

Janne Halonen

**Kattoset Oy - hakukoneoptimointi**

## **Kattoset Oy - hakukoneoptimointi**

Janne Halonen  
Opinnäytetyö  
Kevät 2023  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tutkinto-ohjelman nimi, Suuntautumisvaihtoehdon nimi

---

Tekijä(t): Janne Halonen

Opinnäytetyön nimi: Kattoset Oy - hakukoneoptimointi

Työn ohjaaja(t): Minna Kamula

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: 3/2023

Sivumäärä: 25

Opinnäytetyöni koostuu tietoperustaisesta ja toiminnallisesta osuudesta. Tietoperustan tarkoituksena on avata lukijalle hakukoneoptimoinnin toimintaperiaatteita ja käytänteitä, työkaluja sekä optimoinnin hyötyjä verkkomarkkinoilla. Toiminnallinen osuus on Kattoset Oy:lle tehty hakukoneoptimointi.

Hakukoneoptimointi ei ole vain yksinkertainen kerran suoritettava toimenpide vaan koko yrityksen verkkohistorian kestävä operaatio. Oikoteitä ei ole ja työtä on tehtävä jatkuvasti. Tietoperustaisessa osiossa on pyritty keskittymään nimenomaan sellaisiin hakukoneoptimoinnin kipukohtiin, joiden huomioon ottamisella on mahdollisuus vähemmälläkin tietämyksellä ylläpitää verkkosivuston hakutulos korkealla.

Työvälineistä olen valinnut käytettäväksi ja esiteltäviksi sellaisia ohjelmia, jotka ovat yleisesti kaikkien saatavilla. Ohjelmat ovat pääosin maksuttomia, joskin osaan on saatavilla maksullisia lisäpalveluita, mutta peruskäyttöön ilmaisversiot riittävät.

Kattoset Oy on pieni kattojen pinnoituksiin, turvatuotteisiin ja julkisivumaalauksiin keskittynyt yritys. Yritykselle oli tehty kotisivut noin puoli vuotta ennen projektimme alkua, joten aika alkutekijöissä oltiin. Sivusto oli toteutettu WordPressillä, eikä SEO tai Googlen plugineja ollut asennettu, saati otettu käyttöön. Eli sivusto ei käytännössä ollut vielä tässä vaiheessa edes hakukoneiden löydettävissä.

Näistä lähtökohdista, tässä opinnäytetyössä esitellyin työvälinein sekä opiskellun että omaksuttua tietoa hyödyntäen, lähdin rakentamaan yritykselle lyhyen tähtäimen SEO strategiaa, jonka lopputulos on luettavissa tässä opinnäytetyössä.

---

Asiasanat: Hakukoneoptimointi, hakukonemarkkinointi, SEO

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in information Technology, Option of Software Development

---

Author: Janne Halonen  
Title of thesis: Kattoset Oy - Search Engine Optimization  
Supervisor: Minna Kamula  
Term and year when the thesis was submitted: 2023  
Number of pages: 25

---

This thesis is about search engine optimization (SEO). The thesis discusses how to start a SEO project with simple online tools that are available to everyone. It is about how a small business, with the help of SEO, could have even a slight possibility to compete with the big ones.

The first section of the thesis concentrates on what search engine optimization is, and what is the benefits of it and how to use it effectively. The thesis also includes structure of search engine, basically Google in this study. It also discusses some best practices which should take in consideration into practicing SEO.

The second lists a few online tools that are useful when practicing SEO. The main purpose in most of those tools is somewhat the same but there are some differences in how they approach the subject. The differences will probably give some insights to the reader on how to use the data.

Third part focuses on the functional actions of a company called Kattoset Oy as they started to use SEO from scratch on their website, they planned the keywords used in the searches. Then they installed SEO and analytics WordPress plugins and tuned to them. They planned the texts on the website, and monitored the progress for half a year.

The project was more intense than anticipated in the beginning. All the data about SEO and tools used is just massive. The most challenging thing about the project was the too much information. There are so many angles from which to approach optimization. Another thing to consider is what to write about it. But all in all, it was educational and fun. Some progress did also appear in the customer's Google search outcome, so it was not just a waste of time. Although the SEO is more of a process than project, it is crucial to keep up and continue the work.

---

Keywords: SEO, Search engine optimization

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	MITÄ ON HAKUKONEOPTIMOINTI? .....	7
2.1	Kuinka hakukone toimii? .....	7
2.2	Haun optimoinnin hyödyt .....	9
2.2.1	Orgaanisen liikenteen laatu .....	10
2.2.2	Orgaanisen liikenteen määrä .....	10
2.3	Hakukonenäkyvyyteen vaikuttavia tekijöitä .....	10
2.4	Hakukoneoptimoinnin etiikka .....	11
2.4.1	Epäeettinen .....	11
2.4.2	Eettinen .....	11
3	KÄYTETYT TYÖKALUT .....	13
3.1	Google Search Console .....	13
3.2	Google Analytics .....	13
3.3	Sitechecker .....	14
3.4	Ahrefs .....	14
3.5	Keyword planner .....	15
3.6	Page speed insights .....	16
4	OPTIMOINNIN TOTEUTUS .....	17
4.1	Aloitus .....	17
4.2	Seuranta .....	19
4.3	Analyysi .....	21
5	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	23
6	POHDINTA .....	24
	LÄHTEET .....	25

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheeksi valikoitui hakukoneoptimointi Kattoset yritykselle (Kattoset 2023) syystä että, se on paitsi kiinnostava, myös haastava aihe yrityksen näkyvyyden ja markkinoinnin keinona. Rahalla monesti saadaan ohituskaista tästä orgaanisen näkyvyyden työkalusta. Suomessa on paljon pieniä yrityksiä, joilla ei ole resursseja eikä kanavia, joita käyttää maksettuun mainontaan, saati valmistella valtaisa markkinointikampanjaa. Lisäksi kuluttaja- tai asiakaskäyttäytyminen on vuosikymmenten aikana muuttunut. Enää ei selata esim. tarjouksia lehdistä samalla tavalla kuin ennen, tai etsit tietoa ja vertailla tuotteita ja palveluita kirjoista, mainosten perusteella tai kävellä liikkeeseen kysymään neuvoa. Tieto on saatava välittömästi verkosta ja mielellään oman haun perusteella hakukoneen ensimmäisten hakujen joukosta. Lähtökohdat tarpeeseen on mikroyrittäjän selviytyminen markkinassa, jossa kilpailu on äärimmäisen kovaa, ja jossa työtä tehdään laajalti ja yli toimialarajojen.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on mahdollistaa pienen yrityksen näkyvyys internetin hakukoneissa jotakuinkin tasavertaisesti suurempien toimijoiden rinnalla. Koska internet markkinointi ja hakukonekäytänteiden kenttä on poikkeava muista markkinoinnin hyvistä käytänteistä, olen tuonut työssäni esiin myös eettisyyden periaatteita, koska vaikei varsinaisia sääntöjä toistaiseksi ole, on hyvä ymmärtää, että hakukoneet "rankaisevat" tietyn tyyppisestä epäeettisestä käytöksestä. Hyvät tavat kuuluvat verkkoon siinä missä reaali maailmaan.

## 2 MITÄ ON HAKUKONEOPTIMOINTI?

Hakukoneoptimointi tarkoittaa sarjaa toimenpiteitä, jotka on suunniteltu parantamaan verkkosivun mahdollisuuksia nousta käyttäjien tekemien hakujen perusteella nähtyksi. Organisaalisella hakukonenäkyvyydellä on merkittävä vaikutus tulla löydettyksi verkossa ja hyvällä SEO strategialla on suuri merkitys, millainen näkyvyys verkossa saavutetaan. (Moz 2023.)

Hakukoneoptimointi on digitaalisen näkyvyyden parantamista, sillä pyritään saavuttamaan mahdollisimman korkea orgaaninen näkyvyys esim. Googlen hakutulostauksissa niillä hakusanoilla ja fraaseilla, joilla sivustolle halutaan käyttäjiä. Optimoinnin tarkoituksena on myös laadullisen kävijämäärän parantaminen, joka tarkoittaa, että sivustolla kävijä on mieluummin ostaja kuin vahingossa sivulle eksyvä käyttäjä. Hakukoneoptimointi on pitkäjänteinen prosessi, jossa muutokset vaikuttavat jatkuvasti. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2023.)

Näillä toimenpiteillä, joita sivustolle tehdään, pyritään saamaan mahdollisimman korkea orgaaninen näkyvyys, esim. Google, Bing tms. hakukoneen hakutuloksissa. Eli syötettäessä sana tai fraasi hakukoneen syötekenttään, tulee parhaiten ko. hakukriteerillä optimoidut sivut ensimmäisinä luetteloiduiksi. Toki hakukoneen tulokseen on muitakin vaikuttimia, kuten sivuston tekstit, sivuston rakenne, kuvat, turvallisuus, ja monet muut seikat, joita esitellään tulevissa kappaleissa. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2023.)

”Hakukoneoptimointi tarkoittaa toimenpiteitä, joilla pyritään parantamaan yksittäisen verkkosivun tai kokonaisen verkkosivuston sijoituksia hakukoneiden hakutulosten luettelossa tiettyjä hakusanoja käytettäessä” (Finto 2023).

### 2.1 Kuinka hakukone toimii?

Hakukoneen toimintaperiaate on yleensä jaettu kolmeen pääluokkaan: Ryömijöihin [Crawlers], Tietokantoihin [Index] ja Sijoittumiseen [Ranking] (Marsden 2022.)

## **Ryömijät**

Verkkosivut, jotka ryömijät ovat löytäneet, listataan tietokantaan. Sivustolta tietokantaan tallennetaan kaikki saatavilla oleva tieto, jonka algoritmeihin perustuen oletetaan olevan relevanttia tietoa. Osoite, löydetty hakusanat sivuston sisällöstä, sisällöntuotanto eli miten ja milloin sivustoa on päivitetty sekä aiempaan käyttäjien sitoutumiseen sivustolla. Eli vaikkapa käyntitiheys tai sivustolla vietetty aika. (Mardsen 2022.)

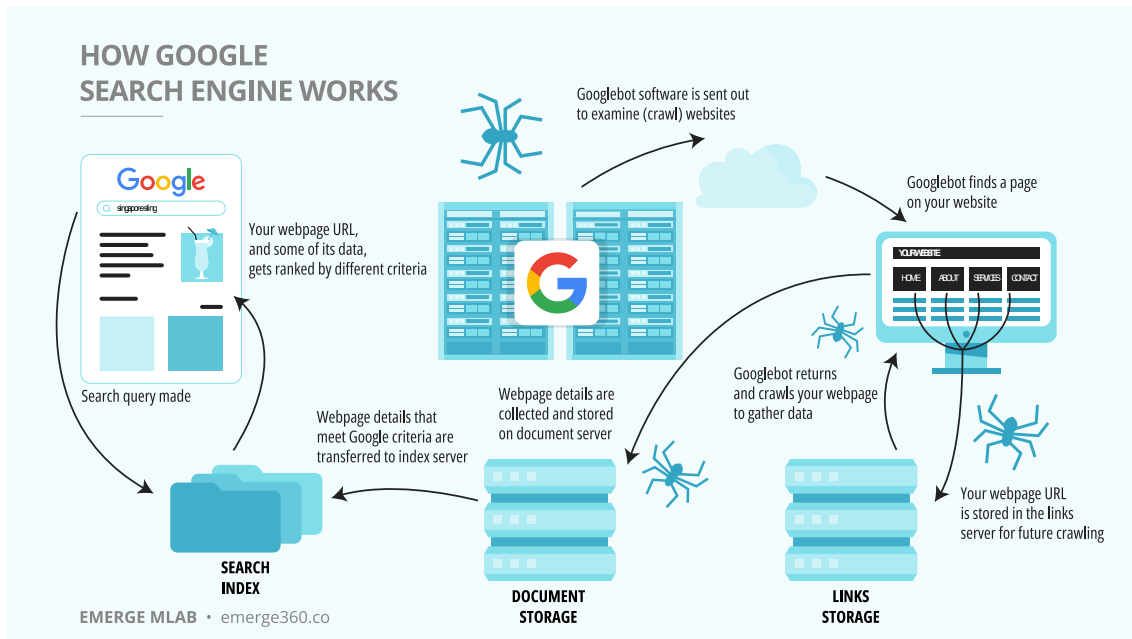
## **Tietokanta**

Kun sivusto tai sivu viedään verkkoon, se ei automaattisesti ole hakukoneiden tavoitettavissa. Niin kutsutut Ryömijät kahlaavat internetin sisältöä läpi jatkuvasti ja tutkii URL-osoitteet, niiden sisällöt ja sivuston sisällön osuvuuden mm. hakusana osuvuuteen verraten, sisällön mahdolliset muutokset. Ryömijöiden tuottama data jäsenellään hakemistoihin ja algoritmeihin siten, että sivusto on löydettävissä sen sisältörelevanssin mukaan. Muita sijoitukseen vaikuttavia tekijöitä ovat mm. kuinka hyvin sivuston asiasisältö sopii haettavan termin tai fraasin kanssa yhteen. Kun joku tekee haun verkossa, hakukone tutkii luomansa hakemistot ja tähän datan perustuen järjestelee tulokset niiden asiaankuuluvuuden mukaan. (Muller & Moz.com Staff 2022.) (Natri, Rissanen 2015.)

## **Sijoittuminen**

Hakukoneen (Google, Bing, DuckDuckGo, Baidu ym.) toimintaperiaatteet ovat kaikilla käytännössä samat. Tässä esimerkkinä käytetty Googlen hakukoneprosessia (kuva1). Hakukoneet kahlaavat eli käyvät sivustoja läpi tasaisin väliajoin, tallentavat sivut tietokantoihin. Tämän jälkeen algoritmeihin perustuvat laskelmat järjestävät sivu tulosten perusteella järjestykseen. (Poh 2023.)





Kuva 1. Kuinka Google hakukone toimii (Poh 2023)

Kun sivusto on saatu julkaistua palvelimelle ja on näkyvässä hakukoneille, Google-bottien ryömiäjät, jotka kahlaavat väsymättä verkkoa, löytävät sivuston ja tallentavat sen URL-osoitteen myöhempää käyttöä varten. Tämän jälkeen botti kahlaa sivun datan läpi, analysoi ja dokumentoi sen Googlen palvelimille. Web-sivun parametrit, jotka täyttävät Googlen kriteerit, indeksoidaan palvelimelle, josta ne tietyin perustein rankataan käyttäjien hakuja vastaaviksi. (Poh 2023.)

## 2.2 Haun optimoinnin hyödyt

Löydettävyys on yksi tärkeimmistä verkkosivun markkinoinnillisista hyödyistä. Liikenne eri verkkosivustoille tulee yli 50-prosenttisesti internetin hakukoneiden kautta. Mitä korkeammalta tuloksista sivusto löytyy, sitä todennäköisempi vierailu sivustolla on. Verkkosivuston hakukoneoptimointi on yritysten yksi tärkeimmistä markkinointikanavista. Kun sivusto on oikein optimoitu ja hakusanat ym. sisältö on mietitty tarkoin, määrällinen ja laadullinen kävijäkunta kasvaa. (Yrittajan.fi 2022.)

Orgaanisen hakukonenäkyvyyden hyötyjä on myös se, ettei sen tarvitse maksaa mitään. Hyviin hakutuloksiin on mahdollista päästä, kun käyttää aikaa ja ajatusta optimointiin. Myös hakujen paikallistamista on mahdollista optimoida, josta on etua kilpailijoihin nähden. Osoitetiedoilla, puhelinnumerolla, paikkakunnan tai alueen maininta tekstissä ja hakukoneet järjestävät tietyillä

paikallishauilla ja vaikkapa käyttäjän sijainnin mukaan haun sijoitukset. Hakukone sijoittumisella on myös merkitystä yrityksen uskottavuuden kannalta. (Muthoni 2021.)

### **2.2.1 Orgaanisen liikenteen laatu**

Hakukone analysoi sivujen sisällön perusteella mikä tuote tai palvelu on. Näiden tietojen perusteella se rankataan johonkin kategoriaan. Mitä tarkemmin hakukone pystyy määrittelemään sivuston segmentin, sitä laadukkaampi ja potentiaalisempi asiakas todennäköisesti on. Mitä laadukkaampaa asiakasta sivustolle saadaan houkuteltua, sitä todennäköisemmin hakutulosten kärkipäähän nousee ja pysyy siellä. (Muller and the Moz Staff 2023.)

### **2.2.2 Orgaanisen liikenteen määrä**

Laadullisesti yleensä huomattavan paljon heikompi, määrään perustuva asiakashankintareitti on asettaa hyvin laajalla skaalalla hakusanapotentiaalia sivuston metadataan ja teksteihin. Tällä voi päästä nopeasti hetkeksi hakulistojen kärkeen, mutta yleensä tämän tyyppinen ”markkinointi” havaitaan ja eliminoidaan nopeasti. Toisaalta on hyvä tiedostaa, että hyvä, laadukas optimointi lisää myös laadullista kävijämäärää. (Muller and the Moz Staff 2023.) (Muthoni 2021.)

## **2.3 Hakukonenäkyvyyteen vaikuttavia tekijöitä**

Hakukonenäkyvyyteen vaikuttavat muutkin kuin tarkoin valitut hakusanat. Hakukoneet kiinnittävät huomiota mm. seuraaviin (Nippala 2020, 26–40):

- web-sivuston tekniseen toteutukseen.
- Sivuston responsiivisuus
- Mobiilioptimointi
- Domain auktoriteetti
- Sisällön rakenne
- Sivuston päivitystiheys
- Sivujen lukumäärä
- Sivuston käytettävyys
- Sivukartta
- Yhteystiedot

- Analytiikkatyöalat
- HTML-virheet
- Robots.txt
- PageRank
- Vakiintuneet käytänteet

## 2.4 Hakukoneoptimoinnin etiikka

### 2.4.1 Epäeettinen

Epäeettistä hakukoneoptimointia on monenlaista. Käyttäjää voidaan mm. johtaa harhaan ohjaamalla tämä aivan muulle sivulle kuin mitä hän on hakenut. Käytetään niin kutsuttua läpikulkusivustoa eli uudelleenohjataan liikenne jonnekin toisaalle. Muilla sivulla jo julkaistujen tekstien suora kopiointi on myös kyseenalaista hakukoneen hyödyntämistä. Tämä on sekä epäeettistä, että huonoa käytäntöä, sillä hakukoneet usein tunnistavat tällaisen toiminnan ja pudottavat sijoitusta. Esimerkkinä vaikkapa verkkokaupoissa käytettävät suorat tekstiviitteet ja kuvat tukkutoimittajan kaupasta. Sivuille saatetaan asettaa botteja, jotka autogeneroivat sisältöä sivustolle. Nämä tekstit tuottavat niille annetun algoritmin mukaan tekstiin mahdollisimman paljon hakukriteereihin soveltuvia fraaseja ja avainsanoja, joilla pyritään nostamaan sijoitusta hakutuloksissa. Sivulla voi olla myös piilotettua sisältöä ja tekstiä, jolla käyttäjää sekä hakukonetta johdetaan harhaan. Osa toimijoista myös kopioi metatietoja suoraan toisen, hyvämaineisen sivun koodista. Tällä usein vahingoitetaan sekä omaa, että muiden liiketoimintaa. (Great Learning 2019.)

### 2.4.2 Eettinen

”Eettinen hakukoneoptimointi voidaan määrittää siten, että sivustolla käytetään ainoastaan optimointitoimenpiteitä, jotka hakukone-palveluntarjoajat hyväksyvät.” (Great Learning 2019.)

Eettisen käytänteen periaatteet ovat pitkälti samoja kuin elävässä elämässä. Keskity niihin asioihin ja hakusanoihin sekä teksteihin, jotka toimivat. Odotukset ovat syytä ensi alkuun pitää maltillisina ja odottaa hetki tuloksi. Ei ole tarvetta vaihtaa hakuja ja fraaseja, saaticka sisältöä jatkuvasti.

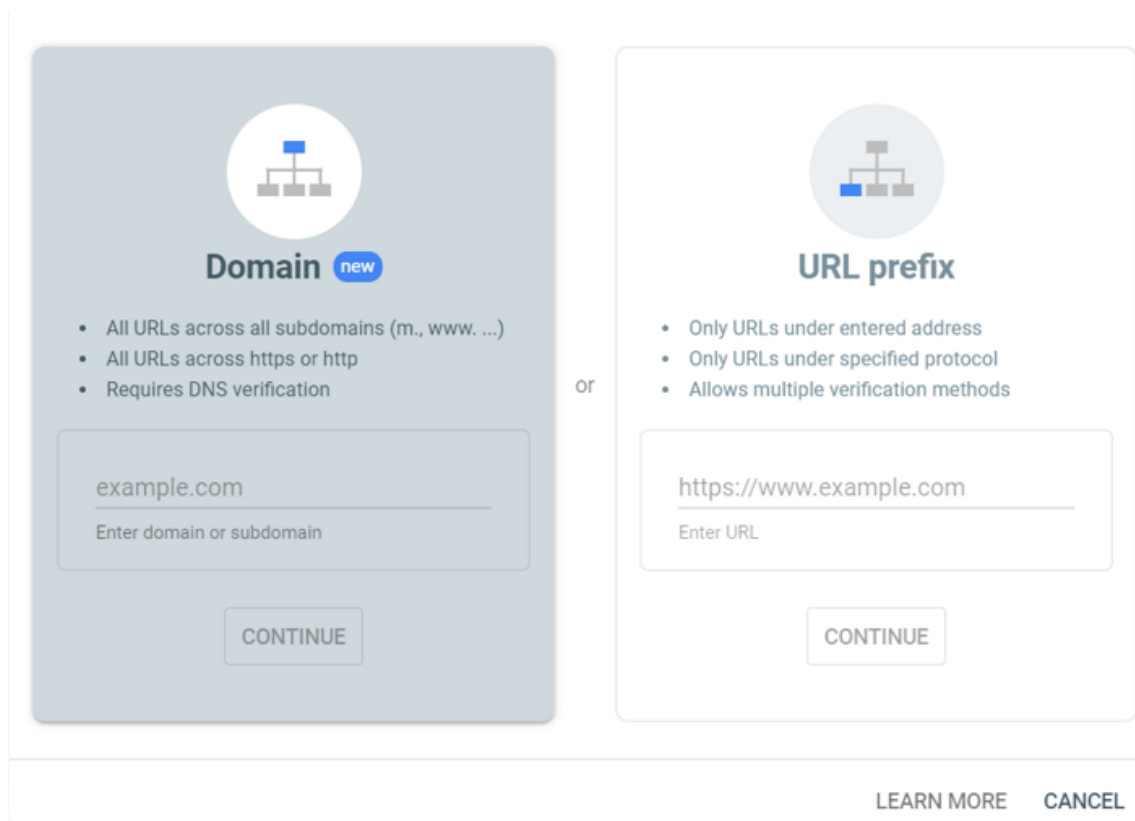
Sivuston tekninen toteutus ja sen kunnossapito on hakukoneille tärkeää. Sisällön tulee vastata palvelua, tuotetta, vakaumusta jne. (Great Learning 2019.)

Optimoinnin etiikka on käsitteenä osin myös koneellinen. Hakukoneet määrittävät teknologisesti omat raaminsa, joiden puitteissa asiakas voi toimia. Myös hakukoneen strategia määrittelee millä tavoin esim. käyttäjän tai markkinoijan hakuihin tai optimointiin reagoidaan. Siispä eettinen SEO voi olla toiselle epäeettistä. Olipa hakukoneen päätös heidän näkökulmastaan hyvä tai huono, vaikuttaa se tuleviin kriteereihin juuri tehdyn päätöksen mukaisesti. (Great Learning 2019.)

## 3 KÄYTETYT TYÖKALUT

### 3.1 Google Search Console

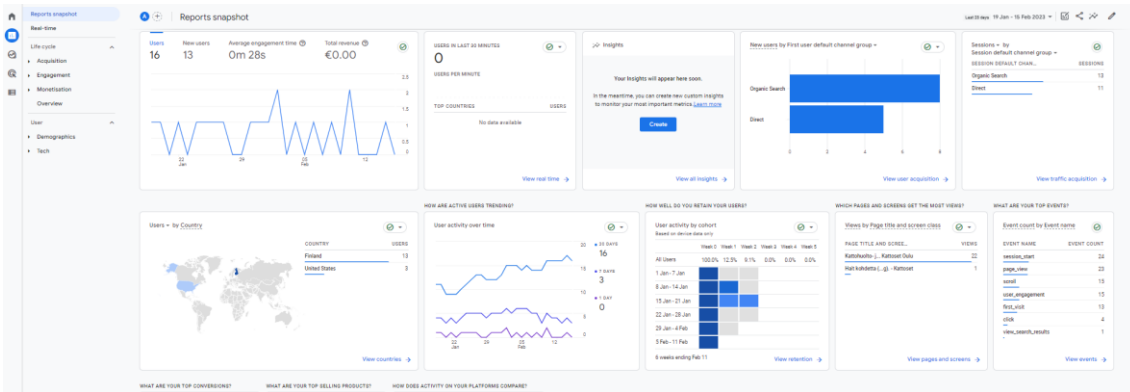
Google Search Console (kuva 2) on seuranta työkalu, jolla voi seurata kokonaisvaltaisesti hakutulosia, tulosten kehittymistä, kokemuksia, indeksointia ja sivuston suorituskykyä ym. Myös lyhyen tähtäimen vaikutuksia ja hakusanojen osuvuutta sillä pystytään seuramaan. (Google 2023.)



Kuva 2. Google Search Console

### 3.2 Google Analytics

Google Analytics on kokonaisvaltainen seuranta ja analytiikkatyökalu, jolla voi seurata monenlaista dataa, tehdä raportteja, analysoida ja ennakoida verkkosivuston kävijöiden käyttäytymistä, millä laitteilla sivustolla käydään. Mistä maasta kävijät ovat? Lisäksi voidaan seurata kävijöiden ikää, sukupuolta, sijaintia ja kaikkea mahdollista (kuva 3).



Kuva 3. Kuva analytics työkalun yleisnäkymästä (Google 2023)

### 3.3 Sitechecker

Sitechecker-työkalu löytyy lisäosana selaimen tai maksullisena pro-versiona, joka mahdollistaa seurannan, auditoinnin, tuen sijoitusseurannan (kuva 4). Kattoset SEO optimoinnin tapauksessa tyydyimme selaimen lisäosaan, jolla saatiin hyvä yleiskuva sivuston kehittämiskohdista ja mahdollisista uhista, jotka saattaisivat olla esteenä hakutuloksille.

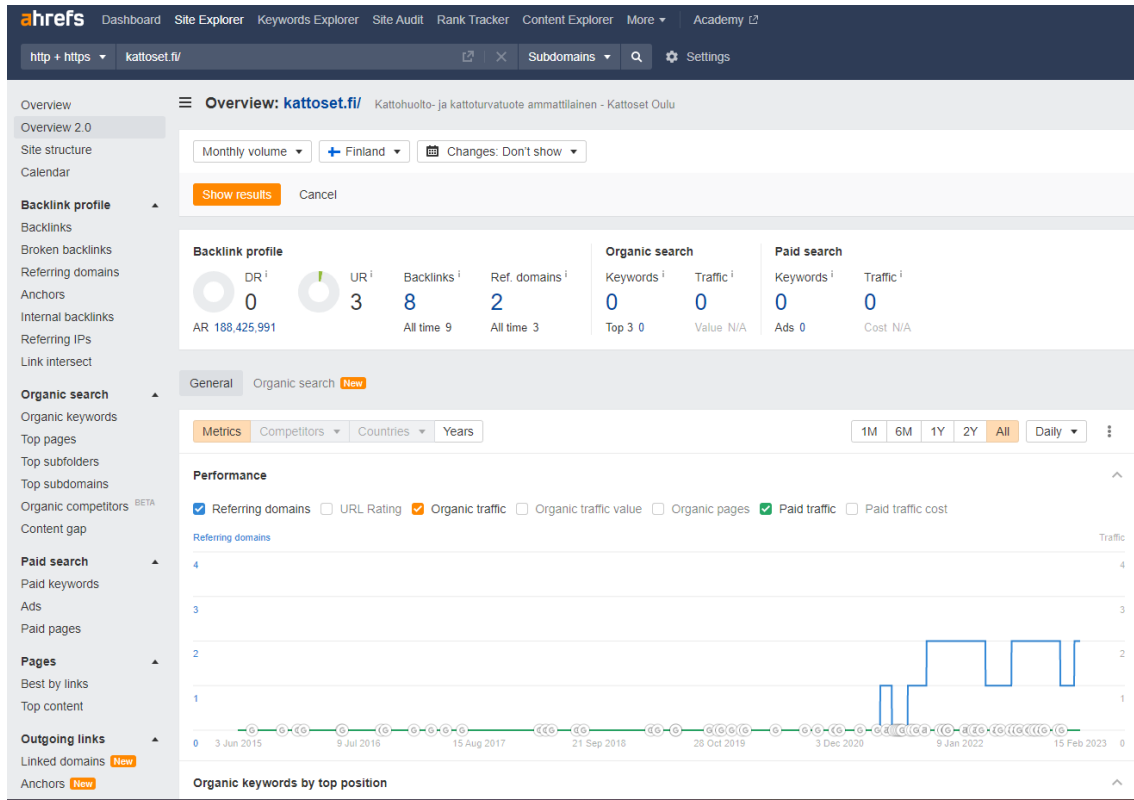


Kuva 4. Sitechecker dashboard yleisnäkymä (Sitechecker 2023)

### 3.4 Ahrefs

Ahrefs on kaupallinen SEO analytiikkatyökalu, jolla on myös selainlisäosa. Ilmaisversiossa, kuten yleensä, on käyttöä rajoitettu, eikä esimerkiksi hakusana analytiikkaa eikä sijoitusjäljitystä voi

käyttää. Sivuston auditointi onnistuu mainiosti, ja datan analysointi onnistuu, kunhan on edes vähän perillä optimoinnista (kuva 5).

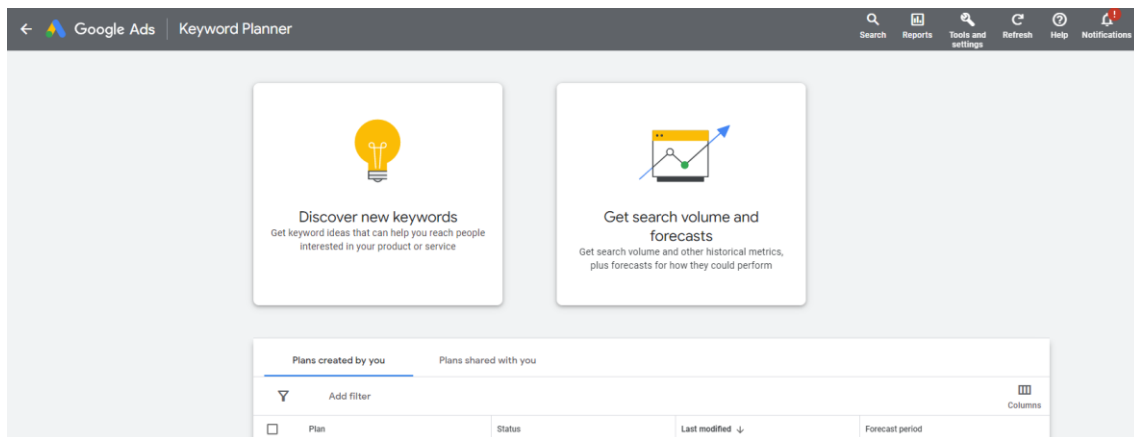


Kuva 5. Ahrefs työkalusta yleiskatsaus näkymä web-osoitteelle (Ahrefs 2023)

### 3.5 Keyword planner

Google Adsin Keyword Planner on työkalu hakusanojen ja fraasien suunnitteluun. Sillä voi tehdä hakusana suunnitelman, tutkia trendejä, etsiä hakusanoja, joilla on klikkauksia, paljonko sanalla on kilpailua ja analysoida tuloksia sivustolle asetettävien hakusanojen oikeellisuudesta (kuva 6).

Google (Google 2023.)

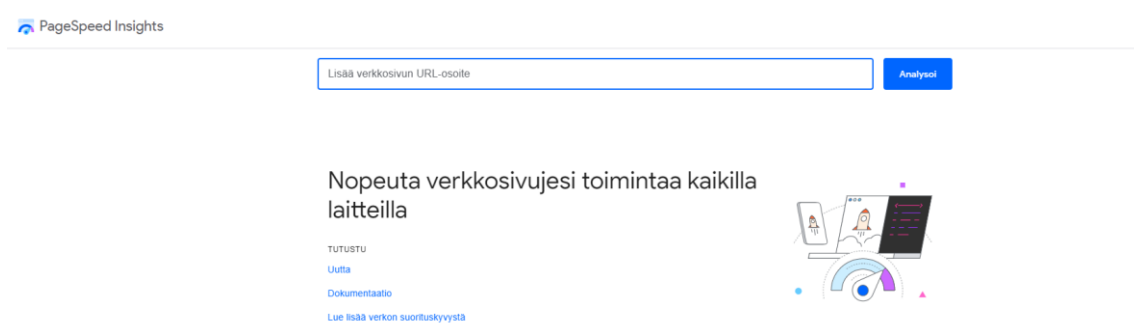


Kuva 6. Google Keyword Planner etusivu (Google 2023)

### 3.6 Page speed insights

PageSpeed Insights on Googlen web-sivujen suorituskykyä mittaamaan tehty työkalu. PageSpeed Insightin lisäksi on olemassa muutama muukin vastaava työkalu, kuten vaikkapa Webpage test ja Website Speed test, mutta Kattoset Oy:n tapauksessa keskityimme Googlen tarjoamaan vaihtoehtoon. (Google 2022 a.)

PageSpeed Insights (kuva7) analysoi mm. sivuston latausajan pyynnöstä luettavaksi. Lisäksi se analysoi latausajan suurimman kuva- tai tekstitiedoston lataamisesta katseltavaksi tai luettavaksi. Yksi arvosteluun vaikuttava tekijä on, kuinka nopeasti sivusto on interaktiivinen käyttäjäänsä nähden, eli kuinka nopeasti selain on valmis vastaanottamaan käyttäjältä komentoja. Lisäksi sivuston nopeuteen ja suorituskykyyn vaikuttavia tekijöitä ovat ulkoisten palveluiden JavaScript-latausajat, kuten esimerkiksi Facebookin, Instagramin tai vaikkapa Google Maps JavaScript ohjelmakoodit. (Google 2022 a.)



Kuva 7. PageSpeed Insights aloitusnäky (Google 2022a)



## 4 OPTIMOINNIN TOTEUTUS

### 4.1 Aloitus

Aloitus osui sesongin alkuun elokuun alkupuolelle 10:n päivään. Kävimme toimeksiantajan kanssa läpi sivuston rakenteen, alan sanastoa ja miten sitä kyettäisiin hyödyntämään tekstisisällössä ja hakusanasuunnittelussa. Tämän jälkeen kirjoitettiin sivuille tekstit osittain uusiksi, jossa hyödynnettiin alan sanastoa ja tällä tavoin kirjoituksia saatiin pidennettyä jonkin verran. Kuva 8 näyttää Googlen hakutuloksen optimoinnin jälkeen. Sivuston tekninen toteutus oli mm. PageSpeed Insights-sivuston analyysin mukaan kriteerit täyttävä, joten siihen ei muutoksia tarvittu. Yhteydenotto-lomakkeelle vaihdettiin kattoset.fi domain-sähköposti aiemman Googlen osoitteen sijaan ja puhelinnumerolle lisättiin soittolinkki mobiilikäyttäjää silmällä pitäen. Lisäksi lisättiin karttaupotus aiemman kartan kuvan sijaan.

<https://www.kattoset.fi> ▾

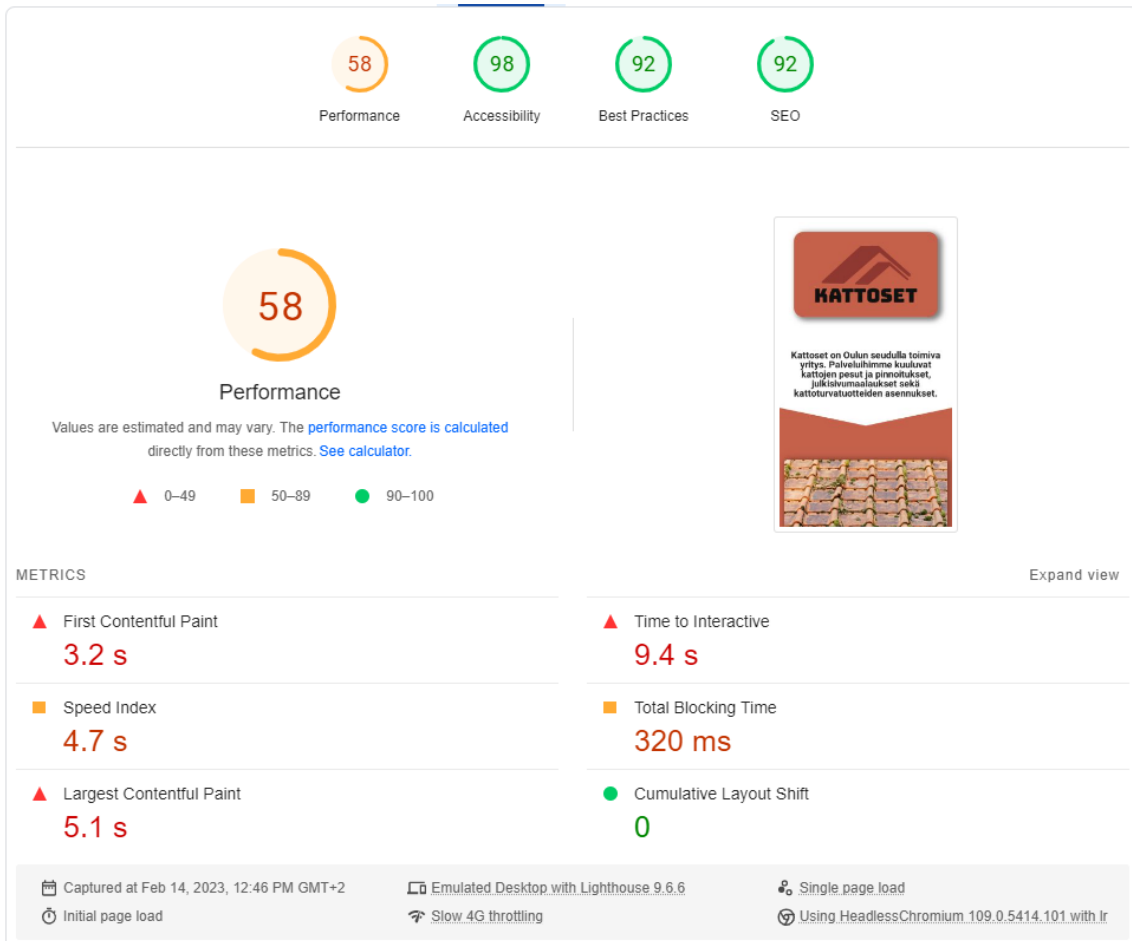
### Kattohuolto- ja kattoturvaluote ammattilainen - Kattoset Oulu

Pesemme, pinnoitamme ja huollamme kattosi sekä asennamme kattoturvaluotteet.

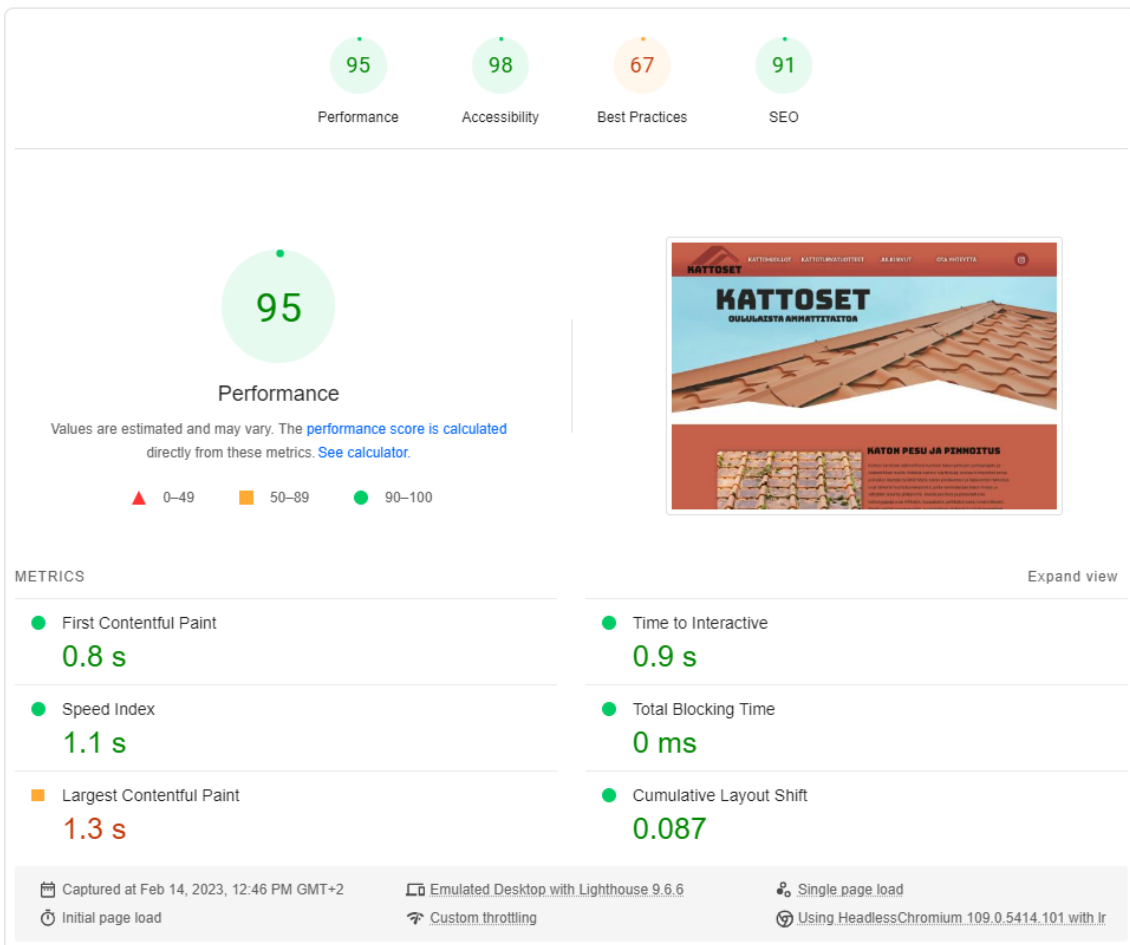
**Kattohuolto- ja kattoturvaluote ammattilainen - Kattoset Oulu.**

*Kuva 8. Goolge hakutulos optimoinnin jälkeen (Kattoset 2023)*

PageSpeed Insight-työkalulla (kuva 9) suoritettuna mittauksen perusteella, mobiilissa suorituskyky jää keskitasolle, mutta näissä mittaustulos vaihtelee jonkin verran emuloidun yhteystyypin mukaan. Kiinteän yhteyden (kuva10) vastaava tulos on taas huomattavasti parempi. Kuvasta voi nähdä, että suorituskyky on suurimmilta osin kunnossa, ainoastaan suurin ladattava objekti näyttää vievän hieman sallittua pidemmän ajan. (Google 2022b.)



Kuva 9. Sivuston suorituskyvyn mittaus PageSpeed Insightilla (mobiili) (PageSpeed Insights 2023)



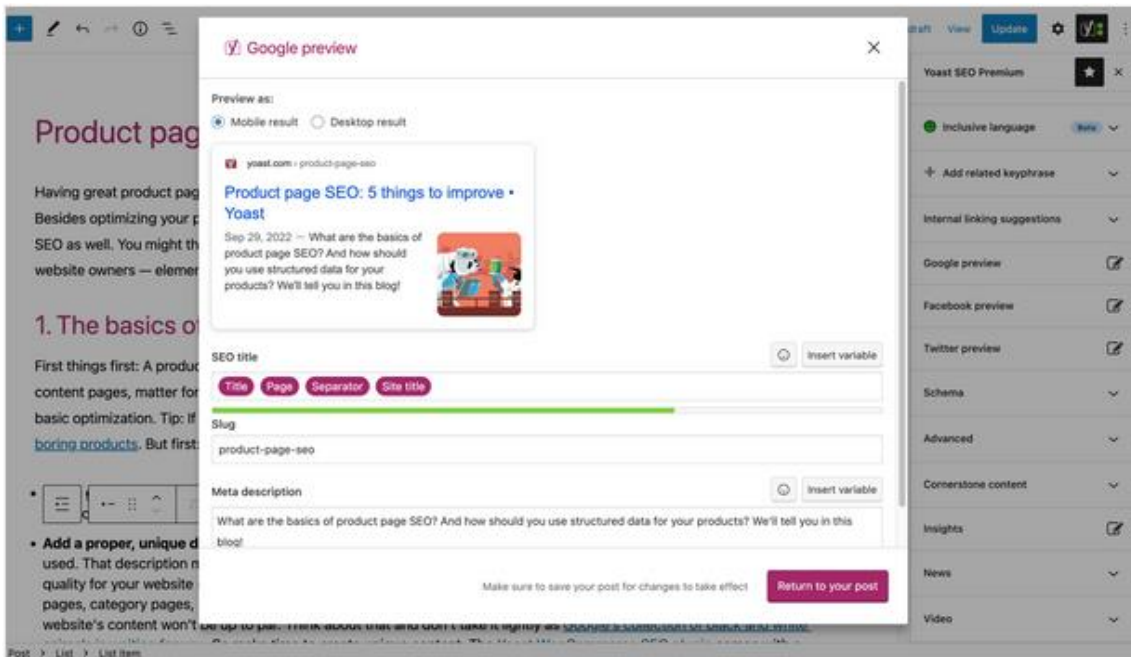
Kuva 10. Sivuston suorituskyvyn mittaus PageSpeed Insightilla (työpöytä) (PageSpeed Insights 2023)

## 4.2 Seuranta

Seuranta suoritettiin siten, että aloituspäiväksi asetui 10.8. 2022. Olimme pitäneet toimeksiantajan kanssa aloituspalaverin muutamaa viikkoa aiemmin, jonka jälkeen alkoi sivuston työstö. Sivusto on WordPress-toteutus, joka alustana oli ennestään tuttu, joten sivustolle asetettavat työkalut löytyivät helposti. Ensin sivuston tekstit täytyi osin uudistaa, jotta hakusana-analyysiin perustuvat kuvaukset saatiin teksteihin. Sivustolle asennettiin Yoast WordPress SEO-plugin, jonka avulla hakukoneiden kriteerit saatiin täytettyä (kuva 11).

Myös Google analyticsin WordPress plugin täytyi asentaa kävijämäärien, demografioiden ym. tietojen keräämistä varten (kuva 12).

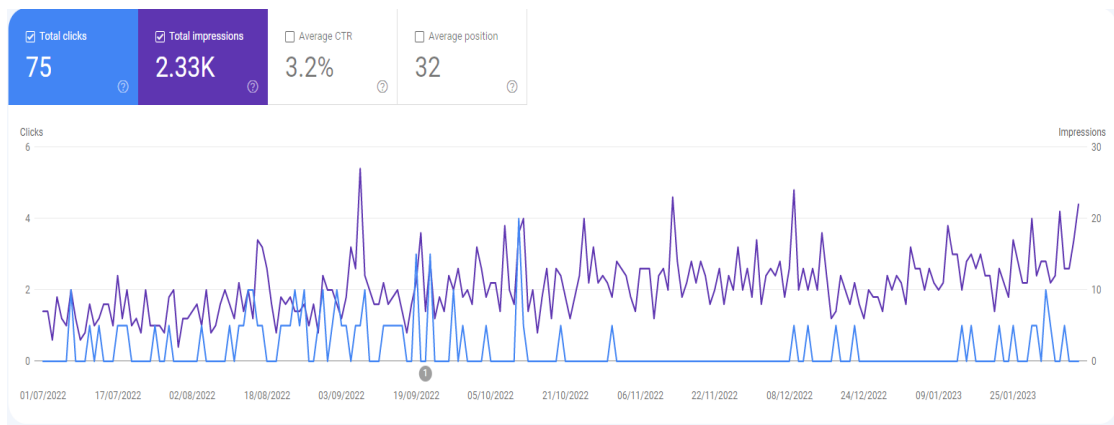
Kun edellä mainitut toimenpiteet oli saatu suoritettua, jäädytettiin tilanne muutamaksi viikoksi, seurataksemme vaikutuksia tuloksiin. Koska aiempaa dataa ei ole, ei ole myöskään mahdollista verrata tuloksia aiempaan. Ajanjaksolla elokuu 2022 – joulukuu 2022 saatujen tulosten valossa sivuston näkyvyys hakutuloksissa lähti pikkuhiljaa nousuun, jääden kuitenkin aivan kärkipään sijoilta. Aivan huippusijoituksia ei toki voinut odottaakaan, koska optimointi on vasta alussa.



Kuva 11. Yoast plugin screenshot (WordPress 2023)



Kuva 12. Google Site Kit Wordpress Plugin (Gooding 2019)



Kuva 13. Seurantajakso heinäkuu 2022 - helmikuu 2023 (Google Search Console 2023)

Kuvasta 13 voidaan havaita, että sivuston tavoitettavuus ja kävijämäärät ovat hiljalleen nousseet seurantajakson aikana, mutta kävijämäärässä tapahtuu selvä lasku, jopa loppuminen lokakuun loppupuolella. Tämä johtunee puhtaasti siitä, että kysyntä tämän tyyppiselle palvelulle hiipuu talveksi. Sijoituksen keskiarvo on kuvassa noin neljännen hakutulossivun alkupuolella. Lukema ei aivan korreloi todellisen sijoituksen kanssa, koska mukana luomallamme hakusanalistalla on myös ns. valtakunnallisia hakusanoja. Paikallistamalla haun vaikkapa Ouluun tai johonkin lähikuntaan, sijoitus on huomattavasti korkeampi. Alalle tyypillisimpien hakusanojen kilpailu on sen verran kovaa, että pelkillä hakusanoilla sijoitustaan on miltei mahdoton saada aivan kärkisijoille varsinkaan aloittelevana sivustona mm. domainin sijoitus Googlen PageRankissa vaikuttaa tähän.

### 4.3 Analyysi

Tulosten valossa näkyvyys sivustolla on kasvanut. Joskaan se ei realisoidu kävijämäärinä toivotulla tavalla. Tulokset eivät kerro koko totuutta, koska optimointi ajoittuu ajanjaksolle, jolla kysyntää ei juurikaan ole. Koska sivusto tuotiin hakukoneiden ulottuville jakson alkaessa, ei vertailukohtaa aiempaan dataan ole. Graafeihin tutustuttaessa voi huomata kuinka hakusana-analyysi on toiminut ja kiinnostusta tämän alan palveluihin näyttää riittävän noin lokakuun loppuun, jonka jälkeen kysyntä hiipuu talveksi. Ala on todella kilpailtu, sesonki on lyhyt ja painottuu hyvin paljon kesäkuukausiin, ja jopa syksyyn, kun lehdet putoilee ja sammal on ehtinyt kasvaa. Havaitun perusteella, voimme ajatella, että seuranta, hakusana-analyysia ja optimointia on järkevää tehdä muutamaa kuukautta ennen kauden alkua. Kattoset Oy:n tapauksessa, saadun datan perusteella optimoinnin jatkuva seuranta ja tehtävät toimenpiteet ovat järkevää suorittaa keväällä ja alkukesästä, jotta

hakukoneet ehtivät reagoida ja muodostaa oman subjektiivisen arvionsa sivuston relevanssista. Hakukoneoptimointi ei ole kerran tehtävä toimenpide, se vaatii jatkuvaa seuranta, analysointia, muutoksia ja lisäyksiä, ei näin lyhyen seurantajakson tuloksista voi tehdä kovin mittavia johtopäätöksiä.

## 5 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Sivulle suuntautuvan liikenteen tulokset kokonaisuudessaan seurantajaksolla 10.8. 2022–31.12. 2022 jäivät laihoiksi. Kyseinen ajankohta ei ole kattojen kunnossapitoyritysten sesonkiaikaa, joten sillä oli varmasti vaikutuksensa sivuston liikenteeseen. Saatuun dataan perustuva näkemykseni on, että alan kova kilpailu hakusijoituksen saamiseksi ensimmäiselle sivulle vaatii panostuksia sivuston sisältöön, somekanaviin, ulkoisiin linkityksiin ja ennen kaikkea pitkäjänteistä työtä. Lisäksi tarvitaan seurantaa, siitä mitkä hakutulokset toimivat parhaiten ja mistä kannattaa lähteä omaa profiilia rakentamaan. Toimijoita on laidasta laitaan, itsenäisestä oman toimen ohessa puurtajasta, kuten Kattoset Oy on, aina suuryrityksiin asti. Digitaalisessa markkinassa aivan kärkituloksiin mahtumiseen kuitenkin vaaditaan resursseja ja jatkuvaa työtä.

Suuremmat toimijat käyttävät luonnollisesti rahaa mainospaikkoihin sekä varmasti myös markkinointikoneistoihin, joiden avulla orgaanisten hakujen kärkisijoilla on mahdollista pysyä. Siispä yhtenä johtopäätöksenä on, että hyvin tehty työ ja perinteinen jalkatyö on pienen toimijan paras keino saavuttaa sopivan kokoinen asiakaskunta, mikäli resurssit eivät riitä digimarkkinoinnin vaatimiin panostuksiin. Siinä mielessä, että paikallishauissa onnistuimme nousta joillain hauilla jopa ensimmäiselle sivulle, on jo voitto.

## 6 POHDINTA

Kaikesta huomaa, että hakukoneoptimointi ja hakukonemarkkinointi on iso osa nykyajan markkinointia. Materiaalia on valtavasti, kuten on hakukoneoptimointia tarjoavia yrityksiä. Valtaosalla näistä materiaali on pohjiltaan toisiaan vastaavaa, mutta strategisia erojakin löytyy yhtä paljon kuin on palveluntarjoajia. Työvälineissä on hintahaitaria aina maksuttomista, tuhansiin euroihin maksavia analytiikka ja seuranta ohjelmia, on olemassa itsepalveluohjelmistoja ja on avaimet käteen periaatteella toimivia markkinointikoneistoja, jotka tarjoavat kokonaisvaltaisen tuotepaketin kaiken mitä hakukonemarkkinointi voi sisältää.

SEO käsitteenä avautui aivan eri valossa kuin miten se on aiemmin näyttäytynyt. Uusia huomiota otettavia seikkoja ilmaantuu aina kun avaa uuden kirjan tai aihetta käsittelevän verkkajulkaisun, opettelee jonkun uuden ohjelman käytön. Lisäksi hakukoneet muuttuvat jatkuvasti, joten muutaman vuoden vanha materiaali on siis käytännössä jo ainakin osin vanhentunutta. Hereillä on oltava palveluntarjoajienkin.

Hakukoneoptimointi aiheena vaikutti projektiin lähdeettäessä helpohkolta aiheelta. Materiaalia on paljon ja kunhan web-sivuilla on muutamat aivan sanat asetettuna metadataan, jätetään odottamaan, että hakukone löytää sivun ja odotellaan tuloksia, mutta totuus on paljon muuta. Koska jo aiemmin mainittu materiaalin valtaisa massa ja siitä löytyvä tieto pienine nyansseineen aiheuttaa tietotulvan, jota on vaikea hallita.

Mielenkiintoinen kokonaisuus SEO kuitenkin on ja eri lähestymiskulmia olisi useampia. Kiintoisaa olisi lähestyä aihetta esimerkiksi optimoinnin todellisen relevanssin näkökulmasta vaikkapa jollain big data tyyppisellä kokonaisuudella. Tuloillaan, ellei jo ovella oleva tekoälyn vaikutus tulevaisuudessa on sellainen, joka on erittäin kiinnostava SEO maailmassa. Kiinnostavaa olisi tutkia kuinka paljon maksettu mainonta vaikuttaa orgaaniseen tulokseen tai miksi eri hakukoneilla tulokset eroavat toisistaan niinkin paljon, vaikka usein hakualusta on sama. Kaiken kaikkiaan mielenkiintoinen projekti ja tutkimustyötä tämän aiheen parissa riittää pitkälle tulevaisuuteen. Muutoksia tulee jatkuvasti ja niitä täytyy sekä palveluntarjoajien, että palveluita ostavien seurata herkeämättä. Uskon että, tekoäly tulee muuttamaan tätäkin kenttää merkittävästi lähitulevaisuudessa.



## LÄHTEET

Ahrefs 2023 Hakupäivä 20.10.2022. <https://ahrefs.com/enterprise>

Finto 2023. Hakukoneoptimointi. Hakupäivä 1.3.2023. <https://finto.fi/ysa/fi/page/Y175320>

Gooding, Sarah 2019. Kuvankaappaus. Google Announces Site Kit Plugin Now in Developer Beta. wptavern. Hakupäivä 26.2.2023  
<https://wptavern.com/google-announces-site-kit-plugin-now-in-developer-beta>

Google 2022a. Hakupäivä 14.2.2023 <https://developers.google.com/speed/docs/insights/v5/about>

Google 2022b. Hakupäivä 16.1.2023  
[https://developers.google.com/search/docs/essentials?visit\\_id=638030841680955890-3343810332&rd=1](https://developers.google.com/search/docs/essentials?visit_id=638030841680955890-3343810332&rd=1)

Google Search Console 2023. Hakupäivä 1.3.2023  
[https://search.google.com/search-console?resource\\_id=sc-domain%3Akattoset.fi](https://search.google.com/search-console?resource_id=sc-domain%3Akattoset.fi)

Google 2023. Hakupäivä 14.2.2023 <https://trends.google.com/home?geo=FI&hl=fi>

Great Learning 2019. Ethical SEO Ethical SEO vs. Unethical SEO. Hakupäivä 17.1.2023  
<https://medium.com/my-great-learning/ethical-seo-vs-unethical-seo-44087306e2f0>

Kattoset 2023, Hakupäivä 1.3.2023. <https://www.kattoset.fi/>

Mardsen, Sam 2022. How Do Search Engines Work? Hakupäivä 17.2.2023  
<https://www.lumar.io/learn/seo/search-engines/how-do-search-engines-work/#:~:text=Search%20engines%20work%20by%20crawling,that%20have%20been%20made%20available.>

Moz 2023. What is SEO? Hakupäivä 6.2.2023 <https://moz.com/learn/seo/what-is-seo>

Muthoni, Jonas 2021. 10 Key Benefits Of SEO For Your Business. Hakupäivä 16.2.2023  
<https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/06/14/10-key-benefits-of-seo-for-your-business/?sh=3616fe4a3fd0>

Muller, Britney and Moz Staff 2022. How search engines work: crawling, indexing, and ranking. Hakupäivä 17.10.2022 <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/how-search-engines-operate>

Natri, Santtu, Rissanen, Juha 2015, Mitä tapahtuu, kun googlaat? Lue tämä ja seitsemän muuta tietoa hakukoneista. Hakupäivä 1.11.2022 <https://yle.fi/uutiset/3-8380016>

Nippala, Vesa 2020, Hakukoneoptimointi-opas. Hakupäivä 9.2.2023  
<https://www.eluotsi.fi/hakukoneoptimointi-opas-2020.pdf>

PageSpeed Insights 2023. PageSpeed Insights. Hakupäivä 16.2.2023 <https://pagespeed.web.dev/>

Poh, Kirby 2023, Wan't to succeed in SEO? First, learn how search engines work. Hakupäivä 18.2.2023 <https://emerge360.co/guides/how-search-engines-work/>

Sitechecker 2023. Website SEO Checker for Fast & Complete Technical Audit. Hakupäivä 1.3.2023  
<https://sitechecker.pro/>

Yrittajan.fi 2022. Mitä on hakukoneoptimointi ja miksi se on tärkeää? Hakupäivä 3.1.2023  
<https://yrittajan.fi/mita-on-hakukoneoptimointi/>

WordPress 2023. Plugins. Hakupäivä 9.3.2023  
<https://ps.w.org/wordpress-seo/assets/screenshot-6.png?rev=2853382>