

# Google Search Appliance

## Guide de l'expérience utilisateur

Août 2014



© Google 2014

# Guide de l'expérience utilisateur

Ce document vous aidera à créer un environnement fonctionnel et agréable pour vos utilisateurs de Google Search Appliance. La réussite de votre déploiement dépend non seulement de l'étendue et de l'exactitude de la recherche, mais aussi de la satisfaction des utilisateurs quant à leur expérience. Ce guide vous livre les clés pour satisfaire vos utilisateurs et tirer le meilleur parti de votre solution de recherche.

## À propos de ce document

Les recommandations et les informations contenues dans ce document sont issues de notre travail sur le terrain avec plusieurs clients et dans différents environnements. Nous remercions nos clients et partenaires d'avoir partagé leurs expériences et impressions.

<b>Sujets abordés</b>	Ce document propose des conseils pour améliorer l'expérience de recherche, comme sélectionner la méthode de présentation appropriée et activer différentes fonctionnalités de GSA pour optimiser l'expérience utilisateur.
<b>Public principal</b>	Les administrateurs de GSA, qu'ils soient novices ou confirmés, ainsi que les développeurs et les concepteurs Web chargés de concevoir une interface utilisateur et un environnement convivial.
<b>Environnement informatique</b>	Google Search Appliance.
<b>Phases de déploiement</b>	Configuration initiale et continue du confort d'utilisation de GSA.
<b>Autres sources d'information</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La section <a href="#">Creating the Search Experience</a> (Amélioration de la recherche) explique comment utiliser au mieux les fonctionnalités de Google Search Appliance pour contrôler l'expérience de recherche des utilisateurs finaux.</li><li>• <a href="#">LearnGSA.com</a> fournit des ressources de formation sur le système GSA.</li><li>• La <a href="#">documentation produit de GSA</a> fournit des informations complètes sur le système GSA.</li><li>• Le <a href="#">portail d'assistance Google for Work</a> permet d'accéder à l'assistance Google.</li><li>• Le <a href="#">Centre d'aide GSA</a> contient une liste complète des ressources d'aide sur GSA.</li></ul>

## Sommaire

[À propos de ce document](#)

[Chapitre 1 : méthodes de présentation](#)

[Présentation](#)

[Couche présentation de Google Search Appliance](#)

[Couche présentation de l'application](#)

[Chapitre 2 : fonctionnement et utilisation des frontaux](#)

[Présentation](#)

[Apparence](#)

[Filtrage et enrichissement du contenu](#)

[Révision : quelle méthode de présentation choisir ?](#)

[Comparaison entre les paramètres proxystylesheet et client](#)

[Chapitre 3 : fonctionnalités d'enrichissement](#)

[Présentation](#)

[Liste des fonctionnalités](#)

[Points importants à prendre en compte](#)

[Chapitre 4 : gérer l'expérience utilisateur avec les collections et les frontaux](#)

[Présentation](#)

[Choix du contenu de la collection](#)

[Association des collections et des frontaux](#)

[Chapitre 5 : comparaison entre les recherches publique et sécurisée du point de vue de l'expérience utilisateur](#)

[Présentation](#)

[Recherche publique](#)

[Recherche sécurisée](#)

[Différences au niveau de l'expérience utilisateur entre la recherche publique et la recherche sécurisée](#)

[Chapitre 6 : améliorer l'expérience utilisateur avec les rapports](#)

[Présentation](#)

[Types de rapports de recherche](#)

[Durée de conservation des rapports de recherche](#)

[Rapports détaillés sur les recherches](#)

[Mises en situation des rapports détaillés sur les recherches](#)

[Génération de rapports dans plusieurs systèmes GSA](#)

[Chapitre 7 : commentaires des utilisateurs](#)

[Présentation](#)

[Retour implicite](#)

[Lien de commentaires](#)

[Questionnaire utilisateur](#)

[Enquête de satisfaction sur la recherche](#)

[Récapitulatif](#)

[Annexe : informations complémentaires](#)

[Solutions techniques aux problèmes courants](#)

[Personnalisation des interfaces et des frontaux](#)

[Pertinence des documents](#)

# Chapitre 1 : méthodes de présentation

## Présentation

Les résultats d'une recherche Google Search Appliance (GSA) sont affichés au format XML brut. Pour que l'affichage soit plus convivial, GSA utilise une feuille de style XSLT pour générer une page Web HTML à partir du fichier XML.

En matière d'expérience utilisateur, une des premières décisions à prendre consiste à choisir la méthode de présentation. Cette expression désigne la plateforme qui sera utilisée pour présenter l'interface de recherche aux utilisateurs.

L'interface de recherche peut être affichée de deux façons :

- [Couche présentation de Google Search Appliance](#)
  - Intégration dans GSA
  - Inclusion dans un iframe (frame en ligne)
- [Couche présentation de l'application](#)

Cette section vous permettra de déterminer quelle méthode convient le mieux à vos utilisateurs en fonction des contraintes techniques et du résultat que vous voulez obtenir.

## Couche présentation de Google Search Appliance

La couche présentation du système Google Search Appliance consiste en une feuille de style XSLT.

### Points importants à prendre en compte

Cette couche présentation offre de nombreux [avantages](#), mais comporte quelques [limites et inconvénients](#).

#### Avantages

La couche présentation de GSA offre les avantages suivants :

- Les modifications apparaissent telles quelles à l'écran et sont directement disponibles pour l'utilisateur. Aucun matériel supplémentaire n'est requis pour gérer l'apparence dans le système de recherche.
- De nombreuses fonctionnalités intégrées, telles que Suggestions de requête, Aperçu des documents, Traduction, Résultats utilisateur, Recherche de spécialistes et Clusters de résultats dynamiques, peuvent être activées et mises à la disposition des utilisateurs en cliquant simplement sur la case associée.
- Les transformations XSLT offrent une expérience utilisateur plus poussée et permettent de personnaliser directement la feuille de style.
- Les utilisateurs peuvent rapidement prendre en main le système de recherche, même sans s'y connaître en langage XSLT/XML/HTML.
- Grâce aux iframes, vous pouvez intégrer l'interface de recherche dans une page Web statique.
- La configuration de l'authentification sécurisée est plus simple, car le nombre de sauts est réduit.

### **Limites et inconvénients**

Cependant, la couche présentation de GSA a ses limites : il est notamment plus compliqué de déployer des interfaces utilisateur très sophistiquées, interactives ou reposant essentiellement sur JavaScript. Les principales raisons sont la nature déclarative du langage XSLT et les restrictions de sécurité qui empêchent l'importation de contenu dans le système de recherche.

Voici les inconvénients de la couche présentation de GSA :

- Elle est déconseillée si le but est d'offrir une expérience utilisateur très poussée.
- Tous les éléments JavaScript doivent être intégrés directement dans les pages HTML de sortie, ce qui peut ralentir les performances du navigateur.
- Les ressources additionnelles, comme les feuilles de style, les fichiers JavaScript et les images, entre autres, peuvent être hébergées sur un serveur distinct et être directement incluses dans les navigateurs client, afin que les utilisateurs aient l'impression que les performances sont meilleures.
- D'autres codes doivent être ajoutés pour qu'un site existant corresponde exactement à la feuille de style XSLT.
- L'utilisateur final peut voir l'URL de recherche et la manipuler.

Pour obtenir plus d'informations sur la couche présentation de Google Search Appliance, consultez la section [Creating the Search Experience](#) (Amélioration de la recherche).

### **Couche présentation de l'application**

Google Search Appliance peut renvoyer les résultats de recherche, y compris les métadonnées, directement au format XML. Le fichier XML généré peut ensuite être affiché sur un serveur d'application distinct ou un portail.

### **Points importants à prendre en compte**

La couche présentation de l'application comporte plusieurs [avantages](#) et [inconvénients](#).

## Avantages

Voici les avantages de la couche présentation de l'application :

- Les langages de programmation modernes tels que Java, Python, .NET et Flash sont acceptés. Vous pouvez ainsi exploiter pleinement leur flexibilité et leurs fonctionnalités avancées pour créer un environnement interactif et extrêmement riche.
- Le système de recherche n'étant plus chargé de l'affichage des résultats de recherche, il a moins de processus à traiter.
- Les ressources additionnelles, comme les feuilles de style, les fichiers JavaScript et les images, entres autres, peuvent être hébergées sur un serveur distinct et être directement incluses dans les navigateurs client, afin que les utilisateurs aient l'impression que les performances sont meilleures.
- La sécurité peut être gérée au niveau de l'application en autorisant cette dernière à déterminer les collections et les frontaux auxquels les utilisateurs pourront accéder.
- L'apparence est préservée au sein des modèles de site hôte.

## Inconvénients

Toutefois, la couche présentation de l'application a les inconvénients suivants :

- L'architecture du déploiement est plus compliquée, car elle nécessite plus de matériel.
- La sécurité au niveau des documents est plus difficile à gérer, car les identifiants doivent être récupérés au niveau de la couche application et redirigés vers le système de recherche.
- L'intégration de certaines fonctionnalités essentielles dans l'interface utilisateur peut demander plus d'efforts. Par exemple, activer des clusters de résultats dynamiques est très simple dans la couche présentation de GSA : il suffit de cocher la case correspondante dans la console d'administration. Pour activer cette fonctionnalité dans la couche présentation de l'application, il faut l'implémenter manuellement dans l'application. Les fonctionnalités suivantes ne sont actuellement pas optimisées pour un déploiement en externe (à partir d'un serveur d'application distinct) :
  - Aperçu des documents
  - Résultats utilisateur
  - Recherche de spécialistes
  - Clusters de résultats dynamiques

Pour en savoir plus sur les résultats de recherche au format XML, consultez la section [XML Output](#) (Sortie XML) de la rubrique [Search Protocol Reference](#) (Documentation du protocole de recherche).

## Chapitre 2 : fonctionnement et utilisation des frontaux

### Présentation

Les frontaux vous permettent de créer différentes expériences utilisateur dans Google Search Appliance. Un frontal est un environnement dans lequel sont gérés la plupart des éléments constituant une seule expérience de recherche.

Les frontaux peuvent être classés globalement dans deux catégories de fonctionnalités :

- [Apparence](#)
- [Filtrage et enrichissement du contenu](#)

### Apparence

La catégorie Apparence regroupe la plupart des fonctionnalités décrites dans le [chapitre 3, Fonctionnalités d'enrichissement](#). Si vous utilisez une couche présentation personnalisée, vous pouvez ignorer complètement ce volet.

Modifier l'apparence de l'interface peut être très simple : vous pouvez changer les paramètres généraux, comme le type ou la taille de police, et activer les fonctionnalités de présentation en utilisant l'application d'assistance à la mise en page du système de recherche. Pour toute modification plus poussée, vous pouvez personnaliser les feuilles de style.

Le paramètre de recherche `proxystylesheet` contrôle la façon dont les résultats de recherche sont affichés. Vous trouverez des informations détaillées sur `proxystylesheet` dans le tableau suivant.

Paramètre	Valeur	Description
<code>proxystylesheet</code>	Non définie	Les résultats sont affichés au format XML.
	Nom du frontal	Les résultats sont affichés au format HTML personnalisé. La feuille de style XSL associée au frontal spécifié est utilisée pour transformer le fichier de sortie.

### Exemple

```
http://GSA_HOSTNAME/search?site=default_collection&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&proxycustom=%3CHOME/%3E
```

### Filtrage et enrichissement du contenu

Cette catégorie contient également de nombreuses fonctionnalités décrites dans le [chapitre 3, Fonctionnalités d'enrichissement](#). Ces fonctionnalités permettent d'améliorer l'efficacité de la recherche de manière significative. La plupart de ces fonctionnalités modifient le fichier XML des résultats ; elles peuvent donc être utilisées quelle que soit la méthode de présentation choisie (intégrée ou externe, à l'aide d'une couche présentation distincte), car elles peuvent généralement être exploitées au niveau de l'application.

Le paramètre de requête `client` détermine quel frontal sera utilisé pour générer les résultats de recherche. Vous trouverez des informations détaillées sur `client` dans le tableau suivant.

Paramètre	Valeur	Description
client	Non définie	Ce paramètre est obligatoire. Si ce paramètre n'est pas renseigné, d'autres paramètres de la chaîne de requête ne fonctionneront pas normalement.
	Nom du frontal	<p>Cette chaîne représente un frontal valide et les règles qui lui sont associées, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correspondances</li> <li>• Requêtes associées</li> <li>• Filtres : Activation de l'extension des requêtes et Règles de pondération des résultats. Filtrage du contenu en fonction des métadonnées, de la langue, du type de document ou du domaine.</li> <li>• URL à supprimer</li> <li>• Modules OneBox</li> <li>• Navigation dynamique</li> </ul> <p>Notez que le rendu du frontal est déterminé par le paramètre <code>proxystylesheet</code>.</p>

## Exemple

`http://GSA_HOSTNAME/search?site=default_collection&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&proxycustom=%3CHOME/%3E`

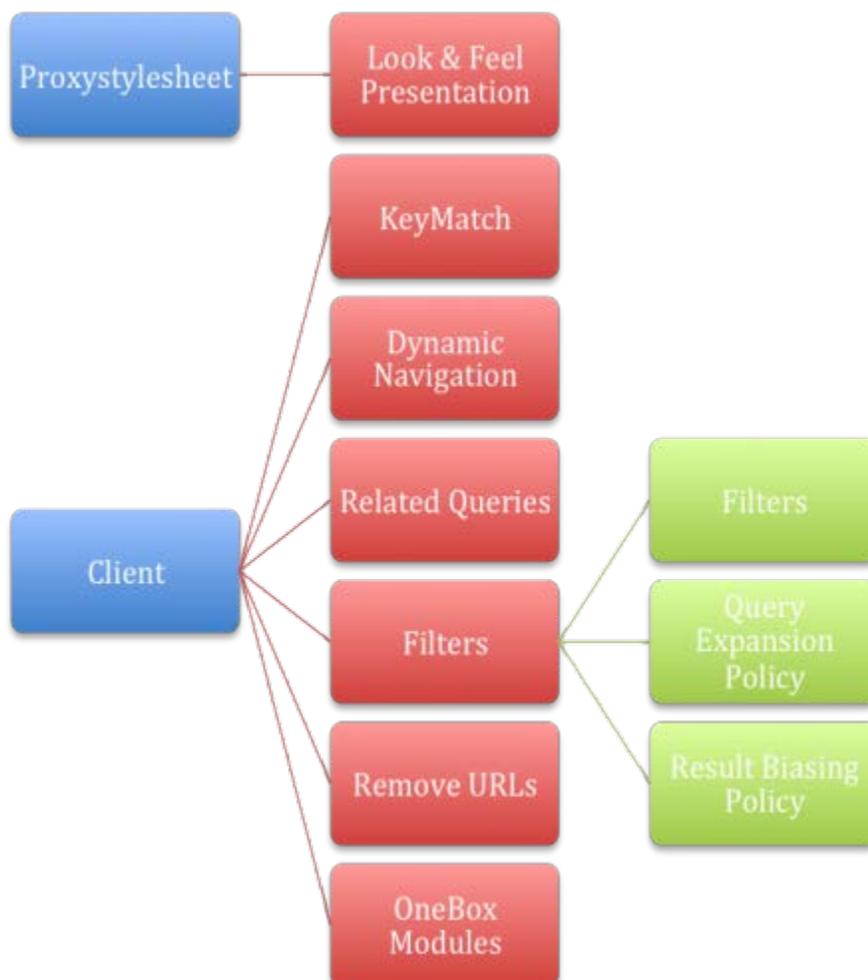
## Révision : quelle méthode de présentation choisir ?

Pour déterminer quelle méthode correspond le mieux à vos besoins, utilisez le tableau suivant.

Méthode	Quand l'utiliser
Feuille de style XSLT	Cette option permet d'afficher des résultats formatés directement à partir du système de recherche. Vous pouvez utiliser l'application d'assistance à la mise en page pour apporter des modifications simplement et rapidement : ajouter votre logo, modifier l'en-tête et le pied de page ou les options de base des résultats. Vous avez également la possibilité de modifier directement la feuille de style XSLT. Cela vous permet de personnaliser les moindres aspects de vos pages de résultats et, notamment, d'afficher votre propre schéma XML, RSS ou JSON.
Sortie XML	Si vous n'incluez pas le paramètre <code>proxystylesheet</code> dans l'URL de la requête, le système de recherche génère un fichier XML brut. Ce format est pratique pour gérer soi-même la présentation dans les systèmes multiniveaux.

## Comparaison entre les paramètres proxystylesheet et client

Le diagramme ci-dessous indique les facteurs contrôlés par chaque paramètre.



Pour obtenir plus d'informations sur les frontaux, consultez la section [Creating the Search Experience](#) (Amélioration de la recherche).

## Chapitre 3 : fonctionnalités d'enrichissement

### Présentation

De nombreuses fonctionnalités d'enrichissement sont disponibles dans Google Search Appliance pour vous permettre de personnaliser les résultats de recherche et d'améliorer l'expérience utilisateur. Grâce à ces fonctionnalités, vous pouvez garantir que les résultats de recherche correspondront aux intérêts, rôles, départements, lieux, langues ou toute autre caractéristique définie.

Il est préférable de tester et d'explorer préalablement ces fonctionnalités afin de déterminer si elles conviendront aux utilisateurs finaux. Vous pouvez déployer les fonctionnalités au fur et à mesure pour donner le temps aux utilisateurs de s'y habituer.

### Liste des fonctionnalités

Les fonctionnalités d'enrichissement de Google Search Appliance sont répertoriées dans le tableau ci-dessous.

Fonctionnalité	Description
Suggestions	Cette fonctionnalité permet d'afficher des suggestions de requête contenant les mots les plus recherchés via la saisie semi-automatique lorsque l'utilisateur saisit une requête dans le champ de recherche. Dans les versions 6.14 et ultérieures, une page de la console d'administration y est consacrée. Dans la version 7.2, vous pouvez y accéder en cliquant sur <b>Rechercher &gt; Fonctionnalités de recherche &gt; Suggestions</b> . Vous pouvez exporter les suggestions de requête proposées par le système de recherche à partir de cette page. C'est également ici que vous pouvez gérer la liste noire des suggestions.
Correspondances	Les suggestions sont utilisées à des fins publicitaires pour afficher des URL et des textes spécifiques en fonction des expressions et des termes saisis. Les URL qui apparaissent dans les correspondances ne font pas partie de l'index et ne sont pas contrôlées par les règles du format d'exploration. <ul style="list-style-type: none"><li>• Externes : utilisez les correspondances pour mettre en surbrillance de nouveaux produits ou certaines rubriques de votre site.</li><li>• Internes : faites la promotion des nouveaux avantages accordés aux employés ou mettez en surbrillance les pages de destination de premier niveau.</li></ul>
Clusters de résultats dynamiques	Les clusters de résultats dynamiques permettent d'afficher des sujets en rapport avec les termes de recherche. L'utilisateur peut ainsi se concentrer sur certains sujets et ignorer les informations non pertinentes. Il lui suffit de cliquer sur l'un des sujets pour obtenir de nouveaux résultats plus restreints.

<p>Pondération des résultats (par source, collection, date, balises Meta et entités)</p>	<p>La pondération des résultats influence le classement des résultats dans le système de recherche en fonction de leur URL, de leur date (pour les documents), de leur balise Meta ou de leur entité. Grâce à cette fonctionnalité, vous pouvez augmenter ou diminuer les scores de certaines sources ou de certains types de sources dans l'index de recherche. Les règles de pondération étant définies au niveau des frontaux, vous pouvez cibler des groupes d'utilisateurs spécifiques.</p>
<p>Résultats utilisateur</p>	<p>Cette fonctionnalité permet aux utilisateurs d'ajouter des résultats de recherche pour certains mots clés et aux administrateurs de contrôler ces résultats additionnels. Les résultats utilisateur permettent d'afficher systématiquement certains documents sur les pages de résultats, en réponse à des recherches de mots clés spécifiques.</p> <p>À partir de la version 7.0, Résultats utilisateur remplace la fonctionnalité Résultats ajoutés par l'utilisateur.</p>
<p>Alertes</p>	<p>Grâce aux alertes, les utilisateurs peuvent suivre les sujets qui les intéressent en recevant par e-mail les résultats de recherche s'y rapportant (toutes les heures, tous les jours ou toutes les semaines). Notez que cette fonctionnalité s'applique uniquement aux données publiques et ne concerne pas les contenus sécurisés.</p>
<p>Modules OneBox</p>	<p>Envoyez la requête à un autre service et fédérez les résultats retournés en les intégrant aux résultats standards.</p> <p>Google.com utilise des modules OneBox pour afficher en temps réel des données provenant de différentes sources (prévisions météo, cours de la bourse, informations de vol, etc.). Vous pouvez utiliser la même technologie dans le système de recherche.</p> <p>Un des modules les plus fréquents est la recherche dans l'annuaire des employés.</p>
<p>Requêtes associées</p>	<p>Les requêtes associées fonctionnent de la même manière que les suggestions orthographiques. Elles guident les utilisateurs vers d'autres requêtes. Si un utilisateur recherche le mot "cookies", le système peut afficher le message suivant : "Vous pouvez également essayer <i>gâteau</i>".</p>
<p>Extension des requêtes (Données synonymes, Listes noires, Mots vides, Paramètres de requête, Génération d'extraits, Résultats cliquables et Orthographe)</p>	<p>L'extension de requête ajoute automatiquement des termes supplémentaires à la requête, afin de renvoyer plus de résultats pertinents. Par exemple, la requête "position" sera notamment élargie à "positions", "positionnement", "positionner" et "positionnel". Dans de nombreux cas, il est recommandé d'activer l'extension de requête. Bien que cette fonctionnalité ait un impact positif sur la pertinence et la qualité des résultats, elle est désactivée par défaut. Google suggère généralement d'utiliser l'extension complète pour activer les dictionnaires par défaut, en plus des vôtres. Vous pouvez créer vos propres dictionnaires afin d'élargir les recherches portant sur du jargon, des acronymes ou des termes spécifiques à votre entreprise.</p> <p>Vous avez la possibilité de définir des règles d'extension des requêtes pour les</p>

	<p>balises Meta. Les règles d'extension des requêtes pour les balises Meta vous permettent d'indiquer quelles parties de la paire nom/valeur d'une balise Meta le système de recherche peut étendre à l'aide de synonymes.</p> <p>Listes noires : vous pouvez contrôler l'extension des requêtes en créant une liste noire. Il s'agit d'un ensemble de mots qui ne seront pas concernés par l'extension des requêtes. Vous pouvez ainsi écarter des résultats de recherche non pertinents qui correspondent à des synonymes ou des explications de termes spécifiques utilisés dans votre environnement.</p> <p>Mots vides : la fonctionnalité d'extension des requêtes permet de définir des mots vides. Un mot vide est un terme de recherche qui est ignoré par le système de recherche. "De", "un" et "le" en sont quelques exemples. Vous pouvez importer vos propres mots vides.</p> <p>Paramètres de requête : vous pouvez modifier le nombre maximal de termes composant la requête. Indiquez pour cela un nombre entier compris entre 0 et 150 inclus.</p> <p>Génération d'extrait : un extrait est un petit texte qui accompagne chaque résultat de recherche. Il peut cependant arriver que les résultats de recherche ne fournissent aucun extrait pour certains documents. Dans ce cas, la fonctionnalité de génération d'extrait permet de restaurer les extraits manquants de ces documents. Vous pouvez également modifier la longueur des extraits dans cette section.</p> <p>Résultats cliquables : les administrateurs peuvent utiliser cette fonctionnalité pour configurer le nombre de résultats de recherche affichés en réponse à une requête de type "link". Le préfixe de requête <a href="#">link</a>: répertorie les pages Web comportant des liens vers la page Web spécifiée.</p> <p>Orthographe : par défaut, le système de recherche ne propose pas de variantes orthographiques pour les mots marqués en interne comme vulgaires ou qui sont des équivalences diacritiques. Vous pouvez utiliser les paramètres d'orthographe de l'extension des requêtes pour autoriser les suggestions d'équivalences diacritiques et de mots vulgaires.</p>
<p>Navigation dynamique</p>	<p>Cette fonctionnalité extrêmement performante aide les utilisateurs à parcourir les résultats de recherche à l'aide d'attributs de métadonnées spécifiques. Lorsqu'un utilisateur clique sur la valeur d'un attribut, les résultats de recherche sont triés de façon à ce que seuls les résultats contenant la valeur sélectionnée apparaissent.</p> <p>Il est également possible de définir des plages, notamment des plages de date ou de prix, pour faciliter les recherches des utilisateurs. Les barres contenant le nom de l'attribut sont cliquables. Lorsqu'elles sont activées, un champ de recherche avec la fonction de saisie semi-automatique apparaît pour permettre à l'utilisateur d'effectuer une recherche dans toutes les valeurs d'attribut. Le système recherche les valeurs qui contiennent le terme saisi. La navigation dynamique permet également d'ajouter des attributs en fonction des entités trouvées par la <a href="#">reconnaissance d'entités</a>.</p>
<p>Aperçus des documents</p>	<p>Cette fonctionnalité destinée à améliorer la productivité des utilisateurs leur permet d'afficher un aperçu des pages d'un document sans quitter la page des résultats de recherche. Quel que soit l'appareil dont ils se servent (mobile, tablette, ordinateur), les utilisateurs peuvent ouvrir et examiner des documents directement dans leur navigateur sans installer l'application native. Les aperçus</p>

	de documents sont disponibles pour les fichiers Microsoft Word (.doc et .docx), Microsoft PowerPoint (.ppt et .pptx) et Adobe Portable Document Format (pdf).
Traduction	Cette fonctionnalité exploite la puissance de Google Traduction pour permettre aux utilisateurs de traduire en temps réel les titres et les extraits des résultats de recherche, ainsi que les documents en cache, dans leur langue. Cette dernière est déterminée par la langue par défaut définie dans le navigateur de l'utilisateur. Notez qu'une connexion Internet est requise, car la traduction n'est pas effectuée en interne par GSA, mais par Google Traduction.
Recherche de spécialistes (élément de la barre latérale)	La recherche de spécialistes aide les utilisateurs à trouver des experts au sein de leur entreprise grâce à une simple recherche par mot clé. Une liste de spécialistes apparaît dans une barre latérale à côté des résultats de recherche de l'utilisateur. Cette liste peut inclure des photos, des noms et des numéros de téléphone. Une liste de spécialistes plus détaillée peut également apparaître sur une page séparée accessible à partir de la page des résultats de recherche. Les spécialistes présents au sein de votre organisation sont identifiés par des métadonnées stockées dans une collection contenant uniquement des informations de profil. Les sources de données pour cette collection peuvent inclure Microsoft SharePoint, LDAP ou tout autre contenu de profil comportant des métadonnées qui peuvent être explorées ou ajoutées dans l'index de recherche.  À partir de la version 7.0, Recherche de spécialistes remplace la fonctionnalité Recherche de contacts.
Résultats Google Apps (élément de la barre latérale)	Google Apps est un ensemble d'outils qui permettent de collaborer sur une grande variété de fichiers (documents, feuilles de calcul, présentations, sites, etc.). Vous pouvez configurer le système de recherche pour qu'il récupère les résultats de recherche provenant de Google Apps. La fonctionnalité d'intégration du contenu personnel affiche les contenus publics et privés qu'un utilisateur est autorisé à voir directement depuis votre domaine Google Apps.
Résultats Google Site Search (élément de la barre latérale)	Google Site Search est une solution hébergée permettant d'effectuer des recherches dans du contenu public. Vous pouvez configurer la recherche sur votre site Web externe, vos sites partenaires ou tout autre site pertinent pour votre organisation. Vous pouvez paramétrer le système de recherche afin qu'il présente les résultats provenant de Google Site Search dans un élément de la barre latérale sur la page des résultats de recherche. Il suffit, pour cela, de fournir l'identifiant de votre moteur de recherche personnalisé.

## Points importants à prendre en compte

Au moment de planifier les éléments qui constitueront l'expérience utilisateur, vous devez impérativement être conscient que certaines fonctionnalités peuvent être associées alors que d'autres sont incompatibles. En outre, certaines fonctionnalités sont disponibles uniquement lors de recherches dans des contenus publics et d'autres nécessitent la saisie d'identifiants. Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les mises en garde associées à certaines fonctionnalités d'enrichissement décrites dans ce chapitre.

Fonctionnalité	Mise en garde
Navigation dynamique	<ul style="list-style-type: none"><li>• Disponible pour les recherches sécurisées à partir de la version 6.12. Incompatible avec les recherches sécurisées dans les versions 6.10 et antérieures.</li><li>• Indisponible quand les clusters de résultats dynamiques sont activés dans les frontaux par défaut de GSA. Pour que ces deux fonctionnalités soient compatibles, vous devez effectuer quelques réglages. Il est déconseillé d'associer ces fonctionnalités, en particulier pour les recherches sécurisées, du fait de l'augmentation de la charge dans GSA.</li><li>• Limitée lorsque la fédération de GSA est activée. Le client doit configurer tous les boîtiers à l'identique (même attribut et mêmes frontaux). Si plusieurs frontaux sont disponibles sur le boîtier principal, vous devez créer les mêmes frontaux sur les boîtiers secondaires (en clair, la résolution à distance des frontaux est impossible). La configuration doit être créée sur tous les boîtiers par l'administrateur (la propagation automatique est impossible).</li><li>• Indisponible lorsque les éléments de la barre latérale sont activés.</li><li>• Accepte uniquement le format de devises \$NN (\$23, par exemple). Les valeurs telles que 23\$ et \$ 23 ne sont pas reconnues par les requêtes de plage.</li><li>• Impossible de cumuler le nombre de résultats pour des attributs de métadonnées similaires/normalisés. Ainsi, "pub" et "publication" peuvent représenter le même attribut de métadonnées, mais ils ne seront pas comptabilisés ensemble. Vous pouvez toutefois utiliser l'extension des requêtes pour faire en sorte que cela soit le cas. Pour ce faire, ajoutez un fichier de synonymes contenant une entrée {pub, publication}.</li><li>• Peut ralentir les performances de la recherche sécurisée quand un grand nombre d'utilisateurs envoient des requêtes simultanément.</li><li>• Recommandée pour les recherches sécurisées uniquement lorsque des règles LCA sont utilisées pour l'autorisation.</li></ul>

Clusters de résultats dynamiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indisponibles lorsque la navigation dynamique est activée dans les frontaux par défaut de GSA. Pour que ces deux fonctionnalités soient compatibles, vous devez effectuer quelques réglages. Il est déconseillé d'associer ces fonctionnalités, en particulier pour les recherches sécurisées, du fait de l'augmentation de la charge dans GSA.</li> <li>• Compatibles avec les éléments de la barre latérale uniquement s'ils sont affichés au-dessus de ces derniers grâce à l'application d'assistance à la mise en page.</li> <li>• Peuvent ralentir les performances, en particulier lors de recherches sécurisées.</li> </ul>
Alertes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incompatibles avec les contenus sécurisés.</li> <li>• Impossible de modifier la page de gestion des alertes.</li> <li>• Nécessite l'installation de LDAP.</li> </ul>
Résultats utilisateur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compatibles uniquement avec les URL Web (les chemins smb:// ne sont donc pas compatibles).</li> </ul>
Éléments de la barre latérale <ul style="list-style-type: none"> <li>• Résultats de la recherche de contacts</li> <li>• Résultats de Google Apps</li> <li>• Résultats de Google Site Search</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indisponibles lorsque la navigation dynamique est activée dans les frontaux par défaut de GSA. Pour que ces deux fonctionnalités soient compatibles, vous devez effectuer quelques réglages.</li> <li>• Compatibles avec les clusters de résultats dynamiques uniquement si ces derniers sont affichés au-dessus.</li> </ul>
Suggestions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doivent être utilisées avec prudence dans les sites publics, car les suggestions se basent sur les recherches effectuées précédemment et sur leur fréquence.</li> <li>• Dans les versions 6.12 et antérieures, la liste noire est accessible depuis l'API Admin, pas la console d'administration. À partir de la version 6.14, la liste noire peut être exportée, modifiée et importée dans le système de recherche à partir de la console d'administration (dans la version 7.2, cliquez sur <b>Rechercher &gt; Fonctionnalités de recherche &gt; Suggestions</b>).</li> </ul>

Pour obtenir toutes les informations concernant l'ensemble des fonctionnalités d'amélioration de Google Search Appliance, consultez la section [Creating the Search Experience](#) (Amélioration de la recherche).

Pour obtenir des informations sur le service de mise en clusters des résultats dynamiques ou sur le protocole des clusters, consultez la rubrique [Search Protocol Reference](#) (Documentation du protocole de recherche).

Pour obtenir des informations sur le service ou le protocole de suggestions, consultez la rubrique [Search Protocol Reference](#) (Documentation du protocole de recherche).

## Chapitre 4 : gérer l'expérience utilisateur avec les collections et les frontaux

### Présentation

Les collections sont des regroupements logiques de contenu au sein de l'index. Un document peut apparaître dans plusieurs collections et une collection peut regrouper tous les documents ou n'en comprendre qu'un seul. Les utilisateurs peuvent effectuer des recherches dans toutes les collections ou seulement dans certaines, selon votre configuration.

### Choix du contenu de la collection

Vous devez comprendre les méthodes de recherche de vos utilisateurs et déterminer le sujet de leurs recherches pour utiliser les collections de manière efficace. Par exemple, les membres de l'assistance technique ont probablement besoin d'accéder à tous les documents relatifs aux produits. Ainsi, regrouper les résultats de recherche dans les collections suivantes pourrait leur être utile :

- Documentation produit
- Demandes d'assistance
- Problèmes et bugs

Ces collections peuvent être présentées dans des onglets distincts sur la même page.

### Association des collections et des frontaux

Les besoins de chaque groupe d'utilisateurs peuvent être complètement différents en termes de présentation, de règles de tri et de contenu.

Par exemple, le service des relations publiques ou du marketing préférera davantage une interface interactive et riche sur le plan visuel pour pouvoir effectuer des recherches dans d'anciennes communications, vidéos, images ou autres enregistrements audio. En revanche, le service d'assistance privilégiera plus facilement une interface légère et rapide pour pouvoir faire des recherches efficaces dans des documents techniques.

Afin que chaque service obtienne une interface qui lui convient, vous pouvez créer deux frontaux sur un système de recherche. En ce qui concerne le contenu, vous pouvez satisfaire les besoins de chaque service en créant plusieurs collections. L'index sera ainsi segmenté de façon pertinente.

Si les deux services ont besoin d'effectuer des recherches dans les mêmes contenus, vous pouvez créer des profils de pondération, d'enrichissement et de filtrage pour produire un ensemble de résultats différent pour chaque service. Par exemple, les documents promotionnels destinés au public sont d'une importance capitale pour le service marketing, alors qu'ils intéressent moins le service d'assistance technique. Toutefois, ce dernier doit pouvoir y accéder si besoin, bien que la priorité reste les demandes d'assistance en cours.

En associant judicieusement les frontaux et les collections, vous pouvez améliorer de manière significative l'expérience de recherche de tous vos utilisateurs, grâce à de nombreuses options de déploiement efficaces et flexibles.

Pour obtenir plus d'informations, consultez la section [Using Collections with Front Ends](#) (Associer les collections aux frontaux).

## Chapitre 5 : comparaison entre les recherches publique et sécurisée du point de vue de l'expérience utilisateur

### Présentation

L'expérience de recherche peut varier énormément en fonction de la façon dont sont présentés les résultats. Comprendre ce qui distingue l'affichage des résultats de recherche publique et de recherche sécurisée est essentiel pour planifier les éléments qui constitueront l'expérience de recherche de vos utilisateurs. Certaines fonctionnalités sont limitées lors de recherches sécurisées, ce qui a des conséquences sur l'expérience des utilisateurs, comme nous allons le voir dans ce chapitre.

Outre les contenus publics accessibles par tous les utilisateurs, le système de recherche peut explorer et indexer des documents qui nécessitent une authentification par nom d'utilisateur et mot de passe ou tout autre type d'authentification. Afin de protéger la confidentialité des documents au moment d'afficher les résultats, le système de recherche vérifie que l'utilisateur à l'origine de la recherche est autorisé à consulter chaque document de la liste.

Le paramètre de requête `access` permet de spécifier le type de contenu ciblé : public, sécurisé ou les deux.

### Recherche publique

Qu'est-ce qu'une recherche publique ? Dans GSA, il s'agit d'une recherche qui ne nécessite pas que l'utilisateur s'authentifie ou dispose d'une autorisation particulière pour parcourir les contenus indexés par GSA et définis comme publics dans l'index du système de recherche. Ce type de recherche peut concerner des sites Web accessibles à tous ou des contenus internes protégés par un pare-feu et définis comme publics dans GSA.

Paramètre	Valeur	Description
<code>access</code>	<code>p</code>	Limite les recherches aux contenus publics

Voici une requête de recherche contenant le paramètre `access=p`.

```
http://GSA_HOSTNAME/search?q=google&site=default_collection&btnG=Google+Search&access=p&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&entsp=a__gsa_doco_policy&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&exclude_apps=1
```

### Recherche sécurisée

Qu'est-ce qu'une recherche sécurisée ? Il s'agit d'une recherche qui nécessite l'authentification de l'utilisateur et pour laquelle GSA retourne uniquement les résultats que l'utilisateur est autorisé à voir. Ce processus peut se dérouler en arrière-plan ou se manifester par une invitation à saisir des identifiants. Le système de recherche a besoin des identifiants pour parcourir les contenus sécurisés et marquer les données comme sécurisées dans l'index.

Paramètre	Valeur	Description
access	s	Limite les recherches aux contenus sécurisés
	a	Effectue les recherches dans tous les contenus, publics et sécurisés

Voici une requête de recherche contenant le paramètre `access=s`.

`http://GSA_HOSTNAME/search?q=google&site=default_collection&btnG=Google+Search&access=s&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=default_frontend&sort=date%3AD%3AL%3Ad1&entsp=a__gsa_doco_policy&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&exclude_apps=1`

### Différences au niveau de l'expérience utilisateur entre la recherche publique et la recherche sécurisée

Le tableau ci-dessous décrit le comportement de certaines fonctionnalités et données présentes sur la page de résultats en fonction du type de recherche effectué.

Fonctionnalité	Recherche publique	Recherche sécurisée
<p>Nombre de résultats</p> <p>Exemple : résultats 1–10 sur environ 4420 pour cette requête</p>	<p>Estimation du nombre total de résultats trouvés pour la requête de recherche.</p>	<p>Par défaut, le système de recherche ne fournit pas d'estimations basées sur le corpus pour des requêtes de recherche sécurisées, car ce nombre ne tient pas compte de l'accessibilité des documents par l'utilisateur. Toutefois, à partir de la version 7.0, GSA peut être configuré pour retourner des estimations basées sur le corpus pour des requêtes sécurisées, de manière globale (pour toutes les requêtes) ou au cas par cas (par requête). Attention : ces estimations peuvent indiquer aux utilisateurs que des documents correspondent à leur recherche, alors qu'ils ne peuvent pas y accéder.</p>
<p>Pagination</p>	<p>Pagination traditionnelle basée sur le nombre estimé de résultats (1, 2, 3, 4, etc.).</p>	<p>Navigation entre les pages en utilisant "Précédent" et "Suivant".</p>

<p>Navigation dynamique</p>	<p>Afin de créer les attributs, nous vérifions 30 000 documents pour les recherches publiques</p>	<p>Disponible pour les recherches sécurisées à partir de la version 6.12. Incompatible avec les recherches sécurisées dans les versions 6.10 et antérieures.</p> <p>Recommandée pour les recherches sécurisées uniquement lorsque des règles LCA sont utilisées pour l'autorisation.</p> <p>Afin de créer les attributs, nous vérifions 10 000 documents pour les recherches sécurisées. Les performances du système peuvent être ralenties si le nombre de requêtes simultanées est trop élevé.</p>
<p>Clusters de résultats dynamiques</p>	<p>Fonctionne conformément à la description.</p>	<p>Les clusters de résultats dynamiques sont compatibles avec les requêtes sécurisées. Avant d'afficher les clusters de résultats dynamiques pour les requêtes sécurisées, le système de recherche vérifie que l'utilisateur est autorisé à afficher les résultats sécurisés. Les vérifications d'autorisation peuvent ralentir le système.</p>

## Chapitre 6 : améliorer l'expérience utilisateur avec les rapports

### Présentation

Vous pouvez améliorer de manière significative le retour sur investissement du déploiement de GSA en examinant préalablement comment vos utilisateurs se servent du système de recherche et quelle expérience ils en tirent.

Analyser ces informations vous permettra de :

- déterminer la valeur commerciale et le niveau de criticité de votre application de recherche. Vous pourrez plus facilement attribuer une valeur commerciale à la recherche et en faire votre priorité si vous connaissez les avantages qu'elle apporte aux utilisateurs.
- savoir quels sont les termes recherchés par vos utilisateurs et si les résultats sont pertinents. Vous pourrez ainsi déterminer quelles fonctionnalités utiliser et comment les mettre en œuvre. Les utilisateurs qui ont trouvé la recherche efficace ressortent de cette expérience satisfaits, ce qui garantit le succès global de la solution.
- déterminer quels contenus sont importants pour vos utilisateurs.

### Types de rapports de recherche

Les différents types de rapports que vous pouvez générer dans GSA sont répertoriés dans le tableau ci-dessous.

Type de rapport	Description
Rapport de recherche	<p>Le rapport de recherche contient les informations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le nombre de recherches effectuées chaque jour.</li> <li>• Le nombre moyen de recherches effectuées par heure.</li> <li>• Les 100 mots clés ou requêtes les plus utilisés (le nombre peut être modifié) et le nombre d'occurrences pour chacun d'entre eux.</li> </ul> <p>Si les rapports détaillés sur les recherches sont activés, les informations suivantes sont aussi disponibles : classement et page des résultats sélectionnés, adresse IP des principaux utilisateurs et URL les plus consultées en fonction des clics des utilisateurs.</p>
Rapports de recherche avancée	<p>Chaque entrée d'un rapport de recherche avancée correspond à un clic utilisateur dans l'interface du système de recherche, qu'il s'agisse d'une page de recherche ou d'une page de résultats. Une entrée se compose de valeurs pour les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durée du clic au 100e de seconde le plus proche</li> <li>• Le nom de l'utilisateur de la recherche (indiqué uniquement s'il s'agit d'une recherche sécurisée et si l'utilisateur s'est authentifié).</li> <li>• Adresse IP de l'utilisateur ayant effectué le clic enregistré</li> <li>• Emplacement réservé à l'ID de la session, qui est toujours vide</li> <li>• Type de clic</li> <li>• Origine du clic, c'est-à-dire la page des résultats dans laquelle l'utilisateur a cliqué</li> <li>• Classement du clic, c'est-à-dire le classement du résultat sur lequel l'utilisateur a cliqué</li> <li>• Données du clic (zone généralement vide)</li> <li>• Requête, c'est-à-dire la requête utilisateur qui a renvoyé des résultats</li> <li>• URL du clic utilisateur</li> </ul>
Journaux de recherche	<p>Les journaux fournissent les informations suivantes sur les recherches des utilisateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Type de requêtes des utilisateurs</li> <li>• Éléments de l'interface sur lesquels les utilisateurs cliquent</li> <li>• Vitesse de traitement des résultats</li> <li>• Adéquation entre les attentes des utilisateurs et les résultats obtenus</li> <li>• Opinion des utilisateurs sur les fonctionnalités Requêtes associées, Correspondances, Extension de requêtes et OneBox.</li> </ul>

Pour obtenir plus d'informations, consultez la section [Enabling the Search Appliance to Record User Identities for Queries](#) (Enregistrement de l'identité des utilisateurs dans le système de recherche lors des requêtes).

## Durée de conservation des rapports de recherche

Les informations sont conservées par le système de recherche pendant des périodes variables dans :

- [les rapports de recherche](#) ;
- [les journaux de recherche](#).

### Rapports de recherche

Les rapports de recherche sont conservés pendant un an à compter de la date de création. Vous pouvez créer jusqu'à 500 rapports, pour l'ensemble des collections.

### Journaux de recherche

Vous ne pouvez pas générer de rapports de recherche pour des périodes antérieures aux 90 derniers jours. Si vous devez analyser des données journalisées sur une période plus longue, générez des rapports au moins une fois tous les 90 jours, puis exportez-les et stockez-les. Ensuite, analysez les rapports successivement créés, collectés sur des périodes plus longues. L'autre solution consiste à configurer un serveur Syslog chargé de collecter et de stocker les données des journaux de recherche bruts, à mesure qu'elles sont générées.

## Rapports détaillés sur les recherches

Cette fonctionnalité d'analyse proposée par Google Search Appliance collecte des informations précises sur les recherches et les activités de navigation des utilisateurs. Les rapports détaillés sur les recherches sont désactivés par défaut, mais vous pouvez facilement les activer depuis la console d'administration Web du système de recherche. Les données de l'analyse peuvent être exportées du système de recherche, puis importées dans votre outil d'analyse habituel.

Exemples de données que vous pouvez analyser à l'aide de ces rapports :

- Recherches en cours d'exécution
- Nombre de résultats trouvés
- Nombre de pages parcourues par un utilisateur
- Résultats de la page sur lesquels il a cliqué et contenu auquel il a accédé

Quelle que soit la solution que vous utilisez, Google vous recommande de proposer des fonctionnalités d'analyse puissantes, d'examiner régulièrement les données pour ajuster votre déploiement du système de recherche et d'identifier des sources de valeur ajoutée.

Pour obtenir plus d'informations au sujet des rapports détaillés sur les recherches, consultez la section [Gathering Information about the Search Experience](#) (Collecter des informations sur l'expérience de recherche).

## Mises en situation des rapports détaillés sur les recherches

Voici des exemples de situations qui illustrent comment les rapports détaillés sur les recherches peuvent permettre d'améliorer l'expérience des utilisateurs :

- [Utiliser les fonctionnalités de base pour trouver des contenus plus rapidement](#)
- [Évaluer le retour sur investissement et la valeur commerciale](#)
- [Déterminer quels sont les contenus importants](#)

## Utiliser les fonctionnalités de base pour trouver des contenus plus rapidement

Dans ce cas de figure, les commentaires des utilisateurs sont tous positifs et les résultats qu'ils ont obtenus sont conformes à leurs attentes. Ils indiquent qu'ils passent beaucoup moins de temps à effectuer des recherches.

Cependant, en examinant les tendances des recherches de vos utilisateurs à l'aide d'un rapport détaillé, vous constatez que 90 % des recherches portant sur le mot "widget" sont suivies par une recherche du mot "gadget". De même, 50 % des utilisateurs ayant recherché l'expression "congés payés" ont cliqué sur le cinquième lien proposé, celui qui les envoie vers votre règlement en matière de congés.

À partir de ce constat, vous pouvez prendre deux mesures immédiates pour améliorer l'efficacité de la recherche :

- Activer l'extension des requêtes (désactivée par défaut) et importer votre propre liste de synonymes, dans laquelle sera précisée que "gadget" sera l'extension de "widget". À l'avenir, le mot "widget" sera automatiquement remplacé par le mot "gadget" dans les recherches.

Grâce à cette amélioration, 90 % des utilisateurs qui rechercheront les mots "widget" ou "gadget" estimeront que leur recherche est deux fois plus efficace. En activant l'extension des requêtes et en intégrant votre lexique dans Google Search Appliance, vous pouvez instantanément améliorer l'efficacité de la recherche.

- Créer une correspondance pour "congés payés" qui renvoie vers le règlement des congés payés. Cette fonctionnalité affichera le règlement des congés payés tout en haut de la liste des résultats. Pour 50 % des utilisateurs, le premier résultat de la page correspond à leurs attentes.

Pour obtenir plus d'informations sur l'extension des requêtes et les correspondances, consultez la section [Creating the Search Experience: Best Practices](#) (Amélioration de la recherche : bonnes pratiques).

## Évaluer le retour sur investissement et la valeur commerciale

Dans cet exemple, vos employés sont majoritairement des professionnels de l'information. En examinant les données d'analyse de vos rapports détaillés, vous constatez que les utilisateurs :

- effectuent en moyenne 1,3 recherche ;
- choisissent le troisième résultat ;
- consacrent environ 45 secondes à leurs recherches.

Ces chiffres démontrent une nette amélioration de l'expérience utilisateur, car les professionnels de l'information consacraient auparavant environ 25 % de leur temps à l'utilisation du système de recherche (source : rapport de l'IDC intitulé "Hidden Costs of Information Work: A Progress Report").

## Déterminer quels sont les contenus importants

Dans cet exemple, vous possédez un grand nombre de référentiels de contenu hébergés par plusieurs sites Web internes et partages de fichiers. En analysant les données d'un rapport détaillé qui répertorie les clics des utilisateurs, vous constatez que la plupart des utilisateurs cliquent sur des contenus provenant de votre wiki d'entreprise. Vous connaissez donc instantanément où se trouvent les contenus qu'ils estiment être les plus intéressants.

Compte tenu de cette information, vous pouvez créer un profil de pondération des résultats qui privilégie les résultats de recherche provenant du wiki. Vous garantissez ainsi que le wiki d'entreprise apparaît en haut de la liste des résultats, là où les utilisateurs peuvent le trouver rapidement.

Pour obtenir plus d'informations sur la création des profils de pondération, consultez la section [Using Result Biasing to Influence Result Ranking](#) (Utiliser les profils de pondération pour influencer le classement des résultats).

Vous pouvez également déterminer quels sont les contenus les plus importants en utilisant un outil d'analyse pour obtenir des informations sur les clics des utilisateurs. Si votre entreprise utilise déjà un tel outil, vous pouvez vous en servir pour en savoir plus sur l'expérience de vos utilisateurs. Généralement, créer des rapports sur la recherche est plus compliqué en cas d'intégration dans une solution d'analyse tierce, mais les informations que vous pouvez en retirer ont beaucoup de valeur.

## Génération de rapports dans plusieurs GSA

Les sections suivantes contiennent des informations sur le regroupement des données des rapports quand plusieurs systèmes de recherche GSA ont été déployés.

- [Rapports avec la mise en miroir GSA](#)
- [Rapports avec la fédération de GSA](#)
- [Rapports avec l'exploration et le traitement distribués](#)

### Rapports avec la mise en miroir GSA

Dans une configuration de traitement active-active, les requêtes de recherche effectuées sur des systèmes de recherche réplica sont regroupées dans les journaux et rapports de recherche du système principal. Un journal ou un rapport de recherche généré sur un système de recherche réplica ne contient que les données récoltées sur ce système.

Ces journaux et rapports n'étant pas répliqués entre les différents systèmes de recherche, vous devez régulièrement les exporter ou les envoyer à un serveur Syslog pour les conserver. Pour en savoir plus, consultez les rubriques du centre d'aide de GSA portant sur les journaux, les rapports et les serveurs Syslog.

### Rapports avec la fédération de GSA

- Scénario A : si les recherches sont effectuées uniquement à partir du GSA principal (maître), les rapports pourront être générés sur ce système de recherche seulement.
- Scénario B : chaque système de recherche est utilisé comme système principal et secondaire. Les rapports doivent alors être exécutés sur chaque GSA et regroupés à l'aide d'un outil externe.

### Rapports avec l'exploration et le traitement distribués

Vous devez exécuter les rapports sur tous les systèmes de recherche qui fournissent des résultats aux utilisateurs. Par exemple, si vous possédez trois systèmes de recherche, mais que seul le système n° 1 produit des résultats, alors vous devez générer des rapports uniquement depuis le système n° 1. De même, si les trois systèmes fournissent des résultats, vous devez exécuter les rapports depuis les trois GSA.

## Chapitre 7 : commentaires des utilisateurs

### Présentation

Grâce aux innovations permanentes de Google.com, les utilisateurs ont l'habitude de bénéficier d'une recherche efficace. En proposant le système de recherche à vos utilisateurs, vous pouvez leur offrir une expérience tout aussi innovante et riche.

Si vous utilisiez une autre solution de recherche avant GSA, vous pouvez recueillir les commentaires des utilisateurs et les statistiques la concernant en l'analysant, puis en comparant les données obtenues avec celle de l'analyse de GSA que vous réaliserez ultérieurement.

Un des meilleurs moyens d'innover est de demander aux utilisateurs les aspects de la solution de recherche qu'ils apprécient et qui leur déplaisent, et de comprendre comment ils s'en servent. Les commentaires des utilisateurs sont essentiels pour réussir un déploiement. La valeur ajoutée de votre système de recherche repose non seulement sur la qualité et l'efficacité de la recherche, mais aussi sur l'utilisation effective du système.

Plusieurs méthodes permettent de recueillir les commentaires des utilisateurs, notamment :

- [les retours](#) implicites ;
- un [lien de commentaires](#) ;
- un [questionnaire utilisateur](#).

### Retours implicites

En activant les [rapports détaillés sur la recherche](#), ou toute autre fonction d'analyse, vous pouvez connaître les activités de vos utilisateurs, savoir s'ils sont parvenus à leurs fins, et découvrir comment vous pouvez les aider à être plus efficaces. Toutefois, il est capital d'exploiter ces données et de ne pas se contenter de les recueillir.

### Lien de commentaires

Facilitez la démarche pour vos utilisateurs en mettant à leur disposition un lien ou une adresse e-mail pour leurs commentaires.

### Questionnaire utilisateur

Le questionnaire est idéal pour déterminer si vos utilisateurs sont satisfaits de votre solution de recherche. Les questionnaires doivent être envoyés régulièrement et après chaque phase du déploiement, afin que vous puissiez vous adapter rapidement aux besoins de vos utilisateurs. Un modèle de questionnaire est disponible dans la section suivante.

## Enquête de satisfaction sur la recherche

- 1. À quel service appartenez-vous ?**
  - Ingénierie
  - Finance
  - Ressources humaines
  - Ventes
  - Marketing
  - Recherche
  - Autre <à remplir par le client>
  
- 2. Combien de temps consacrez-vous à la recherche d'informations ?**
  - Plus de la moitié de mon temps
  - Entre 25 et 50 % de mon temps
  - Entre 30 minutes et 2 heures par jour
  - Entre 10 et 30 minutes par jour
  - Moins de 10 minutes par jour
  
- 3. À quelle fréquence le résultat que vous attendiez apparaît-il dans les dix premiers de la liste (première page) ?**
  - Dans 100 % des cas
  - Dans 80 % des cas
  - Dans 50 % des cas
  - Dans 20 % des cas
  - Jamais
  
- 4. À quelle fréquence le résultat que vous attendiez est-il le premier résultat de la liste ?**
  - Dans 100 % des cas
  - Dans 80 % des cas
  - Dans 50 % des cas
  - Dans 20 % des cas
  - Jamais
  
- 5. À quelle fréquence cliquez-vous sur l'un des Liens recommandés (les correspondances grisées qui apparaissent tout en haut de la liste des résultats) ?**
  - À chaque fois que j'en vois un
  - Parfois
  - Jamais
  
- 6. Quelles améliorations suggèreriez-vous ?**
  - Obtenir les résultats plus rapidement
  - Obtenir des résultats plus pertinents
  - Augmenter le nombre de sources de contenu
  
- 7. Comment jugez-vous le temps de réponse de la recherche ?**
  - Excellente
  - Satisfaisante
  - Inacceptable

**8. Quelle source de contenu souhaiteriez-vous que nous indexions (ajoutions aux résultats de recherche) ?**

---

---

---

---

---

---

---

**9. Avez-vous déjà recherché un document sans succès alors que vous saviez qu'il existait ?**

- Oui
- Non

**10. Êtes-vous globalement satisfait du système de recherche ?**

- Très satisfait, il marche à merveille !
- Moyennement satisfait : il pourrait être amélioré.
- Pas du tout satisfait.

**11. Quelles fonctionnalités supplémentaires suggèreriez-vous ?**

---

---

---

## Récapitulatif

Ce guide récapitule tous les facteurs que vous devez prendre en compte au moment de créer l'expérience utilisateur dans Google Search Appliance. L'expérience et les besoins des utilisateurs varient énormément en fonction du type de recherche effectuée : sur un site Web public ou protégé par un pare-feu. Par conséquent, au moment de concevoir l'environnement de recherche, vous devez impérativement vous focaliser sur l'utilisateur final. Utilisez ce guide pour vous assurer que vous avez choisi les bonnes fonctionnalités, mais aussi que ces fonctionnalités répondent aux besoins et aux problèmes de vos utilisateurs.

Il est primordial d'adapter l'environnement de recherche en fonction de l'évolution des besoins des utilisateurs et de la disponibilité de nouvelles fonctionnalités dans GSA. Les rapports intégrés dans le système de recherche sont un bon moyen de détecter les écarts et d'améliorer l'expérience globale des utilisateurs.

Pour obtenir plus d'informations sur les sujets abordés dans ce guide, consultez le site Web des documents produit GSA ou contactez l'[assistance Google for Work](#).

## Annexe : informations complémentaires

### Solutions techniques aux problèmes courants

Cette annexe propose des solutions techniques pour résoudre les problèmes rencontrés couramment dans les aspects suivants du déploiement du système de recherche :

- [Personnalisation des interfaces et des frontaux](#)
- [Pertinence des documents](#)

### Personnalisation des interfaces et des frontaux

**Je viens de remplacer mon frontal, et pourtant, c'est toujours l'ancien frontal qui apparaît dans les résultats. D'où vient le problème ?**

- Un frontal est réactualisé dans la mémoire toutes les 15 minutes (ou plus dans certains cas). Par conséquent, si vous souhaitez forcer l'actualisation du frontal, vous devez saisir le paramètre `proxyreload=1` dans l'URL de la requête au moins une fois après avoir modifié la feuille de style. Utilisez ce paramètre uniquement lors du déploiement, évitez-le pendant la phase de production, car il ralentit les performances de Google Search Appliance.

**Est-il possible d'autoriser les développeurs à accéder au frontal pour le modifier sans qu'ils puissent toucher à mes correspondances, entres autres ?**

- Vous pouvez créer deux frontaux et jouer sur leur nom. Par exemple, réservez le frontal "mon\_frontal" à la gestion des correspondances, des requêtes associées, des filtres, des URL et des modules OneBox (collectivement appelés "client"). Créez ensuite un autre frontal, "mon\_frontal\_fs", qui sera réservé à la gestion de l'interface utilisateur (ou à la sortie, pour reprendre le terme de la console d'administration). Celui-ci sera appelé "proxystylesheet".
- Autorisez les développeurs de l'interface à accéder à "mon\_frontal\_fs" pour qu'ils puissent modifier la feuille de style, et uniquement cet élément.
- Conservez le contrôle de "mon\_frontal" lorsqu'un autre type de développeur a besoin de gérer l'environnement de recherche.
- Modifiez l'application de façon à ce que les deux frontaux soient utilisés :  
`client=mon_frontal&proxystylesheet=mon_frontal_fs`. Le code par défaut aurait été : `client=mon_frontal&proxystylesheet=mon_frontal`.

**Comment réutiliser certains paramètres des frontaux ?**

- Si vous souhaitez utiliser la plupart des paramètres d'un frontal pour différentes interfaces utilisateur, tout en modifiant des options pour les règles d'extension de requête et/ou de pondération des résultats, inutile de créer plusieurs frontaux. Utilisez plutôt `entqr` et `entsp`.

## Comment afficher le fichier XML renvoyé par Google Search Appliance avant sa transformation ?

- Pour afficher les résultats, supprimez le paramètre proxystylesheet et sa valeur. Par exemple :
  - `http://GSA_HOSTNAME/search?q=query&btnG=Google+Search&access=p&client=default_frontend&output=xml_no_dtd&sort=date:D:L:d1&entqr=0&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&site=default_collection`
- Pour afficher les clusters de résultats dynamiques, demandez directement la sortie XML à Google Search Appliance. Par exemple :
  - `http://GSA_HOSTNAME/cluster?q=query&site=default_collection&client=default_frontend&output=xml`

## Comment intégrer Google Search Appliance dans une application non Web ?

- Le système Google Search Appliance accepte les requêtes HTTP et peut renvoyer un fichier au format XML (ou tout autre format après transformation via XSLT). Les résultats peuvent ensuite être analysés par une application, développée dans le langage de votre choix, et utilisés aux fins de l'application.

## Pertinence des documents

### Comment paramétrer Google Search Appliance de façon à ce que les résultats soient triés selon d'autres critères que la pertinence et la date ?

- Le but d'un moteur de recherche est justement de trier les résultats de recherche par pertinence. Toutes les autres informations sont disponibles en faisant une requête dans la base de données.

Si vous devez trier les résultats en utilisant une autre valeur numérique personnalisée, vous pouvez activer la fonctionnalité de tri par date. Il suffit alors de convertir votre valeur au format de date ISO 8601 (AAAA-MM-JJ) et de l'insérer dans une balise Meta de votre document. Vous pouvez effectuer des recherches entre les dates 1900-01-01 et 2079-06-06. Ensuite, configurez le nom de la balise Meta concernée dans la section "Dates des documents" de la console d'administration. Google Search Appliance traitera alors la valeur de cette balise Meta comme la date du document et triera les résultats en fonction de cette valeur.

À partir de la version 7.2, vous pouvez également trier les résultats en fonction des métadonnées.

### J'aimerais qu'une URL apparaisse tout en haut de la liste. Comment faire ?

- Utilisez la fonctionnalité de correspondances.
- Implémentez les résultats utilisateur.
- Créez une règle de pondération des résultats, qui permet d'améliorer la pertinence des documents en fonction de leur URL, de la collection à laquelle ils appartiennent, de leur date ou de leurs métadonnées. Associez cette règle au frontal concerné.

## Comment puis-je augmenter la pertinence des documents les plus récents dans les résultats de recherche ?

- Créez une règle de pondération des résultats, qui permet d'améliorer la pertinence des documents en fonction de la date de dernière modification. Associez ensuite cette règle au frontal concerné.
- Pour les URL qui ont été ajoutées depuis un flux de contenu, vous pouvez ajouter l'attribut suivant au flux : [pagerank](#).
  - Cet attribut permet de définir le classement de l'URL ou du groupe d'URL. La valeur par défaut est 96. Augmenter cette valeur fera monter l'URL ou le groupe d'URL dans le classement : pour ce faire, saisissez un nombre compris entre 97 et 100. À l'inverse, saisissez une valeur inférieure à 96 pour faire baisser le score de la ressource. Le classement d'une URL est prioritaire sur le classement d'un groupe.
- Utilisez un [marqueur automatique intelligent](#).
  - Si vous activez les rapports détaillés sur la recherche, le système de recherche utilise son marqueur automatique intelligent. Cette fonctionnalité analyse automatiquement le comportement des utilisateurs, ainsi que les liens qu'ils consultent pour certaines requêtes, afin d'optimiser la pertinence et l'évaluation des résultats. Le système de recherche fait appel à la régression statistique avancée pour déterminer la pertinence statistique du comportement des utilisateurs et la pondérer en fonction des préjugés sur lesquels peut reposer leur confiance (par exemple, certains utilisateurs cliquent sur le premier résultat uniquement parce qu'il apparaît en premier). Ainsi, au fil du temps, les résultats deviennent de plus en plus précis, sans aucune intervention de l'administrateur.