
GOOGLE SEO

Hakukoneoptimointi



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Tietoteknikka

Riihimäki, kevät 2016

Toni Rytönen



RIIHIMÄKI
Tietotekniikan koulutusohjelma
Ohjelmistotekniikka

Tekijä	Toni Rytönen	Vuosi 2016
Työn nimi	Google SEO	

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee kotisivujen hakukoneoptimointia (Google Search Engine Optimization [SEO]). Työssä käydään läpi sitä, miten ja mistä osa-alueista hakukoneoptimointi koostuu, mitä se tarkoittaa, mitä työkaluja Googlella on ja mikä on Google-hakukone. Tavoitteena oli tehostaa kotisivujen näkyvyys Googlessa halutuilla hakusanoilla, mikä on olennainen osa vierailijoiden saamisessa kotisivuille. Tämä on elintärkeää yrityksille ja etenkin verkkokaupoille.

Hakukoneoptimoinnilla on tarkoitus tuoda orgaaninen näkyvyys sivuille, jolloin ei tarvitse maksaa kävijöistä. Käytännössä tämä tarkoittaa yrityksen ydinpalveluiden näkymistä hakukoneessa ensimmäisellä sivulla. (esim. Tietokonehuolto Hyvinkää) Hakukoneoptimoinnista voi maksaa mutta sen voi tehdä myös itse. Hakukoneoptimointi on kuukausien prosessi mikä vaatii paljon aktiivisuutta ja sivujen ehostamista. Mitä kilpaillumpi hakusana, sitä suurempi on työ etusivun tavoittelussa.

Valitsin tämän aiheen, koska hakukoneoptimointi kiinnostaa minua ja lisäksi olen tehnyt yrityksille hakukoneoptimointia Napalmilla sekä Napalmille. Googlen algoritmi vaihtelee koko ajan eikä ole mitään suoraa ja varmaa tapaa varmistaa näkyvyyttä. Tämä opinnäytetyö käsittelee käytäntöjä joista Google tykkää ja jotka auttavat etusivuille pääsyä halutuilla hakusanoilla. Olennaisinta hakukoneoptimoinnissa on laadukas sisältö, aktiivinen päivittäminen ja liikenteen kasvattaminen omille sivuille.

Avainsanat Hakukoneoptimointi, Google, SEO

Sivut 23 s.

RIIHIMÄKI

Degree Programme In Information Technology
Software Technology

Author

Toni Rytönen

Year 2016

Subject of Bachelor's thesis

Google SEO

ABSTRACT

This thesis is about Google SEO (Search Engine Optimisation). We go through different areas which are important for Google Search Engine optimisation, what it means, what tools Google provide for it and what is Google Search Engine. The goal is to maximize the appearance in Google Search with wanted keywords which is the key element on gaining visitors to the website. This is crucial for companies and especially for webstores.

Search Engine optimisations goal is to bring traffic to the website via organic search without paying for visibility. Practically this means websites appearance on first page on Google search with search words that are related to the website. There are marketing companies that do SEO for business, but it can be done by yourself and for free. Search Engine optimisation is process that takes many months, requires a lot of activity ja maintaining website. If the search word is highly competed, the more it requires effort to appear in front page in search.

I choosed this subject because I find SEO interesting and I have done it for companies via and for Napalmi.

Google's algorithm varies and changes all the time and there is never a clear way to ensure the appearance on the first pages. This thesis is about the standards that are liked by Google Search Engine and which might ease the access to the first pages in search with wanted keywords. The most important things in SEO is high quality content, active updating and gaining traffic to the website.

Keywords Search Engine optimization, SEO, Google

Pages 23 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	GOOGLE SEARCH ENGINE	1
2.1	Googlen historia	2
2.2	Googlen algoritmi	2
2.3	Google SEO.....	3
3	SEO PERUSTEET, TITLE JA METAT	3
3.1	Title tag	4
3.2	Description tag	4
3.3	Keywords tag.....	5
3.4	Dynaaminen PHP-sivupohja	5
3.4.1	Dynaamisen PHP-sivun tekeminen	5
3.4.2	Yksilöivät tagit ja title Dynaamiseen PHP:hen	6
4	SIVURAKENNE.....	7
4.1	Domain.....	8
4.2	Sitemap.....	9
5	SISÄLLÖN OPTIMOINTI.....	9
5.1	Navigointi.....	9
5.2	Otsikot.....	9
5.3	Teksti.....	10
5.4	Kuvat	11
5.5	Validi HTML ja CSS.....	11
6	GOOGLE CRAWLERS	12
6.1	Google Crawlers -botit.....	12
6.2	Robots.txt	12
7	HAKUKONEOPTIMOINTI MOBIILILLE	12
7.1	Responsiiviset sivut ja kriteerit	13
8	LINKITYS.....	13
8.1	Sisäinen linkitys	14
8.2	Ulkoinen linkitys	14
9	TYÖKALUT	14
9.1	Google Analytics.....	14
9.1.1	Sivujen lisääminen Analyticsiin.	15
9.2	Google Search Console	16
9.2.1	Verkkosivujen lisääminen Search Consoleen	17
9.3	Google My Business	18
9.3.1	Google+	18
9.3.2	Google maps.....	19

9.4 Google mobile friendly test.....	19
10 GOOGLE ADWORDS	20
11 YHTEENVETO	20
LÄHTEET	21

1 JOHDANTO

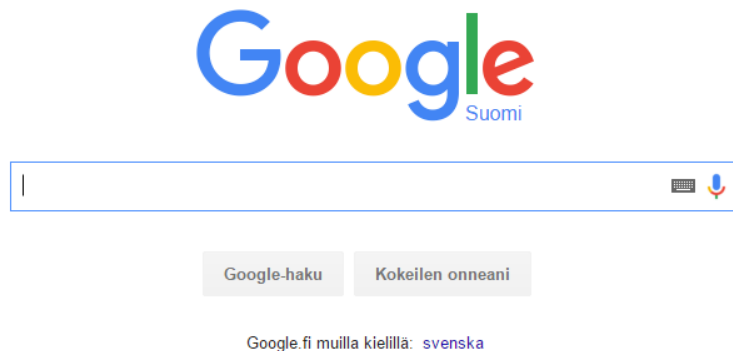
Tämä opinnäytetyö käsittelee kotisivujen hakukoneoptimointia (Google Search Engine Optimization [SEO]). Työssä käydään läpi miten ja mistä osa-alueista hakukoneoptimointi koostuu, mitä se tarkoittaa ja mikä on Googlen hakukone. Tavoitteena on tehostaa kotisivujen näkyvyyttä Googlessa halutuilla hakusanoilla, mikä on olennainen osa vierailijoiden saamisessa kotisivuille. Tämä on elintärkeää yrityksille ja etenkin verkkokoupoille.

Hakukoneoptimoinnilla on tarkoitus tuoda orgaaninen näkyvyys sivuille, jolloin ei tarvitse maksaa kävijöistä. Käytännössä tämä tarkoittaa yrityksen ydinpalveluiden näkymistä hakukoneessa ensimmäisellä sivulla. (esim. Tietokonehuolto Hyvinkää) Hakukoneoptimoinnista voi maksaa mutta sen voi tehdä myös itse. Hakukoneoptimointi on kuukausien prosessi joka vaatii paljon aktiivisuutta ja sivujen ehostamista. Mitä kilpaillumpi hakusana, sitä suurempi on työ etusivun tavoittelussa.

Googlen algoritmi vaihtelee koko ajan eikä ole mitään suoraa ja varmaa tapaa varmistaa näkyvyys. Tämä opinnäytetyö käsittelee käytäntöjä joita Google suosii indeksoidessaan sivuja ja jotka auttavat etusivuille pääsyä halutuilla hakusanoilla.

2 GOOGLE SEARCH ENGINE

Google (Kuva 1) on maailman käytetyin hakukone Suomessa ja maailmassa. Google-hakuja tehdään päivässä yli 3 miljardia kertaa. Googlen omistaa yhdysvaltalainen Google-yhtiö. Googlen nimi tulee lukusanasta Googol mikä tarkoittaa matematiikassa 10100 -lukua. Google ja googol lausutaan englanniksi samalla tavalla. (Google (hakukone) 2016.)



Kuva 1. Google-hakukone

2.1 Googlen historia

Stanfordin yliopiston tohtoriopiskelijat Larry Page ja Sergei Brin aloittivat Googlen tutkimusprojektina 1996. He tavoittelivat Internetin hakutulosten parantamista analysoimalla verkkosivujen välisiä suhteita. Google.com domain rekisteröitiin 1997 ja Google-yhtiö perustettiin 1998. Vuonna 2000 Google alkoi myymään mainoksia. Nykyään Google on maailman suosituin hakukone ja Googlen markkina-arvo on 393.5 miljardia dollaria. Google nimi tulee lukusanasta Googol joka tarkoittaa matematiikassa 10^{100} -lukua. Google ja googol lausutaan englanniksi samalla tavalla. Google on laajentanut palveluitaan ja tarjoaa nykyään mm. pilvitalennustilaa (Google drive), karttasovelluksia (Google Earth), pilvipohjaisia asiakirjasovelluksia (Google Docs & Spreadsheets), käyttöjärjestelmiä (Googlen ostama Android) sekä sosiaalisoitumista (Google+). Google myös osti Youtuben v. 2005. (Google (hakukone) 2016.)

2.2 Googlen algoritmi

Algoritmit ovat tietokoneohjelmia, jotka etsivät vihjeitä ja palauttavat merkityksellisimmän hakua vastaavan tuloksen. Algoritmit ovat tietokoneprosesseja ja kaavoja jotka muuttavat kysymykset vastauksiksi ja analysoivat tuhansia tai jopa miljoonia verkkosivuja. Googlen algoritmit luovat yli 200 yksilölliseen signaaliin tai ”vihjeeseen”, jotka mahdollistavat olettamuksen siitä, mitä käyttäjä etsii. Signaaleihin kuuluu verkkosivustojen mm. termien, sisällön tuoreuden, alueen sekä PageRankin kaltaisia asioita. (Algorithm, 2016.)

Googlen tavoitteena on tarjota käyttäjälle juuri ne sivut, joista löytyy vastaukset siihen mitä käyttäjä etsii. Tämä on tärkeä tieto myös hakukoneoptimoinnin kannalta. On tärkeää, että sivut vastaavat haettua sisältöä jos halutaan päästä hyvälle sijoituksille hakukoneessa. Hakutulosten osuvuus ja tulosten saamisen kuin myös uusien asioiden indeksoinnin nopeus on Googllelle tärkeää. (Algorithm, 2016.)

Googlen hakuun kuuluu myös kuvien hakeminen. Normaalihaulla sivun haun alkuosioon ilmestyy kuvahaku, mikäli aiheesta löytyy selviä kuvia. Googlesta pystyy myös hakemaan suoraan pelkkiä kuvia ja videoita. (Algorithm, 2016.)

Google Instant tarkoittaa Googlen ennakoivaa hakua. Kun aletaan kirjoittamaan hakusanaa Google alkaa ehdottamaan yleisimpiä vaihtoehtoja esim. jos kirjoitetaan ”tietok” niin Google ehdottaa tietokonetta ja tietokonekauppaa. Ehdotettuihin tuloksiin vaikuttaa lähinnä ajankohtaisuus ja mitä haetaan eniten. Esim. 28.3.2016 kun kirjoittaa Googleen ”kuka” niin Google ehdottaa ”Kuka poltti Ylivieskan kirkon”. (Algorithm, 2016.)

2.3 Google SEO

Google Search Engine Optimisation tarkoittaa kotisivun hakukoneoptimointia. Hakukoneoptimoinnin tarkoituksena on saada kotisivut näkyvämmäksi ensimmäisinä hakutuloksissa oikeilla hakusanoilla jotta kävijöitä ja varsinkin potentiaalisia asiakkaita saadaan sivuille orgaanisilla hakutuloksilla ilman maksettua näkyvyyttä. Esim. yrityksen kotisivuilla kerrotaan palveluista ja asiakas löytää sivun yrityksen palvelun hakusanalla. (Esim. tietokonehuolto Hyvinkää)

3 SEO PERUSTEET, TITLE JA METAT

Google rakastaa kattavaa ja kuvailevaa sisältöä. Tämän takia on tärkeää että jokaisella sivulla teksti käsittelee ja sisältää sen sivun (esim. tietokonehuolto.html) kannalta olennaisia termejä. Google antaa painoarvoa toistetuille sanoille. Sisältöä on hyvä päivittää myös usein, blogin ja sisällön ylläpito sekä tuotteiden päivittäminen lisää kävijöiden kiinnostusta ja palaamista sivuille. Suositut ja aktiiviset sivut saavat painoarvoa hakukonetuloksissa (Kuva 2). (Anderson, 2016.)

The image shows a Google search result for the term "napalmi". The search bar at the top contains "napalmi" and "Tehty Google haku". Below the search bar, there are navigation options: "Kaikki", "Kuvahaku", "Videot", "Kartat", "Lisää", and "Hakutyökälyt". The search results show "Noin 10 500 000 tulosta (0,29 sekuntia)".

The main search result is for "Napalmi - Wikipedia". The snippet reads: "Napalm (lyhenne sanoista nafteeni- ja palmitiinihapo) on palavaa hyytelöä, joka koostuu bensiinistä ja siihen sekoitetuista nafteeni- ja palmitiinihapon...".

Below the Wikipedia result, there are several "Title tag" and "Description" entries:

- Title tag:** Napalmi: Tietokonehuolto, IT-tuki, kotisivut ja muut IT-palvelut [napalmi.com/](#) ▾ **Domain**
- Description:** Napalmi Tietotekniikka Oy - Tietokonehuolto, tuki, kotisivut, laitteet, verkot, ylläpito ja muut IT-palvelut edullisesti. Kehäkuja 6, Hyvinkää.
- Napalmi | Kemia, fysiikka ja matematiikka | Tiede**
[www.tiede.fi/keskustelu/19694/ketju/napalmi](#) ▾
Miten voi tehdä napalmia, tai vastaavaa taisteluainetta. tarvin liekinheittimeen napalmia.
- Napalmi - Facebook**
[www.facebook.com](#) ▾ ... ▾ Companies & Organizations ▾ Computer Store ▾
Napalmi, Hyvinkää. 847 likes · 1 talking about this · 3 were here. Tarjoamme kaikki tietotekniset palvelut yrityksille ja yksityisille. Tämän sivun...
- Napalmin valmistus - Google Groups**
[https://groups.google.com/d/topic/sfnet.keskustelu.../kvanJdC4SLM](#) ▾
valmistaa näiden ohjeiden avulla napalmia ansaitsee täysimittaisesti kaiken sen mitä hänelle tapahtuu. TS. Turha tulla minulle uikuttamaan jos keitos kärkeää...

On the right side of the search results, there is a Google+ business profile for "Napalmi Tietotekniikka Oy". The profile includes:

- Google+ yritysprofiili** (with "Sivusto" and "Ajo-ohjeet" buttons)
- Tietokonehuolto**
- Osoite:** Hämeenkatu 19, 05800 Hyvinkää
- Puhelin:** 045 6101944
- Tunnit:** Avoinna tänään - 8-16 ▾
Toinen pääsiäispäivä voi vaikuttaa aukioloaikoihin.
- Ehdota muokkausta**
- Arvostelut:** 1 Google-arvostelu (with "Kirjoita arvostelu" and "Lisää valokuva" buttons)
- Käyttäjät hakevat myös näitä** (with "Näytä 15+ lisää" button)
- Recommended results: "Uudenma... Tietoliimi", "Prometeus Finland Ky", "Data Group Hyvinkää Kuntosali", "Datait Oy Tietokonekoj...", "DataSky Oy Tietokonekau..."

At the bottom of the search results, there is a section "Kuvat aiheesta napalmi" with the subtext "Kuvahaun tulokset" and "Tee ilmoitus kuvista". Below this are several small thumbnail images related to the search term, including one with the text "NAPALMIA ILMASSA!".

3.1 Title tag

```
<head>  
<title>Napalmi: Tietokonehuolto, IT-tuki, kotisivut ja muut  
IT-palvelut</title>  
</head>
```

Meta-title eli otsikko-tagin määrittelee tekstin, joka lukee hakutuloksessa ja kirjanmerkeissä sivusta ensimmäisenä. Jokaisella sivulla (esim. etusivu, tuotteet, yhteystiedot jne) voi olla yksilöivä otsikko mikä on suositeltavaa hakukoneoptimoinnin kannalta. (Jos tietty yritys esim. tarjoaa valvontakameroita ja markkinointipalveluja niin on turhaa ja jopa hakutulosta heikentävää mainita markkinointipalvelut valvontakamera.html:ssä ja toisinpäin) (Hakukoneoptimointi pikaopas, 2016.)

Olenneisimmat hakusanat pyritään sisällyttämään ainakin kerran otsikossa näkyvyyden parantamiseksi. Otsikon pituudeksi suositellaan seitsemää tai kahdeksaa sanaa ja alle 64 merkkiä, jolloin useimmat hakukoneet ja selaimet kirjanmerkeissä näyttävät otsikon kokonaan tai lähes kokonaan. Otsikon on hyvä olla kuvaava eikä hakusanojen spämmiä, Google pitää asiallisesta sisällöstä eikä tarkoituksellisesta hakusanojen toistosta ja viljelystä. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Google osaa myös dynaamisesti muuttaa otsikkoa sisällön perusteella, mikäli se koee sen kuvaavammaksi kuin määritetty kuvaus. (Hakukoneoptimointi (SEO), 2016)

3.2 Description tag

```
<meta name="description" content="Napalmi Tietotekniikka Oy  
- Tietokonehuolto, tuki, kotisivut, laitteet, verkot, ylläpito ja muut IT-palvelut ammattitaidolla. Hämeenkatu 19,  
Hyvinkää" />
```

Meta description eli sivun kuvaus on oletustekstinä otsikon alapuolella hakutuloksissa, mikäli sivuilta ei löydy Googlen mielestä osuvampaa kuvausta. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Kuvaus kirjoitetaan ihmiselle eikä tietokoneelle. Tekstiin sisällytetään tärkeimmät hakusanat spämmiä vältellen. Mikäli kuvauksessa löytyy hakusana, niin silloin todennäköisesti kuvaus näkyy Googlen hakutuloksessa. Muuten Google rakentaa tekstin seasta mielestään osuvimman sisällön.

Kannattaa olla joka sivulla yksilöivä kuvaus, eikä duplikaatteja. Meta description ei ole nykypäivänä kovinkaan kriittinen eikä ole välttämätön. Description lisää kuitenkin painoarvoa hakusanoille ja omalla kuvauksella välttää mahdollisesti hakukoneen kopioimat mahdollisesti tönköt tekstit. Kuvaus voi olla pitkäkin, mutta kuvauksesta näkyy hakutuloksissa n. 160 merkkiä joten ei kannata paljoa pidempää kuvausta tehdä. (Meta description, 2016.)

3.3 Keywords tag

```
<meta name="keywords" content="tietokone, tietokonehuolto, it-tuki, kotisivut, atk-tuki" />
```

Meta keywords eli hakusanat tarkoittaa sen sivun keskeisimpiä sanoja ja termejä, jotka esiintyvät sillä sivulla. Google antaa hyvin vähän painoarvoa keywords tagille jos ollenkaan. Ei siis kannata liikaa käyttää aikaa niiden hiomiseen. Jotkut hakukoneet kuten Yahoo ottavat keywords metan vielä huomioon. (Hakukoneoptimointi (SEO), 2016.)

3.4 Dynaaminen PHP-sivupohja

PHP-ohjelmointikieli mahdollistaa sivujen nopeamman muokkauksen ja sivujen nopeamman lataamisen. Helposti päivitettävät CMS-julkaisujärjestelmät (Content Management System), kuten esim. Wordpress, drupal, prestashop ja magento ovat PHP-pohjaisia. Dynaamiset PHP-sivut koostuvat HTML-sivujen sijaan useasta eri PHP-dokumentista. Pohjana toimii index.php, johon tulee <HTML> <head> ja <body> tagit. Index.php:ssa haetaan Content eli sen sivun sisältö missä ollaan. Tällöin sivun Contentin ulkopuolisia tyylimäärittäyksiä ei tarvitse kirjoittaa joka dokumenttiin uudestaan, mikä nopeuttaa ja selkeyttää sivuston päivitystä ja muokkausta. (Dynaaminen sivujärjestelmä, 2016.)

3.4.1 Dynaamisen PHP-sivun tekeminen

1. Luodaan alustaksi index.php-tiedosto
2. Lisää index.php tiedoston koodiin seuraava rivi haluamaasi paikkaan <body> ja </body> kohtien väliin, yleensä content divin sisälle:

```
<?php
if(!isset($_GET["sivu"])) { $sivu = "etusivu"; }
else { $sivu = $_GET["sivu"]; }?>
```

3. Luodaan esimerkiksi etusivu.php-niminen tiedosto
4. Lisätään etusivu.php:hen sisältöä, joka laitettaisiin normaalisti <body>:n sisään

```
<h1>Otsikko</h1>
```

```
<p> Tämä on etusivun sisältöä! </p>
```

5. Lisätään toinen sivu, esimerkiksi yhteys.php ja lisätään siihen sisältöä aivan niin kuin edellisessä esimerkissä.
6. Kun on olemassa index.php, etusivu.php ja yhteys.php. Siirretään kaikki nämä tiedostot palvelimelle käyttäen FTP-client sovellusta tai menemällä FTP:lle resurssien hallinnan kautta kirjoittamalla osoite. Mene kotisivullesi ja testaa toimiiko dynaaminen sivujärjestelmä. (palvelimen täytyy tukea PHP:tä) (Dynaaminen sivujärjestelmä, 2016.)

3.4.2 Yksilöivät tagit ja title Dynaamiseen PHP:hen

Dynaaminen PHP vaikeuttaa sivuston yksilöiviä Title ja Meta tagien määrittystä muttei tee siitä mahdotonta. Tämän voi toteuttaa esimerkiksi näin: Tehdään esimerkiksi ”hae_meta.php”- ja ”meta_tags.txt”-niminen tiedosto. hae_meta.php:n sisältö:

```
<?php

$database = 'meta_tags.txt'; //Määritellään "tietokannan"
lähteeksi meta_tags.txt
$meta_db = fopen($database, 'r');

$sivu = $_GET['sivu']; /*sivu voi olla dynaamisessa PHP:ssä
eri termillä määritetty, esim 'page'. (Huom. tämä esimerkki
ei päde välttämättä julkaisualustaan)*/
$sivu = substr($sivu, 0);
while($data = fgetcsv($meta_db, 9000, '|'))
{
if($data[0] == $sivu)
{
$title = $data[1];
$meta_keywords = $data[2];
$meta_description = $data[3];
}
}
if ($title == "")
{
//Metatietoja ei jostain syystä löytynyt, joten tehdään va-
kio metat :
$title = "Tietokonehuolto, IT-tuki, kotisivut ja muut IT-
palvelut - Napalmi";
$meta_keywords = "tietokone, tietokonehuolto, it-tuki, ko-
tisivut, atk-tuki";
$meta_description = "Napalmi Tietotekniikka Oy - Tietokone-
huolto, tuki, kotisivut, laitteet, verkot, ylläpito ja muut
IT-palvelut ammattitaidolla. Hämeenkatu 19, Hyvinkää";
} ?>
```

meta_tags.txt sisältö:

Tehdään txt-tiedosto missä kerrotaan jokaiselle sivulle yksilöllinen meta- ja title sisältö. Osiot data-osiot erotellaan ”|”-merkillä.

```
data[0] |data[1] |data[2] |data[3]
```

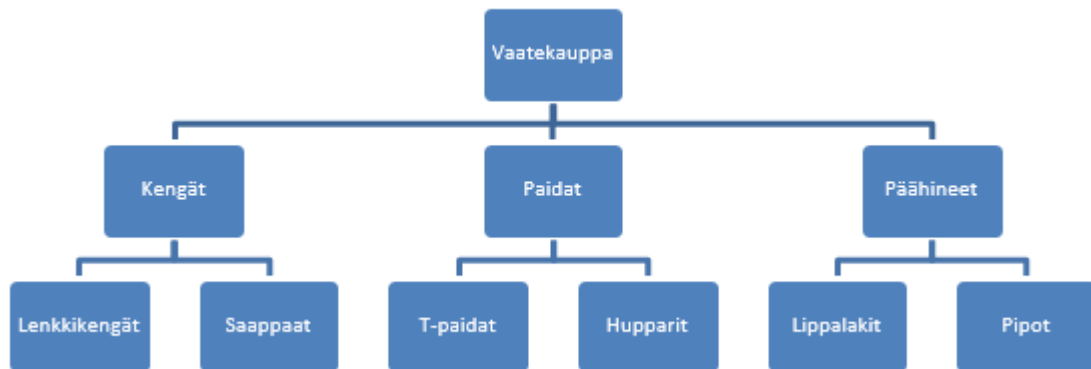
data[0]=dokumentin nimi, data[1]=sivuston otsikko (title), data[2]=hakusanat (keywords), ja data[3]=kuvaus (description)

Esimerkki:

etusivu|Napalmi Tietotekniikka Oy Hämeenkatu 19, Hyvinkää| tietokone, tietokonehuolto, kannettava
tietokonehuolto|Tietokonehuolto - Paras kannettavan huolto!|tietokone, tietokonehuolto, kannettava

- Dynaamiset meta tagit ja title, 2016.

4 SIVURAKENNE



Kuvio 1. Esimerkki toimivasta sivurakenteesta

Sivurakenne on tietynlainen kaavio (Kuvio 1) jota pitkin käyttäjä ja botit kulkevat sisältösiivuista toiseen. Aloitussivuna toimii sivun etusivu, joka avautuu pelkästä domain osoitteesta, esimerkiksi napalmi.com.

Sivuilla löytyy navigointipalkki josta aukeavat olennaisimmat sivut niin kuin kuvan esimerkissä kengät, paidat ja päähineet. Tämän jälkeen tulee alakategoriat kuten päähineissä lippalakki ja pipot, näistä päästään yksittäisiin tuotteisiin. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Google yleensä arvostaa eniten hierarkian ylimpiä sivuja, mutta etenkin tarkoissa tuotehauissa juuri yksittäisten tuotteiden sivut näkyvät parhaiten hakukoneissa, koska asiakas voi etsiä juuri sen yksittäisen tuotteen nimellä. Siksi tuotteella pitää olla kuvaileva teksti ja kuvat vaikka se työlästä onkin. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Verkkotunnus

Sisältösivu



Ylätason verkkotunnus

Kuva 3. Domainin rakenne

Internetin verkkotunnukset (engl. domain) ovat kirjaimista koostuvia nimiä (Kuva 2), joiden avulla verkkoon kytkettyihin koneisiin voidaan viitata helpommin muistettavalla tavalla kuin numeroista muodostuvilla IP-osoitteilla. Verkkotunnukset muutetaan IP-osoitteiksi Internetin nimipalvelujärjestelmän (Domain Name System, lyh. DNS) avulla.

Esimerkiksi `napalmi.com`: Napalmi on yrityksen nimi ja `.com` (commercial) on ylätason verkkotunniste. Ylätason verkkotunniste on pakollinen.

Domainilla eri sivuston osoitteella on painava merkitys Google-näkyvyydelle. Domainin avulla sivulle on helppo navigoida koska ei tarvitse tietää vaikeasti muistettavaa IP-osoitetta. Domain on usein yrityksen nimi tai palvelu. Domainit ovat yksilöiviä eli täsmälleen samoja domaineja ei voi olla. `.fi` -päätteisen (Finland) domainin voi varata esim. `domain.fi`:stä (Ficora). `.fi` päätteinen ylätason verkkotunniste on hyvä olla, jos tähdätään suomalaisiin asiakkaisiin. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Domain tuo painoarvoa hakutuloksiin. Usein kun etsitään yrityksen nimestä, niin domainin lähellä oleva yrityksen nimi löytyy ensimmäisenä. Tekemällä domainin palvelulle voidaan tehostaa näkyvyyttä sillä hakusanalla. Esim. `tietokonehuoltohyvinkaa.fi`, jolloin tietokonehuolto hyvinkää hakusanalla päästään etusivulle haussa helpommin ja nousee sinne nopeammin. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Sisältösivut ovat dokumentteja jotka useimmiten ovat PHP- tai HTML-muodossa. Sisältösivut ovat eri sisältöä sisältäviä kotisivun sivuja, minne liikutaan useimmiten kotisivun navigaation kautta.

Esimerkki sisältösivuista:

- `http://napalmi.com/yhteystiedot`,
- `http://napalmi.com/tietokonehuolto` tai
- `http://napalmi.com/palvelut`.

Kannattaa pyrkiä siihen, että sivujen nimet ovat osuvia, sillä tämä lisää sanan painoarvoa ja parantaa hakunäkyvyyttä. Esimerkiksi jos käyttäjä hakee tietokonehuoltoa, niin kannattaa nimetä sivuksi tietokonehuolto. Kannattaa pitää osoitteet selkeinä ja välttää sekavia numero- tai kirjainsarjoja. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

4.2 Sitemap

Sitemap on kuvaus Googlelle domainista löytyvistä sisältösivuista. Tämä ”kartta” on hyvä tehdä silloin kun:

- Sivut ovat todella suuret.
- Sivuilla on paljon sisältösivuja jotka eivät ole suoraan linkitetty toisiinsa.
- Sivut ovat uudet eikä ulkoisia linkityksiä ole paljoa.
- Sivusto käyttää ”rich media content”-toimintoa, näkyy Googlen uutisissa tai käyttää muita Sitemap-yhteensopivia kommentteja. (Learn about sitemaps, 2016.)

5 SISÄLLÖN OPTIMOINTI

5.1 Navigointi

Navigointi on joka sivulla samalla tavalla esiintyvä osoitteisto josta näkee tärkeimmät sivut. Navigoinnin linkeillä on suurin painoarvo. Navigointiin ei kannata laittaa liikaa linkkejä vaan ne kaikkein olennaisimmat. Navigointiin voi myös tehdä alasvetovalikon jolloin voidaan tarkentaa se, mitä sivua asiakas hakee. Esimerkiksi painamalla Tietokonehuoltoa avautuu alasvetovalikko, jossa lukee tietokonehuollon lisäksi myös eriteltyinä Apple-tietokonehuolto. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016)

Vähemmän merkitykselliset linkit voi lisätä sisällön sekaan. Silloin kävijä lukea lisää aiheesta jos se häntä kiinnostaa. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016)

5.2 Otsikot

```
<h1> Tämä on merkityksellisin otsikko </h1>  
<h2> Tämä on toiseksi merkityksellisin otsikko </h2>  
<h3> Tämä kolmanneksi jne.. </h3>
```

Tämä on merkityksellisin otsikko

Tämä on toiseksi merkityksellisin otsikko

Tämä kolmanneksi jne..

Kuva 4. h1, h2 ja h3 otsikko

Otsikot tehdään yllä olevilla tageilla. Google suosittelee että tärkeintä otsikkoa eli <h1>:stä käytetään vain kerran sivulla, jolloin painoarvo on siinä suurin. Googlen mielestä sivun pääotsikkoja voi olla vain yksi. Kannattaa käyttää pääotsikkona haluttua hakusanaa jonka näkyvyyttä halutaan korostaa. (Hakukoneoptimointi pikaopas, 2016.)

Myös alemman tason otsikoilla on painoarvoa, näitä voi olla sivulla useampia. (Hakukoneoptimointi pikaopas, 2016.)

5.3 Teksti

Google pitää kuvailevasta ja rikkaasta tekstistä. Kirjoita siis rohkeasti sisältöä joka sivulle ja painota ja toista tärkeimpiä sanoja lauseissa. Tärkeiden sanojen toistuvuus lisää niille sanoille painoarvoa. Ota myös huomioon se, että teksti on ihmislukijalle mieluinen ja asiallinen lukea. Liivoimalla -tagilla saadaan myös sanalle painoarvoa. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016)

Google ymmärtää myös eri sanamuotoja esimerkiksi tietokonehuolto, tietokonehuollot, tietokonehuoltoja, tietokonehuoltoon menevät tietokonehuolto -kategoriaan. (Hakukoneoptimointi (SEO), 2016.)

Vältä piilottamasta javascriptillä tärkeää sisältöä esimerkiksi ”lue lisää” napin taakse, jossa teksti ilmestyy samalle sivulle nappia painavalla näkyviin. Analysoidessaan Google piirtää sivun ja antaa suuremman painoarvon tekstille, mitä se näkee. <noscript>-tagin sisälle voi merkata javascriptin piilottaman sisällön. Google indexoi sisällön, muttei pysty näyttämään tekstiä hakukonetuloksissa kuvauksessa niin kuin se pystyisi tekemään normaalin tekstin kanssa mikä metan kuvaus ei ole Googlen mielestä tarpeeksi osuva. Google jättää huomioimatta myös sisällön joka on piilotettu ”display:none;” -tyylimäärityksellä. (We Tested How Googlebot Crawls Javascript And Here’s What We Learned, 2016.)

Google ottaa huomioon myös tekstin seassa olevat linkit jolloin Google löytää ja indexoi myös vähemmän merkitykselliset sivut jota ei navigoinista löydy. (Hakukoneoptimointi pikaopas, 2016.)

5.4 Kuvat

```

```

Sivuilla on hakukoneoptimoinnin kannalta hyvä käyttää aiheeseen kuuluvia kuvia. Kuvatiedostolla on hyvä olla yksinkertainen kuvaava nimi. esimerkiksi "HP-Pavilion-15-kannettava.jpg". Esimerkiksi DSC4352.jpg ei ole hyvä nimi kuvalle, koska siitä ei voi päätellä mitä kuva sisältää. Ensimmäisillä sanoilla on suurempi merkitys ja toimivat ns. "otsikkona". Esimerkiksi Hyvinkaa-finland-sunrise tällöin Hyvinkäällä on suurempi arvo kuin "sunrisella". (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

Hakukone ja käyttäjä eivät pidä pitkistä latausajoista. Tämän takia suuria kuvia ei kannata sivuille laittaa. Varsinkaan jos käytetään isoja kuvia jotka on muutettu tyylimäärittelyllä pieneksi. Tällöin palvelimelta ladataan ensin iso kuva jotta se saadaan skaalattua oikeaan kokoon. Tämän takia kuvan koko pitää optimoida ja pienentää. Esimerkiksi kuvankäsittelyohjelmalla kuten Photoshopilla voi pienentää kuvatiedoston kokoa niin, että kuvan laatu pysyy miellyttävänä. Kuvan optimoimiseen voi käyttää myös ohjelmia kuten JPEGMini ja PnyPNG. (Hakukoneoptimointi pikaopas, 2016.)

Mikäli on sisällön luonteeseen sopivaa, voi kuvan alle lisätä kuvatekstin. Tekstiä selatessa kuvateksti useimmiten luetaan aina, tämän takia siihen kannattaa panostaa. (Hakukoneoptimointi (SEO), 2016.)

Kuville on hyvä asettaa vaihtoehtoinen (alt) kuvaus. Tämä on sitä varten jos kuva ei jostain syystä näy selaimessa. Title eli otsikko on hyvin samankaltainen kuin alt muttei niin tärkeä, näissä käytetään sanoja joiden näkyvyyttä halutaan tehostaa hakukoneessa. Chromella otsikkoteksti tulee näkyviin kun kursorilla osoittaa kuvaa. Varsinkin alt on hyvä olla ja halutessaan myös titlen voi lisätä, sillä Google lukee ne ja antaa niille painoarvoa kuvahaussa ja normaalissa Google-haussa. (Hakukoneoptimointi pikaopas, 2016.)

5.5 Validi HTML ja CSS

Google arvostaa oikein kirjoitettua virheetöntä koodia. Tämä myös auttaa Googlea tulkitsemaan sivun ulkoasun oikein, jolloin sisältö näkyy sille niin kuin käyttäjille. Netistä löytyy sivuja, jonka kautta pystyy tarkistamaan HTML ja CSS koodin virheellisyyden. Esimerkiksi validator.w3.org ja css-validator.org. (Hakukoneoptimointi (SEO), 2016.)

6 GOOGLE CRAWLERS

Crawler tarkoittaa ohjelmaa kuten bottia tai spideria joka automaattisesti skannaa sivuja seuraamalla linkkejä sivuista toisiin.

Uuden kotisivun, mitä ei ole vielä indexoitu voi linkittää googlelle jolloin Googlen botit käyvät sivun läpi ja indexoivat sivun. Uuden sivun voi lisätä seuraavasta linkistä: <https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url?continue&pli=1>. (Google Crawlers, 2016.)

Google Search Consolen kautta pystyy käskemään myös manuaalisesti Googlen botteja käymään jo indexoidut sivut läpi. Tämä on kätevää silloin kun on päivittänyt sivujen sisältöä ja haluaa myös uuden sisällön nopeasti hakukoneeseen. (Google Crawlers, 2016.)

6.1 Google Crawlers -botit

Googllella on eri botteja joilla on eri tehtäviä. Tässä lyhyt listaus muutamista yleisimmistä Googlen boteista:

- Googlebot (Google web-haku),
- Googlebot News (uutisten haku),
- Googlebot Images (kuvahaku),
- Googlebot Video (videohaku),
- Googlebot Smartphone (älypuhelinhaku) ja
- Google Adsense ja –Adsbot. (Googlemainonnan sisällön läpikäymisen) (Google Crawlers, 2016.)

6.2 Robots.txt


Tämä tiedosto kotisivun halutussa kansiossa (esimerkiksi juuressa) määrittelee mitkä botit saavat käydä läpi ja indexoida sivun sisältöä siinä kansiossa. Jos Robots.txt-tiedostoa ei ole niin kaikki botit saavat vapaasti käydä sisällön läpi. (Google Crawlers, 2016.) Alla esimerkki mitä robots.txt voi sisältää:

```
User-agent: Googlebot  
Disallow:
```

```
User-agent: Googlebot-Image  
Disallow: /personal
```

7 HAKUKONEOPTIMOINTI MOBIILILLE

21.4.2015 Google uudisti hakukoneensa mobiilihakualgoritmia, eli hakualgoritmia joka suoritetaan kännykällä, tabletilla tai muilla mobiililaitteilla. Uudistuksen seurauksena Google pyrkii näyttämään jatkossa mobiililaitteilla tehdyissä hakutuloksissa ensimmäisinä responsiiviset kotisivut, eli sivut jotka skaalautuvat sujuvasti mobiililaitteille.



7.1 Responsiiviset sivut ja kriteerit

Googlen crawlerit testaavat sivujen eri osa-alueet ja määrittelevät täyttäväkö sivu responsiivisuuden kriteerit. Googlehaussa mobiililaitteella Googlen mielestä responsiivisissa sivuissa lukee teksti ”Mobiililaitteisiin sopiva”. (Google alkaa suosimaan mobiilihauissa responsiivisia sivuja, 2016.)

Responsiiviset eli mobiiliystävälliset kotisivujen kriteerejä:

- teksti on luettavaa ilman zoomausta,
 - kotisivujen sisältö mahtuu vaakasuunnassa näytölle,
 - viereisten linkkien väleissä on tarpeeksi tyhjää tilaa,
 - sivut ovat tarpeeksi kevyet mobiililaitteille,
 - viewport meta on määritetty (määrää sivujen leveyden ja skaalautuvuuden sekä sen voiko käyttää mobiililla zoomata),
 - ei flash-sovelluksia tai muita sovelluksia jota kaikki mobiililaitteet eivät tue.
- Sivujen responsiivisuuden voi tarkastaa seuraavasta linkistä: <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>. (Mobile-Friendly Test, 2016.)

Alhaalla esimerkki Viewportin määrittämisestä:

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
```

8 LINKITYS

Linkityksiä (Kuva 5) voi olla sisäisiä ja ulkoisia, sisäinen linkki vie sivulta pois toiselle sivulle ja ulkoinen linkitys tuo sivuille. Molemmat on hyvä ottaa huomioon hakukoneoptimoinnin kannalta.

Linkit sivustoosi

Linkkejä yhteensä 5 471		Sisältösi, johon johtaa eniten linkkejä	
Kuka linkittää eniten			
muusikoiden.net	3 442	http://napalmi.com/	5 419
yrityttajat.fi	827	/tietokonehuolto	32
btc.fi	620	/ssd-asennus	3
fonecta.fi	260	/verkkosivut	2
finder.fi	183	/internet_palomuurit_ja_etayhteydet	2
Lisää >		Lisää >	
Tietojesi linkitykset			
kotisivu			
napalmi tietotekniikka oy			
www.napalmi.com			
visit scyber's homepage			
http www.napalmi.com			
Lisää >			

Kuva 5. Google Search Console näyttää sisäisten ja ulkoisten linkityksien määriä.

8.1 Sisäinen linkitys

Sisäiset linkit ovat tekstin seassa esiintyviä linkkiä. Sisäinen linkitys on kätevää jos esimerkiksi halutaan lukijalle mahdollisuus lukea aiheesta tai lähteistä tarkemmin. Sisäinen linkki voi mennä samalle domainille tai eri domainille. Sisäiset linkit auttavat Googlea tulkitsemaan sisältöä ja sen teemaa. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

8.2 Ulkoinen linkitys

Ulkoiset linkit ovat domainin ulkopuolelta kuten eri nettisivujen linkityksiä tälle domainille. Kotisivujen arvo nousee, jos samaa aihetta käsittelevät ja suositut sivut linkittävät sivua. Tämän voi toteuttaa käytännössä esimerkiksi mainonnalla muilla sivuilla tai foorumeilla linkittämisellä. Monet myös merkitsevät sivuillensa yhteistyökumppaninsa. (Google Algorithm Change History, 2016.)

Google PageRank toimii määrittelemällä juuri ulkoiset linkitykset (backlinks). Google arvioi referoivien sivujen arvon ja oikeellisuuden. Jos korkeapistoiset sivut referoivat sivua niin arvo nousee. Nykyään Google PageRank ei ole niin merkityksellinen verrattuna alkuun jolloin se dominoi selvästi näkyvyyttä. (Search Engine Optimization Starter Guide, 2016.)

9 TYÖKALUT

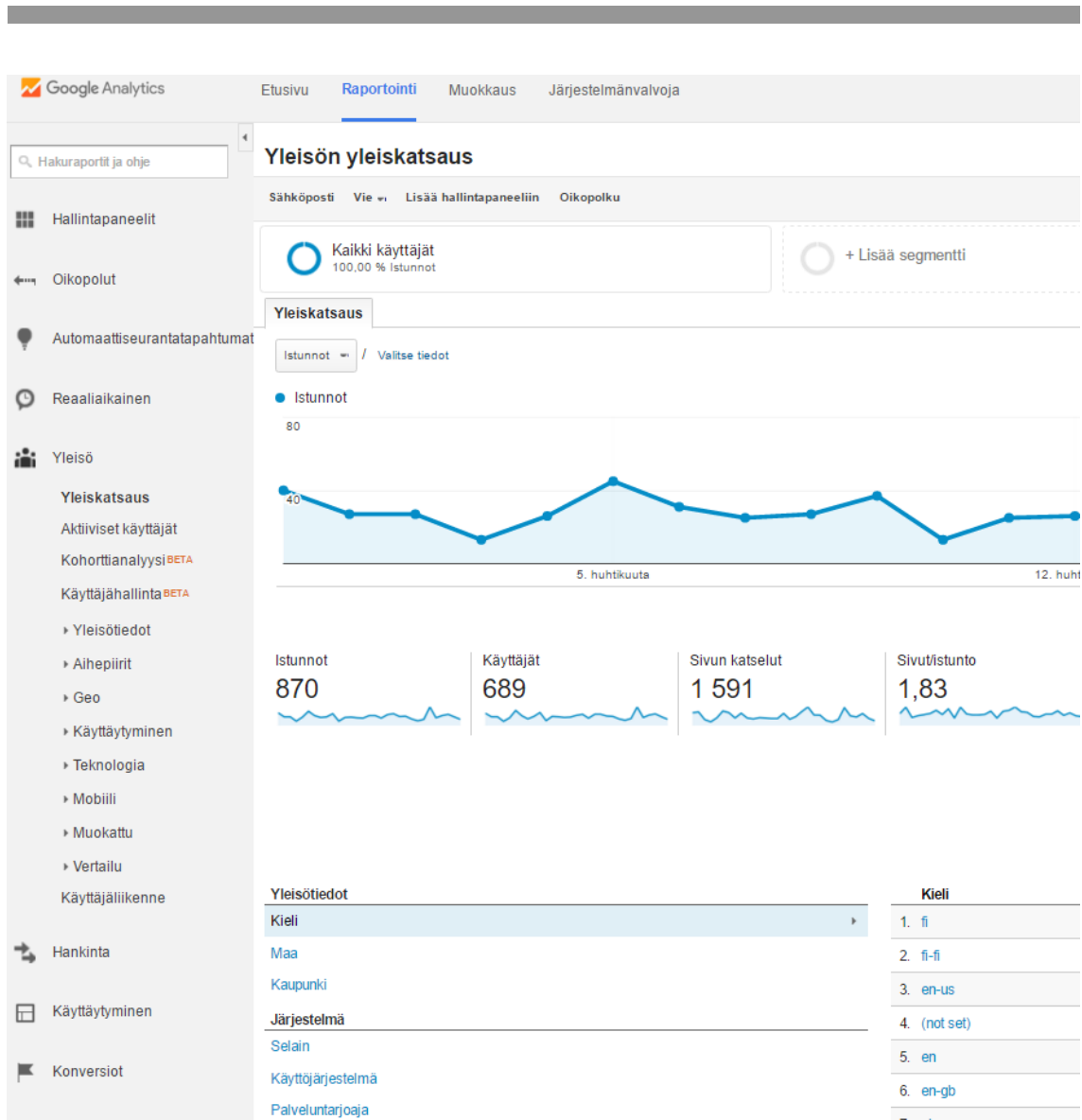
Kotisivujen seuranta ja hakukoneoptimointia voidaan tehostaa ilmaisilla käytännöillä. Googlella itsellään on runsaasti työkaluja yrityksen näkyvyyden parantamiseen hakutuloksissa ja jopa yrityksen sijainnin lisäämisen kartalle.

9.1 Google Analytics



Kuva 6. Google Analytics logo

Google Analytics (Kuva 6) työkalulla voidaan seurata sivustojen kävijämääriä sekä kävijöihin liittyvää статистиikkaa. Analyticsissa voidaan katsoa päivä- (Kuva 7), viikko- tai kuukausikohtaisesti kävijämääriä, katsoa mistä maasta, ikäryhmästä, kaupungista ja kumpaa sukupuolta käyttäjät ovat sekä käyttäkö käyttäjä mobiililaitetta vai tietokonetta. Analytics myös näyttää miten käyttäjät keskimäärin liikkuvat ja mikä on aloitussivuna. Tämä hahmottaa hyvin eri sivustojen painoarvon. Myös reaaliaikainen kävijöiden seuranta on mahdollista. Analyticsistä voi katsoa millä sivulla kävijä on milläkin hetkellä edellä mainittujen tietojen lisäksi. (Google analytics, 2016.)



Kuva 7. Google Analytics sivun hallinta

9.1.1 Sivujen lisääminen Analyticsiin.

1. Mennään <https://analytics.google.com/analytics/web/>, rekisteröidään käyttäjä jos ei ole ja kirjaudutaan Google-käyttäjällä.
2. Lisätään domain mihin halutaan Analytics linkittää.
3. Saadaan PHP-tiedosto tai js-koodinpätkä, joka pitää lisätä omille sivuille. (.php haluttuun kansioon ja js-koodi jokaiseen sivuun. Dynaamisissa sivuissa tai julkaisujärjestelmissä saadaan kaikkiin sisältösivuihin koodi lisäämällä koodinpätkä index.php-tiedostoon)
4. Kun seurantaliedosto tai koodi on sivuilla oikein asetettu niin Analytics alkaa toimimaan. (Google Analytics, 2016.)

9.2 Google Search Console

Google Search console (Kuva 8) tarjoaa sivuston ylläpitäjälle syvällisempää tietoa sivujen liikenteestä, ominaisuuksista ja virheistä. Search Console toimii sivuston ylläpitäjän apuna jotta sivustosta saataisiin mahdollisimman yhteensopiva Googlen standardien kanssa. Search Console kertoo sivuston käyttäjistä sekä puutteet että HTML:ssä olevat koodivirheet, joita Google ei ymmärrä. Manitsen tässä luvussa olennaisimmat toiminnot.

Hallintapaneeli

Viestit (1)

▼ Haun ulkoasu ⓘ

- Jäsennellyt tiedot
- Data Highlighter
- HTML-koodin parannusehdotukset
- Sivustolinkit
- Nopeutetut mobiilisivut

▼ Hakuliikenne

- Hakuanalyysit
- Linkit sivustoosi
- Sisäiset linkit
- Manuaaliset toimenpiteet
- Kansainvälinen kohdistaminen
- Mobiilikäyttö

▼ Google-hakemisto

- Indeksoinnin tila
- Sisällön avainsanat
- Estetyt resurssit
- URL-osoitteiden poistaminen

▼ Indeksointi

- Indeksointivirheet
- Indeksointitilastot
- Hae kuten Google
- robots.txt-tiedoston testaustyökalu
- Sivustokartat
- URL-osoitteen parametrit
- Tietoturvaongelmat
- Muut sivustot

Uudet ja tärkeät

Incorrect hreflang implementation on <http://napalmi.com/>

Nykyinen tila

Indeksointivirheet >>

Sivuston virheet

DNS	Palveilyyhteydet	Robots.txt-tiedoston nouto
✓	✓	✓

Hakuanalyysit

427
Klikkauksia yhteensä

Kuva 8. Google Search Console sivun hallinta

Hakuanalyyseista pystyy katsomaan Google-hakukoneen käyttäjien tilastot millä hakusanoilla sivu on näkynyt ja montako kertaa hakukonetuloksissa, millä keskimääräisellä sijalla sivusto on ollut ja montako klikkausta on tehty sivuille kyseisen hakusanan kautta.

Linkit sivustoosi -osiosta näkee mitkä ulkopuoliset verkkosivustot linkittävät sivuasi (ulkoinen linkitys) ja kuinka monta kertaa. Nopea tapa saada linkityksiä on rekisteröityä keskustelufoorumilla joka käsittelee mahdolli-

simman lähelle yrityksesi liiketoimintaa, laittaa kotisivujen linkki allekirjoitukseen ja alkaa kirjoittamaan keskusteluihin.

Kansainvälinen kohdistaminen -kohdassa voi määrittää sivustossa käytetyn kielen ja mihin maahan se on kohdistettu. Tämä on kätevää jos sivustojen pääte on esimerkiksi .com mutta halutaan kohdistaa Suomeen.

Search Consolen Hae kuten Google -ominaisuuden kautta pystyy katsomaan piirrä ruudulle -nappia painamalla miten Google näkee sivut tietokoneella ja mobiililla (Kuva 9). Tällä tavalla voi hyvin katsoa näkyvätkö esim. tekstit bottien silmissä oikein (indeksoidaanko haluttua sisältöä). Täältä pystyy myös lähettää haetut sivut hakemistoon, mikä tarkoittaa sitä että Googlen crawlerit käyvät indeksoimassa sivujen uuden sisällön jolloin uusi sisältö / sivu päivittyy hakukonetuloksiin nopeasti. (Mikä Search Console on? 2016.)

Hae kuten Google

The image shows the 'Hae kuten Google' (Search as Google) tool interface. At the top, it displays the URL <http://napalmi.com/it-palvelut> and indicates the bot type is 'Tietokone (ruudullepiirtoa pyydetty)'. A green checkmark shows the page is 'Valmis' as of Tuesday, 19th of February 2016 at 14:40 UTC-7. There are buttons for 'Hakeminen' and 'Ruudulle piirto'. Below this, two side-by-side screenshots are shown. The left one is titled 'Googlebot näki sivun tässä muodossa:' and the right one 'Tältä sivu olisi näyttänyt sivustosi käyttäjälle:'. Both screenshots show the website's header with the 'napalmi' logo and navigation links: 'Etusivu', 'Tietokonehuolto', 'Mobiilihuolto', 'IT-palvelut', 'Kotisivut', 'Ajankohtaista', 'Ota yhteyttä', 'Etätyö', and 'SSD-'. The main content area features the heading 'IT-Palvelut yrityksille' and the phone number 'Yritysassiakkaat - 045 610 2924'. At the bottom, there is a 'Hinnasto' (Price list) section with details for 'Osoite -tuiki' (65€ / tunti alv. 0%) and 'Offsite -tuiki' (50€ / tunti alv. 0%).

Kuva 9. Hae kuten Google näyttää miten se näkee sivun

Kotisivujen sivustokartat (sitemap) ja robots.txt tiedoston toimivuuden ja virheet pystyy tarkistamaan myös Search Consolesta. Myös sivujen tietoturvaongelmat pystyy tarkistuttamaan. (Mikä Search Console on? 2016.)

9.2.1 Verkkosivujen lisääminen Search Consoleen

Verkkosivujen lisääminen Search Consoleen on hyvin samankaltainen prosessi kuin Analyticsiin lisääminen:

1. Kirjaututaan Search Consoleen.
2. Kun ollaan etusivulla, valitaan lisää ominaisuus.
3. Ladataan Googlen luoma HTML tiedosto.

4. Siirretään tiedosto verkkosivujen FTP:lle haluttuun sijaintiin (yleensä juuri eli public html).
5. Painetaan Search Consolessa vahvista –nappia.

9.3 Google My Business

Google My Business (Kuva 10) hyödyntää Google+, Google mapsia ja hakukonetta. Luomalla yritykselle Google+ profiiliin, saa yritys itsensä näkymään karttasovellukseen ja hakukonetuloksissa Google+ yritysprofiilina jossa näkyvät aukioloajat ja yhteystiedot

Get your business on Google for free

New – Google My Business connects you directly with customers, whether they're looking for you on Search, Maps or Google+.

The advertisement features a central blue button labeled "Get on Google". Below it, three devices are shown: a tablet on the left displaying a Google+ profile for Dandelion Chocolate, a desktop computer in the center showing a Google search result for the same business, and a smartphone on the right showing a Google Maps location for Dandelion Chocolate. A circular callout highlights the search result details, including the business name, 4.7-star rating, 133 reviews, address (740 Valencia St, San Francisco, CA 94110), phone number (415) 349-0942, and hours (Open today 10:00 am – 9:00 pm). Below the devices are three icons: a red Google+ icon, a blue search icon, and a green Google Maps icon. At the bottom, three text boxes describe the benefits: "Show up across Google", "Give customers the right info", and "Build lasting relationships".

Kuva 10. Google My Business –ominaisuuksia

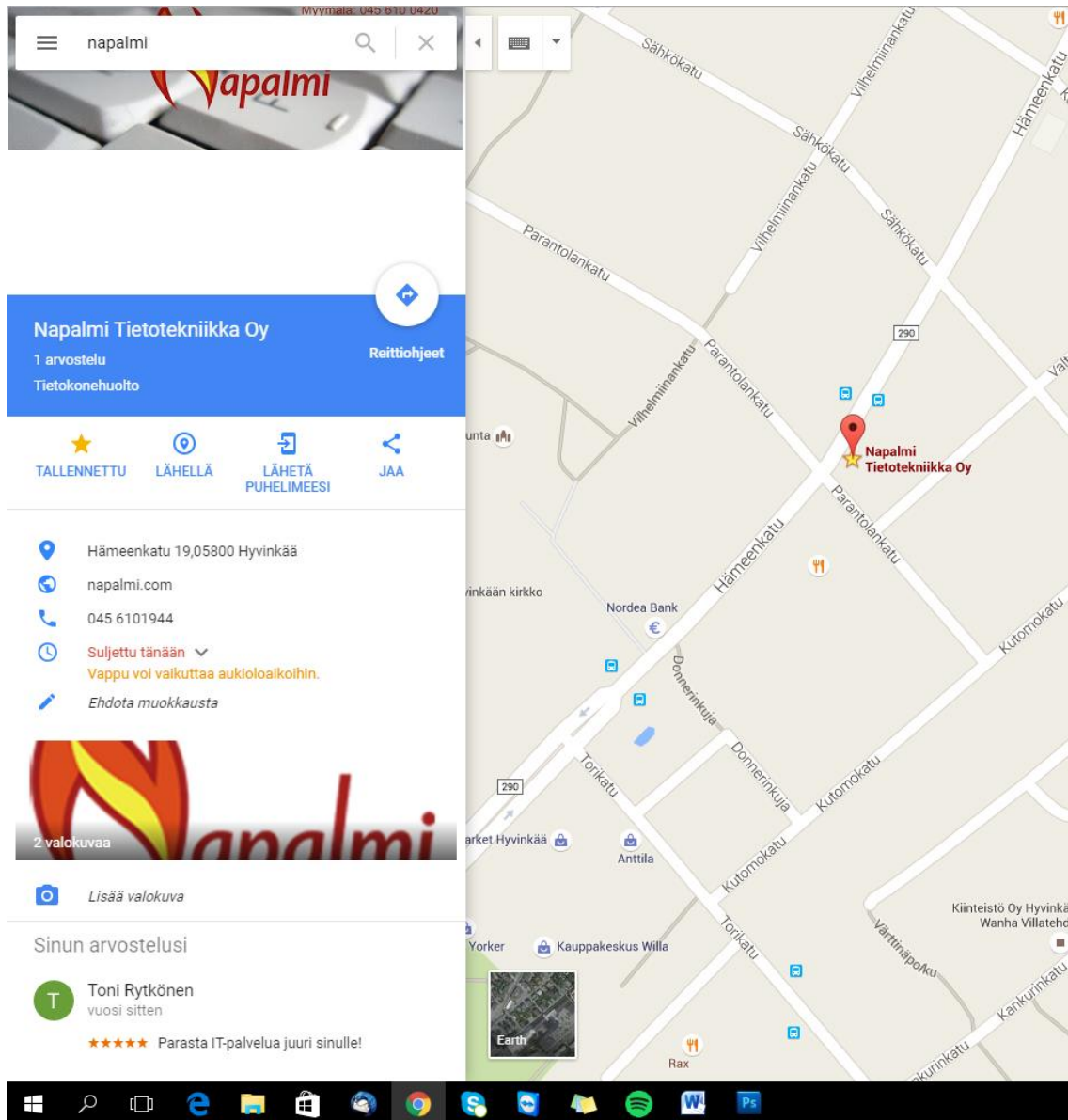
- Get your business on Google for free, 2016.

9.3.1 Google+

Google+ on Googlen luoma sosiaalisen median kanava johon käyttäjät voivat lisätä kuvia ja keskustella ajankohtaisista asioista. Google+ ei ole Facebookiin verrattuna kovinkaan suuressa käyttäjän tietoisessa käytössä, mutta Google+:lla on paljon rekisteröityjä käyttäjiä koska esimerkiksi Youtubea käytetään Google+ tilillä. Google My Busineksen kautta luodaan Google+ yritysprofiili.

9.3.2 Google maps

Google maps (Kuva 11) on suosittu karttasovellus niin tietokoneilla kuin myös Android-pohjaisilla mobiililaitteilla. Luomalla Google My Business tilin yritykselle saadaan yritys näkymään karttasovelluksessa jolloin kirjoittamalla yrityksen nimen saa ajo-ohjeet. Lisäksi karttaan on merkattu yrityksen nimi sen osoitteeseen.



Kuva 11. Google maps -näkyvä

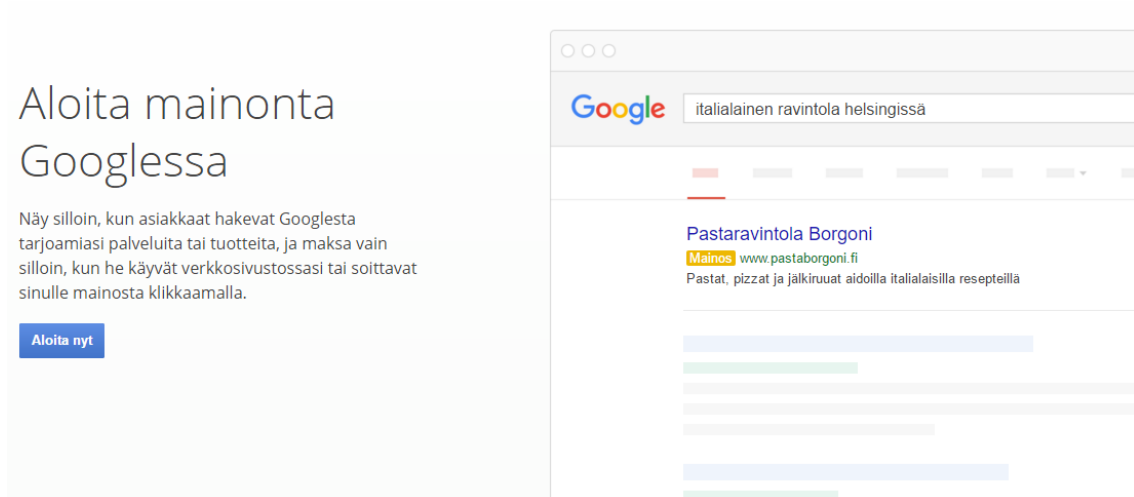
9.4 Google mobile friendly test

Googlen mobile friendly testillä voidaan kokeilla laskeeko Google sivusi mobiiliystävälliseksi. Jos tulos on negatiivinen niin Google kertoo mitä muutoksia pitää tehdä jotta sivuista saadaan mobiiliystävälliset.

Googlen mobiiliystävällisyystestin voi tehdä seuraavasta linkistä: <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>.

10 GOOGLE ADWORDS

Google Adwords on maksullinen tapa päästä hakutulosten etusivulle. Adwordsissa maksetaan klikkauksista sivuillesi jotka ovat tulleet mainoslinkkien (Kuva 12) kautta. Budjettia määrittelemällä saadaan eri määrä klikkauksia sivuille. (Google Adwords, 2016.)



Kuva 12. Esimerkki Adwordsista Googlen mainossivulta

Adwords toimii näin:

1. Valitaan hakusanat jolla mainos ilmestyy
2. Kirjoitetaan myyvät mainostekstit
3. Kun asiakas hakee oikealla hakusanalla, avautuu ensimmäisenä maksettu mainoksesi
4. Hakijat klikkaavat mainoksiasi ja saapuvat verkkosivuillesi

Adwords on hyödyllinen varsinkin suuresti kilpailluilla hakusanoilla, muttei pakollinen. Hyvä orgaaninen hakukoneoptimoinnilla saavutettu näkyvyys ei parhaimmillaan maksa mitään. (Google Adwords, 2016.)

11 YHTEENVETO

Mielestäni hakukoneoptimointi on todella tärkeää mutta myös samaan aikaan turhauttavaa. On paljon asioita joita pitäisi ottaa huomioon ja turhan vähän takeita että lopputulos olisi riittävä varsinkin jos hakusanat ovat suuresti kilpailtuja. Hakukoneoptimointi voi viedä todella paljon aikaa jotta lopputulokset alkavat puhumaan puolestaan. Uuden domainin näkyvyyden nostaminen on myös vaikeampaa kuin jo vanhan vuosia Internetissä olleen. Ei pidä jumittua liikaa pieniin yksityiskohtiin. Olennaisinta on laadukas sisältö, aktiivinen päivittäminen (esim. uudet tuotteet, blogi) ja kasvavat kävijämäärät.

LÄHTEET

- Algorithm – Google. 2016. Viitattu 1.3.2016.
<https://www.google.com/insidesearch/howsearchworks/algorithms.html>
- Anderson, S. 2016. Seo metatags best practices. Viitattu 2.3.2016
<http://www.hobo-web.co.uk/definitive-guide-to-using-important-metatags/>
- Anderson, S. 2016. Page Title Element Optimisation Practices. Viitattu 2.3.2016
<http://www.hobo-web.co.uk/title-tags/#what-is-the-perfect-page-title-tag->
- Audette A. 2016. We Tested How Googlebot Crawls Javascript And Here's What We Learned. Viitattu 17.3.2016.
<http://searchengineland.com/tested-googlebot-crawls-javascript-heres-learned-220157>
- Dynaaminen sivujärjestelmä. Viitattu 25.2.2016.
http://www.peliriihi.com/?sivu=oppaat&opas=dynaaminen_sivusto#.VyT6aTCLSUk
- Dynaamiset meta tagit ja title. Viitattu 27.2.2016
http://www.peliriihi.com/?sivu=oppaat&opas=dynaaminen_meta_ja_title#.VyT-yDCLSUk
- Get your business on Google for free – Google. 2016. Viitattu 15.4.2016
<https://business.google.com>
- Google Adwords – Google. 2016. Viitattu 20.4.2016.
<https://www.google.com/adwords/>
- Google Algorithm Change History - Moz. Viitattu 9.3.2016.
<https://moz.com/google-algorithm-change>
- Google alkaa suosimaan mobiilihauissa responsiivisia sivuja – Napalmi. 2015. Viitattu 21.3.2016.
<http://napalmi.com/ajankohtaista#Google%20alkaa%20suosimaan%20mobiilihauissa%20responsiivisia%20kotisivuja>
- Google Analytics – Google. 2016. Viitattu 1.4.2016.
<https://www.google.com/analytics/>
- Google Crawlers – Google. 2016. Viitattu 20.3.2016.
<https://support.google.com/webmasters/answer/1061943?hl=en>
- Google (hakukone) – Wikipedia. 2016. Viitattu 30.4.2016.
[https://fi.wikipedia.org/wiki/Google_\(hakukone\)](https://fi.wikipedia.org/wiki/Google_(hakukone))
- Google Search Engine Optimization Starter Guide - Google Viitattu 15.3.2016.

<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

Hakukoneoptimointi pikaopas. Viitattu 10.3.2016.
<http://www.google-optimointi.com/pikaopas/>

Hakukoneoptimointi (SEO). Viitattu 10.3.2016
<http://www.digimarkkinointi.fi>

Learn about sitemaps – Google. 2016. Viitattu 5.5.2016
<https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=en>

Meta Description - Moz. Viitattu 3.3.2016.
<https://moz.com/learn/seo/meta-description>

Mikä Search Console on? – Google. 2016. Viitattu 12.4.2016.
<https://support.google.com/webmasters/answer/4559176?hl=fi>