

Google dope son offre 'search appliance' pour entreprises

Décidément, pas de pause chez Google en ce mois d'août ! La rentrée se prépare. Presqu'en même temps que l'annonce de Google Insights for Search destinée aux annonceurs https://www.silicon.fr/fr/news/2008/08/07/google_insights_for_search__ou_comment_mieux_apprehender_les_tendances

l'éditeur de Mountain View (Californie) présente une nouvelle version de sa 'Search Appliance'.

C'est une offre prête à l'emploi, combinant matériel et logiciel. Elle est destinée aux entreprises souhaitant indexer jusqu'à 10 millions de documents en une seule boîte.

Pour rappel, comme nous l'expliquait Dave Armstrong, directeur du marketing, cf. : https://www.silicon.fr/fr/news/2008/05/13/dreamforce_europe__google_entreprise_et_salesforce_com_toujours_plus_proches) Google est « organisée en trois divisions : le moteur de recherche (Search), la publicité (Ads), et les Applications d'Entreprises (Google Apps).

Google Entreprise conçoit des solutions matérielles et logicielles pour le Search en entreprise, du 'Safe Search' sous forme de service 'Saas' (*software as a service*) et des services Google Maps payants. »

Un point unique plus performant

Grâce à cette nouvelle architecture, GSA (*Google Search Appliance*) multiplie par trois ses capacités. En effet, jusqu'à présent, l'offre ne gérait pas plus de 3 millions de documents.

Aux dires des responsables techniques du moteur de recherche, ce résultat a été rendu possible grâce à des optimisations logicielles et à l'intégration de nouveaux composants matériels. Désormais, les entreprises peuvent fournir des fonctions de recherche sécurisée, jusque dans les référentiels des systèmes de gestion documentaire comme Documentum d'EMC, Filenet d'IBM, LiveLink d'Opentext ou encore Sharepoint de Microsoft . Et le tout à partir d'une unique 'appliance', ce qui simplifie grandement la maintenance.

Plus européen, et jusqu'à 30 millions de documents

Les administrateurs peuvent définir de nouvelles règles de 'scoring' pour affiner les résultats selon les groupes d'utilisateurs, leur service, leur fonction dans l'entreprise... Exemple : les images en tête de liste pour les designers, les rapports pour les comptables... De même, ils peuvent utiliser des métadonnées comme "livre blanc", article, confidentiel, etc. Des alertes définies par les utilisateurs sur un type de requête leur permettent de recevoir l'information par e-mail au rythme choisi : un par heure, par jour, par semaine...

Côté sécurité, Google Search supporte désormais Kerberos, favorisant ainsi une authentification unique sous SharePoint, pour les fichiers partagés, mais aussi pour les systèmes non Windows (via SAML, WIA, etc.).

Les fonctions d'administration parlent aujourd'hui 27 langues, et les résultats de recherche peuvent s'afficher dans 40 langues en fonction des besoins des utilisateurs de l'entreprise.

Enfin, la vérification orthographique contextuelle a été étendue à six nouvelles langues : le portugais, le français, l'italien, l'allemand, l'espagnol, et le néerlandais. L'Europe semble avoir la cote chez les ingénieurs de Google. Ou serait-ce la taille du marché ?

L'«appliance» est disponible sous de multiples formes en standard. Elle peut indexer, selon les cas de figure, de 500.000 (environ 24.000 euros) à 30 millions de documents (en empilant les «appliances»).