

Google

hacks and secrets

TOP SECRET



SocialMediaCoach

Share to your network



www.socialmediacoach.gr



SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Καταρχάς ευχαριστώ που κατέβασες αυτό το e-book. Σου υπόσχομαι ότι σε αυτό θα βρεις άφθονες πληροφορίες και μυστικά που ούτε καν φανταζόσουν.

Ονομάζομαι Αλέξανδρος Φατσής (γνωστός και ως Social Media Coach) και το πάθος μου είναι το Digital Marketing: seo, prc, social media, analytics, e-commerce optimization κλπ. Οτιδήποτε έχει να κάνει δηλαδή με ηλεκτρονικές πωλήσεις και το πώς θα κάνεις ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ή άλλη ιστοσελίδα να έχει πωλήσεις, επισκέψεις ή ό,τι άλλο χρειάζεται για να θεωρηθεί επιτυχημένο. Μάλιστα αν κάνεις μια αναζήτηση στο Google για το keyword social media το πρώτο αποτέλεσμα που θα δεις θα είναι το blog μου: socialmediacoach.gr. Συνεπώς, μάλλον κάτι κάνω σωστά!

Σε αυτόν τον οδηγό θα διαβάσεις πώς μπορείς να χρησιμοποιήσεις το Google με τρόπους οι οποίοι είναι παντελώς άγνωστοι στο ευρύ κοινό. Να εντοπίσεις κρυμμένα αρχεία, απόρρητες πληροφορίες, εργαλεία και λειτουργίες που θα σου λύσουν τα χέρια και γενικώς οτιδήποτε έχει να σου προσφέρει η μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης στον κόσμο.

Φυσικά θα χαρώ πολύ να διαβάσω τυχόν σχόλια και παρατηρήσεις σου σχετικά με το e-book μου και απαντώ πάντοτε σε όλα τα e-mail που λαμβάνω: smc@socialmediacoach.gr .

Αν βρεις αυτόν τον οδηγό χρήσιμο μην ξεχάσεις να τον στείλεις και στους φίλους σου ή σε όποιον άλλο πιστεύεις ότι θα ωφεληθεί από αυτόν. Επειδή όμως στόχος μου είναι να τον ανανεώνω συνεχώς, προτίμησε να τους στείλεις την σελίδα από την οποία τον κατέβασες κι εσύ, αντί για το ίδιο το αρχείο:

<http://www.socialmediacoach.gr/social-media-coach/google-secrets.html>

Έτσι θα είσαι σίγουρος ότι θα κατεβάσουν την τελευταία του έκδοση.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τη δουλειά μου αλλά και πλήρη ενημέρωση σχετικά με το digital marketing και τα social media, μπορείς να κάνεις Like, +1 ή Follow εδώ:

Facebook Page <http://www.facebook.com/socialmediacoach.gr>

Google+ Page <http://gplus.to/smcoach>

Twitter http://www.twitter.com/sm_coach



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Εδώ και αρκετά χρόνια η αναζήτηση στο Διαδίκτυο έχει ταυτιστεί με το Google. Αν και υπάρχουν πολλές ακόμη σχετικές υπηρεσίες, το Google τις έχει παραμερίσει σχεδόν απόλυτα. Άλλωστε όποια αναζήτηση και αν κάνεις σε κλάσματα του δευτερολέπτου θα σου δώσει την καλύτερη δυνατή απάντηση.

Παρά το γεγονός όμως ότι η χρήση του είναι ό,τι πιο απλό μπορεί να σκεφτεί κανείς, το Google έχει απίστευτες δυνατότητες που ελάχιστοι γνωρίζουν. Δυνατότητες που μας επιτρέπουν να κάνουμε ακόμη καλύτερες τις αναζητήσεις μας, να βρούμε πράγματα που δεν φανταζόμαστε αλλά και να κάνουμε τη ζωή μας εξαιρετικά πιο εύκολη.

Βγείτε στην Πρώτη Σελίδα του Google και αυξήστε κατακόρυφα την πελατεία σας. Συνδυάζοντας τεχνικές που προέρχονται τόσο από τον τομέα του Search Engine Optimization, όσο και από το Social Media Marketing μπορούμε να εξασφαλίσουμε την γρήγορη άνοδο της ιστοσελίδα σας στα αποτελέσματα του Google. Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε μαζί μας: smc@socialmediacoach.gr

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΩΛΗΣΗ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ Η
ΠΩΛΗΣΗ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ
ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ



ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η
ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ



Το e-book αυτό δημοσιεύεται υπό την άδεια **Creative Commons Attribution-NoDerivs 3.0 Ελλάδα**. Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε οπουδήποτε επιθυμείτε και με οποιοδήποτε τρόπο ακόμη και για εμπορική χρήση χωρίς προηγούμενη άδεια και χωρίς την υποχρέωση καταβολής δικαιωμάτων με την προϋπόθεση ότι θα είναι σαφής η αναφορά της πηγής και ότι το e-book θα παραμείνει ακέραιο, χωρίς καμία προσθήκη, αλλαγή ή συντόμευση συμπεριλαμβανόμενης αυτής εδώ της σημείωσης.

Share to your network



Περιεχόμενα



SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Αντί εισαγωγής: Ανακαλύπτοντας το κρυμμένο web με την βοήθεια του Google.....	6
Υπηρεσίες αναζήτησης.....	7
Βασικοί κανόνες	8
Σημεία στίξης και σύμβολα στην αναζήτηση	13
Λέξεις που αγνοούνται από το Google	16
Χρήση παρενθέσεων	18
Αναζητήσεις με ειδικές παραμέτρους (operators)	20
Συνδυασμός παραμέτρων σε μια αναζήτηση.....	30
Εξειδικευμένες αναζητήσεις.....	32
Αναζήτηση με το Gmail.....	35
Ρυθμίσεις αναζήτησης.....	36
Εφαρμογές του Google	39
Καθορίζοντας το χρονικό πλαίσιο της αναζήτησής μας	47
Ανακαλύπτοντας το κρυμμένο web με την βοήθεια του Google	49
Ψάχνοντας στο Google Drive.....	51
Ψάχνοντας αποκλειστικά σε FTP.....	52
Ανώνυμες αναζητήσεις στο Google	55
Πηγές	56

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Αντί εισαγωγής: Ανακαλύπτοντας το κρυμμένο web με την βοήθεια του Google

Ας υποθέσουμε ότι είχαμε αγοράσει το CD του Bob Marley το οποίο δυστυχώς μας το εξαφάνισε η πρώην μας και δεν το έχουμε πλέον. Άραγε θα μπορούσε το Google να μας βοηθήσει να το ξαναβρούμε; Μα φυσικά!

Καταρχάς θα πρέπει να κάνουμε μια αναζήτηση με την παράμετρο **intitle:**.

Δίνουμε λοιπόν:

και βλέπουμε αν στις σελίδες των αποτελεσμάτων υπάρχει κάτι που να μας ενδιαφέρει.

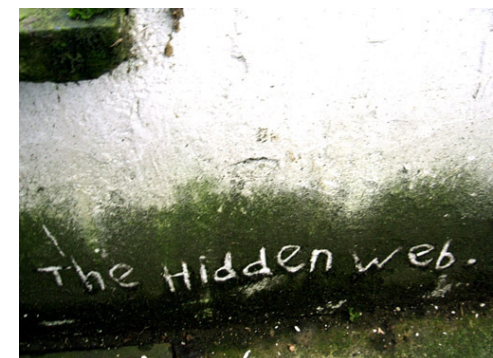
Κι άλλο ένα παράδειγμα!

Πηγαίνοντας στο πανεπιστήμιο είχαμε αγοράσει το Office 2007 αλλά μετά από την τελευταία μας μετακόμιση δεν το έχουμε πλέον. Άραγε θα μπορούσε το Google να μας βοηθήσει να το ξαναβρούμε; Το πιθανότερο είναι πώς ναι!

Καταρχάς θα πρέπει να κάνουμε μια αναζήτηση με την παράμετρο **intitle:** που είχαμε δείξει και προηγουμένως.

Κάνουμε λοιπόν την εξής αναζήτηση:

και βλέπουμε αν στις σελίδες των αποτελεσμάτων υπάρχει κάτι που να μας ενδιαφέρει.



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Υπηρεσίες αναζήτησης

Όταν θέλουμε να αναζητήσουμε κάτι, οι περισσότεροι απλώς το πληκτρολογούμε στο google.com ή google.gr. Ανάλογα όμως με το τι ψάχνουμε, συχνά είναι προτιμότερο να χρησιμοποιήσουμε κάποια τις εξειδικευμένες λειτουργίες αναζήτησης που παρέχονται:

- **Google News Search** - <http://news.google.com/> - Για αποτελέσματα από τον χώρο της ειδησεογραφίας
- **Google Blog Search** - <http://blogsearch.google.com/> - Για αποτελέσματα από την παγκόσμια μπλογκόσφαιρα
- **Google Book Search** - <http://books.google.com/> - Αποκλειστικά για αναζήτηση βιβλίων και περιοδικών. Ανάλογα με τα πνευματικά δικαιώματα που διέπουν κάθε έκδοση, η πρόσβαση στο περιεχόμενο κάθε βιβλίου ποικίλει. Μπορεί για παράδειγμα να δείτε μόνο το εξώφυλλο ή τα περιεχόμενα, μέρος του βιβλίου ή αν το βιβλίο ανήκει πλέον στο public domain να το διαβάσετε ολόκληρο ή και να το κατεβάσετε στον υπολογιστή σας.
- **Google Image Search** - <http://images.google.com/> - Για αναζήτηση εικόνων και φωτογραφιών.
- **Google Maps Search** - <http://maps.google.com/> - Υπηρεσία χαρτών η οποία εκτός από βασικούς ή προσαρμοσμένους χάρτες, προβάλλει επίσης και πληροφορίες τοπικών επιχειρήσεων, για παράδειγμα διεύθυνση και στοιχεία επικοινωνίας. Επιπλέον δίνει λεπτομερέστερες οδηγίες οδήγησης από το ένα σημείο στο άλλο.
- **Google Scholar Search** - <http://scholar.google.com> - Πρόκειται για υπηρεσία παραπλήσια με το Google Book Search. Σε αντίθεση με αυτό όμως εστιάζεται σε ακαδημαϊκά κείμενα όπως δημοσιεύσεις σε συνέδρια, περιοδικά, επιστημονικά άρθρα κτλ. παρέχοντας επίσης τις απαραίτητες πληροφορίες για τον εύκολο εντοπισμό τους. Οι επιλογές του περιλαμβάνουν αναζήτηση ανά συγγραφέα, έκδοση, ημερομηνία αλλά και γλώσσα. Προκειμένου να μπορεί ο χρήστης να εντοπίσει το άρθρο εκείνο που τον ενδιαφέρει, στα αποτελέσματα αναζήτησης εμφανίζονται, πέρα από τον τίτλο και το snippet του άρθρου, πληροφορίες όπως τα ονόματα των συγγραφέων, το συνέδριο ή το περιοδικό στο οποίο δημοσιεύτηκε. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα εύρεσης όλων των εκδοχών του άρθρου, σχετικών άρθρων και εύρεσης άρθρων από τα οποία γίνεται αναφορά σε αυτό το άρθρο.



Share to your network



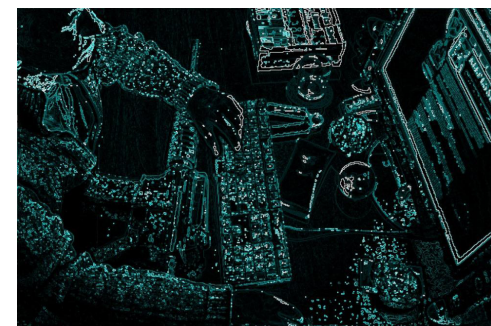


Βασικοί κανόνες

- Όταν κάνουμε μια αναζήτηση με δύο ή περισσότερες λέξεις στο Google, για παράδειγμα *καρέκλα τραπέζι πολυθρόνα* η υπηρεσία θα προσπαθήσει να βρει σελίδες που περιέχουν και τις τρεις αυτές λέξεις. Όχι απαραίτητα όμως με αυτή τη σειρά ούτε σε αυτή τη διάταξη. Μπορεί δηλαδή κάθε μια από τις λέξεις αυτές να βρίσκεται σε διαφορετική παράγραφο. Αν βέβαια υπάρχει κάποια σελίδα που να τις περιέχει με αυτήν ακριβώς τη σειρά, τότε η συγκεκριμένη σελίδα θα εμφανιστεί πρώτη στα σχετικά αποτελέσματα. Επίσης το Google θα δείξει ψηλότερα τις σελίδες που περιέχουν τις λέξεις αυτές σε μικρή απόσταση μεταξύ τους στο κείμενο.

Γενικώς για αναζητήσεις όπως η παραπάνω, το Google θεωρεί ότι ανάμεσα στις λέξεις που του δίνουμε υπάρχει το AND ή όπως λέγεται στα ελληνικά η δυαδική σύζευξη (boolean AND). Με άλλα λόγια όταν κάνουμε μια αναζήτηση γράφοντας *καρέκλα τραπέζι πολυθρόνα*, είναι ακριβώς το ίδιο σαν να γράφαμε *καρέκλα AND τραπέζι AND πολυθρόνα*. Η υπηρεσία δηλαδή καταλαβαίνει ότι θέλουμε να βρούμε μια σελίδα που να περιέχει και τις τρεις αυτές λέξεις.

- Σε περίπτωση που δεν θέλουμε απλώς να υπάρχουν αυτές οι λέξεις οπουδήποτε στο κείμενο αλλά τις θέλουμε με αυτή τη σειρά, τότε θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε τα εισαγωγικά. Θα πρέπει δηλαδή η αναζήτηση μας να έχει την εξής μορφή: *"καρέκλα τραπέζι πολυθρόνα"*. Η μέθοδος αυτή εξυπηρετεί όταν μας ενδιαφέρει να βρούμε μια συγκεκριμένη φράση που είπε κάποιος ή κάτι αντίστοιχο.
- Αν θέλουμε το Google να εντοπίσει οποιονδήποτε από τους όρους που αναζητάμε, τότε θα χρησιμοποιήσουμε το OR (πάντα με κεφαλαία). Πληκτρολογώντας με άλλα λόγια στο Google την αναζήτηση *καρέκλα OR τραπέζι OR πολυθρόνα* θα δούμε αποτελέσματα από σελίδες που περιέχουν οποιαδήποτε από τις τρεις αυτές λέξεις. **Προσοχή!** Το OR θα πρέπει να γράφεται με κεφαλαίους και όχι πεζούς χαρακτήρες: OR και όχι or. Εναλλακτικά στη θέση του OR μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το σύμβολο |. Π.χ. αντί για *καρέκλα OR τραπέζι* να γράψουμε *καρέκλα | τραπέζι*.



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Με άλλα λόγια ενώ δίνοντας στο Google την αναζήτηση

καρέκλα τραπέζι πολυθρόνα



(δηλ. *καρέκλα AND τραπέζι AND πολυθρόνα*)

θα πάρουμε αποτελέσματα και με τις τρεις αυτές λέξεις,
κάνοντας την αναζήτηση

καρέκλα | τραπέζι | πολυθρόνα



(δηλ. *καρέκλα OR τραπέζι OR πολυθρόνα*)

θα δούμε αποτελέσματα που θα έχουν είτε τη λέξη καρέκλα, είτε τη λέξη τραπέζι, είτε τη λέξη πολυθρόνα, είτε οποιοσδήποτε δύο από αυτές, είτε και τις τρεις.

Προσοχή! Όπως επισημαίνεται στην ακριβώς προηγούμενη πρόταση, το OR του Google αντιστοιχεί σε απλή και όχι αποκλειστική διάζευξη (XOR). Με άλλα λόγια το OR του Google ισοδυναμεί όχι με την λέξη 'ή/και'. στην καθημερινή μας γλώσσα αλλά με το 'ή'.

Όταν δηλαδή υποβάλλουμε την αναζήτηση

άσπρο | αύρο



(δηλ. *άσπρο OR μαύρο*)

θα πάρουμε μεν αποτελέσματα που έχουν είτε τη λέξη μαύρο, είτε τη λέξη άσπρο αλλά θα πάρουμε επίσης αποτελέσματα, αν υπάρχουν, που θα έχουν και τους δύο αυτούς όρους. Και αυτό γιατί κάνοντας χρήση του OR έχουμε ζητήσει από το Google να μας

Share to your network





δώσει αποτελέσματα που έχουν τουλάχιστον μια και όχι αναγκαστικά μόνο μία από αυτές τις δύο λέξεις.

- Τι γίνεται όμως στην περίπτωση που δεν θέλουμε να υπάρχει μια λέξη στα αποτελέσματα; Αν δηλαδή θέλουμε να βρούμε σελίδες που περιέχουν τις λέξεις καρέκλα και τραπέζι αλλά όχι την λέξη πολυθρόνα; Εδώ θα χρησιμοποιήσουμε τη δυαδική άρνηση (boolean NOT) και θα γράψουμε στο Google το εξής: *καρέκλα AND τραπέζι -πολυθρόνα* ή εναλλακτικά *καρέκλα τραπέζι -πολυθρόνα* αφού όπως είπαμε το AND θεωρείται δεδομένο.

Προσοχή! Το σύμβολο του μείον (-) πρέπει να είναι κολλημένο στη λέξη που δεν θέλουμε να υπάρχει στα αποτελέσματα που θα μας εμφανίσει το Google. Πρέπει δηλαδή να γράψουμε *-πολυθρόνα* και όχι *- πολυθρόνα*.

Το - μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί και για να αφαιρέσει ολόκληρα site από τα αποτελέσματα αναζήτησης. Για παράδειγμα αν γράψετε *φθηνός καναπές -site:ikea.gr* το Google δεν θα σας εμφανίσει αποτελέσματα από το ikea.gr.

- Συμπερίληψη παρόμοιων λέξεων με χρήση του συμβόλου ~. Συχνά το Google αντικαθιστά από μόνο του διάφορες λέξεις στην αναζήτηση του με άλλες συνώνυμες αν θεωρεί ότι αυτό θα δώσει καλύτερα αποτελέσματα. Από εκεί και πέρα, αν ο χρήστης θέλει ακόμη περισσότερα συνώνυμα μπορεί να προσθέσει το σύμβολο της περισπωμένης (~) ακριβώς μπροστά από τη λέξη που τον ενδιαφέρει. Για παράδειγμα η αναζήτηση

θα εμφανίσει αποτελέσματα και για τη φράση “*στοιχεία για τη διατροφή*”.

- Μπαλαντέρ ή αλλιώς *Google συμπλήρωσε το κενό*. Κάνοντας χρήση του αστερίσκου (*) σε μια αναζήτηση λέμε στο Google να μας εμφανίσει αποτελέσματα με οποιαδήποτε λέξη στη θέση του (*). Με άλλα λόγια το (*) λειτουργεί ως μπαλαντέρ. Ταυτόχρονα όμως, ακριβώς επειδή το Google θα εμφανίσει τα πιο δημοφιλή αποτελέσματα για την

Share to your network





αναζήτηση μας ένα τέτοιου είδους ερώτημα ζητάει από το Google να συμπληρώσει το κενό στη φράση.

Για παράδειγμα αναζητώντας

των * τα παιδιά πριν * μαγειρεύουν



θα βρούμε παραλλαγές της συγκεκριμένης φράσης αλλά και θα μάθουμε ποιες λέξεις χρησιμοποιούνται από τον περισσότερο κόσμο στη θέση των αστερίσκων.

Μπορούμε αντί για έναν αστερίσκο να χρησιμοποιήσουμε δύο ή περισσότερους ζητώντας με τον τρόπο αυτό την εμφάνιση δύο ή περισσότερων λέξεων στη θέση τους. Π.χ.

τρεις λαλούν ** χορεύουν



Προσοχή! Ο αστερίσκος μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο στη θέση μιας λέξης και όχι στη θέση γραμμάτων μιας λέξης. Για να συμπληρώσει δηλαδή τα γράμματα μιας λέξης. Με άλλα λόγια, δεν μπορούμε να δώσουμε ως αναζήτηση

καρέκλ*



περιμένοντας να πάρουμε αποτελέσματα του τύπου καρέκλ-α, καρέκλ-ες, καρεκλ-οπόδαρα κλπ. Σε μια τέτοια περίπτωση το Google θα αδιαφορήσει για τον αστερίσκο και απλώς θα ψάξει για τον όρο 'καρέκλ'. Γενικώς δηλαδή δεν υποστηρίζονται αναζητήσεις τμημάτων μιας λέξης (stemming). Αν χρειαζόμαστε τέτοια λειτουργία τότε μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την μηχανή αναζήτησης <http://www.exalead.com/search/web>.

Επιπλέον, όπως θα δούμε και στη συνέχεια, το Google λειτουργεί και ως αριθμομηχανή. Αν λοιπόν του δώσουμε δύο αριθμούς και ανάμεσα τους βάλουμε τον αστερίσκο (*), τότε ο αστερίσκος αυτός δεν θα ερμηνευθεί ως 'συμπλήρωσε το κενό' αλλά ως εντολή πολλαπλασιασμού. Με άλλα λόγια αν γράψουμε στο Google

Share to your network





14 * 82



θα πάρουμε ως αποτέλεσμα το γινόμενο των δύο αυτών αριθμών.

- Αναζήτηση εύρους αριθμών. Βάζοντας δύο τελείες (χωρίς κενά) ανάμεσα σε δύο αριθμούς, το Google θα μας εμφανίσει αποτελέσματα τα οποία θα κυμαίνονται εντός ενός συγκεκριμένου εύρους στοιχείων, όπως ημερομηνιών, τιμών και μετρήσεων.

Για παράδειγμα αναζητώντας

φωτογραφική μηχανή 250€..500€



θα βρούμε φωτογραφικές μηχανές με κόστος από 250 έως 500 ευρώ.

Εναλλακτικά μπορούμε να καθορίσουμε ένα κατώτατο ή ανώτατο όριο στις τιμές των αποτελεσμάτων που θα μας δώσει το Google. Για να το πετύχουμε αυτό αρκεί να να δώσουμε μόνο έναν αριθμό είτε πριν είτε μετά τις δύο τελείες. Με τον τρόπο αυτό υποδεικνύουμε ότι μας ενδιαφέρει αντίστοιχα ένα μέγιστο ή ένα ελάχιστο τιμής.

Για παράδειγμα αναζητώντας

πρωταθλητές μουντιάλ ..2000



Θα πάρουμε ως αποτέλεσμα τις χώρες που έχουν πάρει το Μουντιάλ μέχρι και το έτος 2000.

Share to your network





Σημεία στίξης και σύμβολα στην αναζήτηση

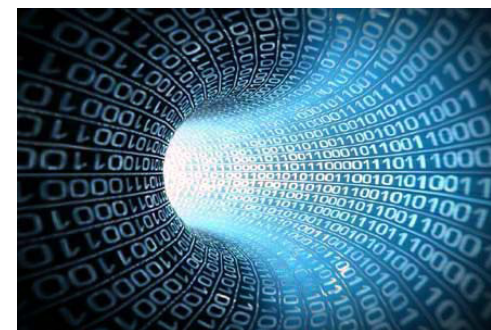
Κατά κανόνα το Google αγνοεί τα περισσότερα σημεία στίξης αλλά και τα διάφορα σύμβολα σε μια αναζήτηση. Π.χ. # % ^ = + \ , . ; ? [] () @ / * < > ή άλλους ειδικούς χαρακτήρες με εξαίρεση τους εξής " ' - . .. * ~ .

Για παράδειγμα αν ψάξετε

Είναι ακριβώς το ίδιο με το να ψάξετε

Παρόλα αυτά μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει ορισμένους χαρακτήρες που τροποποιούν τους όρους αναζήτησης για να μπορέσει να βρει ακριβώς αυτό που τον ενδιαφέρει.

Σύμβολο	Πού χρησιμεύει
Σύμβολο συν (+)	Αναζήτηση για όρους όπως ομάδα αίματος AB + ή για μια σελίδα στο Google+, π.χ. +Chrome
Σύμβολο "παπάκι" (@)	Εύρεση κοινωνικών ετικετών (tags), π.χ. @google ή @ladygaga
Συμπλεκτικό σύμβολο (&)	Εύρεση στενά συνδεδεμένων ιδεών και φράσεων, π.χ. Brothers & Sisters ή A&E
Σύμβολο "τοις εκατό" (%)	Αναζήτηση ποσοστιαίας τιμής, π.χ. 80 - 40% ή 10% of 0.1
Σύμβολο δολαρίου (\$)	Υπόδειξη τιμών. Επομένως, η αναζήτηση για nikon 400 και nikon \$400 θα έχει διαφορετικά αποτελέσματα



Share to your network





Σύμβολο διέσης/αριθμητικό σύμβολο (#)	Αναζήτηση για θέματα με τάσεις ανόδου που υποδεικνύονται με διέσεις (hashtags), π.χ. #lifewithoutgoogle
Παύλα (-)	Υπόδειξη ότι οι λέξεις που συνδέει έχουν μεγάλη σχέση μεταξύ τους, π.χ. twelve-year-old dog και cross-reference
Σύμβολο κάτω παύλας (_)	Συνδέει δύο λέξεις, π.χ. quick_sort . Τα αποτελέσματα αναζήτησης θα εμφανίζουν αυτές τις δύο λέξεις, είτε ως μία λέξη (π.χ. quicksort) είτε συνδεδεμένες με κάτω παύλα (π.χ. quick_sort).

Παλαιότερα το σύμβολο **+** χρησιμοποιούνταν για να πει στο Google να συμπεριλάβει οπωσδήποτε έναν όρο στην αναζήτηση που θα πραγματοποιούσε. Αυτό συνήθως αφορούσε λέξεις που κατά κανόνα αγνοούνται όπως για παράδειγμα 'και' ή 'το'.

Μέχρι την εμφάνιση του Google+ λοιπόν αν δεν θέλαμε να αγνοηθεί η λέξη 'το' από την αναζήτηση το παιδί θα γράφαμε **+το παιδί**. Όστε να υποχρεώσουμε το Google να κάνει χρήση και της λέξεως 'το'.

Πλέον αυτό έχει αλλάξει και τη θέση του **+** έχουν λάβει τα εισαγωγικά **""**. Συνεπώς αντί να γράψουμε **+το παιδί** θα πρέπει πια να γράψουμε **"το" παιδί**.

Προσοχή! Αν και η τελεία **'** κανονικά αγνοείται από το Google στην πραγματικότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μπαλαντέρ για σύμβολα ή το κενό. Ας υποθέσουμε δηλαδή ότι θέλουμε να κάνουμε μια αναζήτηση η οποία να περιλαμβάνει τουλάχιστον έναν από τους εξής όρους

'index of' ή 'index%of' ή 'index#of' ή 'index\$of'

τότε θα γράφαμε αντί για τα παραπάνω

index.of και η τελεία θα χρησιμοποιούνταν ως μπαλαντέρ(single-character wildcard). Και πάλι τονίζουμε ότι **η χρήση της τελείας '.' ως μπαλαντέρ περιορίζεται μόνο στο κενό και στα κάθε είδους σύμβολα/ειδικούς χαρακτήρες**. Δεν μπορεί να αντικαταστήσει δηλαδή γράμματα σε μια λέξη.

Share to your network





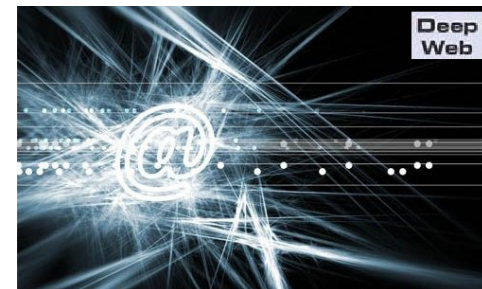
SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Με άλλα λόγια δεν μπορούμε να γράψουμε

καρεκλ.



για να ζητήσουμε από το Google να μας εμφανίσει αποτελέσματα για
καρέκλα, καρέκλες, καρεκλοπόδαρα κλπ.



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Λέξεις που αγνοούνται από το Google

Για τη βελτίωση της απόδοσης αναζήτησης, το Google κατά κανόνα αγνοεί κοινές λέξεις που ονομάζονται stopwords (π.χ. άρθρα). Κάποιες από αυτές είναι

-ο
-η
-το
-είναι
-για
-ή
-του
-πώς
-γιατί

καθώς και ορισμένα ψηφία και γράμματα.

Οι λεγόμενες stopwords είναι τόσο συχνές που περιορίζουν ελάχιστα την αναζήτηση, και επομένως μπορούν με ασφάλεια να απορρίπτονται. Γενικώς εκτιμάται ότι τα stopwords δεν είναι απλώς άχρηστα για την αναγνώριση περιεχομένου, αλλά καταλαμβάνουν και περίπου το 50% του κειμένου του εγγράφου. Οπότε το Google όχι μόνο δεν θα είχε κάποιο όφελος από τη χρήση τους αλλά το πιθανότερο θα ήταν ότι δεν θα έδινε και τόσο σωστά αποτελέσματα αν τα λάμβανε υπόψη του.

Παρόλα αυτά το Google ενδέχεται να μην αγνοήσει μια λέξη αν εκτιμήσει ότι αν αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της φράσης αναζήτησής μας. Για παράδειγμα, η λέξη "η" διαφοροποιεί μια αναζήτηση για "η λάμψη" (πιθανότατα αναφέρεται στην ταινία του Κιούμπρικ ή στην τηλεοπτική σειρά) και "λάμψη" (πιθανότατα αναφέρεται στον ραδιοφωνικό σταθμό).

Σε κάθε περίπτωση αν θέλουμε οπωσδήποτε να μην αγνοηθεί μια λέξη από το Google θα πρέπει να την βάλουμε σε εισαγωγικά. Δηλαδή εδώ θα γράφαμε "η λάμψη"



Share to your network





Γενικές πληροφορίες

- Το όριο των λέξεων που μπορεί να έχει μια αναζήτηση στο Google είναι 32. Ο αριθμός όμως αυτός δεν περιλαμβάνει τα stopwords που αναφέραμε πιο πάνω, περιλαμβάνει όμως τις διάφορες παραμέτρους (operators) όπως site:, filetype: κλπ. Αν για κάποιο λόγο χρειαστεί να ξεπεράσουμε το συγκεκριμένο όριο, μπορούμε να αντικαταστήσουμε μία ή περισσότερες από τις λέξεις που ψάχνουμε με τον αστερίσκο * (μπαλαντέρ). Ο αστερίσκος δεν προσμετράται στις 32 λέξεις. Σχετικά με τη χρήση του αστερίσκου διαβάστε τις προηγούμενες σελίδες αυτού του οδηγού.
- Η σειρά των λέξεων σε μια αναζήτηση έχει σημασία καθώς το Google θα προσπαθήσει να εμφανίσει σελίδες που έχουν τις λέξεις με την ίδια ακριβώς σειρά που τις γράψαμε.
- Δεν υπάρχει διάκριση ανάμεσα σε κεφαλαία και πεζά. Είτε αναζητήσει κανείς τη φράση **social media coach** είτε **Social Media Coach** είτε **SOCIAL MEDIA COACH** θα λάβει ακριβώς τα ίδια αποτελέσματα.
- Ενικός και πληθυντικός δίνουν διαφορετικά αποτελέσματα. Κατά κανόνα άλλα αποτελέσματα θα δούμε αν αναζητήσουμε τη λέξη 'καρέκλα' και άλλα αν αναζητήσουμε καρέκλες.
- Παρόλο που το Google δεν λαμβάνει υπόψη του τα stopwords (δηλαδή πολύ κοινές λέξεις όπως άρθρα το 'και'. κλπ) η απόσταση ανάμεσα στις λέξεις που υποβάλλονται προς αναζήτηση είναι κάτι που αξιολογείται. Συνεπώς άλλα αποτελέσματα θα πάρουμε για την αναζήτηση παιδί δελφίνι "παιδί δελφίνι" και άλλα για την αναζήτηση το παιδί και "το παιδί και το δελφίνι".
- Ανάλογα με την αναζήτηση μας, ενίοτε το Google αντικαθιστά λέξεις που περιλαμβάνονται στο αρχικό ερώτημά μας είτε με κάποια παραλλαγή τους (παίγνιο → παιχνίδι), είτε με συνώνυμες τους (φαντάρος → στρατιώτης). Για να το αποφύγουμε αυτό θα πρέπει να να περικλείσουμε τη συγκεκριμένη λέξη ή φράση σε εισαγωγικά.

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Χρήση παρενθέσεων

Προκειμένου να κάνουμε μια πιο εξειδικευμένη και περίπλοκη αναζήτηση, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε παρενθέσεις.

Ας υποθέσουμε ότι ψάχνουμε μια συνταγή πίτσας είτε με μανιτάρια είτε με πεπερόνι. Σε αυτήν την περίπτωση θα γράψουμε στο Google

“συνταγή πίτσας” (μανιτάρια OR πεπερόνι)



Εναλλακτικά θα μπορούσαμε να αναζητήσουμε συνταγές πίτσας με μανιτάρια ή πεπερόνι είτε με λεπτή είτε με αφράτη ζύμη. Τότε θα γράφαμε στο Google

“συνταγή πίτσας” (μανιτάρια OR πεπερόνι) (“λεπτή ζύμη” OR “αφράτη ζύμη”)



τα εισαγωγικά στους όρους αναζήτησης συνταγή πίτσας, λεπτή ζύμη και αφράτη ζύμη μπαίνουν προκειμένου να εξασφαλίσουμε ότι το Google θα τα αναζητήσει ως ενιαία φράση και όχι ως μεμονωμένες λέξεις.

intitle:(“συνταγή πίτσας” OR “συνταγή για πίτσα”) intext:(μανιτάρια OR πεπερόνι OR λουκάνικο) filetype:pdf



Εδώ ζητάμε από το Google να μας εμφανίσει σελίδες που στον τίτλο τους έχουν είτε τη φράση συνταγή πίτσας είτε συνταγή για πίτσα.

Αυτό το κάνουμε γράφοντας

intitle:(“συνταγή πίτσας” OR “συνταγή για πίτσα”) - για την χρήση και λειτουργία της παραμέτρου intitle: διαβάστε πιο κάτω.

Στη συνέχεια του λέμε από τις σελίδες που έχουν τον πιο πάνω τίτλο, να κρατήσει μόνο εκείνες που έχουν στο κείμενο τους τουλάχιστον μία από τις λέξεις μανιτάρια, πεπερόνι ή



Share to your network





λουκάνικο. Το τμήμα αυτό της αναζήτησης γίνεται μέσω του

intext:(μανιτάρια OR πεπερόνι OR λουκάνικο) - για την χρήση και λειτουργία της παραμέτρου
intext: διαβάστε πιο κάτω.

Τέλος ζητάμε να προχωρήσει σε ένα ακόμη φιλτράρισμα και από τα πιο πάνω αποτελέσματα να κρατήσει μόνο εκείνα που αντιστοιχούν σε αρχεία pdf. Όπως θα καταλάβατε ήδη, αυτό γίνεται μέσω της παραμέτρου

filetype:pdf για την οποία επίσης θα μιλήσουμε διεξοδικά στη συνέχεια.

Με άλλα λόγια αυτό που κάναμε εδώ δεν ήταν μία αλλά τρεις διαδοχικές αναζητήσεις κάθε μία από τις οποίες αποτελούσε στην πραγματικότητα μια διαδικασία διαύγασης της αμέσως προηγούμενης. Ανάλογα με το τι θα μας ενδιέφερε να βρούμε θα μπορούσαμε αντί για τρεις να κάνουμε πολύ περισσότερες διαδοχικές αναζητήσεις προκειμένου να εστιάσουμε ακόμη περισσότερο την όλη διαδικασία. Αρκεί βέβαια να μην ξεπερνούσαν το όριο των 32 λέξεων που αναφέραμε προηγουμένως.

Καλό θα ήταν στο σημείο αυτό να αναφέρουμε ότι στην πραγματικότητα η χρήση παρενθέσεων δεν υποστηρίζεται επίσημα από το Google και συνεπώς δεν είναι απαραίτητη. Αυτό που κάνει με άλλα λόγια η υπηρεσία είναι να διαβάζει την αναζήτησή μας από τα αριστερά προς τα δεξιά χωρίς να λαμβάνει υπόψη τις τις παρενθέσεις. Στην ουσία δηλαδή οι παρενθέσεις μπαίνουν για δική μας διευκόλυνση και μόνο. Συνεπώς η πιο πάνω αναζήτηση θα έβγαζε ακριβώς τα ίδια αποτελέσματα αν γράφαμε απλώς

intitle:"συνταγή πίτσας" OR "συνταγή για πίτσα" intext:μανιτάρια OR πεπερόνι OR λουκάνικο filetype:pdf



Share to your network





Αναζητήσεις με ειδικές παραμέτρους (operators)

Οι αναζητήσεις με ειδικές παραμέτρους (operators) έχουν πάντοτε την εξής μορφή

operator:όρος_αναζήτησης

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο γεγονός ότι δεν πρέπει ποτέ να υπάρχει κενό πριν ή μετά την άνω κάτω τελεία ':' καθώς είτε θα βγει μήνυμα λάθους, είτε δεν θα λειτουργήσουν οι ειδικές παράμετροι.

Κάποιοι operators λειτουργούν μόνοι τους. Για παράδειγμα

cache: www.socialmediacoach.gr

Αντιθέτως κάποιοι άλλοι θέλουν και τουλάχιστον έναν επιπλέον όρο αναζήτησης. Για παράδειγμα

site: www.socialmediacoach.gr "δωρεάν E-books"

-site:

Η παράμετρος site: χρησιμοποιείται για αναζήτηση σε ένα συγκεκριμένο site ή κατηγορία site (top level domain). Αν και τα περισσότερα site έχουν λειτουργίες αναζήτησης για το περιεχόμενο τους, πολύ συχνά αυτές δεν λειτουργούν και τόσο καλά. Προκειμένου λοιπόν να λύσουμε αυτό το πρόβλημα μπορούμε να ζητήσουμε από το Google να μας εμφανίσει αποτελέσματα που προέρχονται μόνο από ένα συγκεκριμένο ιστοτόπο. Αν δηλαδή θέλουμε να βρούμε δημοσιεύσεις με τη φράση κυνήγι θησαυρού στο Facebook, θα δώσουμε ως όρο αναζήτησης στο Google το εξής:



μάλιστα η αναζήτηση μπορεί να γίνει και μόνο σε κάποιο directory του site που μας ενδιαφέρει. Π.χ.



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr



Εναλλακτικά μπορεί να μην θέλουμε να βρούμε αποτελέσματα από ένα συγκεκριμένο site αλλά από μια κατηγορία site (τομέα ανωτάτου επιπέδου – top level domains). Για παράδειγμα μπορεί να μας ενδιαφέρουν προκηρύξεις θέσεων που δημοσιεύονται σε site πανεπιστημίων.

Ένας τρόπος για να κάνει κάποιος μια τέτοια αναζήτηση είναι να γράψει στο Google



ή εναλλακτικά



Στην πρώτη περίπτωση το Google θα του εμφανίσει αποτελέσματα που προέρχονται από site που λήγουν σε .edu ενώ στη δεύτερη από site που λήγουν σε .edu.gr.

Προσοχή! Αν θέλουμε να δούμε αποτελέσματα από περισσότερα από ένα site ή Top Level Domains θα πρέπει να κάνουμε χρήση του OR.

Για παράδειγμα



Αν απλώς γράψουμε



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Το Google θα θεωρήσει ότι πρέπει να βρει αποτελέσματα που έχουν δημοσιευθεί τόσο σε site που τελειώνουν σε .edu όσο και σε site που τελειώνουν σε edu.gr. Λέμε με αυτόν τον τρόπο στο Google ότι θέλουμε προκυρήξεις θέσεων που να υπάρχουν ταυτόχρονα στις δύο αυτές κατηγορίες site. Πράγμα που περιορίζει σημαντικά τα αποτελέσματα.

Με τη χρήση του OR όμως του εξηγούμε ότι θέλουμε αποτελέσματα που να βρίσκονται είτε στη μία κατηγορία site είτε στην άλλη είτε και στις δύο.

-intitle: και **allintitle:**

Κάνοντας χρήση της παραμέτρου **intitle:** λέμε στο Google ότι μας ενδιαφέρει ο συγκεκριμένος όρος αναζήτησης να βρίσκεται στον τίτλο της μιας ιστοσελίδας και όχι στο κείμενο. Για παράδειγμα αν αναζητήσουμε



το Google θα μας εμφανίσει σελίδες που έχουν ως τίτλο τους τη φράση ‘συνταγές πίτσας’.

Αν θέλουμε να συνδυάσουμε περισσότερους όρους αναζήτησης έχουμε δύο επιλογές. Η πρώτη είναι να γράψουμε πολλές φορές την παράμετρο **intitle:**.

Για παράδειγμα



Εναλλακτικά μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την παράμετρο **allintitle:“συνταγές πίτσας”**
Για παράδειγμα



******Με το intitle: μπορείτε να κάνετε και πιο ‘ψαγμένες αναζητήσεις’. Για παράδειγμα να δείτε τι ανεβάζει και συχνά ξεχνάει ο κόσμος στους server του δίνοντας

Share to your network





intitle:index.of mydocuments
intitle:index.of myphotos
intitle:index.of mydownloads
intitle:index.of mymusic
intitle:index.of myvideos

Προφανώς δεν θα πρέπει να κάνετε τέτοιου είδους αναζητήσεις για να αποκτήσετε πρόσβαση σε εμπιστευτικό περιεχόμενο, εμπορικά μυστικά ή αρχεία που προστατεύονται από τους νόμους περί πνευματικής ιδιοκτησίας. Άλλωστε αν κάνετε κάτι θα είστε υπόλογοι απέναντι στο νόμο και το πιθανότερο είναι να υποστείτε τις ανάλογες συνέπειες. Παρόλα αυτά μέσω αντίστοιχων αναζητήσεων μπορεί κανείς να κατανοήσει σε πόσα πολλά αρχεία και φακέλους έχει πρόσβαση το Google και να προστατευτεί αναλόγως.

–**intext:** και **allintext:**

Αν το **intitle:** εντόπιζε τους όρους αναζήτησης αποκλειστικά στους τίτλους των διαφόρων σελίδων, το **intext:** κάνει ακριβώς το αντίστροφο και εντοπίζει τους όρους που έχουμε δώσει για αναζήτησης μόνο στο κείμενο μιας σελίδας. Αν και δεν θα το χρησιμοποιήσετε πολύ συχνά, είναι χρήσιμο για τις περιπτώσεις που μια συγκεκριμένη φράση υπάρχει ως τίτλος σε πάρα πολλές σελίδες αλλά εσείς χρειάζεστε τη φράση αυτή εντός του κειμένου.

Για παράδειγμα η φράση 'Φοιτητικές εκλογές: μεγάλος πρωταγωνιστής η αποχή' είναι πολύ συνηθισμένος τίτλος άρθρων αλλά δεν τον συναντάμε συχνά μέσα στο κείμενο. Με την παράμετρο **intext:** όμως μπορούμε εύκολα να εντοπίσουμε τέτοιες περιπτώσεις.

Αν θέλουμε να βρούμε πολλές φράσεις έχουμε και εδώ δύο επιλογές. Είτε να χρησιμοποιήσουμε το **intext:** πολλές φορές, π.χ.

intext:"συνταγές πίτσας" intext:"συνταγές για μουςακά" intext:"συνταγές για μελομακάρονα"



είτε να χρησιμοποιήσουμε το **allintext:**

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

allintext:"συνταγές πίτσας" "συνταγές για μουςακά" "συνταγές για μελομακάρονα"



–inanchor: και allinanchor:

Πρόκειται για παράμετρο που χρησιμοποιείται συνήθως από όσους ασχολούνται με το seo. Περιορίζει τα αποτελέσματα σε σελίδες που περιέχουν τον όρο αναζήτησης στο anchor text δηλαδή στο κείμενο ενός συνδέσμου/link προς μια άλλη σελίδα. Για παράδειγμα το link anchor στην HTML `<ahref="http://www.socialmediacoach.gr">Social Media Coach </a>` είναι το 'Social Media Coach'.

Αν λοιπόν θέλω να δω ποια site έχουν link προς τον Social Media Coach θα κάνω στο Google την εξής αναζήτηση:

inanchor:"Social Media Coach"



Αν θέλουμε να βρούμε πολλές φράσεις έχουμε και εδώ δύο επιλογές. Είτε να χρησιμοποιήσουμε το **inanchor:** πολλές φορές, π.χ.

inanchor:"Social Media Coach" inanchor:"social media e-books" inanchor:"διαγωνισμοί στο Facebook"



είτε να χρησιμοποιήσουμε το **allinanchor:**

allinanchor:"Social Media Coach" "social media e-books" "διαγωνισμοί στο Facebook"



Share to your network





-inurl:

Το **inurl:** είναι μια αρκετά εξειδικευμένη παράμετρος αναζήτησης. Η λειτουργία της είναι να εντοπίζει λέξεις ή όρους που βρίσκονται στο url μιας ιστοσελίδας. Είναι χρήσιμη αν κάποιος ψάχνει κάτι πολύ συγκεκριμένο το οποίο γνωρίζει ότι κατά κανόνα αναφέρεται στα url των site. Π.χ.



-link:

Αν η παράμετρος inanchor: χρησιμοποιείται μια φορά στο seo, το **link:** χρησιμοποιείται πολύ συχνότερα. Ρόλος του είναι να εντοπίζει ιστοσελίδες οι οποίες έχουν link προς μια άλλη σελίδα.

Αν δηλαδή αναζητήσουμε



Το Google θα μας εμφανίσει κάποιες από τις ιστοσελίδες που έχουν link προς το site <http://www.socialmediacoach.gr>. Το ότι δεν θα τις εμφανίσει όλες έχει να κάνει με το γεγονός ότι το ποια site παραπέμπουν σε ένα άλλο είναι εξαιρετικά πολύτιμη πληροφορία για όσους ασχολούνται με το seo καθώς τους επιτρέπει να βγάλουν συμπεράσματα για το πώς λειτουργεί το Google σε ό,τι αφορά το ποιες σελίδες βγάζει στην κορυφή των αποτελεσμάτων του. Συνεπώς η υπηρεσία είναι ιδιαίτερα φειδωλή ως προς τις πληροφορίες που δίνει για το θέμα αυτό.

Προκειμένου να κάνουμε μια τέτοια αναζήτηση πιο εύκολη, μπορούμε να κάνουμε χρήση και της παραμέτρου site:. Για παράδειγμα να γράψουμε



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Γράφοντας **-site:** <http://www.socialmediacoach.gr> λέμε στο Google ότι δεν θέλουμε να μας εμφανίσει σελίδες που προέρχονται από το site <http://www.socialmediacoach.gr> το οποίο, όπως είναι φυσικό, θα έχει πολλά εσωτερικά link (link εσωτερικών σελίδων προς την κεντρική, link από το ένα άρθρο στο άλλο κλπ).

Ακριβώς επειδή το Google αποφεύγει να δώσει επαρκή πληροφόρηση σχετικά με τους εξωτερικούς συνδέσμους που παραπέμπουν σε ένα site, μπορούμε συμπληρωματικά να χρησιμοποιήσουμε και τα εξής εργαλεία:

<http://www.opensiteexplorer.org>
<http://www.majesticseo.com/reports/site-explorer>
<https://ahrefs.com>
<http://wholinkstome.com>
<http://www.bing.com/toolbox/webmaster>

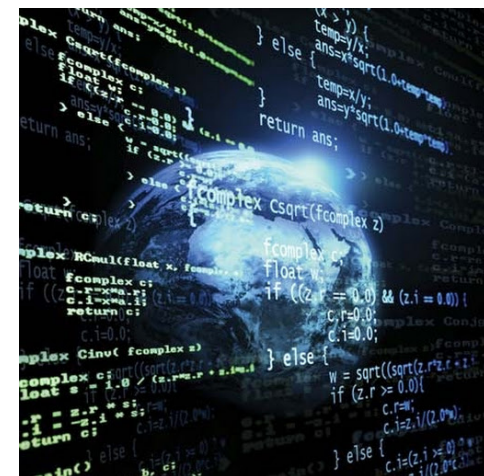
-cache:

Καθώς το Google διαβάζει τις διάφορες ιστοσελίδες, αποθηκεύει ένα αντίγραφο τους το οποίο ανανεώνει κάθε φορά που ξαναδιαβάζει την σελίδα αυτή. Αν κανείς λοιπόν θέλει να δει το αντίγραφο που έχει κρατήσει το Google για το site socialmediacoach.gr, θα πρέπει να δώσει

cache: <http://www.socialmediacoach.gr>



Συνήθως η εντολή αυτή χρησιμοποιείται για τις περιπτώσεις που ένα site προσωρινά δεν λειτουργεί ή που έχει αλλάξει πρόσφατα περιεχόμενο. Οπότε και έχουμε με τον τρόπο αυτό τη δυνατότητα να δούμε την προηγούμενη μορφή του.



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Εξειδικευμένες παράμετροι

–filetype:

Πρόκειται για μια εξαιρετικά χρήσιμη παράμετρο αν γνωρίζεις φυσικά πώς να την αξιοποιήσεις. Η λειτουργία της είναι να φέρνει αποτελέσματα που αφορούν ένα συγκεκριμένο τύπο αρχείων όπως .doc, .pdf, .exe, .deb ή οτιδήποτε άλλο θέλουμε.

Για παράδειγμα μπορεί να ψάχνουμε ένα βιβλίο για να κατεβάσουμε. Ψάχνοντας μόνο τον τίτλο του, ενδεχομένως να πέσουμε πάνω σε παρουσιάσεις του, βιβλιοκριτικές, το επίσημο site του ή άλλες αντίστοιχες σελίδες.

Αν όμως το αναζητήσουμε και πούμε στο Google ότι θέλουμε τα αποτελέσματα που θα μας δώσει να είναι μόνο από αρχεία .pdf τότε θα είναι πολύ πιο εύκολο να το κατεβάσουμε.

Έστω δηλαδή ότι θέλουμε να βρούμε τον Ηγεμόνα του Μακιαβέλι σε αρχείο pdf για να το κατεβάσουμε.

Θα γράψουμε λοιπόν στο Google

Ανάλογα με το επίπεδο γνώσεων σας σε υπολογιστές, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την παράμετρο filetype: και για πιο περίεργες αναζητήσεις στο Google. Για παράδειγμα για να εντοπίσετε αρχεία τύπου mdb, dbf, csv. Αντί για την παράμετρο filetype: μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε το ext: το οποίο λειτουργεί ακριβώς με τον ίδιο τρόπο.

–related:

Όπως θα υπέθετε κανείς, με την παράμετρο related: λέμε στο Google να μας εντοπίσει site σχετικά με κάποιο άλλο site που μας ενδιαφέρει.

Αν για παράδειγμα δώσουμε στο Google



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

related:google.com



θα μας εμφανίσει άλλες μηχανές αναζήτησης όπως το Bing και το Yahoo.

–define:

Χρησιμοποιείται για να εντοπίσει ορισμούς σχετικά με μια λέξη ή φράση που μας ενδιαφέρει.
Π.χ. δίνοντας στο Google

define:διακύβευμα



θα πάρουμε ορισμούς για τη λέξη διακύβευμα.

–info:

Ακριβώς ότι θα περίμενε κανείς από μια τέτοια παράμετρο. Δίνοντας για παράδειγμα στο Google

info: www.in.gr



Μπορούμε να πάρουμε τις εξής πληροφορίες:

- Προβολή της Google προσωρινά αποθηκευμένης (cache) www.in.gr διεύθυνσης
- Εύρεση ιστοσελίδων που είναι παρόμοιες με το www.in.gr
- Εύρεση ιστοσελίδων με συνδέσμους στο www.in.gr
- Εύρεση ιστοσελίδων από τον ιστότοπο www.in.gr
- Εύρεση ιστοσελίδων που περιέχουν τον όρο “www.in.gr”

Προσοχή! Όταν χρησιμοποιούμε ειδικές παραμέτρους σε μια αναζήτηση δεν πρέπει ποτέ να αφήνουμε κενό πριν ή μετά από το ':'. Αν αφήσουμε κενό, τότε το Google δεν θα καταλάβει ότι πρόκειται για ειδική παράμετρο και θα την αντιμετωπίσει σαν έναν οποιοδήποτε άλλο όρο αναζήτησης.

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Δηλαδή αν κάνουμε αναζήτηση για

link: <http://www.socialmediacoach.gr> αντί για

link: <http://www.socialmediacoach.gr>

το Google θα θεωρήσει ότι ψάχνουμε για σελίδες που περιέχουν τους όρους 'link:' και '<http://www.socialmediacoach.gr>'

–AROUND(n)

Το AROUND(n) είναι μια μυστική παράμετρος του Google. Χρησιμοποιώ τον όρο μυστική όχι μόνο γιατί ελάχιστοι την γνωρίζουν αλλά και επειδή η ίδια η Google δεν αναφέρει τίποτε γι' αυτήν. Παρόλα αυτά, αν και εξειδικευμένη, μπορεί να μας φανεί πολύ χρήσιμη.

Με το AROUND(n) δίνουμε δύο όρους στο Google ζητώντας του ανάμεσα τους να υπάρχει συγκεκριμένος αριθμός λέξεων. Για παράδειγμα

θα μας δώσει αποτελέσματα στα οποία υπάρχουν τρεις λέξεις ανάμεσα στον όρο 'τρεις' και στον όρο 'χορεύουν'. Ανάλογα βέβαια με την αναζήτησή μας, το Google ενδέχεται να παρουσιάσει και άλλα αποτελέσματα. Γενικώς όμως η χρήση του AROUND(n) εξυπηρετεί πολύ όταν γνωρίζουμε ότι αυτό που ψάχνουμε δεν έχει τις λέξεις που μας ενδιαφέρουν τη μία ακριβώς δίπλα από την άλλη.

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Συνδυασμός παραμέτρων σε μια αναζήτηση

Αν και το να γνωρίζεις τι κάνουν οι πιο πάνω παράμετροι αναζήτησης είναι αρκετά χρήσιμο, αυτό που έχει πραγματικά σημασία είναι να μπορείς να τις συνδυάσεις ώστε να πάρεις αποτελέσματα που πραγματικά έχουν κάτι να πουν.

Ας υποθέσουμε λοιπόν ότι θέλουμε να κατεβάσουμε κάποιον εισαγωγικό οδηγό για ψηφιακή φωτογραφία. Ας υποθέσουμε επίσης ότι τον θέλουμε σε αρχείο pdf, ppt, doc ή epub και μας ενδιαφέρει να έχει εκδοθεί από κάποιο ανώτατο εκπαιδευτικό ίδρυμα προκειμένου να είναι όσο πιο πλήρης και κατανοητός γίνεται.

Πώς θα κάνουμε λοιπόν τη συγκεκριμένη αναζήτηση; Είναι απλό. Θα γράψουμε στο Google

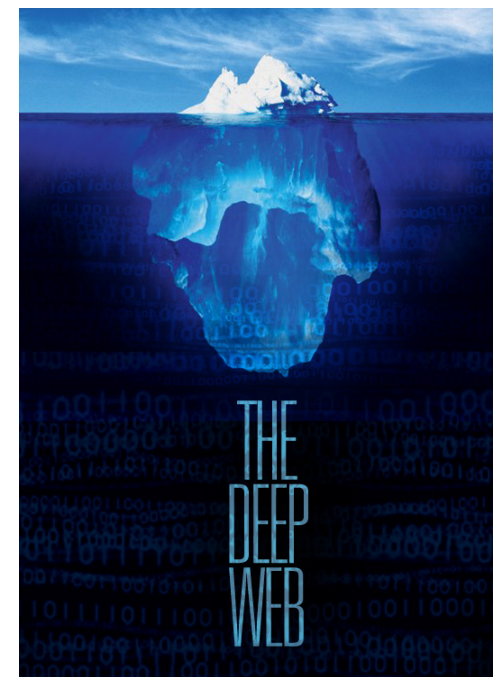
site:edu intitle:Introduction intitle:"digital photography" filetype:ppt OR filetype:pdf OR filetype:doc OR filetype:epub



Γράφοντας **site:edu** ζητάμε από το Google να μας εμφανίσει αποτελέσματα μόνο από site πανεπιστημίων ή άλλων αντίστοιχων ιδρυμάτων. Με το **intitle:** εξηγούμε ότι θέλουμε η λέξη Introduction όπως και η φράση digital photography να υπάρχουν στον τίτλο των σελίδων που θα μας εμφανίσει ώστε να είμαστε βέβαιοι ότι οι εν λόγω σελίδες αφορούν αποκλειστικά το συγκεκριμένο θέμα και όχι κάτι άλλο. Βάζοντας τη φράση digital photography σε εισαγωγικά "" εξασφαλίζουμε ότι το Google θα αναζητήσει αυτές τις δύο λέξεις μαζί ως κάτι ενιαίο και όχι την κάθε μία ξεχωριστά. Με την παράμετρο **filetype:** παίρνουμε αποτελέσματα μόνο για αρχεία pdf, ppt, doc ή epub και όχι για απλές σελίδες html, βίντεο ή οτιδήποτε άλλο.

Αν θέλαμε ακόμη περισσότερα αποτελέσματα θα μπορούσαμε να αναζητήσουμε μαθήματα ψηφιακής φωτογραφίας:

site:edu intitle:Introduction intitle:"digital photography lessons OR ~courses" filetype:ppt OR filetype:pdf OR filetype:doc OR filetype:epub



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Εδώ ισχύουν όσα γράψαμε και προηγουμένως. Μόνο που εντός των εισαγωγικών "" γράψαμε *digital photography lessons OR ~courses*. Κάνοντας χρήση του OR ζητήσαμε από το Google να εντοπίσει σελίδες οι οποίες έχουν στον τίτλο τους είτε την ακριβή φράση *'digital photography lessons'*, είτε την φράση *'digital photography courses'* είτε φράσεις με που ξεκινούν με τις λέξεις *'digital photography'* και για τρίτη λέξη έχουν κάποια συνώνυμη της λέξεως *'courses'*. Αυτό το κάναμε γράφοντας *~courses*, κάνοντας δηλαδή χρήση της περισπωμένης (tilde) η οποία αναζητά επίσης συνώνυμα ενός όρου.

Προσοχή! Οι ειδικές παράμετροι που ξεκινούν με 'all', π.χ. allintext:, allinanchor:, allintitle:, γενικώς δεν συνδυάζονται με άλλες παραμέτρους αλλά μπαίνουν μόνες τους σε μια αναζήτηση. Συνεπώς είναι προτιμότερο να χρησιμοποιήσουμε περισσότερες από μία φορές την απλή εκδοχή μιας παραμέτρου (δηλαδή intext:abc intext:123 intext:xyz intext:444) αντί για εκείνη με το all (δηλαδή allintext:abc 123 xyz 444) αν θεωρήσουμε ότι υπάρχει κίνδυνος το Google να μην καταλάβει τι ακριβώς θέλουμε να εντοπίσουμε.

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

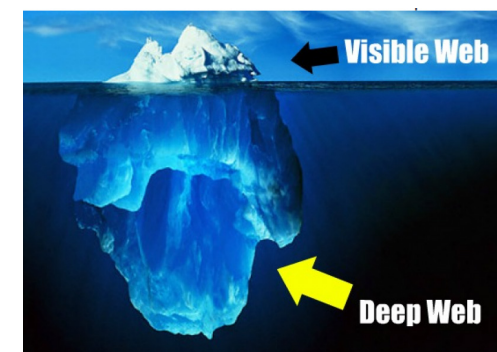
Εξειδικευμένες αναζητήσεις

Αν και πρόκειται για διεύθυνση που δεν την γνωρίζουν πολλοί, το Google παρέχει στους χρήστες του μια σελίδα με πολλά είδη χρήσιμων μεν αλλά πιο ειδικών αναζητήσεων.

Πρόκειται για την

<http://www.google.com/help/features.html>

στην οποία θα μπορέσετε να μάθετε για τον καιρό, να δείτε αθλητικά αποτελέσματα, πώς γράφεται μια λέξη και άλλα αντίστοιχα.



Share to your network





Σύνθετη αναζήτηση

Αν και μόνο το όνομα μπορεί να τρομάζει λίγο, η σύνθετη αναζήτηση αποτελεί ένα από τα πιο χρήσιμα και κυρίως εύχρηστα εργαλεία του Google. Στην ουσία δεν αποτελεί τίποτε άλλο από έναν τυφλοσούρτη ο οποίος σου επιτρέπει να ελέγξεις πλήρως και με πολύ απλές επιλογές τις παραμέτρους της αναζήτησής σου. Για να την χρησιμοποιήσετε αρκεί να επιλέξετε 'Σύνθετη αναζήτηση' από τις επιλογές που βρίσκονται στο δεξιό μέρος της σελίδας του Google ή απλώς να επισκεφθείτε τη διεύθυνση http://www.google.gr/advanced_search.

Αν, παρόλα αυτά, θέλετε ακόμη μεγαλύτερη παραμετροποίηση της αναζήτησής σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και το <http://www.faganfinder.com/google>

Προσοχή! Δυνατότητα σύνθετης αναζήτησης δεν έχει μόνο το Google αλλά και οι υπόλοιπες περιφερειακές υπηρεσίες του όπως το Google Scholar, Google Images κλπ.

- **Google News Search** – https://news.google.com/news/advanced_news_search

Σύνθετη αναζήτηση

Εύρεση σελίδων με...

όλες αυτές οι λέξεις:

Πληκτρολογήστε τις σημαντικές λέξεις: τρίχρμιο ρατ τεριέ

αυτήν ακριβώς τη λέξη ή τη φράση:

Τοποθέτησε αυτές τις λέξεις σε εισαγωγικά: "ρατ τεριέ"

οποιαδήποτε από αυτές τις λέξεις:

Πληκτρολογήστε OR μεταξύ των λέξεων που θέλετε: μινιατούραOR κανονικό

καμία από αυτές τις λέξεις:

Βάλτε το σύμβολο πλιν πριν από τις λέξεις που δεν θέλετε: -τρικτικό, -Τζακ Ράσελ

εύρος αριθμών από:

έως

Βάλτε 2 τελείες μεταξύ των αριθμών και προσθέστε μια μονάδα μέτρησης: 10..35 λίβρες, \$300..\$500, 2010..2011

Στη συνέχεια, περιορίστε τα αποτελέσματα με βάση...

τη γλώσσα:

οποιαδήποτε γλώσσα

Βρείτε σελίδες στη γλώσσα που επιλέξατε.

την περιοχή:

οποιαδήποτε περιοχή

Βρείτε σελίδες που έχουν δημοσιευτεί σε συγκεκριμένη περιοχή.

την τελευταία ενημέρωση:

οποιαδήποτε

Βρείτε σελίδες που ενημερώθηκαν το χρονικό διάστημα που καθορίσατε.

τον ιστότοπο ή τον τομέα:

Αναζήτηση σε έναν ιστότοπο (όπως wikipedia.org) ή περιορισμός των αποτελεσμάτων σε έναν τομέα όπως .edu, .org ή .gov

τους όρους που εμφανίζονται:

σε οποιαδήποτε σημείο της σελίδας

Αναζητήστε όρους σε ολόκληρη τη σελίδα, στον τίτλο της σελίδας, στη διεύθυνση ιστού ή σε συνδέσμους που οδηγούν στη σελίδα που αναζητάτε.

Ασφαλής Αναζήτηση

απενεργοποιημένη

μέτριο επίπεδο

αυστηρό επίπεδο

Ορίστε στην [Ασφαλής Αναζήτηση](#) το φιλτράρισμα που ακατάλληλου σεξουαλικού περιεχομένου.

τον τύπο αρχείου:

οποιαδήποτε μορφή

Βρείτε σελίδες στη μορφή που θέλετε.

δικαιώματα χρήσης:

χωρίς φιλτράρισμα με βάση την άδεια χρήσης

Βρείτε σελίδες που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε χωρίς περιορισμούς.

Σύνθετη αναζήτηση

Μπορείτε επίσης...

Βρείτε σελίδες που είναι παρόμοιες ή συνδεδεμένες με μια διεύθυνση URL

Αναζήτηση σελίδων που έχετε επισκεφτεί

Χρήση τελεστών στο πλαίσιο αναζήτησης

Προσαρμογή των ρυθμίσεων αναζήτησης

Share to your network

33 | Google hacks & secrets <http://www.socialmediacoach.gr>



SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

- **Google Blog Search** – http://blogsearch.google.com/blogsearch/advanced_blog_search
- **Google Book Search** - http://books.google.com/advanced_book_search
- **Google Image Search** - https://www.google.com/advanced_image_search
- **Google Scholar Search** - http://scholar.google.com/advanced_scholar_search

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Google

Mail ▾

Show search options

Search

All Mail ▾

From

To

Subject

Has the words

Doesn't have

☐ Has attachment

Date within 1 day ▾ of

Examples: Friday, today, Mar 26, 3/26/04

Create filter with this search »

Αναζήτηση με το Gmail

Επίσης δυνατότητα σύνθετης αναζήτησης έχει και το Gmail. Αρκεί να πάτε στο πλαίσιο αναζήτησης που υπάρχει στο πάνω μέρος της οθόνης και να πατήσετε το βελάκι που υπάρχει στο δεξί της μέρος.

Αμέσως θα εμφανιστεί η σύνθετη αναζήτηση με την οποία θα μπορέσετε εύκολα να βρείτε ό,τι θέλετε!

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Ρυθμίσεις αναζήτησης

Οι ρυθμίσεις αναζήτησης είναι μια κάπως παραμελημένη λειτουργία του Google. Αν και δεν είναι τόσο άγνωστη όσο άλλες πτυχές του, κατά κανόνα ελάχιστοι τη χρησιμοποιούν. Παρόλα αυτά, αν θέλετε να φέρετε την πιο δημοφιλή μηχανή αναζήτησής ακριβώς στα μέτρα σας, μάλλον θα πρέπει να την χρησιμοποιήσετε.

Οι επιλογές της άλλωστε είναι πάρα πολλές. Πηγαίνοντας στη διεύθυνση

<http://www.google.gr/preferences>

μπορείτε να καθορίσετε αν το Google θα εμφανίζει ή όχι αποτελέσματα με σεξουαλικό περιεχόμενο, των αριθμό των αποτελεσμάτων που θα εμφανίζονται σε κάθε σελίδα μετά από μια αναζήτηση (από 10 έως και 100), ζητήματα γλώσσας κ.α.

Αν και η όλη διαδικασία θα σας πάρει λιγότερο από 2-3 λεπτά, οπωσδήποτε αξίζει τον κόπο καθώς πλέον το Google θα έχει τα χαρακτηριστικά που θέλετε εσείς γεγονός που θα το κάνει αρκετά πιο εύχρηστο.

Ρυθμίσεις αναζήτησης

Αποτελέσματα αναζήτησης

Γλώσσες
Τοποθεσία
Βοήθεια

Φίλτρα Ασφαλούς Αναζήτησης

Σε ποιο βαθμό θα πρέπει να φιλτράρει η Ασφαλής Αναζήτηση το σκληρό σεξουαλικό περιεχόμενο (ιστοσελίδες, εικόνες και βίντεο) από τα αποτελέσματά σας.

Χωρίς φιλτράρισμα Μέτριο Αυστηρό

Κλειδί ασφαλούς αναζήτησης

Προβλέψεις Google Instant

Πότε θέλετε να εμφανίζονται αποτελέσματα καθώς πληκτρολογείτε;

☐ Μόνο όταν ο υπολογιστής μου είναι αρκετά γρήγορος.

☐ Να εμφανίζονται πάντα αποτελέσματα Instant.

☒ Να μην εμφανίζονται ποτέ αποτελέσματα Instant.

Αποτελέσματα ανά σελίδα

10 20 30 40 50 100

Γρήγορο Αργό

Θέση ανοίγματος αποτελεσμάτων

☐ Άνοιγμα κάθε επιλεγμένου αποτελέσματος σε νέο παράθυρο του προγράμματος περιήγησης.

Ιστορικό αναζήτησης

Όταν συνδεθείτε, μπορείτε να λάβετε περισσότερο σχετικά αποτελέσματα και συστάσεις με βάση την δραστηριότητα αναζήτησής σας. Μπορείτε να απενεργοποιήσετε ή να επεξεργαστείτε το ιστορικό αναζήτησής ανά πάσα στιγμή.

Αποθήκευση Άκυρο

Συνδεθείτε για να χρησιμοποιήσετε τυχόν προηγούμενες ρυθμίσεις. Μάθετε περισσότερα

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο μέσω του Google+

Η αλήθεια είναι ότι το Google δεν έχει ταυτιστεί και τόσο με την ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο. Περισσότερο το χρησιμοποιούμε για εντοπισμό στατικού περιεχομένου, παρά για να μάθουμε τι συμβαίνει την κάθε στιγμή. Όπως όμως επεσήμανε ο Ανδρέας Μπατσής σε βίντεο του (<http://www.batcic.com/blog/entryid/15/london-2012-in-real-time-using-google-plus.aspx>) , το Google, μέσω του Google+ βέβαια, μπορεί να μας εξασφαλίσει εξαιρετική ενημέρωση και για τρέχοντα γεγονότα.

Αρκεί να επισκεφθούμε την διεύθυνση plus.google.com (έχοντας συνδεθεί με κάποιο λογαριασμό της Google π.χ. Gmail ή YouTube) και στο πλαίσιο αναζήτησης που εμφανίζεται στο πάνω μέρος της σελίδας να βάλουμε τον όρο που μας ενδιαφέρει.

Π.χ. social media ή #socialmedia καθώς το Google+ αναγνωρίζει πλήρως τα hashtags.

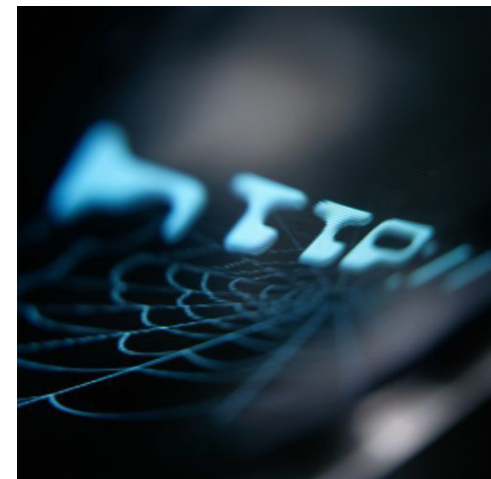
Καθώς όμως το Google+ δεν αποτελεί παρά ένα προϊόν της Google, μπορούμε να κάνουμε την αναζήτησή μας, όσο σύνθετη θέλουμε. Να χρησιμοποιήσουμε ειδικές παραμέτρους, εισαγωγικά, να αποκλείσουμε όρους κλπ. Αν λοιπόν υποθέσουμε ότι θέλουμε συνεχή ενημέρωση για το τι συμβαίνει στα social media ανά τον κόσμο με εξαίρεση το LinkedIn θα μπορούσαμε να γράψουμε

socialmedia OR #socialmedia OR #facebook OR facebook OR twitter OR #twitter OR gplus OR #gplus
-LinkedIn -#LinkedIn



αμέσως μόλις πατήσουμε enter θα αρχίσουμε να βλέπουμε διάφορα αποτελέσματα απ' όλο τον κόσμο.

Μάλιστα πατώντας το εικονίδιο **'Everything'** που βρίσκεται ακριβώς κάτω από το πλαίσιο αναζήτησης,

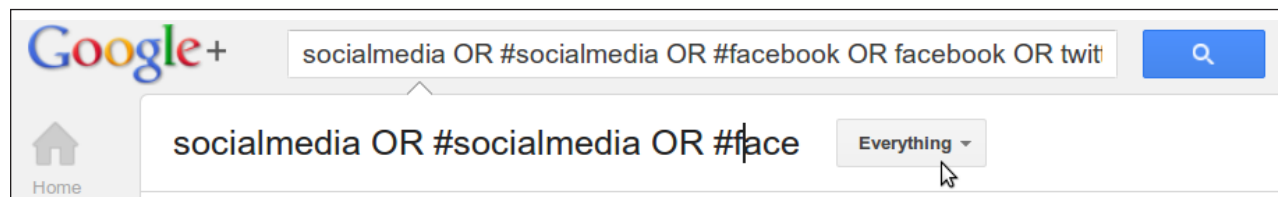


Share to your network

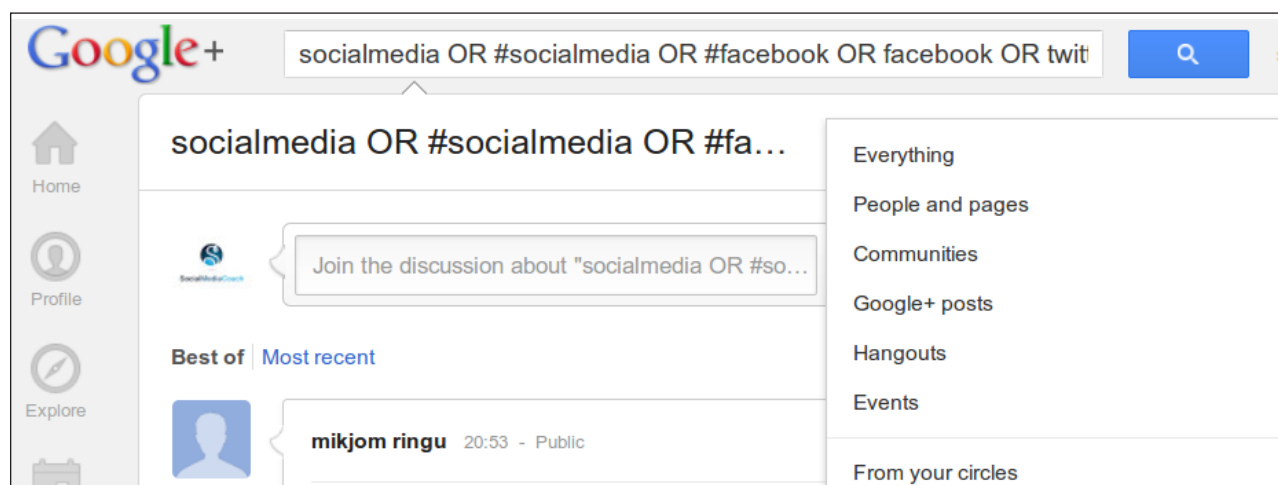




SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr



μπορούμε να παραμετροποιήσουμε ακόμη περισσότερες τις επιλογές μας:



Για περισσότερες πληροφορίες όμως καλύτερα να παρακολουθήσετε το βίντεο του Ανδρέα σε αυτήν εδώ την διεύθυνση:

<http://www.batcic.com/blog/entryid/15/london-2012-in-real-time-using-google-plus.aspx>

Share to your network





Εφαρμογές του Google

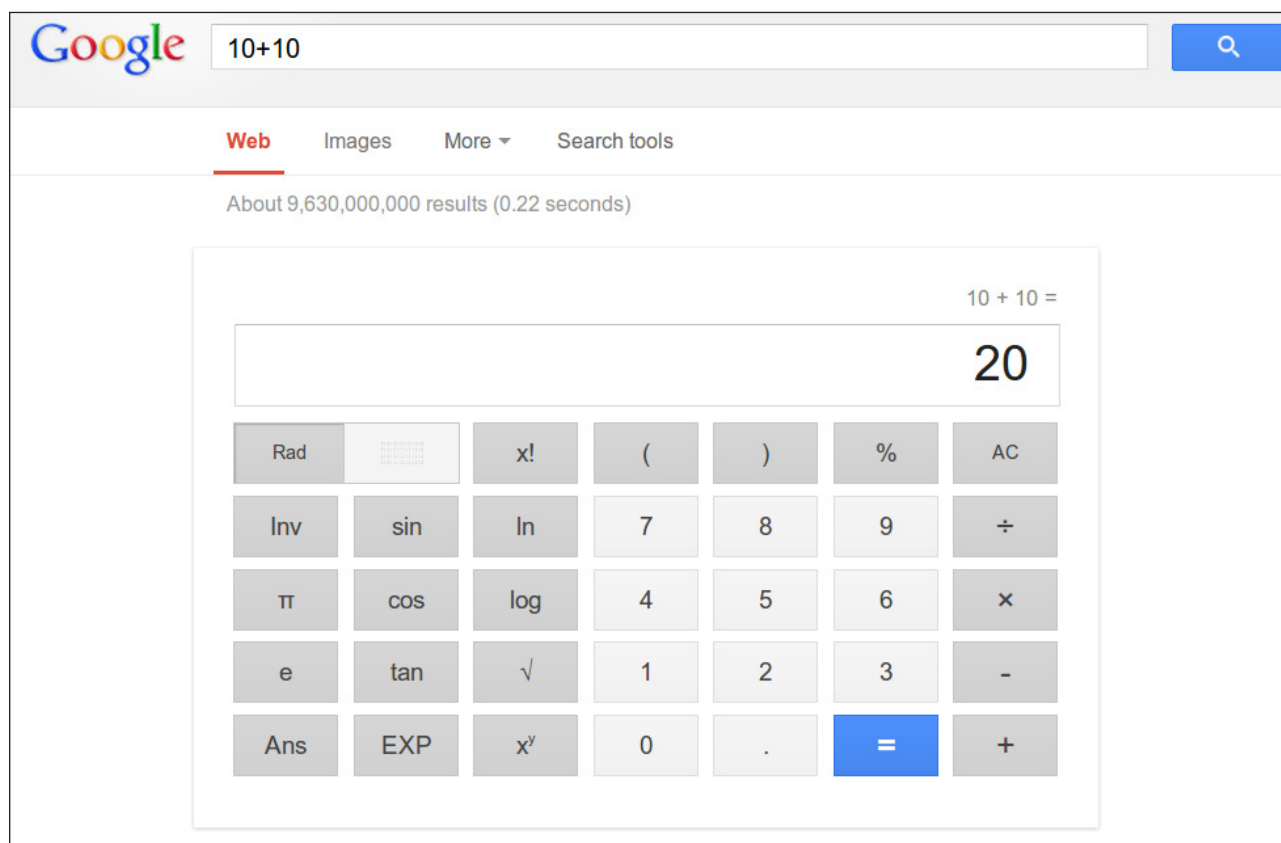
Χρησιμοποιήστε το Google σαν αριθμομηχανή

Αν και δεν πρόκειται για ιδιαίτερα γνωστή λειτουργία, το Google μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σαν αριθμομηχανή.

Δοκιμάστε να κάνετε μια απλή πράξη π.χ. **10+10** και εκτός από το αποτέλεσμα το Google θα σας εμφανίσει αμέσως και ένα εικονικό επιστημονικό κομπιουτεράκι στο 34 πλήκτρων στο οποίο μπορεί να κάνει πολύπλοκές πράξεις με υπολογισμό ημιτόνων, συνημιτόνων κλπ.

Το μεγάλο του μέγεθος μάλιστα είναι το ιδανικό για smartphones και tablets.

Εκτός από την αριθμομηχανή όμως, μπορείτε να βάλετε στο πλαίσιο αναζήτησης και οποιαδήποτε μαθηματική συνάρτηση θέλετε και το Google θα σας δώσει αμέσως την απάντηση της!



Share to your network





SocialMediaCoach

www.socialmediacoach.gr

Μετατροπή μονάδων

Εκτός από αριθμομηχανή, το Google μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως μετατροπέας μονάδων ή και συναλλάγματος. Για παράδειγμα μπορεί να μετατρέψει χιλιόμετρα σε μίλια, βαθμούς Κελσίου σε βαθμούς Φαρενάιτ, δεκαδικούς αριθμούς σε δυαδικούς κ.ο.κ.

Το μόνο μειονέκτημα αυτής της λειτουργίας είναι ότι ακόμη δεν υποστηρίζει ελληνικά. Οπότε θα πρέπει να περνάτε τις αναζητήσεις σας στα αγγλικά.

Π.χ.

100 euros to dollars

3 miles to km

35 celsius in fahrenheit

62 in binary

Share to your network





Google Transit

Αν χρησιμοποιείτε συχνά τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς τότε η υπηρεσία Google Transit οπωσδήποτε θα σας λύσει τα χέρια!

Δεν έχετε παρά να συμπληρώσετε διεύθυνση εκκίνησης/προορισμού και η υπηρεσία θα σας δείξει τουλάχιστον δύο προτεινόμενες διαδρομές με ΜΜΜ καθώς και πόση ώρα θα κάνετε για να φτάσετε στον προορισμό σας!

<https://maps.google.gr/maps?hq=http://maps.google.gr/intl/el/help/maps/transit/athens/mapleft.xml&h=800&f=d&dirflg=r&hl=el&ie=UTF8&z=13&ll=37.995622,23.751583&spn=0.179651,0.360832>

Λήψη οδηγιών Τα μέρη μου

Α Β

Προσθέστε προορισμό... - Εμφάνιση επιλογών

Αναχώρηση τώρα

02/02/13 20:52

ΛΗΨΗ ΟΔΗΓΩΝ

Νέο! Προγραμματίστε τις μετακινήσεις σας στην Αθήνα με τις αστικές συγκοινωνίες χρησιμοποιώντας τους Χάρτες Google

Share to your network



SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

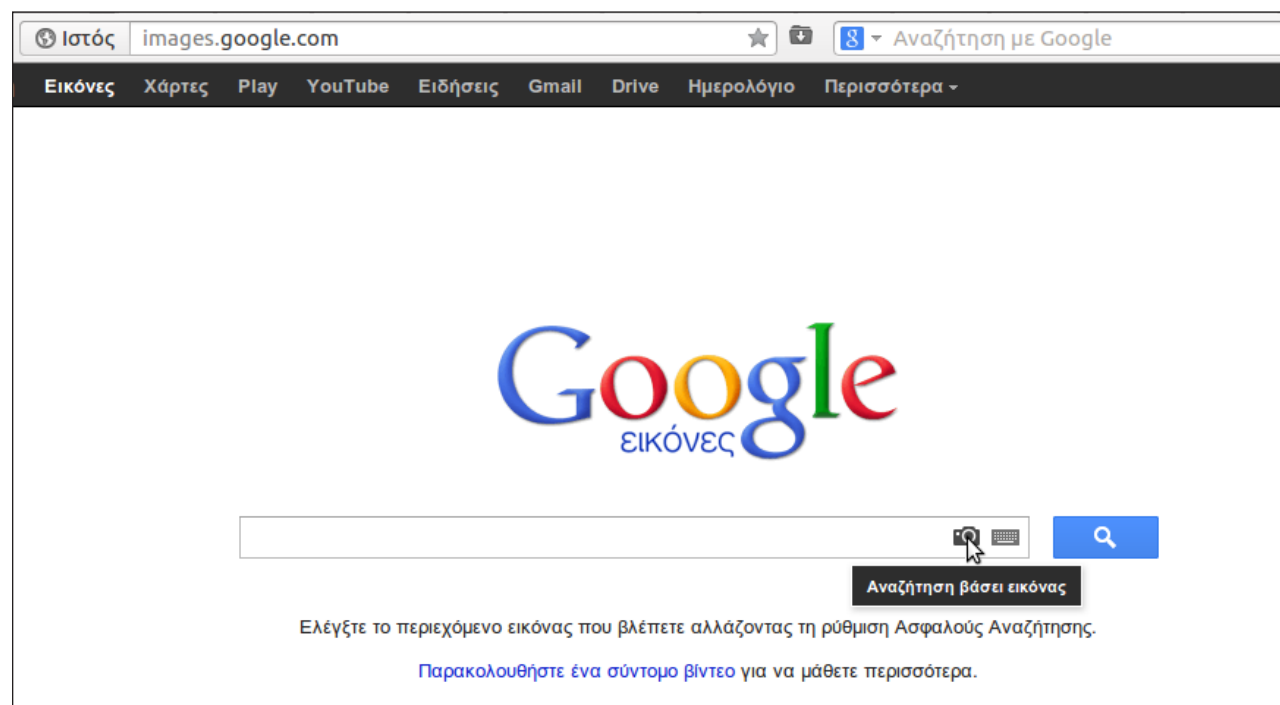
Αντίστροφη αναζήτηση εικόνων

Πάρα πολλές φορές βλέπουμε στο Facebook ή κάπου αλλού μια εικόνα και δεν γνωρίζουμε αν είναι αυθεντική. Θέλουμε λοιπόν να εντοπίσουμε από που προήλθε. Πλέον είναι πολύ εύκολο καθώς το Google έχει πλέον την 'αναζήτηση βάσει εικόνας'.

Για να την χρησιμοποιήσουμε αρκεί να πάμε στη διεύθυνση

<http://images.google.com>

και να πατήσουμε το εικονίδιο με την φωτογραφική μηχανή. Εκεί θα μας δοθεί η επιλογή είτε να ανεβάσουμε τη φωτογραφία μας, είτε να δώσουμε το url της.



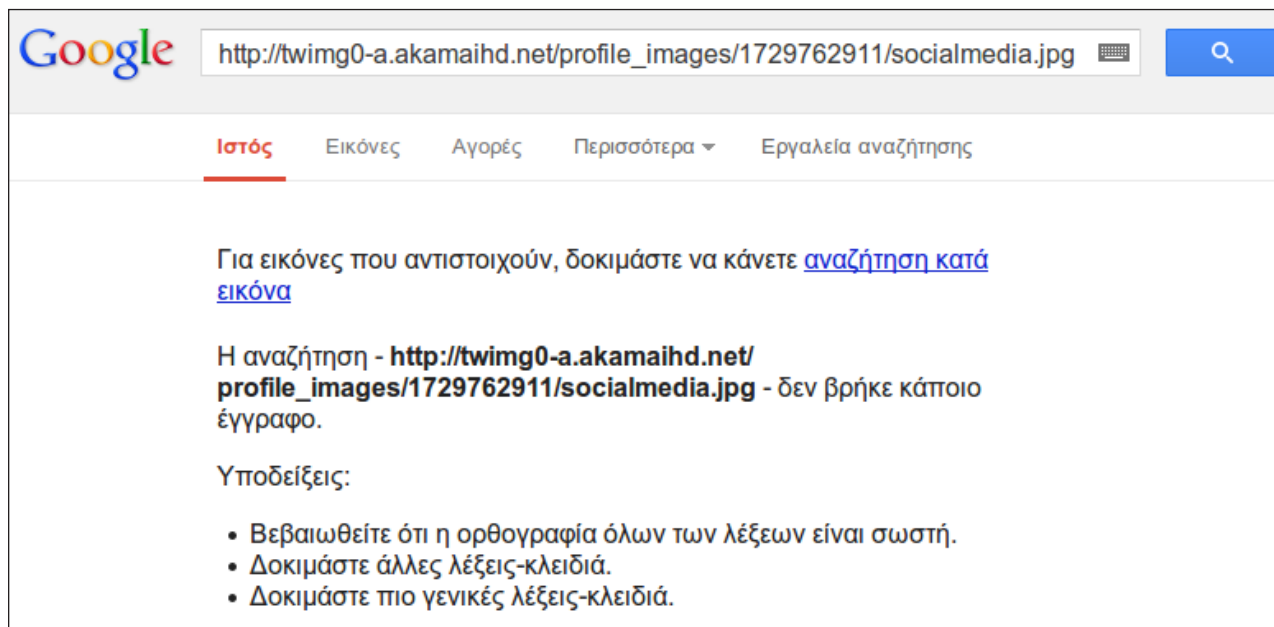
Εναλλακτικά μπορούμε να κάνουμε μια απευθείας αναζήτηση στο Google με το url της εικόνας που μας ενδιαφέρει. Οπότε και πει ότι δεν βρήκε αποτελέσματα και θα μας προτείνει να θα μας δώσει την επιλογή να κάνουμε 'αναζήτηση κατά εικόνα'.

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr



Share to your network



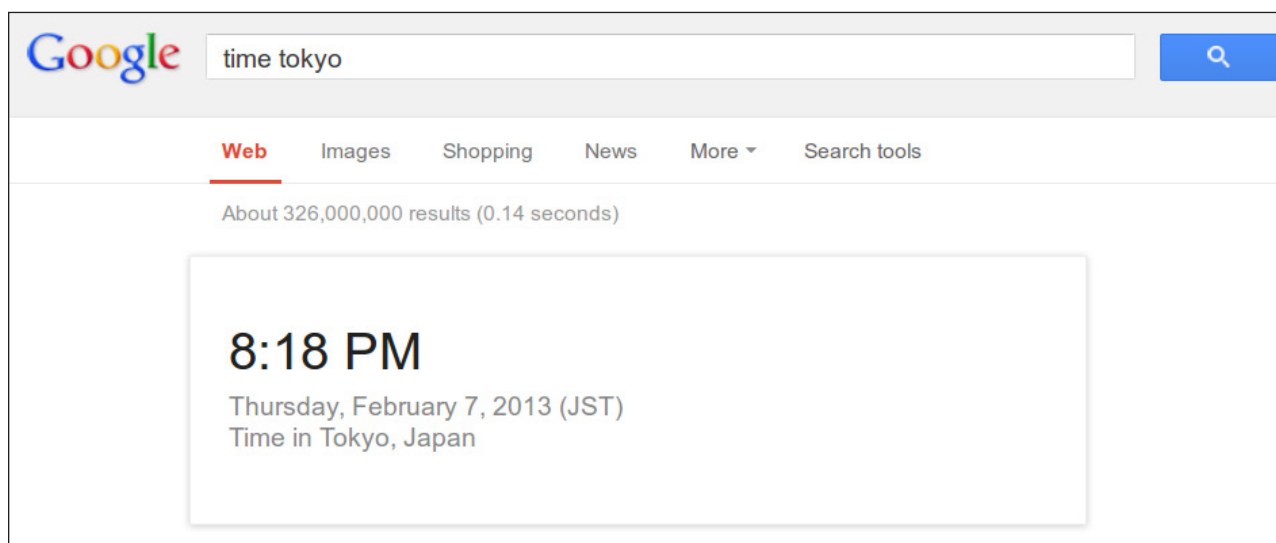


SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Δείτε την ώρα σε διάφορα μέρη του κόσμου

Αν θέλετε να δείτε τι ώρα είναι σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, αρκεί να ρωτήσετε το Google. Το μόνο που χρειάζεται να κάνετε είναι να γράψετε τη λέξη time και την πόλη ή την χώρα που επιθυμείτε.

Περιέργως το Google φαίνεται να μην υποστηρίζει ελληνικά προς το παρόν για την συγκεκριμένη αναζήτηση.



Share to your network





Ενημερωθείτε για τον καιρό

Αναζητήστε τον όρο weather ακολουθούμενο από το όνομα οποιασδήποτε πόλης του κόσμου θα λάβετε πλήρη ενημέρωση για τον καιρό αυτή τη στιγμή καθώς και πρόγνωση καιρού για τις επόμενες ημέρες.

Όπως και στην περίπτωση της ώρας, το Google φαίνεται να μην υποστηρίζει ελληνικά για την συγκεκριμένη αναζήτηση. Παρόλα αυτά μπορούμε τουλάχιστον να γράψουμε στα ελληνικά το όνομα της πόλης που μας ενδιαφέρει.

Π.χ. 'weather Αθήνα'

Σε αυτήν την περίπτωση συνήθως θα πάρουμε αποτελέσματα στα ελληνικά αν και οι θερμοκρασίες στο κάτω μέρος του γραφήματος μπορεί να μην φαίνονται και τόσο καθαρά.



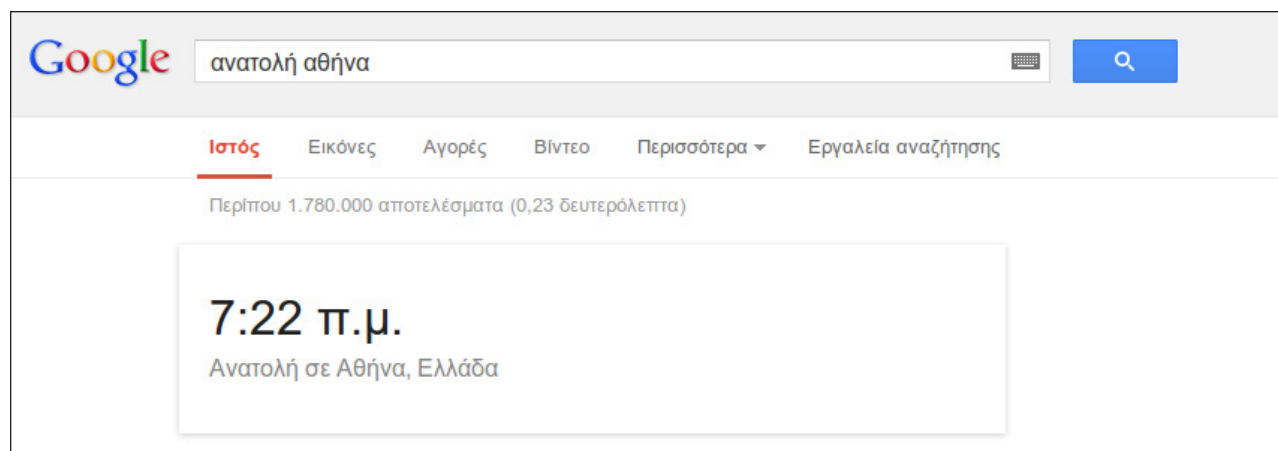
Share to your network



SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Ώρες ανατολής και δύσης

Αν θέλουμε να μάθουμε τι ώρα ανατέλλει ή δύει ο ήλιος σε μια πόλη, αρκεί να πληκτρολογήσουμε στο Google τις λέξεις ανατολή ή δύση μαζί με το όνομα της πόλης. Π.χ. ανατολή αθήνα



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Καθορίζοντας το χρονικό πλαίσιο της αναζήτησής μας

Ο καθορισμός χρονικού πλαισίου για τα αποτελέσματα μιας αναζήτησής είναι μια πολύ χρήσιμη λειτουργία την οποία όμως δεν γνωρίζει και συνεπώς δεν χρησιμοποιεί σχεδόν κανείς.

Μπορούμε να την αξιοποιήσουμε επιλέγοντας 'Εργαλεία αναζήτησης' κάτω από το πλαίσιο αναζήτησης του Google

The image shows a Google search for 'social media'. The search results page is displayed, with the 'Tools' dropdown menu open. The menu options are: 'Οποιαδήποτε στιγμή' (selected), 'Τελευταία ώρα', 'Τελευταίες 24 ώρες', 'Προηγούμενη εβδομάδα', 'Προηγούμενος μήνας', 'Προηγούμενο έτος', and 'Προσαρμοσμένο εύρος...'. The search results show 'Social Media Coach' as the top result, with a link to 'www.socialmediacoach.gr'.

και στη συνέχεια κάνοντας κλικ στο εικονίδιο που γράφει 'Οποιαδήποτε στιγμή'.

Όπως βλέπετε και από την εικόνα αυτή, το site SocialMediaCoach.gr βγαίνει στην κορυφή των αποτελεσμάτων για τον όρο 'social media' παρά τον εξαιρετικά υψηλό ανταγωνισμό! Αν θέλετε κι εσείς να βγαίνετε στην πρώτη σελίδα των αποτελεσμάτων του Google για τις λέξεις-κλειδιά που σας ενδιαφέρουν, στείλτε τώρα e-mail στο smc@socialmediacoach.gr.

Share to your network





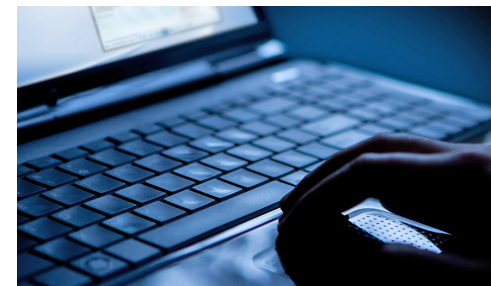
SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Καθορίζοντας χρονικό πλαίσιο για την αναζήτηση μας μπορούμε για παράδειγμα να δούμε τι έχουν γράψει διάφορες ιστοσελίδες το τελευταίο 24ωρο ή τις τελευταίες ώρες για ένα θέμα. Είναι σαν να αναζητούμε κάτι στις 'Ειδήσεις' αλλά από το σύνολο του ιστού.

Επιπλέον μπορούμε σε συνδυασμό με την επιλογή 'Ειδήσεις' να δούμε τι έγραφαν τα ειδησεογραφικά site για ένα θέμα μια συγκεκριμένη περίοδο. Για παράδειγμα τι έλεγαν αμέσως πριν και αμέσως μετά από την εκλογή Ομπάμα το 2008.

Μην ξεχνάτε ότι ο καθορισμός χρονικού πλαισίου για την αναζήτησή μας, μπορεί να συνδυαστεί με κάθε άλλο φίλτρο ή παράμετρο του Google. Ενδεχομένως δηλαδή να θέλετε να κάνετε μια αναζήτησή για φωτογραφίες του Ομπάμα που έχουν δημοσιευτεί σε ένα συγκεκριμένο site από τις 17 Ιανουαρίου μέχρι και τις 22 Φεβρουαρίου του 2008. **Οτιδήποτε!** Ο μόνος περιορισμός που έχετε είναι η φαντασία σας!

Προφανώς δεν είναι μια λειτουργία που θα χρησιμοποιήσουμε κάθε μέρα. Παρόλα αυτά όταν τη χρειαστούμε είναι βέβαιο ότι θα μας λύσει τα χέρια!



Share to your network





Ανακαλύπτοντας το κρυμμένο web με την βοήθεια του Google

Ας υποθέσουμε ότι είχαμε αγοράσει το Office 2007 αλλά μετά από μια μετακόμιση δεν το έχουμε πλέον. Άραγε θα μπορούσε το Google να μας βοηθήσει να το ξαναβρούμε; Το πιθανότερο είναι πώς ναι!

Καταρχάς θα πρέπει να κάνουμε μια αναζήτηση με την παράμετρο **intitle:** που είχαμε δείξει και προηγούμενως.

Κάνουμε λοιπόν την εξής αναζήτηση:



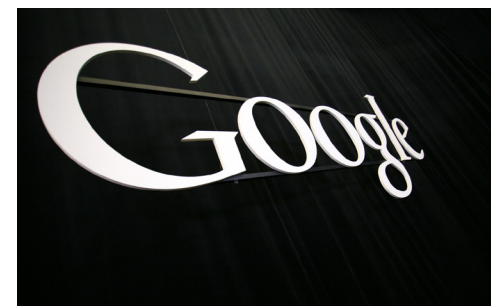
και βλέπουμε αν στις σελίδες των αποτελεσμάτων υπάρχει κάτι που να μας ενδιαφέρει.

Επειδή το πιθανότερο είναι να βρούμε και εξαιρετικά ύποπτες ή και επικίνδυνες σελίδες σε μια τέτοια αναζήτηση, καλό είναι να έχουμε εγκατεστημένο στον browser μας το δωρεάν add on WOT (Web of Trust) το οποίο είναι διαθέσιμο για τους περισσότερους browsers (IE, Firefox, Chrome, Opera). Το WOT εμφανίζει δίπλα σε κάθε link μια ένδειξη για το πόσο ασφαλής είναι η σελίδα στην οποία οδηγεί. Οπότε και γνωρίζουμε αν πρέπει να την επισκεφθούμε ή όχι.

Αν η πιο πάνω αναζήτηση δεν μας οδηγήσει κάπου, τότε δοκιμάζουμε με



Στην απίθανη περίπτωση που και πάλι δεν θα βρούμε κάτι, δοκιμάζουμε την εξής αναζήτηση



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

ή



με την οποία προσπαθούμε να βρούμε το όνομα του αρχείου iso με το οποίο είχε κυκλοφορήσει το Office 2007. Ο όρος msdn αναφέρεται στο Microsoft Developer Network. Αν αναζητούσαμε κάποιο πρόγραμμα άλλης εταιρείας θα έπρεπε να παραμετροποιήσουμε την αναζήτηση μας αναλόγως. Με λίγο ψάξιμο εντοπίζουμε

en_office_professional_2007_x86_cd_x16-18259.iso

και

en_office_enterprise_2007_dvd_vl_x12-19574.iso

Οπότε με τα συγκεκριμένα ονόματα αρχείων η προσπάθεια μου να βρω το Office 2007 γίνεται σαφώς πιο εύκολη.

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Ψάχνοντας στο Google Drive

Το Google Drive περιέχει φυσικά έναν θησαυρό από αρχεία κάθε τύπου αλλά δυστυχώς η λειτουργία αναζήτησής του μας επιτρέπει να ψάξουμε μόνο σε ό,τι έχουμε αποθηκεύσει εμείς. Τι γίνεται όμως όταν θέλουμε να σκαλίσουμε το θέμα λίγο περισσότερο;

Είναι απλό. Αρκεί να χρησιμοποιήσουμε την παράμετρο *site:*. Με άλλα λόγια αν μας ενδιαφέρει να βρούμε αρχεία όπως tutorial ή οτιδήποτε άλλο αντίστοιχο για ψηφιακή φωτογραφία αλλά ειδικά από το Google Drive θα κάνουμε την εξής αναζήτησή:



Share to your network





Ψάχνοντας αποκλειστικά σε FTP

Αν και το Google μπορεί να εμφανίσει αποτελέσματα από ftp servers, δυστυχώς δεν δίνει την δυνατότητα στο χρήστη να κάνει αναζητήσεις μόνο στο πεδίο αυτό. Πώς μπορούμε λοιπόν να το αναγκάσουμε να μας δώσει αποτελέσματα μόνο από ftp; Εύκολα!

inurl:ftp -inurl:(http|https)



Γράφοντας inurl:ftp ζητάμε να μας εμφανίσει αποτελέσματα που υπάρχουν σε ftp sites. Ταυτόχρονα όμως με την παράμετρο -inurl:(http|https) του λέμε να αποκλείσει sites από τον υπόλοιπο ιστό. Sites δηλαδή που ξεκινούν είτε με http είτε με https.

Ανάλογα βέβαια με το τι θα ψάξετε, τα αποτελέσματα μπορεί να ποικίλουν. Αν υποθέσουμε ότι δεν θυμάστε που έχετε βάλει το dvd του Photoshop που έχετε αγοράσει και σκέφτεστε να το κατεβάσετε κάνοντας την εξής αναζήτηση,

inurl:ftp -inurl:(http|https) Photoshop filetype:iso



μάλλον θα απογοητευτείτε. Περιέργως(;;;) το Google δεν θα εντοπίσει κανένα αποτέλεσμα. Αντιθέτως αν αντί να του ζητήσετε αρχεία iso μέσω της παραμέτρου filetype: προσπαθήσετε να εντοπίσετε αρχεία pdf το Google θα βρει πολλά περισσότερα.

Συνεπώς αν δείτε ότι το Google δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες σας, υπάρχουν και άλλες εναλλακτικές λύσεις.

Για παράδειγμα οι μηχανές αναζήτησής ftp

Napalm FTP Indexer (<http://www.searchftps.com>)

και

Mamont FTP Search Engine (<http://www.mmnt.ru>)

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Θα σας βοηθήσουν να βρείτε με ευκολία ένα iso για το Photoshop μέχρι να εντοπίσετε το δισκάκι που έχετε αγοράσει.

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΒΙΒΛΙΩΝ

Αν υπάρχει κάποιο βιβλίο στη βιβλιοθήκη σας το οποίο όμως το χρειάζεστε και σε ψηφιακή μορφή, για να το διαβάσετε σε tablet για παράδειγμα, αντί για αναζήτηση σε ftp μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και αυτές τις εξειδικευμένες μηχανές αναζήτησής βιβλίων στις οποίες θα βρείτε σχεδόν τα πάντα.

<http://libgen.org>

<http://ebookey.org>

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΩΝ

Ειδικά για διδακτορικά που έχουν δημοσιευθεί στην ελληνική γλώσσα, μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε και το Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών. Στο Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών (ΕΑΔΔ) συγκεντρώνεται το σύνολο των διδακτορικών διατριβών που έχουν εκπονηθεί στα ελληνικά Πανεπιστημιακά Ιδρύματα, καθώς και οι διδακτορικές διατριβές που έχουν εκπονηθεί από Έλληνες διδάκτορες σε Πανεπιστημιακά Ιδρύματα του εξωτερικού και έχουν αναγνωριστεί από το ΔΟΑΤΑΠ.

Μια εναλλακτική διεύθυνση είναι και το didaktorika.gr.

<http://phdtheses.ekt.gr/eadd>

<http://www.didaktorika.gr>

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Αναζητώντας εμπιστευτικά ή απόρρητα έγγραφα

Το ότι ένα έγγραφο είναι εμπιστευτικό ή απόρρητο δεν σημαίνει απαραίτητα ότι δεν μπορεί κάποιος τρίτος να αποκτήσει πρόσβαση σε αυτό. Ενδέχεται δηλαδή να έχει ανέβει σε κάποιον server και παρόλο που δεν έχει δημοσιευτεί το Google να το έχει εντοπίσει.

Πώς λοιπόν θα διαπιστώσουμε αν έχουμε ξεχάσει κάποιο τέτοιο αρχείο στον server μας με κίνδυνο να το εντοπίσουν οι ανταγωνιστές μας; Ζητώντας από το Google να ψάξει στο site μας για αρχεία με τις λέξεις απόρρητο ή εμπιστευτικό:

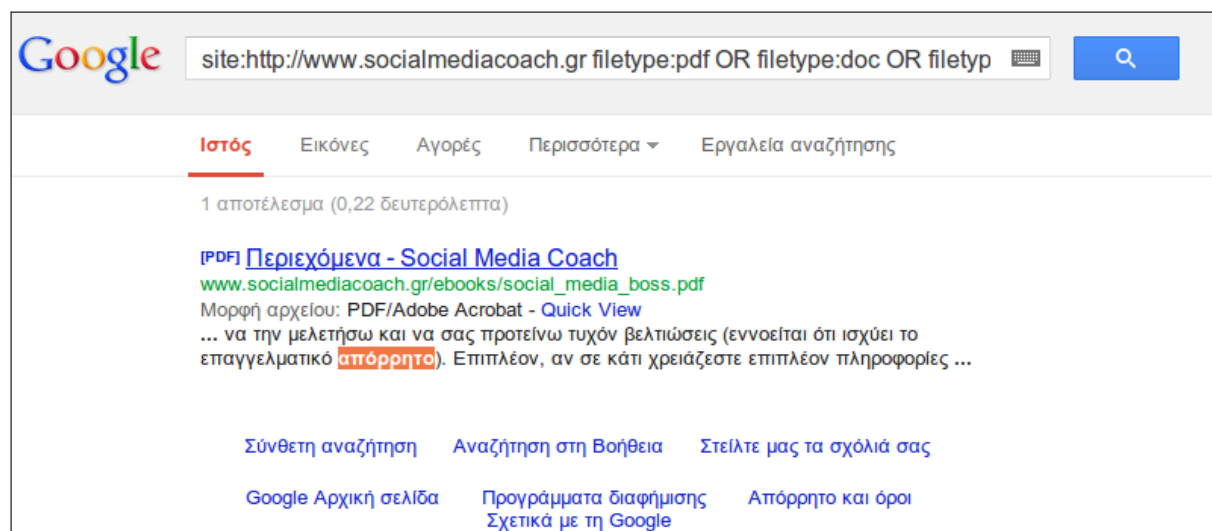
site: <http://www.socialmediacoach.gr> filetype:pdf OR filetype:doc OR filetype:xls απόρρητο OR εμπιστευτικό



Δίνοντας την πιο πάνω αναζήτηση διαπιστώνουμε ότι πράγματι υπάρχει ένα τέτοιο έγγραφο στο site socialmediacoach.gr αλλά ευτυχώς είναι απλώς το ένα από τα δωρεάν e-book για τα social media που μπορεί κανείς να κατεβάσει από τη σελίδα

<http://www.socialmediacoach.gr/social-media-coach/e-books.html>

Επειδή μια τέτοιου είδους αναζήτηση εκτός από εμάς μπορεί να την κάνει και οποιοδήποτε άλλος, οφείλουμε να είμαστε προσεκτικοί με το τι αρχεία αφήνουμε εκτεθειμένα.



Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Ανώνυμες αναζητήσεις στο Google

Παρά τα αμέτρητα πλεονεκτήματα του, το Google έχει ένα τεράστιο μειονέκτημα. Καταγράφει τα πάντα. Αν δηλαδή έχετε συνδεθεί σε οποιαδήποτε υπηρεσία του, κάθε σας κίνηση όπως βέβαια και κάθε σας αναζήτηση καταγράφεται και καταχωρείται. Μάλιστα αρκεί να πάτε στη διεύθυνση <https://www.google.com/searchhistory> (έχοντας βέβαια συνδεθεί στο Google μέσω οποιαδήποτε υπηρεσίας του π.χ. Gmail, YouTube) και θα δείτε πλήρη κατάλογο των αναζητήσεων σας.

Τι γίνεται όμως αν θέλετε να διατηρήσετε την ανωνυμία σας και να μην επιτρέψετε στο Google να καταγράφει οτιδήποτε του καταχωρείτε; Η λύση είναι αρκετά απλή και ονομάζεται **Startpage.com** (<https://startpage.com>). Η **Startpage.com** στην ουσία αποτελεί έναν ενδιάμεσο ανάμεσα σε εσάς και το Google καθώς περνάει τις αναζητήσεις σας σε αυτό και σας εμφανίζει τα αποτελέσματα του χωρίς το Google να ενημερώνεται για το τι ψάχνετε. Η υπηρεσία βέβαια δεν καταγράφει κανένα απολύτως δικό σας στοιχείο εξασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό την ανωνυμία σας.



European
Privacy Seal
DE-110922 / Valid till 2013-02



Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι η υπηρεσία έχει λάβει το **European Privacy Seal** αλλά και την ανώτατη δυνατή βαθμολογία (100 στα 100) από το **privacyscore.com**!

Share to your network





SocialMediaCoach
www.socialmediacoach.gr

Πηγές

Google Hacking for Penetration Testers

<http://www.amazon.com/Google-Hacking-Penetration-Testers-Johnny/dp/1597491764/>

Power Searching with Google

<http://www.powersearchingwithgoogle.com>

The Google Hacker's Guide : Understanding and Defending Against the Google Hacker - by Johnny Long

<http://pdf.textfiles.com/security/googlehackers.pdf>

Google Power Tools Bible

<http://www.amazon.com/Google-Power-Tools-Bible-Coombs/dp/0470097124>

Google Power Search - O'Reilly Media

<http://shop.oreilly.com/product/0636920021797.do>

How to Become a Search Ninja - Parts 1 to 4

<http://www.zdnet.com/blog/seo/how-to-become-a-search-ninja-harnessing-the-true-power-of-google-part-1/1881>

<http://www.zdnet.com/blog/seo/search-ninja-part-2-how-to-find-older-versions-of-software-and-much-more/3496>

<http://www.zdnet.com/blog/seo/search-ninja-part-3-how-to-find-unlisted-youtube-videos-with-google/4419>

<http://www.zdnet.com/blog/seo/search-ninja-part-4-how-to-search-ftp-with-google/4690>

20 Advanced GOOGLE Search Techniques

http://www.lenvica.in/content.php?page_name=google_searching_techniques

12 Quick Tips To Search Google Like An Expert

<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/1264/12-Quick-Tips-To-Search-Google-Like-An-Expert.aspx>

30 Ways To Turn Yourself Into A Google Search Pro

<http://www.simplyzesty.com/google/30-ways-to-turn-yourself-into-a-google-search-pro>

<http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/0079876543/100723/chapter5.pdf>

<http://www.mat-wright.com/2010/02/advanced-google-search-techniques.html>

<http://www.zdnet.com/photos/10-google-search-secrets/6349203>

Share to your network

