

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2020

Johanna Järäinen

# HAKUKONEOPTIMOINTI- KOULUTUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous

2020 | 30 sivua, 66 liitesivua

Johanna Järäinen

# HAKUKONEOPTIMOINTIKOULUTUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää millä eri tavoin varmistetaan laadukkaan koulutuksen toteutuminen. Toisena tavoitteena oli kirjoittajan oma ammatillinen kehittyminen kouluttajana. Työssä analysoidun ja kehitettävän koulutuksen aiheena oli hakukoneoptimointi.

Työssä johdatetaan lukija varsinaiseen koulutusaiheeseen hakukoneoptimointiin, pohditaan koulutuksen ja esitysmateriaalien suunnittelussa huomioitavia asioita, sekä käsitellään kouluttajan tehtäviä itse koulutustilanteessa. Lisäksi työssä esitellään hyvän kouluttajan ja hyvän koulutuksen ominaisuuksia, sekä onnistuneen lopputuloksen varmistavia tekijöitä.

Opinnäytetyön tuloksena saatiin selville, millä tavoin voidaan varmistaa laadukas lopputulos koulutuksen osallistujalle, sekä kartoitettiin tekijöitä, jotka huomioimalla kouluttaja voi kehittyä omassa työssään. Tulokset saatiin havaintojen, reflektoinnin sekä aiheeseen liittyvän tietopohjan avulla.

Tuloksia voidaan hyödyntää ja soveltaa kaikkien tulevien koulutusten suunnitteluun ja toteutukseen.

## ASIASANAT:

koulutus, opetus, kouluttaminen, Hakukoneoptimointi, SEO, digitaalinen markkinointi, Google

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business

2020 | 30 pages, 66 pages in appendices

Johanna Järäinen

# PLANNING AND IMPLEMENTING - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION TRAINING

The aim of the thesis was to find out different factors in the process of planning and implementing of a successful training. Another goal was - professional development as trainer. The topic of the training analyzed and developed in this study is Search Engine Optimization.

The thesis introduces the training subject Search Engine Optimization, discusses the factors to be considered in the planning phase of the training and presents trainer's tasks during the training. The characteristics of a good trainer and a good training are presented, as well as the factors that can ensure a successful outcome.

As a result of the thesis, it was found out how to ensure a high-quality end result for the training participant. Additionally, the factors that the trainer can develop in her or his own work are identified. The results were obtained through observations, reflection and related literature.

The results can be utilized and applied to the implementation of all future trainings.

## KEYWORDS:

training, teaching, education, Search Engine Optimization, SEO, digital marketing, Google

# SISÄLTÖ

<b>KÄYTETYT LYHENTEET JA SANASTO</b>	<b>6</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>7</b>
<b>2 HAKUKONEOPTIMOINTI JA GOOGLE</b>	<b>8</b>
2.1 Hakukone Google	8
2.2 Näin Google tarjoaa hakutulokset	9
2.3 Hakukoneoptimoinnin suunnittelu	10
2.4 Hakukoneoptimoinnin toteutus	11
<b>3 KOULUTUKSEN SUUNNITTELU</b>	<b>13</b>
3.1 Kohderyhmä ja koulutustarve	13
3.2 Koulutuksen tavoite	14
3.3 Koulutuksen sisältö	14
<b>4 KOULUTUSMATERIAALIN SUUNNITTELU</b>	<b>17</b>
4.1 Graafiset ohjeet	17
4.2 Interaktiivisuus	18
4.3 Tehtävät	20
<b>5 KOULUTUSTILANNE</b>	<b>24</b>
5.1 Esiintyminen ja koulutuksen eteneminen	24
5.2 Osallistujat	26
<b>6 YHTEENVETO</b>	<b>29</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>30</b>

## LIITTEET

Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali



## KUVAT

Kuva 1. Googlen hakutulossivu.	9
Kuva 2. Koulutusmateriaali, dia 27: Hakusanatutkimuksen prosessi.	10
Kuva 3. Koulutusmateriaali, dia 12: Hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä.	11
Kuva 4. Koulutusmateriaali, dia 125: Lean-malli hakukoneoptimoinnissa.	12
Kuva 5. Koulutusmateriaali, dia 2: Koulutuksen sisältö.	15
Kuva 6. Koulutusmateriaali, dia 14: Miten hakukoneet toimivat?	18
Kuva 7. Koulutusmateriaali, dia 16: Yli 200 vaikuttavaa tekijää.	19
Kuva 8. Koulutusmateriaali, dia 99: SEO + UX	19
Kuva 9. Koulutusmateriaali, dia 24: Ajatustehtävä Google-hausta.	21
Kuva 10. Koulutusmateriaali, dia 44: Vertailutehtävä metatiedoista.	21
Kuva 11. Koulutusmateriaali, dia 39: Hakusanatutkimustehtävä	22
Kuva 12. Google PageSpeed Insights online-työkalu sivun nopeuden arvioimiseen.	23

## KÄYTETYT LYHENTEET JA SANASTO

Hakusanamainonta	Valituilla hakusanoilla mainostamista hakukoneessa.
Hakutuloksen napsautussuhde	Hakutuloksen näyttökerrat jaettuna hakutuloksen klikkausten määrällä.
Metatiedot	Hakukoneen hakutulossivulla näkyvät otsikot ja kuvaukset.
Neil Patel Ubersuggest -työkalu	Työkalu, jonka avulla voidaan tehdä hakusana- ja kilpailijatutkimusta suunnitteluvaiheessa.
SEO	Lyhenne sanoista Search Engine Optimization, eli hakukoneoptimointi.
UX	Lyhenne sanoista User Experience, eli käyttäjäkokemus.

# 1 JOHDANTO

Markkinoinnin muuttuvassa maailmassa hakukonemarkkinoinnista on tullut viime vuosikymmenen aikana tärkeä osa yritysten markkinointistrategiaa, sillä nykypäivänä tiedonhaku aloitetaan yhä useammin hakukonetta käyttämällä. Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan toimenpiteitä, joiden avulla pyritään parantamaan www-sivuston sijoitusta hakukoneen hakutulossivuilla niin, että sivusto saavuttaa yrityksen palvelua tai tuotetta etsivät henkilöt, jotka ovat useassa tapauksessa potentiaalisia asiakkaita. Markkinoinnin omana "alalajina" hakukonemarkkinointi on vielä hyvin nuori. Hakukoneet ja niiden käyttö yleistyivät vasta 2000-luvulla, jonka ansiosta koko ala syntyi. Hakukonemarkkinoinnin parissa työskenteleville on tyypillistä jatkuva uuden oppiminen ja oman itsensä ammatillinen kehittäminen hakukoneiden alati muuttuvassa ympäristössä. Hakukoneoptimointi on vakiinnuttanut osansa yrityksen markkinointistrategiasta, mistä johtuen tarve osaamiselle ja kysyntä koulutuksille on kasvanut.

Opinnäytetyö on toiminnallinen työ hakukoneoptimointikoulutuksen suunnittelusta ja toteutuksesta. Koulutuksessa käytettävät koulutusmateriaalit ovat työn liitteenä. Olen valinnut aiheen omasta tarpeesta työelämässä, kun pääsin uuteen tilanteeseen, jossa minulle tarjottiin mahdollisuutta aloittaa asiantuntijakoulutusten pitäminen. Opinnäytetyön tavoitteena on kehittyä kouluttajana ja selvittää, millä eri tavoin varmistetaan koulutuksen laatu loppukäyttäjälle, eli koulutuksen osallistujalle. Opinnäytetyö sopii erityisesti aloittavalle kouluttajalle ja kouluttajaksi ryhtyvälle, joka on päässyt samanlaisen tilanteen eteen työelämässä ja pohtii miten kouluttaminen otetaan haltuun.

Aloitan opinnäytetyön johdattelemalla lukijan varsinaiseen koulutusaiheeseen hakukoneoptimointiin. Seuraavaksi esitän koulutuksen suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä, sekä omia havaintojani materiaalin ja pohjatyön vaikutuksesta koulutustilanteeseen. Lopuksi esitän koulutustilanteeseen, koulutustekniikoihin ja esiintymiseen liittyviä tekijöitä, tuon esille omia havaintojani pitämistäni hakukoneoptimoinnin koulutuksista, sekä reflektoin itseäni kouluttajana.

## 2 HAKUKONEOPTIMOINTI JA GOOGLE

Tässä luvussa esittelen varsinaisen koulutusaiheen ja käytän tukena koulutuksen materiaaleja havainnollistamaan opetettavaa aihetta.

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan toimia, joilla pyritään parantamaan www-sivuston näkyvyyttä hakukoneissa. Hakukoneoptimoinnin toimenpiteillä voidaan parantaa sivuston sijoitusta hakukoneen hakutulossivulla niin, että sivusto saavuttaa todennäköisemmin yrityksen palvelua tai tuotetta etsivät henkilön, ja parhaassa tapauksessa voittaa kilpailevat yritykset hakutulossijoituksissa.

Hakukonetta käyttävillä henkilöillä on usein jokin kysymys tai tarve, johon he etsivät vastausta. Tästä syystä hakukonetta käyttävä henkilö on usein ostovalmiudessa oleva potentiaalinen asiakas. Ennen hakukoneoptimoinnin toimenpiteiden aloittamista on tärkeää tutkia, millä hakusanoilla ja termeillä yrityksen palveluja haetaan. On myös tärkeää perehtyä kilpailutilanteeseen, eli kilpailevien yritysten näkyvyyteen hakukoneissa.

Hakukonemarkkinointi on erittäin mitattavaa ja hakukoneoptimoinnin tuloksia on mahdollista seurata erilaisilla työkaluilla ja ohjelmilla, joita koulutuksessa esitellään.

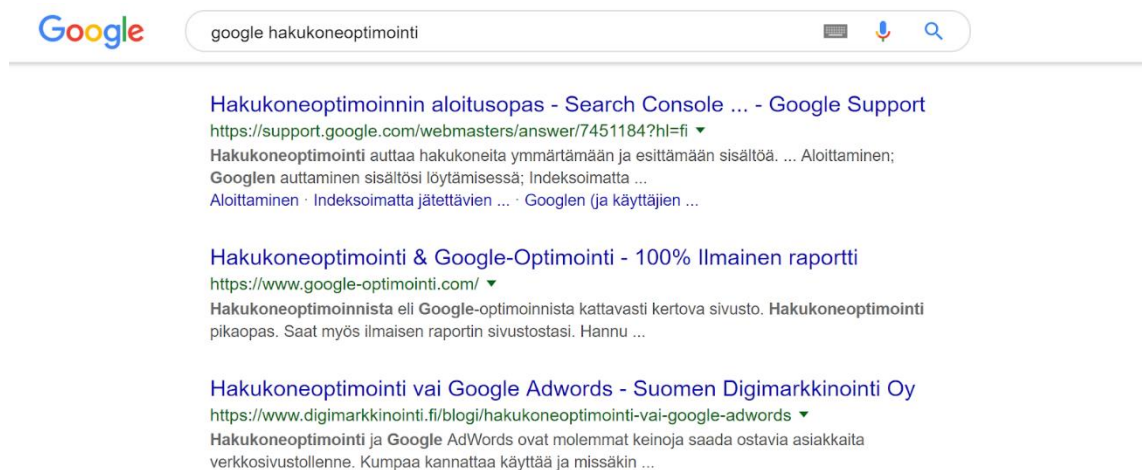
### 2.1 Hakukone Google

Hakukone Googlen osuus kaikista käytettävistä hakukoneista on maailmanlaajuisesti selkeästi suurin, kun tarkastellaan hakukoneiden käyttöön liittyvää статистиikkaa. Googlen maajohtajana toimivan Antti Järvisen mukaan Suomessa tehdään päivittäin keskimäärin 30 miljoonaa erillistä Google-hakua. (Tivi, 2016) Suomessa käytettävistä hakukoneista Google on selkeästi ykkönen: StatCounterin mukaan joulukuussa 2019 Googlen osuus Suomessa käytettävistä hakukoneista oli yli 96 %. (StatCounter, 2020)

Yleisesti voidaan ajatella, että hakukoneoptimointi toimii pääpiirteittäin samalla tavalla kaikille hakukoneille. Googlen ollessa selkeästi käytetyin hakukone, tulee myös hakukoneoptimointia edistävien toimenpiteiden keskittyä ensisijaisesti hakukone Googleen ja Googlen algoritmipäivityksiin.

## 2.2 Näin Google tarjoaa hakutulokset

Joka kerta kun haku suoritetaan, Google pyrkii tarjoamaan olennaiset sivut listattuna, joiden joukosta hakija voi löytää etsimänsä tiedon. Googlen indeksointirobotit käyvät jatkuvasti verkon sisältöä läpi keräten dataa tietokantaan. Haun hetkellä hakukone pyrkii esittämään tietokannan, eli Google-hakemiston eri verkkosisällöt hakutuloksissa käyttäjälle hyödyllisimmistä alaspäin.



Kuva 1. Googlen hakutulossivu.

Hakurobotti jota Google käyttää tiedon noutamiseen on nimeltään Googlebot. Indeksointirobotteja voidaan yleisesti kutsua myös nimillä botit, spiderit tai crawlerit. Bottien sivujen läpikäyntiprosessia kutsutaan termillä "crawling" ja tiedon tallentamista kirjastoon termillä "indexing".

Googlen mukaan hakua vastaava osuvuus mitataan yli 200 tekijän avulla. Tarkkaa tietoa näistä tekijöistä tai niiden painoarvoista ei ole kuitenkaan saatavilla julkisesti, mutta alan toimijat tekevät paljon tutkimusta eri aiheista ja vaikutustekijöistä, jonka ansioista hakukoneoptimoinnin tarvittavista toimepiteistä voidaan tehdä tarkkoja päätelmiä.

Google pyrkii palvelemaan käyttäjää, mistä johtuen hakutuloksiin vaikuttaa verkkosivuston tekstisisällön ja teknisen rakenteen lisäksi myös esimerkiksi käyttäjän konteksti, käyttäjäsignaalit, sekä sivun käyttökokemus. Maantieteellinen sijainti ja kieli ovat merkittävä osa hakijan kontekstia, jotta hakukone osaa tarjota tuloksia oikealla kielellä ja hakijan sijainnin huomioiden. Käyttäjäsignaaleista hyvä esimerkki on hakutuloksen napsautussuhde, jonka noustessa kilpailijoiden nähden Google alkaa

näyttämään sivua paremmilla sijoituksilla. Sivun käyttökokemukseen taas vaikuttaa suuresti muun muassa sivun latautumisenopeus, navigointi sekä käytettävyys mobiililaitteella.

## 2.3 Hakukoneoptimoinnin suunnittelu

Hyvin ja oikeaoppisesti toteutettuna hakukoneoptimointi alkaa aina perusteellisella hakusanatutkimuksella. Hakusanatutkimuksen avulla saamme tietää, miten yritykselle relevantteja palvelu- tai tuotehakuja tehdään hakukone Googlessa. Tutkimuksen avulla on mahdollista selvittää kuinka iso hakuvolyymi hakutermillä on ja millä maantieteellisillä alueilla haut tapahtuvat. Hakuvolyymilla tarkoitetaan tietyn hakusanan tai termin keskimääräistä kuukausittaista lukumäärää hauissa tietyllä maantieteellisellä alueella.

Hakusanatutkimusta voidaan käyttää myös pohjana hakusanamainonnan suunnitteluun, sekä sisältömarkkinoinnin tukena, kun halutaan ymmärtää asiakkaiden tarpeita paremmin.

### Hakusanatutkimuksen prosessi

1. Tee lista optimoitavista sivuista.
2. Ideoi, etsi ja kirjoita lista niihin sopivista mahdollisista hakusanoista.
3. Analysoi löytämiesi hakusanojen hakuvolyymia.
4. Tee kilpailija-analyysia.
5. Valitse itsellesi sopivimmat hakusanat ja optimoi sivusi valitsemiesi hakusanojen ympärille.



Kuva 2. Koulutusmateriaali, dia 27: Hakusanatutkimuksen prosessi.

Hakusanatutkimuksen tavoitteena on löytää yritykselle ja yrityksen palveluille relevantit ja kilpailukykyiset hakusanat. Ennen tavoiteltavien hakusanojen valintaa tulee selvittää myös, millä hakusanoilla sivusto näkyy tällä hetkellä ja miten eri hakutermit suoriutuvat.

Tähän hyvä työkalu on Google Search Console, joka antaa käyttäjälle tietoa miten verkkosivusto suoriutuu Google haussa.

Strategisten hakusanojen valinnan jälkeen luodaan optimointisuunnitelma, jonka tavoitteena on toimia ohjeistuksena hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä tehdessä. Optimointisuunnitelmasta voidaan käyttää myös nimeä avainsanakartta tai hakusanakartta.

## 2.4 Hakukoneoptimoinnin toteutus

Hakukoneoptimoinnin toimenpiteet voidaan jakaa sivuston sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Sivuston sisäisellä optimoinnilla tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä ja muutoksia, joita tehdään suoraan sivustolle, kuten esimerkiksi tekstisisällön mukauttamista hakusanarikkaammaksi tai kuvien tiedostokoon pienentämistä sivuston nopeuttamiseksi. Ulkoisista tekijöistä painoarvoltaan tärkeä esimerkki on ulkoiset, eli muilta sivustoilta saapuvat linkit, jotka kasvattavat sivuston luotettavuutta ja tätä kautta vaikuttavat hakukonesijoituksiin.

## Sivuston sisäinen ja ulkoinen SEO

12

### Sisäinen

- Metatiedot
- Sisältö ja teksti
- Otsikointi
- Navigaatio
- Sisäiset linkitykset
- Kuvien Alt-tekstit
- Lisäksi esimerkiksi: mobiili-ystävällisyys, sivuston nopeus, tuplisisällön korjaaminen, jäsenelty data

### Ulkoinen

- Linkkien rakennus
- Käyttäjäsignaalit
- Sosiaaliset signaalit

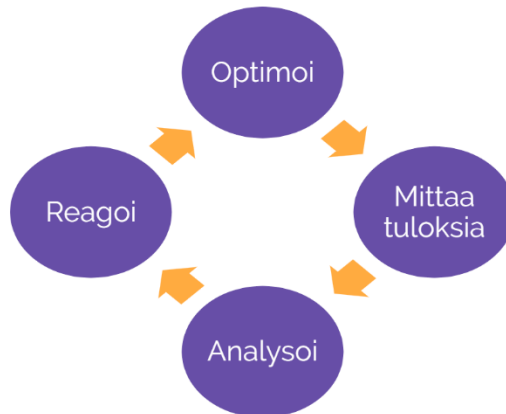


Kuva 3. Koulutusmateriaali, dia 12: Hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä.

Hakukoneoptimoinnin toimenpiteiden vaikutusta on mahdollista seurata eri työkaluilla, joista hyvät esimerkit ovat Google Analytics, Google Search Console ja maksullinen

ohjelmisto SEMrush. Parhaassa tapauksessa hakukoneoptimointia tehdään sivustolle jatkuvasti, tuloksia seurataan ja niihin reagoidaan LEAN-mallin mukaisesti. (Kuva 4. Koulutusmateriaali, dia 125: Lean-malli hakukoneoptimoinnissa.)

## Jatkuva tulosten seuranta ja parantaminen (LEAN-malli) <sup>125</sup>



Kuva 4. Koulutusmateriaali, dia 125: Lean-malli hakukoneoptimoinnissa.



## 3 KOULUTUKSEN SUUNNITTELU

Koulutusten suhteen sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pitää paikkaansa, eikä koulutustilanteeseen voi mennä ilman ennakkovalmisteluja, riippumatta asiantuntijuuden tasosta. Koulutuksen ennakkovalmisteluja ja suunnittelua helpottaa, jos on aiemmin ollut vastaavanlaisessa tilanteessa kouluttajan roolissa. Tätä kautta kouluttaja osaa paremmin hahmottaa ja kuvitella itsensä koulutustilanteeseen, kun suunnittelee vaikkapa kokonaan uuden koulutuksen sisältöä ja kulkua.

### 3.1 Kohderyhmä ja koulutustarve

Koulutusta suunnitellessa on tärkeää tietää keitä osallistujat ovat ja millaisissa työtehtävissä he työskentelevät. Kesäyliopistojen koulutukset ovat avoimia kaikille, mutta pääosin hakukoneoptimoinnin koulutuspäiviin osallistuu viestintä- tai markkinointitehtävien parissa työskenteleviä henkilöitä, sekä yrittäjiä, jotka haluavat laajentaa osaamistaan oman yrityksen markkinoinnissa. Osallistujilta ei odoteta ennakkotietoja hakukoneoptimoinnista, mutta hyvä tietotekninen osaaminen ja kokemus markkinointitehtävistä auttavat sisäistämään koulutuspäivän sisältöä.

”Oppimisen ovi on sisältäpäin suljettu”, mikäli osallistuja ei ole motivoitunut oppimaan tai aihe ei kiinnosta. (Kupias & Koski 2012, 39) Kesäyliopistojen koulutusten kohderyhmän erityispiirteenä on suuri motivaatio ja halu oppia, sillä henkilöt ovat usein itse hakeutuneet koulutukseen. Kohderyhmän ollessa motivoitunut oppimaan, kouluttaminen on mielekästä ja osallistujat hyötyvät koulutuksesta maksimaalisen paljon.

Kun kohderyhmä on tiedossa etukäteen, koulutuksen suunnitteluvaiheessa voi tuoda paremmalla tavalla esimerkkejä ja neuvoja, jotka ovat mahdollisimman lähellä osallistujien omaa työtä. Tämä helpottaa osallistujia peilaamaan uutta oppimaansa suoraan omiin työtehtäviin. Mikäli koulutukseen osallistujien työnkuvaan kuuluu sisällön tuottaminen verkkosivuille, on tärkeämpää keskittyä hakukoneoptimoinnin sisällöntuotannollisiin asioihin esimerkiksi teknisten seikkojen sijaan. Mikäli koulutukseen osallistujat ovat pääosin verkkosivun kehittäjiä, on järkevämpää tuoda esille teknisempiä tärkeitä seikkoja, kuten sivuston nopeuden parantamisen vaikutus hakukonenäkyvyyteen.

Mikäli koulutuksen tilaajana on yritys tai organisaatio kesäyliopiston julkisen koulutuksen sijaan, kohderyhmässä voidaan lisäksi ottaa huomioon osallistujien toimiala. Hyvänä tapana on tutustua alan tyypillisiin seikkoihin ja miettiä etukäteen miten kyseisellä alalla toimivat voisivat hyötyä parhaiten hakukoneoptimoinnista antamalla paljon käytännön vinkkejä koulutuksessa.

### 3.2 Koulutuksen tavoite

Koulutuksen realistisen tavoitteen muodostamiseksi koulutuksen reunaehdot tulevat olla hyvin tiedossa etukäteen. Koulutuksen reunaehdot ovat kohderyhmä, käytettävissä oleva aika, sekä osallistujamäärä. (Kupias & Koski 2012, 24)

Koulutuksen tavoite määräytyy suoraan kohderyhmän oppimistarpeiden mukaan. Hakukoneoptimoinnissa koulutuksen oppimistavoitteet ja osallistujan ennakkoodotukset peilautuvat hänen toimeenkuvaansa, mielenkiinnon kohteisiin, sekä haasteisiin joita hän kohtaa työssään. Kesäyliopistojen hakukoneoptimoinnin koulutukseen tullaan usein myös avoimin mielin niin, ettei ennakkoon tiedetä tarkkaan mitä hakukoneoptimointi on ja miten sitä voi konkreettisesti hyödyntää omassa työssään.

Koulutusta suunniteltaessa on tärkeää asettua osallistujan asemaan ja pohtia, mitä konkreettista hän saa koulutuksesta omaan työhönsä. Asiantuntija muuttuu kouluttajaksi, kun hän arvioi miten oma asiantuntemus välittyy parhaalla tavalla osallistujalle, ja tukee hänen oppimistaan ja kehitystään. (Kupias & Koski 2012, 21) Koulutustavoitteen tunteminen etukäteen on tärkeää suunnitteluvaiheessa, sillä se helpottaa hyvien käytännönläheisten esimerkkien ja tosielämän tilanteiden keräämistä.

### 3.3 Koulutuksen sisältö

Hakukoneoptimointi on laaja aihe, josta voisi järjestää useamman päivän koulutuskokonaisuuden. Koulutussisällön aihetta rajattaessa ja suunniteltaessa on pidettävä mielessä, että koulutus on suunnattu henkilöille, joilla ei välttämättä ole aiempaa kokemusta aiheesta. Sisältöä suunniteltaessa on siis erityisen tärkeää asettua aloittelijan asemaan.

Kouluttajan kiusauksena on usein halu antaa kaikkensa, jonka seurauksena saattaa olla asiaa täyteen tuupattu sisältö. Tällaisessa tilanteessa esitys voi edetä liian kiiruhtavalla tahdilla, jolloin vasta aiheeseen tutustuva osallistuja ei kykene sisäistämään ja oppimaan kuulemaansa kunnolla. Liikaa asiaa sisältävässä koulutuksessa saattaa myös loppua aika kesken, jonka seurauksena loppuosio edetään liian nopeasti tai pintapuolisesti. Esityksen asiasisällön määrä tulee olla oikeassa suhteessa käytettävissä olevaan aikaan, ja koulutuksen suunnitteluvaiheessa onkin tärkeää merkitä kunkin osion realistinen aika-arvio, jossa on tilaa myös mahdollisille kysymyksille ja keskustelulle. Koulutuksen rytmitystä helpottaa, kun asiasisältö on jaettu kokonaisuuksiin, jotka on jaoteltu aiheittain vielä pienempiin osioihin. (Marckwort & Marckwort 2013, 29–32)

## Päivän agenda

2

1. Hakukoneoptimoinnin perusteet
2. Google algoritmi
3. Hakusanatutkimus
4. Sivujen sisäinen optimointi
  - a. Metatiedot
  - b. Sisältö ja teksti
  - c. Otsikointi
  - d. Kuvien optimointi
  - e. URL-osoitteet ja ankkuritekstit
  - f. Sisäiset linkitykset
  - g. Navigaatio
  - h. Tekniset asetukset
5. Sivujen ulkoinen optimointi
  - a. Ulkoiset linkitykset
  - b. Sosiaaliset signaalit
6. SEO-työkalupakki



Kuva 5. Koulutusmateriaali, dia 2: Koulutuksen sisältö.

Hakukoneoptimointikoulutus kestää seitsemän tuntia tauot sisältäen. Koulutuksen ensimmäinen tunti käytetään aiheen pohjustamiseen, jossa käsitellään mitä hakukoneoptimointi on ja mitä sillä tavoitellaan, miten Google tarjoaa hakutulokset, millaisia hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä voidaan tehdä, sekä mitkä ovat olleet viimeisemmät merkittävät Googlen algoritmipäivitykset. (Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali, diat 3–22)

Koulutuksen toinen tunti käsittelee hakusanatutkimusta, jonka aikana osallistujalle selviää mitä hakusanatutkimuksella tavoitellaan, miksi se on tärkeä osa hakukoneoptimoinnin suunnittelua ja mitä työkaluja oman tutkimuksen tekemiseen

voidaan hyödyntää. (Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali, diat 23–39)

Seuraava osio, sivujen sisäinen optimointi, on asiasisällöltään laajin ja vie näin ollen huomattavasti suurimman osan koulutuspäivän ajasta. Koulutusosion aikana käydään läpi sivustolle tehtäviä toimenpiteitä, jotka vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen. Osallistuja saa vastauksia muun muassa seuraaviin kysymyksiin: Mitä pitää ottaa huomioon metatietoja kirjoittaessa? Miten hakusanoja tulisi käyttää otsikoinneissa ja teksteissä? Entä mitkä asiat vaikuttavat sivuston nopeuteen? (Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali, diat 40–112)

Sivujen ulkoinen optimointi, ja etenkin sen alakohta ulkoisten linkkien rakennus, on sisällytetty mukaan koulutukseen sen painoarvonsa takia hakukonenäkyvyyden kannalta. Osiossa koulutuksen osallistuja ymmärtää sivustolle saapuvien ulkoisten linkkien tärkeyden, saa ideoita kuinka hankkia linkkejä omille sivuilleen, sekä tietää millä työkaluilla omien sekä kilpailijoiden sivujen ulkoisia linkkejä voidaan analysoida. (Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali, diat 113–123)

Koulutuksen loppuun on varattu esittelyaikaa työkaluille, joita voidaan käyttää hyödyksi hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä suunniteltaessa, sekä tulosten mittaukseen ja seurantaan. (Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali, diat 124–130)

Voidaan ajatella, että hakukoneoptimoinnin koulutus etenee kahdella eri näkökulmalla: vaikeus- sekä vaihejärjestyksessä. Koulutuksen osio ”sivuston sisäinen optimointi” (Liite 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutusmateriaali, diat 40–112) etenee vaikeusjärjestyksessä. Osio alkaa metatiedoilla, joka on yleisimmin tunnistettu toimenpide hakukoneoptimoinnissa, ja etenee kohta kerrallaan aina hieman haastavampiin aiheisiin. Koulutuspäivä kokonaisuudessaan etenee vaihejärjestyksessä, jossa ensimmäisenä käydään läpi hakusanatutkimus ja toimenpiteiden suunnittelu, toisena hakukoneoptimoinnin varsinaiset toimenpiteet, sekä kolmantena tulosten mittaus ja seuranta.

## 4 KOULUTUSMATERIAALIN SUUNNITTELU

Koulutusmateriaalin suunnittelu ja kokoaminen on koko koulutuksen työläin vaihe. Diaesityksen ja muun materiaalin suunnittelun alkuvaiheessa on tärkeää miettiä koulutuksen kulkua ja aiheiden jäsentelyä niin, että se mahdollistaa osallistujan maksimaalisen oppimisen ja koulutustilanteen mielekkyyden. Onnistunut diaesitys tukee parhaalla tavalla koulutusta, mutta ei ole kuitenkaan pääosassa. Lisäksi, hyvä diaesitys ei ole valmiiksi pureskeltu, vaan jättää tilaa oivalluksille ja haastaa osallistujat ajattelemaan itse. (Kupias & Koski 2012, 76)

Koulutusmateriaalia suunnitellessa on erityisen tärkeää miettiä käytännön koulutustilannetta osallistujan näkökulmasta, ja useassa tapauksessa materiaalin onnistumisen tai kehittämiskohteiden huomaaminen tapahtuu vasta itse koulutustilanteessa. Materiaalin tulee olla tarpeeksi selkeää asiasisällöltään, väreiltään ja tekstikooltaan. Erilaiset kuvat ja kaaviot tukevat aiheen opettamista ja helpottavat hahmottamista osallistujan näkökulmasta.

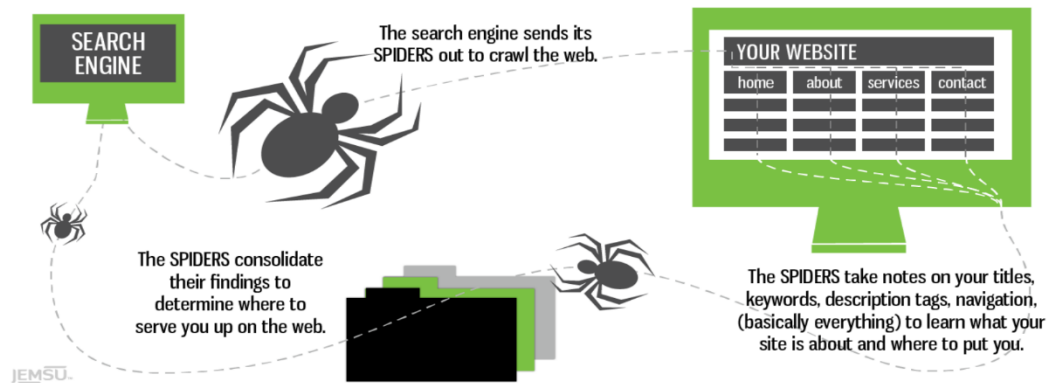
### 4.1 Graafiset ohjeet

Hyvä diaesitys on tyyliltään johdonmukainen, selkeä ja sisältää tarpeeksi vaihtelua mielenkiinnon ylläpitämiseksi. Jokainen yksittäinen dia on kokonaisuuden kannalta tarpeellinen ja merkityksellinen, sekä tukee oppimistavoitteita. Tekstin määrä tulisi pitää mahdollisimman vähäisenä ja nostaa vain tärkeimmät pointit mukaan diaan, jotta osallistuja tietää mikä on olennaisinta tietoa. Perussääntö on, että diat kannattaa pitää mahdollisimman yksinkertaisena. (Kupias & Koski 2012, 75–79)

## Miten hakukoneet toimivat?

14

How search engines work (nutshell version).



Kuva 6. Koulutusmateriaali, dia 14: Miten hakukoneet toimivat?

Koulutuksessa on useita aiheita, jotka on helpompi opettaa kuvia hyödyntämällä. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii hakukoneen toimintaprosessi, joka ilman visuaalista materiaalia usein mielletään haastavaksi ymmärtää. (Kuva 6. Koulutusmateriaali, dia 14: Miten hakukoneet toimivat?) Havainnollistava kuva, jossa hakurobotti Googlebot on kuvattu hämähäkinä, kertoo tarinan hakukoneen toimintaprosessin eri vaiheista: Sivujen läpikäynti, indeksointi sekä hakutulosten näyttäminen käyttäjälle. Kuvan käyttö tukee erityisesti visuaalista oppijaa, joka hyötyy siitä, että asiat näytetään kuvin tai kuvaillaan sanoin. Suurin osa väestöstä on visuaalisia oppijoita. (Peda.net, 2020)

Hakukoneoptimoinnin koulutusmateriaali noudattaa Mahon Digital Suomen graafista ohjeistoa, jossa määritellään logon käyttötapa, värit sekä kirjaintyytit.

### 4.2 Interaktiivisuus

Oleellinen asia, joka erottaa hyvän esityksen huonosta on se, että hyvässä esityksessä esiintyjä on vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. Hyvä esitys on ikään kuin keskustelua osallistujien kanssa monotonisen yksinpuhelun sijaan. Hyvä esiintyjä ottaa yleisöön kontaktia, niin sanallisesti kuin sanattomastikin, ja saa osallistujan miettimään, vastaamaan kysymyksiin mielessään sekä peilaamaan aiheita omiin kokemuksiinsa. (Marckwort & Marckwort, 2013, 13–14; 57–58)

## Google algoritmi

16

Algoritmit ovat tietokoneohjelmia, jotka etsivät vihjeitä ja palauttavat sinulle haluamasi **hakutuloksen**.

**200+ ?**



Kuva 7. Koulutusmateriaali, dia 16: Yli 200 vaikuttavaa tekijää.

## Tekniset asetukset

99

- Mobiiliystävällisyys
- Sivuston nopeus
- Sivustokartta
- Tuplisisältö-ongelmat



Kuva 8. Koulutusmateriaali, dia 99: SEO + UX

Interaktiivisen koulutuksen toteutumista edesauttaa suunnitteluvaiheessa tehty työstö, sekä erilaisten aktivointien ja tehtävien mukaan sisällyttäminen. Hakukoneoptimointikoulutuksessa on tehtävien lisäksi suoria välilyksymyksiä yleisölle, jolla joko johdatellaan aiheeseen, tai jolla ilmaistaan jokin tärkeä, hieman yllättäväkin

fakta. Googlen algoritmiin johdattelevassa osiossa olen lisännyt esityksen alareunaan numeron "200+", joka havainnoi Googlen hakutulossijoituksiin vaikuttavia tekijöitä. (Kuva 7. Koulutusmateriaali, dia 16: Yli 200 vaikuttavaa tekijää.) Toinen esimerkki interaktiivisuudesta on tekniset asetukset -osion alussa esiintyvä kuva "SEO ja UX", jolla havainnoidaan hakukoneoptimoinnin ja käyttäjäkokemuksen kulkemista käsi kädessä. (Kuva 8. Koulutusmateriaali, dia 99: SEO ja UX) Molemmissa kohdissa yleisölle esitetään suora kysymys: "Osaako joku arvata mitä tämä tarkoittaa?"

Koulutusmateriaalin välikysymykset, tehtävät, sekä aiheeseen johdattelevat kuvat aktivoivat yleisöä ja pitävät mielenkiinnon yllä koulutuksen aikana, mistä johtuen interaktiivisuus on otettava huomioon jo varhain koulutuksen ja materiaalin suunnittelussa.

### 4.3 Tehtävät

Tehtävät ovat tärkeä osa koulutusta, sillä se haastaa osallistujan ajattelemaan, oivaltamaan ja tekemään itse. Hakukoneoptimointikoulutuksessa on useampi aiheisiin johdatteleva ajatustehtävä, yksi varsinainen tehtävä, sekä hakukoneoptimoinnin kannalta tärkeiden työkalujen kokeilutehtäviä. Koulutuksen ajatustehtävät voidaan jakaa kahteen eri tyyppiin: Aiheeseen johdattelevat pohdinnat pienryhmissä, sekä "kumpi on parempi ja miksi?" -tyyliset vertailutehtävät.

Ajatustehtävän "Miten Googlettaisit jos haluaisit ostaa kengät?" tarkoitus on havainnoida, miten eri tavoin Google-hakuja tehdään. (Kuva 9. Koulutusmateriaali, dia 24: Ajatustehtävä Google-hausta.) Ajatustehtävä johdattelee hakusanatutkimuksen tekoon, ja on samalla hakusanatutkimuksen ensimmäinen vaihe: ideointi. Ajatustehtävissä osallistujille annetaan ensin aikaa keskustella pienryhmissä, jonka jälkeen nousseet ideat ja omat hakutottumukset jaetaan koko ryhmän kesken. Lopuksi, teen kouluttajan roolissa yhteenvedon pohdinnasta ja kerron miksi kyseinen pohdintatehtävä tehtiin. On tärkeää, että osallistujille jää selkeä kuva, miksi ajatustehtävä tehtiin ja mihin aiheeseen se johdatteli.



## Ajatustehtävä

### Miten Googlettaisit, jos haluaisit haluaisit ostaa kengät?

Mieti 3-5 vaihtoehtoa



Kuva 9. Koulutusmateriaali, dia 24: Ajatustehtävä Google-hausta.

## Ajatustehtävä: Metatiedot

1

**Huonekalut netistä kotiintoimituksella - lahdesmaki.fi**

<https://www.lahdesmaki.fi/> ▼ Translate this page

Huonekalut netistä kotiintoimituksella! - Pohjanmaan johtava kodinsisustusliike, Lähdesmäki Oy. Kaikki huonekalut tarjoushinnoin kotiintoimituksella.

2

**Huippukaluste.fi - Huonekalut edullisesti netistä - sohva - sänky - tv ...**

[www.huippukaluste.fi/](http://www.huippukaluste.fi/) ▼ Translate this page

Huonekalut edullisesti netistä. Fire Truck paloautokerrossänky+patjat kahdelle. Hinta: 590.00€ 792.00€  
· Fire Truck paloautokerrossänky+patjat kahdelle.



Kuva 10. Koulutusmateriaali, dia 44: Vertailutehtävä metatiedoista.

”Kumpi on parempi ja miksi?” -tyylisten vertailutehtävien avulla on helppo havainnollistaa hakukoneoptimoinnin kannalta tärkeiden toimenpiteiden parhaita käytäntöjä. Vertailutehtävissä osallistujia pyydetään tutkailemaan kahta vaihtoehtoa ja tuomaan omia havaintojaan esille. Metatietojen vertailutehtävässä on useampi havainto, jonka

yleisö voi tuoda koulutustilanteessa esille. (Kuva 10. Koulutusmateriaali, dia 44: Vertailutehtävä metatiedoista.) Yhteisen keskustelun ja pohdinnan jälkeen teen yhteenvedon mikä tehtävän esimerkeissä on hyvää ja mikä huonoa, jonka jälkeen siirrytään varsinaiseen aiheeseen, eli metatietojen parhaisiin käytäntöihin.

Koulutuksen varsinainen tehtävä on harjoitus hakusanatutkimuksen tekemisestä. (Kuva 11. Koulutusmateriaali, dia 39: Hakusanatutkimustehtävä) Tehtävän tavoitteena on, että osallistuja ymmärtää hakusanatutkimuksen merkityksen hakukoneoptimoinnin toimenpiteitä suunnitellessa, sekä tutustuu hakusanatutkimuksen kannalta tärkeisiin prosesseihin ja työkaluihin. Olen valinnut tehtävän aiheeksi hakusanatutkimuksen, sillä se on tärkeä vaihe, mutta koetaan monesti haastavana osana hakukoneoptimoinnin aloittamista. Kun osallistuja pääsee koulutustilanteessa harjoittelemaan ja esittämään kysymyksiä hakusanatutkimuksen teosta, hänen on helpompi lähteä tekemään tätä itsenäisesti omassa työssään.

## Tehtävä: Hakusanatutkimus

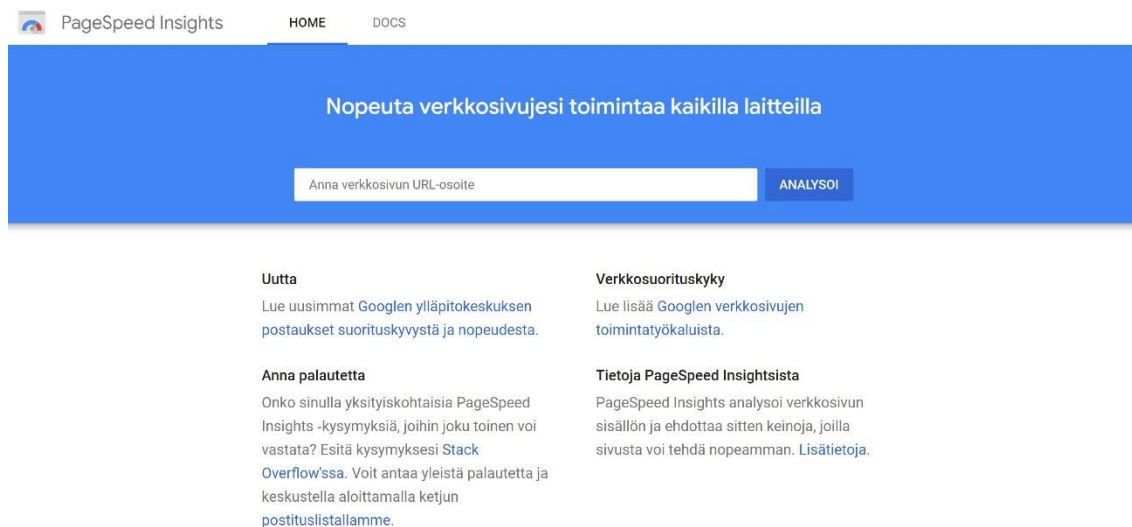
39

1. Mieti muutama hakutermi, joilla ihmiset voisivat hakea yrityksesi tuotteita tai palveluja Googlesta.
2. Kerää hakusanoja Exceliin/Google Sheetsiin ja analysoi näiden hakuvolyymia sekä kilpailuja Neil Patel: Ubersuggest -työkalun avulla.
3. Mitkä ovat lähimmät kilpailijasi Google hakutulossivulla sinulle tärkeimmillä hakutermeillä?

Voit myös käyttää esimerkkinä mielikuivitusyritystä: [Liisan kukkakauppa](#). Laaja valikoima. Kauppa Turun keskustassa. Toimittaa kukkasia kotiinkuljetuksella lähialueille.



Kuva 11. Koulutusmateriaali, dia 39: Hakusanatutkimustehtävä



Kuva 12. Google PageSpeed Insights online-työkalu sivun nopeuden arvioimiseen.

Hakukoneoptimoinnin suunnitteluun ja toimenpiteisiin on tarjolla paljon erilaisia online-työkaluja, jotka ovat välttämättömiä onnistuneeseen tekemiseen. Tästä johtuen työkaluja on tärkeä tuoda koulutuksessa esille ja antaa osallistujille tehtäväksi kokeilla niitä. Esimerkki koulutuksessa testattavasta työkalusta on Google PageSpeed Insights, joka arvioi sivuston nopeutta, ja jonka avulla voi tehdä kartoitusta mahdollisista toimenpiteistä sivuston nopeuden parantamiseksi. (Kuva 12. Google PageSpeed Insights online-työkalu sivun nopeuden arvioimiseen.)

## 5 KOULUTUSTILANNE

### 5.1 Esiintyminen ja koulutuksen eteneminen

Esiintymistilanteessa on normaalia jännittää ja keinot esiintymisjännityksen hallitsemiseksi ovat yksilöllisiä. Huolellinen koulutukseen valmistautuminen vähentää jännitystä, kun voi luottavaisin mielin edetä tietäen tarkasti mitä seuraavaksi on tulossa. On tärkeää uskoa itseensä asiantuntijana ja muistaa, että osallistujat saavat suuren hyödyn koulutuksesta. (Marckwort & Marckwort 2013, 140–141) Olen havainnut, että koulutuksen alkujännitystä helpottaa rupattelu osallistujien kanssa ennen varsinaisen koulutuksen alkua. Alussa otettu kontakti luo sopivan rennon tunnelman ja madaltaa osallistujien kynnystä tuoda omaa ääntään kuuluviin päivän aikana.

Aloitus on tärkein hetki koko koulutuksessa. Aloitusvaiheessa osallistuja punnitsee koulutuksen hyödyn itselleen, orientuu sisältöön ja työskentelytapoihin, sekä arvioi kouluttajan asiaosaamisen ja ohjaustaidon. Koulutus voidaan aloittaa monella eri tavalla, mutta tärkeää on, että osallistujalle jää selkeä kuva mitkä ovat koulutuksen tavoitteet, mitä asioita koulutus pitää sisällään ja mitä hyötyä siitä on osallistujalle. (Kupias & Koski 2012, 64–68) Aloitan koulutuksen esittelemällä itseni, kertomalla päivän sisällöstä ja käytännön asioista, jonka jälkeen annan puheenvuoron yleisölle esittämällä kysymyksiä, jolla pyrin samalla kartoittamalla heidän tarpeitaan ja motivaatiotaan oppia hakukoneoptimointia. Kysyn yleensä suoraan ”Mitä odotatte tältä koulutuspäivältä?” ja ”Onko teillä aikaisempaa kokemusta hakukoneoptimoinnista tai Google-mainonnasta?” Vuoropuhelun jälkeen innostan ja motivoin osallistujia oppimaan kertomalla koulutusaiheen tärkeydestä ja hakukoneoptimoinnin merkityksen kasvusta osana yrityksen markkinointia.

”Jokainen voi tappaa aiheen puhumalla monotonisella äänellä.” (Scott Berkun 2011, 161) Esiintyjää, joka puhuu tasaisen monotonisella äänellä, voi olla todella vaikea kuunnella. Kouluttajan tulisi pyrkiä puhumaan sillä tavalla, että häntä on miellyttävä kuunnella ja hänen ajatustaan on helppo seurata. Vaihteleva puhetyyli helpottaa osallistujan keskittymistä ja kouluttaja onnistuukin pitämään koulutuksen helpommin seurattavana, jos hän hallitsee eri puhetyylit: Innostava, vakuuttava, sekä lyyrinen puhetyyli. Äänen käytössä on tärkeää huomioida myös kuuluvuus, puheen tempo, selkeys sekä tarvittavien taukojen pitäminen puheosuuksien välissä. Onnistuakseen,

esiintyjän tulisi antaa miellyttävä vaikutus itsestään myös olemuksellaan. Tästä johtuen äänenkäytön ja puheen lisäksi on tärkeää tiedostaa oma kehonkieli. Kehonkieltä ymmärtämällä kouluttaja osaa myös tulkita koulutettavien mielentilan ja havaita, ovatko he valppaina vai kenties tauon tarpeessa. (Marckwort & Marckwort 2013, 77–89) Kun reflektoin itseäni kouluttajana, huomaan että vaikka minulla on normaalissa keskustelutilanteessa nopea puhetapa, osaan tämän tiedostamalla hidastaa tahtia koulutuksessa niin, että kuulijat pysyvät varmasti mukana. Käytän myös paljon käsiäni aiheiden havainnollistamiseen tai tiettyjen asioiden tehostamiseen. Pysin antamaan itsestäni iloisen ja ystävällisen mielikuvan, sekä saamaan osallistujan tuntemaan olonsa osaksi ryhmää ottamalla katsekontaktia vuoroin jokaiseen. Koen olevani kärsivällinen kouluttaja joka haluaa, että osallistuja saa maksimaalisen hyödyn koulutuksesta ja oppii parhaansa mukaan. Olen luonteeltani helposti innostuva, joka ilmenee kouluttajan roolissa toisien innostamisena ja oppimiseen kannustamisena.

Toiston keinot toimivat tehokkaasti koulutustilanteissa, sillä toiston avulla voidaan painottaa tärkeimpiä asioita jotka halutaan osallistujien muistavan myöhemmin. Kouluttaja voi esimerkiksi käyttää toiston keinoja rakenteella pääteesi + esimerkki + pääteesi. Ensimmäisellä pääteesillä voi tuoda tärkeän asian esiin ja tämän jälkeen esimerkin avulla todistaa väitteen oikeaksi. Esimerkissä voi myös hyödyntää tarinankerronnan keinoja, joiden avulla kuulijan on helpompaa omaksua asia. Tehokkaimmat tarinat kertovat omakohtaisesta todellisesta tilanteesta, joissa tuodaan esiin alkuasetelma, kuvataan tapahtuman kulku, sekä päätetään tarina loppusanoilla. Kerrotun esimerkin jälkeen pääteesi toistetaan, joka toivotusti tehostaa aiheen omaksumista ja parantaa osallistujan oppimista. (Jääskeläinen & Korteso 2013, 139–141) Käytän paljon edellä kuvattuja toiston ja tarinankerronnan keinoja hakukoneoptimoinnin koulutuksissa, sillä olen havainnut että osallistujat oppivat näiden avulla paljon paremmin. Esimerkit ovat todellisia tapauksia suoraan omasta työstäni, joten minun on kouluttajana luontevaa kertoa niitä ja kuulijan on näin ollen helppo vastaanottaa ja sisäistää kertottu. Toiston ja tärkeimmän tiivistämisen avulla hieman vaikeammatkin asiat jäävät paremmin kuulijan mieleen ja hän osaa erottaa olennaisimman asian informaation joukosta.

Kun osallistujat lähtevät koulutuksesta, heille jää usein päällimmäisenä mieleen asiat jotka on käsitelty koulutuksen lopussa, sekä lopetukseen liittyvä tunnetila. Lopetus kannattaakin suunnitella tarkkaan, sillä huolellisesti mietitty lopetus kruunaa hyvän koulutuksen. Erilaisia lopetustapoja on monia. Yhteenvetolopetuksessa voidaan

keskustella mitkä asiat jäivät parhaiten mieleen, arviointilopetuksessa voidaan esimerkiksi kysyä mitä pidit tai mitä opit, ja kysymysklinikkalopetuksessa osallistujat saavat esittää lisäkysymyksiä suullisesti tai kirjallisesti kouluttajalle. (Kupias & Koski 2012, 69–71) Hakukoneoptimoinnin koulutuksissa käytän yleensä lopetustapaa, joka katsoo tulevaan. Kyselen osallistujilta, millä eri tavoin he voivat hyödyntää päivän aikana opittua omassa työssään tai millaisia ajatuksia päivä herätti yrityksen hakukonemarkkinoinnin kehittämisen suhteen. Hakukoneoptimointia oppi parhaiten itse tekemällä, joten lopetuksessa kannustan osallistujia tarttumaan tuumasta toimeen, hyödyntämään koulutuksessa läpikäytyä teoriaa ja viemällä sitä käytäntöön mahdollisimman pian. Oppimisen tukemiseksi, esittelen diaesityksen loppuun kerättyjä luotettavia lähteitä, joista osallistujat voivat opiskella lisää ja palata eri aiheisiin koulutuksen jälkeen.

## 5.2 Osallistujat

Kouluttajan yksi suurimmista haasteista on saada asia selkeästi esitettyä niin, että oma asiantuntemus välitetty osallistujille ymmärrettävällä tavalla. Asiantuntijan tulee koulutustilanteessa välttää turhaa ammattijargonia ja huolehtia, että vastaanottaja varmasti ymmärtää viestin. On taitoa osata rajata opetettavan aiheen laajuus tasolle, joka on suunniteltu koulutusyleisöä varten. (Jääskeläinen & Korteso, 2013, 104–105) Osallistujan on tärkeää ymmärtää koulutuksessa esitetyt väittämät, sekä miksi joitain asioita tulisi tehdä tietyllä tavalla. Kun osallistuja ymmärtää esimerkiksi hakukoneoptimoinnin toimenpiteiden vaikutukset ja sen kautta mahdollisesti saatavat tulokset, hän on motivoituneempi oppimaan asiasta lisää. Reflektointi on tärkeä osa oppimista ja uuden opittavan peilaaminen omakohtaisiin kokemuksiin edesauttaa oppimisprosessia. Hyvä kouluttaja osaakin esittää kysymyksiä, jotka auttavat osallistujaa reflektoimaan aiheita omaan tilanteeseensa ja syventämään käsiteltävän teeman oppimista. (Kupias & Koski 2012, 32–36) Hakukoneoptimoinnin koulutuksissa joillakin osallistujilla saattaa olla enemmän kokemusta aiheesta kuin toisilla, ja he voivat joskus kysyä hieman haastavampia kysymyksiä. Mikäli vastaus kuulostaa liian vaikealta muiden osallistujien korvaat, he saattavat tuntea olonsa turhautuneeksi. Näissä tilanteissa onkin hyvä vastata niin, että kysymyksen kysyjä saa kattavan vastauksen, mutta kuitenkin niin, että toiset osallistujat ymmärtävät mistä puhutaan ja osaavat peilata käsiteltävää aihetta omiin kokemuksiinsa. Joissakin tilanteissa kysymykset saattavat liittyä aiheeseen, joka

käydään koulutuksessa läpi kattavasti myöhemmässä vaiheessa. Turhan aiheiden välillä hyppelyn välttämiseksi ja koulutuksen johdonmukaisuuden säilyttämiseksi, tulee ystävällisesti ilmaista, että aihe tullaan käsittelemään myöhemmin päivän aikana.

Jokaisella on oma tyyli jolla oppiminen on mieluisinta. Konkreettinen kokija oppii parhaiten omakohtaisen kokemuksen kautta, sekä vaihtaa mielellään ajatuksia ja kokemuksia toisten osallistujien kanssa. Pohdiskeleva havainnoija haluaa perehtyä käsiteltävään asiaan perusteellisemmin ja tarkastella aiheita eri näkökulmista. Abstrakti käsitteellistäjä pyrkii muodostamaan isompaa kokonaiskuvaa tiedon palasista ja suosii teoriapitoisempaa opetustapaa. Osallistuvalla kokeilijalla on tärkeää päästä itse tekemään, ja hänelle pitkät jaarittelut voivat käydä pitkäveteiseksi. Kokemuksellisessa oppimisenäkemyksessä oppiminen nähdään syklisenä prosessina, joka kattaa vaiheillaan kaikki neljä eri oppimistyyliä: Omakohtaistaminen (konkreettinen kokemus), pohtiminen (kokemuksen reflektointi), jäsentäminen (käsitteellistäminen ja yleistäminen), sekä soveltaminen (aktiivinen kokeileminen.) (Kupias & Koski 2012, 36–38) Koulutusta suunniteltaessa on tärkeä tiedostaa ja ottaa huomioon eri oppimistyyliä, sekä tarkastella onko koulutuksen mahdollista edetä osittain kokemuksellisen oppimisen mallin mukaisesti. Hakukoneoptimoinnin perusteet -koulutuksessa jokaista erillistä aihetta ei ole ajankäytön vuoksi mahdollista käydä yhtä syvästi läpi kuin kokemuksellisen oppimisen mallissa esitetään, mutta olen kuitenkin havainnut, että eri oppimistyyliä sopivia tapoja voidaan varioida koulutuspäivän aikana niin, että jokaiselle löytyy mieluisimpia tapoja oppia.

Hyvä koulutus on vuorovaikutteinen ja yhdessä käyty keskustelu luo koulutukseen miellyttävän sekä turvallisen ilmapiirin. Kouluttajan oleellinen tehtävä on käynnistää, ylläpitää ja säädellä vuorovaikutusta ryhmässä. Käytännössä kouluttaja voi kysyä suoria kysymyksiä yleisöltä, joilla herätetään ajatuksia ja kannustetaan osallistumaan yhteiseen keskusteluun. Suorat kysymykset voivat alkaa esimerkiksi muodossa ”Kuinka moni teistä...?” tai ”Oletteko kohdanneet tilannetta, jossa...?”. Onnistuneen vuorovaikutukseen kannustamisen jälkeen kouluttajan tulee toimia keskustelun ohjaajana, tarpeen mukaan kommentoiden ja aiheisiin johdatellen. Yleisen koko ryhmän keskustelun lisäksi kouluttaja voi antaa tehtäväksi käydä pienryhmäkeskustelua tai esimerkiksi ajatustenvaihtoa pareittain. (Kupias & Koski 2012, 136–141) Vuorovaikutteinen, keskustelevalta koulutusympäristö voi olla haasteellista luoda koulutuksessa, joka kestää vain yhden päivän, ja jossa osallistujat eivät ole ennestään tuttuja. Hakukoneoptimoinnin koulutuksessa minun on kouluttajan roolissa edellämainitusta johtuen erityisen tärkeää

kannustaa vuorovaikutukseen ja aktivoida osallistujia käytävään keskusteluun. Pysin yleensä kysymään paljon kysymyksiä osallistujien omista kokemuksista hakukoneoptimointiin ja verkkosivuihin liittyen, ja olen havainnut, että koulutuksen alussa käyty aktivointi ja suorat kysymykset vaikuttavat positiivisesti koko ryhmän vuorovaikutteisuuteen loppupäivän ajaksi. Olen myös huomannut, että koulutustilalla on merkitystä siihen, kuinka rohkeasti ja mielellään osallistujat lähtevät jakamaan omia ajatuksiaan aiheesta. Koko ryhmän kesken syntyy todennäköisesti enemmän keskustelua, mikäli pöydät ja tuolit ovat asetettu puolikaareen perinteisen luokkatilasetelman mukaisesti. Hakukoneoptimoinnin koulutuksissa saavutettu keskusteleva ilmapiiri on hyvä, sillä osallistujan omat esimerkit ja haasteet työarjessa ovat yleensä todella hyödyllisiä muille osallistujille. Keskustelua käydessä osallistujat voivat näin oppia myös toisiltaan.

Kesäyliopistojen koulutuksissa kerätään osallistujapalautteet, jotka ovat sekä kesäyliopiston että kouluttajan hyödynnettävissä. Palautteet auttavat koulutuksen jatkuvassa kehittämisessä ja palautteissa nousseet toiveet ja ideat toimivat hyvänä pohjana uusien koulutuksien tarpeen kartoittamisessa ja suunnittelussa. Eräässä palautteessa nousi toive, että koulutusmateriaali olisi hyvä jakaa jo koulutuksen alussa, jotta osallistujat voivat tehdä muistiinpanoja suoraan koulutusmateriaalin. Aikaisempi käytäntö oli toimittaa materiaali jälkikäteen osallistujille sähköpostitse, mutta kyseisen palautteen jälkeen olen ottanut käyttännöksi jakaa diat jaettavalla linkillä heti koulutuksen alussa. Toinen konkreettinen esimerkki palautteen hyödyntämisestä oli toiveet, jossa esitettiin enemmän aikaa hakusanatutkimustehtävään ja omaan tekemiseen. Palautteen jälkeen olen suunnitellut ja varannut enemmän aikaa kyseisen tehtävän tekoon.



## 6 YHTEENVETO

Uskon, että tarve hakukoneoptimoinnin koulutuksille tulee lisääntymään lähitulevaisuudessa, kun yhä useammat yritykset ja organisaatiot ottavat hakukonemarkkinoinnin potentiaalinen huomioon omassa liiketoiminnassaan. Hakukonemarkkinointi, niin kuin digimarkkinointi yleisesti, on jatkuvan muutoksen alla uusien ominaisuuksien, algoritmi-päivitysten, sekä työkalujen suhteen. Tästä syystä tarve aiheen perusosaamiselle ja osaamisen päivittämiselle tulee olemaan tärkeää myös jatkossa.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää millä eri tavoin varmistetaan laadukkaan koulutuksen toteutuminen, sekä kehittyä kouluttajana omien havaintojen ja reflektoinnin kautta. Opinnäytetyön parissa tehty työstö auttoi tiedostamaan koulutukseen ja kouluttajan rooliin vaikuttavat asiat paremmin, ja työn tuloksia voidaan hyödyntää hakukoneoptimointikoulutuksen lisäksi myös muiden koulutusten järjestämiseen.

Hyvän koulutuksen toteutumisen mahdollistaa koulutustavoitteen ja koulutuksen reunaehtojen tunteminen, etukäteen tehty suunnittelu ajankäytöstä ja koulutuksen etenemisestä, koulutusmateriaalin huolellinen valmistelu, sekä kouluttajan asiantuntemus ja läsnäolo koulutustilanteessa. On hyvä muistaa, että jokaisen koulutuksen osallistajat ovat erilaisia ja tätä kautta myös jokainen koulutus on erilainen.

Hyvä kouluttaja osaa asettua osallistujan asemaan ja hän on tilanteessa läsnä, kannustava ja aiheeseen innostava. Kouluttajan tarkoitus ei ole loistaa omalla esiintymisellään, vaan johtaa vuorovaikutteista koulutustilannetta, jossa kouluttajan tulee jatkuvasti arvioida osallistujia ja heidän oppimistaan. Koulutus on onnistunut kun osallistuja kokee saavansa koulutuksesta paljon hyödyllistä tietoa, jota hän parhaassa tapauksessa voi valjastaa heti käytäntöön ja omaan työhönsä.

## LÄHTEET

Google PageSpeed Insights -työkalu sivuston nopeuden parantamiseen. Viitattu 12.2.2020  
<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=fi>

Jääskeläinen & Korteso 2013, Nörtin esiintymisopas, Talentum, Helsinki.

Kupias & Koski 2012, Hyvä kouluttaja, Sanoma Pro Oy.

Marckwort & Marckwort 2013, Kehitä esiintymistaitoja, Suomen Yritysskirjat Oy, Helsinki.

Peda.net. Kankaanpään yhteislyseo. Oppiminen ja opetustekniikat. Viitattu 3.2.2020  
<https://peda.net/kankaanp%C3%A4%C3%A4/ky/oppiaineet/opinto-ohjaus/ojo>

Scott Berkun 2011, Confessions Of A Public Speaker, O'Reilly Media.

StatCounter 2020. Search Engine Market Share in Finland. Viitattu 19.1.2020  
<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/finland>

Tivi 2016. Uutinen: 30 miljoonaa Google-hakua Suomessa joka päivä. Viitattu 9.11.2019  
<https://www.tivi.fi/uutiset/30-miljoonaa-google-hakua-suomessa-joka-paiva-nama-haut-olivat-karjessa-vuonna-2016/be1f67e0-8ea9-3beb-a9fa-eccd9f29310f>

# HAKUKONEOPTIMOINNIT PERUSTEET - KOULUTUSMATERIAALI

## Hakukoneoptimoinnin perusteet

Johanna Järäinen



### Päivän agenda

2

1. Hakukoneoptimoinnin perusteet
2. Google algoritmi
3. Hakusanatutkimus
4. Sivujen sisäinen optimointi
  - a. Metatiedot
  - b. Sisältö ja teksti
  - c. Otsikointi
  - d. Kuvien optimointi
  - e. URL-osoitteet ja ankkuritekstit
  - f. Sisäiset linkitykset
  - g. Navigaatio
  - h. Tekniset asetukset
5. Sivujen ulkoinen optimointi
  - a. Ulkoiset linkitykset
  - b. Sosiaaliset signaalit
6. SEO-työkalupakki



# 1. Hakukoneoptimoinnin perusteet



## Miksi Google?

- "Googlen maajohtajan Antti Järvisen mukaan Suomessa tehdään päivittäin 30 miljoonaa Google-hakua. Puolet näistä tehdään mobiililaitteella." (14.12.2016)
- Googlen osuus kaikista hakukoneista Suomessa yli 95 %

Lähde:

<https://www.tivi.fi/uutiset/30-miljoonaa-google-hakua-suomessa-joka-paiva-nama-haut-olivat-kariessa-vuonna-2016/be1f67e0-8ea9-3beb-a9fa-eccd9f29310f>



## Hakukoneet Suomessa - Lokakuu 2019

5



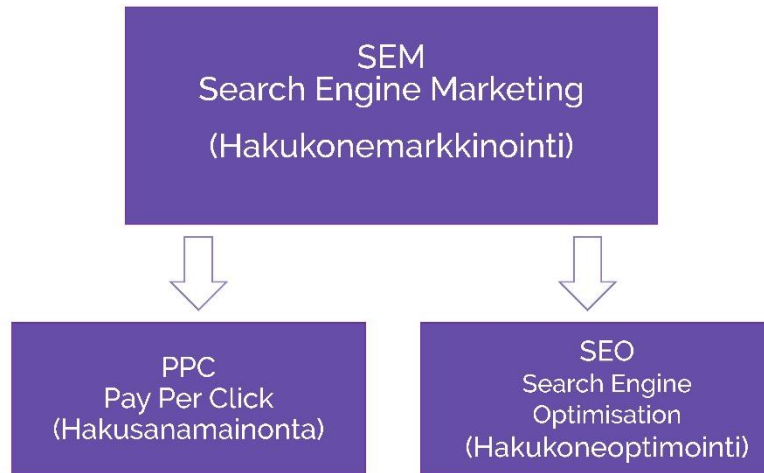
Lähde: Statcounter.com



## Hakukoneoptimoinnin pointti?

6





**Hakukoneoptimointi** = Verkkosivuston näkyvyyden parantamista hakukoneen luonnollisten eli orgaanisten, ei-maksettujen hakutulosten joukossa.



---

## Termejä

9

- Hakusana / Avainsana
- SEO: Search Engine Optimization
- SERP: Search Engine Result Page
- Domain / Verkkotunnus: [www.esimerkki.fi](http://www.esimerkki.fi)
- Laskeutumissivu: [www.esimerkki.fi/tuotteet/kengät](http://www.esimerkki.fi/tuotteet/kengät)
- CTR %
- Bounce rate %



---

## Hakukoneoptimointi

10

- Googlen päätavoite = Tarjota paras vastaus käytettyyn hakuun.
- Tee käyttäjälle laadukasta sisältöä ja kerro se Googlelle. → **Hakukoneoptimointi.**



## Mitä asioita hakukoneoptimointiin kuuluu?



## Sivuston sisäinen ja ulkoinen SEO

### Sisäinen

- Metatiedot
- Sisältö ja teksti
- Otsikointi
- Navigaatio
- Sisäiset linkitykset
- Kuvien Alt-tekstit
  
- Lisäksi esimerkiksi:  
mobiili-ystävällisyys  
sivuston nopeus,  
tuplisisällön korjaaminen,  
jäsenneily data

### Ulkoinen

- Linkkien rakennus
- Käyttäjäsignaalit
- Sosiaaliset signaalit





## Googlen hakutulossivu

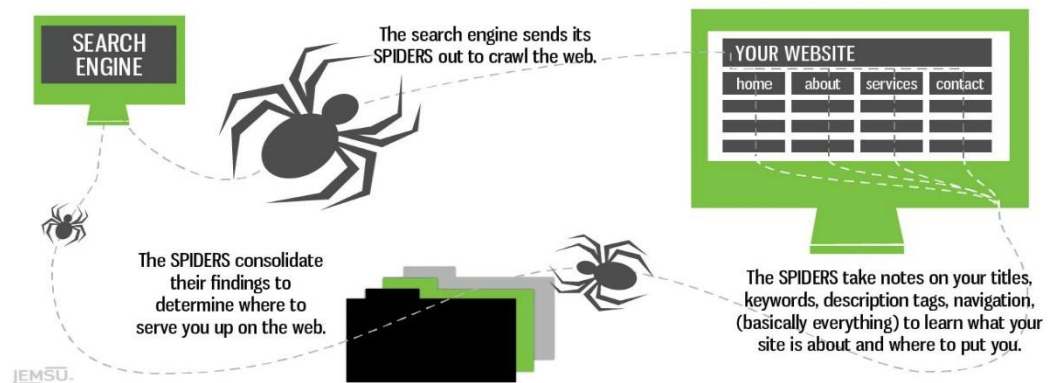
Mainoksia 1-4  
kpl sivun ylä- ja  
alaosissa

10 orgaanista  
hakutulosta




## Miten hakukoneet toimivat?

How search engines work (nutshell version).



## 2. Google algoritmi



### Google algoritmi

Algoritmit ovat tietokoneohjelmia, jotka etsivät vihjeitä ja palauttavat sinulle haluamasi **hakutuloksen**.

**200+ ?**



## Google algoritmi

17

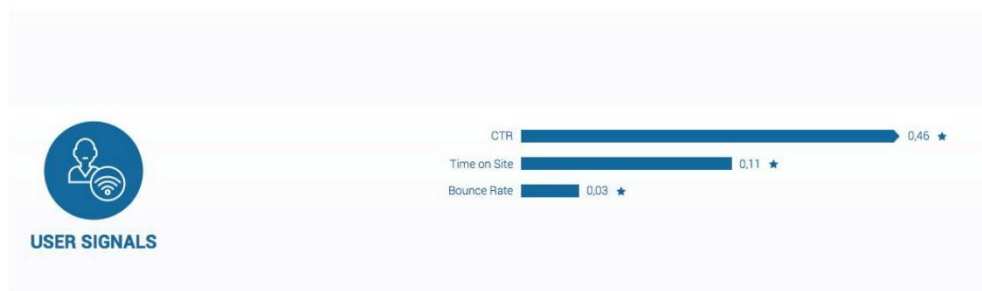
Parantaakseen hakutuloksien laatua **Google päivittää jatkuvasti algoritmejaan.**

Suurin osa näistä on pieniä, mutta ajoittain Google julkaisee muutoksia, jotka vaikuttavat hakutuloksiin merkittävästi ja jotka nimetään alalla.



## Google algoritmi

18



Lähde: [Search Metrics](#) - Ranking Factors



## Google algoritmi - muutoshistoriaa



Lisää tietoa: <https://moz.com/google-algorithm-change>



## Mobiili

Google indeksoi nykyisin ensisijaisesti sivujen mobiilisisällön pöytäkoneen sisällön sijaan.

Tämän vuoksi sivun **mobiilisisältö erittäin tärkeää** olla kunnossa.



---

## Aiheen aktiivinen seuranta

21

Alan yhteisöjä

- <https://searchengineland.com/>
- <https://moz.com/blog>
- <https://www.searchenginejournal.com/>
- <https://webmasters.googleblog.com/>



---

## Miten sivusi sijoittuvat hyvin?

22

Google parhaat käytännöt

1. Laadukas ja käyttäjäystävällinen sisältö
2. Laadukkaat linkitykset sivuillesi merkittäviltä sivuilta
3. Hakukoneiden ja käyttäjien vaivaton pääsy sivuille
4. Sivujen selkeä hierarkia ja rakenne



## 3. Hakusanatutkimus



Ajatustehtävä

**Miten Googlettaisit, jos haluaisit  
haluaisit ostaa kengät?**

Mieti 3-5 vaihtoehtoa



## Hakusanatutkimus



25

Oikeiden hakusanojen löytäminen on yksi hakukoneoptimoinnin ydinasioista.

→ Hyvin suunniteltu hakukoneoptimointi alkaa aina perusteellisella hakusanatutkimuksella!



## Hakusanatutkimuksen tavoitteet

26

- Hakuvolyymi
- Relevantit hakusanat
- Hakusanan kilpailutilanne

### **Optimaalinen hakusana:**

- Suuri hakuvolyymi
- Realistinen sijoittuminen hakutuloksissa / Vähän kilpailua



## Hakusanatutkimuksen prosessi

1. Tee lista optimoitavista sivuista.
2. Ideoi, etsi ja kirjoita lista niihin sopivista mahdollisista hakusanoista.
3. Analysoi löytämiesi hakusanojen hakuvolyymia.
4. Tee kilpailija-analyysia.
5. Valitse itsellesi sopivimmat hakusanat ja optimoi sivusi valitsemiesi hakusanojen ympärille.



## Hakusanojen kartoitus



### Kartoita sivullesi tärkeitä hakusanoja

- Millä termillä itse etsisit?
- Kilpailijat
- Synonyymit
- Googlen ehdotukset
- Keskustelupalstat

### Työkalut:

- Google Keyword Planner / Avainsanojen suunnittelija
- Moz Keyword Explorer
- Neil Patel: Ubersuggest
- Answer the public





---

## Google ehdotukset

29

Searches related to miesten kengät

miesten kengät **ale**

**kookenkä**

miesten kengät **citymarket**

miesten **talvikengät prisma**

**talvikengät**

**ecco kengät outlet**

**ecco kengät**

**zalando**



---

## Hakusanojen kartoitus

30

Google Ads Keyword Planner hyvä työkalu hakusanojen kartoitukseen.

- Hakusana**ideat**.
- Hakusanojen **hakuvolyymi** ja **kilpailu**.



## Google Ads Keyword Planner: Hakusanojen **hakuvolyymi** ja **kilpailu**.



## Hakusanojen kartoitus

### Neil Patel: Ubersubbest -työkalu

Hakusanojen kuukausittaiset hakuvolyymit ja hakusanaideat → <https://neilpatel.com/ubersuggest/>



## Hahmottele Exceliin tai Google Sheetsiin

33

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	<b>Kukkakauppa turku</b>	Search Volume	Competition	Top page bid	<b>Kukkakauppa turku keskusta</b>	Search Volume	Competition	Top page bid	<b>Kukkalahetys</b>	Search Volume	Competition
2	kukkakauppa turku	2400	Medium	0.68	kukkakauppa turku keskusta	110	Medium	0.69	kukkalahetys turku	170	High
3	turku kukkakauppa	260	Low	0.60	turku keskusta kukkakauppa	10	low	0.59	kukkalahetys	1000	Medium
4	turun kukkakaupat	50	Medium	0.56					kukkalahetys kotiin	90	Medium
5	turku kukkakauppa sunnuntai	10	Medium								
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											

## Hakusanatutkimus – Kilpailija-analyysi

34

- Valitse eri sivuillesi sopivimmat hakusanat.
- Tarkastele mitkä toimijat nousevat näillä hakusanoilla top 5 hakutuloksiin.
- Analysoi onko sivuillasi mahdollisuus suoriutua näin hyvin.

Kilpailija-analyysi Neil Patel: Ubersuggest -työkalun avulla. → <https://neilpatel.com/ubersuggest/>



## Korkea kilpailu: “kulttuuri”

35

kulttuuri

**Kulttuuri – Wikipedia**  
<https://fi.wikipedia.org/wiki/Kulttuuri>  
 Kulttuurin käsitteen syntyessä 1700- ja 1800-luvun Euroopassa sillä tarkoitettiin ihmisen “hengen viljelyä” maanviljelyksen tai puutarhanhoidon tapaan.  
 Teemasivu Kulttuurin · Länsimainen kulttuuri · Alakulttuuri · Kulttuuriantropologia

**Mitä on kulttuuri? - Peda.net**  
<https://peda.net/id/c565329aae4>  
 Voidaan ajatella, että kulttuuri on suurin piirtein sama asia kuin elämäntapa. Tämän ajattelutavan mukaan kulttuurin kuuluvat kaikki ne asiat, joita ihmiset ja ...

**Kulttuuri | Turku.fi - Turun kaupunki**  
[www.turku.fi](http://www.turku.fi) · Kulttuuri ja liikunta  
 Kysy kohderyhmien kulttuuripalveluista Turun vapaa-aikatoimialan kulttuurikoordinaattorit tuottavat ja kehittävät palveluja laajassa yhteistyössä ...

**Kulttuuri | Yle Uutiset | yle.fi**  
<https://yle.fi/uutiset/18-208149>  
 Kulttuuri, tuoreimmat. Hyvätään metsäasemalla työskentelee ilmastonmuutoksesta kinnostunut taiteilija – Josefina Nelminen haluaa tehdä näkyvämmän ...

**Yhteisöllinen ja yksilöllinen kulttuuri - Väestöliitto**  
[www.vaestoliitto.fi](http://www.vaestoliitto.fi) · ... · Tietoa monikulttuurisuudesta · Monikulttuurinen parisuhde  
 Vaikka eri alueiden kulttuurit eroavat toisistaan, maailman voi jakaa karkeasti yksilöllisyyttä korostavaan ja yhteisöllisyyttä korostavaan kulttuuripiiriin.



## Matala kilpailu: “kulttuuripalvelut turku”

36

kulttuuripalvelut turku

**Kulttuuri | Turku.fi - Turun kaupunki**  
[www.turku.fi](http://www.turku.fi) · Kulttuuri ja liikunta  
 Kysy kohderyhmien kulttuuripalveluista Turun vapaa-aikatoimialan kulttuurikoordinaattorit tuottavat ja kehittävät palveluja laajassa yhteistyössä muiden ...

**Kulttuuri ja liikunta | Turku.fi**  
[www.turku.fi/kulttuuri-ja-liikunta](http://www.turku.fi/kulttuuri-ja-liikunta)  
 Turku on täynnä kulttuuria, teatteria, musiikkia ja museoita! Kaupungista löydät liikuntapaikat, uikoumahdollisuudet ja uudet harrastukset.

**Kysy kohderyhmien kulttuuripalveluista | Turku.fi**  
<https://www.turku.fi/kulttuuri-ja-liikunta/kysy-kohderyhmien-kulttuuripalveluista>  
 Eri kohderyhmille suunnattuja kulttuuripalveluista saa tietoa Turun vapaa-aikatoimialan kulttuurikoordinaattoreilta. He tuottavat ja kehittävät palveluja lapsille ja ...

**Monien kulttuurien Turku | Turku.fi**  
<https://www.turku.fi/kulttuuri-ja-liikunta/kulttuuri/monien-kulttuurien-turku>  
 Yhteysbedot. Maahanmuuttajille suunnattua vapaa-ajan palveluista ja monikulttuurisuustoiminnasta vastaa Monmaa-työryhmä. Kulttuuripalvelut Mia Yljoki ...

**Turun kaupunki kulttuurikeskus - Turku - Kulttuuripalvelut - fonecta.fi**  
<https://www.fonecta.fi> · Turku · Kulttuuripalvelut · Kulttuuripalvelut Turku  
 Etsitkö yrityksen Turun kaupunki kulttuurikeskus tarkempia tietoja. Paikkakunnalta Turku löytyy yrityksen toimipiste. Yritys toimii Kulttuuripalvelut -toimialalla.



---

## Oikeiden hakusanojen valinta

37

- Valitse sivuillesi sopivat hakusanat jossa on mahdollisimman korkea hakuvolyymi, mutta jossa sivusi on myös realistista sijoittua.
- Etsi noin 1-4 kpl sopivia hakusanoja per sivu.



---

## Hakusanatutkimuksesta optimointisuunnitelmaan

38

1. Tee lista optimoitavista sivuista.
2. Ideoi, etsi ja kirjoita lista niihin sopivista mahdollisista hakusanoista.
3. Analysoi löytämiesi hakusanojen hakuvolyymia
4. Tee kilpailija-analyysia.
5. **Valitse itsellesi sopivimmat hakusanat ja optimoi sivusi valitsemiesi hakusanojen ympärille.**



## Tehtävä: Hakusanatutkimus

1. Mieti muutama hakutermi, joilla ihmiset voisivat hakea yrityksesi tuotteita tai palveluja Googlesta.
2. Kerää hakusanoja Exceeliin/Google Sheetsiin ja analysoi näiden hakuvolyymia sekä kilpailuja Neil Patel: Ubersuggest -työkalun avulla.
3. Mitkä ovat lähimmät kilpailijasi Google hakutulossivulla sinulle tärkeimmillä hakutermeillä?

Voit myös käyttää esimerkkinä mielikuvitusyritystä: [Liisan kukkakauppa](#). Laaja valikoima. Kauppa Turun keskustassa. Toimittaa kukkasia kotiinkuljetuksella lähialueille.



## 4. Sivujen sisäinen optimointi



---

## Sivujen sisäinen optimointi

41

Mitä tulisi ottaa huomioon?

- Metatiedot
- Laadukas hakusanoja sisältävä tekstisisältö
- Otsikointi
- Sisäiset linkitykset
- Navigaatio
- Tekniset asetukset



---

42

## Metatiedot



---

## Metatiedot

43

Sivujen metatiedot eli sivujen **metaotsikot** ja **metakuvaukset** määrittelevät, miten sivusi näkyvät hakutuloksissa.



---

## Ajatustehtävä: Metatiedot

44

1

**Huonekalut netistä kotiintoimituksella - lahdesmaki.fi**

<https://www.lahdesmaki.fi/> ▼ Translate this page

Huonekalut netistä kotiintoimituksella! - Pohjanmaan johtava kodinsisustusliike, Lähdesmäki Oy. Kaikki huonekalut tarjoushinnoin kotiintoimituksella.

2

**Huippukaluste.fi - Huonekalut edullisesti netistä - sohva - sänky - tv ...**

[www.huippukaluste.fi/](http://www.huippukaluste.fi/) ▼ Translate this page

Huonekalut edullisesti netistä. Fire Truck paloautokerrossänky+patjat kahdelle. Hinta: 590.00€ 792.00€  
· Fire Truck paloautokerrossänky+patjat kahdelle.





## Metatiedot – Millaisia niiden tulisi olla?

45

Hakukone- ja käyttäjäystävällisiä:

- Sisältää sivuillesi **tärkeitä hakusanoja**.
- Vastaa hyvin **laskeutumissivun sisältöä**.
- Olla **merkkirajoitusten mukaisia**.
- Olla **informatiivisia ja houkuttelevia** käyttäjälle. → CTR %




## Metatiedot – Otsikot

46

Metaotsikko



Puhelimien ja tablettien korjauksen hinnasto | Mobile Clinic

<https://mobileclinic.fi/puhelinhuolto/hinnat-ja-palvelut/>  Translate this page

Näytön, virtanäppäimen, akun, kameran ja kaiuttimen vaihdot edullisesti ja nopeasti odottaessasi.  
Hinnat sisältävät huoltotyön, varaosat ja arvonlisäveron.



---

## Metatiedot – Otsikot

47

### Parhaat käytännöt:

- Suositeltu merkkimäärä 50 - 60 merkkiä
- Tärkeät hakusanat otsikon alkuun
- Loppuun yrityksen nimi → Auttaa brändin tunnettuuden lisäämisessä
- Älä spämmää hakusanoilla. (ei käyttäjä- eikä hakukoneystävällistä) – luettavuus tärkeää.



---

## Metatiedot – Kuvaukset

48

Metakuvaus



Siivouspalvelu Espoo | Meiltä siivous kotiin tai yrityksesi

[www.mmsiivouspalvelut.fi/](http://www.mmsiivouspalvelut.fi/) ▼ Translate this page

MM Siivouspalvelut Oy tarjoaa siivouspalveluita Espoosta käsin. Koti- ja yritys siivoukset sekä ikkunanpesut ammattitaidolla. Ota yhteyttä!



---

## Metatiedot – Kuvaukset

49

### Parhaat käytännöt:

- Suositeltu merkkimäärä 150-160.
  - Informatiivinen, sivua hyvin kuvaava ja houkutteleva.
- Avainsanoja missä mahdollista ilman, että näyttää spämmiltä.
- Jos mahdollista ja tilaa riittää, lisää loppuun toimintakehotus, esim: "Ota yhteyttä!" tai "Tutustu valikoimaan!"



---

## Metatiedot – Metahakusanat

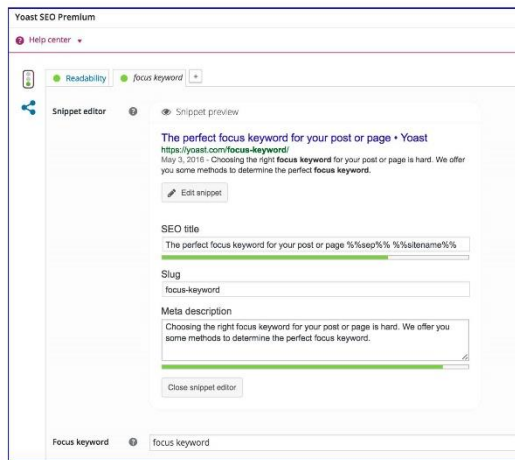
50

→ Eivät vaikuta sijoitukseen hakutuloksissa.



## Metatiedot - Yoast SEO

51



Lähde ja lisätiedot: <https://yoast.com/image-seo-alt-tag-and-title-tag-optimization/>



52

## Sisältö ja teksti



## Sisältö ja teksti

53

Sivuston yleisen teeman selviäminen hakukoneelle tärkeää.



## Ajatustehtävä: Hakusana "Artek" Kumpi sijoittuu paremmin ja miksi?

54

# Gusta

 design

Hiljettain myytyjä tuotteita  
By Kivinen on toteutus, huhtikuu 12, 2018



# VS

## LAATUKALUSTE

Tuotteet Lahjakortit Uutta Kampanjat Valmistajat Projektimyynti Yhteistyökidat Hae tuotteita

### artek

Laadukas valikoima Artekin kalusteita verkossa ja myymälässä. Varastotuotteilla nopea 2-4 päivän toimitus.  
Artek huonekalut

Artek perustettiin vuonna 1935 myymälän ja markkinapaikan Alvar Aallon suunnittelema kalusteita. Artekin perusti Hatti ja Maire Gullichsen julkaisivat funktionaalisiin hengessä laadittu manifestin, jonka mukaan Artekin tarkoituksena kauppaan sekä näyttelyiden avulla ja muulla tavoin edistää nykyaikaisia asuintekniikkaa.

Lue lisää

Tuoteryhmä  Hinta:   296 t



Mitä huomaat, kun vertaat hakutermiä hakutuloksiin?

hyvät patikointireitit etelä-suomessa

All Maps Images News Videos More Settings Tools

About 12 300 results (0,53 seconds)

**Vaellus Suomessa | Outdoors Finland**  
[www.outdoorsfinland.fi/aktiiviteittivaellus/](http://www.outdoorsfinland.fi/aktiiviteittivaellus/) Translate this page  
 Tietoa Suomen parhaista retkeilyreiteistä kootusti yhdessä paikassa. Ilmaiset ... Etelä-Karjalan retkeilyreitit vievät kulkijan komeisiin maisemiin vesien äärelle ...

**Retkikohteet - Luontoon.fi**  
[www.luontoon.fi/retkikohteet/](http://www.luontoon.fi/retkikohteet/) Translate this page  
 Alue. Etelä-Suomi; Itä-Suomi; Länsi-Suomi; Oulun seutu ja Kainuu; Lappi. Retkikohdetyyppi. Kansallispuisto; Maailmanperintökohde; Retkeilyalue; Erämaa -alue

**Paras yhden yön vaellus Etelä-Suomessa? | Relaa.com**  
[www.relaa.com/keskustelut/retki/23319](http://www.relaa.com/keskustelut/retki/23319) Translate this page  
 Sep 18, 2008 - Jos jollakulla tulee mieleen hyviä reitti ehdotuksia, niin kiitollisena otan .... Tuosaa muutama täältä ETELÄ suomesta missä voi hyvin käydä ...

**Esittelyssä: Suomen parhaat vaellusreitit | ET**  
[www.etehti.fi/artikkelit/.../esittelyssa-suomen-parhaat-vaellusreitit/](http://www.etehti.fi/artikkelit/.../esittelyssa-suomen-parhaat-vaellusreitit/) Translate this page  
 Raikas kotimaan luonto hurmaa retkeilijän. Vaelsimme päiväretket Muoniossa, Espoossa ja Kuusamossa biologi Jyrki Mäkelän kanssa.

**Vaellusreitit: 10 parasta kohdetta Suomessa - TripAdvisor**  
<https://www.tripadvisor.fi> > Eurooppa > Suomi Translate this page  
 Vaellusreitit: parhaat kohteet Suomessa (Eurooppa) - TripAdvisor: Tutustu Suomen suosituimpiin kohteisiin, kaltaisesti matkailijoiden kirjoittamiin arvosteluihin ja ...

**Viisi parasta vaelluskohdetta - Erälehti.fi**  
<https://eralehti.fi/retkeily/viisi-parasta-vaelluskohdetta/> Translate this page  
 Dec 4, 2006 - Evo on eteläsuomalaisia lähellä, joten viikonloppuretkely siellä onnistuu mutkattomasti.



Hakutermiin liittyviä tuloksia Googlen hakutulossivulla: vaellus, retkeily jne.

Ei suoraan hakutermin sisältäviä tuloksia, mutta kuitenkin relevantteja!

hyvät patikointireitit etelä-suomessa

All Maps Images News Videos More Settings Tools

About 12 300 results (0,53 seconds)

**Vaellus Suomessa | Outdoors Finland**  
[www.outdoorsfinland.fi/aktiiviteittivaellus/](http://www.outdoorsfinland.fi/aktiiviteittivaellus/) Translate this page  
 Tietoa Suomen parhaista retkeilyreiteistä kootusti yhdessä paikassa. Ilmaiset ... Etelä-Karjalan retkeilyreitit vievät kulkijan komeisiin maisemiin vesien äärelle ...

**Retkikohteet - Luontoon.fi**  
[www.luontoon.fi/retkikohteet/](http://www.luontoon.fi/retkikohteet/) Translate this page  
 Alue. Etelä-Suomi; Itä-Suomi; Länsi-Suomi; Oulun seutu ja Kainuu; Lappi. Retkikohdetyyppi. Kansallispuisto; Maailmanperintökohde; Retkeilyalue; Erämaa -alue

**Paras yhden yön vaellus Etelä-Suomessa? | Relaa.com**  
[www.relaa.com/keskustelut/retki/23319](http://www.relaa.com/keskustelut/retki/23319) Translate this page  
 Sep 18, 2008 - Jos jollakulla tulee mieleen hyviä reitti ehdotuksia, niin kiitollisena otan .... Tuosaa muutama täältä ETELÄ suomesta missä voi hyvin käydä ...

**Esittelyssä: Suomen parhaat vaellusreitit | ET**  
[www.etehti.fi/artikkelit/.../esittelyssa-suomen-parhaat-vaellusreitit/](http://www.etehti.fi/artikkelit/.../esittelyssa-suomen-parhaat-vaellusreitit/) Translate this page  
 Raikas kotimaan luonto hurmaa retkeilijän. Vaelsimme päiväretket Muoniossa, Espoossa ja Kuusamossa biologi Jyrki Mäkelän kanssa.

**Vaellusreitit: 10 parasta kohdetta Suomessa - TripAdvisor**  
<https://www.tripadvisor.fi> > Eurooppa > Suomi Translate this page  
 Vaellusreitit: parhaat kohteet Suomessa (Eurooppa) - TripAdvisor: Tutustu Suomen suosituimpiin kohteisiin, kaltaisesti matkailijoiden kirjoittamiin arvosteluihin ja ...

**Viisi parasta vaelluskohdetta - Erälehti.fi**  
<https://eralehti.fi/retkeily/viisi-parasta-vaelluskohdetta/> Translate this page  
 Dec 4, 2006 - Evo on eteläsuomalaisia lähellä, joten viikonloppuretkely siellä onnistuu mutkattomasti.



---

## Sisältö ja teksti

57

# Mistä kirjoittaa?



---

## Sisältö ja teksti

58

Käyttäjien ymmärtäminen

1. Keitä he ovat?
2. Mitä he etsivät?
3. Mistä aiheista voisit kirjoittaa käyttäjiä kiinnostavaa ja heidän tarpeensa täyttävää sisältöä?

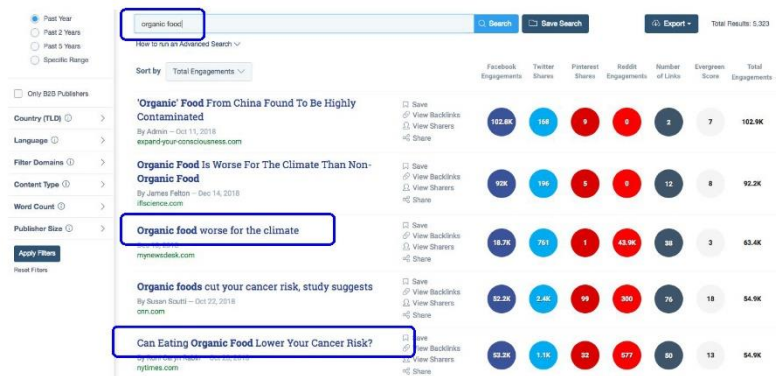


Käytä uusien aiheiden etsinnässä hakusanatutkimusta, Google Trends työkalua, Googlen ehdotuksia, yritykseltäsi usein kysytyjä kysymyksiä, kysy ja vastaa palstoja, tai sisällönluonti-työkaluja, kuten Buzzsumoa.

Lähde ja lisää tietoa: <https://moz.com/learn/seo/on-site-seo>



## Sisältö - Esimerkki Buzzsumo



## Sisältötyypit

**Ikivihreä sisältö**  
→ Hyödyllistä ja pitkäikäistä



### 5 vinkkiä yrityksen perustamiseen

Kirjoitus: tehokasjärvi | on elokuu 30, 2017 in Toiminnanohjaus

Comments Off

Hei, tuleva yrittäjä! Olet saattanut kuulla kauhu kertomuksia yrityksen perustamisesta. Toisaalta olet ehkä aina unelmoinut avaavasi oman liikkeen tai olet vain tyytymätön nykyiseen työtilanteeseesi. Tai ehkä tarvitset dramaattisen muutoksen elämässäsi. Oli syysi mikä tahansa, kannattaa muistaa, että yrityksen perustaminen voi olla jännittävä ja antoisakin prosessi. Tässä kirjoituksessa käymme läpi, mitä asioita kannattaa käydä läpi yritystä perustettaessa.





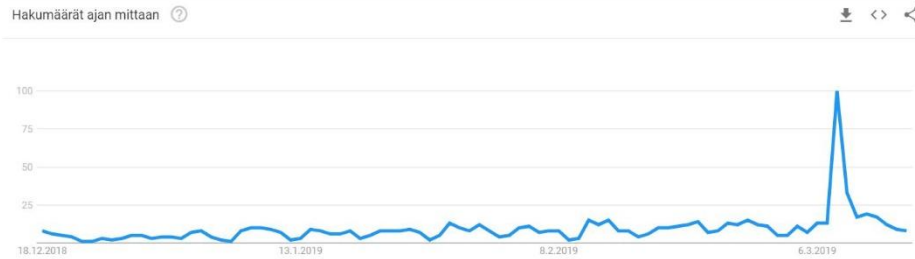
## Sisältötyypit

61

Ajankohtainen sisältö

→ Trendaavaa, jaettavaa ja Googlen suosimaa.

Hakukehitys hakusanalle "sote"



## Sisältötyypit

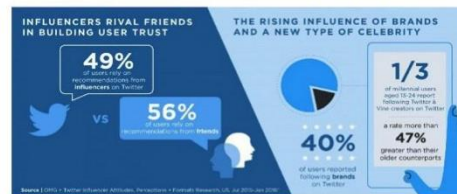
62

Sesonkisisältö

- Digitaalisen markkinoinnin trendit vuodelle 2018
- Hääpukutrendit vuodelle 2019

→ Asiantuntijuus, viimeisimpää tietoa, sesonkivaihtelut

Vaikuttajamarkkinointi Sosiaalisessa Mediassa



---

## Sisältö ja teksti

63

# Miten optimoida?



---

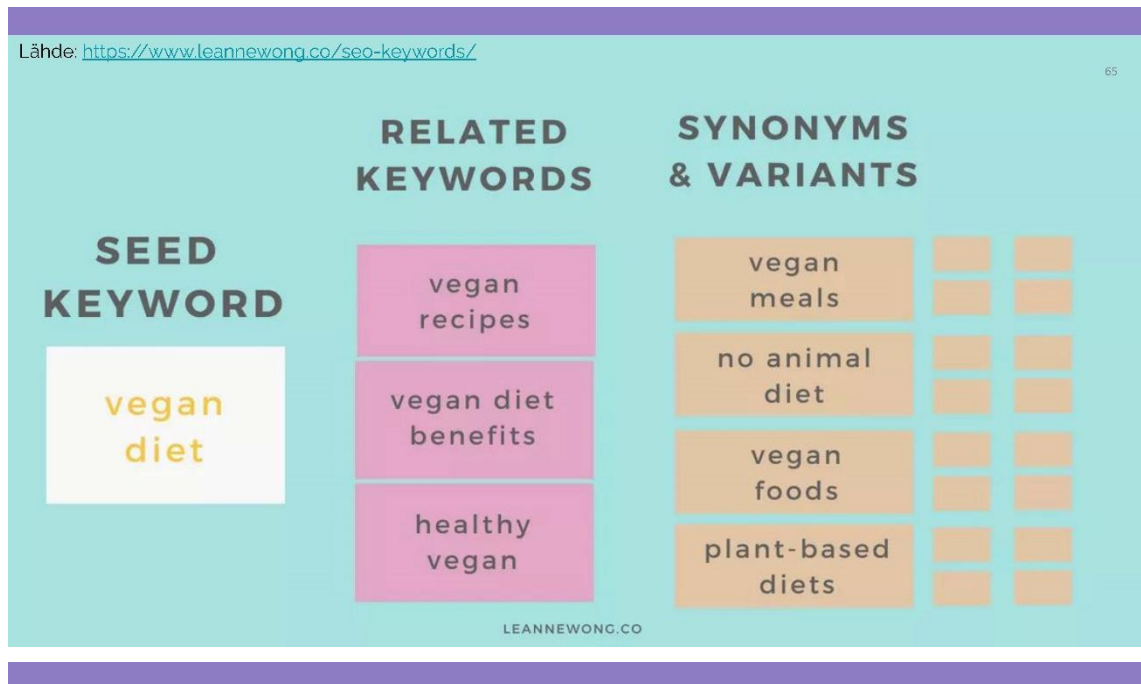
## Sisältö ja teksti

64

Miten autat Googlea selvittämään sivuston teeman?

- Avainsanarikas teksti
- Valitsemiisi avainsanoihin **liittyvät sanat**
- Avainsanojen **synonyymit**
- Sivuston sisällön **suunnittelu käyttäjälle**





## Sisältö ja teksti

66

### Asettelu ja helppolukuisuus

- H-tagit
- Bullet pointit tai numeroidut listat
- Lainaukset ja sitaatit
- Lyhyet kappaleet
- Lihavoitu teksti



## Sisältö ja teksti - Artikkel

67

Suomen paras opiskelijakaupunki

Teksti: "opiskelija-paikkakunta, laadukas korkeakouluopetus"

### Miksi valita Suomen paras ja ihminen opiskelijakaupunki?

Turku on opiskelijoiden kaupunki, jossa kuusi eri korkeakoulua tarjoavat laadukasta ja monipuolista koulutusta. Koulun ulkopuolella onnellisuutta ja hyvinvointia tukevat niin opiskelijajärjestöt kuin kaupungin palvelut.



#### Parhaassa opiskelijakaupungissa on loistavat korkeakoulut

Turussa saa laadukasta korkeakouluopetusta jokaiseen makuun ja monella tyylillä. Turussa sijaitsevat Turun yliopisto, Turun AMK, Abo Akademi sekä Diakon Humanistinen korkeakoulu ja Yrkeeshögskolan Novian Turun yksiköt. Kuusi korkeakoulua takaa sen, että opetuskielintä on laaja myös ruotsiksi ja englanniksi.

- Valitsin Turun aikanaan puolivaiheissa, kun se oli yksi opiskeluvaihtoehtoistani opiskelupaikkamakseni. Päätöksen perusteella päädyin siihen Turkuun, mutta pari vuotta taalla viettänytini rakastuin tähän kaupunkiin. Nykyään opiskelen Turun AMK:ssa, sillä se tarjoaa minulle sopivan käymälästä opetusmuotoa, kertoo Turun AMK:n ensimmäisen vuoden tieto- ja viestintätieteiden opiskelija **Toni Kangasojä**.

#### PÄSIVÄSKÄ KILPÄ PAR

#### LISÄTietoja

Korkeakoulujen yhteishaku 20.3.-3.4.2019  
Turussa haussa yli 170 opintotilaa, löydä omasi:

- Opiskelijakaupunki Turku
- Turun AMK
- Turun yliopisto
- Abo Akademi
- Humanistinen korkeakoulu - Humak
- Diak
- Viitehögskolan Novia
- Opetuskeskus

Linkitykset relevanteille ja luotettaville sivuille



## Sisältö ja teksti - Artikkel

68

Asettelu ja helppolukuisuus

Otsikointi  
Sitaatit  
Bolding

Korkeakoulut hyödyntävätkin monia eri opetusmenetelmiä perinteisestä opettajavetoisesta luentomallista joustaviin ryhmiin ja yritysprojekteihin. Yritysprojektit ovat helposti toteutettavissa, sillä kampukset sijaitsevat lähellä yrityksiä ja kaupungin keskustaa. Monet yritykset sijaitsevatkin korkeakoulujen kanssa samoissa rakennuksissa tai aivan kampuksen vieressä, mikä helpottaa esimerkiksi kesätöiden etsintää. Paikalliset yritykset rekrytoivat mielellään turkulaisten korkeakoulujen valmistuneita, sillä korkeakoulut kouluttavat huipputaajia, jolle on kysyntää alueen työmarkkinoilla.

”

Enkä oikeasti osaa kuvitella, että missä muualla opiskelisin kuin Turussa. - Toni Kangasojä

#### Todistetusti erinomainen paikka olla opiskelija

"Opiskelijatkin kehuvat, tule sinäkin!" -lausahdus on hyvin totta. 2018 opiskelijoista 99 % suosittelisi Turkuä opiskelukaupunkina ja antoivat arvosanaksi mainion 8.7. Turun yliopiston suomen kielen neljännen vuoden opiskelija **Minnamari Räsänen** on samoilla linjoilla:

- Ennen kuin edes tiesin, mitä haluan opiskella, tiesin, että haluan opiskella Turussa! Olen aina asunut Turussa ja pitänyt siitä kaupunkina, Minnamari kertoo valintaperusteistaan.

Minnamarin mielestä Turun etuja on kampusalueen tiiviys, joka on saanut myös kiitosta monilta opiskelijoilta vuonna 2018 teetetystä tutkimuksesta. Turussa kampuksilla on alle 20 minuuttia kävelen esimerkiksi kaupungin keskustaan ja opiskelija-asuntoihin.



---

## Sisältö ja teksti

69

Tekstin sisällön lisäksi sivun tarkoitus ja aihe tulisi selvittää kaikista seuraavista sivun osa-alueista:

- H1 tagi eli sisällön otsikko
- Kuvan Alt-teksti
- URL-osoite
- Metaotsikko

Lue lisää: <https://moz.com/learn/seo/on-page-factors>



70

---

## Otsikointi



## Tekstien otsikointi

71

H-tagit eli heading tagit kertovat hakukoneille, mikä sivuilla on tärkeää ja **otsikkotasoista sisältöä** sekä näiden otsikoiden keskinäisen hierarkisen järjestyksen.



72

H1

H2

H3

H3

**Hieronta**

---

**Miksi hierontaa?**

Hieronta on hoitotarkoituksessa tehtävää kudosten mekaanista muokkausta. Hieronnalla pyritään muun muassa:

- vilkastuttamaan kudosten aineenvaihduntaa
- ennaltaehkäisemään sekä poistamaan jo syntyneitä lihasten jännitystiloija
- lievittämään kipua

Fysioterapiassa hieronta on usein osana hoitotahtumaa. Hieronnalla voidaan esimerkiksi rentouttaa hoidettavan nivelen ympärillä olevat jännittyneet lihakset ennen nivelen varsinaista hoitoa sekä lämmittää lihakset ennen venyttelyä tai lihasharjoittelua.

**Millaista hierontaa on?**

Fysioterapiassa hieronta ei pidä koskaan tuntua kivuliaalta vaan ennen kaikkea mukavalta ja rentouttavalta. Potilaan tulee voida olla rentona koko käsittelyn ajan. Hieronta aiheuttaa usein hierottavien kudosalueiden lämpenemistä ja rentouttavan ja rauhoittavan, jopa unettavan olotilan. Myös ohimenevää päänsärkyä ja huimausta voi esiintyä, mikä on merkinä verenkierron vilkastumisesta kun hoidetaan erityisesti niska-hartiaseutua. Käsittelyn jälkeinen lihasarkuus tyypillisesti helpottuu viimeistään seuraavan vuorokauden aikana.

**Milloin hierontaa tulisi välttää?**

Joissakin tilanteissa on parempi välttää hierontaa, koska siitä saattaa olla terveydellistä haittaa. Hierontaa ei pidä antaa jos on esim. kuume, flunssa, kehon tulehdustila, laskimotukos, ihoinfektio, avohaava, murtuma, jne.



---

## Tekstin otsikointi

73

### Parhaat käytännöt:

- Käytä vain yhtä H1-tagia ja sijoita päähakusana mahdollisimman alkuun.
- Jaottele muu teksti H2-H4 otsikoiden avulla, lisää niihin valittuja hakusanoja vaihtelevasti.



---

74

## Kuvien optimointi



---

## Kuvien optimointi – Alt-text

75

- **Alt-text:** Sivustolla olevan kuvan yhteyteen tuleva teksti joka kertoo **mitä kuvassa on**. Eivät näy vierailijoille, lukulaitteella luettavissa.
- Hakukoneet eivät osaa lukea kuvia → Alt-text
- Hakusanojen käyttö!



---

## Kuvien optimointi

76

Optimoi seuraavat kuvatiedot avainsanoilla:

1. Tiedoston nimi
2. Kuvan Alt-text
3. Kuvan otsikko

Älä spämmää hakusanoilla, käytä kuvaavia ja luonnollisia ilmaisuja ja kerro mistä kuvasta on kyse ytimekkäästi.





## Kuvien optimointi



- **Bad (missing alt text):** ``
- **Bad (keyword stuffing):** ``
- **Better:** ``
- **Best:** ``

Lähde ja lisätiedot: <https://support.google.com/webmasters/answer/114016?hl=en>



## Kuvien optimointi

78

**Image Details** ✕

Caption

Alternative Text

**DISPLAY SETTINGS**

Align  Left  Center  Right  None

Size

Link To

**ADVANCED OPTIONS**

Image Title Attribute

Image CSS Class

● The images on this page do not have alt tags containing your keyword / phrase.

✔ alt text  
✔ title text

Lähde ja lisätiedot: <https://yoast.com/image-seo-alt-tag-and-title-tag-optimization/>



## Kuvien optimointi: Kuvien koko

- Kuvat usein suurin "tilanviejä" → Kuvien optimoinnilla positiivinen vaikutus sivun nopeuteen.
- Kuvien pienentäminen ja pakkaaminen kuvankäsittelyohjelmalla tai selaimella toimivalla [työkalulla](#).
- Kuvien koko: Alle 100KB
- Käytä sopivaa formaattia: JPG/JPEG kuviin, PNG logoihin ja figureihin.



## URL-osoitteet ja ankkuritekstit



## Hakukoneystävälliset URL-osoitteet

**Ei näin**

Star Wars: The Force Awakens (2015) - IMDb  
[www.imdb.com/title/tt2488496/](http://www.imdb.com/title/tt2488496/)

**Parempi**

Star Wars: The Force Awakens - Wikipedia  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Star\\_Wars:\\_The\\_Force\\_Awakens](https://en.wikipedia.org/wiki/Star_Wars:_The_Force_Awakens)

**Paras**

Star Wars: the Force Awakens | Elisa Viihde  
<https://elisaviihde.fi/elokuvat/Star-Wars-the-Force-Awakens>



## Esimerkki blogisisältö

URL

Partioaitta Oy [FI] | <https://www.partioaitta.fi/top-5-retkeilykohdetta-helsingin-lahistolla-blogi-frida>

Myymälät Asiakaspalvelu Blogi Litty 365 Klubiin / Kirjautu

Partioaitta Etsi tuotetta... HAKU

VAATTEET VARUSTEET KENGÄT AKTIVITEITIT TUOTEMERKIT 985 KLUBI

Ilmainen toimitus Suomeen yli 150 € tilauksille Ilmainen palautus Osta verkosta, vaihda tai palauta myymälässä

Varolitus huijauksverkkokaupasta

Etusivu / Blogi / Vaelus / Top 5 Retkeilykohdetta Helsingin Lähistöllä

**H1 tag** → **TOP 5 RETKEILYKOHDETTA HELSINGIN LÄHISTÖLLÄ**

**Alt/title text** → Top 5 retkeilykohdetta Helsingin lähistöllä

Kirjoittaja Frida Pellin.  
Julkaistu 22. elokuuta 2017

Kategoria Blogi | Ohjeita ja vinkkejä | Vaelus | Päiviretki

Fjälråven  
**GREENLAND JACKET W.**  
239,00 €  
Yhteensä 5 vääriä -



## Esimerkki blogisisältö

83

Metaotsikko

Top 5 retkeilykohdetta Helsingin lähistöllä - Partioaitta

<https://www.partioaitta.fi/top-5-retkeilykohdetta-helsingin-lahistolla-blogi-frida>

Mikä ovat sinut suosikkiretkelykohteet? Frida listasi omat TOP 5 retkeilykohteensa ja kertoi samalla, kohteet, joissa ehdottomasti haluaa käydä. Lue koko juttu ...

Teksti: "retkikohteet, retkeily, luontopolku, pääkaupunkiseutu"

Asettelu ja helppolukuisuus

Tässä olen listannut mielestäni kiinnostavimmat retkikohteet, missä olen käynyt. Kriteerinä minulla oli, että valitsemani kohteet sijaitsevat suhteellisen lähellä pääkaupunkiseutua, jotta niihin olisi mahdollista suunnitella päivämatkan. Useimmat näistä kohteista soveltuvat kuitenkin myös hyvin yön yli retkeilyyn. Lopuksi paljastan myös minikalainen "bucket list" minulla on retkikohteista, eli missä toivoisin käydä tulevaisuudessa – ja melkein harmittaa että niissä ei ole vielä tultu käytyä.

**5. Hanikka luontopolku** Espoon Soukassa on mielenkiintoinen rengasreitti merenläheisissä maisemissa. Reitin varrelle on paikoin rakennettu asuintaloja, mutta vielä löytyy vaihtelevaa maastoa, metsää ja kalliota joista voi nauttia. Luontopolun reitti on merkitty maastoon, mutta lähistöllä kulkeva kuntorata voi paikoin hankaloittaa oikean polun valitsemista. Pitää vaan olla valppaana! Parhaat levähdys- ja evästaukopaikat sijaitsevat kallioiden laella ja kalliolla Suinonsalmen rannalla. Reitin varrella sijaitsevat kohdetaulut, jotka esimerkiksi kertovat paikan muinaishautoista ja jääkauden merkeistä, tekevät retkestä todella informatiivisen.



## Hakusanarikkaat ankkuritekstit

84

**Ankkuriteksti** = teksti, jota painamalla linkki aukeaa.

Käytä kuvailevia ja hakusanarikkaita ankkuritekstejä.

**Kumpi parempi?**

"Kampaamopalvelut" vs "Palvelut"

**Mitä kummallista huomaat, jos Googlaat "mordorin linna"?**



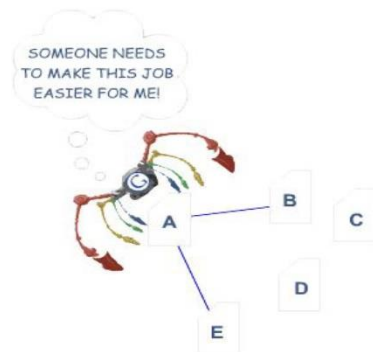
# Sisäiset linkitykset



## Sisäiset linkitykset

**Sivuston sisäiset linkitykset**  
= linkit sivuston yhdeltä sivulta  
saman sivuston toiselle sivulle.

Linkit eri sivujen välillä auttavat  
sekä Googlea, että käyttäjiä  
löytämään linkitetyn sivun  
tehokkaammin.



Google ei enää keskity pelkästään yksittäisiin sivuihin, vaan pyrkii linkitysten avulla ymmärtämään **koko sivuston ja sivuston kategorioiden teemaa sekä asiayhteyksiä.**



## Sisäiset linkitykset

Hyödynnä linkityksiä sivun tekstissä.

Muista hakusanarikkaat ankkuritekstit.

**Ei näin:** Tutustu muihin kenkämalleihin tältä.

**Vaan näin:** Tutustu myös muihin kenkämalleihin.

### Pysy ajan hermolla

UUTUUKSET VAATTEET KENGÄT ASUSTEET ALUSVAIHTO URHEILU

### Naisten muotia, kenkiä ja asusteita

KOKOA UNELMIESI VAATEKAAPPI JOKAISEEN HETKEEN

Kuvittele, että voit löytää saman katon alta kaikki ajankohtaisimmat **naisten merkivaatteet**, **design-laukut** ja trendikkäimmät **tennarit**. Kaikki tämä vieläpä ilman hermoja raastavaa etsimistä, sovittelee ja paikasta toiseen ravaamista. Meillä on sinulle **tyvä** tulos: oman tyylin löytäminen ja täydellisen vaatekaapin rakentaminen ei ole koskaan ollut niin helppoa ja nautinnollista! Me olemme nimittäin koonneet naisten muodin upeimmat suunnittelijat ja merkit kaikki samaan osoitteeseen. Ota mukava asento, kuppi höyryävää kätteen ja lähdä inspiraation täyteiseksi, visuaalisesti upealle muotimatkalle! Aloita sivun vasemman yläosan Magazine -osion Zalandon Magazinesta löydät naisten kauden trendikkäimmät tyyli, jokaviikkoinen suosikkimme valtavasta valikoimastamme sekä yksilöllistä katumuotia suoraan maailman muotipääkaupungista. Löydät vinkkejä, miten toteuttaa oma versiosi katuyllätyksien näyttäviä asukokonaisuuksista. Saat inspiraatiota niin klassiseen toimistotyyliin kuin urbaaneihin vapaa-ajan vaatteisiinkin – trendikästä sporttityyliä unohtamatta!



## Sisäisten linkitysten strategia

89

1. Tee avainsanakartta siitä, millä termeillä haluat verkkosivustosi eri sisällön näkyvän hakukoneissa.
2. Mieti, mitkä sivuston sivuistasi liittyvät samaan teemaan ja linkitä sivut loogisesti toisiinsa.
3. Linkitä suositut ja hyvin toimivat sivut yrityksesi arvokkaimmille sivuille.



## Sisäisten linkitysten strategia

90

Suunnittele linkitykset niin, että samaan aiheeseen liittyvät sivut ovat linkitettyinä keskenään.

### Lastentarvikkeet

Tuotteet:  
Lastensängyt  
Hoitopöydät

Tukeva sisältö:

"Parhaat lastensängyt kaupunki-asuntoihin"

### Lastenvaunut ja -rattaat

Tuotteet:  
Lastenvaunut  
Lastenrattaat

Tukeva sisältö:

"Parhaat lastenvaunut kaupunkikäyttöön"



Linkitä samaan teemaan sopivat sivut toisiinsa.



## Esimerkki blogisisältö

Partioaitta Oy [FI] | <https://www.partioaitta.fi/top-5-retkeilykohdetta-helsingin-lahistoilla-blogi-frida>

Myyntit Asiakaspalvelu - Blogi Liity 365 Klubiin / Kirjaudu -

PARTIOAITTA Etsi tuotetta... HAKU

VAATTEET VARUSTEET KENGÄT AKTIVITEETIT TUOTEMERKIT 365 KLUBI

Ilmainen toimitus Suomeen yli 150 € tilauksille Ilmainen palautus Osta verkosta, vaihda tai palauta myymälässä

Varoitus huijauverkkokaupoista

Etusivu / Blogi / Vaellus / Top 5 Retkeilykohdetta Helsingin Lähistöllä

### TOP 5 RETKEILYKOHDETTA HELSINGIN LÄHISTÖLLÄ

Top 5 retkeilykohdetta Helsingin lähistöllä

**SUOSITTELEMME**

**GREENLAND JACKET W.**  
239,00 €  
Yhteensä 5 väriä -

Kirjoittaja Frida Pelin.  
Julkaistu 22. elokuuta 2017

Kategoria Blogi | Ohjeita ja vinkkejä | Vaellus | Päiväretki

Tykkää Jaa G+



92

## Navigaatio





## Navigaatio

93

Sivujen rakenne tulisi olla mahdollisimman selkeä ja looginen sekä Googlen ja käyttäjän kannalta.

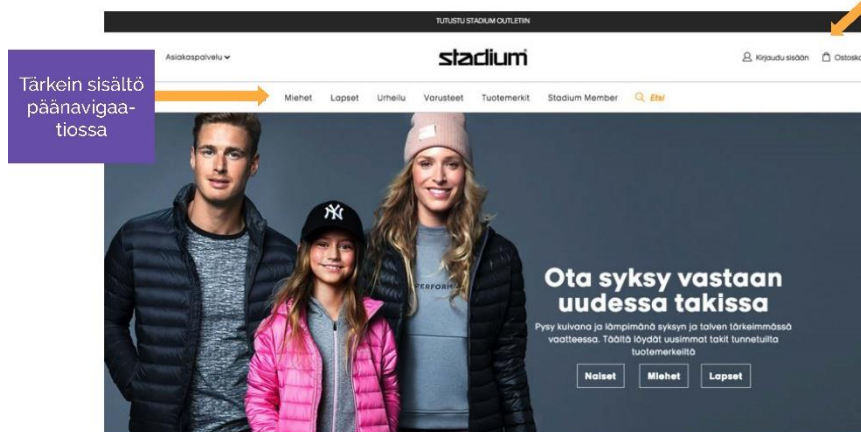
< 3 ?



## Selkeä päänavigaatio

Vakiintunut asettelu

94



## Selkeä alataason navigaatio

95

The screenshot shows the Stadium website's navigation menu. At the top, there are links for 'Myymälämme' and 'Asiakaspalvelu'. The main navigation bar includes 'Naiset', 'Miehet', 'Lapset', 'Urheilu', 'Varusteet', 'Tuotemerkit', and 'Stadium Member'. Below this, there are four columns of product categories for women's items:

- Naisten kengät**: Tennarit, Juoksukenngät, Treenikengät, Jalkapallokengät, Koripallokengät, Golfkengät, Pyöräilykengät, Kumisaappaat
- Kävelykengät**: Sandaalit, Sisäpelikengät, Tenniskengät, Treckingengät, Varsikengät, Kenkätarvikkeet
- Naisten vaatteet**: Aluskerrastot, Alusvaatteet, Fieecet, Hameet & mekot, Housut, Huivit, Käsineet & lapaset, Lippikset
- Paidat & pikepaidat**: Pipot, Pitkähaiset, Sadevaatteet, Shortsit, Sukat, T-paidat, Takit
- Topit**: Uima-asut, Urheiluliivit

There are also links for 'Näytä kaikki Naisten ken...' and 'Näytä kaikki Naisten va...'.



## Navigaatio – murupolku ja sivustokartta

96

Murupolku ja HTML sivustokartta sivun alaosassa (alatunnisteessa) helpottavat navigointia.

The screenshot shows the footer area of the Stadium website. It includes a contact box with the phone number '075 325 22 00' and a list of links: 'Myymälämme', 'Ostoehdot', 'Stadiumista', 'Vastuumme', 'Jäsenhinnat', 'Kokotoukkot', and 'Taatusti tyytyväineni'. Below the contact box, there is a breadcrumb trail: 'Etusivu / Naiset / Naisten kengät / Tennarit'. An orange arrow points from the breadcrumb trail to a purple box labeled 'Murupolku'.

Naiset Miehet Lapset

Etusivu / Naiset / Naisten kengät / Tennarit

Taällä voit ostaa tennarit

Murupolku



# Tekniset asetukset



## Tekniset asetukset

Tärkeä sivuston sisäisen optimoinnin elementti:

→ Jos kunnossa, vaikuttaa positiivisesti sivuston toimivuuteen ja käyttäjäystävällisyyteen.

→ Jos ei kunnossa, kävijän vaikeampi käyttää ja hakukoneen hankalampi indeksoida sivustoa.



---

## Tekniset asetukset

99

- Mobiiliystävällisyys
- Sivuston nopeus
- Sivustokartta
- Tuplisisältö-ongelmat



---

## Mobiiliystävällisyys

100

Mobiiliystävällisyys ja mobiili-responsiivisuus erittäin tärkeä seikka jo nyt, mutta **merkitys tulee vain kasvamaan** tulevaisuudessa.

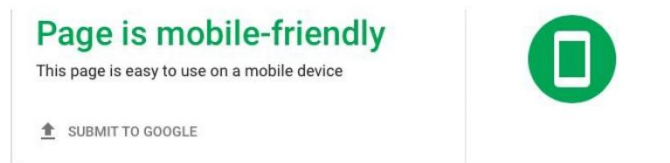


## Mobiiliystävällisyys

101

Googlen mobiiliystävällisyystestit

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>



## Sivuston nopeus

102

- Sivuston tulisi latautua mielellään alle 3 sekunnissa.
- Voit testata sivustosi nopeuden erilaisilla työkaluilla:

[PageSpeed Insights](#)  
[Pingdom Tools](#)



## Tuplasisältö

103



## Tuplasisältö - "Duplicate content"

104

→ Sisältöä, joka esiintyy useammassa kuin yhdessä URL-osoitteessa.

→ yli 85% sivun sisältö on tismalleen sama kuin toisen sivun sisältö.

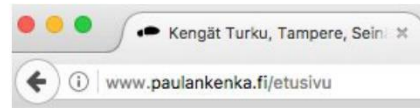
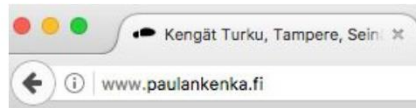
### Yleisimmät tuplasisällön aiheuttajat:

- Eri URL-versiot: **www** ja **ei www**, **http://** ja **https://** alkuiset URL-osoitteet.
- Verkkokauppa: eri tuoteversiot, kopioidut tuotekuvaukset, navigointi- ja lajitteluominaisuudet.



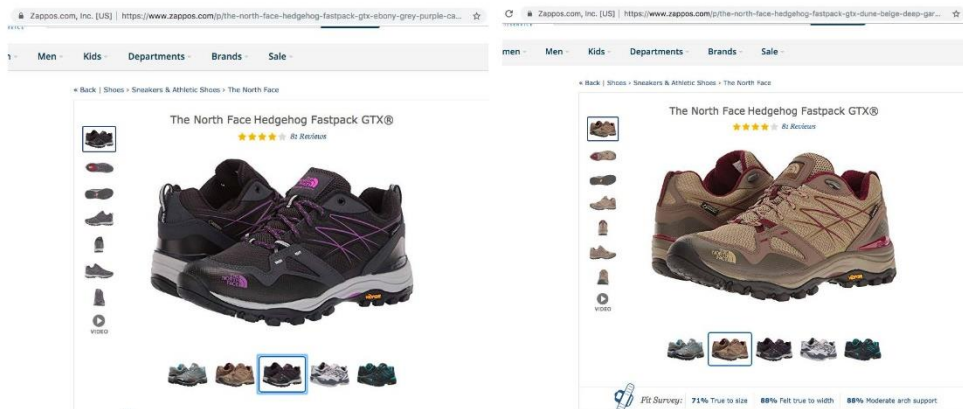
## Tuplisisältö esimerkki: Eri versiot

105



## Tuplisisältö esimerkki: Tuotevariaatiot

106



---

## Miten tunnistat tuplisisältö-ongelman?

107

### Manuaalinen nopea tarkastus:

Testaa löytyykö URL-osoitteesi eri versioista: www-päätteellä ja ilman, http:// sekä https:// -versioina. Mikäli eri versiot eivät "uudelleenohjaudu" yhteen versioista, sinulla on tuplisisältöä.

Testaa tarkemmin työkaluilla, kuten: Google Search Console tai [Siteliner](#)



---

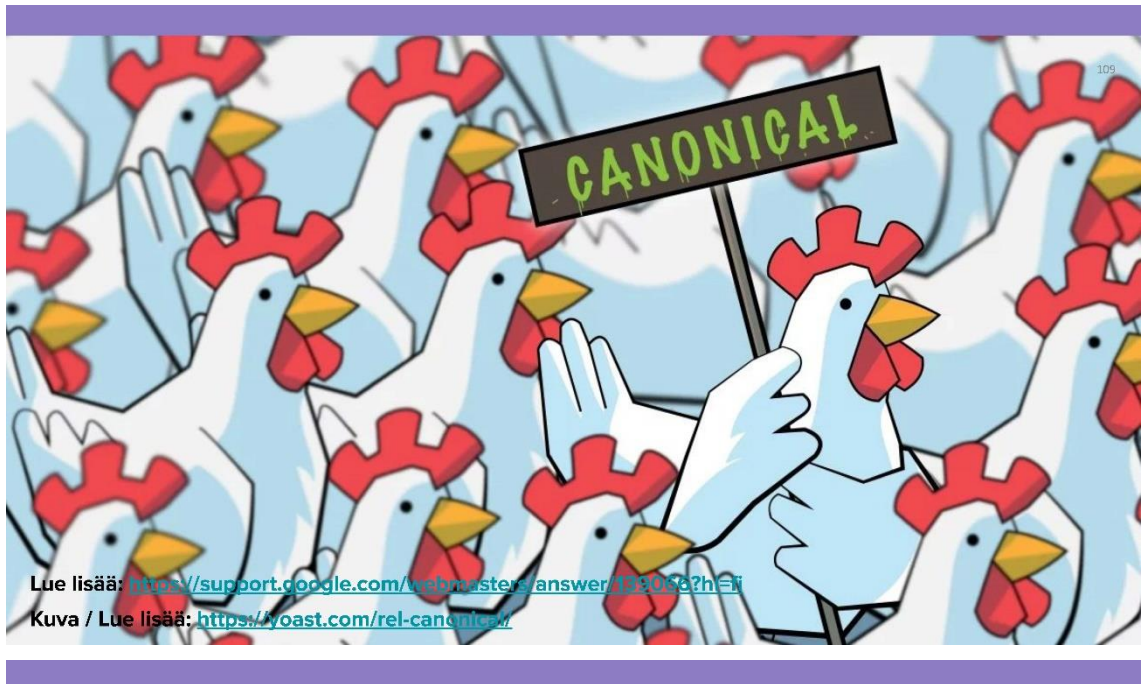
## Mitä tehdä tuplisisällölle?

108

- 301-uudelleenohjaus
- Rel = "canonical" -tagi
- Sisällön kirjoittaminen uusiksi
- Meta robots-tagin noindex
- Robots.txt file







## Sivustokartta

110

Dokumentti, jossa linkit kaikille tärkeille sivuille. Olemassa hakukoneita varten.

XML-sivustokartta auttaa kertomaan hakukoneille sivuston olemassa olevista sivuista.

Sivustokartta priorisoi ja kategorisoi sivuja, parantaa indeksoinnin nopeutta ja tarkkuutta!

https://neilpatel.com/sitemap\_index.xml

### XML Sitemap

Generated by **YoastSEO**, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on [sitemaps.org](https://sitemaps.org).

This XML Sitemap Index file contains 8 sitemaps.

Sitemap	Last Modified
<a href="http://neilpatel.com/post-sitemap1.xml">http://neilpatel.com/post-sitemap1.xml</a>	2017-02-10 02:22 -08:00
<a href="http://neilpatel.com/post-sitemap2.xml">http://neilpatel.com/post-sitemap2.xml</a>	2017-07-22 07:52 -07:00
<a href="http://neilpatel.com/post-sitemap3.xml">http://neilpatel.com/post-sitemap3.xml</a>	2018-07-11 22:45 -07:00
<a href="http://neilpatel.com/post-sitemap4.xml">http://neilpatel.com/post-sitemap4.xml</a>	2018-07-24 14:28 -07:00
<a href="http://neilpatel.com/post-sitemap5.xml">http://neilpatel.com/post-sitemap5.xml</a>	2018-10-23 13:40 -07:00
<a href="http://neilpatel.com/post-sitemap6.xml">http://neilpatel.com/post-sitemap6.xml</a>	2019-02-08 20:23 -08:00
<a href="http://neilpatel.com/page-sitemap.xml">http://neilpatel.com/page-sitemap.xml</a>	2019-02-08 10:44 -08:00
<a href="http://neilpatel.com/category-sitemap.xml">http://neilpatel.com/category-sitemap.xml</a>	2019-02-08 20:23 -08:00



## Sivustokartan lisäys

111

Yleensä sivustokartta löytyy domainin juuresta, osoitteesta **[kotisivut.fi/sitemap.xml](https://kotisivut.fi/sitemap.xml)** (tai **[kotisivut.fi/sitemap\\_index.xml](https://kotisivut.fi/sitemap_index.xml)**)

Useimmat sisällönhallintajärjestelmät luovat sivustokartan automaattisesti. Esim. WordPressin lisäosa Yoast SEO-plugin sisältää tämän ominaisuuden.

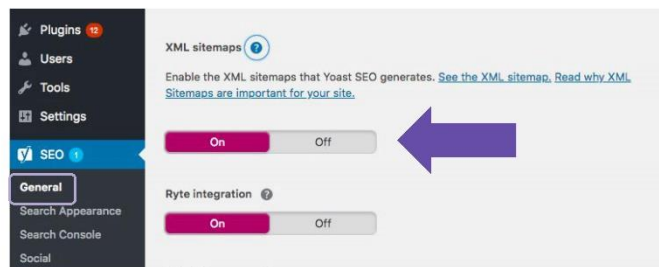
Sivustokartta on hyvä luoda, mikäli tätä ei ole olemassa. Hyvä työkalu Screaming Frog tai verkossa olevat online työkalut, kuten <https://www.xml-sitemaps.com/>



## Sivustokartan lisäys - Yoast SEO -lisäosa

112

1. Lisää Yoast SEO - lisäosa.
2. Navigoi kohtaan General ja Features.
3. Tarkista, että Sitemap on päällä.
4. Tarkastele sivustokarttaa kohdasta "see sitemap".



## 5. Sivujen ulkoinen optimointi



### Ulkoiset linkitykset



---

## Ulkoiset linkitykset

115

Sivustolle saapuvien linkkien määrä ja laatu vaikuttavat sen auktoriteettiin Googlen näkökulmasta, joten hyvälaatuisilla linkeillä on positiivinen vaikutus sivuston sijoittumiseen hakutuloksissa.



---

## Ulkoiset linkitykset

116

Ajatustehtävä:  
Miten hankkisit linkityksiä?



## Ulkoiset linkitykset - Mistä linkkejä?

117

Eri taktiikoita:

- Jaa sisältöä sosiaalisen median kanavissa. → Epäsuora vaikutus.
- Paikalliset ja alakohtaiset laadukkaat hakemistot.
- Blogi-yhteistyöt.
- Alihankkijat (esim. verkkokauppa) ja yhteistyökumppanit.
- Tee asiantuntijasisältöä arvokkaille alan sivustoille.
- Tutki, mistä kilpailijasi saavat linkityksiä ja tutki mahdollisuutta saada oma sivusi linkitettyä samoille sivuille.

Lue lisää strategioista: [Backlinko](#)

Tutki oman sivusi ulkoisia linkkejä: <https://moz.com/link-explorer>



## Ulkoiset linkitykset - Mistä linkkejä?

118

Esimerkki:

**Mobile Clinic Turku | aukioloajat**  
[aukioloajat.com/turku/matkapuhelimet/850813877](https://aukioloajat.com/turku/matkapuhelimet/850813877) ▼ [Translate this page](#)  
 Jun 19, 2017 - Katso aukioloajat kohteelle **Mobile Clinic**, Aurakatu 12 A, 20100 Turku.

Hakemistot erityisen tärkeitä paikallisessa hakukoneoptimoinnissa. (Local SEO)



---

## Sosiaaliset signaalit

119

Sosiaaliset signaalit =

Tykkäykset, kommentit, seuraajat ja jaot eri sosiaalisen median kanavissa



---

## Sosiaaliset signaalit

120

Suoraa vaikutusta hakutuloksiin ei tarkkaan tiedetä.

Sosiaaliset signaalit kuitenkin:

- Lisäävät potentiaalisen liikenteen määrää
- Lisäävät ulkopuolisten linkitysten määrää
- Parantavat brändin tunnettuutta

→ Epäsuora vaikutus



## Google My Business

121

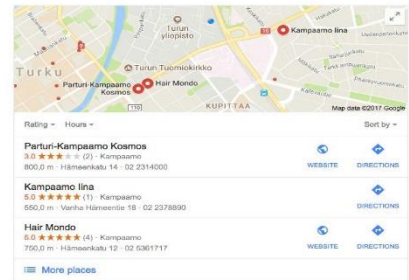
- Ilmainen yrityssivu.
- Näkyy hakutuloksissa.
- Näkyy myös Google Mapsin hakutuloksissa.



## Google My Business

122

- Yritykset näytetään yleensä kolmen sarjoissa.
- Linkki nettisivuille ja reittiohjeisiin.
- Arvostelut!
- Lajittelu arviointien ja aukiolon mukaan.



## Google My Business



### Google My Business sivulla:

1. Kirjoita tiedot täsmällisesti niin, että ne ovat yhdenmukaiset ja tismalleen samat ympäri internetiä. → **NAP** (Name, Address, Phone)
2. Lisää mahdollisimman paljon tietoa yrityksestäsi: Kuvaus, aukioloajat, palvelut, hinnat jne.
3. Lisää yrityksellesi relevantti kategoria.
4. Laadukkaat kuvat, sisältäen yrityksesi logon.
5. **Hanki arvosteluja!**



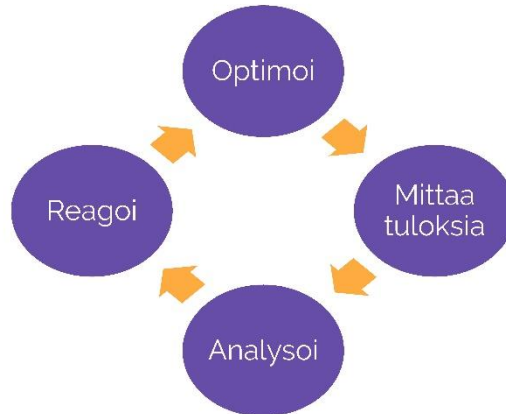
124

## 6. SEO-työkalupakki





## Jatkuva tulosten seuranta ja parantaminen (LEAN-malli) <sup>125</sup>



## Mittaaminen: Google Analytics <sup>126</sup>

Seuraa Google Analyticsista myös sisällön toimivuuden tärkeitä mittareita, kuten:

- **Bounce rate** = prosenttiosuus vierailijoista, jotka poistuvat sivulta ilman vierailematta muilla sivuilla verrattaen kaikkiin sivuvierailijoihin.
- **Average time on site** = keskimääräinen sivuilla vietetty aika
- **Pages per session** = sivumäärä per vierailu



## Mittaaminen: Google Search Console

127

### [Google Search Console](#)

- Dataa 16 kuukauden ajalta.
- Seuraa miten sivuston näkyvyys kehittyy hakukoneissa tärkeillä hakusanoilla.
- Lisäominaisuuksia:
  - Sivustokartta
  - Indeksoidut sivut
  - Nopeustyökalut



## Sivun analysointi: Screaming Frog

128

<https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>

- Sivun SEO auditointi.
- Ilmainen 500 URL-osoitetta.
- Helpottaa sivun optimointitoimenpiteiden kartoitusta ja suunnittelua.



## SEO-Työkalupakki

129

- [Google Analytics](#)
- [Google Search Console](#)
- [Majestic SEO](#)
- [SEOMoz Open site explorer](#)
- [Moz Keyword Explorer](#)
- [Moz SEO toolbar](#)
- [Screaming Frog](#)
- [Screaming Frog guide](#)
- [Google Ads keyword tool](#)
- [Google Trends](#)
- [Pingdom Speed Test](#)
- [PageSpeed Insights](#)
- [Mobile Speed](#)
- [Mobile-Friendly Test](#)
- [Neil Patel: Ubersuggest](#)



## Linkkejä itseopiskelua varten

130

- Hakukoneoptimointi
  - Moz Beginner's Guide to SEO: <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>
  - Search Engine Journal - SEO 101: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/>
- Google Digital Garage - Digimarkkinoinnista yleisesti
  - <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage-fi/course/digital-marketing>
- (Google-mainonnan perusteet)
  - <https://skillshop.exceedlms.com>
  - Google Ads → Google Ads Search → "Learn the fundamentals of Google Ads Search"



