

Tämä on rinnakkaistallenne.  
Rinnakkaistallenteen sivuasettelut ja typografiset yksityiskohdat  
*saattavat poiketa* alkuperäisestä julkaisusta.

Julkaisun tekijä(t): Sinisalo, Jaakko

Julkaisun nimi: Laskeutumissivujen hyödyntäminen osana yrityksen digitaalista markkinointia

Julkaisuvuosi: 2022

Versio: Kustantajan versio

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Sinisalo, J. (14.10.2022). Laskeutumissivujen hyödyntäminen osana yrityksen digitaalista markkinointia. Digiliike: tietoa digitaalisesta markkinoinnista -blogi.

Haettu 17.10. osoitteesta

<https://blogi.oamk.fi/2022/10/14/laskeutumissivujen-hyodyntaminen-osana-yrityksen-digitaalista-markkinointia/>

# Laskeutumissivujen hyödyntäminen osana yrityksen digitaalista markkinointia

[JAAKKO SINISALO](#)

JULKAISTU 14.10.2022

Laskeutumissivu on yleisnimitys yrityksen verkkosivuston yksittäisille sivuille, jonne yritys pyrkii ohjaamaan potentiaalisia asiakkaita erilaisten markkinointitoimenpiteiden, kuten hakusanamainonnan, hakukoneoptimoinnin tai sähköpostimarkkinoinnin, avulla. Periaatteessa vierailijat voivat tulla ja yritys voi ohjata vierailijoita mille tahansa oman verkkosivuston alasivulle. Käytännössä kuitenkin laskeutumissivulla on aina erityinen tarkoitus ja se suunnitellaan kampanjakohtaisesti tietylle kohderyhmällä. Tämän vuoksi laskeutumissivuilla on keskeinen rooli yritysten digitaalisten markkinoinnin kampanjoissa.

Tässä blogitekstissä keskitytään siihen, miksi yrityksen kannattaa hyödyntää laskeutumissivuja osana yrityksen digitaalista markkinointia.

## Laskeutumissivujen hyödyt yritykselle

Yrityksen verkkosivusto on digitaalisen markkinoinnin toimenpiteiden keskiössä. Toisin sanoen, yritysten markkinointitoimenpiteet tähtäävät (ainakin digitaalisessa liiketoiminnassa siihen), että verkkosivuille saadaan ohjattua vierailijoita. Tämän vuoksi verkkosivustosunnittelulla on erittäin iso merkitys siinä, kuinka moni vierailija muuttuu maksavaksi asiakkaaksi. Laskeutumissivut ovat osa yrityksen verkkosivustoja ja niiden hyödyntäminen saattaa tuntua turhalta, koska yrityksellä on jo olemassa verkkosivusto. Laskeutumissivujen hyödyntämisellä on kuitenkin useita eri syitä.

Ensinnäkin laskeutumissivut **konvertoivat paremmin**. Tämä johtuu siitä, että laskeutumissivulla on vain yksi selkeä tavoite tai toimintakehote. Yrityksen verkkosivusto on suunnattu kaikille potentiaalisille asiakkaille. Sen tarkoituksena on antaa paljon erilaista tietoa vierailijoille ja ohjata heitä liikkumaan sivustolla. Laskeutumissivut voidaan kohdentaa pienemmille kohderyhmille, jolloin sisällöt voidaan rakentaa vastaamaan parhaiten juuri sen kohderyhmän tarpeita ja haluja. Jos potentiaalinen asiakas saapuu tietty tavoite mielessään yrityksen yleiselle verkkosivustolle laskeutumissivun sijaan, voi hän tiedon määrän takia alkaa etsiä esimerkiksi erilaisia vaihtoehtoja ongelman ratkaisemiseksi. Laskeutumissivun tarkoitus onkin pyrkiä ohjaamaan asiakas suoraan oikean vaihtoehdon äärelle tarjoten asiakkaalle helpon ja yksinkertaisen vaihtoehdon tehdä konversio (toimintakehotten klikkaaminen). Esimerkiksi verkkokaupat voivat ohjata vierailijoita aiemman käyttäytymisen perusteella suoraan tietylle tuotesivulle.

Toiseksi laskeutumissivujen avulla **saadaan uusia potentiaalisia asiakkaita**.

Laskeutumissivujen tavoitteena on usein kerätä tietoja vierailijoista ja saada yritykselle uusia potentiaalisia asiakkaita (liidejä). Kun yrityksen markkinointitoimenpiteet on kohdistettu oikein, saadaan laskeutumissivulle laadukkaita vierailijoita, jotka ovat kiinnostuneita yrityksen tarjoomasta. Jos vierailijat suostuvat myös antamaan tietoja itsestään, niin tämä tarjoaa yritykselle mahdollisuuden muuttaa potentiaaliset asiakkaat maksaviksi asiakkaiksi. Toisin sanoen laadukkaiden liidien saaminen kasvattaa myös yrityksen myyntiä.

Kolmanneksi laskeutumissivujen avulla voidaan **tunnistaa oma asiakaskunta ja ymmärtää sitä paremmin**. Tiedon keräämistä kannattaa hyödyntää myös sen takia, että yritys voi oppia potentiaalisista asiakkaista jotain uutta tai jopa sen, keitä sen potentiaaliset asiakkaat todellisuudessa ovat. Tämä tehostaa yrityksen markkinointitoimenpiteiden kohdentamista ja todennäköisesti parantaa markkinointiin suunnattujen panostusten tuottoa (ROI) – erityisesti silloin kun yritys tekee maksullisia kampanjoita.

Neljänneksi laskeutumissivut **vahvistavat yrityksen brändiä**. Laskeutumissivuillakin pitää huomioida yrityksen brändi ja hyödyntää sen visuaalista ilmettä. Laskeutumissivu ei todennäköisesti ole vierailijan ainoa vuorovaikutus yrityksen brändin kanssa. Tämän vuoksi laskeutumissivun ulkonäön – kuten esimerkiksi värimaailman, fonttien ja brändin – pitää olla yhtenevä yrityksen muun viestinnän kanssa. Näin ollen laskeutumissivut myös vahvistavat yrityksen brändiä rakentaen luottamusta ja todennäköisesti lisäten konversioiden määrää.

Viidenneksi laskeutumissivujen avulla **saadaan lisää vierailijoita yrityksen verkkosivustolle**. Vaikka liidien luominen ei olisi laskeutumissivujen päätavoitteena, voidaan laskeutumissivujen avulla lisätä vierailijoiden määrää yrityksen verkkosivustolla. Kun laskeutumissivut on rakennettu hakukoneoptimointia hyödyntäen, voi niiden avulla saada orgaanisia vierailijoita sivustolle. Jos vierailija päätyy verkkosivuston etusivun sijaan suoraan tuote- tai palvelusivulle, lisää tämä todennäköisesti myös konversioiden määrää.

Kuudenneksi laskeutumissivujen avulla voidaan **lisätä yrityksen uskottavuutta**. Vierailijat arvostavat yksinkertaista viestiä, joka kertoo asiakkaan saamat hyödyt selkeästi. Laskeutumissivulla voidaan näyttää, että yritys ajattelee asiakkaan parasta esimerkiksi sosiaalisten todisteiden, kuten tuotearviointien ja referenssien, avulla. Nämä todennäköisesti parantavat konversioastetta ja lisäävät konversioiden määrää.

Kannattaa muistaa, että laskeutumissivu antaa ensivaikutelman potentiaaliselle asiakkaalle yrityksestäsi. Tämän vuoksi laskeutumissivujen suunnittelua ei kannata aliarvioida.

Voit lukea lisää digitaalisesta markkinoinnista ja sen hyödyntämisestä kirjasta [Digitaalisen markkinoinnin käsikirja: opas mikro- ja PK-yrityksille](#).

**Jaakko Sinisalo**, yliopettaja, markkinointi  
Oulun ammattikorkeakoulu