



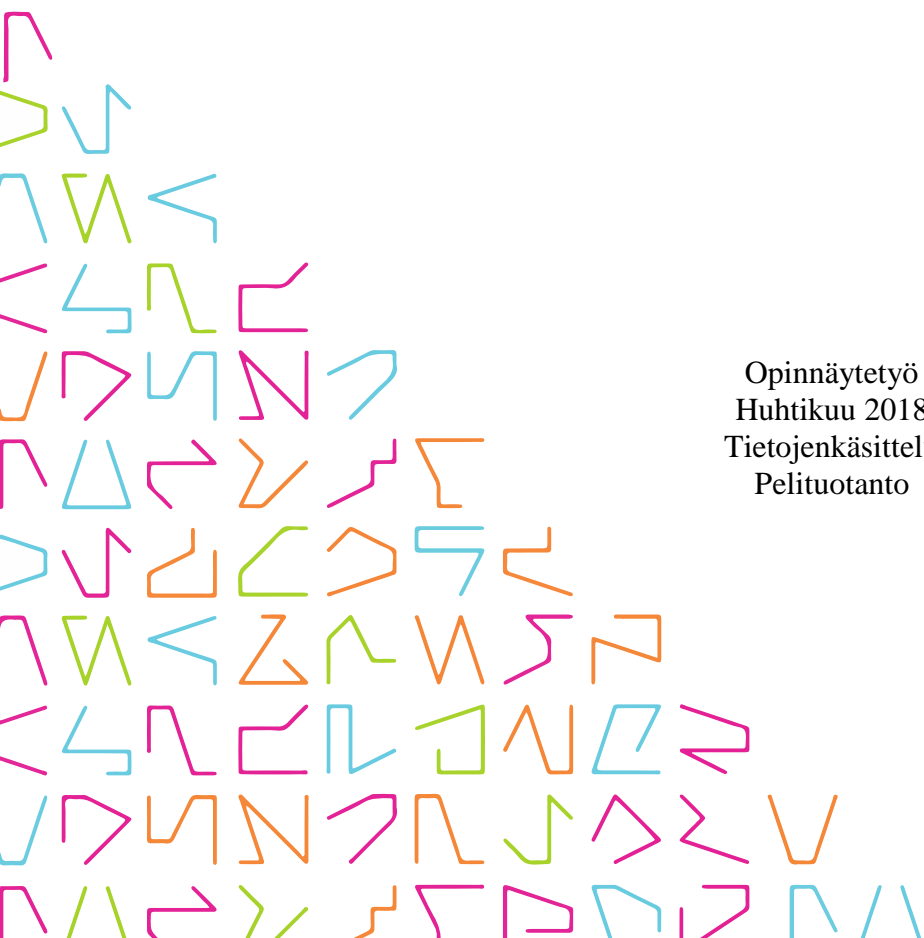
TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

MOBIILIPELIEN HAKUSANOJEN OPTI- MOINTI GOOGLE PLAY KAUPASSA

Case study: Grand Gliders

Jesse Järvenpää

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2018
Tietojenkäsittely
Pelituotanto



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely
Pelituotanto

JÄRVENPÄÄ, JESSE:

Mobiilipelien hakusanojen optimointi Google Play Kaupassa
Case Study: Grand Gliders

Opinnäytetyö 33 sivua
Toukokuu 2018

Opinnäytetyö käsittelee Google Play Kaupan hakusanojen optimointimenetelmien tutkimista sekä kyseisten menetelmien käyttämistä Case Studyssä. Opinnäytetyöprosessissa tutkittiin tekijöitä, jotka vaikuttavat pelien hakusanojen sijoitukseen Play Kaupassa tehdyissä hauissa.

Tavoitteena oli löytää menetelmiä, joilla voidaan parantaa pelien sijoituksia Play Kaupassa sekä nostaa pelien latausten kokonaismäärää. Lisäksi tavoitteena oli tehdä Case Study Grand Gliders pelin optimointimenetelmien tutkimisesta sekä toteuttamisesta.

Google Play kaupassa on tällä hetkellä lähes neljä miljoonaa sovellusta. Sovellusten suuri määrä aiheuttaa isoja haasteita sovellusten kehittäjille, koska sovelluksia on haastava saada näkymään käyttäjille kaupassa. Varsinkin tilanteessa, jossa kehittäjillä ei ole käytettävissä laajaa budjettia markkinointiin, on hakusanojen optimointi hyvin oleellista kannattavan liiketoiminnan ylläpitämiseksi.

Opinnäytetyössä tutkittiin Grand Gliders -pelin hakusanoja sekä kehitettiin optimointiprosessia. Lähtötilanteessa kartoitettiin pelin alkuasetelmia. Tämän jälkeen tutkitut menetelmät otettiin käyttöön ja näiden perusteella toteutettiin parannukset pelin hakusanoihin. Sovelluksen nimeen, lyhyeen kuvaukseen ja pitkään kuvaukseen tehtiin parannuksia.

Grand Gliders-pelin hakusanojen optimointi tuotti positiivisia tuloksia, vaikka tutkimukseen käytetty aika oli lyhyt. Koska prosessi yleensä saattaa kestää jopa koko tuotteen elinkaaren ajan oli tutkimukseen käytetty aika siihen nähden vähäinen. Tuloksia kuitenkin saatiin, ja ne poikkesivat huomattavasti lähtökohtaan nähden, mistä voidaan päätellä, että käytetyt menetelmät olivat toimivia ratkaisuja.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems
Game development

JÄRVENPÄÄ, JESSE:

Keyword Optimization for Mobile Games in Google Play Store
Case Study: Grand Gliders

Bachelor's thesis 33 pages
May 2018

This thesis studies keyword optimization in Google Play Store and the methods used for optimizing the keywords. The thesis process researches the factors that affect the rankings of the keywords in searches done inside Google Play Store.

The purpose of this thesis was to find methods that can be used to improve the keyword rankings in Google Play Store and to raise the total number of downloads for mobile games. The thesis also covers a Case Study on researching the keywords for mobile game, Grand Gliders and implementing the said optimizations.

At the time of writing this thesis Google Play Store has almost 4-million applications available. The large number of applications causes large challenges for the developers of the applications. With the large amount of applications, it is challenging for developers to get their application to rank well on the searches done in the Google Play Store. This is especially challenging when developers do not have a large budget to be used for marketing the application.

The Case Study on Grand Gliders mobile game that was completed during the thesis process focused on researching and optimizing the keywords for the game. First thing that was done was to research the starting point. After the said research it was time to implement the researched methods that were applied to the name of the game, the short description and the long description.

The optimization process of the mobile game, Grand Gliders produced positive results even when the time that was available for the process was shorter than it should be. Usually the optimization process lasts for the whole length of the products lifecycle. The results from optimization were positive compared to the starting point and from this the conclusion can be drawn that that the methods used in the optimization process were the right ones to use.

Key words: keyword, application, Google Play Store

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
1.1	Tavoite	6
1.2	Tarkoitus	7
2	GOOGLE PLAY KAUPPA	8
3	SOVELLUKSEN OPTIMOINTI GOOGLE PLAY KAUPPAAN	10
4	HAKUSANOJEN OPTIMOINTIMENETELMÄT GOOGLE PLAY KAUPASSA.....	12
4.1	Hakusanat.....	12
4.1.1	Sovelluksen sekä hakusanojen hakutulosten sijoitukseen vaikuttavat tekijät	14
4.1.2	Monisanaiset hakusanat	15
4.1.3	Sovelluksen nimi.....	16
4.1.4	Lyhyt kuvaus	17
4.2	Sovelluksen kategoria	18
4.3	A/B-testaaminen	18
5	CASE STUDY: GRAND GLIDERS-PELIN HAKUSANOJEN OPTIMOINTI	19
5.1	Grand Gliders- mobiilipeli.....	19
5.2	Lähtötilanne	20
5.2.1	Hakusanojen merkittävyys pelin ominaisuuksien kannalta	23
5.2.2	Hakusanojen kilpailun määrä Google Play Kaupassa.....	23
5.2.3	Hakusanoilla tehtyjen hakujen määrä yleisesti Google Play Kaupassa.....	23
5.3	Käytetyt menetelmät ja työkalut	24
5.3.1	AppAnnie-palvelu ja sen käyttö hakusanojen sijoitusten seurannassa	24
5.3.2	SensorTower-palvelu ja sen käyttö hakusanojen tutkimuksessa ..	24
5.4	Hakusanojen optimointiprosessi	25
5.4.1	Prosessin kulku	26
5.4.2	Valitut hakusanat.....	26
5.5	Lopullinen optimoinnin tuotos.....	27
5.5.1	Sovelluksen nimi.....	27
5.5.2	Lyhyt kuvaus	28
5.5.3	Pelin kuvaus	28
5.6	Tulokset	30
6	POHDINTA.....	31
	LÄHTEET.....	33

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä käsitellään mobiilipelien hakusanaoptimointia Google Play Kaupassa. Hakusanaoptimointi on peli- sekä sovelluskehittäjille hyvin olennainen osa pelien sekä sovellusten jakelua. Ilman hyvin toteutettua hakusanaoptimointia on suuri riski, että tarpeeksi moni käyttäjä ei löydä sovellusta. Tämä aiheuttaa pelin tai sovelluksen kehittäjälle todennäköisesti näkyvää taloudellista haittaa sekä heikentää sovellusten mahdollisuuksia menestyä Google Play Kaupassa.

Valitsin aiheen, koska aihe on ajankohtainen itselleni Pelite Productions Oy:n kautta, jossa olen yksi perustajajäsenistä. Pelite Productions Oy on Tamperelainen mobiilipelejä tuottava yritys. Yritys tuottaa mobiilipelejä Android ja iOS alustoille. Tämän opinnäytetyön kirjoitushetkellä yrityksellä on julkaistuna yksi peli Google Play Kaupassa ja toinen peli julkaistaan opinnäytetyön kirjoittamisen aikana Google Play Kauppaan sekä Applen App Store-palveluun. Yrityksen työtehtäviin liittyen olen jo entuudestaan perehtynyt aiheeseen osittain, mutta pitkäkestoisen liiketoiminnan ylläpitämisen kannalta on hyvin oleellista perehtyä asiaan tarkemmin ja tehdä aiheeseen liittyviä tutkimuksia. Tämä mahdollistaa jo kaupassa olevan pelin, Grand Glidersin tuottavuuden sekä näkyvyyden parantamisen sekä tulevan pelin hakusanaoptimoinnin paremman suunnittelun sekä myöhemmin, toteutuksen.

Opinnäytetyön lisähyötynä on myös se, että se myös hyödyttää muita aiheesta kiinnostuneita tai aiheen kanssa toimivia henkilöitä, jotka lukevat opinnäytetyön. Koska aihe on kriittinen osa pelien sekä sovellusten kehitys ja julkaisuprosessia, joten opinnäytetyö tarjoaa olennaista tietoa aiheesta lukijalle ja antaa hyvän lähtökohdan prosessin aloitukseen.

Hakusanaoptimointi on pitkäkestoinen ja haastava prosessi, jonka kanssa yhä useampi kehittäjä kamppailee. Haastavan prosessista tekee se, että absoluuttisen varmaa tietoa aiheesta ei ole, koska Google ei paljasta Play Kaupan sijoituksiin vaikuttavia algoritmeja. Kehittäjät eivät siis voi suoraan toimia tiettyjen ohjesääntöjen mukaan vaan on tutkittava useita eri tapoja ja menetelmiä löytää sopivat hakusanat sekä parhaat tavat niiden käyttämiseen prosessin tehostamiseksi. Lisäksi hakusanoja ja muita vaikuttavia tekijöitä on päivitettävä usein, koska sovelluksen yleinen suosio vaikuttaa hakusanojen tehokkuuteen.

Myös sovellusten käyttämät sekä käyttäjien hakemat trendit vaikuttavat olennaisesti menetelmiin toteuttaa hakusanaoptimointia ja kuten trendeillä on tapana, ne voivat muuttua hyvinkin lyhyillä aikaväleillä eli hakusanojen optimointiprosessi usein kestää koko tuotteen elinkaaren verran.

1.1 Tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Google Play Kaupassa käytettyjen hakusanojen optimointimenetelmiä sekä niiden vaikutusta sovellusten sijoitukseen Google Play Kaupassa. Tavoitteena on saada selville asiat, jotka vaikuttavat sovellusten sekä hakusanojen sijoitukseen Google Play Kaupassa ja selvittää käytännöt, joilla sijoituksia hakutuloksissa voidaan parantaa. Olennaista on ottaa huomioon prosessin kesto, koska useista syistä johtuen hakusanojen optimointiprosessi on aina jatkuva osa kehittäjien työtä. Tästä johtuen opinnäytetyössä käyty prosessi sekä opinnäytetyössä käytetyt menetelmät ovat asioita, joita tullaan tekemään useasti aihealueen kattavien tuotteiden elinkaarien ajan.

Koska hakusanojen optimointi vaikuttaa sovellusten näkyvyyteen Google Play Kaupassa, on sillä suuri taloudellinen vaikutus sovellusten kehittäjille. Taloudelliset hyödyt ovat sovellusten kehittäjille olennainen osa liiketoimintaa ja opinnäytetyön tavoite tukee oleellisesti myös taloudellisten hyötyjen parantamista. Vaikka taloudellisia hyötyjä ei suoraan käsitellä opinnäytetyön aiheen piirissä on se kuitenkin kriittinen tekijä ja motivaattori useille tahoille, jotka suorittavat hakusanaoptimointia.

Tutkimuksen lisäksi opinnäytetyöprosessin konkreettinen tuotos, Grand Gliders-mobiilipelin hakusanojen optimointi Google Play Kaupassa hyödyttää Pelite Productions Oy:n liiketoimintaa taloudellisesti sekä tuo näkyvyyttä yrityksen tuotteelle sekä itse yritykselle. Opinnäytetyön tavoitteen piiriin kuuluu olennaisesti tästä johtuen myös näiden hyötyjen maksimointi.

1.2 Tarkoitus

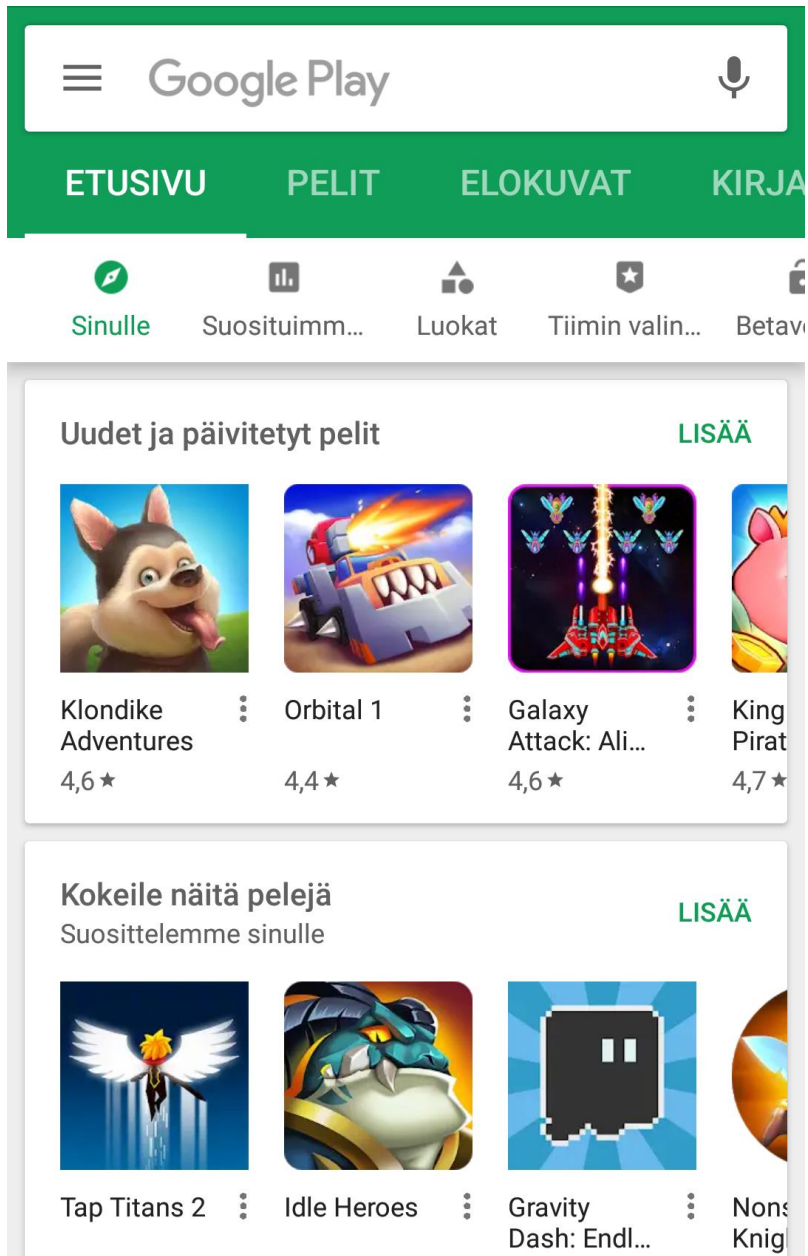
Opinnäytetyön tarkoituksena on antaa lukijalle tietoa hakusanojen sijoituksiin vaikuttavista tekijöistä sekä suorittaa tutkimus, jossa selvitetään Grand Gliders sovelluksen hakusanojen optimointimenetelmiä sekä suoritetaan niihin liittyvää tutkimusta ja tarkastellaan näistä aiheutuvia tuloksia.

Opinnäytetyön puitteissa tehdään optimointiprosessia Grand Gliders- pelille Google Play Kaupassa. Prosessissa tehdään selvitys lähtötilanteesta, jonka heikkouksia pyritään käymään läpi ja löytämään parannuksia lähtötilanteeseen nähden.

Tutkintaprosessin jälkeen toteutetaan tutkimuksissa selvinneet parannukset, jotka toteutetaan Google Play Kaupassa. Lopuksi analysoidaan lopputuotosta sekä hakusanaoptimoinnin tuloksia.

2 GOOGLE PLAY KAUPPA

Google Play kauppa on Googlen omistama digitaalisten sovellusten jakelupalvelu. Google Play kauppa on saatavilla Android-käyttöjärjestelmää käyttäville mobiililaitteille. Kaupan sisältöä on myös mahdollista selata käyttäen muita laitteita internet-selaimen kautta mutta itse sovelluksia ei tätä kautta ole mahdollista ladata.



KUVA 1. Google Play Kaupan ulkoasu (Google Play Kauppa-Sovellus)

Google Play Kaupan etusivulla näkyvät Googlen suosittelemat sovellukset. Yläreunasta löytyy hakukenttä, jossa voidaan tehdä hakuja käyttäen hakusanoja. Google Play kaupassa on useita erilaisia sovelluskategorioita:

- Pelit
- Elokvat
- Kirjat
- Musiikki

Koska eri kategorioihin kuuluvien sovellusten optimointimenetelmissä ei ole valtavia eroja niin tämän opinnäytetyön aiheen puitteissa niitä ei käsitellä.

Google Play kaupan avulla käyttäjät voivat suoraan mobiililaitteellaan etsiä sekä asentaa sovelluksia Play kaupan avulla. Sovelluksen kauppasivulla käyttäjien on myös mahdollista lisätä arvostelu sovelluksista, joka näkyy myös muille käyttäjille ja se vaikuttaa myös sovelluksen näkyvyyteen Play Kaupassa. Käyttäjät voivat arvostella sovelluksia antamalla niille tähtiä väliltä 1-5 sekä kirjoittamalla kirjallisen arvioinnin, joka näkyy suoraan sovelluskaupassa muille käyttäjille.

3 SOVELLUKSEN OPTIMOINTI GOOGLE PLAY KAUPPAAN

Google Play Kaupan optimoimisella tarkoitetaan niitä käytäntöjä, jolla parannetaan sovelluksen näkyvyyttä sekä sijoitusta hauissa ja joilla saadaan useampia ihmisiä, jotka käyvät kauppasivulla lataamaan sovellus. Google Play Kaupan optimoinnilla on paljon yhteistä hakukoneoptimoinnin kanssa, mutta samasta asiasta ei ole täysin kyse, koska Google Play optimoinnissa on myös hyvin tärkeää saada kauppasivulla vierailevat ihmiset lataamaan kyseinen sovellus. Tämä on mahdollista parantamalla tekstien ulkoasua ja suunnittelemalla kauppasivun graafiset osat kiinnostavimmiksi.

Ymmärtääkseen Play Kaupan optimointia on ymmärrettävä, kuinka Play Kauppa toimii. Play Kaupassa sovelluksia on mahdollista löytää joko etusivulta, missä Google suosittelee valitsemiaan sovelluksia käyttäjälle tai käyttämällä hakusanoja sovellusten etsimiseen. Koska Googlen suosittelemia sovelluksia ei ole mahdollista suoranaisesti optimoida, niitä ei näissä puitteissa käsitellä. Kauppasivu voi kuitenkin osittain vaikuttaa Googlen päätökseen sovelluksen suositelusta mutta tämä asia on täysin tapauskohtainen.

Hakukentässä tehtävät haut ovat yleisin tapa, jolla käyttäjät löytävät sopivia Android-sovelluksia. Jotta Google Playn on mahdollista järjestää hakutuloksia perustuen käyttäjien hakuihin sekä suosioon Google Play kehitti sopivan sovellusten järjestely algoritmin. Ankit Jain, entinen Google Playn Haku- ja etsintäpäällikkö sanoo, että sovelluksen nimi on kaikista tärkein osa metadattaa, jota Google Playn järjestelyalgoritmi käyttää. Tästä johtuen sovellusten kehittäjien eikä omistajien pitäisi aliarvioida sovellusten nimien merkityksellisyyttä (Glauninger 2017).

Kun käyttäjä tekee haun Google Play Kaupassa käyttäen hakusanoja, järjestetään hakutulokset sen mukaan kuinka hyvin sovellukset sijoittuvat näillä kyseisillä hakusanoilla. Oletetaan että käyttäjä tekee haun sanalla ”autopeli”. Hakutuloksena käyttäjä näkee ne tulokset, jotka sijoittuvat parhaiten tällä hakusanalla. Jos hakusana ei vastaa yhtään tulosta Google Play Kauppa etsii lähimmät tulokset, jotka vastaavat hakusanaa. Apuna Google käyttää myös tekoälyä, jotta hakutulokset vastaisivat haettua sisältöä tarkemmin.

Jos hakuja Google Play Kaupassa tehdään useammalla kuin yhdellä sanalla, ensisijaisesti käyttäjälle näytetään ne hakutulokset, jotka sisältävät haetut sanat samassa järjestyksessä. Tämä on olennaista optimoinnin kannalta, koska yksittäiset sanat ovat usein erittäin kilpailtuja useiden sovellusten kesken. Monisanaiset hakusanat antavat käyttäjille tarkempia

hakutuloksia. Koska pitkissä hakusanoissa kilpailu on vähäisempää Google Play Kaupan sisällä, on isompi todennäköisyys päästä paremmalla sijoitukselle kyseisillä hakusanoilla.

Google Play Kaupassa on suuri määrä pelejä ja valikoima kasvaa päivittäin. Jos kauppasivua ei ole optimoitu kunnolla, on erittäin vaikea päästä hyvälle sijoituksille hauissa, joka johtaa paljon pienempiin määriin latauksia. Varsinkin, koska suuri osa käyttäjistä tekee hakuja pitkillä hakusanoilla, on suuri riski siihen, ettei sovellus näy hakutuloksissa ollenkaan, jos kauppasivua ei ole optimoitu ja suunniteltu hyvin.

Näkyvyyden ja sijoitusten lisäksi optimoinnin tärkeänä hyötynä on kauppasivulla käyneet käyttäjät lataamaan sovellus. Tämä myöskin parantaa sijoituksia eli optimoinnin hyödyt tukevat vahvasti toisiaan. Kauppasivun tulee olla selkeä sovelluksen toiminnasta sekä hyödyistä. Tämä on tärkeää, jotta voidaan minimoida käyttäjien määrä, jotka poistavat sovelluksen lyhyen käyttöajan jälkeen. Kauppasivun graafisilla osilla on myös huomattava vaikutus, koska ne lisäävät kiinnostusta sovellusta kohtaan.

4 HAKUSANOJEN OPTIMOINTIMENETELMÄT GOOGLE PLAY KAUPASSA

Google Play Kaupan optimointiin voidaan käyttää useita eri menetelmiä. Käsitteenä Google Play Kaupan optimointi kattaa hakusanojen optimoinnin sekä graafisten elementtien optimoinnin, jonka tarkoitus on nostaa latausten määrää. Tässä opinnäytetyössä keskitytään vain hakusanojen optimointimenetelmiin, joten graafisten elementtien optimointi ei kuulu tämän työn sisältöön.

4.1 Hakusanat

Hakusanat ovat tärkein yksittäinen osa Google Play Kaupan optimointia sovellusten näkyvyyden sekä hakusijoitusten kannalta. Google Play Kauppaan ei voi suoranaisesti syöttää listaa hakusanoista, joilla sovellus löytyy hakutuloksissa kuten Applen App Store-palvelussa. Google Play Kaupassa hakusanat, jotka vaikuttavat hakutuloksiin otetaan suoraan sovellukseen annetuista tiedoista. Annettuihin tietoihin kuuluvat sovelluksen nimi, lyhyt kuvaus ja pitkä kuvaus.

Google arvioi näitä tietoja eriarvoisesti, mikä tarkoittaa, että hakusanojen painoarvo hakutuloksissa riippuu myös siitä, missä hakusanaa on käytetty. Sovelluksen nimessä ja lyhyessä kuvauksessa esiintyvät hakusanat ovat vahvempia hakusanoja kuin pitkässä kuvauksessa esiintyvät hakusanat. Vahvemmillä hakusanoilla tarkoitetaan hakusanoja, joilla on suurempi painoarvo hakutuloksissa.

Hakusanojen sijoituksilla tarkoitetaan sitä, kuinka korkealle hakutuloksissa sovellus sijoittuu. Sijoitukseen vaikuttaa usea tekijä ja sijoitukset saattavat vaihdella jopa päivittäin. Kun käyttäjä tekee hakusanahaun ja lataa sovelluksen hakusanalla, se vahvistaa kyseisen hakusanan sijoitusta. Sovelluksen avauskertojen määrä sekä keskimääräinen sessioiden pituus vaikuttavat myös olennaisesti sijoitukseen, koska tällä Google voi esimerkiksi vähentää mahdollisuuksia manipuloida kauppasijoituksia. Käyttäjien antamat arvioinnit sekä arvostelut vaikuttavat myös hakusanojen sijoitukseen. Jos sovellus on arvioitu hyvin

ja arvosteluissa puhutaan sovelluksesta positiiviseen sävyyn, vahvistuvat käytetyt hakusanat ja sovelluksen todennäköisyys päästä hyvälle sijoituksille kasvaa. Arvosteluissa käytetyt sanat voivat myös vaikuttaa hakutulosten sijoituksiin.

Hakusanojen tutkimisessa ja suunnittelussa on otettava huomioon useita tekijöitä. Hakusanojen käyttöön on tarjolla useita erilaisia tekniikoita ja lähestymistapoja. Tärkein yksittäinen tekijä hakusanoja tutkiessa on niiden olennaisuus. Google Play Kauppa vahvistaa hakusanan sijoitusta, kun käyttäjä lataa kyseisen sovelluksen käyttämällä hakusanaa. Jos hakusanat eivät kuvaa olennaisesti sovelluksen toimintaa tai hyötyjä on hyvin epätodennäköistä, että käyttäjä haluaisi ladata toisenlaisen sovelluksen kuin mitä käyttäjä sillä hetkellä hakee.

Myös sovelluksen käytön määrä sekä sovelluksen avauskertojen määrä vaikuttavat hakusanan vahvuuteen. Jos ladattu sovellus ei vastaa käytettyjä hakusanoja, on todennäköistä, ettei käyttäjä jatka sovelluksen käyttöä. Hakusanojen sijoitus heikkenee, jos käyttäjät poistavat sovelluksen lyhyen ajan sisällä latauksesta. Tämä tulisi ottaa huomioon jo sovellusta suunnitellessa, jotta voitaisiin miettiä tapoja, joilla käyttäjät käyttäisivät sovellusta pidempään.

Google Play Kauppa sisältää yli 3.7 miljoonaa sovellusta, joten että kilpailu on erittäin oleellinen osa hakusanojen suunnittelua ja optimointia (Number of Android applications 2018). Tämän takia hakusanojen tutkiminen on hyvin olennainen osa optimointia, ja todella kilpailuissa hakusanoissa kannattavaa monisanaisia hakusanoja yksisanaisten hakusanojen sijaan. Jos sovellus on uusi tai sillä on vähän latauksia ja käyttäjiä, on usein järkevintä tähdätä hakusanoihin, joissa kilpailu on vähäisempää. Kun sovellus saa tarpeeksi käyttäjiä voidaan siirtyä enemmän kilpailuihin hakusanoihin, kunhan ne sopivat itse sovelluksen toimintaan sekä hyötyihin.

Hakusanoja tutkiessa on myös selvitettävä niiden käytön määrä. Vaikka hakusana olisikin erittäin oleellinen sovelluksen kannalta sekä vähän kilpailtu, voi hakusana olla niin vähän käytetty hauissa, ettei sitä kannata valita. Tämän takia hakusanoja valittaessa on löydettävä sopiva yhdistelmä olennaisuuden, kilpailun ja hakujen määrän huomioiden.

Olellenaista optimoinnin kannalta on valita sellaiset hakusanat, jotka liittyvät olennaisesti sovelluksen toimintaan ja joilla on myös hyvä määrä liikennettä. Kilpailu on otettava huomioon ja mietittävä sovelluksen markkina-arvoa ja suunniteltava sovelluksen optimointi tilanteen mukaan.

Yksi tapa parantaa sijoituksia ja näkyvyyttä on tehdä maksullista asiakashankintaa esimerkiksi Googlen Adwords-palvelun avulla. Tällä tavalla voidaan nostaa hakujen sekä latausten määrää ja tällä tavoin parantaa sijoituksia hauissa. Kohderyhmät on tutkittava ja valittava tarkkaan, etteivät kustannukset nouse liian suuriksi.

4.1.1 Sovelluksen sekä hakusanojen hakutulosten sijoituksiin vaikuttavat tekijät

Hakusanojen sijoituksiin vaikuttavia tekijöitä on useita (kuva 2). Nämä tekijät koostuvat sekä asioista, joihin kehittäjät voivat vaikuttaa, että asioista, jotka riippuvat käyttäjien toiminnasta.

	Play Store
Downloads	✓
Revenue (only paid apps)	X
App Starts (usage)	✓
Number & Value of Reviews	✓
Keyword Relevance	✓
Recently Updated	X
Retention/Uninstalls	✓
Country	✓
Social Proof	✓
Backlinks	✓

KUVA 2. Google Play Kaupan sijoituksiin vaikuttavat tekijät (Which Factors Affect the App Store Rankings? 2017)

Google antaa merkittävän painoarvon sovelluksen latausmäärille hakutuloksien sijoituksissa. Latausten määrä on nähtävissä sovelluksen kauppasivuilta. Latausmääriä ei näytetä käyttäjille tarkasti vaan Google Play Kauppa näyttää arvion latausmääristä. Kauppasijoitukset ottavat myös huomioon aikajakson, jossa lataukset ovat tulleet. Hakutulokset myös paranevat, jos latauksia tulee lyhyessä ajassa runsaasti (Which Factors Affect the App Store Rankings? 2017).

Vaikka latausmäärät parantavat selvästi sijoituksia, sijoituksien näkökulmasta myös olennaista, että käyttäjät jatkavat sovelluksen käyttöä. Sovelluksen poistojen määrät vaikuttavat huomattavasti sijoituksiin ja tämän takia on olennaista, että sovellus toimii virheettömästi ensimmäisestä julkaisusta asti. On kannattavaa ottaa huomioon sovelluksen keskimääräinen käyttöaika ja käyttäjien todennäköisyys poistaa sovellus (Which Factors Affect the App Store Rankings? 2017).

Sovelluksen käytön määrä ja sovelluksen käyttötavat ovat suuri osa sijoituksien määräytymistä. Sovelluksen avausten määrä sekä käyttösessioiden kesto ovat tärkeitä tekijöitä, koska Google haluaa näyttää hakutuloksissa enemmän sovelluksia, joita käytetään aktiivisesti. Tämä tieto on myös kehittäjille hyödyllistä, koska se kertoo kuinka kiinnostuneita käyttäjät ovat kyseisestä sovelluksesta (Which Factors Affect the App Store Rankings? 2017).

Sovellusten sijoitukset ovat sidoksissa niihin maihin joissa käyttäjät lataavat sovelluksen. Tämän vuoksi sovelluksen lokalisointi eli sovelluksen kääntäminen kohdemaankielelle ja suunnittelu kohdemaan kulttuuria vastaavaksi voi parantaa sijoituksia kohdemaan hakutuloksissa (Which Factors Affect the App Store Rankings? 2017).

4.1.2 Monisanaiset hakusanat

Monisanaisilla hakusanoilla tarkoitetaan yleisesti hakusanafraaseja, jotka ovat kolmesta viiteen sanaan pitkiä. Tällaiset hakusanafraasit ovat hyödyllisiä siksi, että kun käyttäjät tekevät hakua näillä monisanaisilla hakusanafraaseilla käyttäjät tietävät tarkemmin mitä etsivät. Näillä hakusanafraaseilla tehdyistä hauista käyttäjillä on huomattavasti suurempi

todennäköisyys ladata sovellus tai peli, koska se vastaa tarkemmin haettua tuotetta (Three good reasons to target long tail keywords! n.d).

Monisanaiset hakusanafraasit sisältävät useita eri yhdistelmiä käytetyistä hakusanoista. Esimerkiksi hakusana ”free fast cars online”. Hakusana näkyy tietenkin hauissa, jos käyttäjä hakee juuri kyseisellä fraasilla. Tämän lisäksi kaikki muut ketjut sanoista kuten ”fast cars” ja ”cars online” sijoittuvat hakutuloksiin. Monisanaisilla hakusanoilla on myös huomattavasti vähemmän kilpailua.

4.1.3 Sovelluksen nimi

Sovelluksen nimi on tärkeä tieto käyttäjille, koska siitä saa heti tietoa sovelluksesta. Sovelluksen nimelle on käytettävissä 50-merkkiä. Nimi on olennainen osa Google Play Kaupan optimointia, koska toisin kuin Apple App Store-palvelussa Google Play Kaupassa ei ole omaa kenttää, johon hakusanat syötetään. Nimessä käytetyt hakusanat ovat kaikista tärkeimpiä osia hakusanaoptimointia. Sovelluksen ikoni ja nimi ovat ensimmäiset asiat, mitä käyttäjä näkee sovellusta katsoessaan. Sovelluksen nimeen on olennaista laittaa tärkeimmät hakusanat, koska Google kerää hakusanoja kaikista kauppasivun teksteistä ja priorisoi ylempänä sivulla olevia hakusanoja (App Name » How to Write an App Title that Drives Downloads. 2016).

Sovelluksen nimikenttään on suositeltavaa lisätä myös tarkentavia sanoja sovelluksesta, joiden tarkoituksena on kertoa käyttäjille helposti lisätietoa sovelluksesta sekä toimia hakusanoina. Jos nimeen laitetaan liian monta hakusanaa itse sovelluksen nimen jälkeen voi uskottavuus sovelluksesta heikentyä. Suositus on 1-3 hakusanaa itse sovelluksen nimen jälkeen riippuen sekä sovelluksen nimestä, että käytettävistä hakusanoista.

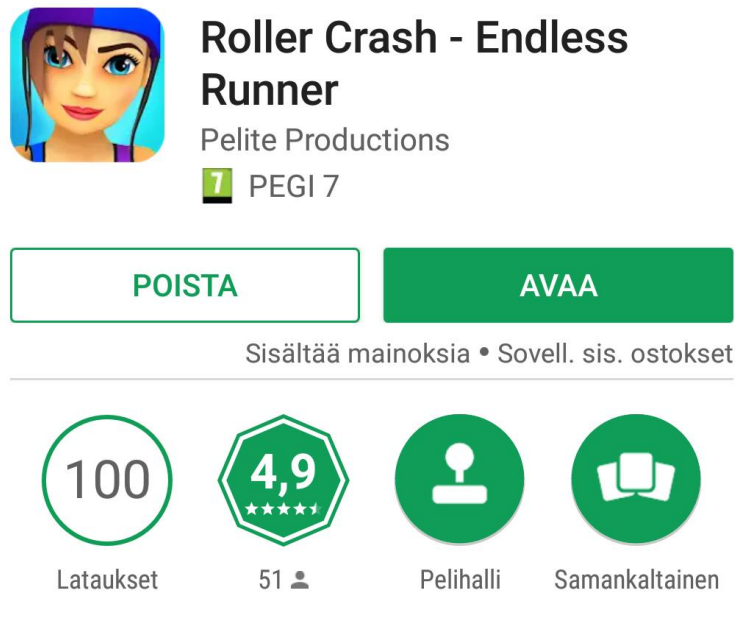
Yleiset ja suositeltavat tavat muotoilla sovelluksen nimi ovat:

- Sovelluksen nimi : hakusana hakusana hakusana
 - o Esimerkiksi ”Roller Crash : Endless Runner
- Sovelluksen nimi – hakusana hakusana hakusana
 - o Esimerkiksi ”Roller Crash – Endless Runner

Näin käyttäjä erottaa selkeästi, mikä on itse sovelluksen nimi ja mikä on lisää tarkentavaa tietoa sovelluksesta.

4.1.4 Lyhyt kuvaus

Lyhyt kuvaus on maksimissaan 80-merkkiä pitkä teksti, jonka tarkoituksena on viestiä käyttäjille sovelluksen pää-ominaisuuksista sekä hyödyistä. Kun on kyse mobiilipeleistä, olennaista on, että pelin idea sekä tärkeimmät ominaisuudet saadaan kerrottua käyttäjälle selkeästi sekä yksinkertaisesti ja näin nostetaan todennäköisyyttä, että käyttäjä haluaa painaa lue lisää nappia, joka avaa pitkän kuvauksen Google Play Kaupassa.



Roller Crash - Endless Runner
Pelite Productions
7 PEGI 7

POISTA AVAA

Sisältää mainoksia • Sovell. sis. ostokset

100 Lataukset 4,9 51 Pelihalli Samankaltainen

Käytä mahtavia taitoja ja rakenna suuria komboja tässä eeppisessä juoksupelissä!

KUVA 3. Lyhyt kuvaus(alareunassa), Google Play Kauppa.

Lyhyt kuvaus Google Play kaupassa vaikuttaa sekä hakusanojen sijoitukseen, että käyttäjien halukkuuteen ladata sovellus. Hyvin suunniteltu lyhyt kuvaus korostaa sovelluksen tai pelin tärkeitä ominaisuuksia sekä tarkoitusta. Sen tarkoituksena on antaa käyttäjälle tärkeää tietoa sekä kiinnittää käyttäjän huomio sovellukseen. Huomioitavuuden parantamiseksi lyhyeen kuvaukseen voidaan myös lisätä emoji (How to Do ASO for Android Apps on Google Play Store – Ultimate Guide for 2018. 2017)

4.2 Sovelluksen kategoria

Sovelluksen kategoria on yksi vaikuttavista tekijöistä sovelluksen sijoitukseen Google Play Kaupassa. Kilpailun määrä vaihtelee kategorioittain ja eri kategorioiden välillä voi olla suurikin ero kilpailun määrässä. Kategorian vaihtamista kannattaa harkita, jos sijoitukset kategorian sisällä eivät ole hyvät tai sijoitukset kategorian sisällä ovat laskussa. Hakusanat vaikuttavat tähän päätökseen myös oleellisesti, sillä on mahdollista, että hakusanat sopivat paremmin johonkin toiseen kategoriaan (Should you Change Your App Category? 2016).

Kategoria vaikuttaa myös siihen, mitä pelejä Google Play Kauppa näyttää samantapaisina peleinä. Jos käytetty kategoria ei kuvasta peliä tarpeeksi oleellisesti on epätodennäköistä, että käyttäjä kiinnostuu painamaan peliä samantapaisten sovellusten listasta.

4.3 A/B-testaaminen

A/B-testaus tarkoittaa menetelmää, jossa tehdään kaksi eri versiota kauppasivusta. Näin voidaan tehdä hyvinkin erilaisia ratkaisuja, joita voidaan verrata toisiinsa ja seurata näiden toimivuutta. A/B-testauksen aikana käyttäjäliikenne jaetaan niin, että puolet käyttäjistä näkevät version A ja puolet version B. Näin ollen voidaan analysoida kummankin version hyötyjä tehokkaammin. On tärkeää muuttaa vain yhtä asiaa kerrallaan, koska muuten voi olla hyvin vaikea tulkita syitä eroavaisuuksiin kauppasivujen tehokkuuksien välillä ja oikean tekijän löytäminen saattaa viedä paljon aikaa (How to optimize Google Play Store app details page. n.d).

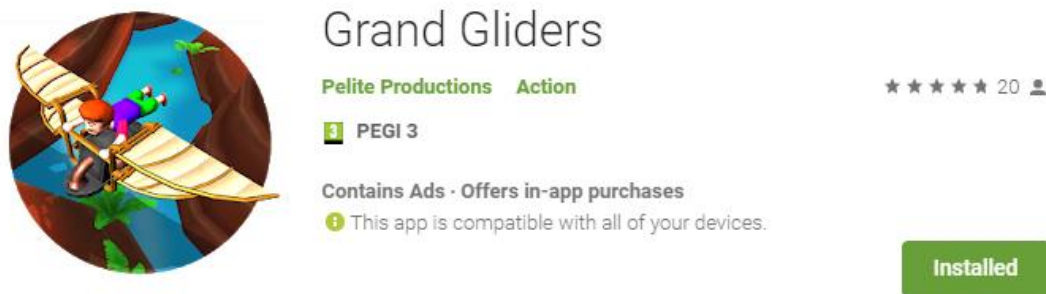
Google Play kehittäjäkonsolissa on sisäänrakennettuna ominaisuus toteuttaa A/B-testaaminen. Kehittäjäkonsolin kautta voidaan luoda A ja B vaihtoehdot ja saadaan jaettua liikenne niiden kesken. On suositeltavaa pitää testausta yllä koko ajan, jotta voidaan monitoroida liikenteeseen vaikuttavia tekijöitä (How to optimize Google Play Store app details page. n.d).

5 CASE STUDY: GRAND GLIDERS-PELIN HAKUSANOJEN OPTIMOINTI

Tämän Case Studyn tarkoitus on tutkia sekä selvittää jo Google Play Kaupassa olevan mobiilipelin hakusanojen optimointia. Läpi käytävänä on pelin hakusanojen tämänhetkinen tilanne, josta käydään läpi mitä tulee optimoida.

5.1 Grand Gliders- mobiilipeli

Grand Gliders on mobiilipeli, joka on julkaistu syyskuussa 2016 Android alustoille ja se sijaitsee Google Play Kaupassa. Pelin on kehittänyt ja julkaissut Pelite Productions Oy. Peli on ladattavissa ilmaiseksi ja se sisältää mainoksia sekä pelinsisäisiä ostoksia. Pelin pelaaminen ei vaadi pelaajaa ostamaan mitään, mutta ostokset helpottavat pelin pelaamista sekä pelissä etenemistä.



KUVA 4. Grand Gliders-mobiilipelin kauppasivu

Grand Gliders pelissä pelaaja liittää eri tyylisten ja eri teemaisten maisemien halki. Pelissä on tarkoitus selvitä kenttien lopussa sijaitseviin maaleihin törmäämättä matkalla. Liittäessä pelaajan on mahdollista kerätä kolikoita, joita pelaaja voi käyttää liiturien parantamiseen sekä uusiin hahmoihin. Liiturien parantaminen tekee pelikokemuksesta miellyttävämpää sekä helpottaa pelissä etenemistä. Hahmot ovat erinäköisiä, mutta ne eivät vaikuta olennaisesti pelaajan pelikokemukseen.

5.2 Lähtötilanne

Grand Glidersin tämänhetkinen kauppasivu on suunniteltu kertomaan käyttäjille pelin ominaisuuksista. Kauppasivu on tehty enemmänkin latausten houkuttelevuuden näkökulmasta kuin hakusanojen optimoinnin näkökulmasta. Tällä toteutustavalla on kyllä mahdollista saada tuloksia, mutta se vaatii, että peli on jo valmiiksi tunnettu tai että pelillä on suuri määrä markkinointia Google Play Kaupan ulkopuolella.

Lähtötilanteessa pelillä ei ole paljoa liikennettä. Tämä todennäköisesti johtuu useasta tekijästä. Koska kauppasivun hakusanoja ei ole optimoitu sijoittumaan hyvin niillä tehdyissä hauissa on epätodennäköistä, että käyttäjät löytäisivät pelin. Peliä ei myöskään ole markkinoitu Google Play Kaupan ulkopuolella.

Viimeisen noin puolen vuoden aikana (19.10.2017 – 06.04.2018) Grand Gliders-pelin on ladannut yhteensä 16-käyttäjää. Viikoittainen latausmäärä on keskimäärin 0.66-latausta / viikko. Näitä numeroita voidaan käyttää optimointiprosessin jälkeiseen tulosten vertailuun.

Grand Gliders is all about fun gameplay! There are also plenty of challenges for you. Explore hidden secrets and unlock achievements and you will be rewarded generously. Gather as many coins as possible to unlock new gliders and upgrade them.

Game Features:

- Fast paced gameplay with intuitive touch controls
- Ten different gliders and ten characters with varying backgrounds
- Two different worlds with ten exciting levels each to discover and loot
- Plenty of spoils await you including coins, power-ups and secret gems
- Many achievements with generous rewards
- Your lovable companion Compadre gives you assistance

The game includes in-app purchases. You can set up password protection for in –app purchases in the settings of your Google Play Store app.

KUVA 5. Grand Gliders-peli kuvaus kauppasivulta

Grand Gliders-pelin tämänhetkinen kuvaus (kuva 5) on lyhyt. Kuvaukseen voitaisiin sisällyttää huomattavasti enemmän hakusanoja ja yhdistellä nykyisiä hakusanoja monisanaiseksi hakusanafraaseiksi.

TAULUKKO 1. Käytetyt hakusanat, niillä tehtyjen hakujen määrä sekä kilpailun määrä.

Hakusana	Hakujen määrä	Kilpailu	Hakusana	Hakujen määrä	Kilpailu
Grand	4.2	0	upgrade	3.2	4.8
Gliders	0.5	6.7	fast paced	3.8	4.3
fun	5	5.5	exciting	4.6	4.8
challenges	4	0	discover	6.1	2.2
explore	3.9	2.4	loot	3.8	4.1
unlock	3.7	5.1	power-ups	2.9	3
rewards	4	5.4	game	6.6	0

Yllä olevasta taulukosta (taulukko 1) nähdään tämänhetkinen kauppasivun kuvaus sekä siinä käytetyt hakusanat. Näitä voidaan tutkia ja selvittää niiden tehokkuus hakusanaoptimoinnin näkökulmasta. Taulukossa hakujen määrä ja kilpailu ovat väliltä 0-10. Lähtökohtaisesti tavoitteena olisi saada hakusanoja, joilla hakujen määrä olisi asteikon yläpäässä ja kilpailu asteikon alapäässä.

Huomioitavaa on se, että SensorTower-palvelusta saatu tietoa, on suuntaa antavaa. Tietoa analysoidessa on otettava huomioon, että tieto ei anna tarkkoja tuloksia, koska palvelu ei saa kerättyä tietoa suoraan Googlelta. Tietoa käytettäessä pitää itse arvioida jokaista hakusanaa ja miettiä, kuinka lähellä totuutta palvelun antama tieto on.

Top Keywords	Keyword Rank Apr 11, 2018	Results Apr 11, 2018
gliders	4 ▼2	221
challenges*	- out	250
discover*	- out	249
exciting*	- out	249
explore*	- out	250
fast paced*	- out	250
fun*	- out	250
game*	- out	249
grand*	- out	249
loot*	- out	247
power-ups*	- out	250
rewards*	- out	250
ungrade*	- out	247
unlock*	- out	248

KUVA 6. Lähtötilanteen hakusanojen sijoitukset Google Play Kaupassa

TAULUKKO 2. AppAnnie palvelun tulkintaa selvittävä taulukko.

Käytetty hakusana	Hakusanan sijoitus Google Play Kaupassa tehtävissä hauissa	Hakusanalla löydettyjen tulosten määrä Google Play Kaupassa
-------------------	--	---

Yllä olevasta kuvasta (kuva 6) voidaan analysoida hakusanojen lähtötilannetta. Huomioitavaa on, että ainoastaan gliders-hakusana sijoittuu tehdyissä hauissa listalle. Koska Google Play Kauppa näyttää maksimissaan 250-tulosta per hakusana, eivät muut hakusanat näy sijoituksissa ollenkaan.

5.2.1 Hakusanojen merkittävyys pelin ominaisuuksien kannalta

Kun analysoidaan tämänhetkisiä hakusanoja Grand Gliders-pelin kauppasivulla, on tärkeää tehdä huomio hakusanojen merkittävydestä. Hakusanat ovat suhteellisen ympäripyöreitä ja niillä tehdyistä hauista on pelin vaikea päästä hyvälle sijoituksille, koska hakusanat eivät kuvaa tarkasti kyseisen pelin toimintaa. Hakusanoissa esiintyy todella paljon sanoja, joita käytetään yleisesti suurissa määrissä sovelluksia.

Hakusanoihin tulisi suunnitella sellaisia hakusanoja, jotka kuvaavat huomattavasti oleellisemmin pelin ominaisuuksia sekä hyötyjä.

5.2.2 Hakusanojen kilpailun määrä Google Play Kaupassa

Hakusanat eivät tarkasti korreloi juuri Grand Gliders-peliä. Hakusanojen ympäripyöreys aiheuttaa ongelmaksi sen, että suuri määrä muitakin sovelluksia käyttää kyseisiä hakusanoja. Monet tämänhetkisistä hakusanoista ovat usein osana pitempiä, monisanaisia hakusanoja, koska yksinään niissä oleva kilpailu on erittäin suurta.

Hakusanoja ei välttämättä silti tulisi kaikkia korvata. Järkevä lähestymistapa niiden optimointiin olisi suunnitella ja muokata nykyiset hakusanat sisältymään usean hakusanan pituisiin ketjuihin, jotka vastaisivat tarkemmin pelin sisältöä ja olisivat huomattavasti vähemmän kilpailtuja.

5.2.3 Hakusanoilla tehtyjen hakujen määrä yleisesti Google Play Kaupassa

Nykyisistä hakusanoista suurin osa ovat hyvin yleisesti käytettyjä hakusanoja niin sovelluksissa Google Play Kaupan sisällä kuin myös käyttäjien hauissa. Tämä on tietenkin hyvä asia, koska sijoittuakseen hyvälle sijoille hauissa on sovelluksen hakusanoilla oltava tarpeeksi suuri määrä tehtäviä hakuja. Hakusanoja ei kannata suoraa näin ollen jättää pois vaan on järkevää yhdistää niitä pitemmiksi monisanaisiksi hakusanoiksi paremmin kuvailevien hakusanojen kanssa.

5.3 Käytetyt menetelmät ja työkalut

Hakusanojen optimointiprosessissa käytetään hakusanojen sijoitusten seurantaan ”AppAnnie”-palvelua, jolla voidaan seurata päivittäin päivittyvää hakusanojen sijoitusten vaihtelua Google Play Kaupan sisällä. Hakusanojen tutkimusta tehdään ”SensorTower”-palvelun avulla, josta voidaan nähdä hakusanoilla tehtyjen hakujen määriä -sekä hakusanojen kilpailua kuvastavaa tietoa.

5.3.1 AppAnnie-palvelu ja sen käyttö hakusanojen sijoitusten seurannassa

AppAnnie on palvelu, joka tarjoaa useita eri työkaluja, joita käytetään sekä Google Play Kaupan että Applen käyttämän App Store-palvelun kauppasivujen optimointiin sekä optimoinnin tulosten seurantaan. AppAnnie-palvelua voi käyttää maksutta, mutta tämä rajaa suurimman osan ominaisuuksista pois käytöstä.

Tämän tutkimuksen osuus rajautuu käyttämään AppAnnie-palvelun tarjoamaa työkalua, jolla voidaan seurata hakusanojen sijoituksia Google Play Kaupassa. Tämä ominaisuus on maksutonta käyttää, vaikka käytön laajuutta rajoitetaankin osittain.

5.3.2 SensorTower-palvelu ja sen käyttö hakusanojen tutkimuksessa

Kuten AppAnnie, tarjoaa SensorTower myös useita eri työkaluja, joita käytetään Google Play Kaupan sekä Applen käyttämän App Store-palvelun kauppasivujen optimointiin. Tämän tutkimuksen tarpeisiin käytetään palvelusta työkalua, jolla voidaan tutkia yksittäisiä hakusanoja, niiden käytön määrää Google Play Kaupassa tehtävissä hauissa sekä hakusanojen kilpailun määrää Google Play Kaupassa olevien sovellusten kesken.

SensorTower-palveluun syötetään yksi tai useampi hakusana ja palvelun avulla voidaan nähdä arvio hakusanalla tehtyjen hakujen määrästä sekä hakusanan kilpailun määrästä. Tuloksia analysoidessa on oltava kriittinen, koska tulokset eivät ole absoluuttisia totuuksia vaan palvelun tarjoamia arvioita perustuen tietoon jota palvelu saa käytettäväkseen. SensorTower on kuitenkin yleisesti tunnettu sovellus ihmisten sekä tahojen keskuudessa,

jotka optimoivat sovelluskauppoja, joten tieto on suhteellisen luotettavaa. Palvelua käyttäessä on myös olennaista itse analysoida hakusanoja ja syitä palvelun antamiin tuloksiin. Joissain tapauksissa saattaa löytyä hakusanoja, jotka ovat vähän kilpailtuja ja paljon haettuja mutta jatkotutkimuksella saattaa selvitä, että kyseinen hakusana on esimerkiksi osa jonkin sovelluksen nimeä tai vahvasti sovellukseen yhdistettävä sana. Tämäntapaisessa tilanteessa on suuri riski, että käyttäjät jotka tekevät hakuja hakusanalla etsivät juuri tiettyä sovellusta ja näin ollen hakusana ei tarjoa suurta hyötyä käyttäjälle.

Huomattakoon että SensorTower-palvelussa pitemmät monisanaiset hakusanafraasit eivät aina ole yhtä tarkkoja kuin yksisanaiset hakusanat, joten on varmempaa käyttää palvelua yksisanaisten hakusanojen tutkintaan ja soveltaa tuloksia monisanaisten hakusanojen kanssa.

5.4 Hakusanojen optimointiprosessi

Hakusanojen optimointiprosessissa tullaan käyttämään ylempänä mainittua SensorTower-palvelua, jolla tehdään hakusanatutkimusta ja selvitetään hakusanoihin liittyvää tietoa. Tavoitteena on löytää sopivia hakusanoja, jotka kuvastavat tarkemmin pelin sisältöä sekä ominaisuuksia sekä hakusanoja, jolla sovelluksen on mahdollista sijoittua näkyvämille sijoituksille hauissa.

Eritoten hakusanojen optimointiprosessissa tullaan keskittymään löytämään monisanaisia hakusanoja, joilla on vähemmän kilpailua kuin nykyisillä hakusanoilla. Hakusanojen määrää on myös tarkoitus lisätä, koska lähtötilanteessa hakusanojen määrä on vähäinen. Google Play Kaupassa kuvaukseen voi käyttää yhteensä 4000-merkkiä ja yleisesti on suositeltavaa kirjoittaa pitkä kuvaus, koska siihen on mahdollista mahduttaa suurempi määrä hakusanoja. Tällä tavalla saadaan enemmän hakusanoja käyttöön sekä selkeämpiä tuloksia hakusanojen toimivuudesta ja niiden sijoittumisista.

Koska Grand Gliders pelillä ei ole paljoa latauksia tällä hetkellä, on olennaista käyttää hakusanoja, joilla ei ole paljoa kilpailua, jotta on helpompi sijoittua näkyvämmälle paikalle hauissa. Tämä yleisesti tarkoittaa myös sitä, että nämä hakusanat ovat vähemmän haettuja mutta on olennaisempaa, että hakusanoilla voidaan sijoittua paremmille tuloksille. Hakusanoista, jotka eivät sijoitu näkyville sijoille hauissa ei ole suurta hyötyä.

5.4.1 Prosessin kulku

Hakusanojen optimointiprosessi aloitetaan tutkimalla ja keräämällä pelin toimintaan ja ominaisuuksiin liittyvät termit ja käsitteet. Kerätään lista asioista, jotka ovat relevantteja pelin ominaisuuksien ja pelikokemuksen kannalta. Tämän jälkeen voidaan tutkia vaihtoehtoisia termejä kyseisille sanoille ja tutkia niiden kilpailun sekä niillä tehtyjen hakujen määrää. Tutkinnan tuloksien perusteella valitaan myös tärkeimmät hakusanat, joita olisi tarkoitus käyttää joko pelin nimessä tai lyhyessä kuvauksessa.

Kun on saatu selvitettyä sopivia vaihtoehtoja hakusanoille, voidaan miettiä tapoja yhdistää niitä keskenään. Hakusanoja voidaan yhdistää joko muiden relevanttien hakusanojen kanssa pitemmiksi monisanaisiksi hakusanoiksi tai yhdistää niitä enemmän käytettyjen vähemmän relevanttien hakusanojen kanssa.

5.4.2 Valitut hakusanat

Hakusanojen valintaprosessissa otettiin huomioon useita seikkoja. Näistä tärkeimpinä katsottiin hakusanan merkittävyyttä pelin ominaisuuksien kannalta sekä hakusanoilla tehtyjen hakujen määrää.

TAULUKKO 3. Optimointiprosessissa valitut hakusanat

Hakusana	Hakusana
epic gliding adventure	fast paced flying journey
epic gliding game	beautiful environments
fun customizable characters	Collect coins
upgrade	hidden secrets
pick-ups	unlock customizable characters
pet	3D arcade adventure
fast paced flying game	touch controls
upgradeable gliders	hidden secret gems
challenging environments	epic rewards
explore worlds	multiple gliders

Ensimmäisenä suurena muutoksena entisiin hakusanoihin on huomattava hakusanojen pituus. Aikaisemmin käytetyt hakusanat olivat pääsääntöisesti yhden sanan mittaisia. Tällä tavoin saadaan tarkemmin käyttäjien hakuja vastaavia hakusanoja, jotka kuvastavat pelin ominaisuuksia tarkemmin. Pitemmät monisanaiset hakusanafraasit myös sisältävät useampia eri kombinaatioita sanoista ja näin ollen nostavat hakusanojen kokonaismäärää kauppakuvauksessa.

Oleellisimmat hakusanat ovat ”*3D arcade adventure*”, ”*fast paced flying adventure*” sekä ”*explore worlds*”. Näitä hakusanoja pyritään käyttämään sovelluksen nimessä sekä lyhyessä kuvauksessa niin paljon, kuin mahdollista.

5.5 Lopullinen optimoinnin tuotos

Lopullisesta optimoinnin tuotoksesta voidaan nähdä, kuinka hakusanoja on käytetty tekstin seassa. Tavoitteena oli saada hakusanoja esiintymään tekstin joukkoon luontevasti, ettei teksti näytä vain isolta listalta luoteltuja hakusanoja. Tämä on myös kielletty Google Play Kaupan ohjesäännöissä.

5.5.1 Sovelluksen nimi

Lopullinen valittu sovelluksen nimi on: ”*Grand Gliders - 3D Arcade Adventure*”. Nimen valinnassa otettiin huomioon useita tekijöitä. Nimervalintaprosessissa täytyi ottaa huomioon hakusanojen oleellisuus sekä nimen houkuttelevuus latauksia ajatellen. Nimen ollessa ikonin kanssa ensimmäinen asia, jonka käyttäjät näkevät kaupaa selatessa, on tärkeää hakusanojen lisäksi huomioida myös houkuttelevuus.

Nimessä haluttiin korostaa, että peli on kolmiulotteinen ja parantaa ”3D” hakusanan sijoituksia. Koska pelissä liidellään erinäköisissä maailmoissa, valittiin myös lisäksi myös ”Arcade” sekä ”Adventure” hakusanat käytettäväksi nimessä. Hakusanat olivat oleellisia pelin kannalta sekä niistä muodostuva pitkä monisanainen hakusanafraasi ”3D Arcade Adventure” oli sekä hakusanaoptimoinnin kannalta oleellinen, että myös visuaalisesti miellyttävän näköinen.

5.5.2 Lyhyt kuvaus

Lopullinen valittu sovelluksen lyhyt kuvaus on: ”*Go on a fast paced flying adventure and explore worlds with multiple gliders*”. Olennaiset hakusanat lyhyessä kuvauksessa ovat: ”*fast paced flying adventure*”, ”*explore worlds*” sekä ”*multiple gliders*”. Kuten sovelluksen nimessä, otettiin myös oleellisesti lyhyessä kuvauksessa mukaan tekstin visuaalisuus, koska lyhyt kuvaus on ensimmäinen kuvaus pelistä, jonka käyttäjä näkee.

Lyhyessä kuvauksessa haluttiin tuoda esiin, että pelistä löytyy nopeitempoista lentelyä koska se on yksi pelin pääelementeistä ja kuvastaa pelin pelattavuutta olennaisesti. Tästä johtuen ”*fast paced flying adventure*” on olennainen hakusanafraasi lyhyessä kuvauksessa. Tämä fraasi myös sisältää kaksi erillistä lyhympää hakusanafraasia, ”*fast paced flying*” ja ”*flying adventure*”. Tämä vahvistaa hakusanoja ja lisää vaihtoehtoja koko fraasin lisäksi hakutuloksissa lyhyempien hakusanojen kautta.

5.5.3 Pelin kuvaus

Pelin kuvaukseen sijoitettiin hakusanoja valittujen hakusanojen listasta (taulukko 3). Huomioon otettiin tietenkin hakusanojen soveltuvuus tekstin joukkoon luontevasti. Pitkässä kuvauksessa kuitenkin voidaan käyttää hakusanoja vähän vapaammin, koska tilaa käytettäväksi on huomattavasti enemmän kuin pelin nimessä tai lyhyessä kuvauksessa.

Get ready for an epic gliding adventure! Grand Gliders takes you to a fast paced flying journey like you haven't seen before! This epic gliding game has everything from beautiful environments to fun customizable characters. Become the best glider pilot!

Glide through the levels and explore the worlds. Collect coins and upgrade your gliders for even better results! Customize your characters, take on the challenges and go on a search for hidden secrets! You think you can find all of the hidden secrets?

► **Easy to learn, hard to master!**

Drag your finger on the screen and master this epic flying game! Defy the physics and watch out for the wind. Make use of pick-ups such as magnets to collect all the coins and get a three star ranking on all the levels!

► **Unlock and upgrade!**

Collect coins around the worlds and use them to upgrade your gliders. Unlock customizable characters and find the perfect combination for you!

► **Don't worry, you're not alone!**

Even the best glider pilot needs a companion! Your lovely pet Compadre is there to help you collect the coins! Check out that mustache!

► **Game Features:**

- Fast paced flying game with intuitive touch controls
- Ten different upgradeable gliders
- Ten customizable characters with varying backgrounds
- Two different worlds with ten exciting levels each
- Collectables such as coins and hidden secret gems
- Challenging achievements with epic rewards
- Your lovable companion Compadre gives you assistance

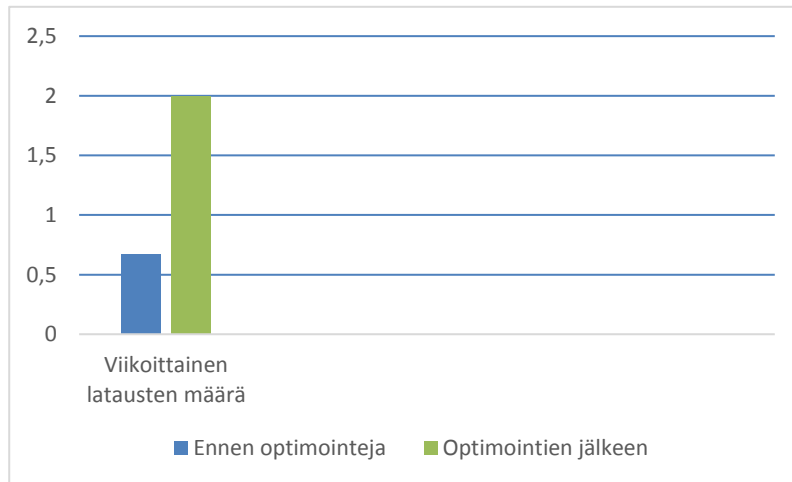
The game includes in-app purchases. You can set up password protection for in –app purchases in the settings of your Google Play Store app.

KUVA 7. Grand Gliders pelin kauppasivun kuvaus päivityksen jälkeen.

Yllä olevasta kuvasta (kuva 7) voidaan heti nähdä, että hakusanojen lisäksi on myös painostettu tekstin visuaaliseen puoleen. Tekstiä on huomattavasti enemmän mutta se on jaettu suurempaan määrään kappaleita. Lisäksi kuvaukseen lisättiin otsikoita tekemään lukemisesta miellyttävämpää. Otsikot toimivat myös hakusanoina, ja ne hyödyttävät samalla myös hakusanojen sijoituksia.

5.6 Tulokset

Muutokset Grand Gliders-pelin kauppasivulle toteutettiin 06.04.2018. Muutosten seuranta aika oli 3-viikkoa. Koska hakusanaoptimointi on pitkä prosessi, tulee ottaa huomioon, että parannuksien tekemistä ja jatkotutkimuksien tekemistä on tehtävä myös tulevaisuudessa. Tältä ajalta saadaan kuitenkin idea siitä, kuinka prosessin tuloksia voidaan nähdä lyhyelläkin aikavälillä.



Kuvio 1. Grand Gliders-pelin latausten keskiarvo viikoittaisesti.

Seuranta aikana Grand Gliders-peli ladattiin 6-kertaa (06.04.2018–27.04.2018). Latausten määrä verrattuna aikaisemman jakson viikkokeskiarvoon saatiin kolminkertaistettua. Vaikka latausmäärällisesti tämä muutos ei ole suuri, on prosentuaalinen muutos kuitenkin suuri.

Hakusanojen sijoitukset optimointien jälkeen ovat edelleen huonoja. Hakusanat eivät sijoitu näkyville sijoille hauissa. Koska pelillä ei ole suurta määrää liikennettä Google Play Kaupassa, on haastavaa päästä hyville sijoituksille hauissa. Vaikuttavana tekijänä tähän on myöskin se, että seuranta-aika oli lyhyt. Jatkossa tavoitteena on pidentää seuranta-aikaa huomattavasti, että saataisiin tarkempia tuloksia.

6 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi sujui mielestäni hyvin. Kaikki suunnitellut asiat saatiin toteutettua tarpeen mukaisilla menetelmillä. Ongelmana opinnäytetyöprosessissa oli moneltakin osaa tiukka aikataulu. Varsinkin Grand Gliders-pelin hakusanojen optimoinnin tulosten seurantaan olisi voitu käyttää huomattavasti pidempi aika.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia hakusanojen sijoituksiin vaikuttavia tekijöitä sekä toteuttaa konkreettinen tutkimus hakusanojen optimoinnista. Hakusanojen sijoituksiin vaikuttavia tekijöitä löydettiin useita. Tavoitteen toteutumista on omasta mielestäni hankala mitata, koska tarkkoja vaikuttavia tekijöitä ei ole tiedossa opinnäytetyön tekemisen aikana.

Omasta mielestäni kuitenkin onnistuttiin löytämään tärkeimmät tekijät hakusanojen sijoituksiin liittyen. Näiden tekijöiden toimivuutta tukevat useat lähteet, sekä opinnäytetyössä tehty Case Study.

Lähteiden käyttäminen sekä niiden löytäminen olivat suurimpia haasteita opinnäytetyöprosessissa. Koska Google ei paljasta, kuinka Play Kaupan algoritmit toimivat ei täysin varmaa tietoa asiasta voida saada. Tästä johtuen on vaikeaa tietää, mihin tietoon voi luottaa. Tietoa löytyy kyllä aiheesta monestakin lähteestä, joista useimmat ovat alalla olevien ammattilaisten kirjoittamia blogeja tai muita julkaisuita. Lähteissä käytetyt menetelmät olivat pääasiassa samantapaisia mutta pieniä eroja voidaan huomata.

Koska kaikkia hakusanojen sijoituksiin vaikuttavia tekijöitä ei tällä hetkellä tiedetä, on usein vaikea sanoa mitkä asiat tarkalleen vaikuttavat tuloksiin. Tästä johtuen voi samoilla menetelmillä kuin lähteessä suositellut olla erilaisia tuloksia, kun kyseessä on erityyppinen sovellus. On vaikea arvioida, kuinka paljon vaikuttavia tekijöitä on hakusanojen optimointiin.

Opinnäytetyöprosessiin kuului Case Studyn toteuttaminen liittyen Grand Gliders sovelluksen optimointiin. Case Studyn toteutuksessa ehdottomasti suurin haaste oli vähäinen aika. Kuten opinnäytetyössä mainitaan, on hakusanojen optimointi pitkäkestoinen pro-

sessi, joka saattaa kestää jopa koko tuotteen elinkaaren ajan. Tavoitteena kuitenkin opinnäytetyön puitteissa oli tutkia ja selvittää menetelmiä, millä voidaan parantaa näkyvyyttä hauissa ja saada lisää latauksia tuotteille.

Vaikka Grand Gliders-pelin hakusanat eivät vielä kirjoitushetkellä ole hyvillä sijoilla hakutuloksissa, on otettava huomioon, että latausten määrät silti kasvoivat. Tästä johtuen pidän tutkimusta onnistuneena, koska latausten määrää saatiin nostettua. Googlen sijoituksiin vaikuttavat algoritmit ottavat useita asioita huomioon ja uskoisin että tästä johtuen latausten määrä kasvoi huomattavasti, vaikka hakusanat eivät vielä sijoitukaan näkyville paikoille hauissa.

Omasta mielestäni jatkokehitys sekä tutkimus olisi aiheen piirin sisällä hyvin tärkeää toteuttaa. Hakusanojen optimointi on todella laaja ja pitkä prosessi, joka muuttuu ajan myötä. Google saattaa tehdä muutoksia algoritmeihin, jotka voivat muuttaa koko hakusanaoptimoinnin toimivuutta suuntaan tai toiseen.

Oma suositus jatkokehitykselle olisi suorittaa A/B-testausta, niin että muutetaan pieni asia kerrallaan ja seurataan tuloksia. Hakusanoissa suositeltavaa olisi panostaa jatkossa entistä enemmän pitkiin, monisanaisiin fraaseihin. Pitkät monisanaiset hakusanat ovat huomattavasti tehokkaampia mutta niiden löytäminen ja tutkiminen ovat hyvin hidasta sekä työlästä. Suositeltava odotusaika ennen uusia muutoksia hakusanoihin on 2-4 viikkoa. Tästä johtuen jatkokehityksessä tulisi varata huomattavasti enemmän aikaa kuin opinnäytetyöprosessissa oli käytettävänä.

Jatkokehitystä tehdessä tulisi ottaa myös huomioon Applen App Store-palvelussa käytetyt menetelmät. Koska suurin osa peleistä julkaistaan sekä Google Play Kauppaan, että Applen App Store-palveluun, on olennaista perehtyä molempien menetelmiin. Osa menetelmistä on hyvin samantapaisia, mutta niiden välillä on myös merkittäviä eroja.

Koska tässä opinnäytetyössä ei käsitelty graafisten elementtien optimointimenetelmiä, tulisi ne myös jatkokehityksessä ottaa huomioon. Graafisilla elementeillä kauppasivuilla on suuri vaikutus latausmääriin, ja niillä voidaan tukea hyvin optimoituja hakusanoja.

LÄHTEET

Glauninger, S. 2017. What to know about App Title & Description in Google Play ASO. Luettu 11.04.2018. <https://medium.com/app-radar-highlights/what-to-know-about-app-title-description-in-google-play-aso-d29a8f795db0>

Number of Android applications. 2018. Luettu 11.04.2018. <https://www.apbrain.com/stats/number-of-android-apps>

Dettmer, A. 2017. Which Factors Affect the App Store Rankings? Luettu 11.04.2018. <https://www.ayetstudios.com/blog/app-store-optimization/app-store-ranking>

Mourão, E. 2016. App Name » How to Write an App Title that Drives Downloads. Luettu 10.04.2018. <https://appradar.com/academy/app-store-optimization-guide/app-title/>

Zolotareva, K. 2017. How to Do ASO for Android Apps on Google Play Store – Ultimate Guide for 2018. Luettu 17.04.2018. https://thetool.io/2017/how-to-optimize-google-play-aso-guide#Short_Description

Kwakyi, G. 2016. Should you Change Your App Category? Luettu 16.04.2018. <https://incipia.co/post/app-marketing/should-you-change-your-app-category/>

Peris, D. n.d. How to optimize Google Play Store app details page. Luettu 14.04.2018. <https://www.apptamin.com/blog/optimize-play-store-app/>

Three good reasons to target long tail keywords! n.d. Luettu 15.04.2018. <https://www.wordtracker.com/academy/keyword-research/guides/long-tail-keywords>