



Poradnik Wyszukiwania

data aktualizacji: 01.09.2008

PRZYGOTOWANIE	2
PROPOZYCJE DZIAŁAŃ	3
PRZYKŁAD: FIRMA NETSPRINT	3
OSTATECZNA LISTA SŁÓW I WYRAŻEŃ	6

1 Przygotowanie

Przed rozpoczęciem tworzenia Profilu Wyszukiwania, tworzenia list Wyszukiwania Inteligentnego rozważ następujące zagadnienia:

- Jakich wyników wyszukiwania oczekujesz?
 - tylko i wyłącznie wyników zawierających słowa kluczowe,
 - wszystkich artykułów o określonej tematyce,
- Ile wyników spodziewasz się otrzymywać?
 - 100 artykułów dziennie – taka liczba może okazać się zbyt wielka,
 - 1 artykuł w tygodniu – taka liczba będzie zbyt mała,
- Jak wiele odrębnych tematów znajduje się w kręgu mojego zainteresowania?
 - informacje, opinie nt. organizacji / firmy
 - opinie nt. pracowników
 - wypowiedzi pracowników
 - postrzeganie przez klientów i rynek
 - postrzeganie przez społeczności
 - opinie kooperantów, partnerów, współpracowników i sojuszników
 - opinie dostawców i odbiorców biznesowych
 - informacje, opinie nt. produktów
 - funkcjonalność, wady, zalety, problemy
 - poprawne i błędne informacje
 - wykorzystanie marki, wartości intelektualnych
 - informacje, opinie nt. konkurencji
 - zmiany: personalne, strategii, w ofercie i portfolio
 - wyniki finansowe
 - pozycjonowanie produktów i usług
 - aliance i partnerstwa
 - produkty: funkcjonalność, wady, zalety, problemy
 - modele biznesowe, procedury
 - obecność w mediach
 - informacje, opinie nt. samego rynku:
 - nowe technologie

- patenty
- opinie ekspertów, wypowiedzi kadr zarządzających
- wielkość, profil rynku
- zmiany i trendy rynkowe

2 Propozycje działań

- Przygotuj szczegółową listę oczekiwań wobec wyników wyszukiwania: które informacje chcesz otrzymywać, a których nie chcesz. Lista może składać się ze słów, wyrażań lub bardziej rozwiniętych opisów definiujących Twoje zainteresowania.
- Do zbudowania listy wykorzystaj wyszukiwanie podstawowe NewsPoint. Wyszukaj artykuły zawierające podstawowe słowa kluczowe i znajdź w artykułach nowe wyrażenia odpowiadające twoim zainteresowaniom oraz wyrażenia zupełnie z nimi niezwiązane. Im więcej razy powtórzysz czynność, a tym samym znajdziesz więcej słów i wyrażań istotnych dla wyszukiwania tym trafniejsze będą wyniki tworzonego profilu wyszukiwania.

Podstawowe wyszukiwanie NewsPoint dostarczy następujących informacji:

- słowa o wielu znaczeniach,
- słowa używane w innym niż spodziewałeś się kontekście,
- w jaki sposób używać symbolu „*” aby wyeliminować z wyników niechciane artykuły.

Identyfikujemy słowa i wyrażenia wyszukiwania:

- słowa, które występują w artykułach osobno,
- słowa, które muszą występować wyłącznie w sąsiedztwie innych – zwroty, wyrażenia,
- słowa, które muszą występować blisko innych słów (jakich?) w artykułach,
- słowa i wyrażenia, które nie powinny występować w artykule.

3 Przykład: firma NetSprint.

Jakich wyników wyszukiwania oczekujesz?

Chcę badać skuteczność działań PR oraz monitorować rynek wyszukiwarek internetowych w Polsce.

W pierwszym przypadku istotne są dla mnie publikacje zawierające przede wszystkim słowa kluczowe związane z NetSprint i jego produktami, w drugim zaś słowa i wyrażenia związane z konkurencją oraz tematyką systemów wyszukiwawczych.

Wstępna lista słów kluczowych

skuteczność działań PR	rynek wyszukiwarek internetowych w Polsce
netsprint, netsprint.pl, adkontekst, netsprint site, netsprint intranet, donosiciel	google, google.pl, google.com, onet, onet.pl, szukacz, szukacz.pl, gooru, gooru.pl, wyszukiwarka, wyszukiwarki, reklama kontekstowa

Jak wiele odrębnych tematów znajduje się w kręgu mojego zainteresowania?

2 tematy: działania PR netsprint.pl oraz rynek wyszukiwarek.

Ile wyników spodziewasz się otrzymywać?

Chcę analizować wszystkie publikowane wiadomości co dzień rano.

W myśl zasady „od ogółu do szczegółu” dokonujemy podstawowego wyszukiwania

- po raz pierwszy:

	skuteczność działań PR	rynek wyszukiwarek internetowych w Polsce
słowa o wielu znaczeniach		Google: mnóstwo produktów nie związanych z dziedziną wyszukiwarek Onet: mnóstwo produktów nie związanych z dziedziną wyszukiwarek Szukacz – trafiamy na linki do wyników wyszukiwania wyszukiwarka, wyszukiwarki: obejmują wszystkie systemy wyszukiwawcze – nie tylko internetowe
słowa używane w innym niż spodziewałeś się kontekście		szukacz, google, onet
w jaki sposób używać symbolu „*”	Netsprint*, adkontekst*, donosiciel*	reklam* kontekstow*
słowa, które występują w artykułach osobno		
zwroty, wyrażenia	netsprint site, netsprint intranet	reklam* kontekstow*
słowa, które muszą występować blisko innych słów		wyszukiwark* - internet*
słowa i wyrażenia, które nie powinny występować w artykule		mapa.szukacz.pl, szukacz.pl-szukacz.pl – mapy,

Pierwsze wyszukiwanie ujawniło szeroki kontekst google i onet.

- po raz drugi:

skuteczność działań PR	rynek wyszukiwarek internetowych w Polsce
netsprint, netsprint.pl, adkontekst, netsprint site, netsprint intranet, donosiciel	szukacz.pl, gooru, gooru.pl, wyszukiwarka, wyszukiwarki, reklama kontekstowa + adwords, adsense, onet wyszukiwarka

Wyniki:

	skuteczność działań PR	rynek wyszukiwarek internetowych w Polsce
słowa o wielu znaczeniach		
słowa używane w innym niż spodziewałeś się kontekście		
w jaki sposób używać symbolu „*”		adword*, adsens*, onet* wyszukiwark*
słowa, które występują w artykułach osobno		Adword*, adsens*
zwroty, wyrażenia		onet* wyszukiwark*
słowa, które muszą występować blisko innych słów		onet* wyszukiwark* - reklam*
słowa i wyrażenia, które nie powinny występować w artykule		picasa, video, calendar, kalendarz, desktop, groups, toolbar

Im więcej słów i wyrażeń zostanie przeanalizowanych, tym trafniejsze uzyskasz wyniki.

Ostateczna lista słów i wyrażzeń

... na podstawie przeprowadzonych dwóch wyszukiwań:

skuteczność działań PR	rynek wyszukiwarek internetowych w Polsce
netsprint, netsprint.pl, adkontekst, netsprint site, netsprint intranet, donosiciel	szukacz, szukacz.pl, gooru, gooru.pl, wyszukiwarka, wyszukiwarki, reklam* kontekstow*, wyszukiwark* - internet*, adword*, adsens*, onet* wyszukiwark*, onet* wyszukiwark* - reklam* - mapa.szukacz.pl, szukacz.pl-szukacz.pl – mapy, plicasa, video, calendar, kalendarz, desktop, groups, toolbar

Kontakt

W razie pytań i wątpliwości dotyczących NewsPoint prosimy o kontakt z naszym biurem:

kontakt@newspoint.pl

tel.: (022) 8 522 006

fax: (022) 8 522 060

NetSprint.pl Sp. z o.o.

ul. Bieżanowska 7

02-655 Warszawa

Zespół NewsPoint