



## Miksi hakukoneoptimointi kannattaa?

Yksinkertaisesti siitä syystä että yrityksen palveluiden tulee löytyä hakukoneista että niitä voidaan ostaa.

Ensimmäinen sivu on tavoitelluin paikka ja se on monessa tapauksessa vaikea saavuttaa. Parhaat tuloksetkaan eivät synny yhdessä yössä ja hakukoneoptimointi on pitkäjänteistä työtä. Hyvät sijoituksetkaan eivät säily ikuisesti jos niitä ei ylläpidetä.

## Mitä on hakukoneoptimointi ja mitä hakusanamainonta?

Hakukoneoptimoinnin ja hakusanamainonnan ero on se, että optimointitoimenpiteillä vaikutetaan sivuston luonnolliseen sijoitukseen hakutuloksissa kun taas hakusanamainonnan avulla ostetaan mainoksia haluttujen hakutulosten yhteyteen.

**Hakukoneoptimointi luo pysyviä tuloksia** kun taas **hakusanamainonta on aina budjettisidonnainen**. 2/3 klikkauksista tulee sivustoille luonnollisten hakutuloksien kautta.

## Webio on hakukoneystävällinen järjestelmä

Webio käyttää hakukoneystävällistä HTML-osoitteiden muodostamistapaa, jossa sivujen osoitteet luodaan selkokielineen muotoon. Sivun pääotsikoissa käytetään hakukoneiden tärkeinä pitämiä H1 -otsikointeja sekä väliotsikoissa H2 - H6 otsikointeja.

## Kuinka optimoin sivuja itse?

Webiolla voidaan sivukohtaisesti vaikuttaa hakukoneoptimoinnin kannalta olennaisiin tietoihin sekä hakutuloksissa tuleviin sivun otsikko ja sivun kuvauskenttien sisältöön.

### Tietojen muokkaukseen siirtyminen Webiolla:

Avaa sivun oikeasta reunasta löytyvä toimintovalikko ja valitse ”Ominaisuudet”, jolloin pääset muokkaamaan yksittäisen sivun tietoja.

Valitse avautuvasta ikkunasta ”Lisätiedot” -välilehti.

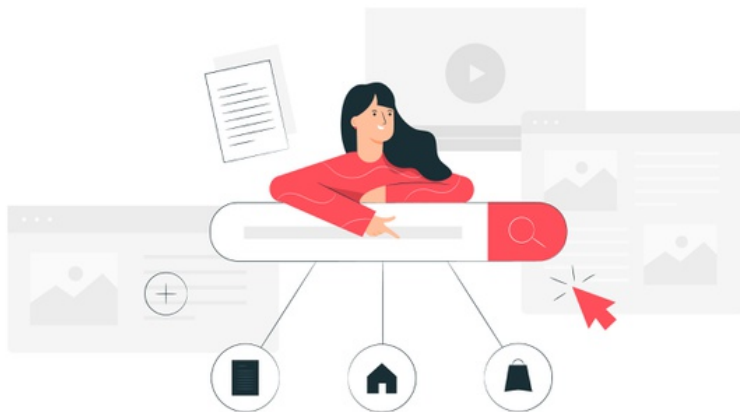
Avautuvassa näkymässä voit määrittää sivun tunnistetiedot hakukoneisiin. Otsikko lisätään title-kenttään ja sivun kuvaus description-kenttään.



## Optimoitu sisältö tuo asiakkaat sivustolle sisään

Remontti tulossa? tai remonttipalvelut 30 vuoden ammattitaidolla. Nämä otsikkotekstit (title) vastaavat suoraan hakukoneita käyttävän asiakkaan tarpeeseen. Toinen osuu asiakkaan kysymykseen ja toinen esimerkki luo mielikuvaa luotettavasta toimijasta, joka on tärkeää remonttialalla.

Hyvä sivun otsikkoteksti tarjoaa siis ratkaisun asiakkaan tarpeeseen yhdellä lyhyellä lauseella.



## Sivun kuvausteksti on suora myyntipuhe asiakkaalle

Jos myisit tuotetta puhelimitse, mitä kertoisit siitä ja miten? Sivun kuvaustekstin (description) pitää olla **myyntipuheen kaltainen** ja sen tulee sisältää **tarpeeksi aiheeseen liittyviä avainsanoja**.

## Hakutulokset luovat myös mielikuvaa yrityksen palveluista

Hakutuloksissa otsikko ja teksti voivat luoda myös mielikuvaa yrityksen palveluista. Kaikki eivät välttämättä tunne yritystä ennalta ja jos sivun kuvaustekstissä lukee esimerkiksi lause "Remonttipalvelut 30 vuoden kokemuksella" niin silloin palvelun ostaminen tuntuu turvallisemmalta. Ja kun tämän perään lisätään vielä teksti "Ota yhteyttä ja kysy tarjous!" niin silloin kontakti yritykseen on astetta lähempänä.

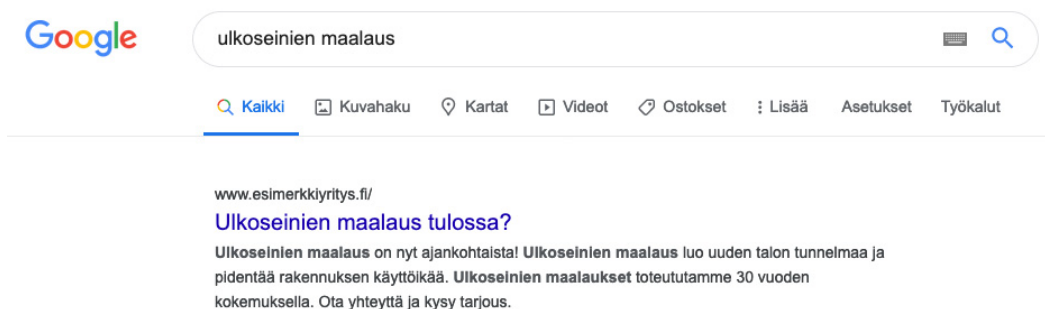
## **Vinkejä sivun otsikon ja sivun kuvaustekstin koostamiseen**

- ✓ Hyvä title on ytimekäs kuvaus sivun sisällöstä tai se vastaa kysymykseen johon käyttäjä hakee vastausta
- ✓ Tärkein hakusana on sijoitettuna otsikossa ja sivun kuvaustekstissä 2 ensimmäisen sanan joukkoon (mielellään ensimmäisenä)
- ✓ Älä käytä pilkulla eroteltuja sanoja
- ✓ Hyvä lähtökohta on miettiä millä sanalla itse etsisit asiakkaana kyseistä palvelua
- ✓ Sivun kuvastekstissä kannattaa miettiä myös sitä että teksti on sellainen mikä kiinnostaa asiakasta ja saa klikkaamaan linkkiä
- ✓ Avainsanan tulee esiintyä tekstissä useamman kerran (liiallista toistoa kuitenkin tulee kuitenkin välttää)
- ✓ Kuvaustekstin tulisi olla pituudeltaan yli 50 merkkiä



## **Esimerkki optimoidusta tekstistä hakukoneissa**

Hakukoneet etsivät kuinka monta kertaa hakusana esiintyy tiedoissa. Alla olevassa esimerkissä on lihavoitu ne sanat jotka hakukone löytää tunnistetiedoista jos hakusanana on "Ulkoseinien maalaus"

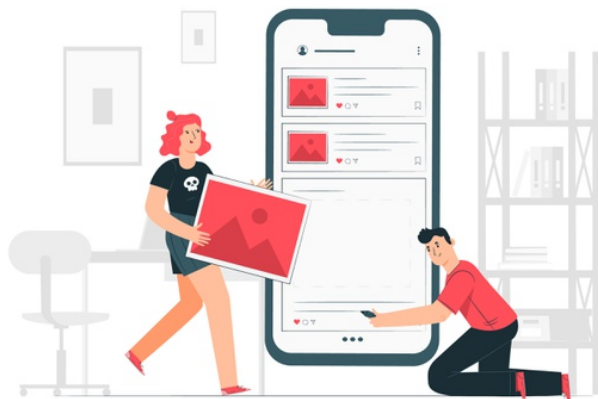


Yksistään tunnistetietojen (title ja description) perusteella sanalle "Ulkoseinien maalaus" **hakukone löytää 4 vastaavuutta** ja on todennäköistä että se löytyy hyvin hakutuloksista, kunhan sillä sivulla mihin linkki hakukoneesta johtaa on tarpeeksi hakusanaa tukevaa sisältöä.

**Kuvausteksti luo myös mielikuvaa laadukkaasta palvelusta ja aktivoi klikkaamaan linkkiä.**

## Sivun sisältö on parasta hakukoneoptimointia

Jotta sivu olisi löydettävissä hakukoneista, pitää sen sisältää tarpeeksi tekstisisältöä ja avainsanoja mihin hakukoneet voivat tarttua. Sisältö rakentuu osista joiden summa on **sopiva avainsanatiheys** ja **hyvä hakukonelöydettävyys**.



## Sisällön pääotsikko on erittäin tärkeä hakukoneiden kannalta

Hakukoneet etsivät ensimmäisenä sivulta sisällön pääotsikkoa. Sen vuoksi sen tulisi alkaa sillä hakusanalla millä halutaan löytyä hakukoneissa.

Pääotsikon jälkeisen kappaleen pitää sisältää myös tarpeeksi avainsanoja joihin hakukoneet voivat tarttua. Ensimmäinen kappale on sisällöltään merkityksellisin myös hakukoneille.

Mitä paremmin sivun sisältö vastaa otsikkotiedoissa ilmoitettua sisältöä, sitä paremmin hakukoneet sijoittavat sivun hakutuloksissa eri hakusanoilla ja hakusanapareilla.

## Hakukoneet arvostavat eniten yksilöllistä sisältöä

Hakukoneet arvostavat eniten yksilöllistä sisältöä ja yksilöllinen sisältö toimii valmistajan sivulta kopioitua "yleissisältöä" tehokkaammin. Varsinkin verkkokaupassa tuotekuvaustekstin pitää olla sellainen että ostaja **samaistuu** tuotteen käyttäjäksi tai ostajaksi.

Esim. Onko tuote aloittelijalle / kokeneemmalle, mihin tai millaisessa käyttöympäristössä sitä voi käyttää, sopiiko sisustukseen. **Mielikuva luo tarpeen tuotteen ostamiselle.**

## Myös tärkeiden sanaparien korostus kannattaa

Tekstin lihavoinnilla voi korostaa tiettyä hakusanaa tai hakusanaparia. Tämä on hakukoneelle merkki muuta sisältöä tärkeämmästä sisällöstä. Lihavoitua on syytä kuitenkin käyttää harkiten, ei "alleviivaustussina" jolla lihavoidaan kaikki avainsanat.

## Sisällön pitää olla loogisessa järjestyksessä

Pääotsikko käyttää oletuksena otsikkotyylä <H1> ja seuraavaksi tärkeimpien kappaleiden otsikoiden tulisi käyttää otsikkotyylä <H2> ja siitä eteenpäin otsikkotyylejä <H3> - <H6>. Hakukoneiden on vaikea muodostaa käsitystä sisällön tärkeydestä jos otsikot eivät ole kronologisessa järjestyksessä.



### Vinkkejä sisällön hakukoneoptimointiin

- ✓ Avainsanan tulee esiintyä tekstissä useamman kerran (liiallista toistoa kuitenkin tulee kuitenkin välttää)
- ✓ Muodosta avainsanapareja yksittäisen sanan sijaan esim. ulkomaalaus -> omakotitalon ulkomaalaus
- ✓ Pidä mielessä että sivun sisältö on tarkoitettu asiakkaallesi , ei Googlelle. Sisällön tulee sisältää avainsanoja, mutta teksti on suunnattu asiakkaalle joka ostaa palveluita tai tuotteita.
- ✓ Mieti mitä tietoa asiakas hakee/tarvitsee ennen ostopäätöksen tekoa. Tämän kautta tekstin koostaminen on helpompaa ja sisältö vastaa silloin paremmin asiakkaan tarpeita. Alaotsikot tarjoavat syventävää sisältöä aiheeseen.
- ✓ Jaottele sivun sisältö samaan tapaan kuin jaottelisit sen esimerkiksi Wordissä: Ensin pääotsikko, sitten tärkein tekstikappale sen jälkeen alaotsikko ja tekstikappale. Selkeästi jaoteltu sisältö on myös helppoa lukea.



## Esimerkki optimoidusta sivun sisällöstä

Alla esimerkki sivun tekstikappaleista joka on optimoitu hakusanalle "Ulkoseinien maalaus".

### **ULKOSEINIEN MAALAUUS** (pääotsikko <H1>)

Ulkoseinien maalaus on nyt ajankohtaista! Ulkoseinien maalaus lisää kiinteistön arvoa ja tuo uuden kodin tunnetta. Maalaukset toteutamme 30 vuoden kokemuksella.

### **Mikä on paras ajankohta ulkoseinien maalaukseen** (alaotsikko <H2>)

Ulkoseinien maalaukseen paras ajankohta on kesä. Silloin ulkoseinät kuivuvat nopeasti ja toinen maalikerros voidaan tehdä nopeasti.

[Kysy tarjous ulkoseinien maalauksesta >](#)

Hakukoneet etsivät kuinka monta kertaa hakusana esiintyy sisällössä.

"Ulkoseinien maalaus" esiintyy pääotsikon lisäksi sivun ensimmäisessä tekstikappaleessa **2 kertaa**, alaotsikossa ja sen alapuolisessa kappaleessa **2 kertaa** ja sisäisessä linkissä kerran. Sivusta löytyy siis yhteensä **6 vastaavuutta** hakusanalle "Ulkoseinien maalaus". Tämä lisää mahdollisuutta löytyä hakusanalla korkeammalta hakutuloksissa.

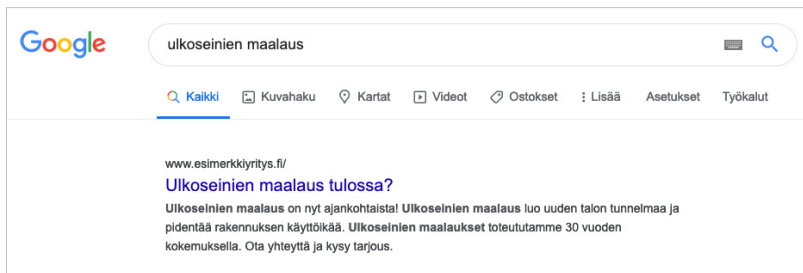
Sivu voi löytyä myös hakusanalla "Mikä on paras ajankohta ulkoseinien maalaukseen" koska muu sisältö liittyy aiheeseen.

# Optimoitu sivu hakukoneessa

Kun olet optimoinut sekä sivun **tunnistetiedot** (title ja description) hakukoneisiin sekä laittanut **sivun sisällön** kuntoon, voidaan tarkastella tuloksia esimerkissä olleelle hakusanalle "Ulkoseinien maalaus".

## Tunnistetiedot (title ja description)

Hakusana löytyy sivun otsikosta kerran ja 3 kertaa sivun kuvaustekstistä.



## Sivun sisältö

Hakusana löytyy pääotsikon lisäksi ensimmäisestä kappaleesta 2 kertaa, alaotsikossa ja sen alapuolisessa kappaleessa 2 kertaa ja sisäisessä linkissä kerran. Sivusta löytyy siis yhteensä 6 vastaavuutta hakusanalle "Ulkoseinien maalaus".

### **ULKOSEINIEN MAALAUUS** (pääotsikko <H1>)

Ulkoseinien maalaus on nyt ajankohtaista! Ulkoseinien maalaus lisää kiinteistön arvoa ja tuo uuden kodin tunnetta. Maalaukset toteutamme 30 vuoden kokemuksella.

### **Mikä on paras ajankohta ulkoseinien maalaukseen** (alaotsikko <H2>)

Ulkoseinien maalaukseen paras ajankohta on kesä. Silloin ulkoseinät kuivuvat nopeasti ja toinen maalikerros voidaan tehdä nopeasti.

[Kysy tarjous ulkoseinien maalauksesta >](#)

## Yhteensä 10 osumaa hakusanalle "Ulkoseinien maalaus"

On siis hyvä mahdollisuus että sivu löytyy tällä hakusanalla korkealta hakutuloksissa koska hakusanalle löydetään 10 vastaavuutta.



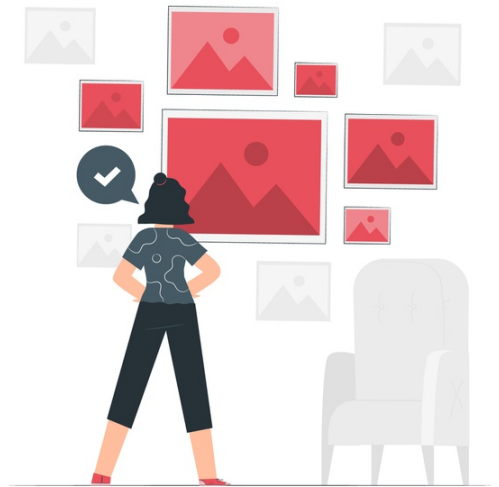
## Kuvahaku tuo asiakkaita etenkin verkkokaupan puolella

Moni asiakkaistasi käyttää myös hakukoneiden kuvahakua ennen ostopäätöstä. Kuvahaku on tärkeä toiminto etenkin verkkokaupassa, kun etsitään tietynlaista tuotetta esimerkiksi kodin sisustukseen.

Kuvahakua käytetään esimerkiksi siinä tapauksessa jos etsitään tuotetta, mutta asiakkaalla ei ole vielä tarkasti tiedossa millaisia tuotetta etsii.

Kuvahaku antaa helposti ja visuaalisesti tarjolla eri vaihtoehdot tuotteelle. Kuvista johtaa linkki sivustolle, millä kuva sijaitsee. Siksi myös kuvahaku tuo asiakkaita sivustolle tai verkkokauppaan.

Esim. Kokeile tehdä haku keltainen sohva hakusanalla. Kummalla tavalla löydät helpommin sopivan tuotteen: Kuvahakua käyttäen vai tekstipohjaisista hakutuloksista?



## Kuvatiedoston nimi kertoo mistä tuotteesta on kyse

Kuvatiedostot tulee nimetä aiheeseen sopivalla tavalla ennen ylläpitojärjestelmään siirtoa. Jos ajatellaan esimerkiksi kuvahakuun kirjoitettua hakusanaa "Keltainen sohva"

Löydettävyys kuvahaussa on **huomattavasti parempaa** jos tiedoston nimenä on : keltainen-sohva.jpg sen sijaan että käytettäisiin kamerasta tai puhelimesta tulevaa oletusmuotoa IMG\_1234.jpg.

Tämä on ymmärrettävää kun miettii että pelkän nimen perusteella pitäisi tunnistaa mitä kuva esittää. Näin myös hakukoneet toimivat.

## Kuvateksti kertoo hakukoneille mihin aiheeseen kuva liittyy

Kuvatekstiä (alt-tekstiä) hyödynnetään hakukoneiden kuvahauissa sekä se toimii myös yhtenä kohtana mihin hakukoneet tarttuvat sivuston sisällössä. Hakukone etsii kuvista alt-tekstiä, ja saa osuman hakusanalle vaikka tiedostonimi ei sitä kertoisi suoraan.

## Onneksi olkoon nyt sinulla on perusteet hallussa !

Hakukonesijoitukseen vaikuttaa yli 100 eri tekijää joten aina hyvälläkään sisällön optimoinnilla ei aina pääse ensimmäiselle sivulle.

Alla vielä muutamia asioita millä on vaikutusta sijoituksiin.



## Teknisesti laadukas sivusto on korkeammalla hakutuloksissa

Hakukoneet painottavat hakutuloksissa mobiililaitteilla nopeasti toimivia sivustoja. Teknisesti laadukas sivusto antaa paremmat mahdollisuudet päästä hakutuloksissa paremmille sijoituksille.

Nopeasti toimivalla sivustolla on **erittäin suuri merkitys myös asiakaskokemuksen kannalta.**

## Laadukkaat ulkopuoliset linkit ja sisäiset linkitykset

Sivustosi sisäiset linkitykset kertovat hakukoneille yhteyden kahden tai useamman eri sisällön välillä. Esim. ulkoseinien maalaus sivulta on hyvä olla linkki sisäpintojen maalaus sivulle tai muihin aiheeseen liittyviin palvelusivuihin.

Jos sivustolle johtaa paljon laadukkaita ulkoisia linkkejä, niin sitä arvokkaammaksi hakukone arvioi sivustosi verrattuna muihin samoja hakusanoja tarjoaviin kilpailijoihin.

## Joskus vaaditaan tueksi myös hakusanamainontaa

Erittäin kilpailluilla aloilla esim. asunnonvälitys tai autokauppa hakutuloksien kärjessä ovat sellaiset sivustot missä kuukausittaisia kävijöitä on yli 100 000. Tällaisissa tapauksissa kohdennettu hakusanamainonta on hyvä vaihtoehto.

---

### Kiinnostuitko hakukoneoptimoinnista tai hakusanamainonnasta?

Ota yhteyttä myyntiimme 010 320 4513 tai laita sähköpostia [info@semio.fi](mailto:info@semio.fi)