

Saimaan ammattikorkeakoulu
Tekniikka Lappeenranta
Tietotekniikan koulutusohjelma
Viestintä

Hermann Nieminen

Hotellin Internet-palvelut ja nettinäkyvyys

Opinnäytetyö 2016

Tiivistelmä

Hermann Nieminen

Hotellin Internet-palvelut ja nettinäkyvyys, 31 sivua

Saimaan ammattikorkeakoulu

Tekniikka Lappeenranta

Tietotekniikan koulutusohjelma

Viestintä

Opinnäytetyö 2016

Ohjaajat: lehtori Mikko Huhtanen, Saimaan ammattikorkeakoulu, osakas Ilse

Aalto, Hotel My Lovina

Tämän opinnäytetyön kohteena on vuonna 2013 Balilla avautunut hotelli. Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda hotellille kotisivut sekä lisätä hotelli heidän kannaltaan tarpeellisiin internetin palveluihin. Tämän lisäksi tutkittiin erilaisia palveluita ja niiden merkitystä hotellin näkyvyyden ja siihen tarvittavan työmäärän kannalta.

Tutkimus tehtiin pääosin tutustumalla internetin erilaisiin palveluihin ja niiden yhteyksiin toisiinsa. Ajan tasalla olevaa kirjallista tietoa ei ole paljoakaan tarjolla.

Opinnäytetyön tuloksena hotellille luotiin kotisivut hakukoneoptimoinnin ohjeita seuraten, lisättiin hotellin verkkosivun osoite tärkeimpien hakukoneiden tietokantoihin ja Open Directory Project –hakemistoon. Mahdollisuuksien mukaan sijoitettiin hotelli tärkeimpien karttapalveluiden kartoille. Lopputuloksissa annettiin suositukset kuinka toimintaa kannattaa kehittää, jotta hotellin on mahdollista saavuttaa positiivista nettinäkyvyyttä ja saada asiakkaita.

Asiasanat: kotisivut, nettinäkyvyys, hakukoneoptimointi, sosiaalinen media

Abstract

Hermann Nieminen

Hotel Internet Services and Online Visibility, 31 Pages

Saimaa University of Applied Sciences

Technology Lappeenranta

Information Technology

Communication

Bachelor's Thesis 2016

Instructors: lecturer Mikko Huhtanen, Saimaa University of Applied Sciences,
part owner Ilse Aalto, Hotel My Lovina

The purpose of this thesis was to build a homepage for the new hotel and study how they could gain online visibility and customers around the world.

The information was gathered mostly from the Internet because literature about new social media services was outdated.

As a result of this thesis the hotel received a multilingual website using the Wordpress content management system. The hotel has been added to the most popular mapping services and directories. The hotel has been given recommendations on which social media services they should join and how to improve their online visibility.

Keywords: homepage, search engine optimization, online visibility, social media

Sisältö

1	Johdanto.....	6
2	Kotisivut.....	7
2.1	Domain eli verkkotunnus.....	7
2.2	Kotisivutila.....	7
2.3	Sisällönhallintajärjestelmä.....	7
2.4	Teema.....	8
2.5	Monikielisyys.....	8
2.6	Favicon.....	8
3	Hakukoneet.....	9
3.1	Hakemistot.....	10
3.2	Hakukoneoptimointi.....	10
4	Karttapalvelut.....	11
4.1	Google Maps.....	12
4.2	HERE.....	13
4.3	Apple Maps.....	14
4.4	Bing Maps.....	14
4.5	OpenStreetMap.....	14
5	Sosiaalinen media.....	14
5.1	Facebook.....	15
5.2	Google+.....	15
5.3	Youtube.....	15
5.4	Whatsapp.....	16
5.5	Instagram.....	16
5.6	Twitter.....	16
5.7	Tripadvisor.....	17
5.8	Foursquare.....	17
6	Varauspalvelut.....	17
6.1	Priceline Group.....	18
6.2	Expedia.....	18
6.3	Keskittyminen.....	19
7	Markkinointi.....	19
7.1	Google AdWords.....	20
7.2	Facebook-markkinointi.....	21
8	Kävijäseuranta Google Analyticsin avulla.....	22
9	Yhteenveto.....	23
9.1	Tulokset.....	23
9.2	Pohdinta.....	25
	Lähteet.....	26

Käsitteet

Bing	Microsoftin hakukonepalvelu
Bing Maps	Microsoftin karttapalvelu
Facebook	Sosiaalisen median yhteisöpalvelu.
Favicon	Verkkosivuun liittyvä ikoni verkkoselaimessa.
Google	Hakukoneyhtiö, hakukonepalvelu.
Google AdWords	Googlen mainonnan hallintapalvelu.
Google Analytics	Googlen tarjoama verkkosivujen kävijäseurantaan tarkoitettu palvelu.
Google Maps	Googlen karttapalvelu.
Google Search Console	Googlen palvelu hakukoneoptimointiin.
Google+	Sosiaalisen median yhteisöpalvelu.
HERE	Karttoihin keskittynyt yritys ja karttapalvelu.
Instagram	Sosiaalisen median kuvanjakopalvelu.
Open Directory Project	Vapaaehtoisten ylläpitämä hakemistopalvelu.
OpenStreetMap	Vapaaehtoisten ylläpitämä ja kartoittama karttapalvelu, jonka materiaali on vapaasti kaikkien käytettävissä.
TripAdvisor	Matkailuun liittyvä sosiaalisen median palvelu, jossa käyttäjät voivat arvioida matkakohteita, hotelleja ja ravintoloita.
Wordpress	Maailman suosituin sisällönhallintajärjestelmä, jolla hallitaan laajojakin verkkosivustoja.

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö alkoi aluksi pelkkänä kotisivuprojektina. Tarkoitus oli julkaista Balille perustettavalle hotellille pelkät kotisivut usealla kielellä, jotta internetin käyttäjät pääsisivät tutustumaan hotelliin. Projektin edetessä huomattiin kuitenkin, että kotisivut ovat vain osa ratkaisua ja tarvetta olisi huomattavasti useammalle toimenpiteelle, jotta nykyaikana pakollinen näkyvyys internetverkossa saavutettaisiin.

Opinnäytetyön tavoitteena on hotellin internetsivujen luomisen lisäksi tutkia ja löytää keinot, jotta yritys erottuu internetissä muista paikallisista kilpailevista yrityksistä. Yrityksen erottumismahdollisuuksia on tarkoitus tutkia tutustumalla internetin karttapalveluita, sosiaalisen median palveluita sekä hakemisto- ja varauspalveluita sekä pohtimalla niiden hyödyllisyyttä hotellin kannalta. Myös hotellin internet-mainostaminen saattaa tulla kyseeseen.

Kirjallista materiaalia aiheesta löytyy varsin rajatusti ja tästä syystä suurimpana tietolähteenä toimii internet. Internetin keskustelupalstoja ja aiheeseen liittyviä sivustoja seuraamalla on tarkoitus löytää hotellille hyödyllisimmät palvelut, joihin liittyminen on näkyvyyden ja suosion kannalta kannattavaa.

Hotel My Lovina on vuonna 2013 Lovina Beachille Pohjois-Balille Indonesiaan perustettu hotelli. Osakkaina yrityksessä on suomalaisen perheyriksen lisäksi balilainen kumppani, joka vastaa hotellin käytännön pyöryksestä.

Hotellissa on kymmenen huonetta, jotka kaikki on tavanomaista paremmin varusteltuja paikalliseen perustason nähden. Tilavissa huoneissa on ilmastointi sekä suihkuissa myös kuuma vesi. Ilmainen langaton internet kattaa uima-allasalueen mukaan luettuna koko hotellin alueen.

2 Kotisivut

Ensimmäinen vaihe, jotta hotelli saadaan maailman ihmisten tietoisuuteen, on luoda hotellille kotisivut internettiin. Kotisivut vaativat toimiakseen kotisivutilan sekä verkkotunnuksen.

2.1 Domain eli verkkotunnus

Verkkotunnuksen voi hankkia joko erikseen taikka yhdessä kotisivutilan kanssa. Suomessa on suositeltavaa suosia fi-päätteistä verkkotunnusta, jonka myöntää suomessa Viestintävirasto (1). Koska kyseessä on kuitenkin ballilainen hotelli, joka etsii asiakkaita kaikkialta maailmasta, on järkevämpää käyttää tunnettuja kansainvälisiä päätteitä kuten com ja net. Verkkotunnusta hankittaessa on tärkeää varmistaa, että käytettävä rekisteröijä rekisteröi verkkotunnuksen asiakkaan nimiin. Verkkotunnuksia hallinnoi ICANN-niminen voittoa tavoittelematon organisaatio (2).

2.2 Kotisivutila

Kotisivut vaativat paikan, jossa ne fyysisesti sijaitsevat. Kotisivut voisivat toki sijaita kokonaan omalla palvelimella, mutta taloudellisesti kannattavaa se ei olisi. Kannattavinta on hankkia kotisivutila joltain luotettavalta kansainväliseltä toimijalta. Valintaa tehdessä on tärkeää tutustua muiden asiakkaiden kokemuksiin sekä tilastotietoihin toimijan järjestelmien vakaudesta. Lisäksi on varmistuttava, että palveluntarjoajalta löytyy tarvittavat palvelut. (3.) Liiallista hintaa ei kotisivutilan vakaudesta kannata maksaa. Ainoa tärkeä järjestelmä tilaajan kannalta on sähköposti.

2.3 Sisällönhallintajärjestelmä

Wordpress on maailman suosituin sisällönhallintajärjestelmä (4). Alun perin Wordpress luotiin blogipohjaksi, mutta ajan saatossa se on kehittynyt eteenpäin ja muokkautunut sisällönhallintajärjestelmäksi, jolla hallitaan laajojakin verkkosivustoja (5). Muita tunnettuja sisällönhallintajärjestelmiä on mm. Joomla ja Drupal, jotka ovat Wordpressin tapaan ilmaisia. Kaikkia näitä sisällönhallintajärjestelmiä voidaan laajentaa sekä ilmaisilla ja maksullisilla lisäosilla (6). Maksulli-

sisäosissa on yleensä parempi käyttöönoton jälkeinen tuki. Wordpress on suosittu varsinkin pienissä kotisivuissa helpon hallittavuuden johdosta. Wordpress vaatii toimiakseen www-palvelimen varustettuna Apachella. Lisäksi palvelimelle on oltava asennettuna MySQL-tietokantapalvelu sekä PHP-palvelu. (7.)

2.4 Teema

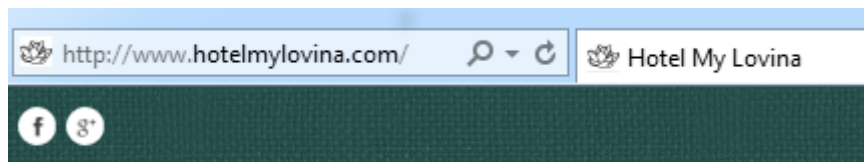
Wordpress valikoitui kotisivujen sisällönhallintajärjestelmäksi, koska tilaaja oli löytänyt mieluisan teeman kotisivuilleen. Teema on ulkosivupaketti, jolla voidaan helposti muokata kotisivujen ulkonäköä ilman että ylläpitäjän tarvitsee koodata riviäkään. Tilaajan toivoma teema on Qutenicestuffin Nice Hotel, joka on valmiiksi tehty hotelleja varten. Nice Hotel –teema on kertamaksullinen, jonka valmistaja tarjoaa hyvän tuen erilaisiin ongelmatilanteisiin (8).

2.5 Monikielisyys

Wordpress ei suoraan tue monikielisyyttä vaan vaatii lisäosan, jolla tämä voidaan saavuttaa. Nice Hotel –teeman valmistaja suosittelee WPML nimistä kaupallista lisäosaa, jolla kotisivujen monikielisyys voidaan saavuttaa. Tämä on järkevä valinta, koska teeman valmistaja tarjoaa tukifoorumillaan apua asiakkailleen WPML-lisäosan käytössä (9).

2.6 Favicon

Favicon tulee englanninkielisistä sanoista Favourite Icon (10). Favicon on pieni ikoni, joka sijaitsee yleensä verkkoselaimen osoiterivin lähellä (Kuva 1).



Kuva 1. Hotel My Lovinan kotisivujen Favicon

Kooltaan se on yleensä 16x16, 32x32 tai 64x64 pikseliä. Tiedostomuotoina voidaan käyttää jpeg, ico, png tai gif. Tämä kyseinen ikoni voidaan muokata esimerkiksi hotellin logon näköiseksi.

3 Hakukoneet

Hakukoneiden käyttö on nykyään joka päiväistä ja tietoa haetaan sekä löydetään asiasta kuin asiasta. Pelkästään Googlestä haetaan tietoja vuosittain yli biljoona kertaa (11). Hakukoneiden haku on integroitu saumattomasti internet-selainten osoitepalkkeihin. Samalla kun käyttäjä kirjoittaa internetosoitetta, hakee esimerkiksi Chrome-selain Googlestä tietoja, jotka saattaisivat olla hänen tarkoittamansa osoitteen loppuosa. Riittää kun käyttäjä kirjoittaa osoiteriville haluamansa hakusanat, jolloin selain hakee käyttäjän haluamasta hakukoneesta hakusanoilla ja palauttaa tulossivun. Onkin siis tärkeää, että hotelli löytyy kaikilla käytetyimmillä hakukoneilla. Hakukoneet tutkivat ja indeksoivat internetiä koko ajan ja hakukoneet löytävät hotellin sivuston jossain vaiheessa. Hotellin verkkosivujen löytymistä voi nopeuttaa ilmoittamalla asiasta itse hakukoneille. Jokaiselta suosituimmalta hakukoneelta löytyy verkkosivu, jonka kautta voi ilmoittaa uudesta, indeksointia kaipaavasta ja hakutuloksiin haluavasta verkkosivustosta.

Maailman suosituin hakukone on Google 69 prosentin markkinaosuudella. Seuraavina tulevat Bing 12 prosentin, Yahoo 9 prosentin ja Baidu 6 prosentin osuudella. (12.) Google on siis maailman suurin ja suosituin hakukone kokonaismäärissä maailmanlaajuisesti, mutta ei välttämättä suosituin hakukone valtioittain tilastoja tutkimalla. Esimerkiksi Venäjällä markkinajohtaja on Yandex 58 prosentin osuudella ja toisena tulee Google 35 prosentin osuudella (13). Kiinassa taas Baidu on suosituin hakukone 80 prosentin osuudella (14). On siis suositeltavaa tutkia, että asiakaskohderyhmien kotimaiden käytetyimpien hakukoneiden kautta löytyvät hotellin kotisivut. Toisaalta esimerkiksi Baidun ja Yandexin tapauksessa viestintää vaikeuttaa paikallinen kieli. Baidun sivut ovat kokonaan kiinankieliset ja Yandexin venäjänkieliset. Näiden hakukoneiden hyötykäyttäminen mm markkinointitarkoituksessa vaatii paikallisen kielen tuntemusta ja aiheuttaa täten kuluja.

Maailmanlaajuisesti markkinakakkonen on Microsoftin Bing-hakukone. Bing on Microsoftin tuotteiden oletushakukone eli esimerkiksi Internet Explorerissa haku ohjautuu oletusarvoisesti Bingin kotisivuille. Tämä saattaa siis osaltaan selittää markkinaosuutta. Microsoftille Bingin hakutoiminta on tappiollista (15).

Markkinakolmonen on amerikkalaisen Yahoo! Inc:n Yahoo-hakukone. Hakukoneasiassa Yahoo! Inc tekee yhteistyötä Microsoftin kanssa ja käyttää heidän Bing-hakumoottoriaan.

3.1 Hakemistot

Internetin hakemistot ovat luokiteltuja tietokantoja, joiden kautta voi päästä monien hakukoneiden tietokantoihin ja sieltä hakutuloksiin. Tunnetuin näistä on vapaaehtoisten ylläpitämä Open Directory Project (ODP). ODP:n verkkosivuilla voi käyttäjä ehdottaa uutta lisäystä hakemistoon ja vapaaehtoiset ylläpitäjät tarkastuksen jälkeen päättävät hyväksymisestä hakemistoon. Koska palvelu on vapaaehtoisten ylläpitämä ja tarkastus tapahtuu manuaalisesti, on hakemusjono nykyään erittäin pitkä. Ilmoituksesta hakemuksen hyväksymiseen saattaa kestää jopa puoli vuotta. (16, s. 34-40.)

Toinen usean lähteen suosittama hakemisto on Yahoo Directory, mutta valitettavasti Yahoo on sulkenut palvelun vuoden 2014 lopussa (17; 18; 19).

3.2 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi tarkoittaa toimenpiteitä, joilla parannetaan verkkosivujen sijoitusta hakukoneiden tuloksissa ja suurennetaan mahdollisuutta että useampi käyttäjä ohjautuu sivustolle (20). Jotta parannettaisiin mahdollisuuksia sijoittua hakukoneiden hakutuloksissa, on suositeltavaa ottaa asia huomioon jo kotisivuja suunniteltaessa.

Kotisivuilla tulisi välttää Flashin käyttöä, koska hakukoneet eivät pysty indeksoimaan sitä. Valokuviiin tulisi lisätä ns. alt-attribuutit eli selitteet, joiden avulla hakukoneet pystyvät ymmärtämään, mitä kuvassa on ja täten indeksoimaan paremmin sisällön. Sivustolle on hyvä lisätä sisältöä selventäviä meta-tageja, jotka on piilotettu käyttäjiltä, mutta näkyvät hakukoneelle. Liiallista meta-tagien käyttöä tulee välttää. On suositeltavaa, että sivustolta on linkkejä muihin palveluihin sekä kotisivuihin. Samoin on toivottavaa saada muut verkkosivustot laittamaan omille kotisivuilleen linkin Hotel My Lovinan verkkosivustoon. Sivuston sivujen verkko-osoitteiden tulee olla ”selväkielisiä”, jotta hakukoneet pystyvät indeksoimaan ne ja tarjoamaan tietoa hakeville linkkejä. Teksteissä kohtuudella

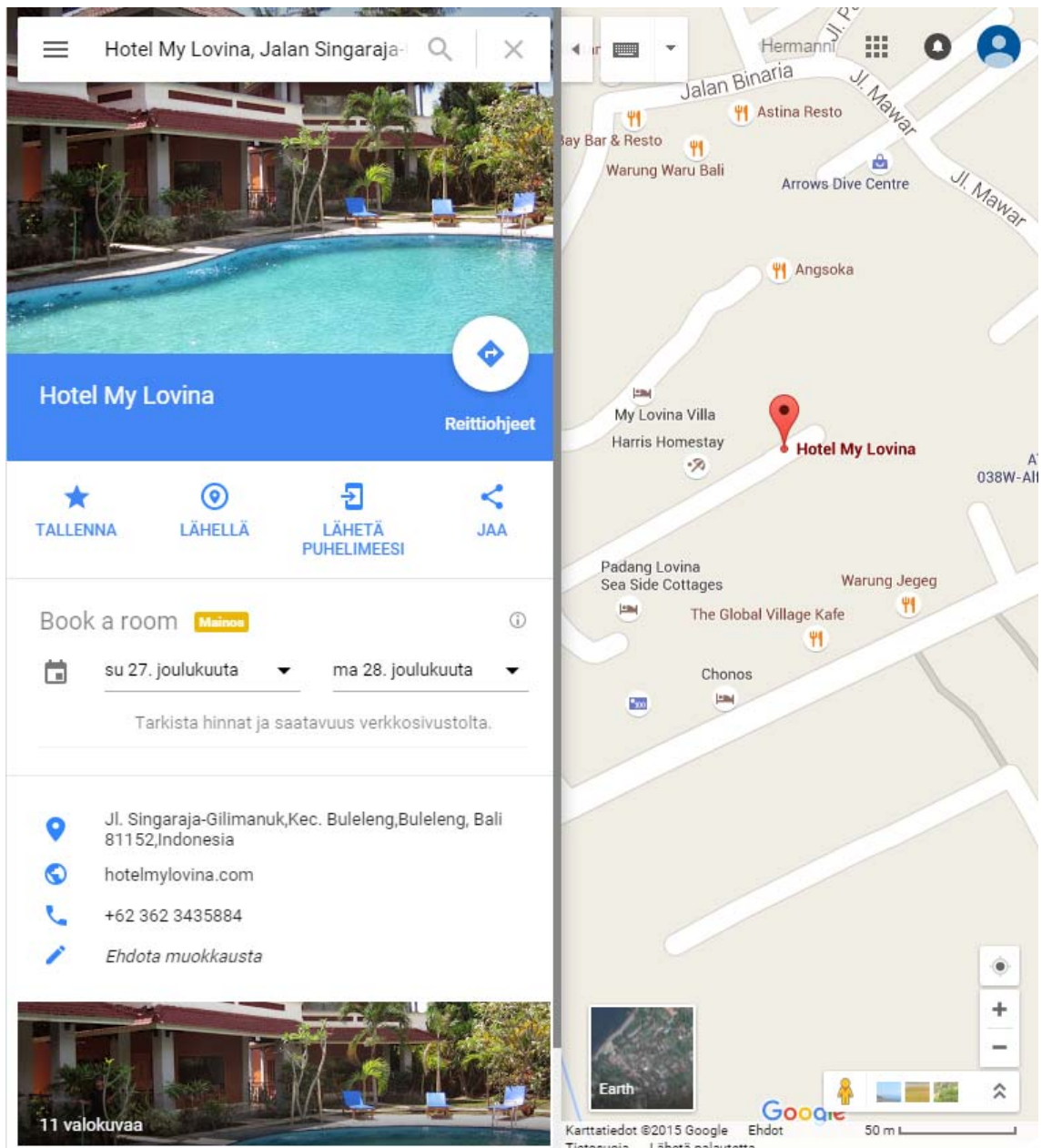
viljellyt avainsanat auttavat myös hakukonetuloksissa. Avainsanoilla tarkoitetaan sivustoa kuvaavien sanojen käyttöä otsikoissa ja leipätekstissä. (21, s. 55-78.)

Kotisivujen näkyvyyttä hakukoneille voi tutkia selaamalla sivustoa tekstipohjaisella internetselaimella. Tekstipohjaisia internetselaimia ovat mm Lynx ja W3M (22; 23). Näiden lisäksi on mahdollista käyttää Googlen hakukoneoptimointiin tarkoitettua palvelua, Google Search Consolea.

Google Search Console on Googlen maksuton palvelu, jonka avulla ylläpitäjä voi seurata ja ylläpitää sivuston näkymistä Google-hakutuloksissa. Search Consolen avulla on mahdollista nähdä kuinka hakukoneet ja erilaiset internetkäyttäjien laitteet näkevät ylläpidettävän sivuston. Lisäksi Search Consolen parannusehdotuksia toteuttamalla on mahdollista toteuttaa menestyksekkästä hakukoneoptimointia ja parantaa sivuston menestymismahdollisuuksia hakutuloksissa. (24.)

4 Karttapalvelut

Karttapalvelut nykyään eivät ole vain perinteisiä karttapalveluita, joilla pääsee näkemään kartan ja suunnittelemaan kulkureitin paikasta A paikkaan B. Nykyään kartat ovat linkittyneet useaan palveluun ja käyttäjä näkee paljon tietoa samalla kun selaa karttaa (Kuva 2).



Kuva 2. Hotel My Lovinan Google Maps hakutulos

Esimerkiksi hakemalla Hotel My Lovinaa Google Mapsilla näkee kartan lisäksi kuvia hotellista, yhteystiedot, varausmahdollisuuden ja mahdolliset arvostelut (25). On siis tärkeää, että yritys on linkittynyt mahdollisimman moneen palveluun, jotka toimivat yhteistyössä karttapalveluiden kanssa.

4.1 Google Maps

Google Maps on Googlen karttapalvelu, johon on linkittynyt tietoa useasta palvelusta. Tärkeimpiä hotellin kannalta on Google Business, Google+, Panoramio

ja hotellivarauspalvelut. Android-käyttöjärjestelmää käyttävissä puhelimissa Google Maps on yleensä oletusarvoisesti asennettuna.

Google Business on näistä ensimmäinen ja tärkein, jotta hotelli on mahdollista saada kartalle. Palveluun liittymisen jälkeen Google lähettää fyysisen kortin yhteystiedoissa mainittuun osoitteeseen varmistaakseen hotellin olemassaolon. Tämän varmistamisen jälkeen hotelli voi päästä kartalle. Google Business – palvelun kautta ylläpidetään yrityksen perustietoja. (26.)

Rekisteröitymällä Google Business –palveluun liittyy yritys myös Google+ sosiaalisen median palveluun (27). Hotellin kannalta on hyödyllistä toimia myös Google+:ssa, koska lisäämällä kuvia palveluun voivat ne päästä myös Google Mapsin hakutuloksiin. Erityisesti tulee mainita Photo Sphere –kuvat eli Googlen pallopanoraamat. Esimerkiksi Googlen kamerasovelluksella hotelli voi kuvata pallopanoraamoja ja lisätä ne Google+:aan. Tätä kautta ne on mahdollista saada Mapsin hakutuloksiin ja sitä kautta lisää näkyvyyttä hotellille (28).

Panoramio on Googlen hiukan taka-alalla siirtämä geokoodattu kuvapalvelu (29). Geokoodattu tarkoittaa sitä, että kaikissa palvelun kuvissa on GPS-koordinaatit missä kuvat on kuvattu ja tätä kautta kuvat on pystytty laittamaan kartalle. Vaikka palvelu on uhattu lopettaa, löytyy panoramioon lisättyjä kuvia Google Mapsin hakutuloksista.

4.2 HERE

HERE on aiemmin Nokian omistama karttapalvelu, joka on myyty saksalaisille autonvalmistajille Audille, BMW:lle ja Daimlerille elokuussa 2015 (30). Tällä hetkellä ilmaisen HERE:n tulevaisuuden kehityssuunnassa on siis hiukan epävarmuuksia. HERE:n karttapalveluita käyttää mm. Bing, Yahoo!, Toyota, BMW, Ford ja Mercedes-Benz (31). HERE:n kartat on oletusarvoisesti ladattuna Microsoftin puhelinmalleihin, mutta saatavilla myös muihin tunnettuihin matkapuhelinkäyttöjärjestelmiin eli Android ja Applen iOS-käyttöjärjestelmiin.

Hotellin lisääminen HERE:n kartalle ei tällä hetkellä onnistu, koska tätä palvelua ei ole tarjolla vielä Indonesiassa (32).

4.3 Apple Maps

Apple Maps on Applen käyttämä karttapalvelu kannettavissa laitteissaan. Internetissä vapaasti selattavaa Applen karttaa ei valitettavasti ole ja tästä syystä yrityksen on vaikea tarkistaa ilman Applen laitetta mitä tietoja Applella on Hotel My Lovinasta. Hotellille on kuitenkin hyödyllistä löytyä Applen kartoista, koska käyttöjärjestelmä on Androidin jälkeen maailman toiseksi suosituin mobiililaitte-käyttöjärjestelmä (33). Hotelli pystyy lisäämään itsensä Applen karttoihin Apple Maps Connect –palvelun kautta (34).

4.4 Bing Maps

Microsoftin omistama Bing Maps karttapalvelu käyttää HERE:n karttoja. Valitettavasti Google Businessiä vastaava palvelu Bing Places ei toimi Indonesiassa (35).

4.5 OpenStreetMap

OpenStreetMap (OSM) on vapaaehtoisten ylläpitämä ja kartoittama karttapalvelu, jonka materiaali on vapaasti kaikkien käytettävissä (36). OpenStreetMap-karttapalvelua käyttääkin huomattava määrä erilaisia palveluita (37). Kuka tahansa voi rekisteröityä ja muokata karttaa. Hotel My Lovinan tapauksessa on kannattavaa lisätä hotelli kartalle linkkeineen ja korjata kartassa olevat virheet lähikaduissa, jotta karttoja hyötykäyttävät löytäisivät hotellille (38).

5 Sosiaalinen media

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan internetin uusia palveluita ja sovelluksia, joissa yhdistyy käyttäjien välinen kommunikaatio ja oma sisällöntuotanto (39).

Sosiaalisen median palveluiden käyttö on viime vuosina räjähtänyt ja vuoden 2015 alussa oli jo yli 3 miljardia sosiaalisen median käyttäjätiliä. Suurimmat sosiaalisen median palvelut ovat Facebook ja Youtube, joilla molemmilla on yli miljardi kuukausittaista käyttäjää. Seuraavana perässä tulevat Whatsapp, Twitter ja Instagram. On tärkeää löytää hotellin etuihin sopivat sosiaalisen median

palvelut, joiden avulla hotelli pystyy edistämään tunnettavuuttaan ja saamaan asiakkaita.

5.1 Facebook

Facebook on maailman suurin sosiaalisen median yhteisöpalvelu 1,5 miljardilla kuukausittaisella käyttäjällä (40). Hotellille on erittäin suositeltavaa olla liittynyt palveluun. Facebook on siitä suosiollinen palvelu hotellille, että kyseinen media ei vaadi kovinkaan aktiivista päivitystahtia hotellilta. Päivitys tai pari kuukausittain riittää pitämään hotellin sivuston aktiivisena.

5.2 Google+

Google+ on Googlen kilpaileva yhteisöpalvelu Facebookia vastaan. Vaikka palvelulla on yli 2 miljardia käyttäjää, on aktiivisten kuukausikäyttäjien määrä alle 10 miljoonaa (41). Google+:n käyttäjien suuri määrä johtuu Googlen tavasta pakottaa käyttäjänsä liittymään palveluun, jotta saisivat kaikki palvelut käyttöönsä.

Aktiivisen käyttäjämäärän perusteella hotellin ei kannattaisi toimia Google+:ssa, mutta tässä tapauksessa se on kannattavaa. Kyseessä on Googlen palvelu ja aktiivisuus Google+:ssa saattaa myötävaikuttaa menestykseen ja näkyvyyteen muissa Googlen palveluissa.

5.3 Youtube

Youtube on Googlen omistama videopalvelu, jolla on yli miljardi kuukausittaista käyttäjää, ollen näin maailman toiseksi suurin sosiaalisen median palvelu. Käyttäjät lataavat joka minuutti palveluun videoita yli 300 tunnin edestä (42).

Hotelli voisi hyödyntää palvelua tekemällä esittelyvideoita hotellin tiloista, huoneista, palveluista ja muista mainitsemisen arvoisista asioista. Lisäksi hotelli voisi esitellä videoillaan lähialueiden palveluita, nähtävyyksiä ja luontoa. Nämä lisäksi kiinnostusta hotelliä sekä aluetta kohtaan. Valmiit Youtube-videot on mahdollista asentaa hotellin kotisivuille, jolloin kävijät pääsevät mahdollisimman helposti tutustumaan hotelliin videoiden muodossa.

5.4 Whatsapp

Whatsapp on Facebookin omistama alustariippumaton pikaviestisovellus ja kolmanneksi suurin sosiaalisen median palvelu yli puolella miljardilla aktiivisella käyttäjällä (43). Whatsapp on tarkoitettu käyttäjien väliseen kommunikointiin datan välityksellä ja ei sovellu hotellin palveluiden julkituomiseen.

5.5 Instagram

Instagram on kuvien jakopalvelu ja sosiaalinen verkosto, jonka avulla käyttäjät voivat jakaa kuvia, kommentoida toisten käyttäjien kuvia sekä tykätä niistä (44). Lisäksi palveluun voi lisätä lyhyitä videoita. Palvelua käytetään mobiililaitteisiin saatavilla olevilla sovelluksilla. Tämäkin palvelu on nykyään Facebookin omistama (45). Instagramiin lisättyyn kuvaan lähettäjä voi lisätä tunnisteita eli hashtagia, joiden avulla muuta käyttäjät voivat kuvia samaan aihealueeseen liittyen (46).

Hotellin kannalta tämä on hiukan ongelmallinen palvelu. Käyttäjien määrä lähentelee puolta miljardia ja olisi hyvä olla aktiivisesti mukana palvelussa. Ongelmalliseksi tilanteen tekee palvelun vaatiman aktiivisuuden määrä ja sen sopevuus hotellille. Instagramin käyttäjät lataavat palveluun yli 80 miljoonaa kuvaa päivittäin ja se aiheuttaisi painetta hotellille olla aktiivisempi kuin normaalisti se haluaisi olla (47). Toisaalta olemalla aktiivinen ja käyttämällä hashtagia menestyksekkäästi on mahdollista saada herätettyä muiden käyttäjien kiinnostus hotellia ja aluetta kohtaan.

5.6 Twitter

Twitter on yhteisö- ja mikroblogipalvelu, jolla on n. 300 miljoonaa kuukausittaisesta käyttäjää (48). Twitterissä viestitään pääasiassa tekstipohjaisilla, enintään 140 merkkiä pitkillä viesteillä eli tviiteillä (englanniksi Tweet). Kuvien ja lyhyiden videoiden lisääminen viesteihin onnistuu Instagramin tapaan.

Twitterin käyttö on enemmän keskittynyt mielipiteiden, mielialojen ja tiedon välitykseen, kun taas Instagramissa pääasia on visuaalisissa kuvissa ja mielikuvis- sa. Twitteriä hotelli voisi käyttää viestinnässä hotellin lähialueelle eli mainosta- essaan hotellin tapahtumia, uima-allasbileitä taikka ravintolan tarjousia.

5.7 Tripadvisor

TripAdvisor on kansainvälinen matkailusivusto ja sosiaalisen median palvelu, jonka kirjautuneet jäsenet voivat lähettää kuvia tai kirjoittaa matka-arvosteluja ja -arviointeja matkakohteista, hotelleista ja ravintoloista ympäri maailman. Myös hotellien hintavertailu eri varaussivustojen välillä onnistuu sivuston kautta. Kohteita ja arvosteluja voi tarkastella ilman rekisteröitymistä. (49.) Tripadvisor-merkkiset sivustot muodostavat maailman suurimman matkailijayhteisön, jolla on jopa 340 miljoonaa yksittäistä kävijää kuukaudessa ja jossa on yli 250 miljoonaa arvostelua ja mielipidettä 4,9 miljoonasta majoitusyrityksestä, ravintolasta ja nähtävyydestä. Sivustot toimivat maailmanlaajuisesti 45 maassa. (50.)

TripAdvisor on palvelu, johon hotelliin kannattaa ehdottomasti olla liittynyt. Tällöin hotelli pystyy reagoimaan yöpyneiden asiakkaiden palautteisiin ja vastaamaan käyttäjien kysymyksiin. Positiiviset arviot Tripadvisor-sivustolla ovat tärkeitä ja jotkut asiakkaat ovat jopa kiristäneet ilmaisia lisäpalveluita uhkailemalla negatiivisella palautteella (51).

5.8 Foursquare

Foursquare on nykyään sosiaalisen median palvelu, jossa käyttäjät arvostelevat ja antavat vinkkejä käymisen arvoisista paikoista ja palveluista. Käyttäjiä palvelulla on noin 60 miljoonaa. Foursquare on siis Tripadvisorin ”pikkuveli”.

Pelkkää käyttäjämäärää katsomalla ei hotellin ole tarpeellista liittyä palveluun. Toisaalta ei siitä mitään haittaa ole. Yritykselle riittää, että kirjaa hotellin järjestelmään tarvittavine lisätietoineen, maksaa pienen maksun ja tilaa hotellille tarran, joka kertoo hotellin olevan Foursquare-palvelussa (52; 53).

6 Varauspalvelut

Internetissä on lukuisia erilaisia varauspalveluja, joiden avulla käyttäjät voivat etsiä tarpeisiinsa parhaiten soveltuvaa hotellia haluamastaan kohteesta. Varauspalveluita on niin paljon, että on vaikeaa selvittää, mihin kaikkiin palveluihin on järkevä liittyä. Varauspalveluiden suuresta määrästä kertoo mm. se, että esimerkiksi Trivago, hotellien varauspalveluiden vertailusivusto, hakee hintatie-

toja yli kolmelta sadalta hotellien varaussivustolta (54). Varauspalvelut ottavat välittämästään varauksesta noin 15 prosentin provision (55).

Kehittyneemmissä internetin varauspalveluissa on mahdollista yhdistää hotellin oma varauskalenteri varaussivuston tietokantaan, jolloin hakutulokset antavat aina reaaliaikaisen kuvan hotellin varaustilanteesta. Muissa tapauksissa hotelli antaa palveluntarjoajalle välitettäväksi x määrän huoneita hotellin kokonaishuone määrästä. Jos hotelli antaa usealle eri varaussivustolle huoneitansa välitettäväksi, siten että välitettävien huoneiden määrä ylittää hotellin kokonaishuone määrän, on hotellin vahdittava, ettei ylibuukkaustilannetta pääse tapahtumaan.

Hotel My Lovinan varauskalenteri toimii Excelin avulla eikä se omaa yhteyksiä varauspalveluihin. Koska vaativa tietotekninen toiminta halutaan pitää minimissään, on suositeltavaa keskittyä vain pariin laajimpaan varauspalveluun. Tällöin saavutetaan näkyvyys internetin erilaisissa palveluissa mahdollisimman helposti.

6.1 Priceline Group

Priceline Group on amerikkalainen pörssiyritys, joka välittää hotellimajoitusta useiden eri palveluiden kautta (56). Tunnetuimpia näistä palveluista ovat Booking.com, Agoda ja Kayak. Booking.com on palveluista suurin. Sen kautta varataan lähes miljoona hotelliyötä päivittäin. Välitettävänään sillä on lähes yli 800 tuhatta majapaikkaa 220 maassa ympäri maailmaa (57). Liikevaihtoa Priceline Groupilla oli vuonna 2004 8,4 miljardia dollaria (58). Hotel My Lovinan kannalta Booking.comin lisäksi kiinnostava palvelu on Agoda, joka on suuntautunut enemmän Aasian markkinoille vaikka välittääkin majoitusta ympäri maailmaa.

6.2 Expedia

Expedia on Priceline Groupin tapaan amerikkalainen pörssiyritys, joka välittää majoitusta useiden eri palveluiden kautta (Kuva 3).



Kuva 3. Expedian tuotemerkkejä

Tunnetuimpia sen palveluista on nimikkopalvelu Expedia, Hotels.com ja Venere.com (59). Liikevaihdolla verrattuna Expedia on hiukan Priceline Groupia pienempi, liikevaihdon ollen vuonna 2014 5,8 miljardia dollaria (60).

6.3 Keskittyminen

Expedian ja Priceline Groupin tarjoamien varauspalveluiden lisäksi useampi sata vastaavaa palvelua, mutta niihin ei Hotel My Lovinan kannata välttämättä keskittyä. Tripadvisor-sivusto, joka on yksi internetin suosituimmista majoitusten ja matkakohteiden arvostelusivustoista, tarjoilee esimerkiksi jostain balilaisesta hotellista kertovalla sivustolla suoran hintavertailun ja varauslinkit seuraaville sivustoille: Expedia, Agoda, Hotels.com, Booking.com, ebookers.fi ja Priceline (61). Tämän lisäksi samaisen hotellin hakukonehaku Googlella tarjoilee hakutulosten sivupalkkiin varauslinkit Booking.com ja Expedian palveluihin (62). Suuren tunnettujen varauspalveluiden suosimisella on siis mahdollista saada näkyvyyttä myös muissa palveluissa.

7 Markkinointi

Omien palvelujen mainostamiseen internetissä on useita palveluja, mutta yksi on ylitse muiden: Google. Samalla kun internetin käyttäjät hakevat tietoa internetistä käyttämällä maailman suosituinta hakukonetta, Googlea, näkevät he heille kohdistettuja mainoksia hakutulosten yhteydessä (Kuva 4).

hotelli bali

Hermanni

Kaikki Kartat Kuvahaku Videot Lisää Hakuyökalut

Noin 10 700 000 tulosta (0,35 sekuntia)

Bali: 4756 Hotellia - Alkaen 15€, jopa -78% - trivago.fi
 Mainos www.trivago.fi/Hotelli-Bali
 Vertaa Hintoja ja Säästä jopa -78%!
 Suurin hotellihakusivusto · Katso tarjoukset · Löydä sopivin hotelli
 The site with the most Hotels – AOL Travel
 Hotellit alk. 15€ - Hotellit Kuta alk. 16 € - Hotellit Sanur alk. 16 €

2 hotellia Bali - Hotelleja puoleen hintaan - Booking.com
 Mainos www.booking.com/Bali-Hotellit
 Takaamme parhaat hotellihinnat.
 Ei varausmaksuja · Lue oikeat arviot · Me puhumme kieltäsi · Turvallinen varaus
 Varaa nyt - Ei varausmaksuja · Turvallinen varaus · Parhaan hinnan takuu

Bali Hotellit - Menossa lomalle Baliille? - tjareborg.fi
 Mainos www.tjareborg.fi/Bali
 Varaa hotellit helposti täältä!

Mainokset

Momondo™ - Hotellit Bali
www.momondo.fi/Hotellit/Bali
 Etsi ja vertaa hotellihintoja nyt!
 Ilmainen haku - Hintatakuulla.

Hotellit: Bali
www.expedia.fi/Bali-Hotelli
 Expedia Takaa Parhaan Hinnan.
 Edulliset Hotellit: Bali.

Hotelli Bali
www.hotels.com/
 Suurin valikoima hotelleja.
 Aina edullisimmat hinnat.

Hotell Bali
hotell.momondo.se/
 Sök miljoner hotellerbjudanden på
 120.000 destinationer. Prisgaranti!

Hotellit Bali
bali.tripadvisor.fi/
 Kohteena Bali? Hae hotelleja
 kohteesta Hotellit Bali!

2320 Hotellit Bali
www.jetcost.fi/Bali
 Vertaa yli 150 Varaus sivun Hintoja
 Etsi, vertaile ja säästä nyt!

Hotels in Bali - 80% OFF
www.besthotelloffers.net/Bali_Hotels
 Compare all Hotels in Bali.
 Lowest Price Guaranteed!

Balin hotellit
www.napsu.fi/
 Esittely ja arvostelut hotelleista

su 27. joulukuuta ma 28. joulukuuta Hinta Arvio Hotellin luokitus

Hard Rock Hotel Bali
 4,2 ★★★★★ - 4 tähden hotelli
 Jalan Pantai Kuta, Banjar Pande Mas, Kuta

Fontana Hotel Bali
 4,2 ★★★★★ - 4 tähden hotelli
 Jl. Dewi Sri

100 €

Kuva 4. Kuvakaappaus Google-haun hakutuloksista

Mainokset täyttävät sivun parhaimmat paikat ja sivua pitää kelata alaspäin, jotta pääsee tutustumaan hakutuloksiin. Lisäksi selaillessaan internetin erilaisia sivustoja tulevat he todennäköisesti näkemään mainoksia, jotka ovat usein Googlen välittämiä. Googlen saamat tulot mainonnasta kasvoivat vuonna 2014 lähes 60 miljardiin dollariin (63).

7.1 Google AdWords

Google AdWords on Googlen portaali, jonka avulla luodaan, kohdistetaan ja hallinnoidaan mainoksia (64). Mainosta luodessaan mainostaja voi valita, näkykö mainos pelkästään Googlen hakukonetuloksissa vai haluaako mainostaja hakea näkyvyyttä myös muiden sivustojen kautta. Laajempaa näkyvyyttä tarjo-

aa Google Display-verkosto, johon kuuluu yli kaksi miljoona sivustoa ja tavoittaa maailmanlaajuisesti yli 90 prosenttia internetin käyttäjistä (65).

Luodessa mainosta Google AdWordsissa on hotellin kannalta tärkeintä saada kohdennettua mainos oikealle ryhmälle. Mainos voidaan kohdentaa heidän sen hetkisen sijainnin, kielen, hakusanojen ja kiinnostusten kohteiden avulla mahdollisimman tarkasti. Hotelli voisi esimerkiksi luoda mainoksen, joka näytetään ihmisille, jotka sijaitsevat sillä hetkellä Balilla, puhuvat englantia ja matkapuhelinta käyttäen hakevat Googlen avulla majoitusta Lovinasta tai Lovina Beachilta. (66.)

Kuluja mainostamisesta tulee yleisimmin käytetyllä tavalla cost-per-click (CPC) tyyppisesti eli mainostaja maksaa aina, kun mainonnan kohde klikkaa mainosta ja siirtyy mainostajan sivustolle (67). Tämä klikkauskohtainen kulu ei ole kiinteä vaan vaihtelee mainostustilanteen vaihdellessa. Hotel My Lovinan tapauksessa muutkin Lovina Beachin majoitusyritykset voivat mainostaa Googlessa ja yrittää saada Googlen näyttämään mainoksensa mahdollisimman hyvällä paikalla tarjoamalla muita suurempaa klikkauskohtaista palkkiota (68). Määrittelemällä Google Adwordsissa kuukausittaisen mainostusbudjetin pystytään estämään hotellin kannalta liian suuret mainostuskulut.

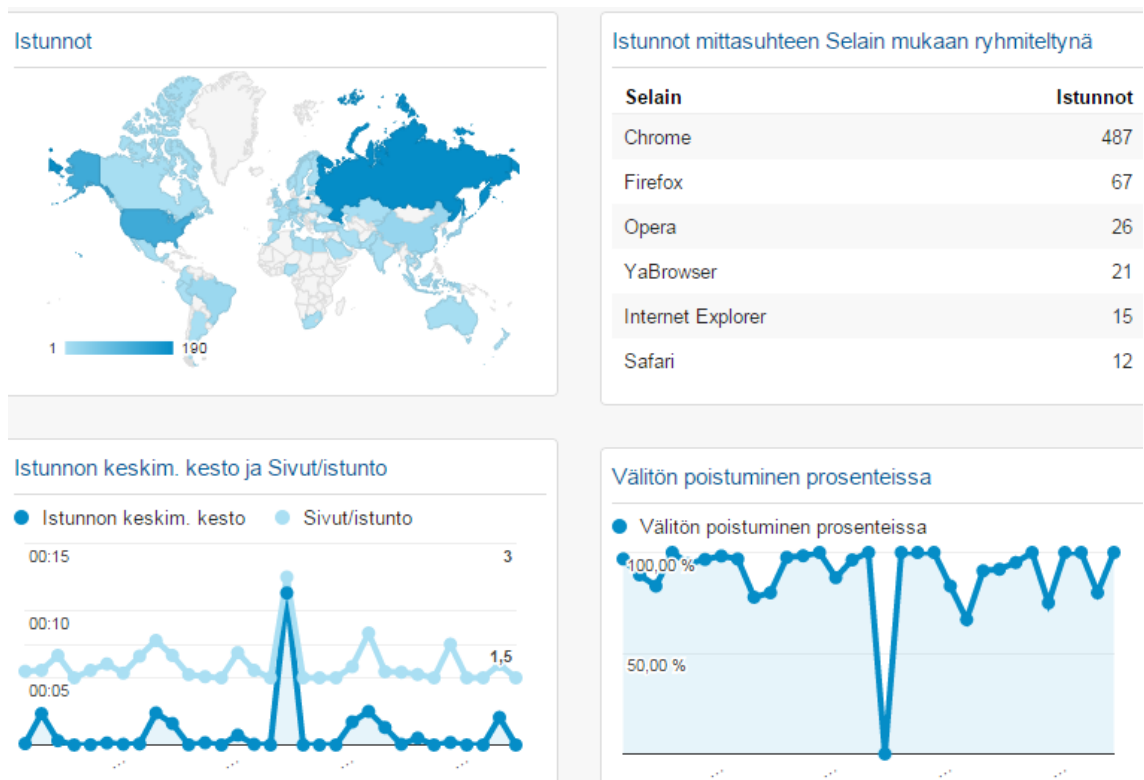
7.2 Facebook-markkinointi

1,5 Miljardin käyttäjän Facebook on myös mainostajan kannalta mielenkiintoinen mahdollisuus. Mainostaminen Facebookissa on huomattavasti pienempää kuin Googlessa mutta tuotti siitä huolimatta Facebookille yli 10 miljardia vuonna 2014 (69). Facebookin etu mainonnassa on heidän suuri tietomäärä käyttäjistä ja heidän käyttäytymisestään. Mainonta voidaan kohdentaa Googlen tapaan sijaintiin, kiinnostusten kohteisiin jne. Lisäksi mainosten kohdennusta voidaan tarkentaa esimerkiksi tietyn ikäisiin ja sukupuolisiin, samoin kuin sopivan koulutustaustan taikka siviilisäädyn omaaviin (70). Kohdentamalla mainostus oikein on mahdollista luoda tarpeita käyttäjille heidän tajuamattaan.

8 Kävijäseuranta Google Analyticsin avulla

Google Analytics on ilmainen verkkosivujen kävijäseurantaan tarkoitettu tietokoneohjelma, jota käytetään verkkoselaimen välityksellä. Googlen seurantapalvelujen käyttö aloitetaan rekisteröitymällä Google Analytics-sivustolla ja asentamalla Google Analyticsin muodostama uniikki koodinpätkä kotisivuille. Koodinpätkä on kutsu, joka hakee Googlen palvelimelta Javascript-komentosarjan ja suorittaa sen (71). Jotta Google Analytics -seuranta toimisi, on käyttäjän verkkoselaimessa oltava Javascript päällä.

Google Analytics paljastaa ylläpitäjälle mm. kuinka paljon kävijöitä sivustolla on ollut, mitä kautta he ovat löytäneet sivuston, mistä maista kävijät ovat, millä sivuilla kävijät ovat käyneet sivustolla, kuinka kauan kävijät ovat viipyneet sivustolla ja millaisia välineitä kävijät ovat käyttäneet Internet-selailuun (72)(Kuva 5).



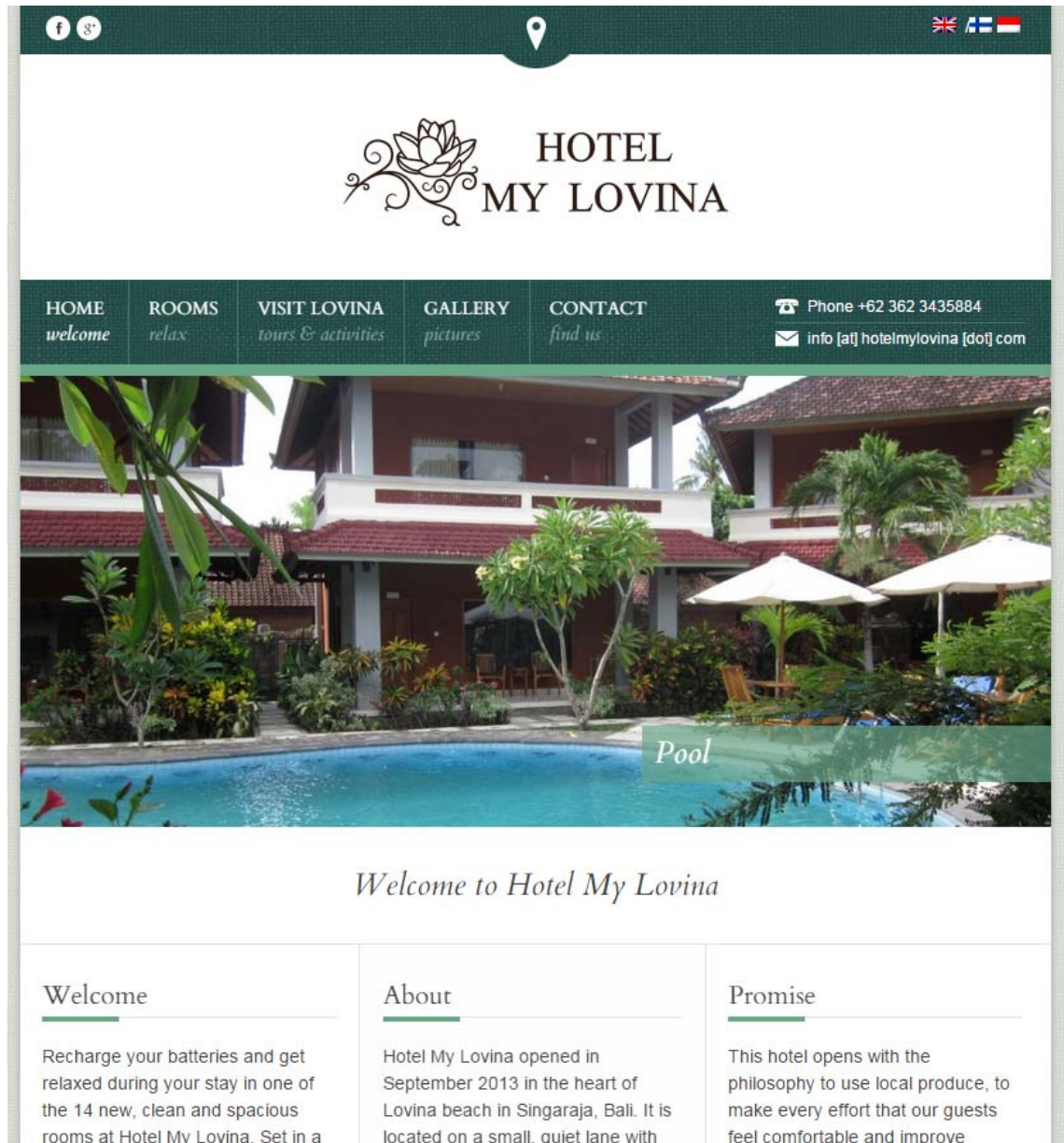
Kuva 5. Google Analyticsin tietoja Hotel My Lovinan kotisivujen kävijöistä

9 Yhteenveto

9.1 Tulokset

Opinnäytetyön edetessä on suoritettu useita toimenpiteitä, jotta hotellin on mahdollista näkyä internetin eri palveluissa.

Hotellille on perustettu kotisivut osoitteeseen www.hotelmylovina.com (Kuva 6).



Kuva 6. Kuvakaappaus Hotel My Lovinan kotisivujen etusivulta

Kotisivut on rakennettu Wordpress-sisällönhallintajärjestelmän avulla ja ovat tällä hetkellä indonesian-, englannin- ja suomenkieliset. Sivustolle on asennettu Google Analytics-seurantakoodi sekä hotellin logo faviconiksi. Sivuston sisältöä luodessa on yritetty seurata hakukoneoptimoinnin ohjeita. Suosittelen sivuston sisällön laajentamista sekä verkkosivulta ulospäin johtavien linkkien lisäämistä. Ulospäin johtavat linkit voisivat olla esimerkiksi suosituksia paikallisista palveluista, nähtävyyksistä jne.

Hotellin sivuston verkko-osoite on lisätty kaikkien suurimpien hakukoneiden indeksointilistoille ja hotelli näkyykin hakukoneiden hakutuloksissa. Lisäksi hotellin kotisivut hyväksyttiin pitkällisen odottelun jälkeen Open Directory Project – hakemistoon.

Hotelli on lisätty useisiin karttapalveluihin ja löytyy kaikista suurista karttapalveluista. Google Mapsille piti lähettää korjauspyyntö, jotta kartassa ollut katuvirhe saatiin korjattua. OpenStreetMapin karttaa oli mahdollista korjata rekisteröitymisen jälkeen. HERE:n ja Bing Mapsin karttojen virheitä ei ollut mahdollista korjata Indonesian osalta.

Hotellin balilainen osakas solmi vuonna 2013 määräaikaisen markkinointiyhteistyösopimuksen paikallisen alan yrityksen kanssa. Yrityksen kautta kulkevat tällä hetkellä myös internetin hotellivaraussivustojen kautta kulkevat varaukset. Määräaikaisen sopimuksen päättyessä on tilaisuus arvioida yhteistyön hyötyjä ja kustannuksia. Tällöin hotellilla on halutessaan mahdollisuus ottaa internetvaraukset omaan hallintaansa ja välttyä tarpeettomien provisioiden maksamiselta.

Mainostamista Google AdWordsin avulla on hiukan kokeiltu, mutta laajamittaista ja kohdennettua markkinointikampanjaa ei ole suoritettu. Suosittelen hotellille Google AdWordsin käyttöä uusien asiakkaiden hankkimiseen.

Hotellilta löytyy sivut sekä Facebook että Google+ sosiaalisen median palveluista, mutta sivujen päivitystahti on jäänyt pariin päivitykseen vuodessa. Suosittelen hotellille päivitystahdin nostamista noin kertaan kuukaudessa. Instagram voisi olla mielenkiintoinen mahdollisuus mutta vaatisi huomattavasti suurempaa päivitystahtia ja sitoutumista.

9.2 Pohdinta

Opinnäytetyön tilaaja antoi varsin vapaat kädet työn suoritukseen ja olikin erittäin mielenkiintoista toteuttaa tehtävänantoa.

Kotisivujen luominen Wordpressillä oli minulle uutta ja yllätyinkin positiivisesti Wordpress-sisällönhallintajärjestelmän käytön helppoudesta ja hallittavuudesta. Sivuston ulkonäköä ja sisältöä on helppo muokata erilaisilla teemoilla ja lisäosilla.

Opinnäytettä tehdessä oli mukava tutkia ja löytää palveluita, joiden avulla netinäkyvyyttä on mahdollista saavuttaa. Erilaisia tarjolla olevia palveluita, joihin hotelli voisi liittyä, on loputtomiin. Vaikeus onkin valita hotellille sopivat palvelut ja panostaa niihin oikea työmäärä hyötyyn nähden.

Palveluiden jatkuva muuttuminen ja muutoksen nopeus tuli huomattua opinnäytetyön edetessä. Opinnäytetyön tekeminen on kestänyt yli kaksi vuotta ja sen aikana mm. Googlen palvelut ovat muuttuneet sekä nimeltään että sisällöltään. Lisäksi palveluista tarjolla oleva kirjallinen materiaali on usein vanhaa vaikka olisikin julkaistu lähivuosina.

Palveluiden laajat yhteydet toisiin palveluihin yllättivät hiukan ja saivat pohtimaan, kuinka paljon asioita pitää ottaa huomioon opinnäytetyötä tehdessä. Monet sivustot hakevat tietoa useista lähteistä ja yhdistävät niitä. Samalla sivulla saattaa olla kuvia Google+ -palvelusta, hintatietoja useasta varauspalvelusta, kartta Google Maps -palvelusta, arvosteluita TripAdvisor-sivustolta sekä viimeisimmät päivitykset Facebook-palvelusta. Laaja ja hyvä näkyvyys tuntuu siis vaativan panostusta useaan palveluun. Palveluita on seurattava ja asiakkaiden kysymyksiin sekä palautteisiin vastattava viivytyksettä.

Lähteet

1. Viestintävirasto 2012. Tietoa fi-verkkotunnuksista.
<https://domain.fi/info/index/tietoa.html>. Luettu 22.11.2015.
2. ICANN 2015. Welcome to the global community!. <https://www.icann.org/get-started>. Luettu 15.12.2015.
3. Leiniö, T 2014. Mitä eri Wordpress-hosting vaihtoehtoja on?
<https://wpopas.fi/mita-eri-wordpress-hosting-vaihtoehtoja-on/>. Luettu 22.11.2015.
4. BuildWith 2015. CMS usage statistics. <http://trends.builtwith.com/cms>. Luettu 22.11.2015.
5. Wordpress. About Wordpress. <https://wordpress.org/about/>. Luettu 22.11.2015.
6. Wordpress. Theme directory. <https://wordpress.org/themes/>. Luettu 28.11.2015.
7. Wordpress. Requirements. <https://wordpress.org/about/requirements/>. Luettu 22.11.2015.
8. Quitenicestuff 2015. Nice Hotel – Wordpress theme.
<http://themeforest.net/item/nice-hotel-wordpress-theme/2661854>. Luettu 22.11.2015.
9. Quitenicestuff 2015. Discussion on Nice Hotel – Wordpress theme.
<http://themeforest.net/item/nice-hotel-wordpress-theme/2661854/comments>. Luettu 22.11.2015.
10. Wikipedia 2015. Favicon. <https://en.wikipedia.org/wiki/Favicon>. Luettu 22.11.2015.
11. Sullivan, D. 2015. Google still doing at least 1 trillion searches per year.
<http://searchengineland.com/google-1-trillion-searches-per-year-212940>. Luettu 24.11.2015.
12. Netmarketshare 2015. Desktop search engine market share.
<https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpmr=25&qpcustomd=0&qptimeframe=M>. Luettu 24.11.2015.
13. LiveInternet 2015. Report: From search engines.
<http://www.liveinternet.ru/stat/ru/searches.html?slice=ru;period=week>. Luettu 24.11.2015.

14. Robertson, J. 2013. A tale of two search engines: Why Google is winning, Baidu isn't. <http://www.bloomberg.com/news/articles/2013-04-30/a-tale-of-two-search-engines-why-google-s-winning-and-baidu-isn-t>. Luettu 24.11.2015.
15. Taylor, M 2013. A visual comparison of Google, Yahoo and Bing's revenue, profit, market share & more. <https://www.ventureharbour.com/visualising-size-google-bing-yahoo/>. Luettu 24.11.2015.
16. Davis, H. 2007. Google: Kuinka varmistat verkkonäkyvyytesi. Helsinki. Readme.fi.
17. Search Engine Watch 2007. Submitting to directories: Yahoo & The Open Directory. <http://searchenginewatch.com/sew/news/2065394/submitting-to-directories-yahoo-the-open-directory>. Luettu 28.11.2015.
18. Irby, L. Get listed in the major directories. <http://www.2createawebsite.com/traffic/directories.html>. Luettu 28.11.2015.
19. Sullivan, D. 2014. Yahoo Directory closes, five days early. <http://searchengineland.com/yahoo-directory-closes-211784>. Luettu 28.11.2015.
20. Raittila, A. 2015. Hakukoneoptimointi lyhyesti. <http://nettibisnes.info/hakukoneoptimointi/>. Luettu 28.11.2015.
21. Davis, H. 2007. Google: Kuinka varmistat verkkonäkyvyytesi. Helsinki. Readme.fi.
22. Dickey, T. 2015. Lynx current development. <http://lynx.invisible-island.net/current/>. Luettu 28.11.2015.
23. Sakamoto, H. What is w3m? <http://w3m.sourceforge.net/>. Luettu 28.11.2015.
24. Google 2015. Mikä Search Console on?. <https://support.google.com/webmasters/answer/4559176?hl=fi>. Luettu 14.12.2015.
25. Google Maps 2015. Hotel My Lovina. <https://www.google.fi/maps/place/Hotel+My+Lovina/@-8.1608883,115.023757,17z/data=!4m2!3m1!1s0x2dd19b3e4fa12c41:0x472df276c07ff249!6m1!1e1>. Luettu 28.11.2015.
26. Google 2015. My Business: Usein kysytyt kysymykset. <https://www.google.fi/intl/fi/business/faq.html>. Luettu 28.11.2015.
27. Google 2015. Be found. <https://www.google.com/business/befound.html>. Luettu 28.11.2015.

28. Schwartz, B 2014. Public Google+Photos now will appear in Google Views & Photo Spheres. <https://www.seroundtable.com/google-google-views-photos-19160.html>. Luettu 28.11.2015.
29. Shankland, S. 2015. Google commutes death sentence for Panoramio photo site. <http://www.cnet.com/news/google-commutes-death-sentence-for-panoramio-photo-site/>. Luettu 28.11.2015.
30. Pajunen, I. 2015. Nokia myy Here-karttapalvelun saksalaisille autonvalmistajille. http://yle.fi/uutiset/nokia_myy_here-karttapalvelun_saksalaisille_autonvalmistajille/8198881. Luettu 28.11.2015.
31. Wikipedia 2015. Here. <https://fi.wikipedia.org/wiki/HERE>. Luettu 28.11.2015.
32. Here 2015. Here PrimePlaces. <https://primeplaces.here.com/place/create?name=hotel+my+lovina&address=in+indonesia>. Luettu 28.11.2015.
33. IDC Research 2015. Smartphone OS market share, 2015 Q2. <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp>. Luettu 28.11.2015.
34. Apple Inc 2015. Apple Maps Connect. <https://mapsconnect.apple.com/>. Luettu 28.11.2015.
35. Microsoft 2015. bing places for business. <https://www.bingplaces.com/DashBoard/Home>. Luettu 28.11.2015.
36. OpenStreetMap 2015. Copyright and licence. <https://www.openstreetmap.org/copyright>. Luettu 28.11.2015.
37. OpenStreetMap 2015. List of OSM-based services. http://wiki.openstreetmap.org/wiki/List_of_OSM-based_services. Luettu 28.11.2015.
38. OpenStreetMap 2015. Map of Lovina Beach. <https://www.openstreetmap.org/#map=18/-8.16109/115.02689>. Luettu 28.11.2015.
39. Hintikka, K. 2008. Sosiaalinen media. <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanatkansio/sosiaalinen-media>. Luettu 29.11.2015.
40. Statista 2015. Facebook: monthly active users 2015. <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Luettu 29.11.2015.
41. Barrie, J. 2015. Nobody is using Google+. <http://uk.businessinsider.com/google-active-users-2015-1>. Luettu 29.11.2015.

42. Brouwer, B. 2014. YouTube now sees 300 hours Of video uploaded every minute. <http://www.tubefilter.com/2014/12/01/youtube-300-hours-video-per-minute/>. Luettu 29.11.2015.
43. Wikipedia 2015. WhatsApp. <https://fi.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>. Luettu 29.11.2015.
44. Wikipedia 2015. Instagram. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Luettu 29.11.2015.
45. Rusli, E. 2012. Facebook buys Instagram for \$1 billion. http://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/?_r=0. Luettu 29.11.2015.
46. Muurinen, J. 2014. Instagram perusteet. <http://www.kuulu.fi/instagram-perusteet/>. Luettu 29.11.2015.
47. Instagram 2015. Celebrating a community of 400 million. <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>. Luettu 29.11.2015.
48. Statista 2015. Statistics and facts about Twitter. <http://www.statista.com/topics/737/twitter/>. Luettu 29.11.2015.
49. Wikipedia 2015. TripAdvisor. <https://fi.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor>. Luettu 8.12.2015.
50. TripAdvisor LLC 2015. Tietoja TripAdvisorista. https://www.tripadvisor.fi/pages/about_us.html. Luettu 8.12.2015.
51. Helsingin Sanomat 2014. Asiakkaat kiristävät ravintoloita huonoilla TripAdvisor arvosteluilla. <http://www.hs.fi/matka/a1399652823671>. Luettu 8.12.2015.
52. Foursquare 2015. How to claim your listing(s). <https://support.foursquare.com/hc/en-us/articles/201063930-How-to-claim-your-listing-s->. Luettu 29.11.2015.
53. Foursquare 2015. Can I get a window cling? <https://support.foursquare.com/hc/en-us/articles/201064120-Can-I-get-a-window-cling->. Luettu 29.11.2015.
54. Trivago 2015. Mitä teemme. http://www.trivago.fi/static/company/what_we_do. Luettu 8.12.2015.
55. Kauppinen, I. 2012. Booking.com – Kannattaako liittyä? <http://matkailumarkkinointi.blogspot.fi/2012/12/bookingcom-kannattaako-liitty.html>. Luettu 9.12.2015.
56. Booking.com B.V. 2015. About Booking.com. <http://www.booking.com/content/about.html>. Luettu 11.12.2015.

57. Booking.com B.V. 2015. Etusivu. <http://www.booking.com/index.en-gb.html>. Luettu 11.12.2015.
58. Havu, O. 2015. Analyysi: Nettimatkatoimistossa hyvä sauma. <http://www.uusisuomi.fi/raha/83496-analyysi-nettimatkatoimistossa-hyva-sauma>. Luettu 11.12.15.
59. Expedia 2015. Expedia, Inc. Overview. <http://www.expediainc.com/about/>. Luettu 11.12.2015.
60. Wikipedia 2015. Expedia. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Expedia>. Luettu 11.12.2015.
61. TripAdvisor 2015. Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve. https://www.tripadvisor.fi/Hotel_Review-g297701-d8293999-Reviews-Mandapa_a_Ritz_Carlton_Reserve-Ubud_Bali.html. Luettu 11.12.2015.
62. Google 2015. Google-haku: Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve. https://www.google.fi/search?q=+Mandapa,+a+Ritz-Carlton+Reserve&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=hwBrVvGjLKn4ywPFml7wCQ#gws_rd=cr. Luettu 11.12.2015.
63. Google 2015. Financial tables. <http://investor.google.com/financial/tables.html>. Luettu 13.12.2015.
64. Google AdWords 2015. Etusivu. <http://adwords.google.com>. Luettu 13.12.2015.
65. Google AdWords 2015. Mainostesi mahdolliset näkymispaikat Display-verkostossa. https://support.google.com/adwords/answer/2404191?hl=fi&ref_topic=3121944. Luettu 13.12.2015.
66. Google AdWords 2015. Mainosten kohdistaminen. <https://support.google.com/adwords/answer/1704368?hl=fi>. Luettu 13.12.2015.
67. Google AdWords 2015. Cost-per-click (CPC): Definition. <https://support.google.com/adwords/answer/116495?hl=en>. Luettu 13.12.2015.
68. Google AdWords 2015. Tehostettu klikkauskohtainen hinta. https://support.google.com/adwords/answer/2464964?hl=fi&ref_topic=3119128. Luettu 13.12.2015.
69. Facebook 2015. Facebook reports full year 2014 results. <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=893395>. Luettu 13.12.2015.
70. Facebook 2015. Mainosten kohdennusvaihtoehdot. <https://fi-fi.facebook.com/business/help/433385333434831/>. Luettu 13.12.2015.

71. Wikipedia 2015. Google Analytics.
https://fi.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics. Luettu 13.12.2015.

72. Google Analytics 2015. Yleiskatsaus.
https://www.google.fi/intl/fi_ALL/analytics/features/content.html. Luettu 13.12.2015.