

Verkkosivut ja hakukoneoptimointi

**Julkinen yhteenveto
Jaakko Suojasen
esityksestä**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

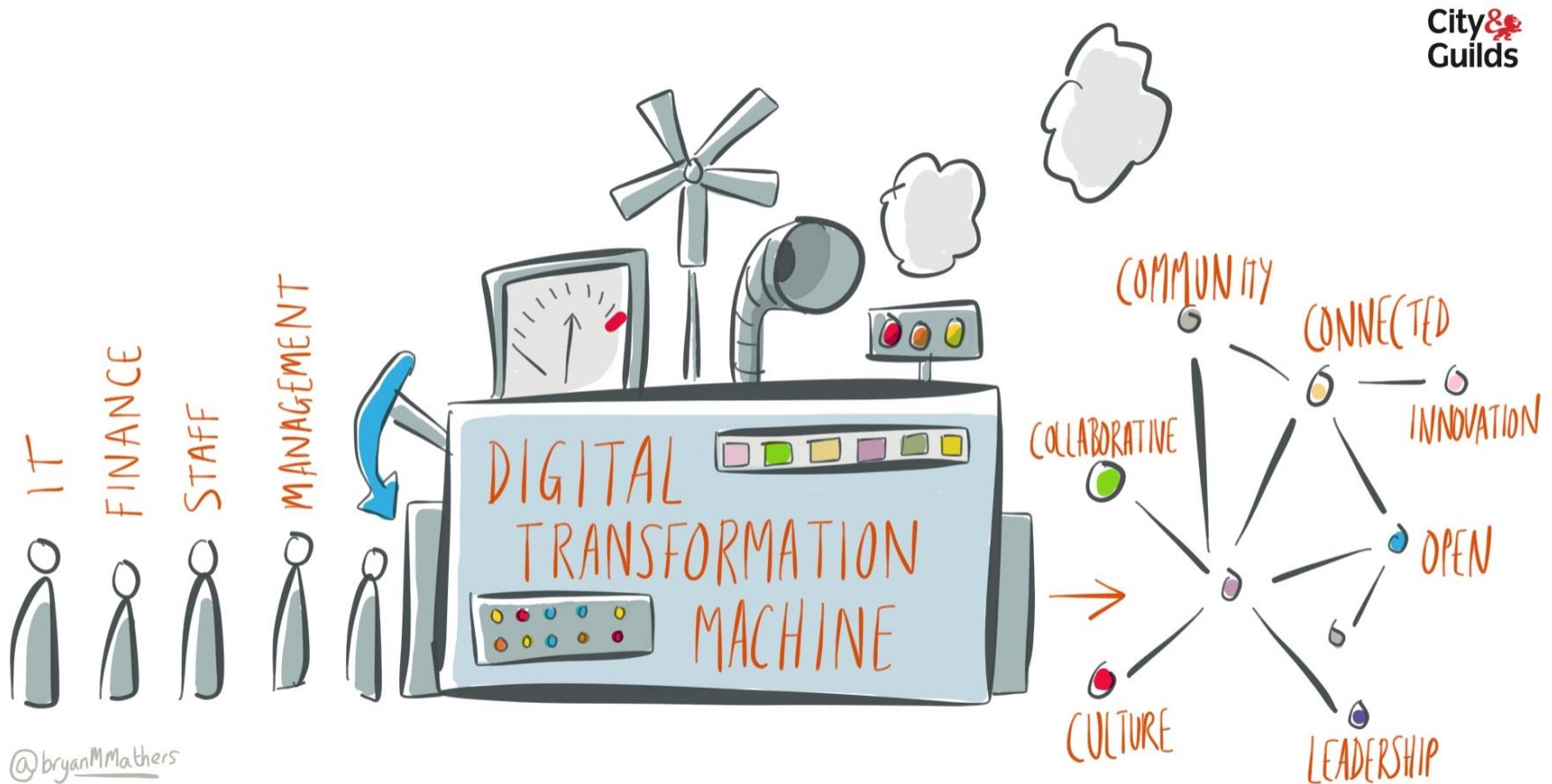
Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Digipolku tukee Keski-Suomen digitalisoitumista.

Kuva: <http://thinkoutloudclub.com/digital-transformation-machine/>



@bryanMathers

Verkkosivut ja hakukoneoptimointi

- Digipolku-hanke järjestää erilaisia digi-aiheisia työpajoja Keski-Suomessa vuoden 2017 loppuun asti. Lisätietoa ja tapahtumat löytyvät verkkosivuiltamme:
www.jyu.fi/digipolku
- Digipolku-hanke on järjestänyt useamman Digimarkkinointi & verkkonäkyvyyden parantaminen – työpajan
- Työpajojen asiantuntijana toimi Jaakko Suojanen Suomen Digimarkkinointi Oy:stä (www.digimarkkinointi.fi)
- Tämä on julkinen yhteenveto työpajoissa nähdystä esityksestä

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Verkkosivusanastoa

- CMS (Content management system) = yleisnimitys tietojärjestelmälle, joka palvelee koko organisaation sisällönhallintaa
- Responsiivinen = kävijän selainkoon mukaan muuttuva sivupohja, esim. sivu toimii ja näkyy hyvin sekä pöytäkoneella että mobiilissa
- Konversio = mahd. moni kävijä toteuttaa verkkosivuille asetetun liiketoiminnallisen tavoitteen
- Bounce rate = välitön poistuminen prosenteissa
- Laskeutumissivu = sivu, jolle kävijät ohjataan esim. hakukoneista tai mainoksista
- Webhotelli = palveluntarjoaja, jolta voi vuokrata kiintolevytilaa verkkosivuja ja muita verkkopalveluita varten
- Domain = Internetin verkkotunnus, esim. suomalainen ylätason verkkotunnus on .fi tai kaupallinen verkkotunnus .com

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Miksi yrityksellä on verkkosivut?

- Verkkosivuilla voi olla erilaisia tavoitteita.
Esimerkiksi
 - Kertoa lisätietoa yrityksestä ja kertoa asiakkaalle osoitetiedot
 - Esitellä tuotteita tai palveluita
 - Myydä tuotteita tai palveluita
- Mikä sinun tavoitteesi on?

Millaiset ovat hyvät verkkosivut?

Kuva: EFF Photos. CC. bit.ly/1WB8TPW



EFF Photos. CC. bit.ly/1WB8TPW

Hyvät verkkosivut

- Kuten kaikessa markkinoinnissa, täytyy aloittaa asiakkaasta.
- Suunniteltaessa otettava huomioon kohdeyleisö
- Useampi kohdeyleisö jaetaan ostajapersooniksi ja puhutellaan kaikki
- Verkkosivuilla tila ei ole rajattu, pystyt rakentamaan myyntipolut vaikka jokaiselle persoonalle
- Ostoprosessi (mitä tietoja myyjiltäsi kysytään?)
- Puhu heidän ongelmistaan, älä omistasi

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Hyvät verkkosivut

- Hyviltä sivuilta ihmiset löytävät etsimänsä
- Yritys tarjoaa ratkaisun asiakkaan ongelmaan
- Sivuilla on selkeä rakenne
- Hakukenttä auttaa asiakasta löytämään etsimänsä
- Hyvät verkkosivut saavat kävijän toimimaan. Toiminta voi olla esim. yhteydenotto, oppaan lataus tai tuotteen ostaminen

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Hyvät verkkosivut

- Löytyvät Googlesta
- Ovat mitattavat. Esimerkiksi ilmainen Google Analytics sopii kävijämäärien mittaamiseen:
www.google.com/analytics
- Hyvien verkkosivujen kaava = liikenne x konversio.
Pelkkä liikenne ei riitä vaan ihmiset tulisi saada tekemään haluttu toimenpide, esim. osto, varaus tms.

Kohti tehokkaita verkkosivuja

1. Ymmärrys asiakkaista
2. Ymmärrys sivuston tavoitteista
3. Mittaus ja mittaristo kuntoon
4. Liikennemäärän kehittäminen
5. Konversioprosentin kehittäminen

Liikennemäärän kehittäminen

- Hakukoneoptimointi
- Sisältömarkkinointi
- Google adwords
- Sosiaalinen media
- Sähköpostimarkkinointi
- Linkit muilta sivustoilta



Puhuttele asiakasta

- Mikä on hänen ongelmansa?
- Mitä hyötyä sinun ratkaisustasi on?
- Vastaatko tarpeellisiin kysymyksiin?
- Poistatko epäröinnin?

Esimerkkejä verkkosivualustoista

- Kotisivukone
- Wix
- Wordpress
- Drupal
- Joomla

Miten hakukoneoptimointi toimii?

1. Sivuston sisäinen optimointi

- Hakusanatutkimus
- Tekninen toteutus ja rakenne (Nopeus, urlit, sisäinen linkitys)
- Sisältö (Kuvat, videot & tekstit)

2. Sivuston ulkoinen optimointi

- Sosiaalinen media (FB, Google+, twitter, LinkedIn)
- Linkit (Yhteistyökumppanit, Blogit, Alan sähköiset lehdet ja mediat)

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Hakusanatutkimus

- Yrityksen missio, miksi se on olemassa?
- Millä hakusanoilla yritys halutaan löytyvän?
- Mitä hakulauseita asiakkaat käyttävät?
- Laajennetaan lista www.ubersuggest.org työkalulla.
- Tarkistetaan näiden hakumäärät adwords.google.fi
- Luodaan oma laskeutumissivu jokaiselle hakusanalle & hakulauseelle.

Työkaluja

- Google Analytics | google.fi/analytics
- Googlen avainsanatyökalu | adwords.google.fi
- Moz | www.moz.com
- Screaming Frog |
- Ubersuggest.org |
- SEMrush

Kirjavinkki

- Steve Krug: Älä pakota minua ajattelemaan. Tervettä järkeä verkkosuunnitteluun.
- Julkaistu: 2006-01
- Kustantaja: readme.fi
- ISBN: 9789525592634

