

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

Tietoliikenne ja sähköinen kauppa

2011

Raespuro Mikko ja Tenkanen Tuomas

KOTISIVUJEN JA SÄHKÖISEN MARKKINOINNIN UUDISTAMINEN

– Case: Kiinteistökauppa Timo Aumola



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Raespuro Mikko ja Tenkanen Tuomas

KOTISIVUJEN JA SÄHKÖISEN MARKKINOINNIN UUDISTAMINEN – Case: Kiinteistökauppa Timo Aumola

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa uudet kotisivut Kiinteistökauppa Timo Aumolalle. Samalla haluttiin uudistaa Kiinteistökaupan yleistä ilmettä ja pohtia, miten yritys voisi tulevaisuudessa käyttää hyväkseen mahdollisia sähköisten markkinointikanavien keinoja parantaakseen yrityksen näkyvyyttä ja markkinointia.

Opinnäytetyön toimeksiantajia olivat Kiinteistökauppa Timo Aumola ja Webbisyste. Näiden kahden yrityksen välillä tehtiin tiivistä yhteistyötä, jotta Kiinteistökaupan uusista kotisivuista saatiin muokattua niin kiinteistönvälitysalalle kuin asiakkaallekin sopivat verkkosivut.

Projektin toiminnallinen osuus aloitettiin analysoimalla vanhojen kotisivujen puutteet kävijäseurannan ja Kiinteistökaupan työntekijöiden Timo ja Jaakko Aumolan avulla. Toinen vaihe alkoi julkaisemalla uudet kotisivut data-analyysin jälkeen. Kävijäseuranta jatkettiin uusilla kotisivuilla, jotta pystyttiin analysoimaan onnistumisen käytettävyyden parantamisessa ja asiakasystävällisyydessä sekä saatiin tärkeää tietoa hakukonemarkkinoinnin tärkeydestä kiinteistönvälitysalalla.

Teoreettinen osuus pohjautui lähinnä Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirjaan. Kiinteistökaupan omistaja Timo Aumola antoi tietoja ja kokemuksia Salon seudun kiinteistönvälitysalasta. Lisäksi opinnäytetyöntekijöiden omia tietoja ja kokemuksia sovellettiin työhön asiantuntijoiden kirjoittamien kirjojen ja artikkeleiden ohella.

Kiinteistökauppa Timo Aumolan tulevaisuuden toiminnan ja kilpailukyvyn parantamiseksi päätettiin pohtia tarkemmin mahdollisia sähköisiä markkinointikanavia ja menetelmiä. Näihin kustannustehokkaisiin markkinointimenetelmiin kuuluu mm. sosiaalinen media, virtuaaliset asuntoesittelyt sekä mobiilimarkkinointi.

ASIASANAT:

digitaalinen markkinointi, sähköinen markkinointi, www-sivut, verkkomainonta

Raespuro Mikko and Tenkanen Tuomas

RENEWAL OF WEBSITE AND DIGITAL MARKETING - Case: Kiinteistökauppa Timo Aumola

The purpose of this thesis was to design and implement a new real estate website for Kiinteistökauppa Timo Aumola. Another purpose was to reform the overall look of the real estate company and reflect on how the company could take advantage of the future potential of electronic marketing channels in improving the company's visibility and marketing.

The commissioners were Kiinteistökauppa Timo Aumola and Webbipiste. These two companies made close co-operation in order to make the new home pages work properly and more user-friendly in real estate industry.

The functional contribution was run as a project. The first step was to analyze the lacks of the previous website by using visitor tracking and the knowledge of real estate trade employees Timo and Jaakko Aumola. The second phase began by analyzing the collected data and after that publishing the new website. Tracking the visitors was proceeded in the new websites so it was able show how improving the usability and customer-friendliness of the new website worked. The importance of information about search engine marketing was also noticed in the real estate field.

The theoretical contribution was based on book called *Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja*. Timo Aumola gave theoretical support based on his experiences in real estate industry in Salo area. Thesis authors used their own know-how and the knowledge of experts by reading their books and articles to succeed in thesis.

Thesis authors decided also to consider alternative digital marketing channels to enhance competitiveness of Kiinteistökauppa Timo Aumola. Some of these cost-efficient channels are for example social media, virtual video presentations and mobile marketing.

KEYWORDS:

digital marketing, e-marketing, web site, network advertising

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
1.1 Kiinteistökauppa Timo Aumola	7
1.2 Webbisivusto	8
2 MARKKINOINNIN NYKYTILANNE	11
2.1 Kotisivut	12
2.2 Sähköiset hakemistot	12
2.3 Näyteikkuna ja esitteet	14
2.4 Tienvarsimainonta	15
2.5 Lehtimainonta	16
2.6 Suoramarkkinointi	18
3 ONGELMIEN KARTOITUS	19
3.1 Vanhojen kotisivujen analysointi	20
3.2 Web-analytiikka	24
3.3 Hakukonemarkkinointi	25
4 PROJEKTIN TYÖSTÄMINEN	26
4.1 Uusien kotisivujen suunnittelu ja julkaisu	26
4.2 Hakukonemarkkinointi	30
4.2.1 Hakukoneoptimointi	30
4.2.2 Hakusanamainonta	32
4.2.3 Google Paikat	36
4.3 Web-analytiikka	39
4.3.1 Vanhojen kotisivujen kävijäseuranta	39
4.3.2 Uusien kotisivujen kävijäseuranta	41
5 MARKKINOINNIN TULEVAISUUS	42
5.1 Etuovi.com	43
5.2 Sosiaalinen media ja Facebook-markkinointi	44
5.3 Mobiilisivut ja niiden markkinointi	48
5.4 Virtuaaliset asuntoesittelyt	49
5.5 Muita mahdollisia markkinointikeinoja	51
6 YHTEENVETO	52
LÄHTEET	54

LIITTEET

Liite 1. Webbspiste – Google Places –listauksen vahvistaminen yrityksellesi
Liite 2. Ohjeet Kiinteistökauppa.com –sivuston käyttämiseen

KUVAT

Kuva 1. Kiinteistökauppa Timo Aumolan liiketilat sijaitsevat Turuntiellä, Salossa.	7
Kuva 2. Webbspisteen logo	8
Kuva 3. Webbspiste.fi -etusivu	10
Kuva 4. Kiinteistökauppa Timo Aumolan kohteenselausikkuna etusivulla	12
Kuva 5. Yhteydenottolomakepalvelu Oikotie.fi sivuilla.	13
Kuva 6. Kiinteistökauppa Aumolan näyteikkuna.	15
Kuva 7. Graafinen piirros omakotitalosta, Mikkelintie Halikko	16
Kuva 8. Ilmoitus Salon Seudun Sanomissa 6.11.2011	18
Kuva 9. Vanhojen kotisivujen etusivu	21
Kuva 10. Kuvakaappaus <i>Omakotitalot</i> -välilehdestä, jossa Onnelankadun kuva ei jostain syystä näy.	22
Kuva 11. Kuvakaappaus omakotitalovälilehdestä, jossa tekstin asemointi ei toimi sekä <i>Osoite:</i> että <i>Tilat:</i> -rivillä.	22
Kuva 12. Kohteen kuvat ja tiedot. Tyhjen kenttien otsikot näkyvät silti vaikkei niissä ole mitään tekstiä.	23
Kuva 13. Kiinteistökauppa.com uusi etusivu	27
Kuva 14. Kiinteistökauppa.com vanhojen kotisivujen <i>Kerrostalot</i> -välisivu	28
Kuva 15. Kiinteistökauppa.com uusien kotisivujen <i>Kerrostalot</i> -välisivu	29
Kuva 16. Kiinteistökauppa.com uusien kotisivujen yhteydenottolomake	30
Kuva 17. Google AdWords: Avainsanatyökalu	31
Kuva 18. Google AdWords -kampanjan etusivu	33
Kuva 19. Kiinteistökauppa Timo Aumolan vuokrattavat asunnot	34
Kuva 20. Google AdWords <i>vuokra-asunnot</i> -kategorian avainsanat	35
Kuva 21. Google AdWords <i>vuokra-asunnot</i> -kategorian mainokset	36
Kuva 22. Kiinteistökauppa Timo Aumolan Google Paikat-sivusto	37
Kuva 23. Google-haun tulokset avainsanoilla <i>kiinteistönvälitys salo</i>	38
Kuva 24. Kävijäkäyrä aikavälillä 13.7.2011-31.10.2011	39
Kuva 25. Liikenteen lähteet	40
Kuva 26. Kävijöiden lähteet ja tulotapa 1.11.2011-22.11.2011 välisenä aikana	41
Kuva 27. Kiinteistömaailman Facebook-fanisivut	46
Kuva 28. Kiinteistömaailma pitää Facebook-fanisivuaan aktiivisena ja sisältörikkaana	47
Kuva 29. Webbspiste.mobi –sivusto	49
Kuva 30. VVO-yhtymä Oyj:n kanava Youtubessa, joka näyttää asiakkailleen asuntojen virtuaaliesittelyjä.	51
Kuva 31. Ponnahdusikkuna Webbspiste.fi –sivustolta	52

KÄYTETYT LYHENTEET (TAI) SANASTO

HTML	lyhenne sanoista Hypertext Markup Language, suomennettuna hypertekstin merkintäkieli
PHP	lyhenne sanoista Hypertext Preprocessor, suomennettuna hypertekstin etukäteisprosessointi
CSS	lyhenne sanoista Cascading Style Sheets, suomennettuna sarja tyylitiedostoja
SSS	lyhenne sanoista Salon Seudun Sanomat
SSA	lyhenne sanoista Salon Seudun Asunnot

1 JOHDANTO

CASE Kiinteistökauppa Timo Aumola –toiminnallisen opinnäytetyön tekeminen aloitettiin kesän 2011 alussa. Opinnäytetyönvalmistajien toinen osapuoli Tuomas Tenkanen oli töissä kyseisessä kiinteistönvälitysyrityksessä ja hänen työnantajansa ilmoitti halunsa uudistaa kiinteistokauppa.com –kotisivut täysin uudentulaisiksi. Tuomas sai tehtäväkseen etsiä verkkosivujen valmistajaa. Mikko Raespuro perusti Webbipiste-nimisen yrityksen joulukuussa 2010, jonka kautta hän muun muassa valmistaa yrityksille kotisivuja sekä suorittaa heille internet-markkinointia. Koska molemmat opiskelevat Turun ammattikorkeakoulussa tietoliikennettä ja sähköistä kauppaa, päätettiin opinnäytetyö tehdä yhteisenä projektina ja Mikko palkattiin uusien kotisivujen tekijäksi. Suuntautumisvaihtoehto sisällytettiin opinnäytetyöhön mukaan kotisivujen sähköisenä markkinointina. Kiinteistökauppa Timo Aumola suostui myös ehdotukseen internet-markkinoinnin uudistamisesta.

”Kotisivut ovatkin paras paikka näyttää yrityksen brändi juuri sellaisena kuin sen halutaan näkyvän.” (Kalliola 2009 Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja).

Opinnäytetyön toimeksiantajiksi tulivat siis Kiinteistökauppa Timo Aumola sekä Webbipiste.

Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin aiheen hyväksymisen jälkeen ja uusien kotisivujen suunnittelu aloitettiin välittömästi ajatuksen tasolla. Ensimmäinen tehtävä käytännön asioissa oli web-analytiikan, eli kävijäseurannan, asentaminen Kiinteistökauppa Timo Aumolan vanhoille internet-sivuille. Tämä tehtiin sen takia, että saataisiin tiedollista pohjaa kävijöiden käyttäytymisestä kotisivuilla. Saatua informaatiota käytettiin uusia internet-sivuja suunniteltaessa sekä valmistaessa. Koska kyseessä oli keskikesä, seurannan piti muodostua hieman aiottua pidemmäksi, jotta saataisiin mahdollisimman kattava kuva web-analytiikasta. Seurannan pituudeksi muodostui lopulta kolme ja puoli kuukautta, joka oli selvästi suunniteltua enemmän.

Kaiken kaikkiaan projekti lähti kuitenkin hyvin käyntiin ja tämä opinnäytetyö käsittelee sitä vaihe vaiheelta aina tyytyväiseen toimeksiantajaan saakka.

1.1 Kiinteistökauppa Timo Aumola

Kiinteistökauppa Timo Aumola on salolainen kiinteistönvälitysyritys. Laillistettu kiinteistönvälittäjä ja yrityksen perustaja on Timo Aumola. Aumola on ollut kiinteistönvälitysalalla jo yli 30 vuotta ja päätti perustaa oman yrityksensä vuonna 1996. Yrityksessä työskentelee myös hänen poikansa Jaakko Aumola. Viimeiset vuodet Kiinteistökaupan liiketilat ovat olleet Turuntie 8 osoitteessa, pääkadun varrella.

Kiinteistökauppa eroaa muista alansa kilpailijoista Salossa siinä, että yritys on pienempi tiloiltaan ja työntekijöitä on vähemmän muihin verrattuna. *Koti sydämellä* –motto kuvailee Kiinteistökauppa Timo Aumolan palvelujen luotettavuutta. Kiinteistökaupan työilmapiiri eroaa muista yrityksistä siinä, että työtä tehdään toimistolle eikä itselleen, eli kaikki työskentelevät samaan kassaan provikkapalkan sijasta.



Kuva 1. Kiinteistökauppa Timo Aumolan liiketilat sijaitsevat Turuntiellä, Salossa.

Yrityksen kohderyhmänä on Salon seudulta asuntoja etsivät ihmiset. Yhteyttä ottavat asiakkaat ovat kiinnostuneita asunnoista ja pyytävät yleensä lisätietoja vertaillakseen tarjolla olevia asuntoja sekä kiinteistöjä keskenään. Suurin osa

yhteydenotoista tulee nykyisin sähköisten kanavien kautta. Tämän takia on tärkeää, että yrityksen omat verkkosivut ovat käytännölliset ja yhteydenotto on helppoa.

1.2 Webbipiste

Webbipiste on salolainen yksityisyritys, jonka toimialana on ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus. Yritys kuitenkin keskittyy lähinnä internet-markkinointiin ja internet-sivujen valmistamiseen. Webbipisteen perusti salolainen Mikko Raespuro joulukuussa 2010 opiskeluidensa yhteydessä. Toiminta pääsi kunnolla vauhtiin vasta keväällä 2011 opiskeluiden takia.



Kuva 2. Webbipisteen logo

[Webbipiste](#) tarjoaa internet-markkinointi ja -konsultointi palveluja parantaakseen ensisijaisesti asiakasyrityksen jo olemassa olevien internet-sivujen kävijämääriä ja konversioita hakukonemarkkinoinnin, sosiaalisen median ja web-analytiikan avulla. Mikäli asiakaalla ei kuitenkaan ole kotisivuja, Webbipiste valmistaa asiakasyritykselle niitä sekä älypuhelimille tarkoitettuja mobiilisivuja edellä mainituilla tavoitteilla.

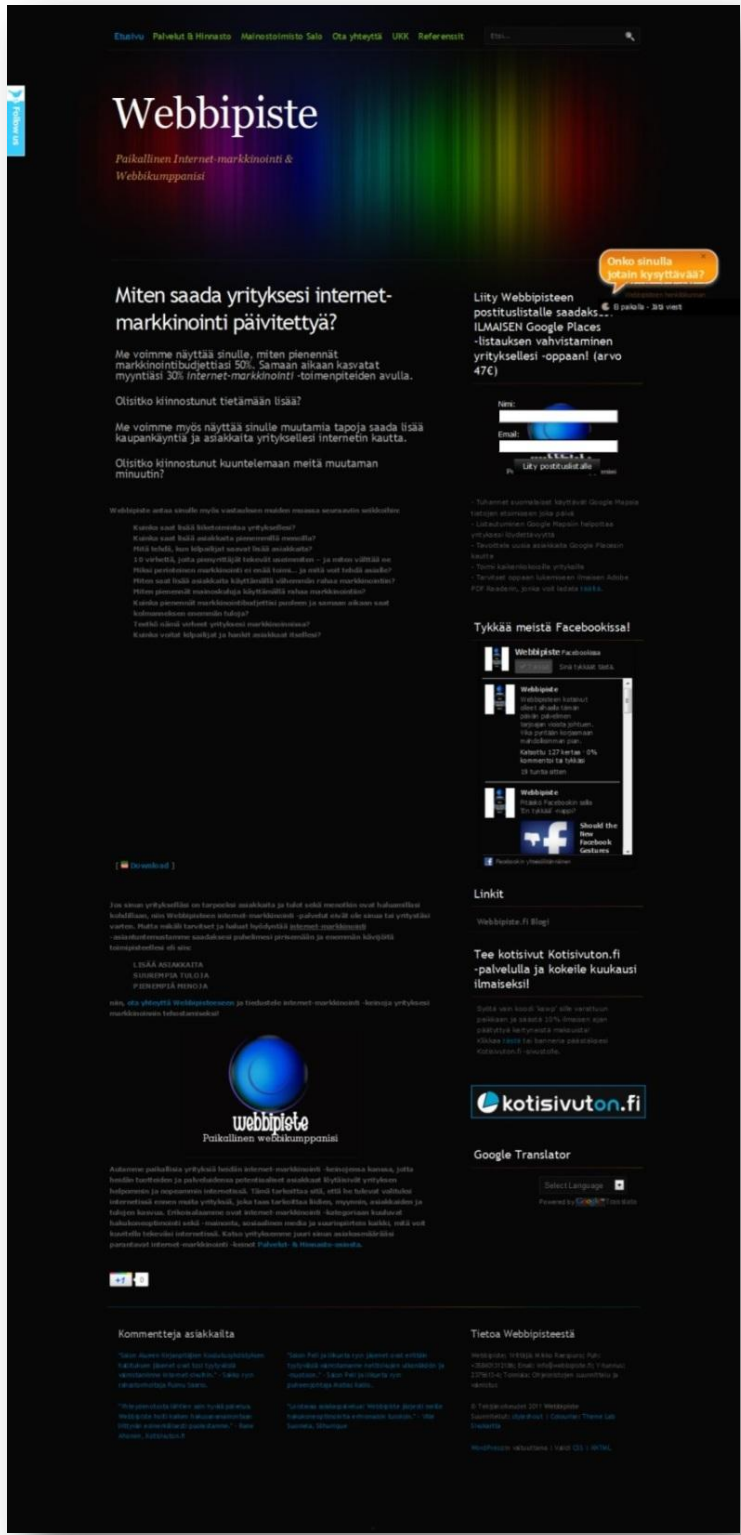
Webbipisteen kohderyhmä koostuu lähinnä Salon seutulaisista pk-yrityksistä. Lähes jokainen asiakasyritys lähestyy Webbipistettä uusien kotisivujen

tarpeessa tai vanhojen sivujen uudistamisessa. Internet-sivujen valmistamisen ohessa toinen suosittu palvelu on hakukoneoptimointi. Mikäli yritys on uusien verkkosivujen tarpeessa, asiakas saadaan usein myös vakuutettua hankkimaan hyvä hakukonenäkyvyys hakukoneoptimoinnin avulla.

Webbipisteen toimintaa voi kuvailla seuraavalla tavalla:

”Webbipiste auttaa paikallisia yrityksiä internet-markkinoinnin kanssa, jotta heidän tuotteiden ja palveluiden potentiaaliset asiakkaat löytäisivät kunkin kyseessä olevan yrityksen liiketoiminnan helpommin ja nopeammin internetissä. Tämä taas tarkoittaa sitä, että he tulevat löydetyksi ja valituksi ennen muita yrityksiä, joka tarkoittaa liidien, myynnin, asiakkaiden ja tulojen kasvua.”

Asiakkaiden hankinta jää jatkossa melko vähäiseksi, sillä yrittäjä lähtee vaihto-opiskelijaksi Aasiaan keväällä 2012. Nykyiset viestintämenetelmät antavat kuitenkin mahdollisuuden hoitaa valmiiksi hankittuja asiakassuhteita kauempaakin. Syksyllä 2012 Webbipiste jatkaa taas toimintaansa normaalisti ja yrittäjä itse valmistuu siinä sivussa ammattikorkeakoulusta. Tammikuusta 2013 lähtien yrityksellä on tavoitteena jatkuva kasvu ja kehittyminen. Yrityksen kehittymisen ohella olisi tarkoitus palkata ensimmäinen ulkopuolinen työntekijä.



Kuva 3. Webbipiste.fi -etusivu

2 MARKKINOINNIN NYKYTILANNE

Kiinteistökauppa Timo Aumolalla on selkeä linja markkinoinnin suhteen. Aumola luottaa aiemmin toimiviin menetelmiin, kuten lehtimainonta ja sähköiset asuntopalvelut.

Timo Aumola on alalta pitkä kokemus ja hän on nähnyt asuntomarkkinoiden nousu- ja laskukaudet. Hänen mielestään kivijalkaliikkeen merkitys on 20 vuoden sisällä muuttunut myös kiinteistöalalla merkittävästi. Markkinointikanavien digitalisoituminen on teettänyt sen, että yrityksen näkyvyyteen on kiinnitettävä jopa enemmän huomiota kuin itse myytävien kohteiden näkyvyyteen. Mikäli yritys on näkyvä, myös kohteet ovat näkyvillä. Yrityksen omistajan Timo Aumolan mielestä toimistotiloilla ei ole enää samaa merkitystä kuin aiemmin. Ihmiset tarkkailevat kohteita verkon ja perinteisten kanavien, kuten lehtien välityksellä. Aumola huomauttaa kuitenkin, että näkyvyyden kannalta katutasolla oleva ikkunapaikka on edelleen hyvin tärkeä. Toimistotiloilla ei ole niin suurta merkitystä vaikka ne olisivat kerrostalon viidennessä kerroksessa ja pienemmät kuin nykyiset, kunhan katutasolla on huomiota herättävä mainos ja tiedot yrityksestä.

Kilpailu markkinoinnissa on sähköistymisen myötä kiristynyt. Kun vertaa tilannetta ajassa taaksepäin, jolloin mainontaa harrastettiin vain katutasolla ja lehdissä, niin nykyiset verkkopalvelut ja mainontasivut teettävät yrittäjälle huomattavasti enemmän päänvaivaa. Sähköiseen markkinointiin siirtyminen teetti Kiinteistökauppa Aumolalle aluksi lisäkustannuksia ja siihen oli lähdeävä mukaan, jotta yrityksen näkyvyys saatiin säilytettyä. Tilanne on kuitenkin tasapainottunut, vaikkakin markkinointikustannukset voivat vaikuttaa ulkopuolisen korvaan suurilta.

Kiinteistökauppa Aumolan markkinointi on sekä sisäistä että ulkoista. Sisäinen markkinointi tarkoittaa sitä, että uuden kohteen saapuessa markkinoille pitää jokaisen työntekijän tietää perustiedot kohteesta, jotta tilaisuuden tullessa pystyy käyttämään omia myyntitaitojaan yrittäessään kaupata kyseisen

asunnon. Ulkoinen markkinointi sisältää keinoja kuten sanomalehti, verkkosivut ja näyteikkuna.

2.1 Kotisivut

Kiinteistökauppa Timo Aumolan kotisivut löytyvät osoitteesta www.kiinteistokauppa.com. Uudet kotisivut teetettiin osana opinnäytetyöprojektia yhteistyössä Kiinteistökaupan ja Webbipisteen kanssa.

Kotisivuilta löytyvät kaikki vapaana ja myynnissä olevat kohteet sekä tarvittavat yhteystiedot, jotta asiakas pystyy ottamaan yhteyttä joko puhelimitse, sähköpostitse, faksilla tai suoralla yhteydenottolomakkeella. Sähköisen näkyvyyden saavuttaminen edellyttää toimivia kotisivuja.



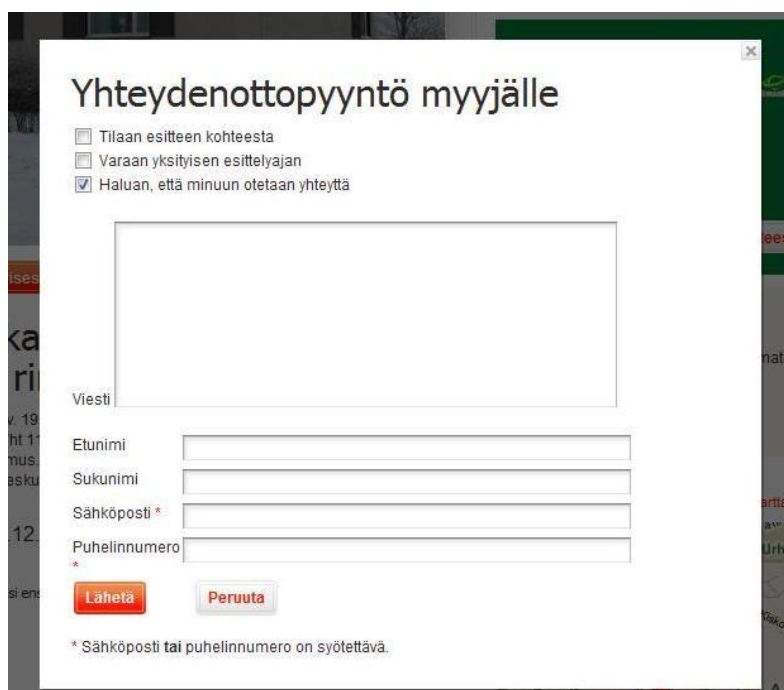
Kuva 4. Kiinteistökauppa Timo Aumolan kohteenselausikkuna etusivulla

2.2 Sähköiset hakemistot

Oikotie.fi –internet-sivut ovat yhdet tunnetuimmista kiinteistönvälittäjien verkkopalveluista Suomessa. Yrittäjät sekä yksityiset henkilöt pystyvät lisäämään asuntoja, loma-asuntoja, tontteja, maa- ja metsätiloja, varastoja tai autotalleja Oikotien sivuille joko myyntiin tai vuokrattavaksi.

Kiinteistökauppa Timo Aumolalla on y-tunnuksen myötä oikeus toimia yritysasiakkaana Oikotien palveluissa. Etuna on halvemmat kustannukset ja parempi näkyvyys. Kustannuksia syntyy maksimissaan 400 €/kk, johon kuuluu 65 € kuukausimaksu ja 0,08 € jokaista kohteen klikkausta kohden.

Oikotien palvelut ovat tähän mennessä miellyttäneet Kiinteistökauppaa. Ihmiset tietävät mistä etsiä kohteita ja niistä kiinnostuneet ottavat yhteyttä Oikotien kautta Kiinteistökauppaan sähköpostitse. Asiakkaan on helppo ilmaista asiansa ja Oikotien palvelujen selkeyden ansiosta asiakkaan pyyntöihin on nopea vastata.



The image shows a web form titled "Yhteydenottopyyntö myyjälle" (Contact request to seller). The form includes three checkboxes: "Tilaan esitteen kohteesta" (I order the brochure for the object), "Varaan yksityisen esittelyajan" (I reserve private viewing time), and "Haluan, että minuun otetaan yhteyttä" (I want to be contacted), which is checked. Below the checkboxes is a large text area labeled "Viesti" (Message). Underneath the message area are input fields for "Etunimi" (First name), "Sukunimi" (Last name), "Sähköposti*" (Email*), and "Puhelinnumero*" (Phone number*). At the bottom of the form are two buttons: "Lähetä" (Send) and "Peruuta" (Cancel). A small asterisk note at the bottom states: "* Sähköposti tai puhelinnumero on syötettävä." (Email or phone number must be entered).

Kuva 5. Yhteydenottolomakepalvelu Oikotie.fi sivuilla.

Jokakoti.fi –internet-sivut ajavat samaa asiaa kuin Oikotien vastaavat. Pieniä eroja löytyy silti, sillä liittyminen asiakkaaksi Jokakodin palveluihin alkukampanjan aikana takasi kahden vuoden käytön ilman kustannuksia. Kaksi vuotta tulee täyteen vuoden vaihteessa, joten palvelu muuttuu silloin maksulliseksi. Yksityiselle asiakkaalle kohteen ilmoitus kuitenkin maksaa 30€ / 4 viikkoa.

Jokakoti on sähköisistä kiinteistönvälityshakemistoista uusin ja sen odotettiin nousevan hetkessä Suomen tunnetuimmaksi asuntosivustoksi. Jokakoti on hyvin esillä, sillä MTV3 esittää Jokakodin asuntoihin liittyvää ohjelmaa viikonloppuisin televisiosta. Huippusuosiota ei ole kuitenkaan vielä saavutettu, sillä Jokakoti.fi on ihmisille vieras verrattuna sivustoihin kuten Oikotie.fi tai Etuovi.fi. Yksi syy on se, että Jokakodin internet-sivut ovat erittäin hitaat ja epäkäytännölliset, jonka aiheuttaa sivuilla käytettävä Adobe Flash -multimediakehitysympäristö. Toisaalta syy voi olla myös se, että Oikotie-sivuston sijoitus hakukoneilla mitattuna on parempi kuin Jokakodin. Tämä aiheuttaisi kävijöiden todennäköisemmän ohjautumisen Oikotien mainostamiin kohteisiin.

Jokakodin verkkosivut ovat muutoin erittäin miellyttävät silmälle ja visuaalisuus on kunnossa. Asiakkaat kuitenkin harvemmin lähettävät yhteyspyyntöjä Jokakodin kautta, joten Oikotie tunnetaan ilmeisesti paremmin.

2.3 Näyteikkuna ja esitteet

Näyteikkunat ovat tärkeä mainonnan väline yrityksille. Ohikulkijat näkevät yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut kadun varrella ympäri vuorokauden. Näyteikkunan mainonnan täytyy olla visuaalisesti kunnossa, jotta ohikulkijat kiinnittävät siihen huomion ja mielenkiinnon herätessä tulevat liikkeeseen tiedustelemaan kohteista lisää. Kuvasta 6 ilmenee Kiinteistökauppa Aumolan näyteikkunan jouluihin liittyvä ilme.



Kuva 6. Kiinteistökauppa Aumolan näyteikkuna.

Kiinteistökauppa Timo Aumolan sijainti herättää sekä positiivisia että negatiivisia tuntemuksia. Positiivista on, että ohi kulkee paljon ihmisiä Turuntien ollessa yksi Salon vilkkaimmista kaduista. Toimistotilat on helppo havaita näkyvän näyteikkunan avulla. Näyteikkuna sijaitsee lähes paikallisliikennepysäkin edessä, joten bussia odottavat ihmiset kuluttavat usein aikaa näyteikkunan esitteitä tutkiessaan. Tätä voi myös pitää negatiivisena puolena, sillä bussia odottavat henkilöt peittävät usein näyteikkunan näkyvyyden ja saattavat aiheuttaa sen, että ohikulkeva potentiaalinen asiakas saattaa jättää näyteikkunan kokonaan huomioimatta.

Näyteikkunan esillepano on sijoitettu niin, että kaikki mainokset ja esitteet ovat symmetrisiä ja visuaalisesti toimivia. Esitteet sisältävät kuvan asunnosta ja muut tärkeät tiedot, jotka herättävät useimmiten ensimmäisenä asiakkaan kiinnostuksen.

2.4 Tienvarsimainonta

Kiinteistökauppa Timo Aumola tekee yhteistyötä usean paikallisen rakennusyrityksen kanssa. Rakennusyritykset rakentavat uudiskohteita Salon seudulla ja Kiinteistökaupan tehtävänä on hoitaa niiden myynti. Uudisrakennusten tonteille pystytetyt kyltit ovat osoittautuneet kannattaviksi. Jaakko Aumolalla ja hänen kumppanillaan Roope Viitasella on oma

rakennusyritys, joka tuottaa lisänäkyvyyttä Kiinteistökauppa Timo Aumolalle (www.rjr.fi).

Uudisrakennusten tonteille pystytetään yleensä tienvarsikyltti, jonka koko vaihtelee. Kyltissä lukee tiedot rakennettavasta kohteesta sekä Kiinteistökauppa Timo Aumolan yrityksen yhteystiedot. Kylttiin saatetaan laittaa myös graafisen suunnittelijan tekemä luonnos rakennettavasta kohteesta. Tämän takia kyltin hinta vaihtelee. Kuvassa 7 on esimerkki graafisesta piirroksesta Halikon Mikkeliintieltä.



Kuva 7. Graafinen piirros omakotitalosta, Mikkeliintie Halikko

Tienvarsimainonta on tähän mennessä ollut menestyksekkästä, varsinkin uusien omakotitalojen kohdalla Salon seudulla. Uutta asuntoa etsivät perheet saattavat käydä auton kanssa ajelemassa alueilla johon rakennetaan uusia asuntoja. Kylttien avulla on tullut yhteydenottoja ja näin ollen tienvarsimainonnan tärkeys on tiedossa.

2.5 Lehtimainonta

Paikalliset lehdet kuten Salon Seudun Sanomat, Salon Seudun Asunnot ja Salonjokilaakso tuovat näkyvyyttä paikallisten kiinteistönvälittäjien mainontaan.

Ilmoituksen graafisen puolen suunnittelee kyseisen lehden joko oma tai ulkoistettu graafikko. Kiinteistönvälittäjien tehtäväksi jää kohteiden tekstien ja kuvien lähettäminen sähköpostitse.

Kiinteistökauppa Timo Aumolalla on lähes joka sunnuntai ilmoitus omista kohteistaan Salon Seudun Sanomissa. Ilmoituksen hinnat vaihtelevat sen koosta riippuen. Mikäli mainos on 100 x 100mm, tulee sen hinnaksi noin 280 €. Salon Seudun Sanomat on helpoin tapa tuoda oma yritys julki, sillä kyseistä lehteä lukee Salon seudulla valtaosa ihmisistä.

Salon Seudun Asunnot –lehti julkaistaan kaksi kertaa kuussa. Se on ainoa salolainen lehti, jonka asiasisältö painottuu vain ja ainoastaan Salon seudulla myytäviin asuntoihin. Kiinteistökauppa Aumolan mainokset kyseisessä lehdessä on yleensä kokoa ¼ sivua. Edellämämainitun kokoisen ilmoituksen hinnaksi tulee noin 240 €. Lisäksi SSA:lla on sähköinen asuntopalvelu (www.salonseudunasunnot.net), joka veloittaa yritykseltä 123 €/kk kohteiden mainostamisesta.

Timo Aumolan mielestä Salonjokilaaksossa mainostaminen ei ole kannattavaa, sillä se tavoittaa kustannuksiin nähden vähän ihmisiä. Tämän takia Aumola mainostaa myynnissä olevia asuntoja useimmiten pelkästään Salon Seudun Sanomat ja Salon Seudun Asunnot -lehdissä.

<p>Esittely su 6.11. klo 14.00</p>  <p>RT, Keskusta, Röykkälänkatu 18 as. 2 3h+k+s= 102 m² + lämmin autotalli + varasto. Huippusijainti. Lukkarinmäellä. Iso lasitettu parveke näköalalla. H. 189.000 €.</p>	<p>Esittely su 6.11. klo 14.30</p>  <p>KT, Keskusta, Mököinen, Mököistenkatu 5 as. 11 3h+k+kph+wc=79,5 m²+parv. Upeasti remontoitu huoneisto Mököisissä. Hissi, lasitettu parveke. Kaikki uutta!!! H. 139.500 €.</p>
 <p>www.KIINTEISTOKAUPPA.com Kiinteistökauppa Timo Aumola Turuntie 8, Salo 733 3013</p>	
<p>Esittely su 6.11. klo 15.00</p>  <p>KT, Pahlavuori, Otsonkatu 9 C 23 2h+kkk+kph=45 m². Nuorekas, tyylikästä kauttaaltaan remontoitu huoneisto. Kaikki pinnat ja kalusteet uusittu. H. 62.500 €.</p>	<p>Esittely su 6.11. klo 15.30</p>  <p>RT, Tupuri, Päläskatu 1 as. 3 2h+kt+s=50,3 m²+autok.+varasto. Uutta vastaava eritt. hyväkuntoinen todella hyvin varusteltu kaksio. Mukava sijainti Tupunsa. Huom!!! H. 95.000 €.</p>

Kuva 8. Ilmoitus Salon Seudun Sanomissa 6.11.2011

2.6 Suoramarkkinointi

Kiinteistökauppa Timo Aumolan toimistotiloihin saapuu asiakkaita monella eri tarkoituksella. Asiakkaat, jotka ovat ostoprosessinsa lähtökuopissa tekevät yleensä tietojen haun joko internetin tai puhelimen välityksellä. Vanhempi asiakaskunta saapuu yleensä suoraan toimistoon kyselemään heille sopivia kohteita.

Timo Aumola mielestä kiinteistönvälityksessä tarvitaan edelleen hyviä myyntitaitoja, vaikka tuotteet ovatkin ns. valmiita talopaketteja. Asiakkaiden luottamus pitää saavuttaa ilman vilppiä. Asuntojen hinnat ovat niin suuria, että ihmiset eivät lähde tekemään kauppooja epäroideissaan edes jossain määrin.

Kiinteistökaupan toimitiloissa käy myös paljon asiakkaita, jotka kertovat minkälaista asuntoa he hakevat. Samalla he pyytävät ottamaan yhteyttä, mikäli kyseisiä kriteereitä täyttävä asunto tulee markkinoille.

Timo Aumola kertoo puhuvansa monien tuttavien kanssa asunnoista ja kaupankäynnin nykytilanteesta. Se on kannattavaa, sillä hyvät tarjoukset lähtevät usein kiertämään puheiden mukana ja hyvällä tuurilla ne tavoittavat potentiaaliset asiakkaat sanan levitessä.

Tärkein suoramarkkinoinnin tavoite on kuitenkin tyytyväinen asiakas, sillä tyytyväinen asiakas on tietyllä tavalla kuin kävelevä mainos. Asiakaspalvelun perussääntöjen 3/11 –säännön mukaan tutkimusten perusteella on havaittu, että tyytyväinen asiakas kertoo positiivisista kokemuksistaan keskimäärin kolmelle henkilölle. Palveluihin tyytymätön henkilö kertoo huonoista kokemuksistaan keskimäärin 11 muulle henkilölle. Ero tyytyväisen ja tyytymättömän asiakkaan välillä on suuri, joten on tärkeää pitää suhteet asiakkaisiin hyvinä.

3 ONGELMIEN KARTOITUS

Kiinteistökauppa Timo Aumolan ongelmien kartoitus lähti käyntiin vanhojen kotisivujen analyysillä. Sivusto käytiin tarkkaan läpi, jotta kaikki mahdolliset parannettavat seikat tulisivat huomatuksi. Yrityksen vanhat kotisivut olivat kuitenkin melko yksinkertaiset, joten kovin kattavaa analyysia ei pystytty tekemään.

Kotisivujen analyysin jälkeen aloitettiin kävijäseurantatietojen tutkiminen. Web-analytiikka antoi tärkeää tietoa internet-sivuista ja sen kävijöiden käyttäytymisestä. Seurantatiedot käytiin läpi erittäin perusteellisesti ja pyrittiin ottamaan kaikki mahdollinen hyöty irti uusien kotisivujen suunnittelun kannalta.

Tämän jälkeen vuorossa oli hakukonemarkkinoinnin läpikäynti. Nykyisessä tietoyhteiskunnassa on tärkeää saavuttaa hyvä asema potentiaalisten asiakkaiden käyttämissä hakukoneissa. Suomessa tämä tarkoittaa käytännössä [Googlea](#). Vanhojen kotisivujen hakukoneoptimointi oli todella huonossa

kunnossa, koska siihen ei oltu paneuduttu juuri ollenkaan lähinnä tietämättömyyden ja osaamattomuuden takia.

3.1 Vanhojen kotisivujen analysointi

Kiinteistökauppa Timo Aumolan vanhojen kotisivujen suunnittelija ja tekijä on Heikki Kiljunen. Kiljunen teki verkkosivut Kiinteistökaupalle koulun ohella osana hänen kurssiaan. Vanhat kotisivut eivät enää olleet ajan tasalla, eli niihin tarvittiin uudistusta sekä ulkomuotoon että käytettävyyteen. Eniten vaivaa vanhoilla kotisivuilla herätti sivujen päivitysjärjestelmä. Päivitysjärjestelmä oli sekava ja sitä oli vaikea käyttää, mikäli käyttäjän atk-aidot olivat muutenkin heikot.

Vanhojen kotisivujen etusivussa ei alunperin ollut enempää valittamista. Visuaalisuudessa tietenkin oli parantamisen varaa, sillä kotisivujen ulkoasu näytti vanhentuneelta. Lisäksi Kiinteistökaupan logo oli vanha ja etusivulla oleva näyteikkunan kuvakin sisältää väärän kotisivuosoitteen. Lisäksi yläpalkissa sijaitsevat välilehdet *Uudistuotanto* ja *Muut* olivat tarpeettomia, sillä niihin kategorioihin ei yleensä lisätty kohteita. Mikäli myyntiin tuli omakotitalo ennakkomarkkinointina eli uudiskohteena, se lisättiin automaattisesti *Omakotitalo* -kategoriaan.



Kuva 9. Vanhojen kotisivujen etusivu

Välilehtiä avattaessa esiintyi seuraavanlaisia ongelmia:

- Verkkosivuston style.css –tyylitiedosto oli optimoitu väärin kyseiselle sivustolle, jonka seurauksena kohteiden tekstit asemoituivat virheellisesti.
- Välillä kohteiden kuvat eivät näkyneet välilehdissä ollenkaan.


Nämä seikat teettivät Kiinteistökaupan työntekijöille jatkuvasti ongelmia, koska päivittäjä joutui useaan kertaan tarkistamaan oliko itse kirjoittanut väärin tai unohtanut laittaa kuvan. Ongelma useimmiten ei kuitenkaan ollut päivittäjässä vaan päivitysohjelmassa. Toimivien verkkosivujen edellytys on, että ne ovat

visuaalisesti toimivat ja allaolevien kuvien 10 ja 11 kaltaiset virheet eivät paistaisi suoraan kävijän silmään.


Omakotitalot

Osoite: Onnelankatu 11, 24130 Salo	Tilat: 5h+k+kph+s+khh+2wct+autot 129m ²	=	Hinta: 238.000€	Kuva: KUVA?
--	---	---	---------------------------	----------------------------------

[LISÄTIETOJA >>](#)

Osoite: Ajokatu 4, 24280 Salo	Tilat: 4h+k+th+s = 190m ² + at = 360m ²		Hinta: 270.000 €	Kuva: 
---	---	--	----------------------------	---

Kuva 10. Kuvakaappaus *Omakotitalot* -välilehdestä, jossa Onnelankadun kuva ei jostain syystä näy.

Osoite: Toivontie 14, 24800 Halikko	Tilat: Alak: 4h+k+s = n. 140 m ² , yläk: 2 mh+aula = n. 80 m ²		Hinta: 199.000 €	Kuva: 
---	--	--	----------------------------	---

[LISÄTIETOJA >>](#)

Kuva 11. Kuvakaappaus omakotitalovälilehdestä, jossa tekstin asemointi ei toimi sekä *Osoite:* että *Tilat:* -rivillä.

Lisätietoja -nappia painamalla pääsi tarkastelemaan kohteita tarkemmin, mutta myös niissä ilmeni joitain vikoja. Sivulle ilmestyvät pienkuvat latautuivat käyttäjälle todella hitaasti, joten kuvien avaaminen vaati asiakkaalta huomattavaa kärsivällisyyttä. Toinen ongelma kuvissa oli se, kun kuvaa klikkasi suurentaakseen sen, niin käyttäjä ei kyennyt selaamaan kuvia yhdessä ikkunassa. Käyttäjää joutui erikseen sulkemaan avoinna olevan ikkunan ja avaamaan seuraavan kuvan toiseen ikkunaan. Tämä systeemi oli kaukana

käyttäjäystävällisyydestä. Kohteiden tiedoissa oli myös asemointivirheitä. Päivitysjärjestelmä oli lisäksi sen takia huono, että päivittäjän jättäessä jonkin kohteen tietokentän tyhjäksi esim. *Asumiskustannukset*, teksti jäi silti sivuille tyhjänä kenttänä, kuten allaoleva kuva 12 osoittaa. Tyhjen kenttien otsikot eivät saisi näkyä ollenkaan, kun niihin ei ole täytetty tietoja.



The screenshot shows a real estate website interface. At the top, there is a logo for 'KIINTEISTÖKAUPPA TIMO AUMOLA'. Below the logo is a navigation menu with links: 'Etusivu', 'Omakotitalot', 'Rivi/paritalosta', 'Kerrostalosta', 'Vapaa-ajan Asunnot', 'Vuokrattavana', 'Uudistuotanto', and 'Muut'. The main content area is titled 'Omakotitalot' and features a grid of nine small images showing different views of a house. Below the images, the following information is displayed:

Osoite: Ajokatu 4, 24280 Salo

Tilat/Pinta-ala: 4h+k+th+s = 190m² + at = 360m²

Varusteet:

Katto: Harjakatto

Lämmitys: Öljylämmitys, vesikeskuslämmitys

Rakennusvuosi/Rakennusmateriaali: 1990/Puu/Tiili

Tontti: Oma tontti

Kaavoitusilanne:

Kunnallistekniikka:

Asumiskustannukset:

Lisätietoja: Suuri tilivuorattu, hyvin hoidettu, ryhdikäs talo omalla tontilla Tupurissa. Tässä talossa harvinaisen tilavat ja avarat huoneet, kahden auton talli sekä paljon säilytystilaa. Soita ja sovi esittelystä!

Hinta: 270.000 €

(c) Timo Aumola 2006

Kuva 12. Kohteen kuvat ja tiedot. Tyhjen kenttien otsikot näkyvät silti vaikkei niissä ole mitään tekstiä.

Kiinteistökaupan kotisivujen päivitysjärjestelmä oli siitä hankala, että kohteen lisäys tehtiin eri tavalla kuin sen päivitys tai poistaminen. Lisäksi kuvia ei voinut vaihtaa päivitysohjelman avulla, vaan kohde piti poistaa kokonaan ja lisätä uusiksi. Vanhat verkkosivut toimivat hitaasti, koska sivuston tekniikka varsinkin php-tiedostojen osalta oli vanhentunut. Lisäksi tiedostot olivat aivan liian

hajanaisina kokonaisuuksina, että Kiinteistökaupan palvelin ei löytänyt kyseisiä tiedostoja yhtenäisinä kansioina. Myös sivuston kuvat oli pakattu liian suurina tiedostoina, mikä osaltaan hidasti sivuston avautumista.

Yksi suurimmista ellei ehkä suurin vaje vanhoilla kotisivuilla oli yhteydenottolomakkeen puuttuminen. Mikäli asiakas löysi mieleisensä kohteen Kiinteistökaupan kotisivuilta, joutui hän palaamaan etusivulle löytääkseen Kiinteistökaupan yhteystiedot. Tällaisissa tapauksissa korostuu yhteydenotto- tai palautepalvelun tärkeys, jonka avulla asiakas saa otettua yhteyttä yritykseen ilman oman sähköpostinsa tai puhelimensa käyttöä. Sähköinen yhteydenottolomake edellyttää asiakasta jättämään sähköpostiosoitteensa tai puhelinnumeron, jotta häneen saadaan otettua yhteyttä mahdollisimman vaivattomasti.

3.2 Web-analytiikka

Web-analytiikalla tarkoitetaan verkkosivuille tulevien kävijöiden systemaattista seurantaan tiettyjen ohjelmistojen avulla. Kävijäseurannan tuottaman tiedon avulla pystytään hyödyntämään tutkimuksesta saatuja tuloksia ja näin ollen mahdollisesti parantamaan verkkosivujen käytettävyyttä, asiakasystävällisyyttä ja tuottavuutta. Markkinoilla on olemassa erilaisia analytiikkaohjelmia ja vaihtelee, ovatko ne maksullisia vai eivät. Tunnetuin suomalainen kävijäseurantaohjelmisto on Snoopi, joka on maksullinen. Tunnetuin ilmainen kävijäseurantaohjelmisto on [Google Analytics](#). Mikäli haluaa raskaampaan käyttöön tarkoitettua analytiikkaohjelmaa, niin esimerkkinä voisi olla Omnituren SiteCatalyst, joka maksaa yli 1000 euroa kuukaudessa. Hyvästä web-analytiikka –mittarista löytyy Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja - teoksen mukaan seuraavanlaisia seikkoja:

- mitattavuus
- omistaja
- toimintaa ohjaava
- tarkoituksenmukaisuus
- raportointijakso.

Huolellisen suunnittelun jälkeen päätettiin, että Kiinteistökauppa Timo Aumolan vanhoille kotisivuille asennetaan kävijäseuranta siksi aikaa, kunnes uudet kotisivut olisivat valmiit julkaisua varten. Web-analytiikan onnistumisen takaamiseksi päätettiin käyttää luotettavaa ja helppokäyttöistä Google Analytics –kävijäseurantaohjelmaa. Google Analyticsin html-koodi asennettiin Kiinteistökauppa Timo Aumolan verkkosivustolle 13.7.2011 ja sen avulla saatiin seurattua päivittäistä liikennettä ja asiakkaiden käyttäytymistä Kiinteistökaupan kotisivuilla lokakuun loppuun asti. Tarkkojen analyysien saamiseksi koodi piti asentaa verkkosivujen etusivun lisäksi jokaiselle välilehdelle.

3.3 Hakukonemarkkinointi

Hakukonemarkkinointiin kuuluvat osa-alueet ovat hakukoneoptimointi, hakusanamainonta sekä [Google Paikat](#) –listauksen vahvistaminen.

”Hakukonemarkkinoinnin tavoitteena on yksinkertaisesti lisätä tuotteen näkyvyyttä hakukoneiden tulossivuilla.” (Larvanto 2009 Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja).

Hakukoneoptimointi suoritettiin Webbipisteen asiantuntemusta hyväksi käyttäen Kiinteistökauppa Timo Aumolan uusien kotisivujen valmistuessa. Optimointi tehtiin Google-hakukonetta silmällä pitäen. Haluttiin siis varmistaa mahdollisimman hyvä sijoitus Googlessa mahdollisen asiakkaan tehdessä haun. Hakukoneoptimointi tarkoittaa erilaisten toimenpiteiden suorittamista, jotka parantavat internet-sivun tai kokonaisen internet-sivuston sijoitusta hakukoneissa tietyillä hakusanoilla haettaessa. Tavoitteena on saavuttaa mahdollisimman korkea sijoitus, jotta potentiaalinen asiakas valitsisi Kiinteistökauppa Timo Aumolan mahdollista ostoprosessia suorittaessa. Kiinteistökaupan vanhoilla kotisivuilla hakukoneoptimointiin ei oltu paneuduttu yhtään. Tärkeintä oli ollut saada ensimmäinen askel verkkonäkyvyyttä saavutettaessa.

Hakusanamainonta laitettiin alulle, kun Kiinteistökauppa Timo Aumolan uudet internet-sivut olivat valmiina. Maksullisesta mainonnasta haluttiin paras

mahdollinen hyöty irti. Googlen lisäksi hakusanamainontaa tarjoavat myös toiset hakukonepalveluntarjoajat [Yahoo!](#) ja [Bing](#). Hakusanamainonta näkyy tavalliselle internetin käyttäjälle hakusanan, sijainnin sekä mainostajan päivittäisen että kuukausittaisen budjetin perusteella. Kiinteistökauppa Timo Aumola ei ollut käyttänyt hakusanamainontaa aiemmin, joten se aloitettiin alusta.

Hakukonemarkkinointiin sisältyy myös Google Paikat –sivuston luominen Kiinteistökauppa Timo Aumolalle. Google luo jokaiselle viralliselle yritykselle oman Google Paikat –sivunsa, jossa näkyy yritysrekisteristä hankitut perustiedot. Nämä tiedot voivat olla myös väärin. Kiinteistökauppa Aumola ei ollut vahvistanut omaa Google Paikat –sivuaan, joten tämä otettiin myös mukaan työkuvioon.

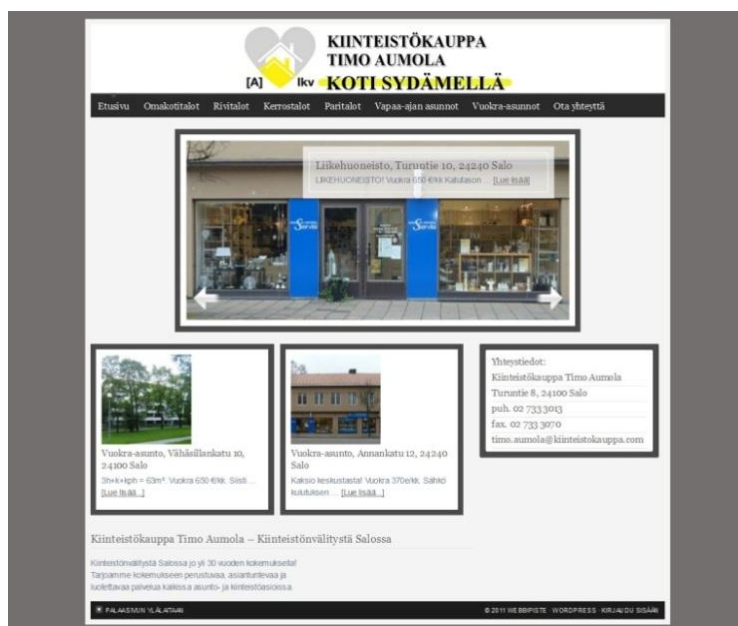
4 PROJEKTIN TYÖSTÄMINEN

Kiinteistökauppa Timo Aumolan kotisivujen tekeminen sujui mallikkaasti, koska ongelmien kartoitus sekä projektin suunnittelu oli tehty huolellisesti. Projektin työstäminen alkoi uusien kotisivujen suunnittelulla ja julkaisulla. Tämän yhteydessä suunniteltiin hakukonemarkkinoinnin kokonaistarpeet, jonka jälkeen ne toteutettiin luomalla Kiinteistökauppa Timo Aumolan kotisivuille hakukoneoptimointi, hakusanamainonta sekä Google Paikat –sivusto. Viimeiseksi vuorossa oli web-analytiikka Google Analytics –työkalun kanssa. Vaikka web-analytiikka asennettiin jo vanhoille sekä myös uusille sivuille aivan ensimmäiseksi, sen analysointi voitiin käydä läpi viimeisenä, ns. vähiten aikaa vievänä konkreettisena toimenpiteenä.

4.1 Uusien kotisivujen suunnittelu ja julkaisu

Kiinteistökauppa Timo Aumolan uusien kotisivujen valmistaminen käynnistyi heinäkuun puolessa välissä asentamalla Google Analytics –kävijäseuranta vanhoille kotisivuille. Kävijäseurantaa pidettiin yllä muutaman kuukauden, jonka

jälkeen aloitettiin uusien sivujen valmistaminen syyskuun 2011 aikana saatuja tietoja hyväksikäyttäen.



Kuva 13. Kiinteistokauppa.com uusi etusivu

Uusien kotisivujen konkreettinen valmistaminen käynnistyi palaverilla Kiinteistökauppa Timo Aumolan edustajan Jaakko Aumolan kanssa. Mikko lähti toteuttamaan Jaakolta saamien raamien mukaan niin värimaailman kuin ulkomuodonkin suhteen kotisivujen uudistamista. Toteutustavaksi valittiin [Wordpress](#)-julkaisujärjestelmä, josta Mikolla oli kokemusta oman yrityksensä Webbipisteen suorittamien asiakasyritysten internet-sivujen valmistamisen kanssa. Kuten kuvat 13 ja 14 osoittavat, vanhojen ja uusien kotisivujen värimaailmassa ei tapahtunut suurta muutosta, mutta käytettävyydessä ja ulkomuodossa tehtiin harppaus 2000-luvun uusimpiin tekniikoihin. Varsinkin uusien kohteiden lisäys muuttui täysin. Vaikka vanhojen sivujen kohteiden lisäys oli melko yksinkertainen ja helppo, niin kohteiden tiedot ja ulkomuoto jäivät tämän perusteella vajaiksi. Uusien kotisivujen kohteiden lisäys tapahtuu myös melko yksinkertaisesti, mutta tietojen määrän lisääntyminen ja halu palvella kävijöitä kokonaisvaltaisemmin tekivät siitä hieman monimutkaisemman kuin aiemmin. Täytettäviä kohtia syntyi siis useita lisää uuden päivitysjärjestelmän myötä. Tämän vuoksi Mikko myös valmisti muutaman sivun

mittaisen käyttöoppaan auttamaan Kiinteistökauppa Timo Aumolan työntekijöitä uusia kohteita lisättäessä.

The screenshot shows the website interface for 'KIINTEISTÖKAUPPA TIMO AUMOLA'. The navigation bar includes: Etusivu | Omakotitalot | Rivi/paritalosta | Kerrostalosta | Vapaa-ajan Asunnot | Vuokrattavana | Uudistuttamatta | Muut. The main content area is titled 'Kerrostalosta' and displays five apartment listings. Each listing consists of a table with 'Osoite', 'Tilat', and 'Hinta', followed by a 'Kuva:' label and a small image. Below each listing is a 'LISÄTIETOJA >>' button.

Osoite	Tilat	Hinta	Kuva:
Hämmästenkatu 1, 24100 Salo	2h+k+s = 62,4m ²	75.000 €	
Lumkonkatu 4 as. 10, 24100 Salo	2h+k+s = 54,5m ²	93.000 €	
Mokostenkatu 5, 24100 Salo	3h+k+kph+wc+vh+parv = 79,5m ²	155.000 €	
Pertteliinkatu 17, 24240 Salo	1h+k+kph+s=41,2m ²	91.900 €	
Turunbe 24, 24240 Salo	3h+k+s = 79,5m ²	176.000 €	

(c) Timo Aumola 2006

Kuva 14. Kiinteistökauppa.com vanhojen kotisivujen *Kerrostalot* -välisivu

Kiinteistökaupan uusien kotisivujen välisivujen uudistaminen ei tarvinnut suurta huomiota, koska toimeksiantajien tietoihin sekä web-analytiikan antamiin faktoihin perustuen verkkosivuilla vierailijat viettävät melko vähän aikaa näillä kyseisillä osioilla. Toisaalta hakusanamainontaa suoritettaessa välisivujakin hyödynnettiin, joten perusasioiden tuli olla kunnossa.

The screenshot shows the website for Kiinteistökauppa Timo Aumola. The header includes the company logo and name, along with the slogan 'KOTI SYDÄMELLÄ'. A navigation menu lists various property types: Etusivu, Omakotitalot, Rivitalot, Kerrostalot, Paritalot, Vapaa-ajan asunnot, Vuokra-asunnot, and Ota yhteyttä. The main content area displays four apartment listings, each with a thumbnail image, a brief description, and a 'Lue lisää' link. The listings are for properties at Turuntie 24, Perttelinkatu 17, Mököistenkatu 5, and Otsonkatu 9, all in Salo. A contact information box on the right provides details for Timo Aumola, including his address, phone number, fax number, and email address. The footer contains the text 'PALAASMUN YLÄLÄITÄÄN' and '© 2011 WEBBIPISTE - WORDPRESS - KIRJAU DU SISÄÄN'.

Kuva 15. Kiinteistökauppa.com uusien kotisivujen *Kerrostalot* -välisivu

Uusille kotisivuille asennettiin sähköinen yhteydenottolomake, jota hyödyntämällä asiakas voi ottaa vaivattomasti yhteyttä Kiinteistökauppa Timo Aumolan henkilökuntaan. Tämä oli erittäin tärkeää, sillä vanhoilla kotisivuilla tällaista mahdollisuutta ei ollut ja vaivattoman yhteydenoton puute saattoi karkoittaa useita potentiaalisia ostajaehdokkaita.

Kuva 16. Kiinteistokauppa.com uusien kotisivujen yhteydenottolomake

4.2 Hakukonemarkkinointi

Tässä kappaleessa käydään läpi projektin työstäminen hakukoneoptimoinnin, hakusanamarkkinoinnin ja Google Paikat –listauksen vahvistamisen osalta.

4.2.1 Hakukoneoptimointi

Kiinteistökauppa Timo Aumolan uusien kotisivujen hakukoneoptimointi laitettiin alulle samassa yhteydessä, kun kotisivut valmistettiin. Hakukoneoptimointi on pitkä prosessi, joten se on hyvä saada alulle välittömästi. Täten se antaa hakukoneelle heti suuntaa minkälaisiin avainsanatermeihin kyseinen sivusto haluaa kohdentaa.

Hakukoneoptimointiprosessi aloitettiin analysoimalla oikeanlaiset ja halutut avainsanat. Nämä sanat muodostivat perustan Kiinteistökauppa Timo Aumolan kotisivujen teksteille sekä antoivat pohjan sille, minkälaisilla hakusanoilla potentiaaliset asiakkaat internetistä tietoa etsivät. Projektissa oli tärkeää, että sanojen rajausta tapahtui kiinteistövälitysalalle ja sanaparsiin, joita ihmiset

käyttävät etsiessään niin myytäviä kuin vuokrattavia omakotitalo, kerrostalo, rivitalo, paritalo ja vapaa-ajan asuntoja Salon seudulta. Näiden tarkistamiseen informaatiota haettaessa käytettiin Googlen tarjoamaa ilmaista [Avainsanatyökalua](#) (Google AdWords: Avainsanatyökalu).

Hakutermit (6)	Kilpailu	Maaillanlaajuiset kuukausittaiset haut	Paikalliset kuukausittaiset haut
Avainsana			
☆ kiinteistövälitys salo	Kohtalainen	720	720
☆ kiinteistönvälitys salo	Kohtalainen	590	590
☆ "kiinteistövälitys salo"	Kohtalainen	210	210
☆ [kiinteistövälitys salo]	Kohtalainen	140	110
☆ "kiinteistönvälitys salo"	Kohtalainen	16	16
☆ [kiinteistönvälitys salo]	Kohtalainen		

Kuva 17. Google AdWords: Avainsanatyökalu

Kuten ylläoleva kuva 17 osoittaa, ihmiset käyttävät Googlessa avainsanayhdistelmiä *kiinteistövälitys salo* ja *kiinteistönvälitys salo* seuraavasti:

- *kiinteistövälitys salo*; 720 paikallista kuukausittaista hakua, kilpailu kohtalainen
- *kiinteistönvälitys salo*: 590 paikallista kuukausittaista hakua, kilpailu kohtalainen

Tästä voitiin vetää sellaisia johtopäätöksiä, että yli 1300 ihmistä kuukaudessa etsii kiinteistönvälitystä koskevaa tietoa Salossa. Noin 1310 hausta 590 on kohdistettu tarkasti juuri *kiinteistönvälitys salo* –avainsanayhdistelmää kohtaan, joka lopulta päädyttiin valitsemaan Kiinteistökauppa Timo Aumolalle kohdistetuksi avainsanayhdistelmäksi. Syy tähän oli se, että Salon kokoisella talousalueella on useita Kiinteistökauppa Timo Aumolaa suurempia kiinteistönvälitysyrityksiä. Näiden lyöminen suuremmalla hakutuloksella on vaikeaa jollei mahdotonta, vaikka hakukoneoptimoinnin suorittaisi kuinka hyvin tahansa. Tuosta tarkinkohdennetusta liikennemäärästä olisi tarkoitus hankkia

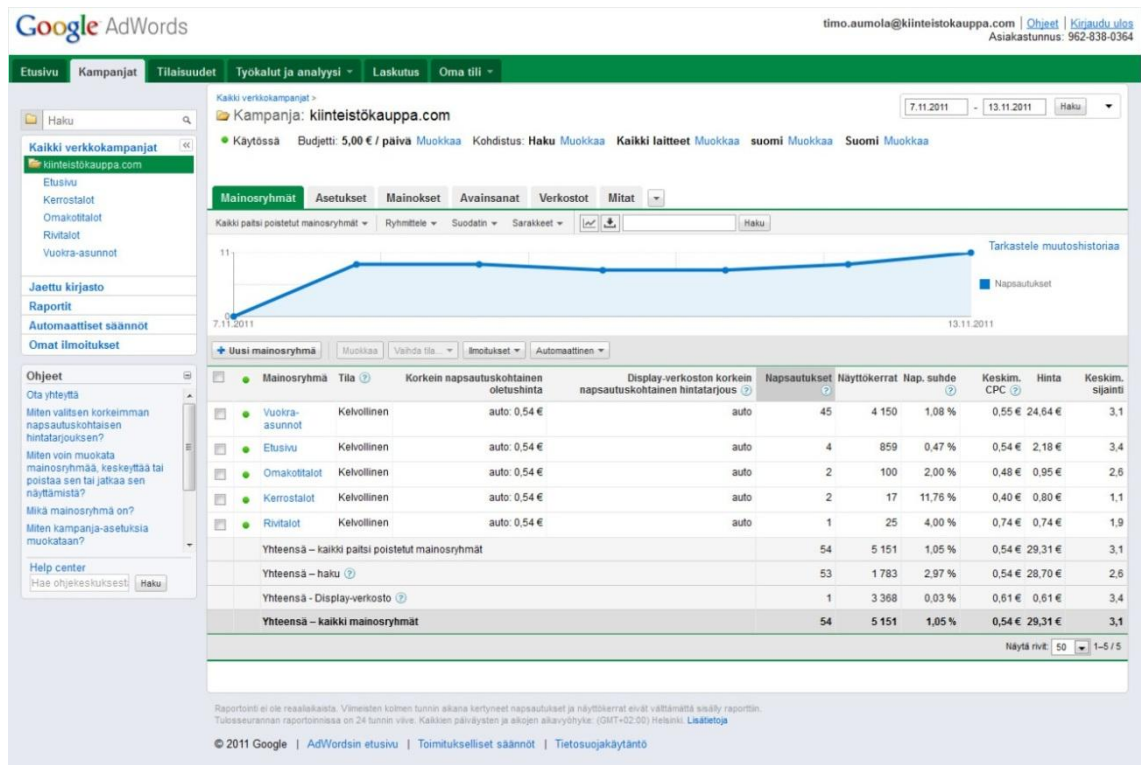
oma osansa Kiinteistökaupalle. Web-analytiikan mukaan alku oli hyvä, vaikka hakukoneoptimointi vie aikaa useampia kuukausia saadakseen parhaimmat mahdolliset tulokset esille.

Seuraavana vuorossa oli avainsanatiheyden (*engl. keyword density*) huomioon ottaminen Kiinteistökauppa Timo Aumolan tekstejä kirjoitettaessa. Hyvin toimiva avainsanatiheys on noin 2 – 5% kotisivujen teksteistä, jotka on kohdistettu haluttuun avainsanayhdistelmään, tässä tapauksessa siis *kiinteistönvälitys salo* –yhdistelmää kohtaan. Eli toisin sanoen jokaista 100 kotisivuilla esiintyvää sanaa kohden avainsanayhdistelmä pitää olla mainittuna täsmälleen siinä muodossa 2 – 5 sanan verran. Avainsanatiheys on tärkeää siksi, että Googlen hakurobotti oivaltaisi tarkkaan sivua läpi käydessään mitä sanoja sivusto pitää itselleen tärkeänä. Tiheys ei saa olla yli 5%, muuten hakurobotti saattaa nähdä internet-sivuston ns. roskasivustona liiallisen sanayhdistelmän käytön seurauksena.

Hakukoneoptimointia tehtäessä Wordpress-julkaisujärjestelmällä oli hyvä muistaa lisäosien (*engl. plugin*) kattava saatavuus. Wordpressille on suunniteltuna tuhansia erilaisia lisäosia. Useimmat ovat ilmaisia, mutta jotkut myös maksullisia. Tästä määrästä oma osansa on tarkoitettu myös hakukoneoptimointiin, joka mahdollisti merkittävien loikkausten ottamisen sivuston optimointia tehtäessä. Kiinteistökauppa Timo Aumolan sivua valmistaessa käytettiin hyödyksi useita ilmaisia lisäosia.

4.2.2 Hakusanamainonta

Kiinteistökauppa Timo Aumolan hakusanamainonta suoritettiin tätä opinnäytetyötä silmälläpitäen viikon tarkastelujaksolla, joka alkoi maanantaina marraskuun 7. päivä ja päättyi sunnuntaina 13. päivä. Tällöin verkkosivut olivat jo täydessä valmiudessa ja täten maksullisesta hakusanamainonnasta Google AdWordsin kanssa saatiin paras mahdollinen hyöty. Hakusanamainonnassa käytettiin hyödyksi avainsanatutkimusta, joka suoritettiin hakukoneoptimoinnin yhteydessä.



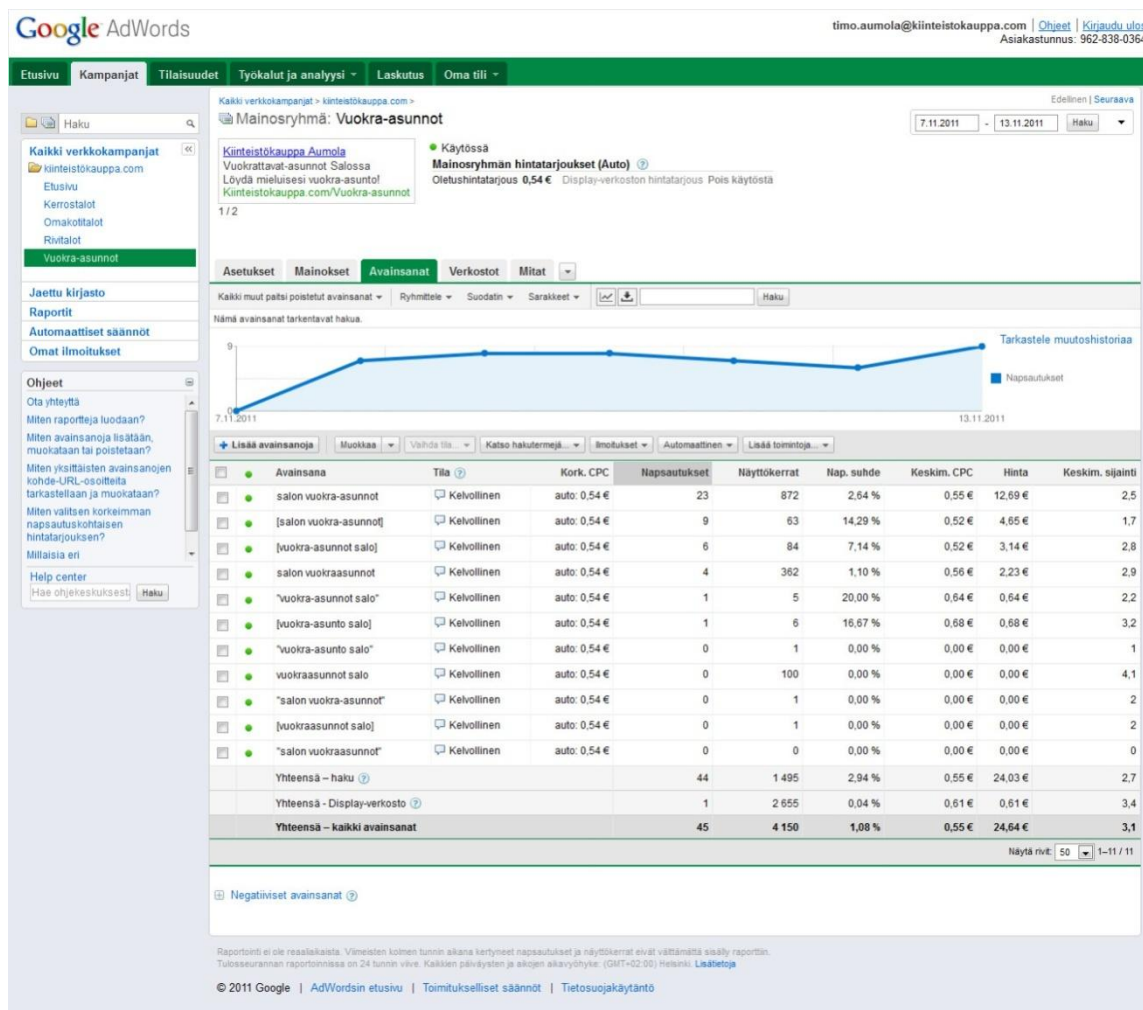
Kuva 18. Google AdWords -kampanjan etusivu

Hakusanamainonta tehtiin valitsemalla Googlen avainsanatyökalun näyttämiin tuloksiin perustuen kolme eniten haettua talokategoriaa (omakoti-, kerros- ja rivitalot), joihin mainoksen klikkaajat kohdistettiin. Esimerkiksi omakotitaloa Salossa etsivä internet-surffaaja ohjattiin Kiinteistökaupan omakotimainosta klikattaessa suoraan omakotitalokategoriaan. Täten haun tekijän kiinnostuksen kohde täytettiin heti mainoksen jälkeisellä laskeutumissivulla (*engl. landing page*). Näiden kolmen talokategorian lisäksi valittiin mainosryhmiksi myös Kiinteistökauppa Timo Aumolan etusivu sekä vuokrattavat asunnot. Etusivu valittiin tilastollisten mittareiden saamisen takia. Vuokra-asunnot –kategoria valittiin sen erittäin suuren hakumäärän takia. Kuten ylläoleva kuva 19 osoittaa, vuokra-asunto –mainosta klikattiin 45 kertaa seurantaviikon aikana, kun taas muita mainoksia klikattiin yhteensä 9 kertaa. Tästä vedettiin johtopäätös, että vuokra-asuntoja etsitään paljon ja niistä ollaan enemmän kiinnostuneita kuin myytävistä kohteista. Yhä useampi kuitenkin välittää nykyään vuokra-asuntonsa yksityisesti välttääkseen välityskustannukset.

The screenshot shows the homepage of the real estate agency 'Kiinteistökauppa Timo Aumola'. The header features the company logo, which includes a house icon and the text 'KIINTEISTÖKAUPPA TIMO AUMOLA' and 'KOTI SYDÄMELLÄ'. Below the header is a navigation menu with links to 'Etusivu', 'Omakotitalot', 'Rivitalot', 'Kerrostalot', 'Paritalot', 'Vapaa-ajan asunnot', 'Vuokra-asunnot', and 'Ota yhteyttä'. The main content area displays three rental listings, each with a small image and a brief description. The first listing is for a rental apartment at Vähäsillankatu 10, 24100 Salo, with details '3h+k+kph = 63m², Vuokra 650 €/kk, Siisti ... [Lue lisää...]'. The second listing is for a rental apartment at Annankatu 12, 24240 Salo, with details 'Kaksio keskustasta! Vuokra 370€/kk, Sähkö kulutuksen ... [Lue lisää...]'. The third listing is for a commercial unit at Turuntie 10, 24240 Salo, with details 'LIIKEHUONEISTO! Vuokra 650 €/kk Katutaso liikehuoneisto ... [Lue lisää...]'. On the right side of the page, there is a contact information box with the following details: 'Yhteystiedot: Kiinteistökauppa Timo Aumola, Turuntie 8, 24100 Salo, puh. 02 733 3013, fax. 02 733 3070, timo.aumola@kiinteistokauppa.com'. At the bottom of the page, there is a footer with the text 'PALAASIVIN YLÄLÄTAAN' and '© 2011 WEBBIPISTE · WORDPRESS · KIRJAU DU SISÄÄN'.

Kuva 19. Kiinteistökauppa Timo Aumolan vuokrattavat asunnot

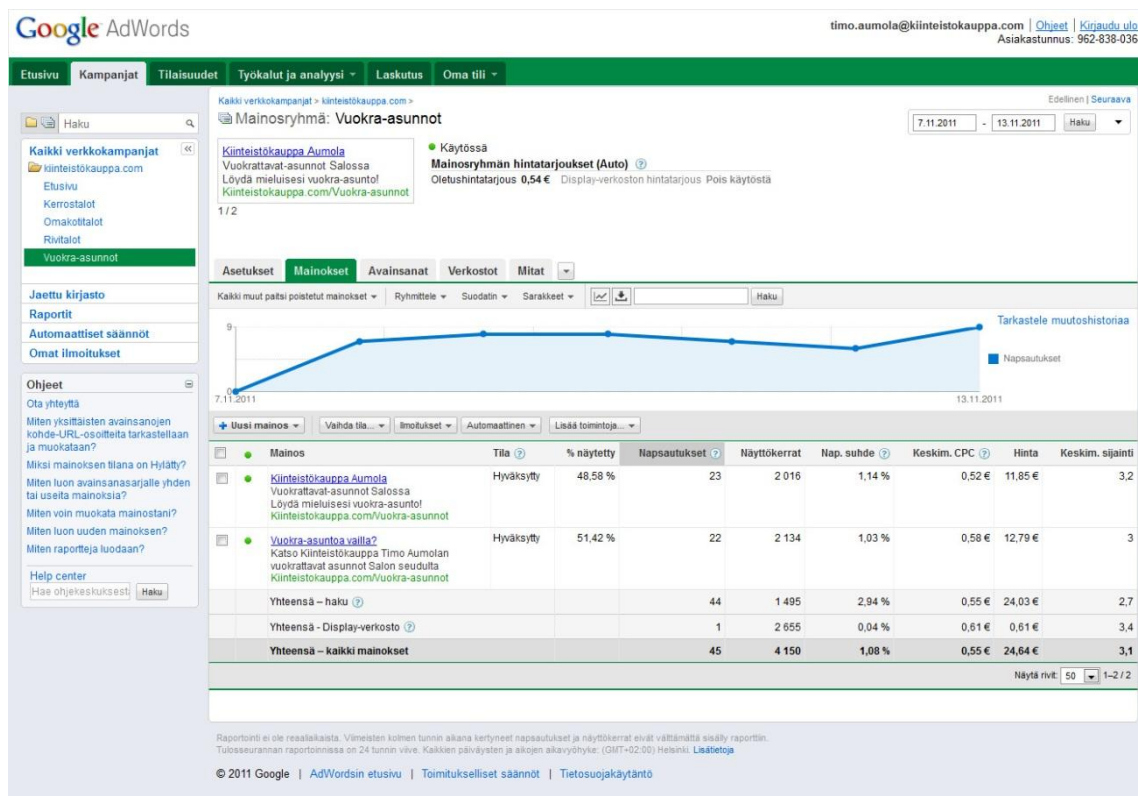
Kuten ylläoleva kuva 19 osoittaa, Kiinteistökauppa Timo Aumolalla oli seurantaviikolla kaksi vuokrattavaa huoneistoa ja yksi vuokrattava liikehuoneisto.



Kuva 20. Google AdWords *vuokra-asunnot* -kategorian avainsanat

Ylläolevasta kuvasta 20 voidaan huomata, että avainsanalista koostui erilaisista sanaversioista *vuokra-asunnot salo* –avainsanayhdistelmästä. Selvästi eniten hakukentässä esiintyi *salon vuokra-asunnot* –sanayhdistelmä ilman heittomerkkejä tai hakusulkeita. Tämä tarkoittaa sitä, että *salon vuokra-asunnot* –sanakombinaatio saattoi olla Googlen hakukentässä aivan minkälaisessa järjestyksessä tahansa, esimerkiksi tällaisina hakuina:

- *salon uudet vuokra-asunnot tällä viikolla*
- *isoimmat salon seudun vuokra-asunnot 2011*
- *etsitään vuokra-asunnot kiinteistönvälittäjiä salon seudulla*



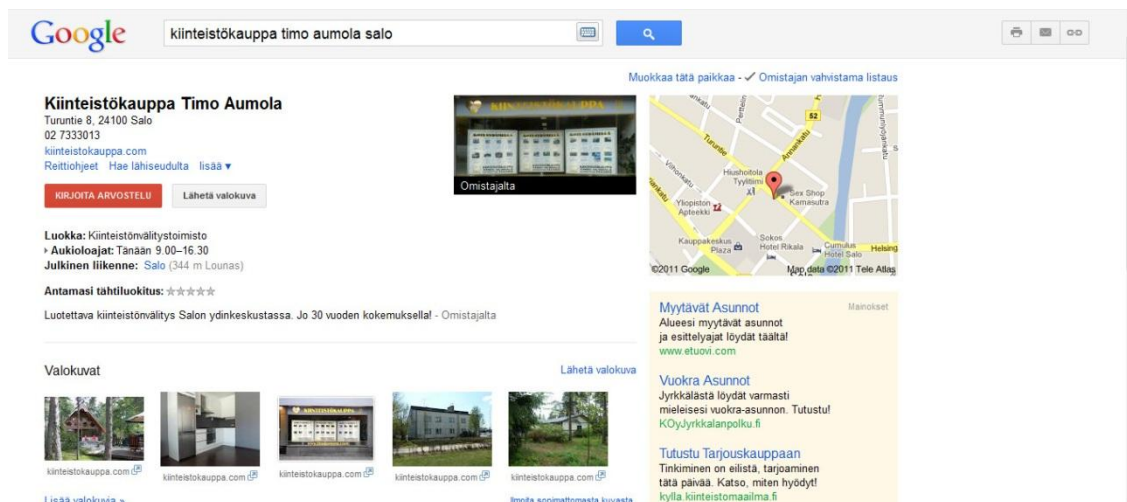
Kuva 21. Google AdWords vuokra-asunnot -kategorian mainokset

Ylläoleva kuva 21 osoittaa käytetyt mainokset Google AdWords –kampanjan vuokra-asunnot –kategoriassa. Kahden suunnitellun mainoksen välillä eroja ei juurikaan syntynyt. Toista mainoksista näytettiin hieman yli 50% ja toista hieman alle 50%. Mainittava ero tässä syntyi siitä, että vähemmän näytettyä mainosta klikattiin yhden kerran enemmän kuin enemmän näytettyä mainosta. Mikäli kampanjan jatkuessa jompikumpi mainos olisi pitänyt säilyttää, se olisi ollut vähemmän näytetty mutta enemmän klikattu. Toki tässä vaiheessa piti ottaa huomioon konversiomäärä, jota näin lyhyellä tarkasteluvälillä ei ehtinyt syntyä.

4.2.3 Google Paikat

Kiinteistökauppa Timo Aumolan Google Paikat –listaus (*engl. Google Places*) laitettiin alulle heti opinnäytetyön toimeksiannon saamisen jälkeen. Aiempaan kokemukseen vedoten tiedettiin, että Google Paikat –listauksen vahvistamiseen menee aikaa kahdesta neljään viikkoa, koska Google vaatii vahvistamisen

tehtävän kirjeitse. Vahvistuskirje lähetetään Dublinista, Irlannista, jonka alullepanemiseen ja lähettämiseen kuuluva aika voi viedä yhteensä siis jopa kuukauden. Lisäksi itse vahvistamisprosessi vie muutamia päiviä.



Kuva 22. Kiinteistökauppa Timo Aumolan Google Paikat-sivusto

Google Paikat –listaaminen auttaa yrityksiä varmistumaan siitä, että heidän yrityksensä löydetään sekä huomataan paikallisella tasolla. Esimerkiksi Salosta kiinteistönvälittäjää etsivä henkilö saattaisi kirjoittaa Googlen hakukoneeseen avainsanat *kiinteistönvälitys salo* etsiäkseen kiinteistönvälittäjiä Salon seudulta. Mikäli Kiinteistökauppa Timo Aumolan hakukoneoptimointi ei ole vielä tuottanut haluttua tulosta, potentiaalinen asiakas jää todennäköisesti saamatta. Mutta kun Kiinteistökauppa Timo Aumolan Google Paikat –listaus on vahvistettu, tämä listaus tulee näkyviin erittäin suurella todennäköisyydellä aivan ensimmäisten tulosten joukossa karttapaikalla varustettuna. Tämä takaa sen, että mahdollinen asiakas ainakin huomaa Kiinteistökaupan olemassaolon ja saattaa päätyä asiakkaaksi. Kuten allaoleva kuva 24 osoittaa, Kiinteistökauppa Timo Aumolalla on hyvä mahdollisuus tulla potentiaalisen asiakkaan valitsemaksi näkymällä niin hakutermillä varustetulla paikalla (Google Paikat), maksetulla mainospaikalla

(Google AdWords) kuin luonnollisella hakupaikallakin (hakukoneoptimointi).

+Sina Internet Kuvahaku Kartat Kääntäjä Scholar Gmail Lisää + Kirjautu sisään

Google kiinteistönvälitys salo

Haku Noin 27 000 tulosta (0,18 sekuntia)

Kaikki
Kuvahaku
Kartat
Videot
Lisää

Loimaa
Muuta sijaintia

kaikkialta internetistä suomenkielisiä sivuilta maasta Suomi Käännetyt vieraskieliset sivut
Lisää...

Kiinteistönvälitys Salo - Huoneistokeskus Tutustu
www.huoneistokeskus.fi
Asunnot, tontit tai kiinteistöt.

Kiinteistönvälittäjä | opkk.fi
www.opkk.fi
Tutustu OP-Kiinteistokeskuksen palveluihin asunnon myyjälle.

Kiinteistökauppa Aumola | kiinteistokauppa.com
www.kiinteistokauppa.com
Asiantuntevaa ja luotettavaa palvelua asuntoasioissa Salossa

Näytetään tulokset haullla **kiinteistönvälitys salo**
Hae kyselyllä kiinteistönvälitys salo

Paikat hakuterminällä kiinteistönvälitys lähellä sijaintia Salo

Salon Kiinteistöpalvelus Oy maps.google.fi Paikkasivu	A Turuntie 3 Salo 02 731 5075
Habita Salo www.habita.fi Paikkasivu	B Helsingintie 4 Salo 010 585 5450
Kiinteistökauppa Timo Aumola www.kiinteistokauppa.com Paikkasivu	C Turuntie 8 Salo 02 733013

Lisää tuloksia lähellä osoitetta Salo »

Salon Kiinteistöpalvelus Oy - Salon Seudun Asunnot
www.salonseudunasunnot.net/kiinteistovalitys/
OMAKOTITALOT. Hyvä talo rauhallisella paikalla. Korpraalintie 11, 25250 Märynummi
Salo, Yhteisä Halikko. 4h+k+alkk+h+sauna+ 2 pesuh/wc+kodinhuone ...

Kiinteistönvälitys Alanko - Salon Seudun Asunnot
www.salonseudunasunnot.net/alanko/
Kiinteistönvälitys Alanko on toiminut Salossa jo vuodesta 1959. Välitämme ...

Salon Seudun Asunnot
www.salonseudunasunnot.net/
993 kohdetta. Kaikki **Salon** talusalueen kiinteistövälittäjät. Etusivu ...
✪ Näytä lisää tuloksia kohteesta salonseudunasunnot.net

Salon kiinteistö alan yritykset
www.salonhakemisto.com/Asunnot/Asunnot.html
Alanko, kiinteistönvälitys, Turuntie 9, 24240 Salo Alanko, kiinteistönvälitys - kotisivut
E-kortti - Alanko **kiinteistönvälitys, Salo**. Salon Kiinteistönvälitys Oy Turuntie 3 ...

Salon Kiinteistöpalvelus Oy
www.salonkiinteistovalitys.net/
Turuntie 3, 24100 SALO Puh. 02-731 5075 ja 02-7319940. Fax: 02-731 9940.
Sähköposti: **salon** kiinteistovalitys@luukku.com. Sinua palvelevat: Jouko Virtanen ...

OPKK - Asunto - Kiinteistönvälitys - Toimitilat - Vuokra asunnot ...
www.opkk.fi/
Kiinteistönvälitystä. Asuntojen esittelyt ja yhteystiedot.

Salon Kiinteistöpalvelus Oy, Salo, Kiinteistönvälitystä, kiinteistömyyntiä ...
www.fonecta.fi/ tuotteet-ja-palvelut/Salo/.../Salon+Kiinteistovalitys+O...
Katso tiedot yrityksestä **Salon Kiinteistöpalvelus Oy, Salo**, Kiinteistönvälitystä, kiinteistömyyntiä, kiinteistövuokrausta - Fonecta.fi.

Kiinteistökauppa Timo Aumola — Kiinteistönvälitys Salo
kiinteistokauppa.com/
Jo yli 30 vuoden ajan Kiinteistökauppa Timo Aumola on toimittanut **kiinteistönvälitystä** Salossa.

Kiinteistökolmio LKV Oy
www.kiinteistokolmio.fi/
Asuinkohteet - Pienkerrostalot - Kerrostalohuoneistot - Rivitalot - Paritalot - Omakotitalot - Vapaa-Ajan kohteet - Lomaosakkeet - Tontit - Metsätalot - Maatilat, ...

Salon Kiinteistöpalvelus Oy - Turuntie, SALO - Asuntoja - eniro.fi
www.eniro.fi/SALO:363428/Salon+Kiinteistovalitys+Oy/
Katso yrityksen **Salon Kiinteistöpalvelus Oy** tarkemmat tiedot, SALO, Asuntoja.

Näytetään tulokset haullla **kiinteistönvälitys salo**
Hae alkuperäisen kyselyn sijaan kyselyllä kiinteistönvälitys salo

Aiheeseen **kiinteistönvälitys salo** liittyvät haut.
kiinteistönvälitys kiinteistövälittäjä
skv kiinteistönvälitys salo

Kartta kyselylle kiinteistönvälitys salo

Mainokset - Mikä nämä mainokset?
Kiinteistönvälitys Salo
www.etuovi.com
Alueesi kiinteistönvälittäjän kohteet näet täällä!

Asunto Salo
asunnot.oikotie.fi
Etsitkö asuntoa paikkakunnaltasi? Oikotien asuntopaulla se löytyy!

Kiinteistönvälitys
www.turunvuokra-asunnot.fi
Korkeatasoista kiinteistönvälitystä Turussa - Ota yhteyttä!

Kiinteistönvälitys salo
www.directa.fi
Kaikki etsimäsi palveluntarjoajat löydät nopeasti tästä

RE/MAX Asuntokulma
www.remax-asuntokulma.fi
Vaadi välittäjältäsi hieman enemmän Henkilökohtainen luotettava palvelu

Kiinteistönvälitystä
www.tilaura.fi
Tarjomme mm. kiinteistönvälityksen, taloushallinnon ja isännöinnin.

Asunnonvälitys
remax-asunnonvain.fi/asunnonvalitys
Asunnon myyntiaikaisissa? Ota meihin yhteyttä, anviomme maksaa 0 euroa.

Avointa asuntokauppaa
kylia.kiinteistomaailma.fi
Tutustu Tarjouksuun etuihin ja tarjottuihin hintoihin täällä!

Voit nähdä mainoksesi tässä »

Googoooooooooogle ▶
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Seuraava

Tarkennettu haku Hakuvaihteita Anna palautetta Google.com in English
Google Etusivu Googlen mainontaratkaisut Yritysratkaisut Tietosuoja Tietoja Googlesta

Kuva 23. Google-haun tulokset avainsanoilla *kiinteistönvälitys salo*

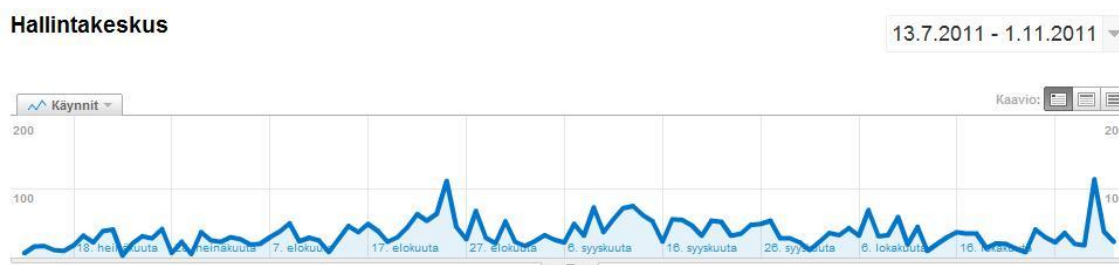
Lisäksi Google Paikat –listaus mahdollistaa Kiinteistökauppa Timo Aumolan näkymisen Googlen kartalla sivun oikeassa ylä laidassa omalla punaisella pinnillä sekä omalla aakkosella varustettuna. Nämä asiat takaavat hyvän mahdollisuuden oikeanlaiseen näkymiseen sekä potentiaalisen asiakkaan kaappaamiseen muilta kilpailevilta kiinteistönvälitysyrityksiltä.

4.3 Web-analytiikka

Seuraavaksi analysoidaan sekä vanhojen kotisivujen, että uusien kotisivujen kävijäseurantaan liittyvää materiaalia perustuen Google Analytics – kävijäseurannan tuottamiin raportteihin. Vanhoista kotisivuista saatuja tietoja pyrittiin hyödyntämään uusien kotisivujen suunnittelussa ja toteutuksessa.

4.3.1 Vanhojen kotisivujen kävijäseuranta

Lähtökohta kävijäseurannan aloittamiselle ei ollut paras mahdollinen, sillä keskikesä on yleensä hiljaista aikaa kiinteistönvälitysalalla. Lyhyen seurannan jälkeen huomattiin, että liikennettä sivustolla oli ollut jonkin verran ja näin ollen analysointimateriaalia saatiin kasaan hiljaisesta ajasta huolimatta.



Kuva 24. Kävijäkäyrä aikavälillä 13.7.2011-31.10.2011

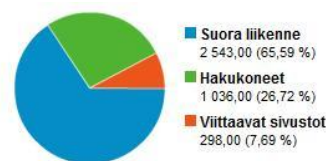
Heinäkuu oli kävijäseurannan perusteella hiljainen. Ihmiset kävivät sivuilla eniten arkisin ja tämä saattaa johtua siitä, että viikonloput on vietetty mökeillä ja matkoilla. Elokuun puolivälin kohdalla voi huomata terävän piikin, jonka jälkeen asiakkaiden kiinnostus ja aktiivisuuden herääminen oli huomattavissa. Verkkosivuilla käydään siis viikonpäivästä riippumatta, mutta kesä on kuitenkin yleensä melko hiljainen.

Google Analyticsin tuottamien raporttien avulla saatiin tärkeää tietoa asiakkaiden saapumisesta Kiinteistökaupan verkkosivuille. 65,59% kävijöistä tiesi Kiinteistökaupan suoran osoitteen www.kiinteistokauppa.com ja syötti sen osoitekenttään. Nämä kävijät ovat joko entuudestaan tuttuja asiakkaita ja ovat ennenkin käyneet verkkosivuilla tai ovat nähneet linkin esimerkiksi lehtimainoksessa. 25,46% asiakkaista päätyi Kiinteistökaupan sivuille Google-hakukoneen kautta. Yleisimpiä olivat seuraavat:

- *aumola;*
- *timo aumola;*
- *kiinteistökauppa;*
- *kiinteistövälitys salo.*

5,86% kävijöistä löytää linkin www.salonseudunasunnot.net -palvelun kautta, jossa Kiinteistökauppa Timo Aumolan kaikki kohteet ovat esillä. Allaoleva kuva 26 näyttää lähteet, joista kävijät ovat saapuneet vanhoille kotisivuille. Sivustot, kuten www.oikotie.fi ja www.jokakoti.fi ovat myös lähteitä, jotka tuovat asiakkaita Kiinteistökaupalle ilman saapumista omille kotisivuille. Tämä vähentää asiakaskontakteja Kiinteistökaupan omien verkkosivujen kautta, mutta on tietysti hyvä asia sähköistä markkinointia ajatellen, että heidän kohteitaan mainostetaan monella eri kanavalla.

Lähteet	Käynnit	% käynnit
(direct) ((none))	2 543	65,59 %
google (organic)	987	25,46 %
salonseudunasunnot.net (referral)	227	5,86 %
bing (organic)	43	1,11 %
rjr.fi (referral)	16	0,41 %



Kuva 25. Liikenteen lähteet

Kävijäseurannan mukaan Kiinteistökauppa Timo Aumolan verkkosivun etusivulla vietetty aika oli minimaalinen. Se kertoo kuinka yksinkertaiset vanhat verkkosivut olivat. Eniten kävijöitä kiinnosti omakotitalot ja toiseksi eniten rivitalot. Seuraavana tulivat kerrostalot ja vapaa-ajan asunnot. Tätä tietoa voi käyttää hyväksi esim. lehtimainonnassa, kun tiedetään ihmisiä eniten kiinnostavat kohteet, kuten omakotitalot.

Sivustolla kävi 13.7.2011-31.10.2011 välisenä aikana 3877 vierailijaa, joista n. 12,5% oli palaavia asiakkaita. Palaavien asiakkaiden määrää olisi hyvä pystyä parantamaan. Aikaa sivustolla käytettiin keskimäärin 1 minuutti ja 6 sekuntia, mikä voi myös kertoa siitä, että vanhat kotisivut eivät olleet tarpeeksi asiakasystävälliset ja tietoa kohteista oli liian vähän. Kävijöitä oli myös Suomen ulkopuolelta, joten mahdollinen sivuston kääntäminen englannin kielelle ei ollut haitaksi, sillä joku saattaa etsiä asuntoa muuttaakseen Saloon perheen tai työn perässä.

4.3.2 Uusien kotisivujen kävijäseuranta

Kävijäseuranta jatkui uusilla kotisivuilla heti niiden julkaisemisen jälkeen 1.11.2011 lähtien. Marras-joulukuu on myös yleensä ollut hiljaista aikaa asuntokaupoilla, jättämättä tietenkin eurokriisiä ja talouden huonoja näkymiä huomioimatta. Tästä johtuen tulokset eivät olleet kaikkein miellyttävimmät tutkimuksen kannalta. Lähtitulevaisuudessa on odotettavissa kuitenkin kävijämäärän nousua, sillä tuloksien perusteella Googlea käytetään eniten hakukoneena asuntojen etsimiseen ja Kiinteistökaupan kotisivut ovat vahvasti edustettuina niin Google Adwords kuin Google Places –kampanjoiden avulla niin orgaanisesti kuin sponsoroidustikin.



Kuva 26. Kävijöiden lähteet ja tulotapa 1.11.2011-22.11.2011 välisenä aikana

Kuvan 26 perusteella voi todeta, että Google –kampanjat tuottivat tulosta, sillä eniten kävijöitä kolmen viikon aikana Kiinteistökaupan kotisivuille saapui Google–hakukoneen kautta. Tämä oli huomattava muutos vanhojen sivujen kävijälähteisiin verrattuna, joissa 65,59% kävijöistä saapui sivuille suoran linkin kautta.

Kävijämäärä ei ollut suuri, mutta sitä osasi kuitenkin odottaa. Tulokset olivat kuitenkin positiivisia, joka todisti tehdyn työn olleen hyödyllistä. Huomattavin parannus oli uusilla kotisivuilla vietetyn ajan määrässä. Uusilla kotisivuilla vietetty keskimääräinen aika oli nyt 3 minuuttia ja 42 sekuntia. Tämä oli yli kolminkertainen parannus vanhoihin kotisivuihin nähden. Tästä voitiin vetää johtopäätöksiä, että sivujen käytettävyys, ulkoinen olemus ja tiedon määrä olivat parantuneet ja kävijä viihtyi sivuilla pidemmän ajan. Täytyy ottaa huomioon myös mahdolliset virhetilat, joissa kävijä olisi jättänyt sivut päälle lähtiessään pois tietokoneelta. Uusien kotisivujen uskotaan kuitenkin kehittyneen huomattavasti ja myös Kiinteistökaupan työntekijät ovat olleet tyytyväisiä niihin. Muutamalta asiakkaalta on jo saatu positiivista palautetta, että uudet kotisivut näyttävät nyt modernilta ja ovat saaneet myös heidän myynnissä olevan kotinsa näyttämään edustavammalta. Tavoitteisiin päästiin myös uusien ja palaavien asiakkaiden osalta. Uusien kotisivujen kävijäseurannan ajanjakson aikana palaavia asiakkaita oli 29,47%, joka oli suuri parannus vanhaan tulokseen (12,5%) verrattuna.

5 MARKKINOINNIN TULEVAISUUS

Sähköisen markkinointiviestinnän murroskausi on tuonut lisää palveluja ja kustannustehokkaita menetelmiä oman yrityksen tuotteiden ja palvelujen markkinoinnin edistämiseksi. Perinteiseen lehtimainontaan ei Kiinteistökauppa Timo Aumola vielä pysty juurikaan vaikuttamaan. Sähköisiä kanavia pitkin tapahtuva markkinointi antaa kuitenkin laajat mahdollisuudet oman yrityksen esilletuomiseen.

5.1 Etuovi.com

Esittelyteksti on lainattu suoraan Etuovi.com –sivustolta:

”Etuovi.com on maan suurin ja suosituin asunto- ja kiinteistökaupan verkkopalvelu, jonka sivuilla on tarjolla Suomen laajin kiinteistönvälittäjien ja rakennuttajien kohdevalikoima. Etuovi.comissa tarjolla on tuhansia asuntoja, uudiskohteita, loma-asuntoja, tontteja ja maa- ja metsätiloja.

Etuovi.com toimii yhteistyössä asunto- ja kiinteistökaupan ammattilaisten kanssa. Yksityishenkilöiden itsensä myymiä kohteita palvelusta ei löydy. Kohteiden välittäjiä Etuovi.comissa on reilusti yli 1000 - selvästi enemmän kuin missään muussa alan verkkopalvelussa. Etuovi.comissa ilmoittavien yritysten yhteystiedot ja esittelysivut löytyvät palvelun etusivun Asuntokaupan yritykset-otsikon takaa.

Etuovi.com vastaa parhaiten asunnon etsijän tarpeita ja on helppokäyttöisin ja kattavin asuntokaupan sivusto Suomessa (Real Estate Online, / TNS Gallup 2008). Asunnon ostajille Etuovi.com on useissa tutkimuksissa todettu tärkeemmäksi yksittäiseksi asuntokaupan tiedonlähteeksi internetissä. (mm. Asunnon osto- ja myyntiprosessitutkimus / TNS Gallup 2007; Ostopäätöstä edeltävä tiedonhaku asuntokaupassa / Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos ja Tampereen yliopiston kauppakorkeakoulu 2006)

Etuovi.comin kehittyminen asuntokaupan kysynnän ja tarjonnan tärkeimmäksi kohtaupaikaksi internetissä on pitkäjänteisen työn tulos. Etuovi.comin edeltäjä Dime.net avattiin Aamulehden ja Kauppalehden yhteistyönä lokakuussa 1996. Palvelu on toiminut Etuovi.com-nimellä vuodesta 2001 alkaen.”

Kiinteistökauppa Timo Aumola markkinoi kohteitaan tällä hetkellä maanlaajuisissa Jokakoti.fi ja Oikotie.fi -sivustoissa. Olisi järkevää pohtia

Jokakoti.fi palvelujen jatkamista vuoden vaihtumisen jälkeen, kun ne muuttuvat maksullisiksi. Tilastojen perusteella saattaisi olla järkevämpää siirtyä Etuovi.com:in asiakkaaksi, sillä Oikotie.fi ja Etuovi.com ovat tällä hetkellä selkeästi Suomen johtavimmat markkinointipaikat sähköisessä markkinointiviestinnässä.

Tuomas Tenkanen on ollut Kiinteistökaupalla töissä osa-aikaisena työntekijänä 1,5 vuotta ja hän on myös tehnyt huomioita liittyen sähköisiin markkinointipaikkoihin. Asiakkaat, jotka ovat vähänkin tietoisia näistä sähköisistä markkinapaikoista, haluavat tietää missä Kiinteistökauppa Timo Aumola mainostaa kohteitaan. Vastaan on tullut myös tyytymättömiä asiakkaita, jotka ovat kiinteistönsä myynnin puolivälissä vasta huomanneet, ettei Kiinteistökauppa mainostakaan kohteitaan Etuovi.com -sivustolla. Etuovi.com näyttää siis selkeästi olevan sähköisen markkinoinnin edelläkävijä kiinteistövälitysalalla. Tästä syystä saattaisi olla parasta siirtyä kyseisen palvelun käyttäjäksi ja pohtia Jokakoti.fi -palvelun tarpeellisuutta Kiinteistökauppa Timo Aumolalle. Jo muutaman kuukauden kokeilu- ja vertailuajanjakson aikana huomattaisiin muutoksen ja panostuksen kannattavuus.

5.2 Sosiaalinen media ja Facebook-markkinointi

Sosiaalinen media ja Facebook on kasvattanut muutamien vuosien aikana suosiotaan. Se on saanut osakseen paljon median huomiota ja herättänyt keskustelua sekä hyvässä että pahassa. Facebookin roolia osana yrityksen markkinointia ei voi kuitenkaan vähätellä, sillä siitä on muodostunut yksi kustannustehokkaimmista markkinointiviestinnän kanavista. Facebookissa on jo yli kaksi miljoonaa suomalaista käyttäjätunnusta, joista aktiivisia on noin 1.7 miljoonaa. Facebookin avulla pystyy toteuttamaan monipuolisia keinoja oman yrityksensä tuotteiden ja palveluiden markkinoimiseksi.

Kiinteistökauppa Timo Aumolan kohdalla sosiaaliseen mediaan liittyminen tarkoittaa oman yrityssivun luontia Facebook-sivustolle. Omien sivujen luonti toisi yritykselle näkyvyyttä juuri siellä, missä asiakaskin viettää nykyisin suuren

osan aikaansa. Kiinteistökauppa voisi lisätä sivuilleen kaikki tarvittavat tiedot yrityksestä, kuvia kohteista, mahdollisia videoita sekä muita keinoja asiakkaiden houkuttelemiseksi omille kotisivuille.

Facebookissa voi nykyään myös mainostaa ja nämä pienet mainokset näkyvät sivun oikeassa laidassa. Facebook-mainoksen koolle on omat rajoituksensa ja ennen julkaisua se hyväksytään Facebookin toimesta. Mainokset on helppo kohdentaa omalle kohderyhmälle. Kiinteistökaupan tapauksessa kohderyhmän voisi aluksi rajoittaa Salon seudulla asuville, iältään 22 vuotta ja ylöspäin täyttäneille. Hyvä Facebook-mainos:

- antaa tarvittavat tiedot
- herättää huomiota ja ajatuksia
- joissain tapauksissa hauska
- saa kohderyhmään kuuluvat klikkaamaan mainosta

Suurimpia hyötyjä Facebook-markkinoinnissa on se, että yritys on siellä missä asiakaskin. Facebookin suosion kasvu on luonut uuden sosiaalisen median aikakauden, jossa ihmiset keskustelevat arkipäivän asioistaan Facebookin välityksellä. Kun yritys saa fanisivuilleen kävijöitä ja sitä kautta myös omille kotisivuille, niin tunnettuus kasvaa varmasti. Lähtemällä mukaan tällaiseen kehitykseen yritys osoittaa omalle kohderyhmälleen ja asiakkailleen olevansa ajan tasalla ja palveluiltaan hyvävointinen. Yrityksen myyntiä on mahdollisuus kasvattaa Facebookin avulla, sillä se on oiva paikka kertoa uusista kohteista, mahdollisista tarjouksista sekä kampanjoiden käynnistäminen omien fanisivujen kautta on kustannustehokasta ja se välittyy suoraan asiakkaiden nähtäväksi omille Facebook-seinille.

Facebook-mainonta maksaa sen mukaan, minkälaisen mainoksen yritys haluaa näkyväksi. Hinnat vaihtelevat yleensä klikkauksien mukaan 0,05 - 0,50€ / klikkaus. Kiinteistökauppa Timo Aumolan tapauksessa ei ole suositeltavaa lähteä julkaisemaan mainoksia, sillä nykyiset mainokset lehdissä ja muilla palvelimilla ovat melko riittävät. Tärkeintä olisi perustaa oma yrityssivu Facebookiin, eli ns. fanisivu. Aktiivinen Facebook-fanisivu antaisi asiakkaille

hyvän kuvan yrityksen nykytilanteesta ja se todistaisi, että Kiinteistökauppa voi hyvin, ja että se osaa pysyä ajan tasalla. Fanisivuja tulisi kuitenkin pitää aktiivisena ja sen sisältöä saisi päivittää melko useasti. Asiakkaiden ja sivuilla kävijöiden mielipiteisiin ja kysymyksiin pitäisi myös osata vastata mahdollisimman nopeasti ja asiantuntevasti. Kiinteistökaupan pitäisi hankkia mahdollisimman paljon faneja, jotta yrityksen näkyvyys olisi taattu. Jokainen fani, joka siis tykkäisi (ts. klikkasi *Tykkää* -nappia) Kiinteistökaupan Facebook-fanisivuista, näkisi Kiinteistökaupan tilapäivityksen, tiedotukset ja tarjoukset etusivullaan kun he kirjautuvat Facebookiin. Tämä olisi siis täysin ilmaista markkinointia.

facebook Haku

Kiinteistömaailma Tykkää

Tuote/Palvelu

TYKKÄÄ MEISTÄ
ja voita
Applen iPad 2

Seinä
Tiedot
Kaverien toiminta
Kotikäynti
Eka Oma Koti
iPad 2 arvonta
Kuvat
Videot

5 303
tykkää tästä

171
puhuu tästä

Luo Sivu
Lisää oman sivuni suosikkeihin
Päivitykset RSS-syötteenä
Ilmianna Sivu
Jaa

Kuva 27. Kiinteistömaailman Facebook-fanisivut

Yllä olevassa kuvassa 27 on Kiinteistömaailman Facebook-fanisivut. Kiinteistömaailma käyttää fanien haalimiseen kilpailua, jossa arvotaan Applen iPad 2. Tämä on tehokas tapa saada uusia faneja ja laajentaa yrityksen näkyvyyttä. Kiinteistömaailman Facebook-fanisivujen seinä on erittäin aktiivinen ja se herättää asiakkaisissa paljon keskustelua. Sivuilta löytää myös kaiken tarvittavan tiedon yrityksestä ja vähän enemmänkin.

The screenshot shows the Facebook profile of Kiinteistömaailma. The profile picture is a green square with the word 'Kiin' and a leaf-like graphic. The cover photo is a green banner with the word 'Kiin' and a leaf-like graphic. The page is set to 'Tuote/Palvelu'. The main content area shows a post from the company asking for interior design tips for a children's room, with a link to an article on beautiful children's rooms. Below this is another post about a housing market forecast for October, stating that prices will rise. The left sidebar contains navigation options like 'Seinä', 'Tiedot', and 'Kaverien toiminta'. The bottom of the page shows the number of likes and comments for each post.

Kuva 28. Kiinteistömaailma pitää Facebook-fanisivuaan aktiivisena ja sisältörikkaana

5.3 Mobiilisivut ja niiden markkinointi

Mahdollisena tulevaisuuden menetelmänä voidaan mainita myös Kiinteistökauppa Timo Aumolan omat mobiilisivut älypuhelimien käyttäjille. Älypuhelimien omistajien määrä on kasvanut moninkertaisesti muutaman vuoden aikana. Tämän seurauksena internet-surffaaajien määrä on entistä enemmän siirtynyt perinteisistä paikkakeskeisistä pöytäkoneen käyttäjistä paljon liikkeellä oleviin mobiilikäyttäjiin. Lähitulevaisuudessa voidaan olettaa, että yhä useampi asunnon etsijä käyttää puhelintaan ollessaan liikkeellä esimerkiksi haluamallaan asuinalueella ja saattaa etsiä samalla myynnissä olevia kohteita kyseiseltä asuinalueelta. Tällöin potentiaalisen asiakkaan on hyvin usein käytettävä puhelintaan halutakseen lisätietoja esimerkiksi kohteiden tarkoista osoitteista. Tässä tapauksessa Kiinteistökauppa Timo Aumolan internet-sivut ovat myös mobiilikäyttäjän saatavilla, mutta hieman vaikeaselkoisina. Älypuhelimien näyttö on noin 90 prosenttia ja uusien kannettavien tablet-laitteidenkin näyttö noin puolet pienempi kuin perinteisten kannettavien tietokoneiden näyttö, perinteisistä pöytätietokoneen monitoreista puhumattakaan.

Asennetun kävijäseurannan perusteella Kiinteistökauppa Timo Aumolan sivuilla 550 kävijästä 20 kävijää käytti mobiililaitetta. Vaikka prosentuaalisesti mobiiliosuus ei ole vielä korkea, voidaan tämän odottaa kasvavan suuremmaksi tulevaisuudessa. Tämän takia pelkästään mobiilikäyttöön tarkoitettu mobiilisivusto näkyisi hyvin paljon selkeämmin käyttäjille ilman rasittavaa kosketusnäytöllisellä puhelimella sormien kanssa tehtävää sivuston lähentämistä ja loitontamista välttäen.



Kuva 29. Webbipiste.mobi –sivusto

Kuten ylläoleva kuva 29 osoittaa Webbipiste –mobiilisivuston olevan erittäin yksinkertainen, vain muutaman sivuinen sivusto. Syynä tähän on se, että älypuhelimien internet-selaimet eivät ole yhtä tehokkaita kuin tietokoneen vastaavat. Täten mobiilisivuston tulee olla mutkattomat avautuakseen käyttäjälle mahdollisimman nopeasti. Lisäksi mobiilisivuston toinen tärkeä seikka on se, että sivuston sisällöstä vastaava ja omistaja on helposti tavoitettavissa. Klikattavan puhelinnumeron asentaminen mobiilisivustolle mahdollistaa asiakkaan vaivattoman yhteydenoton.

5.4 Virtuaaliset asuntoesittelyt

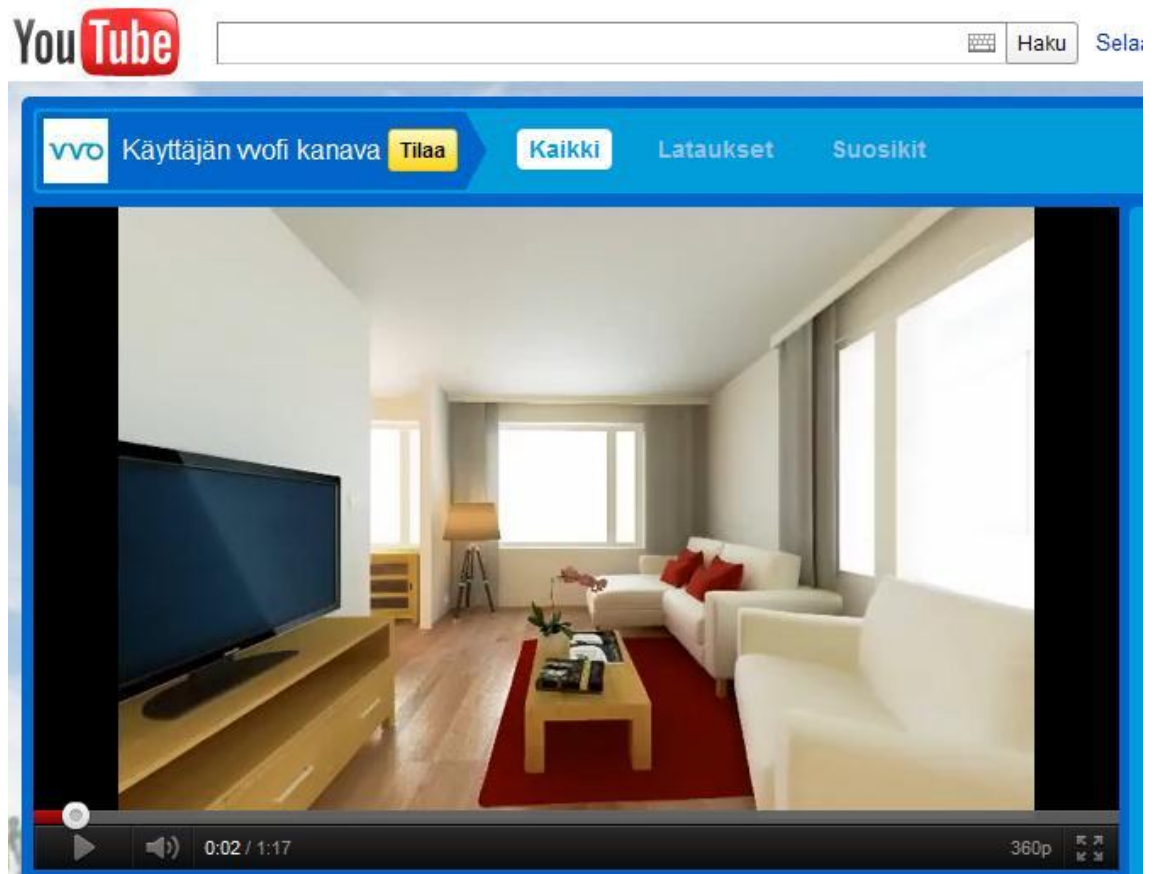
Mitä pidemmälle teknologia kehittyy, sitä enemmän ihmisillä on halu päästä tietoihin käsiksi helposti juuri siellä missä haluavat. Jo pelkästään kuvat kertovat asunnosta enemmän kuin monien sivujen tekstit, mutta toisaalta huonosti kuvattuna ne myös vääristävät kohdetta. Tulevaisuuden menetelmänä voisikin pitää virtuaalisia asuntoesittelyjä.

”Virtuaalimaailmoissa asiakaskokemukset on mahdollista tarjota interaktiivisissa ja vastavuoroisissa muodoissa ja siten syventää

asiakassuhdetta.” (Tikkanen, Hietanen & Rokka 2010 Klikkaa tästä: Internemarkkinoinnin käsikirja).

Jo olemassa olevat asunnot ja kiinteistöt voisi tallentaa videolle ns. 360° menetelmällä, jossa kameran asentaisi keskelle huonetta, pyörittäen sen hitaasti ympäri jonka avulla huoneesta muodostuu kokonaiskuva ja yksityiskohdat tarkkaan. Uudiskohteille pystyy nykyään myös suunnittelemaan virtuaaliesittelyyn, joka saattaa kuitenkin olla vielä hieman hintavaa Kiinteistökauppa Timo Aumolalle. Kiinteistökaupan olisi helpoin tehdä käyttäjätili Youtubeen, joka on maailman johtavin ja suosituin videopalvelu. Kun asuntoesittelyt olisi lisätty Youtubeen, ne pystyisi helposti linkittämään ja upottamaan Kiinteistökaupan omille kotisivuille kyseisen kohteen välilehteen.

Edellä mainittu operaatio vaatisi tietysti uutta kapasiteettia tehdyn työn määrään ja perehtymistä kyseiseen teknologiaan ja sen käytettävyyteen. Kustannuksia olisi vain kuvausteknologian hankinta ja aineettomana kustannuksena tehdyn työn määrä videoiden parissa. Virtuaalisten asuntoesittelyjen olemassaolo voisi kuitenkin vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen, sillä videoita katsellessaan asiakas saa täyteläisen kuvan asunnon huoneista ja kokonaisuudesta ja sen avulla pystyy jopa kuvittelemaan asunnon tulevaa sisustusta, joka muutaman kuvan avulla on paljon hankalampaa.



Kuva 30. VVO-yhtymä Oyj:n kanava Youtubessa, joka näyttää asiakkailleen asuntojen virtuaaliesittelyjä.

Mahdollisia virtuaalisia esittelyitä voidaan tulevaisuudessa käyttää myös hyväksi näyteikkunassa jonkinlaisen näytön avulla. Mahdolliset pyörivät videot saattaisivat olla tehokkaampi keino ohikulkevan asiakkaan huomion saamiseksi kuin perinteiset esitteet.

5.5 Muita mahdollisia markkinointikeinoja

Ponnahdusikkunoiden (*engl. pop-up tai pop-up window*) käytön mahdollisuutta Kiinteistökauppa Timo Aumolan lähitulevaisuuden markkinoinnissa on otettu myös huomioon. Web-analytiikan tietoja hyväksikäyttäen on mahdollista toteuttaa sellainen menetelmä, että kun kotisivuilla vierailleva mahdollinen asiakas on esimerkiksi ollut tutkailemassa tiettyä asuntoa tarpeeksi kauan, hänen silmiensä eteen näytölle ilmestyy ponnahdusikkuna, jossa kehoitetaan kiinnostunutta asiakasta ottamaan yhteyttä Kiinteistökaupan henkilökuntaan

saadaksesi lisätietoja esimerkiksi soittamalla tai täyttämällä sähköinen lomake. Mahdolliset ponnahdusikkunat voisivat olla hyvä keino uusien asiakkaiden ja kontaktien haalimiseen, sillä sitä kautta voi saada epäröivän ja ostoprosessinsa alkutekijöillä olevan asiakkaan ottamaan yhteyttä ja tätä kautta myyjä pystyisi omien taitojensa avulla vaikuttamaan potentiaalisen asiakkaan ajatuksiin ja ostopäätökseen.

Soita numeroon **0401312186**

ja kysy **Mikkoa** saadaksesi tietää lisää tuotteistamme!

Musta myös mainita, että näit tämän bannerin saadaksesi erikoistarjouksen!

Kuva 31. Ponnahdusikkuna Webbipiste.fi –sivustolta

6 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön aiheena oli Kotisivujen ja sähköisen markkinoinnin uudistaminen – Case: Kiinteistökauppa Timo Aumola. Työn alkuun esittelimme mukana olevat yritykset, jotka olivat Kiinteistökauppa Timo Aumola ja Webbipiste. Tämän jälkeen tutkimme tarkemmin Kiinteistökauppa Timo Aumolan kotisivuja ja sen markkinoinnin nykytilannetta, johon sisältyivät mm. nykyiset käytössä olevat sähköiset asuntopalvelut. Markkinoinnin nykytilanteen läpikäynnin jälkeen kartoitimme Kiinteistökauppa Timo Aumolan vanhojen kotisivujen ongelmat. Uusien kotisivujen valmistamisen ohessa uudistimme myös sähköisen markkinoinnin, johon kuuluivat mm. hakukoneoptimointi, hakusanamainonta sekä Google Paikat –sivuston vahvistaminen. Lisäksi kävimme web-analytiikka –tiedot huolellisesti läpi niin vanhojen kuin uusien

sivujen osalta. Markkinoinnin tulevaisuus –osiossa käsitelimme Kiinteistökauppa Timo Aumolan mahdollisia tulevaisuuden markkinointimenetelmiä. Näihin kuuluivat mm. sosiaalisen median hyödyntäminen, virtuaaliset asuntoesittelyt sekä mobiilimarkkinointi.

Kiinteistökauppa Timo Aumolan ja Webbipisteen toimeksiantama opinnäytetyön työstäminen sujui mielestämme erittäin positiivisesti. Molemmilla tekijöillä oli omat vahvuutensa työhön: Mikolla kotisivujen tekemiseen ja sähköiseen markkinointiin liittyen, Tuomaksella kiinteistönvälitysalan tuntemukseen sekä tietoon millaiset uusien kotisivujen pitäisi olla. Tämän johdosta saimme opinnäytetyöhön kriittisen näkökulman osa-alueesta riippumatta.

Opinnäytetyön tuloksena oli Kiinteistökauppa Timo Aumolalle uudet kotisivut ja niiden sähköisen markkinoinnin uudistaminen. Täten Kiinteistökauppa Aumola voi panostaa tulevaisuudessa luotettavammin asiakkaiden palvelemiseen myös sähköisten kanavien kautta.

Opinnäytetyönteon suurin yksittäinen haaste oli oikeiden johtopäätösten vetäminen web-analytiikasta. Kävijäseurantatyökalu antoi paljon erilaista informaatiota, joka piti prosessoida hallitusti ja kanavoida hyödylliseksi tiedoksi.

Opinnäytetyön tekeminen oli meille tekijöille erittäin antoisaa. Opimme työskentelemään tiiviisti yhdessä yhteisen tavoitteen eteen. Pystyimme selvittämään matkan varrelle osuneet esteet hyvän kommunikaation ja yhteistyön avulla.

LÄHTEET

Schmitt C. 2010. CSS Cookbook 3rd edition. Sebastopol, Yhdysvallat: O'Reilly Media Inc.

Sabin-Wilson L. 2009. Wordpress® for Dummies® 2nd edition. Indianapolis, Yhdysvallat: Wiley Publishing Inc.

Bergström S. & Leppänen A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing.

Kalliola J. 2009. "Kotisivut", teoksessa Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja (viitattu sivulla 6)

Kokko L. 2009. "Verkkoanalytiikka", teoksessa Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja (viitattu sivulla 24)

Larvanto L. 2009 "Hakukoneet", teoksessa Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja (viitattu sivulla 24)

Tikkanen H., Hietanen J. & Rokka J. 2009 "Virtuaalimaailmat", teoksessa Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja (viitattu sivulla 50)

Karjaluoto H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä: Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: WSOYpro.

<http://www.kiinteistokauppa.com> (viitattu sivulla 6)

<http://webbipiste.fi> (viitattu sivulla 8)

<http://www.oikotie.fi> (viitattu sivulla 12)

<http://www.jokakoti.fi> (viitattu sivulla 13)

<http://www.rjr.fi> (viitattu sivulla 15)

<http://www.salonsenseudunasunnot.net> (viitattu sivulla 17)

<http://www.google.fi> (viitattu sivulla 19)

http://www.innofocus.fi/moduulit/Aspal/palat/pdf_t/asiakaspalvelun_perussaannot.pdf (viitattu sivulla 19)

<http://www.google.com/analytics> (viitattu sivulla 23)

<http://www.google.com/places> (viitattu sivulla 24)

<http://fi.yahoo.com> (viitattu sivulla 25)

<http://www.bing.com/?cc=fi> (viitattu sivulla 25)

<http://fi.wordpress.org> (viitattu sivulla 27)

https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?_u=1000000000&_c=1000000000&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS#search.none (viitattu sivulla 32)

<http://kuluttaja.etuovi.com/crometapp/product/realities/common/public/info/introduction.jsp?portal=eo> (viitattu sivulla 44)

<http://www.youtube.com> (viitattu sivulla 51)

<http://fi.wikipedia.org>

Webbipiste – Google Places –listauksen vahvistaminen yrityksellesi

Google Places –listauksen vahvistaminen yrityksellesi



Google places

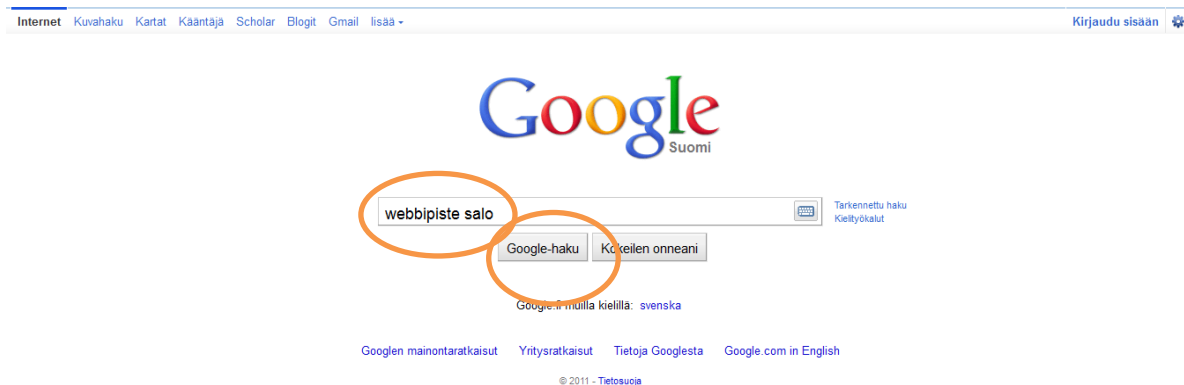
Miksi vahvistaa Google Places –listaus yritykselleni?

- Miljoonat ihmiset käyttävät Google Mapsia tietojen etsimiseen joka päivä.
- Ilmainen listautuminen Google Mapsiin helpottaa yrityksesi löydettävyyttä.
- Tavoittele uusia asiakkaita Google Mapsilla ja Google-haulla.
- Toimii kaikenkokoisille yrityksille.
- Päivitä tiedot milloin haluat.

Luo omat tiedot ilmaiseksi Google Places -palvelussa. Kun potentiaaliset asiakkaat etsivät Mapsista paikallisia tietoja, he löytävät yrityksesi liittyviä tietoja, joita ovat mm. osoite, aukioloaika ja ehkä jopa kuvia ja videoita liikkeestäsi tai tuotteistasi. Google Places on ilmainen ja helppokäyttöinen, etkä tarvitse omaa internetsivua.

Miten vahvistan Google Places –listauksen yritykselleni?

- Mene osoitteeseen <http://google.fi> ja etsi yrityksesi kirjoittamalla se hakukenttään ja perään kaupunki (esim. webbipiste salo) ja sitten painamalla 'Google-haku'.



[Muuta taustakuvaa](#)

- Mikäli yrityksesi paikkasivu karttoineen tulee heti ensimmäisenä Googlen hakuterminä vastaan (niin kuin pitäisikin), paina ['Paikkasivu'](#) -linkkiä. Mikäli taas yrityksesi paikkasivu karttoineen ei tule heti vastaan, rullaa sivua hieman alaspäin tai valitse sivun vasemmasta reunasta Googlen logon alapuolelta ['Lisää'](#) -näppäin ja klikkaa ['Places'](#) -näppäintä. Tämän jälkeen yrityksesi pitäisi tulla näkyviin Googlen hakuterminä. Paina tämän jälkeen ['Paikkasivu'](#) -linkkiä.

Internet Kuvahaku Kartat Kääntäjä Scholar Blogit Gmail lisää - Kirjautu sisään

Google Haku

Non 737 tulosta (0,08 sekuntia) Google.com in English Tarkennettu haku

Webbipiste - Internet Markkinointi Salo
 Webbipiste on salolainen internet markkinointi yritys, joka tarjoaa salon seutulaisille internet markkinointi ja -konsultointi palveluja parantaakseen ...
[webbipiste.fi](#) - Välimuistissa

Webbipiste Paikkasivu
 Mököistenkatu 1 as 25
 24100 Salo
 040 131 2186
 Juna: Salo
 Hanki ajo-ohjeet
 1 arvostelu

Webbipiste - Internet Markkinointi Salo - Yritys | Webbipiste
 Webbipiste - Internet Markkinointi Salo - Lisätietoa paikallisesta ...
[webbipiste.fi/yritys/](#) - Välimuistissa

Webbipiste - Internet Markkinointi Salo - Palvelut ja hinnasto...
 Webbipiste.fi internet markkinointi salo tarjoamat palvelut ja hinnasto.
[webbipiste.fi/palvelut-ja-hinnasto/](#) - Välimuistissa

Webbipiste SALO - Yritysoykos
 Webbipiste, SALO - Ohjelmistosuunnittelu, ohjelmistojen valmistusta.
[www.yritysoykos.com/tiedot/webbipiste/](#) - Välimuistissa

Yritys: Webbipiste, Salo | Taloussanomaiset
 20. tammikuu 2011 ... Webbipiste, Salo. Internet markkinointi, joka sisältää muun muassa sosiaalisen median konsultointiin, hakukoneoptimoinnin ja -markkinoinnin, ...
[www.taloussanomaiset.fi/yritykset/uudet/tyyppi-172715/?m=64](#)

Webbipiste - Internet Markkinointi Salo | Internet markkinointi
 Jos me voisimme näyttää sinulle, miten pienennät markkinointibudjettiasi 50% ja samaan aikaan kasvatat myyntiäsi 30%, olisitteko kiinnostuneita tietämään ...
[www.seinikit.com/linkit.asp?T=Webbipiste...Salo&linkke.../](#) - Välimuistissa

Webbipiste, SALO - Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus | Company
 11. helmikuu 2011 ... Webbipiste, SALO - Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus | Company.
[www.directa.fi/companies/8334485/Webbipiste/](#) - Välimuistissa

Webbipiste - Internet Markkinointi Salo - Dimi.fi
 Webbipiste - Internet Markkinointi Salo - 592. Jos me voisimme näyttää sinulle, miten pienennät markkinointibudjettiasi 50% ja samaan aikaan kasvatat ...
[www.dimi.fi/sivusto/webbipiste-internet-markkinointi-salo.html](#) - Välimuistissa

Webbipiste, Salo | Suomen Yritysrekisteri
 2. kesäkuu 2011 ... Webbipiste, [2375613-4] Mököistenkatu 1 as. 25, 24100 Salo Puhelin: ...
[webbipiste.fi](#), 21.12.2010, 21.12.2011. Luottotietoraportti ...
[www.suomenyritysrekisteri.fi/yritykset/webbipiste/4804744/?.../](#) - Välimuistissa

Webbipiste
 Hakusana MarkkinointiMainonta Salo. Yhteystiedot, Webbipiste ... Käyntiosoite: Mököistenkatu 1 as 25 24100, Salo. Postiosoite: Mököistenkatu 1 as 25 ...
[www.teloos.fi/company/webbipiste/716000321336.htm](#) - Välimuistissa

Googoooooooooogle ▶
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Seuraava

Haku

Hakuvihjeitä Anna palautetta

Google Etusivu Googlen mainontaratkaisut Yritysratkaisut Tietosuoja Tietoja Googlesta

- Tämän jälkeen tarkistat tietosi vasemmalla puolella sivua ja sitten painat 'Oletko yrityksen omistaja?' –painiketta.

Internet Kuvahaku Kartat Kääntäjä Scholar Blogit Gmail lisää - Kirjautu sisään

Google Karttahu

Hanki reititohjeet Omat kartat Muokkaa tätä paikkaa - Oletko yrityksen omistaja? Tulosta Läheta Linkki

Webbipiste
 Mököistenkatu 1 as 25, 24100 Salo
 040 1312186
[webbipiste.fi](#)
 Reititohjeet Hae lähiseudulta lisää

Luokat: Mainos- ja... Internet-sivustojen..., Internet-palvelut, ...
 Julkinen liikenne: Salo (749 m W)
 1 arvostelu Antamasi tähtiluokitus: ★★★★★

Webbipiste on salolainen yritys, joka tarjoaa internet markkinointi ja -konsultointi palveluja sekä valmistaa asiakasyritykselle internetsivuja ja mobiilisivuja.
 - Omistajalta

webbipiste
 Poikallinen verkkoympäristö
 Omistajalta

- Mikäli sinulla ei ole Google-tiliä (esim. Gmail-sähköpostitunnuksia), niin klikkaa 'Rekisteröidy nyt' –linkkiä sivun oikeassa yläkulmassa. Mikäli sinulla taas on Google-tili, syötä tietosi 'Rekisteröidy nyt' –painikkeen alapuolella oleville

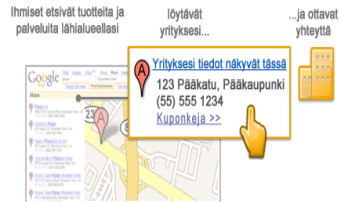
riveille ja kirjaudu sisään.



Auta asiakkaita löytämään yrityksesi Google Mapsista

Miljoonat ihmiset käyttävät Google Mapsia tietojen etsimiseen päivittäin. Ilmainen listautuminen Google Mapsiin helpottaa yrityksesi löytymistä.

Luo omat tiedot ilmaiseksi Google Places -palvelussa. Kun potentiaaliset asiakkaat etsivät Mapsista paikallisia tietoja, he löytävät seuraavat yrityksesi liittyvät tiedot: osoite, aukioloaika ja ehkä jopa kuvia liikkeestäsi tai tuotteistasi. Se on ilmainen ja helppokäyttöinen, eikä tarvitse omaa internetsivua.



Vaihda kieli: suomi

[Rekisteröidy nyt »](#)

Google -tilisi avulla

Sähköposti:

esim: pat@example.com

Salasana:

Pysy kirjautuneena sisään

[Etkö päässyt kirjautumaan tilisi?](#)

Lisätietoja Google Places -palvelusta

Ihmiset etsivät Google Mapsista yrityksesi kaltaisia yrityksiä.

Tavoita uusia asiakkaita Google Mapsilla ja Google-haulla

Paikalliset asiakkaat etsivät tarvitsemaansa tuotteita ja palveluita verkosta. Auta heitä löytämään omasi helposti Google-haussa ja Google Mapsissa. Se on helppoa Google Places -palvelun avulla.

Toimii erittäin hyvin kaikenkokoisten yritysten kohdalla

Piditpä yhden hammaslääkärin vastaanottoa tai tusinaa kahvilaa, voit hallita kaikkia tietojasi yhdellä tiillä.

Päivitä tiedot milloin tahansa

Voit muokata tietoja aina halutessasi Google Places -palvelussa. Google Mapsissa näkyvät tiedot päivitetään muutamassa viikossa.

Olen valmis auttamaan asiakkaita yritykseni löytämisessä. [Rekisteröidy nyt »](#)



- Rekisteröityminen on helppoa. Seuraa vain ruudulla annettuja ohjeita!

Google tilit Vaihda kieli: suomi

Luo tili

Google-tilin avulla voit käyttää palvelua Google Places ja [Googlen muita palveluita](#). Jos sinulla on jo Google-tili, voit [kirjautua sisään tästä](#).

Google-tiliä varten tarvittavat tiedot

Nykyinen sähköpostiosoite:
esim. mynana@example.com. Voit käyttää sitä kirjautuessasi tilillesi.

Valitse salasana: [Salasan vakuus](#)
Vähimmäispituus 8 merkkiä.

Kirjoita salasana uudelleen:

Pysy kirjautuneena sisään
 Ota Verkkohistoria käyttöön [Lisätietoja](#)

Aloita palvelulla Google Places

Sijainti:

Sanojen vahvistaminen: Kirjoita alla olevassa kuvassa näkyvät merkit.

 
Kirjainkoko ei ole merkittävää.

Palveluehdot: Tarkista edellä antamasi Google-tilitiedot (tarvittaessa voit muuttaa tietoja) ja tutustu alla oleviin palveluehtoihin. [Tulostettava versio](#)

Googlen Palveluehdot

Tervetuloa Googleen!

1. Asiakkaan ja Googlen sopimussuhde

napauttamalla alla olevaa Hyväksyn...-painiketta hyväksyt yllä olevat [käyttöehdot](#) sekä [tietosuojakäytännön](#)

©2011 Google - [Google Maps -ohjeet](#) - [Tietosuojakäytäntö](#)

- Kun olet syöttänyt tietosi, paina 'Hyväksyn. Luo minulle tili' – näppäintä jatkaaksesi.
- Rekisteröitymisen/kirjautumisen jälkeen saavut tietojen lisäämis- ja muokkaamissivulle. Muokkaa tietojasi, aseta ne taukotilaan tai lisää tietosi uutena yrityksenä. Paina tämän

jälkeen 'Jatka' –näppäintä.



info@webbipiste.fi | Asetukset | Ohje | Kirjautu ulos | suomi

Lisää, muokkaa tai keskeytä tiedot

Jatka valitsemalla jokin valinta alapuolelta. (Jokainen valinta vaatii vahvistuksen.)*

Valitse vaihtoehto:

- Muokkaa yritykseni tietoja.**
Voit päivittää yrityksesi nimeä, yhteystietoja, maksutapoja, aukioloaikoja ja luokkia.
- Aseta nämä tiedot taukotilaan.**
Voit milloin tahansa palata Google Placesiin ja aktivoida tietosi uudelleen.
- Nämä eivät ole minun tietoni.**
Mikäli oikealla näkyvät tiedot eivät ole sinun, voit lisätä tietosi uutena yrityksenä.

* Tietojen vahvistaminen

Lähetämme tiedoissasi olevaan yrityksen osoitteeseen kirjeen, joka sisältää PIN-koodin ja aktivointiohjeet. Kun olet vahvistanut Google Mapsin tietosi, voit muokata niitä milloin tahansa.

Webbipiste

Mökköistenkatu 1 as 25 FI-24100 Salo Suomi
Puhelin: 040 131 2186

Tämä kartta näkyy tietojen yhteydessä



© 2011 Google - Googlen etusivu - Google Maps - kotisivu - Tietosuojakäytäntö - Google Places - ohjeet - Google Placesin etusivu

PAIVITÄ UUSIYTTÄMÄSI TUNNUS

Voit muokata tietoja aina halutessasi Google Places -palvelussa. Google Mapsissa näkyvät tiedot päivitetään muutamassa viikossa.

- Sitten onkin yrityksesi tietojen syöttämisen aika.

The screenshot shows the Google Places business profile editing interface for 'Webbipiste'. The page is in Finnish. Key sections include:

- Perustiedot** (Basic information): Address (Mäkitienkatu 1 as 25, Salo), phone number (040 131 2186), and website (http://www.webbipiste.fi).
- Palvelut** (Services): A list of services such as 'Internet-palvelut' and 'Ohjelmistoyritys'.
- Aukioloajat** (Hours): A table showing operating hours for each day of the week, with most days being closed (Suojettu).
- Makautavat** (Accepted payment methods): A list of payment methods including 'Käteinen', 'Lasku', 'American Express', etc.
- Valokuvat** (Photos): A section for uploading photos, with a 'Lataa' button highlighted by a red circle.
- Videot** (Videos): A section for uploading videos.
- Lisätietoja** (Additional information): A section for providing more details about the business.

At the bottom of the page, a red circle highlights the 'Lataa' button, which is used to upload photos or videos to the business profile.

- Pyri syöttämään tietosi niin hyvin kuin mahdollista. Klikkaa sitten 'Lataa' –painiketta sivun alalaidassa.
- Viimeiseksi Google pyytää sinua vahvistamaan tietosi kirjeitse lähetettävällä PIN-koodilla. Kirjeen saapumiseen voi kulua muutamia viikkoja. Kun saat kirjeen, seuraa siinä annettuja ohjeita tietojesi ja Google Places –listauksesi vahvistamiseen.

Onneksi olkoon! Olet juuri suorittanut yhden internet-markkinointiin liittyvän toimenpiteen, joka erottaa sinut noin 75% muista pk-yrittäjistä.

Vieraile osoitteessa Webbipiste.fi saadaksesi tietää muita keinoja, joilla voit parantaa internet-markkinointiasi ja saada lisää asiakkaita, enemmän tuloja ja vähemmän menoja!

Ohjeet Kiinteistokauppa.com –sivuston käyttämiseen:

Sivuston ohjauspaneeliin kirjaudutaan seuraavalla tavalla: kirjoita osoiteriville www.kiinteistokauppa.com/wp-admin tai kiinteistokauppa.com –sivuston oikeasta alakulmasta '**Kirjaudu sisään**'.

Käyttäjänimi: XXX

Salasana: XXX

1. Uusi asunto lisätään sivun vasemmasta palkista Artikkelit -> '**Lisää uusi**'

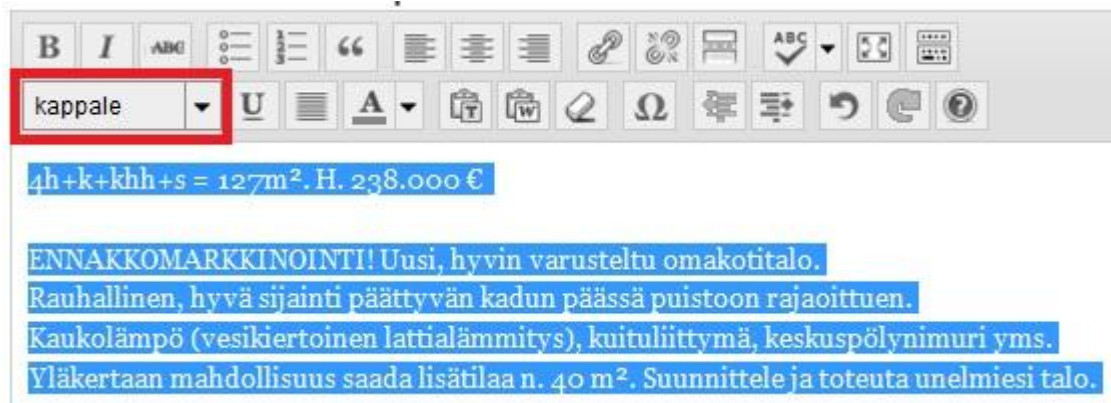


2. Otsikoksi esim. Omakotitalo, Päläskatu 1, 24280 Salo

 Lisää uusi artikkeli

Omakotitalo, Päläskatu 1, 24280 Salo

3. Tekstikenttään: **ensin tilat ja hinta** esim. 4h+k+kh+s = 127m². H. 238.000 €. Tämän jälkeen paina Enterillä yksi rivi väliä ja kirjoita **sitten kuvaus talosta**.



HUOM! Kun nämä on kirjoitettu maala koko teksti kirjoittamisen jälkeen ja valitse tekstikentän vasemmasta yläreunasta **'kappale'** –kohdan sijaan **'Otsikko 3'** jolloin teksti suurenee ja on kotisivuilla miellyttävämpi silmälle.

4. sitten kaksi riviä väliä ja teksti: **[gallery]** -> tämä siksi, että kun luonnos on tallennettu niin kuvat tulevat tähän väliin

- 5.a) Mikäli kyseessä omakotitalo: kaksi riviä väliä ja teksti:
[property_details details="1"]
->asunnon tiedot, jotka asetetaan hieman alempana
- 5.b) Mikäli taas kyseessä kerros-/rivitalo niin: kaksi riviä väliä ja teksti:
[property_details details="2"]
->asunnon tiedot, jotka asetetaan hieman alempana

6. Taas kaksi riviä väliä ja paina ylhäältä otsikon alapuolella olevaa punaista pinniä

A. -> full address kohtaan kohteen osoite: esim. **B.** Päläskatu 1, 24280 Salo,

sitten klikkaa **C. Add point**, jonka jälkeen alhaalta **D. Insert map**, jolloin Google maps –kartta kohteelle on asetettu ja se näkyy nyt kotisivuilla.

[Plugin Page](#) [How To Use](#) [Shortcode Reference](#) [Examples](#) [Donate](#)

Add New Point

Points can be added using Address or Lat/Long.

A. Full Address **B.**

Latitude

Longitude

Verify this latitude and longitude using Geocoding. This could overwrite the point address.

Title

Description

Select the marker by clicking on the images



Select the thumbnail by clicking on the images



C.

Map Configuration

Width

Height

Margin

Align left center right

Zoom

Maps Type

Focus *Select the point to be focused after loading the map*

D. Focus Type

7. Ja vielä viimeisen kerran kaksi riviä väliä ja teksti: Kiinnostuitko tästä asunnosta? [Ota yhteyttä sähköisellä lomakkeellamme](#) tai katso yhteystiedot sivun oikeasta laidasta!

-> tämä teksti vaihdetaan myös 'Otsikko 3' -muotoon jotta se olisi sivuilla näkyvämpi, sininen teksti osoittaa nettisivujenne välilehteen:

<http://www.kiinteistokauppa.com/ota-yhteytta>

HUOM! Tekstikentän pitäisi sisältää nyt tämänkaltaiset tekstit, voit myös maalata seuraavat tekstit ja kopioida tämän pohjan suoraan päivitys-sivuille, mikä helpottaa huomattavasti prosessia:

4h+k+kh+s = 127m². H. 238.000 €

ENNAKKOMARKKINOINTI! Uusi, hyvin varusteltu omakotitalo. Rauhallinen, hyvä sijainti päättävän kadun päässä puistoon rajoittuen. Kaukolämpö (vesikiertoinen lattialämmitys), kuituliittymä, keskuspölynimuri yms. Yläkertaan mahdollisuus saada lisätilaa n. 40 m². Suunnittele ja toteuta unelmiesi talo.

[gallery]

[property_details details="1"]

[google-map-sc]

Kiinnostuitko tästä asunnosta? [Ota yhteyttä sähköisellä lomakkeellamme](#) tai katso yhteystiedot sivun oikeasta laidasta!

8. Seuraavaksi asetetaan kohteen tiedot jotka löytyvät tekstiosion alapuolelta.

Mikäli kyseessä on omakotitalo, täytät ensimmäisen kentän. Mikäli kyseessä on rivi- tai kerrostalo, käytä vasta toista kenttää:

Omakotitalon tiedot	
Aseta seuraava koodi sinne, missä haluat sen näkyvän sivulla: <code>[property_details details="1"]</code>	
Osoite:	Keittiö:
Natakatu 6, 24130 Salo	Laadukas Ala Carte Kei
Tilat/Pinta-ala (m²):	Kylpyhuone:
4h+k+khh+s = 107m². K	Erillinen WC, Lattialäm
Autotalli/-katos:	Säilytystilat:
Kyllä	Varasto, kaapistot, vaate
Lämmitysjärjestelmä:	Vapautuminen:
Kaukolämpö , Vesikierto	Heti valmistuttua
Rakennusvuosi:	Muuta:
2012	Kuitu-liittymä
Rakennusmateriaali:	Hinta (€):
Puu, Tiili	238.000 €
Kattotyyppi:	
Harjakatto	
Tontti (m²):	
Vuokratontti	

9. Sitten valitaan mihin **kategoriaan** kohde kuuluu. Tämä jälkeen paina **'Tallenna luonnos'**

Julkaise

Tallenna luonnos Esikatsela

Tila: Luonnos [Muokkaa](#)

Näkyvyys: Julkinen [Muokkaa](#)

 Julkaise heti [Muokkaa](#)

[Siirrä roskakoriin](#) **Julkaise**

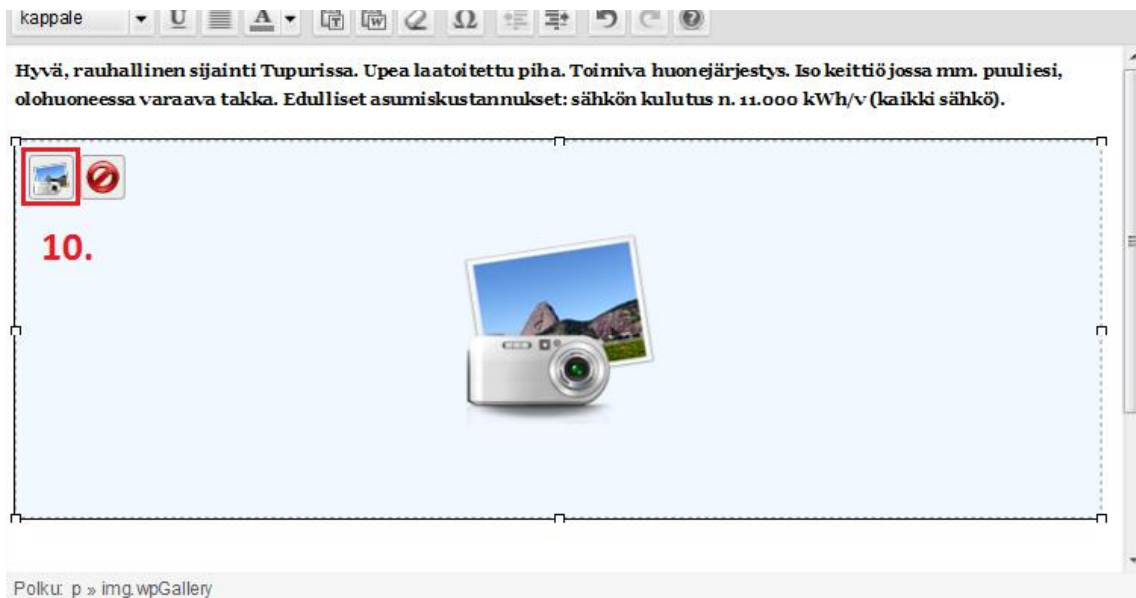
Kategoriat

Kaikki kategoriat Useimmin käytetyt

Select / Deselect All

- Kerrostalot
- Omakotitalot
- Paritalot
- Rivitalot
- Vapaa-ajan asunnot
- Vuokra-asunnot

10. Luonnoksen tallentamisen jälkeen klikkaa kerran isoa kuvaa joka ilmestyy tekstikenttään ja sen vasemmasta yläkulmasta valitse kameran/valokuvan - kuva **'Muokkaa galleriaa'**



11. Valitse kohta **'Tietokoneelta'** ja **'Valitse tiedostot'** -> etsi kuvat ja klikkaa **'Avaa'** (kaikki voi ottaa samalla kerralla mikäli samassa kansiossa, hiirellä maalataan halutut kuvat)




12. Sitten kaikille kuville otsikot (ei pakollista), asettelu **'ei mitään'** ja koko **'pienoiskuva'** (nämä asetukset pitäisi olla jo valmiina) -> tämä ensin kaikille kuville, JA VASTA SEN JÄLKEEN **'Tallenna kaikki muutokset'** sekä **'Päivitä gallerian asetukset'** (Muista valita yksi kuvista Artikkelikuvaksi, todennäköisesti julkisivukuva, kuvan tulee olla kokoa 640x480, jotta se näkyy sliderissä kunnolla)

Tietokoneelta URL-osoitteesta **Galleria (7)** Mediakirjasto Google Map Shortcode

Kaikki tyypit Näytä Järjestys: Nouseva | Laskeva | Tyhjä

Media Järjestys Toiminnot

Päläskatu 13, 24280 Salo ulkoa **Piilota**

 Tiedoston nimi: 1_2.jpg
Tiedostomuoto: image/jpeg
Ladattu: 27.9.2011
Koko: 1841 x 1136

Muokkaa kuvaa

Otsikko **Päläskatu 13, 24280 Salo ulkoa**

Vaihtoehtoinen teksti
Vaihtoehtoinen teksti kuvalle, esim. "Mona Lisa"

Kuvateksti







Kuvaus

Linkin URL
http://kiinteistokauppa.com/uudetsivut/wp-content/uploads/2011/09/1_2.jpg
Ei mitään Tiedoston URL Artikkelin URL
Syötä linkin URL tai käytä alla olevia asetuksia.

Asettelu Ei mitään Vasemmalle Keskelle Oikealle

Koko Pienoiskuva (150 x 150) Keskikokoinen (300 x 185) Suuri (1024 x 631) Täysikokoinen (1841 x 1136)

Lisää tekstiin **Käytä artikkelikuvana** Poista

	Päläskatu 13, 24280 Salo wc	<input type="checkbox"/>	Näytä
	Päläskatu 13, 24280 Salo kylpyhuone	<input type="checkbox"/>	Näytä
	Päläskatu 13, 24280 Salo kodinhoituhuone	<input type="checkbox"/>	Näytä
	Päläskatu 13, 24280 Salo olohuone	<input type="checkbox"/>	Näytä
	Päläskatu 13, 24280 Salo keittiö 2	<input type="checkbox"/>	Näytä
	Päläskatu 13, 24280 Salo keittiö	<input type="checkbox"/>	Näytä

Tallenna kaikki muutokset

Gallerian asetukset

Linkit pikkukuvat: Kuvatiedosto Liitteen sivu

Järjestele kuvat: Valikkojärjestys

Järjestys: Nouseva Laskeva

Gallerian sarakkeet: 3

Päivitä gallerian asetukset

13. Vielä ennen kuin klikkaat **'Julkaise'**, jolloin kohde siirtyy nettisivuille, tarkista että kohde on merkitty oikeaan kategoriaan sivun oikealta laidalta.

14. Sitten kaiken pitäisi olla kunnossa ja klikkaa **'Julkaise'** ja tarkista nettisivuilta, että onko kaikki niinkuin pitäisikin.



Julkaise

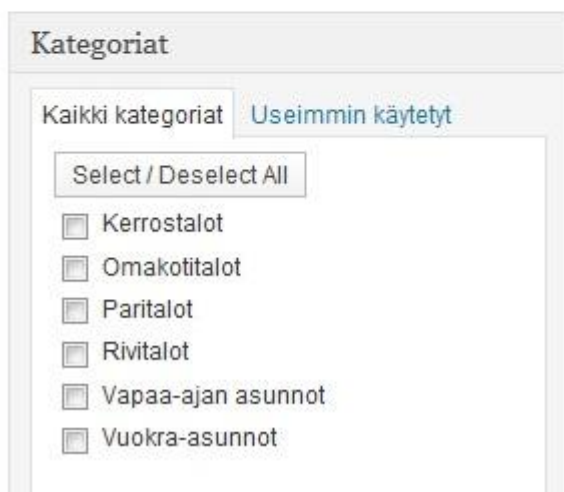
Tallenna luonnos Esikatselse

Tila: Luonnos [Muokkaa](#)

Näkyvyys: Julkinen [Muokkaa](#)

Julkaise heti [Muokkaa](#)

[Siirrä roskakoriin](#) **Julkaise**



Kategoriat

Kaikki kategoriat Useimmin käytetyt

Select / Deselect All

Kerrostalot

Omakotitalot

Paritalot

Rivitalot

Vapaa-ajan asunnot

Vuokra-asunnot

15. Kun kohde myyty, niin klikkaa sivun vasemmasta laidasta **'Kaikki artikkelit'**, jolloin kohteet avautuvat näytölle. Sieltä etsitään kyseinen kohde ja valitaan **'Siirrä roskakoriin'**. Tällä sivulla pystyt myös muokkaamaan kaikkia kohteita. Kun olet muuttanut kohteen tietoja tai lisännyt/poistanut kuvia niin painat vain **'Päivitä'** nappulaa.

16. Mikäli päivityksiä ohjauspaneelissa tarvitaan (todella harvoin tarvitaan) niin klikkaa vain päivitä ohjauspaneeliin kirjaututtuasi jolloin alustan pitäisi päivittää itse itsensä.

Varmuuskopiot kaikista materioista hyvä ottaa säännöllisen epäsäännöllisesti.