

# YRITYKSEN VERKKONÄKYVYYDEN KEHITTÄMINEN: KATSAUS SEO-TYÖKALUIHIN

Eeli Riipi  
Opinnäytetyö AMK  
Kevät 2025  
Liiketalouden tutkinto-ohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

# TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden tutkinto-ohjelma  
Myynti ja markkinointi

Tekijä: Eeli Riipi

Opinnäytetyön otsikko: Yrityksen verkkonäkyvyyden kehittäminen: Katsaus SEO-työkaluihin

Työn ohjaaja: Annikka Impiö

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: kevät 2025

Sivumäärä: 45+6

Verkkonäkyvyyden merkityksen kasvun takia yritysten tulee keskittyä yhä syvemmin hakukoneoptimointiin. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan erilaisia SEO-työkaluja, jotka mahdollistavat hakukoneoptimoinnin kehittämisen. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mikä vertailussa olevista SEO-työkaluista on sopiva pk-yritykselle, joka on aloittelemassa hakukoneoptimointia. Apukysymyksenä tutkimuksessa toimi: ”Mitä hyötyjä tekoäly tarjoaa SEO-työkaluille?”.

Tietopohjassa käsitellään hakukoneoptimointia, verkkonäkyvyyden tärkeyttä ja tekoälyn roolia hakukoneoptimoinnissa. Lisäksi tarkastellaan vertailussa olevien SEO-työkalujen taustoja.

Opinnäytetyö suoritettiin laadullisena tutkimuksena, joka toteutettiin tapaustutkimuksen näkökulmasta. Tutkimuksen tapauksena toimi toimeksiantajan asiakas-yritys. Aineistohankinta tapahtui SEO-työkalujen tarjoamien auditointien kautta, ja aineistot analysoitiin teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla.

Tutkimuksen tulokset näyttävät, että Semrushin tarjoamat ilmaiset palvelut ja auditoinnit tarjoavat kattavammin tietopohjan hakukoneoptimointia aloittelevalle pk-yritykselle. Hakukoneoptimoinnin prosessin jatkuvuuden kannalta on kuitenkin myös hyvä huomioida SE rankingin ja Ubersuggestin auditoinnit, sillä ne tarjoavat lähes vastaavan määrän tietoa huomattavasti edullisempaan kuukausihintaan.

Tulokset osoittivat myös, että yhtenä mahdollisuutena SEO-työkalujen tarjoamia palveluita voidaan yhdistää. Semrushin ilmaisilla auditoinneilla voidaan hankkia tietoa verkkosivujen ja hakukoneoptimoinnin nykytilanteesta, jota voidaan jatkossa kehittää kustannustehokkaammilla Ubersuggestin tai SE rankingin palveluilla. Yksittäisistä SEO-työkaluista kokonaisuutena SE rankingin tarjoamat auditoinnit, tiedot ja muut palvelut muodostavat parhaimman paketin, kun palvelun hinta otetaan myös huomioon.

Tulevaisuuden jatkotutkimusaiheiksi nousivat samankaltaisen tutkimuksen suorittaminen maksullisten SEO-työkalujen tai puhtaasti tekoälyä hyödyntävien työkalujen näkökulmasta.

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Program in Business Administration  
Option of Marketing and Sales

Author(s): Eeli Riipi

Title of thesis: Improving company's reach on the internet: a review of SEO tools

Supervisor(s): Annikka Impiö

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2025

Number of pages: 45+6

The rising need of companies' visibility on the internet has kickstarted a high-demand for search engine optimization (SEO). The never ending process of search engine optimization is a challenging task but what if you're a complete beginner in the world of SEO?

In this thesis, different SEO-tools, that can help websites reach higher on the search engine results page and become more user-friendly in the process, are compared to each other.

The main question in the thesis is: "What is the most suitable SEO-tool for small and medium enterprises that are just getting into search engine optimization?". The secondary question in the thesis is: "What benefits does AI provide in SEO?"

The research in this thesis is conducted as a case study. The data was gathered from five different free SEO-tools and their audits. Findings were analysed from the perspective of theory orientated content analysis.

The study found that the free audits made by Semrush provided the most information regarding the study. However SE ranking and Ubersuggest also offered a vast amount of knowledge through their respective audits. When considering the price differences of the services, SE ranking rises as the SEO-tool that offers the best all-in-one service.

As to this thesis the future developments could lay in the different ways of comparing SEO-tools. It would be interesting to see what kind of results could be reached with comparing paid versions of SEO-tools instead of the free options. A comparing study of SEO-tools that purely use AI could also offer some interesting viewpoints.

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ .....	2
ABSTRACT .....	3
SISÄLLYS .....	4
SANASTO .....	6
1 JOHDANTO .....	7
2 TOIMEKSIANTAJA.....	9
3 HAKUKONEOPTIMOINTI.....	10
3.1 Hakukoneoptimoinnin nykytilanteen analyysi .....	10
3.2 Sisäinen hakukoneoptimointi.....	11
3.3 Ulkoinen hakukoneoptimointi .....	11
3.4 Tekninen hakukoneoptimointi.....	12
3.5 Näkyvyyden tärkeys .....	13
3.6 Hakusanatutkimus.....	13
3.7 Tekoäly.....	14
3.7.1 Tekoäly hakukoneoptimoinnissa.....	14
3.7.2 Tekoäly hakukoneissa .....	15
3.7.3 Tekoäly SEO-työkaluissa .....	16
4 SEO-TYÖKALUT .....	17
4.1 Semrush.....	17
4.2 Ahrefs.....	17
4.3 Ubersuggest.....	18
4.4 Moz .....	19
4.5 SE ranking.....	19
5 TUTKIMUSMENETELMÄT .....	21
5.1 Aineistonhankinta .....	21
5.2 Auditointien analyysi.....	22
6 AUDITOINTI .....	24
6.1 Ubersuggest.....	24
6.2 Semrush.....	25
6.3 SE ranking.....	27
6.4 Ahrefs.....	28

6.5	Moz .....	29
6.6	Tulosten vertailu .....	30
6.6.1	Verkkosivujen nykytilanne .....	30
6.6.2	Verkkosivujen sisäinen hakukoneoptimointi .....	31
6.6.3	Verkkosivujen ulkoinen hakukoneoptimointi .....	33
6.6.4	Verkkosivujen tekninen hakukoneoptimointi .....	33
6.6.5	Tekoälyn hyödyntäminen SEO-työkaluissa .....	35
6.7	Johtopäätökset .....	35
7	POHDINTA .....	39
	LÄHTEET .....	41
	LIITTEET .....	46

## SANASTO

SEO	Lyhenne sanoista: <i>Search Engine Optimization</i> , joka tarkoittaa suomeksi hakukoneoptimointia. Hakukoneoptimointi tarkoittaa toimenpiteitä, jolla verkkosivuja ja sen sisältöjä kehitetään hakukonetuloksien parantamiseksi.
SEO-työkalu	Työkalu, joka tarjoaa tietoa verkkosivujen nykyisestä hakukoneoptimoinnin tilasta sekä mahdollistaa sen kehittämisen.
SEO-auditointi	Verkkosivujen nykytilanteen analyysi hakukoneoptimointityökalun avulla.

# 1 JOHDANTO

Ihmisten ja yritysten toimintatavat ovat jatkuvassa muutoksessa maailman kasvavan digitalisoitumisen takia. Internet tarjoaa ihmisille paljon tietoa, viihdettä, tuotteita sekä palveluita. Yrityksille tämä esittää olennaisen kysymyksen: ”Miten ihmiset löytävät verkosta juuri meidän tarjontamme?”

Yksi ilmeisimmistä ratkaisuista verkkonäkyvyyden kehittämiseksi on hakukoneoptimointi. Aiheesta on syystäkin tehty useampi opinnäytetyö, joten olen enemmän kiinnostunut tutkimaan työkaluja, jotka auttavat yrityksiä ja markkinoijia toteuttamaan hakukoneoptimointiaan ja samalla kehittämään omaa verkkonäkyvyyttään.

Tässä opinnäytetyössä tutkin erilaisia SEO-työkaluja, jotka tarjoavat yrityksille tietoa siitä, miten heidän verkkonäkyvyyttään voidaan kehittää. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, minkälaista tietoa nämä työkalut antavat yrityksille auditoinneillaan sekä vastata tutkimuskysymykseen: ”Mikä on sopiva SEO-työkalu hakukoneoptimointia aloittelevalle Pk-yritykselle?”

Tutkimuskysymyksen tukena käsittelen tekoälyn yleistymistä ja käyttöä hakukoneoptimoinnissa. Opinnäytetyön apukysymyksenä toimii: ”Mitä hyötyjä tekoäly tarjoaa SEO-työkaluille?”. Tutkimuksessa tarkastellaan tekoälyn erilaisia käyttötapoja ja miten ne vaikuttavat hakukoneoptimointiin sekä verkkonäkyvyyden kehittämiseen.

Tutkimuksen lähestymistapana toimii laadullinen tapaustutkimus. Tutkimus on rajattu siten, että siinä käsitellään viittä SEO-työkalua, jotka tarjoavat ilmaiseksi SEO-auditointeja. Rajaukseksi on valittu ilmaiset palvelut, sillä pk-yrityksien resurssit ovat usein rajallisia.

Ilmaiset SEO-työkalut mahdollistavat hakukoneoptimoinnin aloittamisen matalalla kynnyksellä sekä kustannustehokkaasti. Tämän takia ilmaisia SEO-työkaluja on hyödyllistä vertailla, jotta pk-yritykselle löydetään sopiva ja realistinen tapa aloittaa hakukoneoptimointi. Tutkimuksessa on kuitenkin myös huomioitu SEO-työkalujen hinnoittelu, sillä hakukoneoptimointi on jatkuva prosessi.

Aineistonhankinta suoritetaan SEO-työkalujen tarjoamilla auditoinneilla, jotka analysoivat toimeksiantajan asiakasyrityksen verkkosivut. Kerätty aineisto analysoidaan teoriaohjaavan sisällönanalyysin näkökulmasta, jossa hankitun aineiston analysointi liitetään kerättyyn tietoperustaan.

Tietoperustassa syvennyttään tarkemmin siihen, mitä hakukoneoptimointi tarkoittaa, mitä käytännön prosesseja se sisältää, sekä miten tekoälyn yleistymisen vaikuttaa hakukoneoptimoinnin käytäntöihin ja kehittymiseen. Tämän lisäksi tietoperustassa käsitellään verkkonäkyvyyden merkitystä sekä avataan vertailussa olevien SEO-työkalujen taustoja.

Raportti muodostuu johdannosta, tietoperustasta, tutkimusmenetelmien kuvauksesta sekä aineistonhankinnasta ja sen analysoimisesta. Aineistoanalyysin jälkeen käsitellään tutkimuksen johtopäätökset. Lopuksi tarkastelen tutkimuksen eettisyyttä ja avaan omaa pohdintaani yleisesti aihealueeseen liittyen.

## 2 TOIMEKSIANTAJA

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii kotimainen yritys, joka on erikoistunut digimarkkinointiin. Yrityksen tarjoamia palveluita ovat esimerkiksi sosiaalisen median markkinointi, verkkokaupat sekä hakukoneoptimointi. Toimeksiantajan pyynnöstä yritys on anonymisoitu.

Opinnäytetyön tutkimus suoritetaan toimeksiantajayrityksen asiakasyritykselle. Asiakasyritys on kotimainen kuluttajabrändi, joka palvelee B2B- sekä B2C-puolen asiakkaita. Asiakasyritys suoritti brändiuudistuksen ja vaihtoi toiminimensä tutkimuksen aikana.

Asiakasyritys on harjoittanut hieman hakukoneoptimointia verkkosivuilleen aikaisemmin. Tutkimuksen SEO-auditoinnit suoritetaan asiakasyrityksen verkkosivuille. Asiakasyritys on anonymisoitu heidän toiveestaan.

### **3 HAKUKONEOPTIMOINTI**

Hakukoneoptimointi tarkoittaa verkkosivuston sekä sen sisältöjen optimoimista hakukonetuloksien kehittämiseksi. Hakukoneoptimoinnin tavoitteena on parantaa verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneessa sekä lisätä orgaanisen liikenteen määrää verkkosivustolle. (Blomster, Kurtti & Sinisalo 2020.)

Hakukoneoptimointi muodostuu neljästä eri osa-alueesta: hakukoneoptimoinnin nykytilanteen analyysistä, sivuston sisäisestä hakukoneoptimoinnista, sivuston ulkopuolisesta hakukoneoptimoinnista sekä teknisestä hakukoneoptimoinnista (Blomster, Kurtti & Sinisalo 2020).

#### **3.1 Hakukoneoptimoinnin nykytilanteen analyysi**

Hakukoneoptimoinnin nykytilanteen analyysi suoritetaan SEO-työkalujen avulla, jossa verkkosivujen nykytilan kuntoa vertaillaan. Tämän analyysin avulla saadaan selville, paljonko verkkosivuilla on vierailijoita, kuinka suuri osa niistä on orgaanista liikennettä ja kuinka suuri osa on maksettua. Lisäksi analyysi kertoo esimerkiksi, millä hakusanoilla käyttäjät löytävät verkkosivut. Analyysi antaa myös palautetta verkkosivujen teknisestä puolesta, kuten latausajasta ja mobiiliystävällisyydestä, eli siitä, miten hyvin verkkosivut toimivat mobiililaitteilla. Tietoa saadaan myös verkkosivujen sisäisestä sekä ulkoisesta optimoinnista esimerkiksi metaotsikkojen sekä takalinkkien määrän analysoinnin avulla. (Blomster, Kurtti & Sinisalo 2020.)

Data ohjaa hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä, joten on olennaista, että nykytilan analyysin jälkeen yritys määrittelee hakukoneoptimoinnille tavoitteet, joita voidaan seurata sekä mitata selkeästi. Mittaamisessa valitaan tietyt suorituskyvyn avainmittarit, joiden kehitystä seurataan. (Blomster, Kurtti & Sinisalo 2020.)

### 3.2 Sisäinen hakukoneoptimointi

Sisäisellä hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan toimenpiteitä, joita voidaan tehdä omille verkkosivuille (Law, Makosiewicz, Hardwick 5.6.2024). Sisäisessä hakukoneoptimoinnissa verkkosivuja ja niiden sisältöä optimoidaan orgaanisen liikenteen määrän sekä hakutulossivujen tuloksien kasvattamiseksi. Yleisiä optimoinnin kohteita ovat esimerkiksi verkko-osoitteiden kehittäminen, sisäisten linkkien lisääminen sekä metaotsikoiden muokkaaminen. (Lyons, Paruch, Silva 15.12.2023.)

Edellä mainittujen toimenpiteiden lisäksi olennainen osa sisäistä hakukoneoptimointia on laadukkaan sisällön luominen. Laadukas sisältö on yksilöllistä ja hyödyllistä, ja se vastaa hakijan kysymykseen tai hakuun perusteellisesti sekä sisältää asiaankuuluvia hakusanoja. Ainutlaatuisen sisällön avulla hakutulos myös erottuu paremmin kilpailijoista. (Lyons, Paruch, Silva 15.12.2023.) Laadukkaan sisällön avulla yritys voi vahvistaa brändiään, kehittää hakutulossivujen tuloksia sekä parantaa konversiotaan (Pandya, Camarena, Margeson, Mustapic 17.5.2024).

### 3.3 Ulkoinen hakukoneoptimointi

Sivuston ulkoinen hakukoneoptimointi tarkoittaa toimenpiteitä, joissa sivuston hakukonenäkyvyyttä kehitetään omien verkkosivujen ulkopuolella. Ulkoisessa hakukoneoptimoinnissa muokkauksia ei tehdä omille verkkosivuille. Yleisiä toimenpiteitä ulkoisen näkyvyyden kehittämiseksi ovat linkkien rakentaminen, sosiaalisen median markkinointi sekä sisällön tuottaminen toisten verkkosivuille blogien muodossa. Useampien takalinkkien omaaminen voi kehittää verkkosivujen näkyvyyttä ja luotettavuutta hakukoneissa. Tähän näkyvyyteen vaikuttaa myös se, tulevatko takalinkit verkkotunnuksista, joita pidetään luotettavina (Silva 16.2.2024.)

Ulkoisen hakukoneoptimoinnin tavoitteena on luoda verkkosivuista kunnioitettavat sekä luotettavat hakukoneiden ja käyttäjien silmissä (Silva 16.2.2024). Googlen hakukone käsittelee hakutuloksien ajankohtaisuutta ja laatua E-E-A-T -mallin mukaan. E-E-A-T -malli muodostuu sanoista: *Experience*, *Expertise*,

*Authoritativeness* ja *Trustworthiness*, jotka suomeksi tarkoittavat kokemusta, asiantuntemusta, auktoriteettia ja luotettavuutta. (Delimedia SEO 8.2.2025.)

E-E-A-T -mallissa kokemuksella haetaan sisältöä, joka perustuu aiheeseen liittyviin omakohtaisiin kokemuksiin. Keskitytään esimerkiksi siihen, että tuodaanko sisällössä selvästi esille, onko tuotetta esittelevä henkilö kokeillut tuotetta, josta hän kertoo. Asiantuntemuksella selvitetään, onko sisällönluojalla ajankohtaista tietämystä tai ammattitaitoa aiheesta. Ammattitaitoisuus voi esimerkiksi tarkoittaa lääketieteellistä sisältöä, jonka tarjoaa lääketieteen ammattilainen. Verkkosivujen auktoriteetilla tarkoitetaan arvostettua tai kunnioitettua sisällönluojaa, joka voi olla esimerkiksi valtion verkkosivut, kun passin uusimisesta etsitään lisätietoa. Luotettavuus verkkosivuilla määräytyy siitä, kuinka luotettavana sisällön lähde pidetään. Tähän luottamukseen vaikuttavat myös oikeat yhteystiedot sekä esimerkiksi se, että verkkosivut ovat turvallisen HTTPS-protokollan alla. (Mmeje 4.4.2025.)

### **3.4 Tekninen hakukoneoptimointi**

Teknisen hakukoneoptimoinnin tavoite on tehdä verkkosivuista hakukoneystävällinen sekä tarjota laadukas käyttäjäkokemus (Blomster, Kurtti, Määttä & Sinisalo 2020, 126). Teknisen hakukoneoptimoinnin olennaisimpia osia on varmistaa se, että hakukoneiden hakukonerobotit voivat indeksoida eli löytää ja lukea verkkosivujen sivuja. Ilman tätä verkkosivuja ei lisätä hakukoneen tietokantaan, ja näin myöskään verkkosivuja ei löydy hakukoneesta hakemalla. Tämän lisäksi on tärkeää varmistaa, että verkkosivuilla on toimiva XML-sivustokartta, joka pitää sisällään kaikki verkko-osoitteet, jotka halutaan saada näkyviin hakukoneesta. (Suomen Digimarkkinointi 2024.)

Hakukonerobottien huolehtimisen lisäksi teknisessä hakukoneoptimoinnissa kehitetään verkkosivujen rakennetta, esimerkiksi sopivilla verkko-osoitteilla sekä metaotsikoilla. Tämän lisäksi sivuston latausaikaa pyritään pienentämään ja verkkosivujen mobiiliversiota parannellaan. Esimerkiksi Google ei todennäköisemmin ohjaa hakijoita verkkosivuille, joiden latausaika on hidas tai verkkosivuja ei ole optimoitu mobiilikäyttäjille. Huomion arvoista on myös rikkinäisten linkkien

ja sivujen poistaminen, sillä ne vaikeuttavat hakukonerobottien toimintaa sekä heikentävät käyttäjäkokemusta. (SEO Helsinki s.a.)

### **3.5 Näkyvyyden tärkeys**

Ihmistä 88 % suuntaa ensimmäisenä Googlen hakukoneen pariin hankkimaan lisätietoa kuullessaan uudesta tuotteesta tai palvelusta. Ihmiset haluavat etukäteen tietoa verkkosivuilta, ennen kuin he tekevät ostopäätöksen. (Suomen Digimarkkinointi 2024.)

Hakukoneoptimoinnilla hankitaan tärkeää näkyvyyttä hyperkilpailullisessa hakukoneiden maailmassa. Noin 89 % Googlen käyttäjistä selaa vain ensimmäisen hakusivun tulokset. Tämän takia on äärimmäisen olennaista, että yrityksen verkkosivusto nousee esille ensimmäiselle tulossivustolle. Muutoin todennäköisyydet sille, että asiakas löytää sivut, laskevat huomattavasti. (Suomen Digimarkkinointi 2024.)

### **3.6 Hakusanatutkimus**

Hakusanatutkimuksen suorittaminen on olennainen osa hakukoneoptimointia (Martin 2024). Hakusanatutkimuksen avulla yritys saa selville, millä hakusanoilla esimerkiksi heidän omia, tai kilpailijoiden tuotteita löydetään eniten. Hakusanatutkimus tarjoaa arvokasta tietoa yritykselle siitä, minkälaista tietoa asiakkaat haavevat, tai mitä he etsivät verkosta. (Lainas s.a.)

Hakusanatutkimuksen tulokset näyttävät yrityksille suunnan, johon optimointia kannattaa viedä. Tutkimustulosten avulla saadaan esimerkiksi selville, paljonko kysyntää tietyillä hakusanoilla on, ja kuinka vaikeaa kilpailu tulee olemaan hakutulossivulla. (Martin 2024.) Hakusanatutkimuksen tietojen pohjalta hakukoneoptimointia voidaan paremmin kohdistaa, jotta liikenne omille verkkosivuille kasvaa. (Lainas s.a.)

### 3.7 Tekoäly

Ennätyksiä rikkonut OpenAi:n vuonna 2022 julkaisema chattibotti ChatGPT rikkoi miljoonan käyttäjän rajan viidessä päivässä ja alkuvuodesta 2023 ChatGPT:llä oli yli 100 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää (Howarth 29.4.2025). Tekoäly on löytänyt tiensä ihmisten arkielämään ja tutkimuksen mukaan noin joka kolmas yhdysvaltalainen aikuinen 18–64-ikävuoden väliltä käyttää tekoälyä päivittäin tai ainakin muutaman kerran viikossa (Burmagina 2025).

Tekoälyn hyödyntäminen on lisääntynyt huomattavasti myös yritysten keskuudessa, ja se vaikuttaa yhä useampaan eri alaan. Tekoälyä hyödynnetään muun muassa terveydenhuollon, videopelien, kuljetuspalveluiden sekä sosiaalisen median algoritmien kanssa. Hakukoneet ovat myös osa tätä listaa, ja esimerkiksi Google, Yahoo ja Bing ovat aloittaneet tekoälyn hyödyntämisen toiminnassaan. (Tableau s.a.)

#### 3.7.1 Tekoäly hakukoneoptimoinnissa

Tekoälyä voidaan hyödyntää hakukoneoptimoinnin kehittämiseen useilla eri keinoilla. Hakukoneoptimointia voidaan tehostaa automatisoimalla erilaisia prosesseja. Esimerkiksi hakusanatutkimuksen, sisällöntuottamisen ja sisällön optimoimisen voi suorittaa automatisoidusti. (One.com s.a.)

Sivuston sisäisen optimoinnin lisäksi tekoälyllä voidaan myös kehittää sivuston teknistä puolta. Sivuston latausajan optimointi sekä sivustokarttojen rakentaminen kasvattavat verkkosivuston suorituskykyä. (Softia.fi s.a.) Tekoäly mahdollistaa myös suurien tietokantojen läpikäymisen tehokkaasti sekä erilaisten kaavojen tunnistamisen (One.com s.a.).

Tekoälyn vaikutukset eivät rajoitu pelkästään omien verkkosivustojen parantamiseen. Tekoälyn avulla voidaan perehtyä tarkemmin siihen, miten kilpailijat suoriutuvat ja sijoittuvat hakukoneiden tulossivuilla. Kilpailijoita tarkastelemalla tekoäly kehittyä ja kykenee tarjoamaan tulevaisuudessa edistyneempiä suosituksia tai muutoksia hakukoneoptimointiin. (Dashboa 2022.)

Tekoäly voi kuitenkin tehdä virheitä, ja ongelmia voi ilmetä esimerkiksi hakumäärien tarkkojen tietojen tai hakuaikeiden kanssa (One.com s.a). Lisäksi tekoäly ei aina onnistu tarkistamaan tarjoamiensa tietojen todenmukaisuutta, jolloin vastuu sisällön asiapitoisuuden varmistamisesta siirtyy tekoälyn käyttäjälle (Rissanen 2024).

### **3.7.2 Tekoäly hakukoneissa**

Pääasiassa tekoälyä hyödyntävien hakukoneiden käytön määrä on kasvanut huomattavasti (Gisma University of Applied Sciences 18.3.2025). Tutkimuksen mukaan 13 miljoonaa ihmistä hyödyntää ensisijaisesti tekoälyä suorittaessaan hakuja verkossa, mutta arvioidaan, että tämä käyttäjämäärä tulee olemaan yli 90 miljoonaa vuonna 2027 (Zhukova 2.12.2024).

Tekoälyllä on olennainen rooli siinä, miten hakukoneisiin tehtäviä hakuja prosessoidaan ja miten niiden ymmärtämistä kehitetään. Yksi viimeisimmistä kehityskohteista alalla aiheeseen liittyen ovat tekoälyn luomat hakualgoritmit. Kyseiset algoritmit auttavat hakukoneita ennakoimaan käyttäjän äidinkieltä ja haun tarkoituksiperää sekä tarjoamaan laadukkaita hakutuloksia. Tämänkaltaiset tekoälyä hyödyntävät hakukoneet nojaavat neuroverkostoon ja syväoppimiseen kehittääkseen hakutuloksien ajankohtaisuutta sekä tarkkuutta. (Gisma University of Applied Sciences 18.3.2025.)

Tekoälyn tarjoamat hakutuloksen tiivistelmät ovat yleistymässä ja tutkimuksen mukaan Google AI Overview:n vastauksia näkyy noin 30 %:ssa Googlen hakutulossivuista (Gisma University of Applied Sciences 18.3.2025). Google AI Overview tarkoittaa tekoälyn tarjoamia vastauksia käyttäjän suorittamaan hakuun. Overview luo yhteenvedon hakutuloksien tiedoista ja muodostaa vastauksen, jonka Google esittelee heti ensimmäisenä hakutuloksenaan. Tekoälyn luomat vastaukset tarjoavat hakijalle myös linkin alkuperäiseen lähteeseen, joten lisätietoa aiheesta on halutessaan helppo löytää. (Ong 2025)

Google AI Overview ei etsi pelkästään samankaltaisia hakutuloksia, vaan se pyrkii monipuolistamaan tarjoamansa vastaukset. Tämä tarkoittaa sitä, että Google voi palkita uuden ja hieman vanhasta poikkeavan sisällön paremmalla

näkyvyydellä, jos se tarjoaa tekoälyn hakutulokseksi kattavamman vastauksen. Mikäli hakukoneoptimoinnin avulla verkkosivut ovat Googlen orgaanisen haun kärkijoukossa, todennäköisyydet päästä osaksi Google AI Overviewin vastauksia kasvavat selkeästi. (Ong 2025)

### **3.7.3 Tekoäly SEO-työkaluissa**

Hakukoneoptimoinnin kehittämiseksi osa SEO-työkaluista hyödyntää tekoälyä. Nämä työkalut käyttävät tekoälyä esimerkiksi hakusanojen analysointiin, hakutuloksien sijoitusten kartoittamiseen sekä sisällön optimointiin. Tekoälyä hyödyntäviä SEO-työkaluja ovat esimerkiksi Surfer SEO, Ahrefs sekä Jasper AI. (Dutta 25.4.2025.)

Yksi suurimmista eduista tekoälyä hyödyntäville SEO-työkaluille on tekoälyn kyky mukautua käyttäjätottumuksiin ja hakukoneiden algoritmimuutoksiin. Työkalujen tarjoamat hakukoneoptimoinnin strategiat ovat ajankohtaisia ja toimivia, sillä tekoäly oppii jatkuvasti uudesta tiedosta. (ResearchFDI 20.2.2025.)

## 4 SEO-TYÖKALUT

SEO-työkaluilla analysoidaan verkkosivuja sekä niiden sijoittumista hakukoneiden tulossivulla. Työkalut tarjoavat arvokasta tietoa useista eri hakukoneoptimoinnin osa-alueista, kuten verkkotunnuksen auktoriteetista, hakusanoista sekä takalinkeistä. SEO-työkalujen tarjoaman datan avulla käyttäjä voi kehittää hakukoneoptimointia sekä vaikuttaa verkkosivujen sijoitukseen esimerkiksi Googlen hakutulossivulla. (Textbroker s.a.)

### 4.1 Semrush

Semrush on vuonna 2008 perustettu yritys, joka on erikoistunut verkkonäkyvyyden ja sisältömarkkinoinnin kehittämiseen. Semrush tarjoaa kattavan valikoiman erilaisia palveluita, jotka ovat kohdistettu eri kokoisille yrityksille, yrittäjille sekä virastoille. Yli 10 miljoonaa ihmistä on kokeillut Semrushin tarjoamia palveluita, ja he ovat tehneet yhteistyötä esimerkiksi Samsungin, Teslan sekä Amazonin kanssa. (Semrush 2025a.)

Semrush tarjoaa yrityksille tietoa esimerkiksi hakusana-analytiikasta, takalinkeistä, verkkotunnusanalyseista, verkkosivujen vierailijamääristä sekä sovellusten markkinointiratkaisuista. Yrityksen tietopohjassa on yli 26,5 miljardia avainsanaa, 43 biljoonaa takalinkkiä, 500 teratavua raakaa dataa. Semrushin tietopohja on kerätty 190 maan alueelta. (Semrush 2025b.) Semrush tarjoaa kuluttajille kolmea eri tilausvaihtoehtoa hakukoneoptimointiin liittyen. Aloittelijoiden tilaus on 139,95 \$ kuukaudessa, pienien yritysten tilauspaketti on 249,95 \$ kuukaudessa sekä viimeinen tilaus on suunnattu virastoille ja isommille yrityksille ja sen kuukausihinta on 499,95 \$. (Semrush 2025c.)

### 4.2 Ahrefs

Dmytro Gerasimenko perusti Ahrefsin vuonna 2010 ja yrityksen pääkonttori sijaitsee Singaporessa. Ahrefs luo SEO-työkaluja ja tarjoaa oppimateriaaleja

veloituksetta auttaakseen verkkosivustojen omistajia ympärimaailmaa hankki-  
maan lisänäkyvyyttä verkossa. Ahrefs tarjoaa erilaisia palveluita hakukoneopti-  
mointiin liittyen, kuten verkkosivujen tarkastusta, sisältöjen tutkimista, hakusana-  
analyyseja sekä kilpailija-analyyseja. (Ahrefs 2025a.)

Ahrefs on tehnyt yhteistyötä esimerkiksi IBM:n, Westpacin sekä Zoomin kanssa  
ja tämän lisäksi Ahrefsilla on 50 000:ta muuta yritystä maksavina asiakkaina.  
Asiakastileille määritellään omat asiakasvastaavat, jotka tukevat Ahrefsin käy-  
tössä yritystä. Tämän lisäksi asiakkailta on käytössä ympärivuorokautinen asia-  
kastuki, mahdollisuus osallistua kuukausittaisiin webinaareihin sekä hyödyntää  
Ahrefsin ammattilaisten tukea hakukoneoptimoinnin kehittämisessä. (Ahrefs  
2025b.)

Ahrefsilla on käytössään 7500 serveriä, jotka pitävät sisällään yrityksen hankki-  
man laajan tietopohjan. Tähän tietopohjaan sisältyy esimerkiksi 28,7 miljardia  
suodatettua hakusanaa 217 eri sijainnista, 3 biljoonaa ulkoista takalinkkiä sekä  
589 biljoonaa orgaanista hakusanaa. Sivustolta näkee myös, miten data jakau-  
tuu eri maiden kesken. (Ahrefs 2025c.)

### **4.3 Ubersuggest**

Ubersuggest on SEO-työkalu, joka tarjoaa yrityksille dataa hakukoneoptimointia,  
sosiaalisen median strategiaa ja sisältömarkkinointia varten. Ubersuggest antaa  
tietoa verkkotunnusten yleisilanteesta, kilpailijoiden parhaiten hakukoneopti-  
moiduista sivuista, hakusanaehdotuksista, sisältöideoista sekä takalinkeistä.  
(Ubersuggest 2025a.)

Ubersuggestilla on yli 250 000 käyttäjää pienistä yrityksistä aina maailman suu-  
rimpiin asti. Suurimpia yrityksiä, jotka hyödyntävät Ubersuggestia, ovat esimer-  
kiksi Nike, Microsoft ja Ebay. Tästä huolimatta Ubersuggest pyrkii erottumaan  
muista SEO-työkalujen alan kilpailijoista halvan hinnoittelunsa ansiosta. Uber-  
suggestin kallein kuukausittainen tilaussuunnitelma, joka on suunniteltu suurille  
yrityksille, maksaa 99 € kuukaudessa. Tarjolla on myös kaksi halvempaa tilausta,  
joita tarjotaan 29 €:n sekä 49 €:n kuukausihintaan. Hinnoittelu on huomaavasti

halvempaa suhteessa toisiin alan kilpailijoihin, joiden hinnoittelu alkaa 99 € hin-  
tatasosta kuukausittain. (Ubersuggest 2025b.)

#### **4.4 Moz**

Moz on vuonna 2004 perustettu yritys, joka keskittyy hakukoneoptimointiin. Hei-  
dän tavoitteensa on yksinkertaistaa hakukoneoptimointia asiakkailleen (Moz  
2025a). Moz tarjoaa palveluinaan esimerkiksi hakusana-analyyseja, kilpailija-  
analyyseja, verkko-osoitteen auktoriteetin tarkastusta sekä tietoa takalinkeistä.  
Verkkosivustolla on myös tarjolla blogeja ja oppaita hakukoneoptimointiin tutus-  
tumista varten. (Moz 2025b.)

Moz on jakanut hakukoneoptimoinnin useamman palvelun kohdalle. Tuotevali-  
koimasta löytyvät Moz Pro, Moz Local, Moz API, STAT ja Moz Data. Moz Data  
pitää sisällään Mozin keräämään mittavan tietokannan. Tietoa löytyy yli miljar-  
dista verkkotunnuksesta, yli 800 miljoonasta hakusanaehdotuksesta sekä 25 mil-  
jardista hakutulossivusta. (Moz 2025c.)

#### **4.5 SE ranking**

SE ranking on vuonna 2013 perustettu hakukoneoptimointiin erikoistunut alusta,  
joka tarjoaa yli 30 työkalua hakukoneoptimoinnin kehittämiseen. SE ranking hyö-  
dyntää toiminnassaan tekoälyn luomia algoritmeja tehdäkseen hakukoneopti-  
moinnista helpompaa. Yrityksen palveluita on tähän mennessä hyödyntänyt yli  
miljoona virastoa, yritystä tai markkinoijaa. (SE ranking 2025a.)

SE ranking tarjoamia työkaluja antavat dataa esimerkiksi hakusanojen sijoittumi-  
sesta, verkkosivujen tarkastuksista, kilpailija-analyyseista sekä sivuston sisäi-  
sestä hakukoneoptimoinnista (SE ranking 2025a.). SE ranking jäljittää yli 10 mil-  
joonaa hakusanaa päivittäin ja tähän mennessä he ovat keränneet tietoa yli 7,2  
miljardista hakusanasta sekä 2,2:sta miljardista verkkotunnuksesta ympäri maa-  
ilmaa (SE ranking 2025b.) SE ranking tarjoaa verkkosivuillaan kolmea eri tilaus-  
vaihtoehtoa hakukoneoptimoinnin kehittämiseen. Yksittäisille hakukoneoptimoin-  
nin harjoittajille on tarjolla 47,20 € kuukaudessa maksava tilaus, pienille virastoille

ja yrityksille tarjottu paketti maksaa 87,20 € kuukausitasolla ja suurin tilaus, joka on kohdistettu isoille yrityksille ja virastoille maksaa 188 € kuukaudessa. (SE ranking 2025c.)

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tämä tutkimus arvioi edellä mainittuja SEO-työkaluja. Tutkimuksen tavoitteena on määritellä hakukoneoptimointia aloittavalle pk-yritykselle sopiva vaihtoehto vertailussa olevista SEO-työkaluista.

Opinnäytetyössä hyödynnetty tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on hahmottaa kohteen ominaisuuksista, laadusta ja merkityksestä muodostuva kokonaisuus (Jyväskylän yliopisto s.a). Laadullinen tutkimus on empiiristä, jolloin se perustuu aineistoihin ja niiden analysointiin, mutta tutkimus tarvitsee myös teoreettisen tietoperustan (Juhila 2021). Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan, mitä tietoja SEO-työkalujen ilmaiset auditoinnit tarjoavat. Vertailussa olevat kategoriat ovat muodostuneet tutkimuksen tietoperustasta.

Tutkimuksen lähestymistavaksi valikoitui tapaustutkimus. Tapaustutkimuksessa analysoidaan kohdetta, ja tarkastellaan hankittujen tietojen yhteyksiä teoriaan (Monash university s.a). Tapaustutkimuksissa on tavoitteena hankkia laaja käsitys tapauksesta ja perehtyä siihen kauttaaltaan. Paremman ymmärryksen saamiseksi tutkimuksissa yleensä hyödynnetään useita eri aineistoja, kuten havainnointia, tilastoja, haastatteluja, asiakirjoja tai esimerkiksi valokuvia. (Vuori 2021.)

Tapaustutkimuksessa kohteeksi voidaan valita yksi tai useampi tapaus, ja useamman tapauksen tilanteessa niitä analysoidaan keskenään. Tapaustutkimukselle tyypillisesti erilaisia kohteita voivat olla esimerkiksi työpaikat, oppilaitokset, yritykset tai projektit. (Vuori 2021.) Tapaustutkimus sopii hyvin tämän tutkimuksen lähestymistavaksi, sillä kohteena toimii yksi yritys, jolle etsitään sopivaa SEO-työkalua viidestä eri vaihtoehdosta vertailemalla niitä toisiinsa.

### 5.1 Aineistonhankinta

Empiirisessä analyysissä korostuvat metodit, jolla aineistoa on kerätty ja analysoitu (Tuomi & Sarajärvi 2018, 1.1.2). Tässä tutkimuksessa aineistoa on kerätty

kaikista vertailtavista hakukoneoptimointityökaluista, eli Ahrefsin, Mozin, Semrushin, Ubersuggestin sekä SE rankingin auditoinneista. Näiden SEO-työkalujen tarjoamat tiedot muodostavat pohjan tutkimuksen aineistonhankinnalle.

Tutkimuksen aineisto hankitaan jokaisen vertailussa olevan SEO-työkalun tarjoaman SEO-auditoinnin avulla. Auditoinnit ovat ilmaisia palveluita, ja ne suoritetaan toimeksiantajan asiakasyrityksen verkkosivuille.

## **5.2 Auditointien analyysi**

Työkalujen suorittamista SEO-auditoinneista hankittu data on primääristä aineistoa ja sen analysoinnissa hyödynnetään teoriaohjaavaa sisällönanalyysia.

Primääriaineisto tarkoittaa alkuperäisestä lähteestä tai henkilökohtaisesta kokemuksesta hankittua tietoa aiheeseen tai tapahtumaan liittyen (Seton Hall University s.a). Tämän tutkimuksen aineisto on hankittu SEO-työkalujen auditointien avulla, jotka olen suorittanut.

Yleisesti teoriaohjaavassa sisällönanalyysissa teoria ja aineisto ohjaavat tutkimuksen kulkua vuorojohtoisesti. Sisällönanalyysin voi kuitenkin suorittaa myös aineistolähtöisellä analyysin avulla, jossa lopuksi teoria liitetään havaintoihin. (Leinonen 12.12.2018). Tässä tutkimuksessa teoriaohjaava sisällönanalyysi suoritetaan jälkimmäisen lähestymistavan kautta.

Auditointien tarjoamat tiedot jaetaan eri teemojen alle. Nämä eri teemat ovat hakukoneoptimoinnin nykytilanne, sivuston sisäinen hakukoneoptimointi, sivuston ulkoinen hakukoneoptimointi ja tekninen hakukoneoptimointi. Viimeisessä teemassa tarkastellaan, hyödyntävätkö SEO-työkalut tekoälyä. Hakukoneoptimoinnin osa-alueet erotellaan auditoinneissa, joten tietojen analysointi ja vertailu on selkeää.

Hakukoneoptimoinnin nykytilannetta tarkastellessa vertaillaan verkkosivujen yleistä terveyttä, orgaanisen liikenteen määrää sekä verkkotunnuksen auktoriteettia. Sisäisen hakukoneoptimoinnin vertailussa SEO-työkaluista huomioidaan, miten paljon ongelmia verkkosivuilta löytyy, miten ne jaotellaan sekä miten ne

voidaan korjata. Tämän lisäksi tarkastellaan, mahdollistavatko SEO-työkalut tukea tai palautetta sisällöntuottamiseen verkkosivuille.

Ulkoisessa hakukoneoptimoinnissa tarkastellaan takalinkkien määrää, sekä huomioidaan, kuinka monesta eri verkkotunnuksesta niitä löydetään. Teknisen hakukoneoptimoinnin kohdalla painopiste on verkkosivuston latausajalla, indeksoitavuudella sekä XML-kartalla. Lopuksi tarkastellaan myös, hyödyntävätkö SEO-työkalut palveluissaan tekoälyä. Mikäli näin on, tarkastellaan niitä eri osa-alueita, joissa tekoälyä on käytetty.

Olen valinnut nämä teemat tutkimuksen tavoitetta ja laajuutta ajatellen. Tutkimuksen ulkopuolelle jäävät esimerkiksi käyttäjäkokemuksen, verkkosivujen rakenteen sekä mobiiliversion optimoinnin tarkastelu. Hakukoneoptimointi on jatkuva prosessi, ja tarkkaan rajattujen teemojen avulla tässä tutkimuksessa keskitytään SEO-työkalujen tarjoamaan kokonaisuuteen, jonka avulla hakukoneoptimointia aloitteleva pk-yritys voi kehittää omaa verkkonäkyvyyttään.

## 6 AUDITOINTI

Tässä osiossa käsittelen SEO-auditointien tarjoamaa dataa. Kerätyt tiedot jaotellaan eri teemoihin. Teemoina toimivat hakukoneoptimoinnin nykytilanne, sivuston sisäinen hakukoneoptimointi, sivuston ulkoinen hakukoneoptimointi, tekninen hakukoneoptimointi sekä miten SEO-työkalut hyödyntävät tekoälyä. Olen kasannut auditointien tarjoamat tiedot teemojen mukaan taulukoihin. Taulukot löytyvät tutkimuksen liitteistä.

### 6.1 Ubersuggest

Ubersuggestin auditointien tiedonkeruussa suoritin yleisen auditoinnin verkkosivusta, joka antoi tietoa nykytilanteesta sekä hakukoneoptimoinnin ongelmista. Yleinen auditointi antoi myös tietoa verkkosivujen ulkoisesta hakukoneoptimoinnista. Ubersuggestin suorittama yleinen auditointi kävi läpi 150 sivua asiakasyrityksen verkkosivuilta. Hakukonerobotit pääsivät jokaiselle 150 sivulle, ja auditointi toteaa verkkosivuston nykytilanteen olevan yleisesti hyvässä kunnossa. Verkkotunnuksen auktoriteetti on 30, orgaaninen kuukausittainen vierailijamäärä on 16 542, orgaanisia hakusanoja löytyy 3245 sekä sivustolle johtaa 4386 takalinkkiä 798 eri verkkotunnuksesta.

Yleisterveyden jälkeen keräsin tietoa auditoinnista tietoa sivuston sisäisestä hakukoneoptimoinnista. Sivuston sisäisen hakukoneoptimoinnin (On-Page SEO Score) yleisarvosanaksi Ubersuggest antaa verkkosivuille lukeman 67. Arvoste-luasteikko on väliltä 0-100 ja verkkosivujen yleisarvosana koostuu hakukoneoptimointiin liittyvien ongelmien suhteesta läpikäytyjen sivujen määrään. Auditoinnissa Ubersuggest löysi 318 ongelmaa sisäiseen hakukoneoptimointiin liittyen.

Ubersuggestin tekemä auditointi määrittelee löytämänsä ongelmat kriittisiin ongelmiin, varoituksiin ja suosituksiin. Kriittisiä ongelmia olivat vähäiset sanamäärät, identtiset metakuvaukset sekä identtiset metaotsikot. Varoitukset-välillehti kertoo, että metakuvaukset puuttuvat kahdelta sivulta, kahdelle sivulle ei pääse ollenkaan, 10:llä sivulla metaotsikko on liian pitkä, 68:lla sivulla metaotsikko on

liian lyhyt sekä 127:llä sivulla URL-osoitteet ovat heikosti muotoiltuja. Suositukseen liittyen auditointi kertoi, että verkkosivut ovat läpäisseet kaikki tarkastukset.

Sisäisen hakukoneoptimoinnin ongelmien lisäksi auditointi antaa hakusanatutkimuksen. Hakusanatutkimuksella saadaan selville hakusanojen volyyymi, kilpailun määrä, sekä tutkimus antaa hakusanaehdotuksia sekä sisältöehdotuksia hakusanojen ympärille. Sisältöehdotuksien lisäksi Ubersuggest tarjoaa tekoälyn avulla tukea sisällöntuottamiseen. Valittujen hakusanojen ja otsikoiden avulla tekoäly kykenee luomaan aiheesta sisältöä.

Sisäisen hakukoneoptimoinnin jälkeen keräsin tiedot teknisestä hakukoneoptimoinnista. Auditointi tarjoaa muutaman datapisteen tekniseen hakukoneoptimointiin liittyen käydessään läpi pöytäkone- ja mobiiliversioiden käyttönopeutta. Pöytäkoneella verkkosivujen latausaika on 2,06 sekuntia ja mobiiliversiolla sivuston latausaika on 7,65 sekuntia.

## **6.2 Semrush**

Semrushin työkalu tarjoaa laajasti palveluita hakukoneoptimointiin liittyen. Tietoa on tarjolla kilpailija-analyysien, hakusanatutkimuksien, linkkien rakentamisen, sivuston sisäisen hakukoneoptimoinnin sekä sisältöideoiden muodossa. Aloitin auditoinnin suorittamalla analyysin verkkosivujen yleisestä terveydestä. Auditointi antaa sivuston terveydeksi 72% arvosteluasteikolla 0-100%. Auditointi kertoo myös, että verkkosivujen terveyden tulisi olla 92%, jotta sivut sijoittuisivat parhaaseen 10% joukkoon. Verkkotunnuksen auktoriteetin tulos on 30 ja verkkosivujen orgaaninen vierailijamäärä on 25 200.

Yleisen auditoinnin jälkeen tutkin auditoinnin huomioita verkkosivujen sisäisestä hakukoneoptimoinnista. Semrushin tarjoama auditointi kävi läpi 100 sivua asiakasyrityksen verkkosivuista. Läpikäydyistä 100:sta sivusta yksi sivu oli terveellinen, yksi rikkiäinen, 90:llä sivulla oli ongelmia, yksi ohjasi toiselle sivulle ja seitsemän sivua oli estetty.

Verkkosivujen sisäisen hakukoneoptimoinnin tilasta auditointi löytää 487 huomiota, 1171 varoitusta ja 58 virhettä. Auditointi arvioi viideksi suurimmaksi

ongelmakohtaksi samanlaisen sisällön, metaotsikoiden sekä metakuvauksien käyttämisen. Kaksi muuta ongelmaa johtuvat vääristä sivuista XML-kartalla sekä siitä, että joidenkin sivujen rakenteessa on ongelmia, jotka vaikeuttavat hakukonerobottien sivujen läpikäyntiä. Auditointi tarjoaa ongelmien tiedoista selkeät määritelmät, sekä tarkat korjausohjeet ongelmien ratkaisemiseksi. Verkkosivujen kaikkia ongelmia ei kuitenkaan pääse tarkastelemaan ilmaisilla kokeiluversiolla ilman maksullista tilausta.

Lisäksi auditointi tarjoaa sisäiseen hakukoneoptimointiin tietoa myös hakusanatutkimuksen avulla. Hakusanatutkimus näyttää suosituimpia hakusanoja, hakuvolyymeja, suosion trendausta, sekä miten vaikeaa hakusanalla on päästä Googlen 10 parhaan hakutuloksen joukkoon. Hakusanatutkimuksen lisäksi Semrush tarjoaa ideoita sisällöntuottamiseen ja kehittämistä tekoälyn avulla.

Sisäisen hakukoneoptimoinnin jälkeen tarkasteluun nousi sivuston ulkoinen hakukoneoptimointi. Keräsin Semrushin auditointien tarjoamat tiedot verkkosivujen ulkoisesta hakukoneoptimoinnista. Semrushin auditointi antaa tietoa sivuston ulkoisesta hakukoneoptimoinnista takalinkkien avulla. Auditoinnin mukaan verkkosivuille on 4400 takalinkkiä 763:sta eri verkkotunnuksesta. Analyysi jaottelee erikseen, mitkä takalinkit se näkee arvokkaimmiksi, mitkä ovat uusimpia, sekä mitä takalinkkejä sivusto on menettänyt.

Viimeisenä hakukoneoptimoinnin osa-alueena tarkastelin, mitä tietoa auditointi antaa teknisestä hakukoneoptimoinnista. Sivuston tekninen hakukoneoptimointi on auditoinnin mukaan yleisesti hyvässä kunnossa. Läpikäydyistä 100 sivusta hakukonerobotit pääsivät käymään lukemaan 75. Auditointi kertoo XML-kartalla olevan 729 sivua, joista hakukonerobotit löysivät 69 % eli 503 sivua. Auditointi toteaa myös, että sivuston latausaika on hyvällä tasolla, sillä sivujen keskimääräinen lataamisaika on 0,87 sekuntia.

Teknisen hakukoneoptimoinnin jälkeen tutkin, tarjoaako Semrush palveluita, jotka hyödyntävät tekoälyä. Semrush tarjoaa auditointien lisäksi kaksi eri työkalua, jotka hyödyntävät tekoälyä. Näiden työkalujen avulla yritys voi kehittää sisällöntuottamista, sillä työkalut tarjoavat apua sisällön ideoimiseen sekä kirjoittamiseen.

### 6.3 SE ranking

SE rankingin auditointien tiedonkeruu alkoi verkkosivujen nykytilanteen selvittämisestä. SE ranking suorittama auditointi kävi läpi 533 asiakasyrityksen verkkosivujen eri sivua ja antoi yleisarvosanaksi vahvan tuloksen 83. Yleisarvosana määräytyy verkkosivujen ongelmien määrästä ja niiden arvioiduista vaikutuksista. Vaikka verkkosivuston yleisarvosanan tulos on vahva, on verkkotunnuksen auktoriteetin tulos 22 asteikolla 1-100. Orgaanisen liikenteen määrä verkkosivuilla on 17 400.

Yleisen tilanteen auditoinnin jälkeen tarkastelin verkkosivujen sisäistä hakukoneoptimointia. Kävin läpi löydetyt ongelmat ja niiden erottelun, sekä hakusanatutkimuksen tarjoamat tiedot. Auditointi paljastaa, että verkkosivuilla löytyy yhteensä 4099 ongelmaa, joista 3361 ovat huomioita, 516 varoituksia ja 222 ovat virheitä. Auditoinnin löytämät virheet johtuvat muun muassa samoista otsikko- ja metakuvauksista, liian isoista kuvista verkkosivuilla, mobiiliversion optimoinnista sekä puutteellisista linkeistä.

Hakusanatutkimuksessa auditointi löytää 1800 hakusanaa, joiden hakuvolyymit ja hakutulossijoitukset eritellään. Lisäksi hakusanatutkimus kertoo hakusanojen luomista vierailijamääristä sekä kuinka paljon kilpailua eri hakusanoilla on. Hakusanatutkimuksen lisäksi SE ranking auttaa sisällön ideoinnissa ja tuottamisessa tekoälyn avulla. Tekoälypalvelu ei kuitenkaan tue suomen kieltä, joten palvelua on käytettävä englanniksi.

Seuraavana vaiheena auditointien läpikäymisessä oli sivuston ulkoinen hakukoneoptimointi. SE rankingin auditointi kertoo, että asiakasyrityksen verkkosivuilla on 1463 takalinkkiä, jotka ovat 311 eri verkkotunnuksesta. Takalinkeistä kerrotaan, mistä maasta ja miltä verkkosivulta ne ovat, sekä miten takalinkkien verkkosoitteiden auktoriteetit jakautuvat.

Viimeisenä hakukoneoptimoinnin osa-alueena tutkin sivuston teknistä hakukoneoptimointia. Auditointi kertoo, että 533 läpikäydystä sivusta 133 ovat indeksoitavia ja 400 eivät ole. Tämän lisäksi SE ranking kertoo, että XML-kartalla on 102

tarpeetonta sivua. Auditoinnin mukaan verkkosivujen kaikki sivut latautuvat nopeasti.

## 6.4 Ahrefs

Ahrefsin auditointien suorittamiseksi kävin läpi jokaisen ilmaisen työkalun, ja keräsin auditointien tarjoamat tiedot tutkimuksen eri osa-alueisiin liittyen. Ahrefs tarjoaa useita ilmaisia SEO-työkaluja. Työkalut mahdollistavat hakusanojen luomisen, tekoälyä hyödyntävän kirjoitustyökalujen käyttämisen, WordPress-liitännän sekä laajennuksen verkkoselaimeen, joka tarjoaa hakukoneoptimointiin liittyviä tietoja käyttäjän vierailemilta verkkosivulta. Tämän lisäksi Ahrefsin työkaluilla voidaan tarkastaa hakusanojen vaikeutta ja sijoittumista, hakutulossivuja, takalinkkejä, rikkinäisiä linkkejä, verkkosivuston auktoriteettia sekä verkkosivuston vierailijamäärää.

Ensimmäisenä kävin läpi auditoinnit, jotka tarjosivat tietoa verkkosivujen nykytilanteesta. Sain auditointien avulla selville, että verkkotunnuksen auktoriteetti on 26 asteikolla 1-100. Ahrefsin työkalujen mukaan verkkosivujen kuukausittainen orgaaninen vierailijamäärä on 27 100. Auditointi arvioi myös orgaanisten vierailijoiden arvon, ja antaa sille rahallisen arvion.

Nykytilanteen jälkeen keräsin tiedot verkkosivujen sisäisestä hakukoneoptimoinnista. Tietoa oli tarjolla hakusanatutkimuksen muodossa. Ahrefsin auditoinnit antoivat tietoa verkkosivujen hakutulossijoituksista eri hakusanoilla, hakusanojen käytetyn lukumäärän sekä kyseisellä hakusanalla saadut vierailijamäärät.

Seuraavana toimenpiteenä tarkastelin saatavilla olevaa tietoa verkkosivujen ulkoisesta optimoinnista. Ahrefsin ilmaiset työkalut kertovat, että sivustolle on 2200 takalinkkiä, jotka ovat 133:lta uniikilta verkkosivulta. Auditointi erottelee myös 100 parasta takalinkkiä, mutta ei tarkenna, miten ne on arvosteltu ja miksi ne ovat parhaat takalinkit verkkosivuille. Auditointi tarjoaa tietoa myös rikkinäisistä linkeistä ja toteaa, että asiakasyrityksen verkkosivuilta löydy yhtään sellaista.

Ahrefs tarjoaa kattavan määrän palveluita verkkosivujen omistajille. Tarjolla on useita tekoälyä hyödyntäviä työkaluja. Näillä tekoälyä hyödyntävillä työkaluilla

voidaan kehittää ja muokata tekstiä, luoda sisältöä markkinointiin, sosiaaliseen mediaan sekä hakukoneoptimointiin. Tekoälypalveluita SEO-auditointi voi hyödyntää ilmaiseksi vain silloin, kun kyseessä on omat verkkosivut. Ulkopuolisena näihin tietoihin ei ole pääsyä ilman maksullista tilausta.

Ahrefsin tarjoamien ilmaisten SEO-auditointien avulla ei voi suorittaa kokonaisvaltaista auditointia verkkosivujen ja hakukoneoptimoinnin nykytilanteesta. Lisäksi auditoinnit eivät anna tietoa hakukoneoptimoinnin ongelmakohdista ja miten ne voidaan korjata.

## **6.5 Moz**

Auditointiprosessi alkoi siten, että kävin yksi kerrallaan läpi Mozin tarjoamat eri auditoinnit sekä niiden tarjoamat tiedot. Moz tarjoaa useampaa ilmaista hakukoneoptimointiin liittyvää työkalua. Työkaluilla voi tarkistaa verkkotunnuksen auktoriteetin, linkkien nykytilanteen ja brändin auktoriteetin. Lisäksi työkaluilla voi suorittaa hakusanatutkimuksen sekä kilpailija-analyysin. Ilmaisilla työkaluilla ei kuitenkaan voi suorittaa yleistä auditointia verkkosivujen nykytilanteesta.

Ensimmäisenä kävin läpi auditoinnit, jotka kertovat verkkosivujen nykytilanteesta. Asiakasyrityksen sivuston nykytilanteesta Mozin auditointi kertoo, että verkkotunnuksen auktoriteetin tulos on 30. Arvosteluasteikko toimii lukuvälillä 0-100. Mozin SEO-työkalu nostaa esille myös 25 verkkosivua, jotka ovat asiakasyrityksen kovimpia kilpailijoita hakusanojen mukaan ja tarjoaa mahdollisuuden vertailla niitä keskenään.

Nykytilanteen jälkeen keräsin tiedot Mozin tarjoamista auditoinneista verkkosivujen sisäiseen hakukoneoptimointiin liittyen. Auditointi antoi tietoa hakusanatutkimuksesta. Mozin työkalut erittelevät asiakasyrityksen seitsemän parhaiten sijoituvaa hakusanaa ja sama auditointi näyttää myös, miten hakusanat sijoittuvat hakutulossivujen tuloksiin. Tarkempaa tietoa hakusanatutkimukseen liittyen ei tarjota ilman maksullista tilausta.

Sisäisen hakukoneoptimoinnin tuloksien jälkeen kävin läpi auditoinnin, joka kertoi verkkosivujen ulkoisesta hakukoneoptimoinnista. Mozin auditointi ilmoittaa, että

verkkosivuille on 798 linkkiä eri verkkotunnuksista. Yhteensä yksilöllisiä linkkejä verkkosivuille on 4300. Tämän lisäksi auditointi listaa verkkosivujen seitsemän parasta sivua linkkien mukaan sekä seitsemän parasta linkattua verkkotunnusten auktoriteetin mukaan.

Viimeisenä tarkastelin, käyttävätkö Mozin ilmaiset palvelut tekoälyä. Selvisi, että tekoälyä hyödynnetään hakusanatutkimuksen kanssa, mutta sen tuloksia ei voi nähdä ilman maksullista tilausta. Muuten tekoälyjen palveluita ei tarjota tai niistä ei mainita ilmaisissa auditoinneissa.

## **6.6 Tulosten vertailu**

SEO-työkalut tarjoavat äärimmäisen tärkeän pohjan hakukoneoptimoinnin aloittamiselle. Työkalujen avulla yritys saa paremman käsityksen siitä, mikä verkkosivujen nykytilanne on, ja miten hakukoneoptimointia on mahdollista kehittää.

Eri SEO-työkalut tarjoamat tiedot erosivat paikoin toisistaan, ja osa työkaluista tarjosi enemmän tietoa kuin toiset. Työkaluista ainoastaan Semrush ja SE ranking antoivat vastaukset tutkimuksen jokaiseen 13:aan mittariin. Ubersuggest antoi kolmanneksi eniten tietoa, vastaten 12:aan mittariin. Ahrefs vastasi seitsemään, ja Moz viiteen mittariin. Tutkimuksessa vertailtavat osa-alueet ovat nostettu esiin tietoperustasta ja SEO-työkalujen auditointien tuloksia vertaillaan toisiinsa.

### **6.6.1 Verkkosivujen nykytilanne**

Verkkosivujen nykytilanteesta saadut tiedot löytyvät liitteestä 1. Verkkosivujen yleisen terveyden arvosanat löytyivät Semrushin, Ubersuggestin ja SE ranking auditoinneista. Semrush antoi yleisterveyden arvosanaksi 72, Ubersuggest antoi luvun 67 ja SE ranking arvosanan 83. Ahrefs ja Moz eivät tarjonneet auditoinneissaan tietoa verkkosivujen yleisterveydestä.

Verkkotunnuksen auktoriteetin arvosanat auditoinneissa saatiin jokaiselta SEO-työkalulta. Semrushin arvosana oli 30, Ahrefsin 26, Ubersuggestin 30, Mozin 30

ja SE rankingin arvosana oli 22. Verkkosoitteen auktoriteetin auditoinnissa arvosteluasteikko on 1–100. Laajasta arvosteluasteikosta huolimatta auditointien tulosten välillä on vähän hajontaa.

SEO-työkaluista neljä antoivat tietoa verkkosivujen orgaanisen liikenteen määrästä. Semrushin auditoinnin mukaan verkkosivuilla on kuukausittain 25 153 orgaanista vierailijaa, Ahrefsin antama luku on 27 100, Ubersuggestin mukaan vierailijoita on 16 542 ja SE ranking auditointi kertoo, että kuukausittainen vierailijamäärä on 17 400. Mozin ilmaiset auditoinnit eivät antaneet orgaanisen liikenteen määrästä tietoa. Tuloksissa on laajaa hajontaa, sillä pienimmän ja suurimman arvion ero on melkein 10 000 kuukausittaista vierailijaa.

### **6.6.2 Verkkosivujen sisäinen hakukoneoptimointi**

Sisäiseen hakukoneoptimointiin liittyen tietoa saadaan kaikista SEO-työkaluista. Semrush, Ubersuggest ja SE ranking tarjoavat tietoa tutkimuksen valittuihin neljään eri kohtaan. Moz antaa tietoa yhdestä ja Ahrefs kahdesta sisäiseen hakukoneoptimointiin liittyvästä osa-alueesta. Tiedot löytyvät liitteestä 2.

Viidestä SEO-työkalusta Semrush, Ubersuggest ja SE ranking tarjoavat tietoa hakukoneoptimoinnin ongelmista. Ahrefsin ja Mozin auditoinnit eivät antaneet tietoa aiheista. SEO-työkalut jakavat virheet kolmeen eri osa-alueeseen. Semrush ja SE ranking jakavat ongelmat virheisiin, varoituksiin ja huomioihin. Ubersuggest jakaa ongelmat kriittisiin virheisiin, virheisiin ja suosituksiin.

SE ranking auditointi löysi verkkosivuilta eniten ongelmia, yhteensä 4099. Semrush auditointi kertoi verkkosivuilla olevan 1716 ongelmaa. Ubersuggestin analyysin mukaan verkkosivuilla on 318 ongelmaa. Erot ongelmien määrän suhteen ovat suuria.

Semrush, Ubersuggest ja SE ranking tarjoavat myös korjausehdotuksia löytämilleen ongelmille. Auditoinneista löytyy tietoa siitä, mitä ongelma tarkoittaa, ja miten se voidaan korjata. Ahrefsin ja Mozin auditoinnit eivät tarjoa korjausideoita ongelmiin.

Sisällöntuottamiseen liittyen kaikki SEO-työkalut, paitsi Moz tarjoavat palveluita ilmaiseksi. Semrush, Ahrefs, Ubersuggest sekä SE ranking hyödyntävät sisällöntuottamisen tukena tekoälyä eri rooleissa. Tekoälyä voidaan hyödyntää useissa eri hakukoneoptimoinnin osa-alueissa, ja sitä käytetään esimerkiksi sisällön optimoimiseen, tuottamiseen sekä automatisointiin (One.com s.a). Semrushin ja SE ranking auditoinneissa tekoälyn avulla voitiin ideoida ja tuottaa sisältöä. Ubersuggestin hyödyntämä tekoälypalvelu mahdollisti automatisoidun sisällöntuottamisen. Vertailtavista SEO-työkaluista Ahrefs tarjosi laajimman määrän tekoälyä hyödyntäviä palveluita sisällöntuottamiseen liittyen. Työkaluissa oli useita palveluita, joiden avulla sisältöä voidaan ideoida, tuottaa ja automatisoida markkinointiin, sosiaaliseen median sekä hakukoneoptimointiin. Mozin ilmainen auditointi ei tarjonnut apua sisällöntuottamiseen.

Jokainen SEO-työkalu mahdollisti auditoinnissaan hakusanatutkimuksen suorittamisen, mutta tietopohjien laajuudet vaihtelivat sekä tuloksissa oli eroja. Semrushin auditointi kertoi suosituimmat hakusanat, hakusanojen suosion kehityksen sekä hakusanojen vaikeuden. Ahrefs kertoi hakusanojen luku- sekä vierailijamäärät sekä hakusanojen sijoitukset hakutulossivulla. Ubersuggestin auditointi paljasti, että orgaanisia hakusanoja on 3245. Mozin ilmaiset auditoinnit kertoivat yrityksen seitsemän parasta hakusanaa sekä hakusanojen sijoittumisen hakutulossivuilla. SE ranking antoi hakusanojen lukumääräksi 1800, ja se eritteli hakusanojen hakumäärät sekä hakusanojen sijoitukset hakutulossivuilla.

Hakusanatutkimuksen avulla yritys saa selville, millä hakusanoilla yrityksen tai sen kilpailijoiden tuotteita tai palveluita löydetään eniten (Lainas s.a). Semrushin, Ahrefsin, Mozin ja SE ranking hakusanatutkimukset antoivat tarkempaa tietoa suosituimmista hakusanoista ja niiden hakuvolyymeista. Hakusanatutkimuksen avulla saadaan myös selville, kuinka vaikeaa kilpailu hakutulossivujen sijoituksesta on tietyillä hakusanoilla (Martin 2024). Vertailtavista SEO-työkaluista suosituimpien hakusanojen lisäksi Semrushin on ainoa, joka antaa tietoa hakusanojen kilpailutilanteesta. Tämä on hyödyllistä tietoa yritykselle, sillä ymmärrys hakusanojen kilpailullisuudesta mahdollistaa myös muokattujen tai uusien hakusanojen käyttämisen.

### **6.6.3 Verkkosivujen ulkoinen hakukoneoptimointi**

Verkkosivujen ulkoisen hakukoneoptimoinnin tilannetta mitattiin tutkimuksessa takalinkkien avulla. Tämän lisäksi tarkasteltiin, kuinka monesta eri verkkotunnuksesta takalinkit tulevat. Semrushin auditointi ilmoitti, että verkkosivuille on 4400 takalinkkiä 763:sta eri verkkotunnuksesta, Ahrefsin mukaan 2200 takalinkkiä 133:sta verkkotunnuksesta, Ubersuggestin luku oli 4386 yhteensä 798:sta verkkotunnuksesta, Mozin tarkastuksen mukaan 4300 takalinkkiä 798:sta verkkotunnuksesta ja SE rankingin auditoinnin tulos oli 1463 takalinkkiä 311:stä eristä verkkotunnuksesta. Takalinkkien ja verkkotunnusten määrät löytyvät liitteestä 3.

Takalinkkejä rakentamalla pyritään kehittämään verkkosivujen luotettavuutta sekä ulkoista näkyvyyttä (Silva 16.2.2024). SEO-työkalujen suorittamissa ulkoisen hakukoneoptimoinnin auditointien tuloksissa on merkittäviä eroja takalinkkien ja verkkotunnusten määrän suhteen. Semrushin, Ubersuggestin ja Mozin tulokset ovat hyvin samankaltaisia, mutta erot Ahrefsin ja SE ranking tuloksiin ovat isot. Verkkosivut voivat vaikuttaa luotettavimmilta, jos niihin yhdistyy enemmän takalinkkejä hakukoneiden silmissä luotetuilta mulita verkkosivuilta (Silva 16.2.2024). Tämän tiedon pohjalta Semrushin, Ubersuggestin ja Mozin tulokset antavat paremman kuvan asiakasyrityksen verkkosivujen ulkoisesta hakukoneoptimoinnista, kuin Ahrefsin ja SE ranking.

### **6.6.4 Verkkosivujen tekninen hakukoneoptimointi**

Tekniseen hakukoneoptimointiin liittyen tutkimuksessa tarkastellaan kolmea eri kategorialla. Indeksoitavuus, XML-kartan tilanne sekä verkkosivujen latausaika. Ahrefs ja Moz eivät tarjoa tietoa verkkosivujen teknisen hakukoneoptimointiin liittyen, mutta tietoa saadaan Semrushin, Ubersuggestin sekä SE rankingin auditointien avulla. Nämä tiedot löytyvät liitteen 4 taulukosta.

Ensimmäiseksi tarkasteltiin verkkosivujen indeksoitavuutta. Semrushin auditoinnin mukaan 100 läpikäydyistä sivusta hakukonerobotit pääsevät 75. Ubersuggestin auditointi kertoo, että kaikki 150 sivua ovat indeksoitavia ja SE ranking tutkimus kertoo, että 133 sivua ovat indeksoitavissa auditoinnin läpikäymistä 533:sta.

Indeksoitavuus on olennainen osa teknistä hakukoneoptimointia, jossa hakukonerobotit löytävät ja pääsevät lukemaan verkkosivuja, jolloin verkkosivut lisätään hakukoneen tietokantaan (Suomen Digimarkkinointi 2024). Auditointien tuloksien erot ovat selkeitä indeksoitavuuden suhteen. Semrushin mukaan 75 % sivuista on indeksoitavia, Ubersuggestin tarkistuksen mukaan 100% ja SE ranking auditointi kertoo, että noin 25 % sivuista ovat indeksoitavissa, eli hakukoneiden tietokannassa. SE rankingin auditointi kävi läpi suurimman sivumäärän ja antoi heikoimman tuloksen. Suurimman sivumäärän läpi käyneenä se antaa kattavimman kuvan verkkosivujen indeksoitavuudesta.

Verkkosivujen XML-kartasta saadaan tietoa Semrushin ja SE rankingin auditointien avulla. Semrushin mukaan asiakasyrityksen XML-kartalla on 729 sivua, joista hakukonerobotit löysivät 503. SE ranking kertoo, että verkkosivujen XML-kartalla on 102 tarpeetonta sivua. XML-karttaan lisätään kaikki verkko-osoitteet, jotka halutaan näkyviin hakukoneisiin (Suomen Digimarkkinointi 2024). Semrush auditoinnin tiedot verkkosivujen XML-kartasta ovat kattavimmat, sillä sen avulla saadaan selville, montako verkko-osoitetta XML-kartalla on, ja moneenko hakukonerobotit pääsivät. SE rankingin auditointi ei käsittele XML-kartalla olevien verkko-osoitteiden määrää kertoen pelkästään, montako tarpeetonta verkko-osoitetta kartalla on.

Viimeinen tekniseen hakukoneoptimointiin liittyvä vertailukohta on verkkosivujen latausaika. Ahrefs ja Moz eivät tarjoa tietoa verkkosivujen latausajasta. Semrushin auditointi antaa verkkosivujen latausajaksi 0,87 sekuntia, Ubersuggest 2,06 sekuntia ja SE ranking kertoo, että verkkosivujen kaikki sivut lataavat nopeasti.

Semrushin ja Ubersuggestin auditoinnit antavat konkreettiset luvut latausajoista, joiden avulla voidaan määritellä, mikä latausajan tila on. Tuloksilla on myös selkeä ero, sillä Semrushin mukaan latausaika on 1,19 sekuntia nopeampi kuin Ubersuggestin auditoinnissa. Mitä pienempi latausaika on, sen paremmaksi tilannetta voi luonnehtia. Google todennäköisemmin ohjaa hakijoita verkkosivuille, joilla on nopea latausaika (SEO Helsinki s.a). Tähän verrattaen Semrushin auditoinnin antama tulos suosii enemmän asiakasyrityksen verkkosivuja, kuin Ubersuggestin.

### **6.6.5 Tekoälyn hyödyntäminen SEO-työkaluissa**

Tutkimuksessa selvisi, että viidestä SEO-työkalusta neljä tarjoaa tekoälyä hyödyntäviä palveluita ilmaiseksi. Nämä palvelut olivat kohdistettu sisällöntuottamiseen. Moz oli ainoa SEO-työkalu, jonka ilmaiset palvelut eivät sisältäneet tekoälyä. Tiedot löytyvät liitteestä 5.

Tekoälyn avulla voidaan kehittää hakukoneoptimoinnin eri osa-alueita, ja sitä voidaan hyödyntää esimerkiksi sisällön kehittämisessä ja optimoinnissa (Dutta 25.4.2025). Semrushin ja SE rankingin tekoälyä hyödyntävät työkalut auttoivat käyttäjää sisällön ideoimisessa sekä tuottamisessa. Ubersuggestilla oli mahdollista tekoälyn avulla luoda sisältöä antamalla sille hakusanoja ja otsikoita teksteille. Ahrefsin ilmaiset palvelut olivat kattavimmat tekoälyn suhteen. Ahrefsilla oli useita eri työkaluja, joiden avulla sisältöä voidaan luoda sosiaaliseen mediaan, markkinointiin ja hakukoneoptimointiin.

### **6.7 Johtopäätökset**

Tutkimuksessa vertailtiin viittä eri SEO-työkalua 13:n eri osa-alueen kautta, jotta saataisiin selville, mikä niistä on sopiva työkalu hakukoneoptimointia aloittelevalle pk-yritykselle. Semrushin ja SE rankingin auditoinnit vastasivat jokaiseen kohtaan, Ubersuggestin auditointi antoi tietoa 12:sta tutkitusta kohdasta, Ahrefsin seitsemästä ja Mozin auditoinnit viidestä.

SEO-työkalujen tarjoamissa palveluissa nousi esille selkeitä eroja. Moz ja Ahrefs tarjosivat useita auditointeja, pienemmillä tietopohjilla. Moz ja Ahrefs eivät tarjonneet yleistä auditointia verkkosivujen terveydestä, joka on olennainen osa selkeän lähtökohdan muodostamiselle, kun kyseessä on hakukoneoptimointia aloitteleva pk-yritys. Kattavan yleiskuvan tarjoaminen mahdollistaa helpomman aloituksen hakukoneoptimoinnin kehittämiseen.

Ahrefsin ja Mozin auditoinneista nousee esille useiden tietojen puute. Verkkosivujen nykytilanteeseen liittyen Mozin työkaluista puuttuu tieto orgaanisen liikenteen määrästä. Sisäisen hakukoneoptimoinnin sekä sisällöntuottamisen virheitä

ja kehityskohteita ei anneta. Teknisestä hakukoneoptimoinnista ei löydy tietoa sivuston latausnopeudesta, indeksoitavuudesta tai XML-kartan tilanteesta. Auditoinnit antoivat verkkosivuista niukasti tietoa ja korjausideoita, joten niiden avulla on vaikea tehdä johtopäätöksiä ja kehittää hakukoneoptimointia ilman SEO-ammattilaista.

Ahrefsin ilmaiset SEO-työkalut eivät tarjoa tietoa yrityksen verkkosivujen sisäisestä tai teknisestä hakukoneoptimoinnista. Tietoa ei myöskään saada virheistä tai sisällöntuottamisen kehittämisestä. Lisäksi tekniseen hakukoneoptimointiin liittyen tietoa ei saada sivuston latausajasta, indeksoitavuudesta tai XML-kartasta. Ulkopuolisena Ahrefsin tarjoamat auditoinnit eivät mahdollista kattavaa tietopohjaa, joten verkkosivujen nykytilanteen ja hakukoneoptimoinnin kehittämisen toimenpiteet ovat vaikeita hahmottaa.

Ahrefsin tutkimustuloksiin vaikutti se, että suurinta osaa ilmaisista hakukoneoptimoinnin työkaluista ei voitu hyödyntää tutkimuksessa. Näiden työkalujen hyödyntäminen vaati verkkosivujen omistajuutta. Tässä tutkimuksessa Ahrefsin palveluita tarkasteltiin ulkopuolisena, joten auditointien tietokanta jäi vajaaksi.

SE ranking, Semrush ja Ubersuggest tarjosivat kattavamman käsityksen verkkosivujen nykytilasta, sekä hakukoneoptimoinnin kehityskohteista. Näiden työkalujen tarjoamalla datalla yritys voi konkreettisesti aloittaa hakukoneoptimoinnin kehittämisen. SEO-työkalut esittelivät selkeästi sivuston nykytilanteen sekä kehitettävät asiat. Auditoinnista löydetyistä ongelmista tarkennettiin, mistä ongelmat johtuvat sekä miten ne voidaan korjata.

Ubersuggestin auditointi tarjoaa monipuolisesti tietoa verkkosivujen nykytilanteesta. Kehityskohteet käydään läpi selkeästi ja auditointi tarkentaa, mitkä ovat tärkeimpiä korjattavia asioita, sekä miten ne kannattaisi tehdä. Samalla määritetään raamit sille, mihin verkkosivujen eri toimintojen tulisi sijoittua korjaustöiden jälkeen. Tutkittavista teemoista Ubersuggest antoi dataa kaikesta muusta, paitsi verkkosivujen XML-kartasta. Auditoinnista ei löydy tietoa siitä, montako sivua XML-kartalla on, ja onko kartalla tarpeellisia vai tarpeettomia sivuja.

SE ranking suorittama auditointi erittelee hyvin verkkosivujen kehitettävät osat alueet. Ongelmat on kategorisoitu ja niiden vakavuudet on määritelty erikseen,

joten tärkeimpien korjaustehtävien hahmottaminen onnistuu. SE rankingin auditointi on Semrushin lisäksi ainoa SEO-työkalu, joka antaa vastauksen tutkimukseen jokaiseen 13:n eri kohtaan. SE ranking tarjosi selkeän ja kattavan auditoinnin, jossa verkkosivujen nykytilanne ja ongelmakohdat käydään tarkasti läpi.

Semrushin auditoinnit antoivat vastaukset kaikkiin tutkimuksessa tarkasteltuihin osa-alueisiin. Auditointi antaa selkeän kuvan verkkosivujen ja hakukoneoptimoinnin nykytilasta. Tiedot on eritelty selkeästi, sekä kehityskohteista avataan tarkasti, mitä ongelmat tarkoittavat, sekä miten ne voidaan korjata. Lisäksi tekoälyn avulla saadaan tukea sisällöntuottamiseen.

Tutkittavista SEO-työkaluista nousi esiin kolme vaihtoehtoa hakukoneoptimointia aloittelevalle pk-yrityksille. Semrush, SE ranking sekä Ubersuggest. Yleisesti nämä työkalut tarjosivat kattavimmat lähtökohdat hakukoneoptimoinnin kehittämiseen. Ilmaisten auditointien antamissa tietopohjissa on pieniä eroja, mutta työkalut ovat pitkälti tasavertaisia ja ne mahdollistavat loogisen aloituksen verkkonäkyvyyden kehittämiseksi.

Kaikista SEO-työkaluista Semrush tarjoaa laajimman tietopohjan tutkituista hakukoneoptimoinnin osa-alueista. SE ranking tarjoaa samoista kohdista tietoa, mutta Semrushin auditointi antaa tarkempaa dataa kertoen esimerkiksi, montako sivua XML-kartalta löytyy ja kuinka monta sivua hakukonerobotit löytävät.

Vaikkakin Ubersuggestin antama tietopohja ei kokonaisuudessaan ole yhtä laaja, kuin Semrushin ja SE rankingin auditoinneilla, mahdollistaa se silti käytännöllisillä tiedoillaan verkkonäkyvyyden kehittämisen aloituksen. Ubersuggestin palveluiden hyöty on pitkälti prosessin aloitusvaiheessa, ja mikäli hakukoneoptimointia pyritään kehittämään syvemmin, voi olla hyödyllisempää siirtyä Semrushin tai SE rankingin palveluiden käyttäjäksi.

On kuitenkin tärkeää huomioida, että hakukoneoptimointi on jatkuva prosessi, eikä pelkästään yksittäinen toimenpide. Tämän prosessin jatkamiseksi on kannattavaa tarkastella SEO-työkalun valintaa tulevaisuudessa myös hinnoittelun näkökulmasta. SEO-työkalujen tarjoamien maksullisten tilauspakettien hinnoissa on selkeää vaihtelua. Ubersuggestin halvin tilaus on 29 € kuukaudessa, SE

rankingilla 47,20 € kuukausitasolla ja Semrushin budjettiystävällisin ratkaisu maksaa 139,95 \$ kuukaudessa.

Ilmaisenä työkaluna Semrushin palvelut antavat eniten tietoa. Kuitenkin jatkoa ajatellen, kun siirtymä maksullisten SEO-työkalujen pariin tapahtuu, hyödyntäisin Ubersuggestin tai SE rankingin palveluita. Rajatut resurssit omaavalle pk-yritykselle on vaikea oikeuttaa 139,95 \$ hintaista kuukausitilausta hakukoneoptimoinnin kehittämiseen, kun tarjolla on verrattaen lähes yhtä hyödyllisiä työkaluja, jotka maksavat 90-100 € vähemmän kuukausitasolla.

## 7 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää sopiva SEO-työkalu hakukoneoptimointia aloittelevalle yritykselle. Tutkimuksen pääkysymyksenä toimi: ”Mikä on sopiva SEO-työkalu hakukoneoptimointia aloittelevalle yritykselle?”. Semrushin työkalujen auditoinnit tarjosivat eniten tietoa, ja ilmaiseen hakukoneoptimoinnin aloittamiseen Semrush onkin paras vaihtoehto. Kuitenkin, kun hakukoneoptimoinnin prosessia jatketaan, nousevat SE ranking ja Ubersuggest käytännöllisiksi vaihtoehdoiksi huomattavasti halvemman hinnoittelunsa takia. Kun huomioidaan pk-yrityksien usein rajalliset resurssit, muodostuu hakukoneoptimointia aloittelevalle yritykselle parhaaksi kokonaisvaltaiseksi vaihtoehdoksi SE ranking.

Mahdollinen toimintatapa hakukoneoptimoinnin aloittamiselle voi myös olla SEO-työkalujen yhdistäminen. Semrushin auditoinneilla voidaan hankkia tiedot verkkosivujen ja hakukoneoptimoinnin nykytilanteesta, jonka jälkeen Ubersuggestin tai SE ranking kustannustehokkaiden maksullisten auditointien avulla hakukoneoptimointia kehitetään jatkuvasti.

Tutkimuksen apukysymyksenä toimi: ”Mitä hyötyjä tekoäly tarjoaa SEO-työkaluille?”. Tutkimuksessa vertailussa olleista viidestä SEO-työkaluista jokainen hyödynsi tekoälyä. Tekoälyn käytettiin yleisesti sisällöntuottamisen apuna. SEO-työkalut hyödynsivät tekoälyä myös joissakin auditoinneissa, mutta kyseisten auditointien suorittaminen tai tuloksien näkeminen vaati maksullisen tilauksen.

Toimeksiantajan asiakasyritys suoritti brändiuudistuksen tutkimuksen aikana, joka on voinut vaikuttaa SEO-työkalujen tarjoamien tietojen eroavaisuuksiin. Eroihin on johtanut myös mahdollisesti se, että aineisto tutkimukseen on kerätty kolmen viikon aikaväliltä, joka on voinut johtaa esimerkiksi orgaanisen liikenteen tulosmäärien vaihteluihin. Myös Google Analyticsin puute voi vaikuttaa tuloksiin. Lisäksi SEO-työkalujen läpikäymät auditointien tutkivat eri määrän sivuja, joka voi vaikuttaa tuloksiin. Esimerkiksi SE rankingin auditointi kävi 533 sivua läpi, Ubersuggest tutki 150 sivua, kun taas Semrushin auditointi tarkasti 100 sivua.

Tutkimuksessa ei myöskään päästy tarkemmin perehtymään Ahrefsin tarjoamiin SEO-työkaluihin, sillä ilmaisen version palvelut ovat tarjolla vain verkkosivujen omistajille. Ulkopuolisena kyseisiin tietoihin ei ole pääsyä, joten Ahrefsin tarjoamia palveluita ei voida vertailla kunnolla muihin SEO-työkaluihin.

Opinnäytetyön toimeksiantajan sekä asiakasyrityksen nimet ovat anonymisoitu heidän toiveestaan. Opinnäytetyön eettisyyden säilyttämiseksi tutkimuksessa ei käsitellä tietoa, joka voisi paljastaa tai aiheuttaa vahinkoa toimeksiantajalle tai asiakasyritykselle.

Oma ymmärrykseni hakukoneoptimoinnista ja SEO-työkaluista kasvoi huomattavasti. Tutkimuksissa tuli vastaan useita uusia ja tuntemattomia termejä hakukoneoptimointiin liittyen. Opinnäytetyöprosessin aikana nämä termit tulivat enemmän tutuiksi ja sain paremman käsityksen siitä, mitä eri toimenpiteitä hakukoneoptimointiin liittyy, ja minkälaisia vaikutuksia niillä on verkkonäkyvyyteen.

Jatkotutkimusaiheeksi nostaisin aiheeseen perehtymisen pelkästään tekoälyn kannalta. Tekoälyn suosio ja käyttö on noussut runsaasti viime vuosina, joten olisi mielenkiintoista perehtyä siihen, miten pitkälle se on edennyt lähitulevaisuudessa ja miten sitä voidaan jatkossa hyödyntää SEO-työkaluissa hakukoneoptimoinnin kehittämiseen.

## LÄHTEET

Ahrefs 2025a. Ahrefs' Media Kit. Luettavissa: <https://ahrefs.com/media-kit> . Luettu 7.4.2025.

Ahrefs 2025b. With Ahrefs Enterprise, your team comes together to grow your web presence. Luettavissa: <https://ahrefs.com/enterprise> . Luettu 7.4.2025.

Ahrefs 2025c. We're powered by seriously big data. Luettavissa: <https://ahrefs.com/big-data> . Luettu 7.4.

Blomster, M., Kurtti, J. & Sinisalo, J. 2020. Hakukoneoptimoinnin osa-alueet. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/344704/Hakukoneoptimoinnin\\_osa\\_alueet.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/344704/Hakukoneoptimoinnin_osa_alueet.pdf?sequence=1) . Luettu 25.3.2025.

Blomster, M., Kurtti, J., Määttä, M., Sinisalo, J. 2020. Digitaalisen markkinoinnin käsikirja: Opas mikro- ja PK-yrityksille. Oulun ammattikorkeakoulu. E-kirja. Luettu 11.5.2025.

Burmagina, K. 2025. Artificial Intelligence Usage Statistics and Facts. Elfsight. Luettavissa: <https://elfsight.com/blog/ai-usage-statistics/> . Luettu 8.5.2025.

Dashboa 2022. Sisällöntuotanto tekoälyllä. Luettavissa: <https://dashboa.com/fi/sisallontuotanto-tekoalylla/> . Luettu 7.5.2025.

Delimedia SEO 8.2.2024. E-E-A-T ja SEO – sovellukset käytännössä. Luettavissa: <https://delimedia.fi/e-e-a-t-ja-seo-sovellukset-kaytannossa/> . Luettu 11.5.2025.

Dutta, D. 25.4.2025. 9 Top AI SEO Tools I Recommend in 2025. Exploding topics. Luettavissa: <https://explodingtopics.com/blog/ai-seo-tools> . Luettu 8.5.2025.

Gisma University of Applied Sciences 18.3.2025. How AI is transforming search engines. Luettavissa: <https://www.gisma.com/blog/how-ai-is-transforming-search-engines> . Luettu 7.5.2025.

Howarth, J. 29.4.2025. 54 NEW Artificial Intelligence Statistics (Apr 2025). Exploding topics. Luettavissa: <https://explodingtopics.com/blog/ai-statistics> . Luettu 8.5.2025.

Juhila, K. 2021. Laadullinen tutkimus ja teoria. Teoksessa Vuori, J. (toim.). Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaristo. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/> . Luettu 14.4.2025.

Jyväskylän yliopisto s.a. Laadullinen tutkimus. Luettavissa: <https://sites.app.jyu.fi/mehu/fi/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus> . Luettu 24.5.2025.

Lainas, J. s.a. Hakusanatutkimus – Miksi jokaisen yrityksen tulisi tehdä se? Suomen Digimarkkinointi. Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hakusanatutkimus-miksi-jokaisen-yrityksen-tulisi-tehda-se/> . Luettu 2.4.2025.

Law, R., Makosiewicz, M., Hardwick, J. 15.6.2024. On-Page SEO: How to Optimize for Robots and Readers. Ahrefs. Luettavissa: <https://ahrefs.com/blog/on-page-seo/> . Luettu 11.5.2025.

Lyons, K., Paruch, Z., Silva, C. 15.12.2023. On-Page SEO: What It Is and How to Do It. Semrush. Luettavissa: <https://www.semrush.com/blog/on-page-seo/> . Luettu 11.5.2025.

Martin, E. 2024. What is Keyword Research & How Do I Get Started? Moz. Luettavissa: <https://moz.com/learn/seo/what-is-keyword-research> . Luettu 8.5.2025.

Mmeje, C. 4.4.2025. What is Off-Page SEO? How To Do It & Strategies That Work. Moz. Luettavissa: <https://moz.com/learn/seo/off-site-seo> . Luettu 11.5.2025.

Monash university s.a. Writing a case study. Luettavissa: <https://www.monash.edu/student-academic-success/excel-at-writing/how-to-write/case-study> . Luettu 24.5.2025.

Moz 2025a. About us. Luettavissa: <https://moz.com/about> . Luettu 8.4.2025.

Moz 2025b. Etusivu. Luettavissa: <https://moz.com/> . Luettu 8.4.2025.

Moz 2025c. Propel your business forward with Moz Data. Luettavissa: <https://moz.com/moz-data> . Luettu 8.4.2025.

One.com s.a. AI ja SEO – opas hakukoneoptimointiin tekoälyn avulla. Luettavissa: <https://www.one.com/fi/verkkomarkkinointi/ai-hakukoneoptimointi> . Luettu 7.5.2025.

Ong, S. Q. 2024. Google AI Overviews (Formerly Google SGE): All You Need To Know. Ahrefs. Luettavissa: <https://ahrefs.com/blog/google-ai-overviews/> . Luettu 2.4.2025.

Pandya, R., Camarena, A., Margeson, K., Mustapic, B. 17.5.2024. Quality Content: What It Is +10 Actionable Tips for Success. Semrush. Luettavissa: <https://www.semrush.com/blog/quality-content/> . Luettu 11.5.2025.

ResearchFDI 20.2.2025. AI & SEO: How Artificial Intelligence Is Already Shaping the Future of Search Engine Optimization. Luettavissa: <https://researchfdi.com/future-of-seo-ai/> . Luettu 8.5.2025.

Rissanen, H. 2024. Tekoäly hakukoneoptimointi. Digimarkkinointi Kielo. Luettavissa: <https://digimarkkinointikielo.fi/blogs/news/tekoaly-hakukoneoptimointi>. Luettu 7.5.2025.

SE ranking 2025a. About us. Luettavissa: <https://seranking.com/about-us.html> . Luettu 8.4.2025.

SE ranking 2025b. Our data. Luettavissa: <https://seranking.com/our-data.html> . Luettu 8.4.2025.

SE ranking 2025c. Plans & pricing. Luettavissa: <https://seranking.com/subscription.html#> . Luettu 22.5.2025.

Semrush 2025a. About us. Luettavissa: <https://www.semrush.com/company/> . Luettu 7.4.2025.

Semrush 2025b. Stats and facts. Luettavissa: <https://www.semrush.com/stats/> .  
Luettu 7.4.2025.

Semrush 2025c. SEO Plans. Luettavissa: <https://www.semrush.com/pricing/> .  
Luettu 22.5.2025.

Seton Hall University s.a. Primary Sources – An Introductory Guide. Seton Hall University Libraries. Luettavissa: <https://library.shu.edu/primarysources> . Luettu 19.5.2025.

SEO Helsinki s.a. Tekninen hakukoneoptimointi. Luettavissa: <https://seo helsinki.fi/hakukoneoptimointi/tekninen-hakukoneoptimointi/> . Luettu 11.5.2025.

Silva, C. 16.2.2024. What Is Off-Page SEO? A Guide to Off-Page SEO Strategy. Semrush. Luettavissa: <https://www.semrush.com/blog/off-page-seo/> . Luettu 11.5.2025.

Suomen Digimarkkinointi Oy 2024. Mitä hakukoneoptimointi (SEO) on? Luettavissa: <https://sdm.fi/blogi/mita-hakukoneoptimointi-seo-on/> . Luettu 6.5.2025.

Softia.fi s.a. Miten hyödyntää tekoälyä hakukoneoptimoinnissa. Luettavissa: <https://softia.fi/tekoaly/miten-hyodyntaa-tekoalya-hakukoneoptimoinnissa/> .  
Luettu 7.5.2025.

Tableau s.a. Everyday examples and applications of artificial intelligence (AI). Luettavissa: <https://www.tableau.com/data-insights/ai/examples#advertising> .  
Luettu 8.5.2025.

Textbroker s.a. SEO Tools. Luettavissa: <https://www.textbroker.co.uk/seo-tools> .  
Luettu 8.5.2025.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Ubersuggest 2025a. Etusivut. Luettavissa: <https://neilpatel.com/ubersuggest/> .  
Luettu 8.4.2025.

Ubersuggest 2025b. Pricing. Luettavissa: <https://app.neilpatel.com/en/pricing/> .  
Luettu 8.4.2025.

Vuori, J. 2021. Tapaustutkimus. Teoksessa Vuori, J. (toim.). Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusasetelma/tapaustutkimus/> . Luettu 22.4.2025.

Zhukova, N. 2.12.2024. New Report From .Trends & Statista Reveals How AI Search is Changing the Web. Semrush. Luettavissa: <https://www.semrush.com/blog/ai-search-report/> . Luettu 8.5.2025.

## **LIITTEET**

Liite 1 Taulukko verkkosivujen nykytilanteesta

Liite 2 Taulukko verkkosivujen sisäisestä hakukoneoptimoinnista

Liite 3 Taulukko verkkosivujen ulkoisesta hakukoneoptimoinnista

Liite 4 Taulukko verkkosivujen teknisestä hakukoneoptimoinnista

Liite 5 Taulukko tekoälyn hyödyntämisestä SEO-työkaluissa

**TAULUKKO VERKKOSIVUJEN NYKYTILANTEESTA**

**LIITE 1**

Verkkosivujen nykytilanne	Semrush	Ahrefs	Ubersuggest	Moz	SE ranking
Sivujen yleinen terveys	72	-	67	-	83
Verkkotunnuksen auktoriteetti	30	26	30	30	22
Orgaaninen liikenne	25153	27100	16542	-	17400

## TAULUKKO VERKKOSIVUJEN SISÄISESTÄ HAKUKONEOPTIMOINNISTA

### LIITE 2

Verkkosivujen sisäinen hakukoneoptimointi	Semrush	Ahrefs	Ubersuggest	Moz	SE ranking
Löydettyjen virheiden määrä	58 virhettä 1171 varoitusta 487 huomiota	-	109 kriittistä virhettä 209 varoitusta	-	222 virhettä 516 varoitusta 3361 huomiota
Korjausideat	Saatavilla	-	Saatavilla	-	Saatavilla
Palveluja sisällöntuottamiseen	Hyödyntää tekoälyä	Useita tekoälyä hyödynnäviä työkaluja	Tekoälyn avulla	-	Apuu tekstin ideointiin ja tuottamiseen tekoälyn avulla
Hakusanatutkimus	Näyttää suosituimmat hakusanat, suosion kehityksen sekä hakusanojen vaikeuden	Hakusanojen vierailija- ja lukumäärä sekä hakusanojen sijoittuminen	3245 organisaation hakusanaa	7 parasta hakusanaa sekä hakusanojen sijoitukset hakutuloksissa	1800 hakusanaa, joiden hakumäärät ja hakutulossijoitukset eritellään

**TAULUKKO VERKKOSIVUJEN ULKOISESTA HAKUKONEOPTIMOINNISTA**  
**LIITE 3**

Verkkosivujen ulkoinen hakukoneoptimointi	Semrush	Ahrefs	Ubersuggest	Moz	SE ranking
Takalinkkien määrä	4400	2200	4386	4300	1463
Verkkotunusten määrä, josta takalinkit ovat	763	133	798	798	311

**TAULUKKO VERKKOSIVUJEN TEKNISESTÄ HAKUKONEOPTIMOINNISTA**  
**LIITE 4**

Verkkosivujen tekninen hakukoneoptimointi	Semrush	Ahrefs	Ubersuggest	Moz	SE ranking
Indeksoitavuus	75/100	-	150/150	-	133/533
XML-kartta	729 sivua, joista hakukonerobotit löysivät 503	-	-	-	102 tarpeentonta sivua XML-kartalla
Verkkosivujen latausaika	0,87 s	-	2,06 s	-	Kaikki sivut latautuvat nopeasti

## TAULUKKO TEKOÄLYN HYÖDYNTÄMISESTÄ SEO-TYÖKALUISSA LIITE 5

	Tekoälyn hyödyntäminen SEO-työkaluissa
Semrush	Tarjoaa sisältöehdotuksia sekä sisällöntuottamista.
Ahrefs	Useita eri työkaluja, joilla tuottaa sisältöä markkinointiin, sosiaaliseen mediaan sekä hakukoneoptimointiin.
Ubersuggest	Sisällön luominen haluttujen hakusanojen ja otsikoiden mukaan.
Moz	Ilmaiset palvelut eivät hyödynnä tekoälyä.
SE ranking	Auttaa sisällön ideoinnissa ja tuottamisessa.