinweis: Die Anzahl der unterstützten Sprachanalysatoren in Find wird festgelegt, wenn Ihr Unternehmen einen Index- und Mehrsprachenindex-Support von Episerver anfordert. Ihr Website-Administrator aktiviert die Analysatoren 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.

Sprachanalysatoren versus CMS-Inhaltssprache

Ihr Website-Administrator kann eine Gruppe von Sprachen in Episerver CMS und eine andere Gruppe von Sprachanalysatoren 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-Sprachanalysator wird bei der Arbeit mit der Suchoptimierung verwendet. Ihre Seiteninhalte können in mehreren Sprachen vorliegen - sie benötigen nicht alle einen Sprachanalysator. Allerdings ist eine Suche mit einem Analysator „intelligenter“.

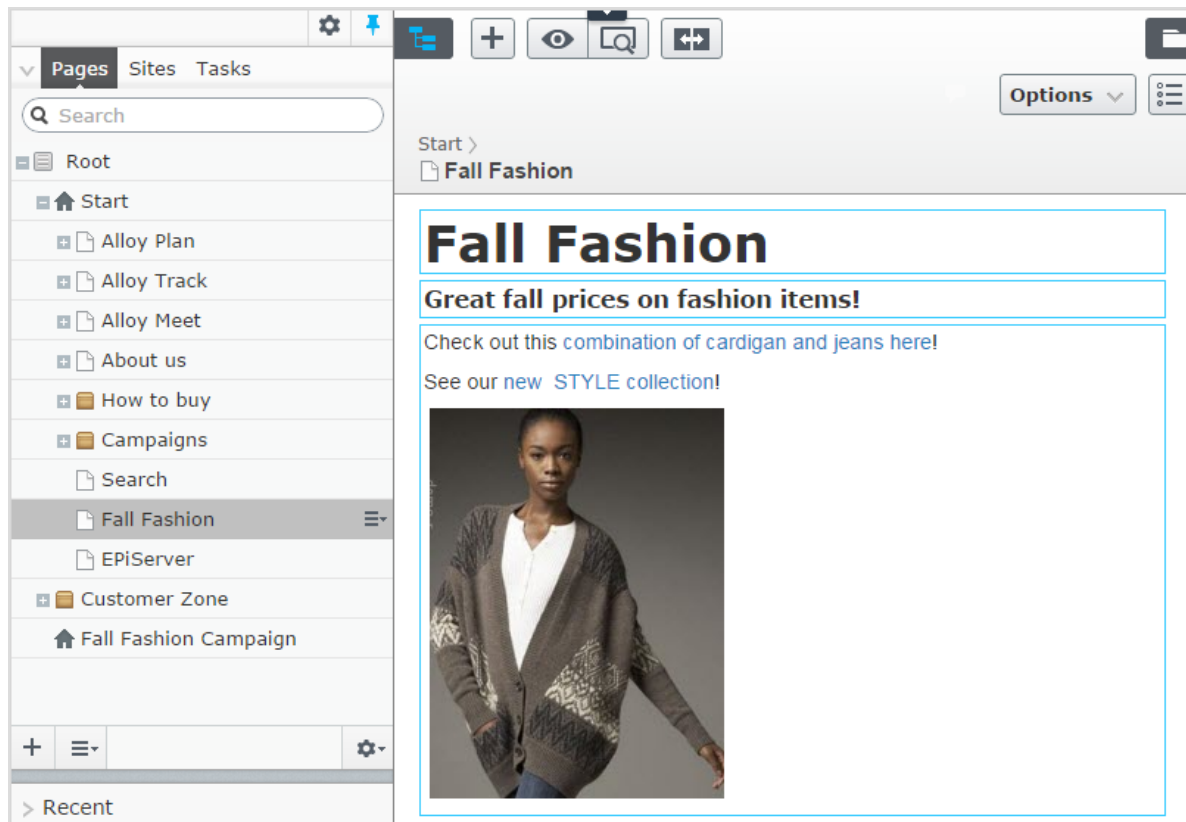
Find-Sprachanalysatoren werden von einem Entwickler während der Implementierung kostenpflichtig installiert. Zusätzliche Inhaltssprachen können von einem CMS-Administrator jederzeit und kostenlos hinzugefügt werden.

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.



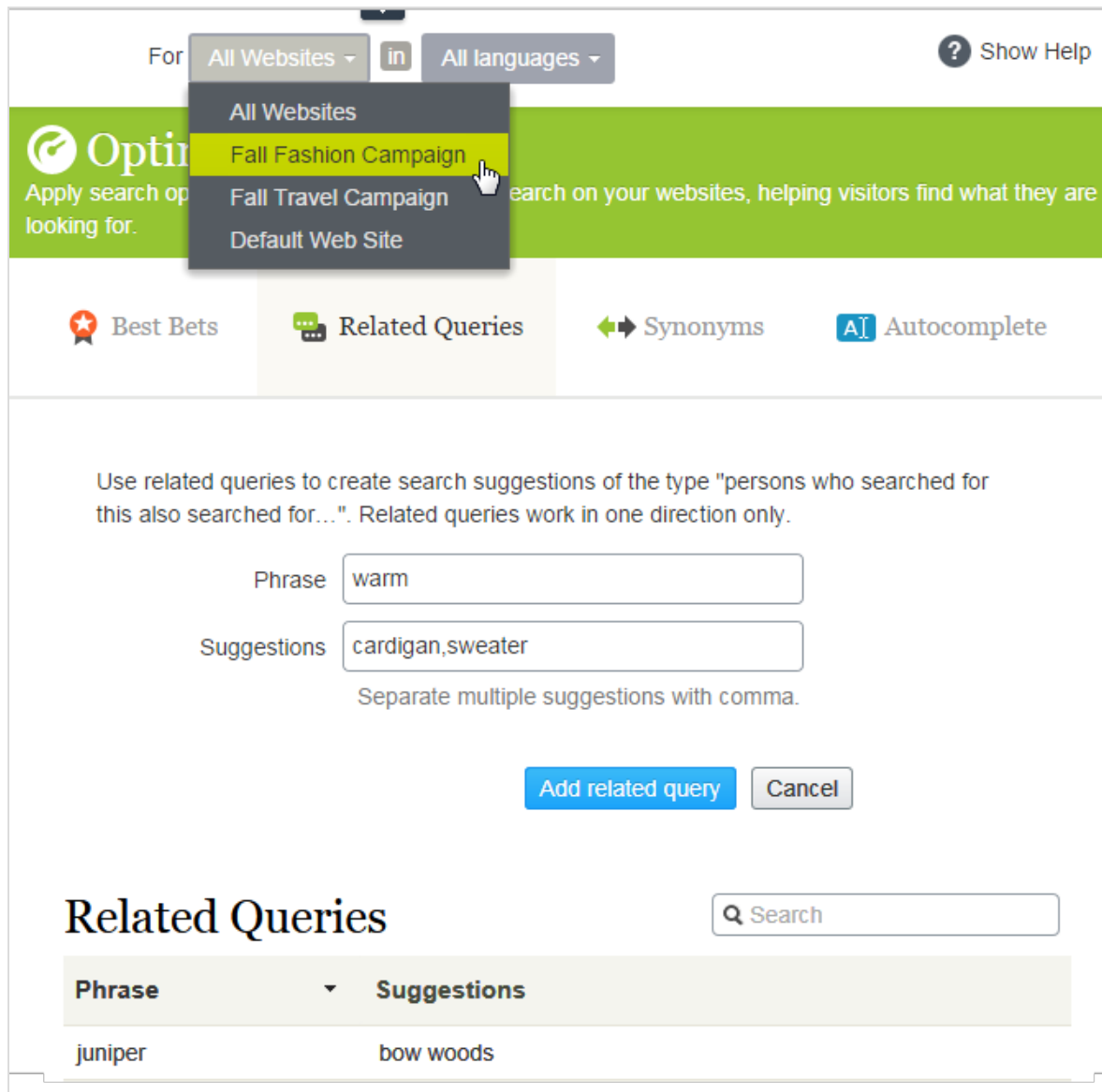
- Übersetzung der Seite in Schwedisch und Dänisch.
- Da Sie Schwedisch und Dänisch im Index aktiviert haben, erscheint die Seite *Herbstmode* in den Ergebnissen, wenn nach *Tröjor* und *Trøjer* gesucht wird, also den schwedischen und dänischen Wörtern für *Strickjacken*, obwohl die Seite den Singular „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.

Hinweis: 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 sich einen Index, weshalb die Best Bets, ähnlichen Suchanfragen oder Auto-complete-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.

For **Fall Travel Campaign** in **English** Show Help

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

Best Bets Related Queries Synonyms Autocomplete

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
Warm	thailand
	carribbean

- 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 konfigurieren

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

- ["Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften \(Boosting\)" Auf der gegenüberliegenden Seite](#)
- ["Löschen eines Indexes und Neuindizierung" auf Seite 45](#)
- ["Konnektoren hinzufügen" auf Seite 47](#)
- ["Entdecken des Indexes" auf Seite 50](#)
- ["Zugriffsrechte" auf Seite 52](#)



Optimierung von Ergebnissen durch Eigenschaften (Boosting)

Hinweis: 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. At the top, there are tabs for 'All Websites' and 'All languages'. Below that is a navigation bar with 'Tools', 'Boosting', 'Index', and 'Connectors'. The main content area has a heading: 'Use this view to change default weight value settings for content properties, in order to influence search results.'

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

1. 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.



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.

Warnung: Nach dem Löschen des Indexes indizieren Sie die Website neu.

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

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

Boosting **Index** Connectors

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.

Clear content index

Clearing the content index will empty the index completely, after which the website needs to be [reindexed](#).

Clear index

Clear statistics

Clearing the statistics will remove all data, causing the statistics view to be empty.

Clear statistics

Löschen des Indexes

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

Warnung: 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" Auf der vorherigen Seite](#).

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. See also: Scheduled jobs 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.



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 Every Monday 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	 Edit  Delete
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.

Hinweis: 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.

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

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

```

{
  "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": [

```

© Episerver 2019



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.

Hinweis: 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 24

Hinzufügen läuft 23

löschen 25

F

Find

Autocomplete 33

Ergebnisse

Steigerung 43

Ergebnisse optimieren 43

Gewichtungsergebnisse
43

Index

löschen 45

Übersicht 50

Konnektoren

Hinzufügen läuft 47

Optimierung 13

best Bets 21

manuell 19

mehrere Seiten 37

mehrere Sprachen 37

Statistik

löschen 46

Suche optimieren 15

Suchstatistiken 17

Synonyme 30

Übersicht 10

verwandte Abfragen 28

Zugriffsrechte 52

G

Gewichtseinstellungen opti-
mieren, Find 43

I

Index

Find, neu indizieren 45

K

Katalogeinträge

best Bets 26

Konnektoren

Find 47

S

SEO 13

Statistik

Find, löschen 46

Suche, anzeigen 17

Suche

Optimierung 13

Statistik 17

Suche optimieren 15

Synonyme

verwenden mit Find 30

V

verwandte Abfragen

Find 28

Vorschläge, Suche 33

Z

Zugriffsrechte

Find 52

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.

