

LM&
SOM
ECO

Hakukoneoptimoinnin perusteet

21.9.2023



Lauri Saarinen

Digital Marketing Specialist

Sosiaalisen median markkinointi, SEO, SEM ja analytiikka.

Ohjelmassa

1. Mitä on hakukoneoptimointi?
2. Miten hakukone toimii?
3. Katsaus Googlen hakutulossivuun
4. Mitkä asiat vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen?

Mitä on hakukoneoptimointi?

Hakukoneoptimointi lyhyesti

- Usein käytetään myös englannista tulevaa termiä SEO eli Search Engine Optimization
- Mitä on hakukoneoptimointi?
 - SEO on prosessi, jolla parannetaan verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneiden tulossivuilla.
 - SEO:lla voidaan parantaa verkkosivuston liikennettä, liidejä ja myyntiä.
- Miksi hakukoneoptimointi on tärkeää?
 - Hakukoneet ovat tärkein kanava, jolla ihmiset löytävät verkkosivustoja.
 - SEO:lla voidaan varmistaa, että verkkosivut näkyvät hakutulosten kärjessä, jolloin ne löytää mahdollisimman moni ihminen.

Hakukoneoptimointi tähtää orgaanisen hakukonenäkyvyyden parantamiseen ja verkkosivuliikenteen kasvattamiseen.

Optimoimalla verkkosivut autat Googlea ymmärtämään sisältösi paremmin, jolloin sivusi voidaan indeksoida ja näyttää oikeiden hakujen tuloksina.

**Optimointi perustuu
sivuston tekniseen optimointiin,
laadukkaisiin hakusanoja
vastaaviin teksteihin
ja ulkopuolisilta sivustoilta
tehtäviin linkityksiin.**

Tavoitteena on parantaa
verkkosivukävijöiden *laatua* ja kasvattaa
verkkosivuliikenteen *määrää*.

Hakukoneoptimoinnissa tärkeää on tuntea
mitä ja miten ihmiset etsivät verkossa.

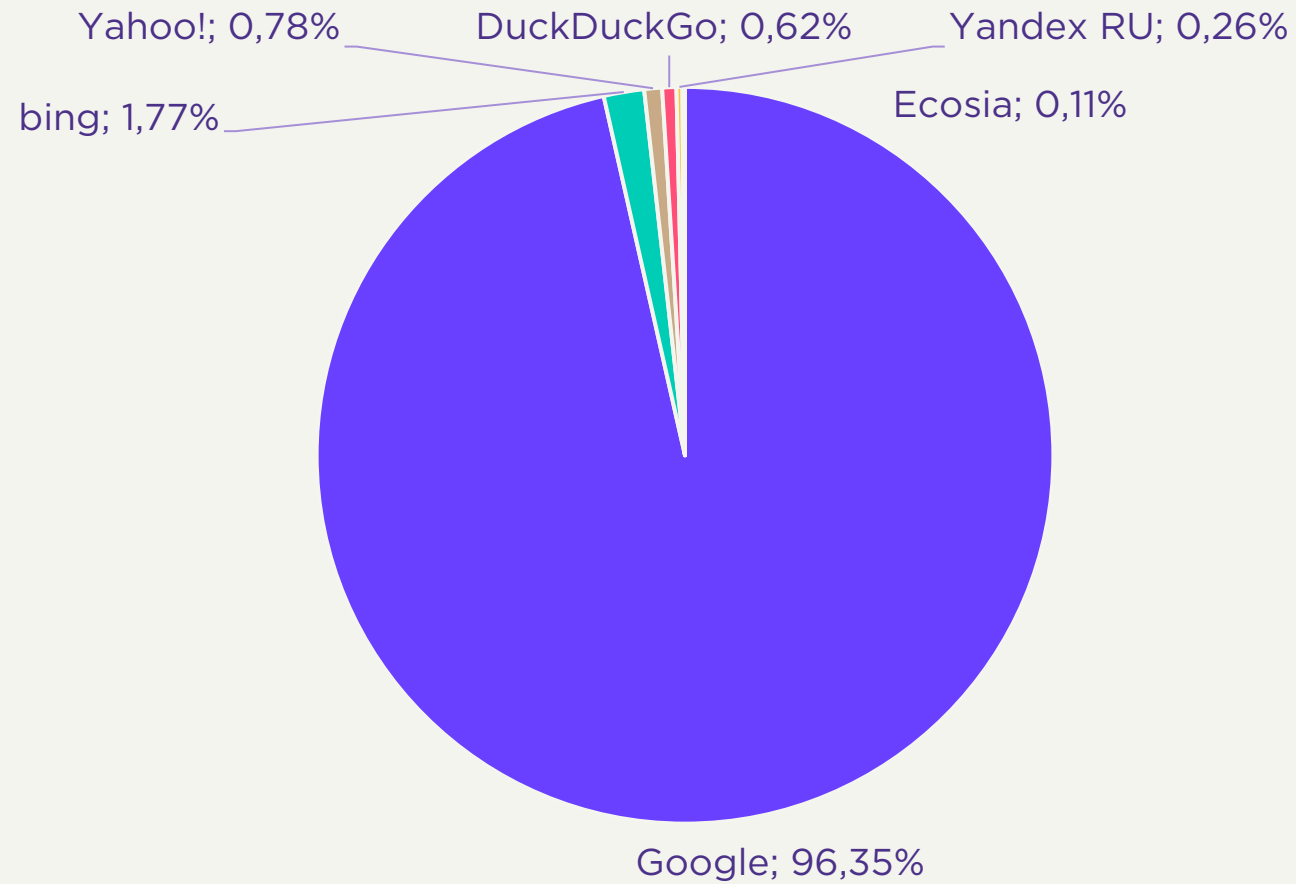
Mitä hakusanoja käytetään?

Millaisiin ongelmiin etsitään ratkaisuja?

Mitä ihmiset hakevat verkosta?

Miten hakukone toimii?

Hakukoneiden käyttö Suomessa



**Hakukone on “vastauskone”, joka yrittää
tuoda silmiesi eteen ne sivut, jotka
hyödyttäisivät sinua eniten.**

Hakukoneet etsivät ja luetteloivat verkkosisältöjä ja järjestävät ne sen mukaan, miten hyvin ne vastaavat hakutermiä.

**Googlen päätavoite on tarjota vastaus
hakijoiden kysymyksiin.**

**Näin ollen tärkeintä onkin, että käyttäjän
kokemus sivustolla on hyvä.**

Sisältö on edelleen kuningas.

Laadukas sisältö auttaa vierailijaa, pidentää verkkosivulla vietettyä aikaa ja lisää sitoutuneisuutta.

**Tekoälysovellukset muokkaavat
parhailaan hakukoneiden
perustavanlaatuisia toimintatapoja
voimakkaasti.**

Miten hakukone toimii?

- 1. Crawling eli kartoitus tai selaus
- Hakukoneen botit, ryömijät, etsivät uutta tai päivitettyä sisältöä verkosta.
- Ryömijä aloittaa hakemalla muutaman verkkosivun, joista se jatkaa eteenpäin seuraamalla sivulla olevia linkkejä ja etsii lisää uusia sisältöjä.

Millaista sisältöä hakukone lukee?

- Verkkosivutekstit
- Kuva
- PDF
- Video

Millaista sisältöä hakukone ei lue?

- Kuvassa oleva teksti
- Sisäänkirjautumisen takana olevat sivut
- Lomakkeen takana olevat sivut
- Sivut, joille ei linkitetä mistään (omilta tai ulkopuolisilta sivuilta)

Miten hakukone toimii?

- 2. Indeksointi
- Hakukone tallentaa löytämänsä sisällöt tietokantaan, indexiin, ja järjestää ne tiettyjen hakutermien alle.
- **Vinkki!** Tarkista mitkä sivustosi sivut löytyvät Googlen indexistä kirjoittamalla hakukenttään *site:verkkosivusiosoite.fi*

Miksei sivuni löydy hakukonetuloksista?

- Sivustosi on uusi, eikä sitä ole vielä kartoitettu.
- Sivustollesi ei linkitetä miltään ulkopuoliselta sivustolta.
- Sivustosi navigaatio estää botin tehokkaan selaamisen.
- Sivustosi koodi estää hakukoneiden kartoittamisen.
- Google rankaisee sivustoasi spämmäävien tekniikoiden käyttämisestä.

Miten hakukone toimii?

- 3. Sijoitus
- Kun haku tehdään, hakukone hakee tietokannasta sisällöt, jotka parhaiten vastaa hakutermiä. Tulokset järjestetään relevanteimmasta vähiten relevanttiin.

Robots.txt -tiedoston avulla voit kertoa hakukoneille, mitä sivuja ryömijöiden tulisi selata ja mitä ei.

<https://www.turku.fi/robots.txt>

Search intent - Mitä hakija etsii?

- Search intent, eli hakijan tarpeeseen vastaaminen, on yksi tärkeimpiä hakukonenäkyvyyteen vaikuttavista tekijöistä.
- Älä mieti, mitkä avainsanat ovat tärkeitä yrityksellesi, vaan mitä termejä potentiaaliset asiakkaat käyttävät etsiessään ongelmaansa ratkaisua.
- Mieti myös, minkälaista sisältöä hakija kaipaa käyttäessään tiettyä avainsanaa.

Millaisessa tilanteessa haku tehdään?

- Etsitään nopeaa vastausta kysymykseen
- Halutaan vertailla syvällisesti kahta eri tiedonlähdettä tai tuotetta/palvelua päätöksen tekemiseksi
- Halutaan saada laaja yleiskatsaus
- Ollaan uteliaita
- Ammatillinen tai tieteellinen mielenkiinto
- Monisuuntainen tutkiskelu

Googlen algoritmi määrää, miten sivut sijoittuvat hakutuloksiin.

**Luo arvoa verkkosivuvierailijoillesi,
ja hakukoneoptimoinnin
strategiasi on jo pitkällä.**

Mieti käyttäjää, älä Googlea.

**Voit tutkia millä sisällöillä kilpailijasi
nousevat hakutuloksien etusivulle.**

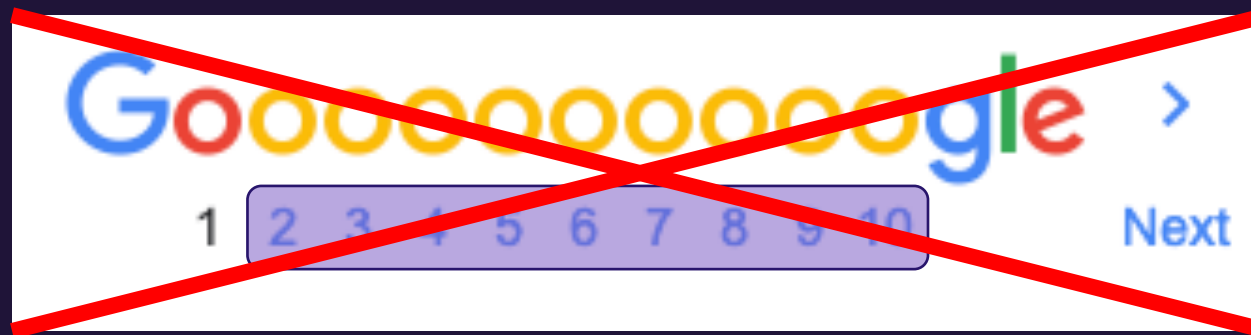
Millaista sisältöä he julkaisevat, mitä sinä et?

Hakutulossivu eli SERP (Search Engine Results Page)

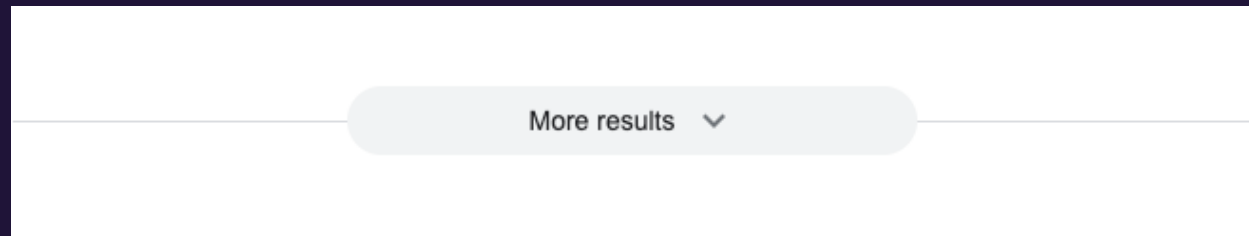
Aikaisemmin paras paikka piilottaa ruumis
oli Googlen hakutulosten toinen sivu.



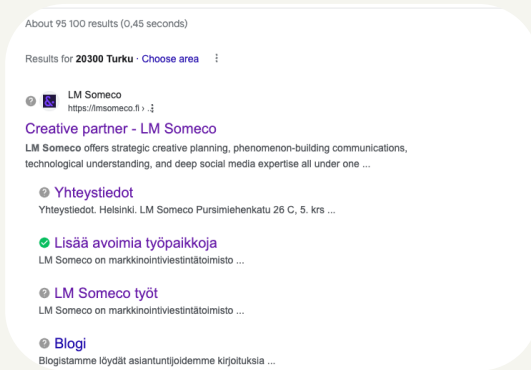
Nykyään sivukohtainen selausvalikko on jo poistettu



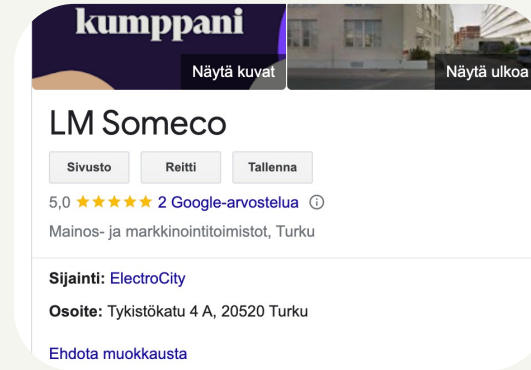
Ja tilalla on loputon selaus/infinite scroll



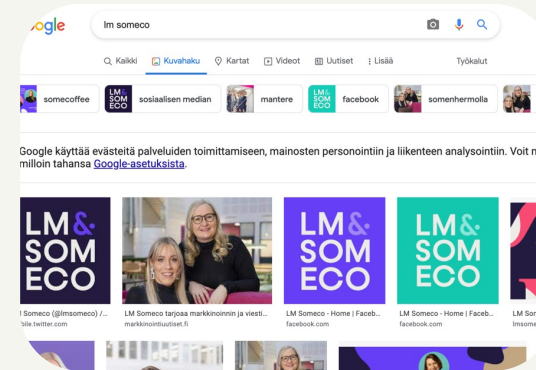
Hakutulossivun osat



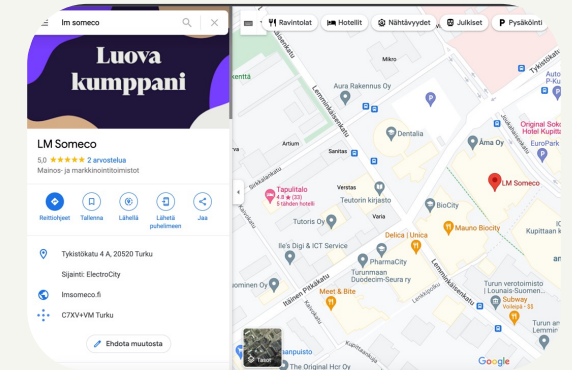
Hakutulokset



Google Business –
profiili
hakutuloksissa



Kuvahaku



Kartta (Business-
profiili)

Mitä hakutuloksissa näkyy?

Mainos



Google

[Kaikki](#) [Kuvahaku](#) [Kartat](#) [Videot](#) [Lisää](#) [Asetukset](#) [Työkalut](#)

Noin 49 200 000 tulosta (0,45 sekuntia)

Mitä Tehdä Helsingissä | Uudenlainen Helsinki-elämys

[Mainos](#) fi.flyingcinematour.com/Helsinki

Näe Helsingin nähtävyydet yhdellä kertaa. Tutustu Flying Cinema Helsinkiin! Näytökset 15 min välein. 50-paikkainen teatteri. Yksitystilaisuudet. Unohtumaton kokemus. Avoinna ympäri vuoden.

Tarjous: 10% alennusta: Ennakkoliput netistä

[Katajanokanlaituri 2 B, Helsinki](#) - 050 4652273 - Avoinna tänään · 9.00–19.00





Ohjelmisto

Liidä läpi Helsingin.
Istu, kiinnitä turvavyö ja ylläty!

Ryhmillle

Järjestä jotakin sävyttävää.
Tutustu ryhmätarjouksiin täällä!

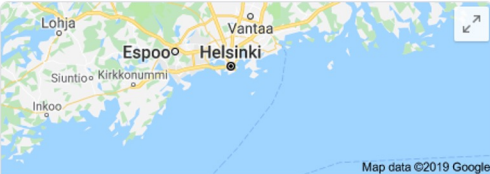
Tekemistä: Helsinki

 <p>Suomenlinna Unescon listaama 1700-luvun linnoitus</p>	 <p>Helsingin tuomiokirkko Näyttävä kirkkorakennus 1800-</p>	 <p>Temppeliaukion kirkko Kallioon louhittu kirkko 1960-luvulta</p>	 <p>Kauppatori Torikaupan tunnelmaa joka päivä</p>
---	---	---	--

[Lisää tekemistä](#)

[Tekemistä Helsinkiin – 50 parasta aktiviteettia, kahvilaa ja nähtävyyttä](#)
<https://kotiliesi.fi> > Ihmiset ja ilmiöt > Matka

18.5.2018 - tekemistä Helsinkiin, mitä tehdä helsingissä, tekeminen helsinki, ... Listasimme yli 50 ideaa, mitä kesäisessä Helsingissä voi puuhata ...



Helsinki

Suomen pääkaupunki

Helsinki on Suomen pääkaupunki ja Uudenmaan maakuntakeskus. Se sijaitsee Suomenlahden pohjoisrannalla Uudenmaan maakunnan keskiosassa. Helsingin naapurikunnat ovat lännessä Espoo, pohjoisessa Vantaa ja idässä Sipoo. Kaupungissa on 650 033 asukasta. [Wikipedia](#)

Sää: 22 °C, tuulensuunta kaakko, tuulennopeus 3 m/s, ilmankosteus 67 %

Väkiluku: 631 695 (2016) Yhdistyneet kansakunnat

Suunnittele matka

[Matkaopas: Helsinki](#)

[3 tähden hotellin keskimääräinen hinta 120 €](#), [5 tähden hotellin keskimääräinen hinta 211 €](#)

[Tulevat tapahtumat](#)

Kaupunginosat: [Kamppi](#), [Munkkiniemi](#), [Herttoniemi](#), [Vuosaari](#), [LISÄÄ](#)

Mitä hakutuloksissa näkyy?

Mainos



Google

Kaikki Kuvahaku Kartat Videot Lisää Asetukset Työkalut





Noin 49 200 000 tulosta (0,45 sekuntia)

Mitä Tehdä Helsingissä | Uudenlainen Helsinki-elämys
fi.flyingcinematour.com/Helsinki
Näe Helsingin nähtävyydet yhdellä kertaa. Tutustu Flying Cinema Helsinkiin! Näytökset 15 min välein. 50-paikkainen teatteri. Yksityistilaisuudet. Unohtumaton kokemus. Avoinna ympäri vuoden.
Tarjous: 10% alennusta: Ennakkoliput netistä
Katajanokanlaituri 2 B, Helsinki - 050 4652273 - Avoinna tänään · 9.00–19.00

Ohjelmisto
Liidä läpi Helsingin.
Istu, kiinnitä turvavyö ja ylläty!

Ryhmillä
Järjestä jotakin sävyttävää.
Tutustu ryhmätarjouksiin täällä!

Tekemistä: Helsinki

 <p>Suomenlinna Unescon listaama 1700-luvun linnoitus</p>	 <p>Helsingin tuomiokirkko Näyttävä kirkkorakennus 1800-</p>	 <p>TempPELLIAUKION kirkko Kallioon louhittu kirkko 1960-luvulta</p>	 <p>Kauppatori Torikaupan tunnelmaa joka päivä</p>
---	---	--	--

[Lisää tekemistä](#)

Tekemistä Helsinkiin – 50 parasta aktiviteettia, kahvilaa ja nähtävyyttä
<https://kotiliesi.fi> > Ihmiset ja ilmiöt > Matka
18.5.2018 - tekemistä Helsinkiin, mitä tehdä helsingissä, tekeminen helsinki, ... Listasimme yli 50 ideaa, mitä kesäisessä Helsingissä voi puuhata ...

Helsinki
Suomen pääkaupunki

Helsinki on Suomen pääkaupunki ja Uudenmaan maakuntakeskus. Se sijaitsee Suomenlahden pohjoisrannalla Uudenmaan maakunnan keskiosassa. Helsingin naapurikunnat ovat lännessä Espoo, pohjoisessa Vantaa ja idässä Sipoo. Kaupungissa on 650 033 asukasta. [Wikipedia](#)

Sää: 22 °C, tuulensuunta kaakko, tuulennopeus 3 m/s, ilmankosteus 67 %

Väkiluku: 631 695 (2016) Yhdistyneet kansakunnat

Suunnittele matka

Matkaopas: Helsinki

3 tähden hotellin keskimääräinen hinta 120 €, 5 tähden hotellin keskimääräinen hinta 211 €

Tulevat tapahtumat

Kaupunginosat: Kamppi, Munkkiniemi, Herttoniemi, Vuosaari, LISÄÄ

Dynaaminen tulos / SERP feature



Dynaaminen tulos / SERP feature

Mitä hakutuloksissa näkyy?

Mainos



The screenshot shows a Google search for 'mitä tehdä helsingissä'. The search bar is at the top with the Google logo on the left and search icons on the right. Below the search bar are filters for 'Kaikki', 'Kuvahaku', 'Kartat', 'Videot', 'Lisää', 'Asetukset', and 'Työkalut'. The search results show approximately 49,200,000 results in 0.45 seconds. The top result is a paid advertisement for 'Mitä Tehdä Helsingissä | Uudenlainen Helsinki-elämys' from fi.flyingcinematour.com/Helsinki. The ad includes a description, a discount offer, and contact information. Below the ad is a map of Helsinki. The main organic search results include a 'Tekemistä: Helsinki' section with four featured items: Suomenlinna, Helsingin tuomiokirkko, TempPELLIAUKION kirkko, and Kauppatori. At the bottom, there is an organic result for 'Tekemistä Helsinkiin – 50 parasta aktiviteettia, kahvilaa ja nähtävyyttä' with a URL and a brief description.

Dynaaminen tulos / SERP feature



Ensimmäinen orgaaninen hakutulos



Dynaaminen tulos / SERP feature

Mitä hakutuloksissa näkyy?

The screenshot shows a search engine results page for the query "lm someco". The search bar at the top contains "lm someco" and has a search button. Below the search bar, there are navigation options: "Kalkki", "Kuvahaku", "Kartat", "Ostokset", "Videot", "Lisää", and "Työkalut". The search results show "Noin 16 100 tulosta (0,53 sekuntia)". The first result is for "https://lmsomeco.fi" with the title "LM Someco - Luova kumppani". The description reads: "LM Someco on suomalainen, työntekijöittensä omistama markkinointiviestintätoimisto. Yksi tavoitteistamme on onnellisuus. Sitä tuotamme esimerkiksi tekemällä ...". Below the description are links for "Yhteystiedot", "Blogi", "Työt", and "Sosiaalinen ja ostettu media". A second result is for "https://www.finder.fi" with the title "LM Someco Turku - Y-tunnus: 1898770-4 - Finder". The description reads: "LM Someco Turku on perustettu vuonna 2004. Se on osakeyhtiö, jonka kotipaikka on Turku, ja".



The Google Business profile snippet for "LM Someco" includes:

- Logo: "Luova kumppani"
- Map: Shows location in Turku, Finland, near Tykistökatu and Kupittaa.
- Buttons: "Näytä kuvat", "Näytä ulkoa", "Sivusto", "Reitti", "Tallenna".
- Rating: 5,0 stars, 2 Google-arvostelua.
- Address: Mainos- ja markkinointitoimistot, Turku.
- Location: Sijainti: ElectroCity.
- Address: Osoite: Tykistökatu 4 A, 20520 Turku.
- Link: Ehdota muokkausta.
- Section: Lisää puuttuvat tiedot.
- Links: Lisää paikan puhelinnumero, Lisää aukioloajat.




Google Business
-profiili
(aiemmin nimellä
Google My Business)


Kuvahaku


Google  

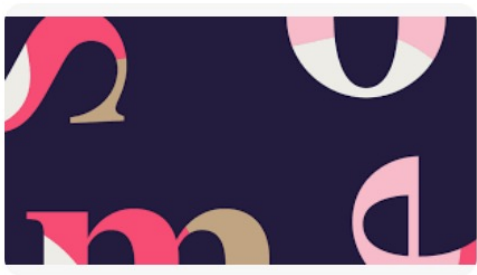
[Kaikki](#) [Kuvahaku](#) [Kartat](#) [Videot](#) [Uutiset](#) [Lisää](#) [Työkalut](#) [Kokoelmat](#) [SafeSearch](#)


[LM & SOM ECO digital marketing](#) [viestinnän](#) [sosiaalinen media](#) [avoimet työpaikat](#) [somenhermolla](#) [somecoffee](#) [minna valtari](#) [twi](#)



Markkinointihakemisto
LM Someco - Markkinointi...



MarkkinointiUutiset
LM Someco tarjoaa markkinoinnin ja viest...



Facebook
LM Someco - Home | Faceb...

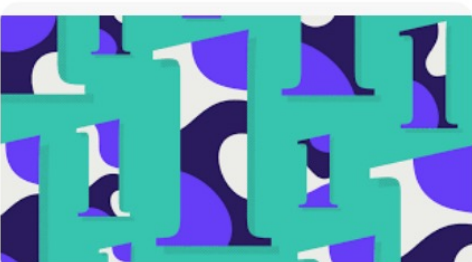

lmsomeco.fi
LM Someco - Luova kumppani



Minna Valtari
Kauppalehti 27.4.2021: Fuusio juur...

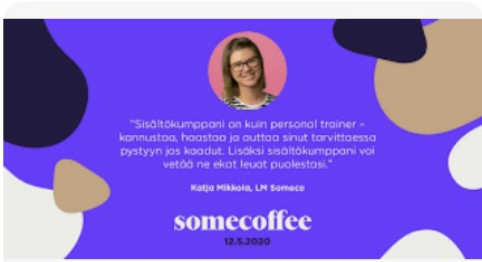

LM Someco
LM Someco - Contact i...


LM & SOM ECO








"Sisältökumppani on kuin personal trainer - kannustaa, haastaa ja auttaa sinut tarvittaessa pystyyn jos kaadut. Lisäksi sisältökumppani voi vetää ne ekat leuat puolestasi."
Katja Mikkola, LM Someco
somecoffee
12.5.2020

Kartta

LM Someco

5,0 ★★★★★ 1 arvostelu ⓘ
Mainos- ja markkinointitoimistot

Reittiohjeet Tallenna Lähellä Lähetä puhelimeen Jaa

Pursimiehenkatu 26 C, 00130 Helsinki

lmsomeco.fi

5W5M+8P Helsinki

Lähetä puhelimeesi

Lisää nimi

Luova kumppani

Ravintolat Hotellit Tekemistä Julkiset Pysäköinti Apteekit Pankkia

Telakanpuistikko Merikortteli Alepa Perämiehenkatu Bob's Laundry Kanniston leipomo Ravintola Nerone Italianalainen · \$\$ Ravintola Kamo Tietokonekauppa Bitmaster Punavuoren Patina Seaside Garden MIAM Clothing Helsinki Karaoke Bar Restroom Eiran sairaala Mikael Agricolan kirkko

Google Munkkisaari Karttatiedot ©2023 Google Suomi Ehdot Tietosuojat Lähetä palautetta 50 m

**Google haluaa vastata ihmisten ongelmiin
ilman, että heidän pitää lähteä
hakukoneesta.**

Nykyään Google suosiikin dynaamisia tuloksia.

**Esim. “Ihmiset kysyvät myös”,
kuvakaruseitit...**

Osa näistä on automaattisia, joihin hakukoneoptimoinnilla ei voida vaikuttaa.

Esim. Wikipedia, IMDb

Hakukoneoptimoinnilla voi kuitenkin päästä esim. featured snippet- (suositeltu katkelma) tai “Ihmiset kysyvät myös” -kohtiin.

Google on viisaampi, kuin luulemmekaan...

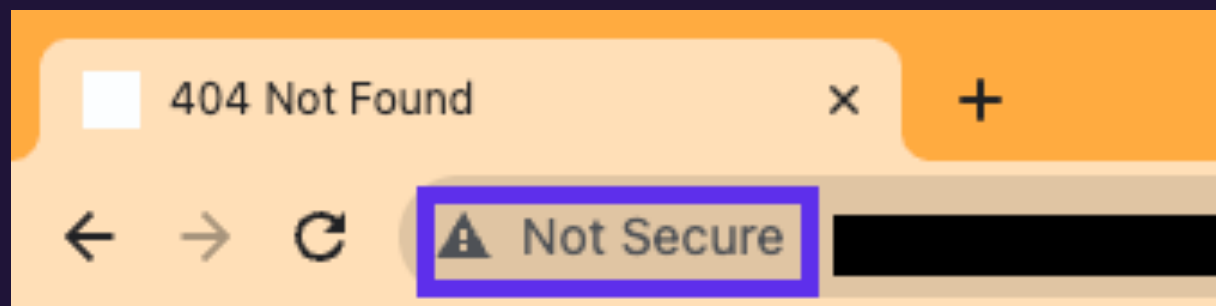
Se ymmärtää yhdyssanoja ja taivutettuja sanoja sekä synonyymejä.

**Vältä kuitenkin monimutkaisia tai
moniosaisia taivutusmuotoja.**

Mitkä asiat vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen?

1. Sivuston turvallisuus ja lähestyttävyys

**HTTPS-yhteys parantaa
käyttäjäkokemusta ja sen puute voi johtaa
korkeampaan poistumisprosenttiin.**



2. *Mobiiliystävällisyys*

**Google suosii responsiivia sivuja
hakutuloksissaan.**

Huomioitavaa:

- Responsiivinen sivu on verkkosivu, joka automaattisesti muuttuu näytön koon muuttuessa
- Tarpeeksi isot fontit, joita pystyy lukemaan pieneltäkin näytöltä (suositus 16 pikseliä)
- Navigointi: onko sivun menuja (valikoita) helppo klikata?
- Sisältö: Onhan sisältö sama, kuin pöytäkoneversiolla? Eihän mikään, esim. mainos, peitä sisältöä? Huomioithan myös, että teksti ei saa ylittää näytön leveyttä ja klikattavat elementit eivät saa olla liian lähekkäin toisiaan.

3. Sivun latausnopeus

**Sivujen latausnopeus on tärkeää
hakukoneoptimoinnin kannalta, etenkin
mobiilissa.**

**Suositteltava latausnopeus on alle 2,5
sekuntia**



As page load time goes from:

1s to 3s the probability of bounce **increases 32%**

1s to 5s the probability of bounce **increases 90%**

1s to 6s the probability of bounce **increases 106%**

1s to 10s the probability of bounce **increases 123%**

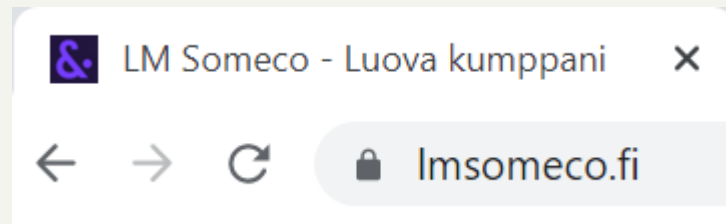
4. Taustatagit ja headerit

SEO-otsikko ja meta description

- Määrittelevät, miltä sivusi näyttää Googlen hakutuloksissa
- SEO-otsikko eli SEO title
- SEO-otsikko voi olla 50–60 merkkiä pitkä.
- Sijoita sivun avainsana otsikkoon ja metakuvaukseen.
- Kuvaile meta description -osiossa tiiviisti ja tarkasti sivun ja tekstin sisältöä. Se auttaa hakukoneita ymmärtämään, mitä sivulla on.
- Metakuvaus vaikuttaa usein klikkauspäätökseen.
- Metakuvauksen pituussuositus on 155 merkkiä. Pituus voi olla 150-300 merkkiä.

Metadata - Title tag

- Title-tagilla merkitään yksittäisen sivun otsikko.
- Otsikko näkyy Googlen hauissa sekä selaimessa.
- Otsikolla on tärkeä merkitys hakijan klikkipäätöksessä ja näin ollen verkkosivuliikenteen määrässä.



5. Käyttäjäkokemus ja sivuston rakenne

**Järjestä sivustosi sisältö niin, että se on
helppo löytää nopeasti.**

Tähän vaikuttaa esim.
-navigaatio
-otsikointi
-sijoittelu

**Muista siis otsikkoa ja metakuvausta
optimoidessasi, että ne oikeasti vastaavat
sivun sisältöä!**

6. Sisällön laatu ja pituus

Laadukas sisältö auttaa vierailijaa, pidentää verkkosivulla vietettyä aikaa ja alentaa välitöntä poistumisprosenttia.

7. Sosiaalinen media

Sosiaalisen median vaikutus hakutuloksiin

- Sosiaalisen median sitoutuneisuudella ja reaktioilla ei ole suoraa vaikutusta hakutuloksiin.
- Sosiaalisen median aktiivisuus kuitenkin parantaa hakutuloksia seuraavilla tavoilla:
 - Parempi näkyvyys verkossa ja enemmän liikennettä verkkosivustolle
 - Korkeampi auktoriteetti ja brändin tunnettuus
 - Laajempi sisältöjen levinneisyys sekä pidempi elinkaari
 - Parempi paikallinen hakukoneoptimointi
 - Facebook-sivun arvosteluilla voi olla vaikutusta sivuston luotettavuuteen

Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa tukee hakukoneoptimointia ja parantaa brändin tunnettua.

Sosiaalisesta mediasta tullut liikenne kasvattaa verkkosivuliikennettä ja voi parantaa sivustosi analytiikkaa.

Kun verkosta löytyy samat yhteystiedot monesta eri paikasta, parantaa se sivuston auktoriteettia.

Sosiaalisen median arvostelut nousevat Googlen haussa

Arvosteluja verkosta

4,3/5 [Facebook](#) · 279 ääntä

8. Laadukkaat linkit

PageRank

- PageRank on yksi osa Googlen algoritmia, joka vaikuttaa hakutuloksiin.
- PageRank mittaa verkkosivujen tärkeyttä analysoimalla siihen johtavien linkkien määrää ja laatua.
- Mitä enemmän linkkejä verkkosivulle ohjaa, sitä laadukkaammaksi ja relevantimmaksi Google kokee verkkosivun.
- Mitä korkeampi auktoriteetti linkittävällä verkkosivustolla on, sitä paremmat mahdollisuudet se antaa nousta Googlen hakutuloksissa.

Linkit – Sisäiset linkit

Linkit jakautuvat kolmeen kategoriaan.

1. Sisäiset linkit

- Sivuston sisäisiä linkkejä, jotka ohjaavat sivulta toiselle. Suosituksena on, että jokaisella sivulla olisi vähintään yksi linkki ja siihen linkitettäisiin joltakin toiselta sivulta. Samalla linkit myös ohjaavat käyttäjää eteenpäin sivustolla.

Sosiaalisen median strategia

Sisäinen linkki

Tutkimuksetkin sen vahvistavat, että sosiaalinen media on kanava [pitkäjänteiseen brändin rakentamiseen](#). Liiketoiminnan tavoitteista, organisaation missiosta ja toimintaa ohjaavasta ideasta johdetaan strateginen suunnitelma sosiaalisen median markkinointiin. [Sosiaalisen median strategia](#) antaa käytännön edellytykset tehokkaan sosiaalisen median markkinoinnin toteutukselle. Strategiatyössä tehdään yleensä kanvasuunnitelma, jossa määritellään kanavien roolit, tavoitteet ja käyttötarkoitukset sekä toisaalta luodaan sisältösuunnitelma ja prosessi, miten sosiaalisen median parissa käytännössä työskennellään.

Linkit – Ulkoiset linkit

2. Ulkoiset linkit

- Sivustolta ulospäin ohjaavat linkit. Tällaisia voivat olla esimerkiksi tutkimuksiin tai relevantteihin auktoriteetin omaavien sivustojen artikkeleihin ohjaavat linkit.

Lupalappu tietojen toimittamiseen

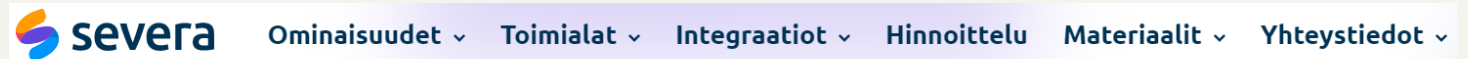
Tavallisesta vierailusta verkkosivuilla ei kerry merkittävää määrää käyttäjän tunnistamisessa auttavia tietoja, mutta tilanne muuttuu käyttäjän kirjautuessa sivuille tai tilatessa verkkokaupasta. Mitä enemmän ja mitä tarkempia tietoja Conversions API:n lähetetään, sitä parempia mahdollisuuksia Meta tarjoaa mainostajalle mainonnan kohdentamiseen.

CAPIn kautta voi lähettää mm. seuraavia tietoja: [\(Voit katsoa koko listan Facebookin ohjeista täältä\)](#) ————— Ulkoinen linkki

Linkit – Paluulinkit eli backlinkit

3. Paluulinkit

- Paluulinkit eli sivustollesi toiselta sivustolta ohjaavat linkit, joilla on suurin vaikutus näkyvyyteen. Google luottaa muiden laadukkaaseen arvioon sivustostasi enemmän kuin omaansa. Sivustolle on hyvä linkittää esimerkiksi tärkeimpien sidosryhmien sivuilta, sosiaalisen median kanavia unohtamatta.



Tukee monipuolista projektityötä

Paluulinkki

[LM Someco](#) on tuore nimi mainostoimistokentässä. Se syntyi 2019 kahden maineikkaan toimiston, Lahtinen & Mantereen ja Somecon fuusioissa. Yhtiö työllistää runsaat 50 ammattilaista ja sen liikevaihto oli vuonna 2019 noin 4,7 miljoonaa euroa. Severa on palvellut Lahtinen & Mantereen [toiminnanohjausjärjestelmänä](#) jo pitkään ja uudessa yhtiössä sen käyttöä on laajennettu.

Mitä enemmän linkkejä, sitä parempi auktoriteetti Googlen silmissä ja sen korkeampi sijoitus hakutulossivulla

9. Kuvat

Kuvien koko yleisin syy hitaaseen latausaikaan

- Tallenna kuvat pienemmässä muodossa
- Käytä oikeaa kuvamuotoa - GIF liikkuvaan kuvaan, JPEG normaaliin kuvaan, PNG korkealaatuiseen kuvaan
- Muista myös tallentaa pikkukuvat (thumbnailit) tarpeeksi pieninä!

Kuvien hakukoneoptimointi

- Nimeä kuvatiedostot suunnitelmallisesti.
- Lisää kuviin alt-tekstit ja tarvittaessa kuvatekstit.
- Tärkein avainsana ainakin yhteen kuvan alt-tekstiin ja tiedoston nimeen.
- Huomioi, ettei Google pysty lukemaan kuvan päällä olevaa tekstiä, joka on lisätty kuvanmuokkausohjelmassa (esim. Photoshop).
- Käytä oletuksena jpg-tiedostoja -> pienempiä ja nopeampia ladata.

Alt-tekstit

- Alt-teksti on kuvaus siitä, mitä kuvassa on.
- Alt-tekstejä, eli vaihtoehtoisia tekstejä käytetään, jotta näkövammaiset ymmärtäisivät, mitä kuvassa esiintyy.
- Myös Googlen ryömijät käyttävät Alt-tekstejä ymmärtääkseen, mitä kuvassa on.
- Mikäli kuva ei jostain syystä lataannu sivulla, alt-teksti tulee kuvan tilalle.
- Käytä alt-teksteissä avainsanoja, mutta muista, että ruudunlukija lukee alt-tekstit ääneen, joten niiden tulee kuulostaa oikealta kieleltä. Kirjoita siis oikeita lauseita!
- Hyvä alt-teksti:
 - Enintään 120 merkkiä pitkä tai 10 sanaa
 - Ruudunlukija ilmoittaa lukijalle alt-tekstin liittyvän kuvaan. Tekstin ei siis tarvitse alkaa ”kuvassa on...”
 - Voit käyttää tekstissä välimerkkejä sekä suur- ja pienaakkosia oikeakielisyyden mukaan. Muista aina lopettaa alt-teksti pisteeseen.

10. Domainin ikä ja auktoriteetti

**60% Googlen hakutuloksien TOP10:ssä
olevista sivustoista on 3 vuotiaita tai
vanhempia.**

Minkälaiset sisällöt pärjäävät erityisen hyvin Googlen hakutuloksissa?

Aiheauktoriteetti

- Tiettyjen sivujen ohi ei käytännössä pysty pääsemään tietyissä hauissa, sillä heillä on aiheen auktoriteetti.
 - Esim. elokuvissa ja näyttelijöissä iMDB
- Aiheauktoriteetti auttaa pitkäaikaista hakukonenäkyvyyttä.
- Voit lisätä auktoriteettiäsi tietystä aiheesta luomalla enemmän sisältöjä siitä.
 - Sen sijaan, että kirjoittaisit yhden artikkelin jokaisesta yrityksesi tuotteesta/palvelusta, mieti miten voisit lähestyä aiheita eri näkökulmista.
 - Sisällöt voidaan järjestää sisäisten linkitysten avulla joko klusteriksi tai lineaarisesti sisältöpoluksi.

Sisällön ideaali pituus väh. 700 sanaa.

Vältä näitä:

- Heikko tai liian kevyt sisältö
- Kaksois- tai kopioitu sisältö
- Cloaking, eri sisältöjen näyttäminen ryömijöille ja sivuston kävijöille
- Liiallinen avainsanojen käyttö
- Automaattisesti luotu sisältö

**Muista muokata teksti helppolukuiseksi –
näin sinulla on parempi mahdollisuus myös
päästä Googlen suositeltuihin lainauksiin!**

Vinkit helppolukuisuuteen

1. Tekstin koko ja taustasta erottuva väri – Googlen suositus on vähintään koon 16 fontti
2. Väliotsikot – Jaa tekstisi ymmärrettävien väliotsikoiden alle
3. Ranskalaiset viivat ja listat – nopeuttaa lukemista!
4. Kappalevälit – Pitkät blokit tekstiä saavat ihmiset lähtemään sivustoltasi
5. Käytä tekstisi lomassa **kuvia ja videoita**, jotka lisäävät tekstisi sanomaa
6. **Lihavoitu** tai *kursiivi* teksti painottamaan asioita, jotka haluat todella saada ihmisten tietoisuuteen

Hakukoneystävällinen URL-osoite

- Panosta selkeään osoiterakenteeseen.
- Lisää avainsana URL-osoitteeseen.
- Erottele sanat toisistaan väliviivalla: esim. [lmsomeco.fi/blogi/artikkelin-nimi](https://www.lmsomeco.fi/blogi/artikkelin-nimi)

Eritasoiset otsikot

- Lisää avainsana vähintään pääotsikkoon sekä vähintään yhteen H2 tason otsikkoon, mahdollisuuksien mukaan myös muihin otsikoihin
- Hyödynnä eritasoisia otsikoita: H1, H2 ja H3
- Suunnittele hierarkia
- Pääotsikko 40-60 merkkiä tai 5-12 sanaa.

Avainsana, jolle teksti optimoidaan

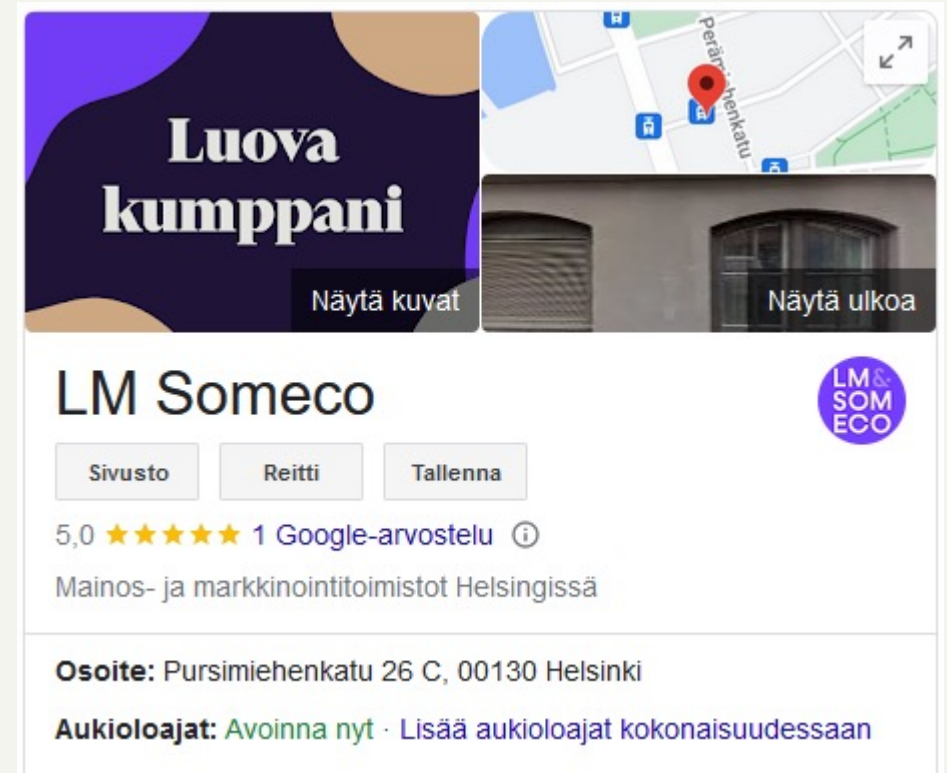
- Tee avainsanakartoitus ennen sanan valitsemista.
- Valitse yksi pääavainsana sekä 2-3 tukiavainsanaa
- Työkalut, joita voit hyödyntää erityisesti pitkien häntien etsimisessä: Keywordtool.io
- Google Trends -sivustolta näet tietoa avainsanan hakuvolyymien kehityksestä.
- Tavoittele blogikirjoituksilla erityisesti pitkän hännän hakusanoja:
 - Esim. ”kehityskeskustelu sudenkuopat”
 - Kapealla lähestymiskulmalla on helpompaa nousta ylös SERP-sivulla
- Sijoita avainsana tekstiin useamman kerran – ei kuitenkaan tekstin laadun kustannuksella.

Tekstin rakenne ja sisältö

- Sijoita avainsana ensimmäistä kertaa tekstiin mahdollisimman lähelle tekstin alkua ensimmäiseen kappaleeseen.
- Panosta silmäiltävyyteen.
- Lisää luetteloita, infobokseja, sitaatteja ja otsikoita tuomaan rakennetta.
- Hyödynnä tekstin muotoilussa lihavoitua ja kursivoitua.
- Hyödynnä kysymys-vastausasettelua.
- Google arvostaa pitkiä tekstejä.
- Huom! Kolumni tai mielipidekirjoitus harvoin on hakukoneoptimoitu. Mieti, teetkö jokaisesta kirjoituksestasi optimoidun vai kirjoitatko osin optimoituja, osin kieleltään monipuolisempia tekstejä. Toisaalta, taitava kirjoittaja osaa kirjoittaa mielenkiintoisen ja laadukkaan tekstin, jossa otetaan hakukoneoptimoinnin näkökulmat huomioon.

Google Business -profiili

- Google arvostelut lisäävät paikallisesti ostoaietta
- Viiden tähden arvostelut vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen
- Google luottaa enemmän muiden arvosteluihin
- Suosittelujen määrän vertailu kilpailijoihin kannattaa ja niitä kannattaa hankkia muita enemmän
- Nimellä annetut arvostelut lisäävät yrityksen luotettavuutta



Seuraa sivustosi menestystä säännöllisesti.

SEO on jatkuvaa työtä ja vaatii kehitystä.

Kysymyksiä?

Mitä fiiliksiä koulutus herätti?

- A Oivalsin uutta
- B Keksinkin kehityskohteita tekemisestämme
- C Herätti ajatuksia
- D Tuttua juttua

Kiitos!

LM&
SOM
ECO