

Opas verkkolöydettävyyden kasvattamiseksi

Älykkäiden palvelujen kaupunkikeskusta -hanke A73060

Sisältö

1. Yleistä
2. Tekninen SEO
3. Sisällöllinen SEO
4. Hakukoneystävällisen sisällön tuottaminen
5. Off-site SEO
6. Toimenpideluettelo
7. Avainsanaseuranta



1. Yleistä

Mistä löydettävyys muodostuu?

Oma	Ostettu	Ansaittu
Kokonaislöydettävyydestä tyypillisesti noin 40-60%	Kokonaislöydettävyydestä tyypillisesti noin 20-50%	Kokonaislöydettävyydestä tyypillisesti noin 10-30%
Esimerkiksi <ul style="list-style-type: none">• Oma nettisivusto• Sosiaalinen media• Blogit• Google My Business• Muut business -tilit• Yhteneväiset ja optimoidut viestit verkossa	Esimerkiksi <ul style="list-style-type: none">• Hakukonemainonta• Somemainonta• Affiliate -mainonta• Display -mainonta• Ulkoinen mainonta	Esimerkiksi <ul style="list-style-type: none">• Karttapalvelut• Paikannuspalvelut• Viralliset tahot• Artikkelit• Referenssit• Wikipedia (myös Oma)• Sponsorointi

**Nettisivuston
kävijöistä
tyypillisesti
70-90%
tulee luonnollisista
hakutuloksista**

Löydettävyyssauditointi

- Löydettävyyssauditointi on jaettu kolmeen osaan:
 - Tekninen SEO: Yrityksen sivuston tekninen tarkastelu
 - Sisällöllinen SEO: Yrityksen sivuston sisällön tarkastelu
 - Off-site SEO: Yrityksen esiintyminen muualla kuin omalla sivustolla
- Kartoituksen perusteella voidaan suunnitella löydettävyyden kehityspolku ja toimenpiteet



2. Tekninen SEO

Sivuston tekninen hakukonelöydettävyys

Tekninen SEO - Yleistä

- Teknisessä tarkastelussa tutkitaan sivuston ohjelmakoodia, nopeutta, yleisiä hyviä hakukonekäytäntöjä ym.
- Teknisessä toteutuksessa olennaista on, että sivuston tekniikka ei rajoita potentiaalista hakukonelöydettävyyden kehittymistä. Toisin sanoen, tekniikan tulee olla riittävällä tasolla siten, että hyvällä ja laadukkaalla sisällöllä on tekniset mahdollisuudet menestyä hakukoneissa.
- Tekninen toteutus tarkastelee myös sivuston toimivuutta mobiililaitteilla ja tableteilla.



Tekninen SEO - Huomiot

- Yleishuomiot taustatekniikan toimivuudesta - desktop ja mobiili / responsiivisuus
- Latausnopeuden tarkastelu
- Visuaalisuus
- Hierarkisuus ja rakenne + schema
- Yleiset ohjaustiedostot



Tekninen SEO - Kehitysehdotukset

Kehityskohde	Vaikutus löydettävyyteen	Tavoitetilanne
Sivuston nopeus	Suuri - Hitaasti toimiva sivusto vaikuttaa selvästi heikentävästi hakukonelöydettävyyteen	Nopeasti toimiva sivuston kaikilla päätelaitteilla. Ks. erillinen kalvo sivuston nopeudesta
Mobiilitoiminnallisuus	Suuri - Google painottaa mobiilitoiminnallisuutta (ns. mobile-first index)	Sivuston tulee olla responsiivinen ja täyttää mobiilitoiminnallisuuden käytettävyysvaatimukset
Visuaalisuus	Kohtalainen - mm. luettavuus ja kontrasti ovat osaltaan löydettävyystekijöitä	Sivuston tulee olla näyttävä, hyvin luettava ja selkeäkäyttöinen, ja toimia eri päätelaitteilla.
Hierarkkinen rakenne (otsikointi, schema ym.)	Suuri - luo mahdollisuudet sille että sisältö löytyy hyvin hakukoneista	Hierarkkisen rakenteen tulee olla määrämuotoinen ja riittävästi kuvattu hakukoneille (semanttisuus)
SSL-suojaus	Suuri - suojaamattomat sivustot eivät löydy yhtä hyvin, ja selaimet huomauttavat puutteesta	Sivuston tulee olla suojattu SSL-salauksella
Muut (robots.txt, sitemap.xml, tekniset määrittymiset)	Kohtalainen - yhdessä muodostavat pohjan hyvälle löydettävyydelle.	Teknisten määrittymisten tulee täyttää nykyaikaiset löydettävyyttä tukevat vaatimukset

Tekninen SEO - Sivuston nopeus

Oheiseen taulukkoon on koostettu sivuston nopeuteen vaikuttavia seikkoja. Sivuston käyttönopeus on kasvavassa määrin myös löydettävyystekijä.

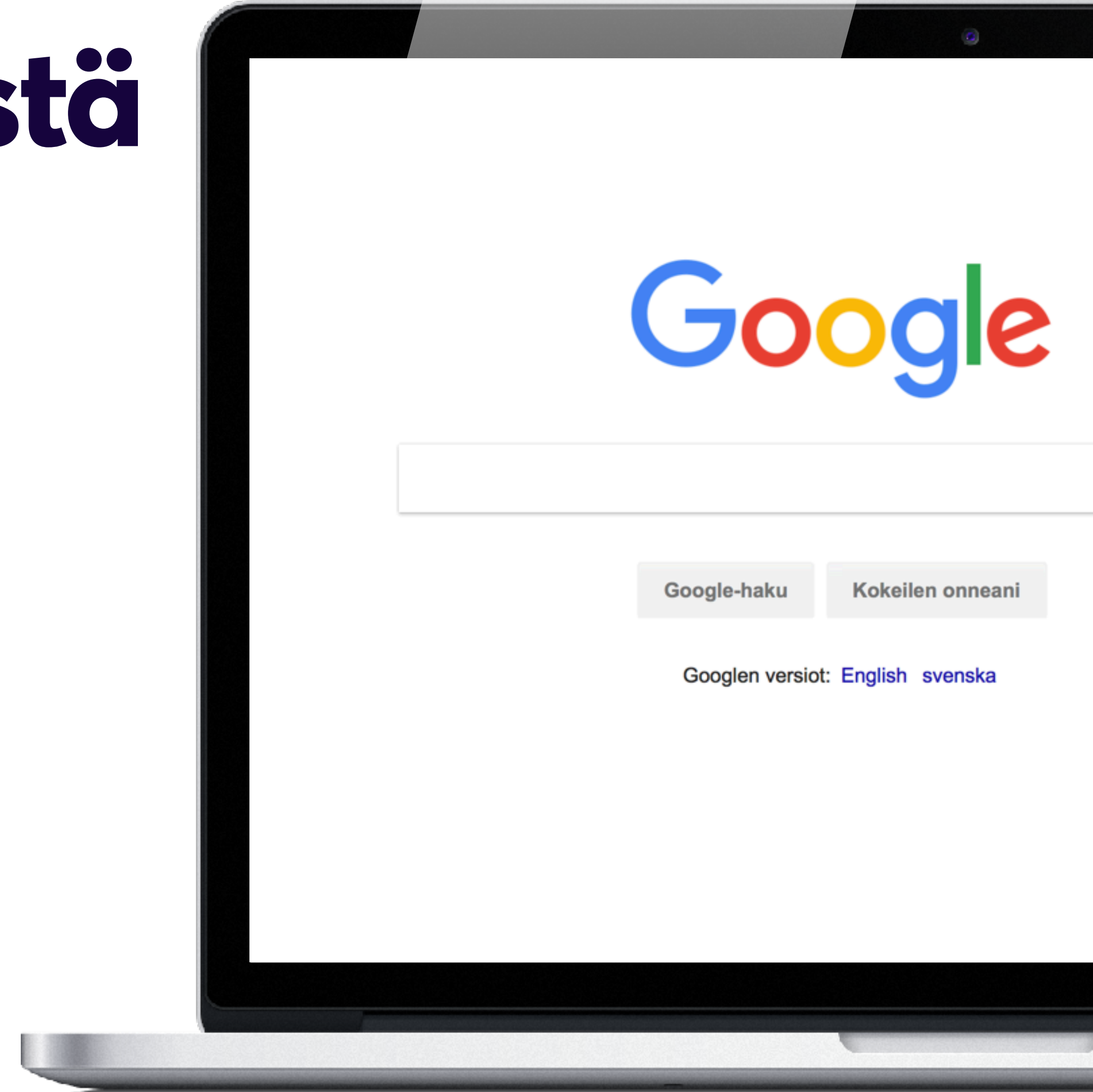
Kehityskohde	Kehitysehdotus
Palvelimen vastausaika	Palvelimen tulee vastata nopeasti - suositus on että ensimmäinen vastaus ja ruudullepiirto tapahtuu alle 0,2 sekunnissa
Selaimen välimuistin hyödyntäminen	Selaimen välimuistilla voidaan välttää toistuvat ja tarpeettomat lataukset palvelimelta. Se nopeuttaa sekä sivuston käytettävyyttä että pienentää palvelimen kuormaa.
Kuvien pakkaus	Kuvien pakkauksella pyritään vähentämään sivuston latausmäärää ilman että sivuston visuaalisuus kärsii. Kuvien pakkaaminen on käytännössä ainoa kehitys jota sivuston päivittäjä voi tehdä itse.
Koodin pienennys	Koodin pienennyksellä voidaan vähentää sivuston latausmäärää - monesti myös latauskertoja esim. koodin yhdistämisellä.
Latausmäärä	Sivuston latausmäärä (siirrettävän datan määrä) ja ladattavien tiedostojen määrä (montako kyselyä palvelimelle) ovat tärkeitä nopeuteen vaikuttavia seikkoja.

3. Sisällöllinen SEO

Sivuston sisällöllinen hakukonelöydettävyys

Sisällöllinen SEO - Yleistä

- Sivuston sisällön tarkastelussa katsotaan tärkeimpien sivujen yleisiä löydettävyystekijöitä.
- Esimerkiksi sivuston otsikointi sekä luonnollisten hakutulosten tulossivulla näkyvät metatiedot ovat olennaisia löydettävyyttä ja houkuttelevuutta lisääviä elementtejä.
- Sivuston tärkeimmän sisällön tulee vastata kartoitettuun avainsanastoon.



Sisällöllinen SEO - Kehitysehdotukset

Kehityskohde	Vaikutus löydettävyyteen	Tavoitetilanne
Sivuston otsikointi	Suuri - sivun tärkeimpien otsikoiden tulee kertoa sisällöllisesti, hierarkisesti ja visuaalisesti mistä kyseisellä sivulla on kyse.	Sivuston otsikoinnin tulee olla selkeää, sisältää hyvin avainsanoja, ja otsikoiden alla tulee olla riittävästi hyvää leipätekstisisältöä.
Metatagit	Suuri - metatietojen tulee liittyä ja kertoa lyhyesti auki kyseisen sivun sisältö. Metatietojen tulee myös olla klikkaukseen houkuttelevia.	Metatagien tulee kertoa käyttäjälle, mistä kyseinen sivu kertoo. Metatagit tulevat näkyviin luonnollisiin hakutuloksiin -> eivät voi olla avainsanalistoja.
Kuvien nimet ja ALT-tekstit	Kohtuullinen - lisää sivuston tavoitettavuutta ja löydettävyyttä esim. Googlen kuvahaussa.	Kuvien selkokiehiset ja avainsanoitetut tiedostonimet ja ALT-tekstit yhdistävät asiakkaan brändiä avainsanoihin.
Call-to-actionit	Merkittävä vaikutus konversioon - löydettävyydsvaikutus pieni	Call-to-actioneilla pyritään saaman sivuston kävijä suorittamaan haluttuja toimintoja (yhteydenotot, ostoskori/tilaaminen ym.)

4. Sisällön tuotanto

Hakukoneystävällisen sisällön tuottaminen

Sisällöllinen SEO - Yleistä

Sisällöntuotannon ohjeistuksen avulla pyritään tuottamaan määrämuotoista ja hakukoneystävällistä teksti- ja kuvasisältöä eri nettisivuille. Pääpaino on sivuston ja sen business-avainsanojen löydettävyydessä, mutta samalla ohjeet auttavat luomaan helposti luettavaa ja hyvin omaksuttavaa sisältöä sen otsikoinnin ja rakenteen avulla.

Ohjeistus käsittelee sekä näkyvää sisältöä että tavalliselle käyttäjälle normaalisti näkymätöntä mutta hakukoneille tärkeää sisältöä (esim. Kuvien tiedostonimet ja ALT-tekstit).

Ohjeistus perustuu yleisiin hyviin käytäntöihin ja on sellaisenaan käytettävissä kaikilta osiltaan mikäli sivuston sivupohjat ovat asianmukaisesti ohjelmoituja ja tyylimääriteltyjä.

Ohjeen rakenne

- Otsikointi ja avainsanat
- Sisällön rakenne ja määrä, linkitys
- Kuvien nimeäminen ja ALT-tekstit
- Metatiedot

Sisällöllinen SEO - Otsikointi

Heading H1

Sivuston otsikointi on eräs tärkeimmistä asioista hakukoneoptimoinnin osalta. Sivun tärkein sisältö on sen pääotsikko jonka tyyppinä toimii "H1 -otsikko" tai "Otsikko 1". Sen tulisi sisältää 1-3 tärkeintä avainsanaa lauseeksi muotoiltuna. On suositeltavaa että H1 -tason otsikoita on vain yksi. Erittäin tärkeää on myös se, että otsikon tueksi on riittävä määrä sisältöä joka kertoo otsikon avainsanat auki. Sivustolla tulee käyttää myös apuna alaotsikoita H2 ja H3 joita voi olla useita.

Lyhyesti: Sivun pääotsikko H1 - sisällytä 1-3 tärkeintä avainsanaa ja muotoile lyhyeksi lauseeksi. Lisää otsikkoon liittyvää tekstiä otsikon välittömään läheisyyteen.

Headings H2

Sivuston H2 -otsikoissa tulisi myös kuvata sivun sisältöön liittyviä hyvä avainsanoja, ja otsikon ohessa kertoa em. avainsanat auki. H2-otsikoita voi olla samalla sivulla useita. Yleisesti H2-otsikot toimivat myös sivun rakennetta jaottelevina väliotsikoina, jotka sopivasti käytettynä auttavat sivun luettavuuteen ja tarjoavat samalla nopeasti silmäiltävän yleiskatsauksen sivun sisällöstä. Tästä syystä H2 -otsikoita on syytä olla useita, ja niiden tulee sisältää sivuun liittyviä oikeita avainsanoja. Kuten H1 -otsikolla, H2 -otsikoilla tulee olla hyvää avainsanasisätöä otsikon välittömässä läheisyydessä.

Lyhyesti: Sivun tärkeimmät alaotsikot H2:t - voi olla useita, käytä hyviä avainsanoja jotka kuvaavat sivun sisältöä. Lisää otsikkoon liittyvää tekstiä otsikon välittömään läheisyyteen.

Headings H3

Sivuston H3 -otsikot ovat selvästi vähäisempiä painoarvoltaan, ja niiden tarkoituksena onkin enemmän parantaa sivuston käytettävyyttä ja luettavuutta. Koska erityisesti etusivulla esitellään usein paljon asioita, H3 -otsikoiden käyttäminen merkittävienkin asioiden esittelyssä on perusteltua. Ala-/sisältösivuilla H3-otsikoilla voidaan korostaa sellaisia asioita jotka eivät ole avainsanastoltaan kyseisen sivun tärkeimpiä elementtejä. Ne sopivat hyvin myös väliotsikoiksi.

Sisällöllinen SEO - Sisällön rakenne

Sisällön rakennetta ohjaa suureksi osaksi sivuston otsikointi ja väliotsikointi. Tavallisen tekstisisällön tulee ainoa kertoa kyseisen tekstikappaleen otsikon sisältämät asiat auki. Vastaavasti kovin laajaa tekstisisältöä ilman siihen kuuluvaa otsikkoa ei tulisi käyttää, koska se heikentää sekä löydettävyyttä että sivuston luettavuutta.

Sivuston visuaalinen rakenne tulee siihen ohjelmoiduista sivupohjista ja tyyleistä. Sivuston yhteneväisyyden vuoksi sivupohjissa olevista tyyleistä ei tulisi merkittävästi poiketa vaikka julkaisujärjestelmä antaisikin siihen mahdollisuuden.

Sisältöä laadittaessa ja sivustolle syötettäessä tulee ottaa huomioon luettavuus ja sisällön vastaavuus sivun avainsanoihin: Lukijan ja hakukoneen kannalta tärkeimmät asiat tulisi tuoda esille ensimmäisenä - tai viimeistään sivustoilla tyypillisen ylä/kuvabannerin jälkeen.

Hyvänä sivuston sivukohtaisena sanamääränä pidetään tyypillisesti muutamaa sataa sanaa, eli käytännössä vähintään 5-6 tekstikappaletta jotka on järjestetty ja otsikoitu hyvin.

Sivuston käyttäjän kannalta on toimivaa ja tehokasta esitellä tärkeät asiat samalla sivulla napakasti ja lyhyesti, mutta tällöin on hyvä tarjota käyttäjälle myös syventävää tietoa aiheesta esim. "Lue lisää" -linkin takaa. Myös tärkeistä avainsanoista voi muodostaa linkkejä kesken tekstikappaleen, mutta niitä kannattaa käyttää ainoastaan silloin kun todella halutaan korostaa yksittäistä asiaa / avainsanaa.

Sisällöllinen SEO - Kuvat

Hakukoneet käsittelevät ja arvottavat kuvia useasta eri näkökulmasta, jotka on syytä ottaa huomioon:

Kuvan tiedostonimi

Kuvan tiedostonimi on yksi tekijä, jonka perusteella hakukone indeksoi kuvia. Kuvan nimessä olisi hyvä olla brändin nimi sekä kuvan aiheeseen liittyvä avainsana. Tällöin esimerkiksi Googlen kuvahaku yhdistää kuvissa kerrottavia asioita haluttuun brändiin ja lisää löydettävyyttä.

Kuvan ALT-teksti

Kuvan ALT-teksti on kuvan tiedostonimen lisäksi tärkein kuvia hakukoneille määrittävä asia. Tiedostonimestä poiketen ALT-teksti on syytä muotoilla järkeväksi lyhyeksi lauseeksi, joka sisältää oikeat avainsanat. ALT-tekstejä käytetään myös esim. ääneenlukutoiminnoissa, joten ne lisäävät sivuston saavutettavuutta.

Kuvan koko / optimointi

Hakukoneet arvostavat nopeasti latautuvia kuvia. Kuvat kannattaa pakata verrattain tiukkaan niiden laadun kuitenkin näkyvästi kärsimättä. Myös kuvamuoto kannattaa valita kuvan sisällön suhteen: .jpg -muotoa tulee käyttää ainoastaan valokuvien kanssa. Graafien ja piirrosten osalta suositeltava kuvamuoto on .png (24-bit).

Sisällöllinen SEO - Metatiedot

Jokaisella sivulla on kaksi tärkeää metatietoa: **Title** ja **Description**.

Title

Title –metatiedossa on käytettävissä 55–65 merkkiä ja se listautuu Googlen luonnollisiin hakutuloksiin klikattavaksi otsikoksi. Siihen on helposti syötettävissä 2–3 oikeaa avainsanaa. Koska Title listautuu näkyväksi otsikoksi, se ei voi sisältää vain luetteloa avainsanoista, vaan se tulee muotoilla houkuttelevaksi lauseeksi. Monissa sivupohjissa titlen perään lisätään automaattisesti sivun nimi, tai se voi olla jonkunlaisena koodina titlen syöttökentässä. Otsikon maksimipituudessa tulee ottaa huomioon mahdollinen automaattisesti lisättävä osio.

Description

Description on toinen tärkeä metatag, ja sen tulee sisältää noin 300 merkkiä (aiemmin n. 150 merkkiä). Descriptionin sisällön tulee tukea Title –tägissä kerrottua asiaa. Siinä voi käyttää tilan sallimissa rajoissa mm. tuotemerkkejä ja brändejä niiden korkean löydettävyydsarvon vuoksi. Koska Description –tägien sisältö listautuu myös hakutuloksissa näkyväksi, sen tulee myös olla lauseen / tekstikappaleen muotoinen. Descriptionissa on syytä olla myös käyttäjää klikkaamaan houkutteleva, mutta hienovarainen kehotus (“call to action”).

Huom! Sekä Titlen että Descriptionin sisällön tulee vastata kyseisellä sivustolla olevaa otsikointia ja muuta tekstisisältöä. Mikäli sivustolla ei ole riittävästi teksti- ja kuvasisältöä liittyen Titlessä ja Descriptionissa kerrottuun aiheeseen, niiden vaikutus heikkenee merkittävästi.

Sisällöllinen SEO - Checklist

Otsikointi ja avainsanat

- H1 -otsikko hyvillä avainsanoilla, vain yksi
- H2 -otsikoita hyvillä yksittäisillä avainsanoilla, voi olla useampi
- H3 -otsikoita tarpeen mukaan

Sisällön rakenne ja määrä

- Helposti luettava ja nopeasti silmäiltävä sisältörakenne
- Riittävä sisällön määrä ja riittävästi avainsanoja
- Jos esittelet tärkeitä asioita lyhyesti, varmista että asiasta pääsee lukemaan lisätietoa linkin kautta

Kuvat

- Kuvien tiedostonimiin brändi ja kuva-aiheen avainsana
- Jokaiselle kuvalle selkokielineen ALT-teksti + brändi / avainsanoja
- Kuvien oikea formaatti (jpg vai png) ja riittävä pakkaus

Metatiedot

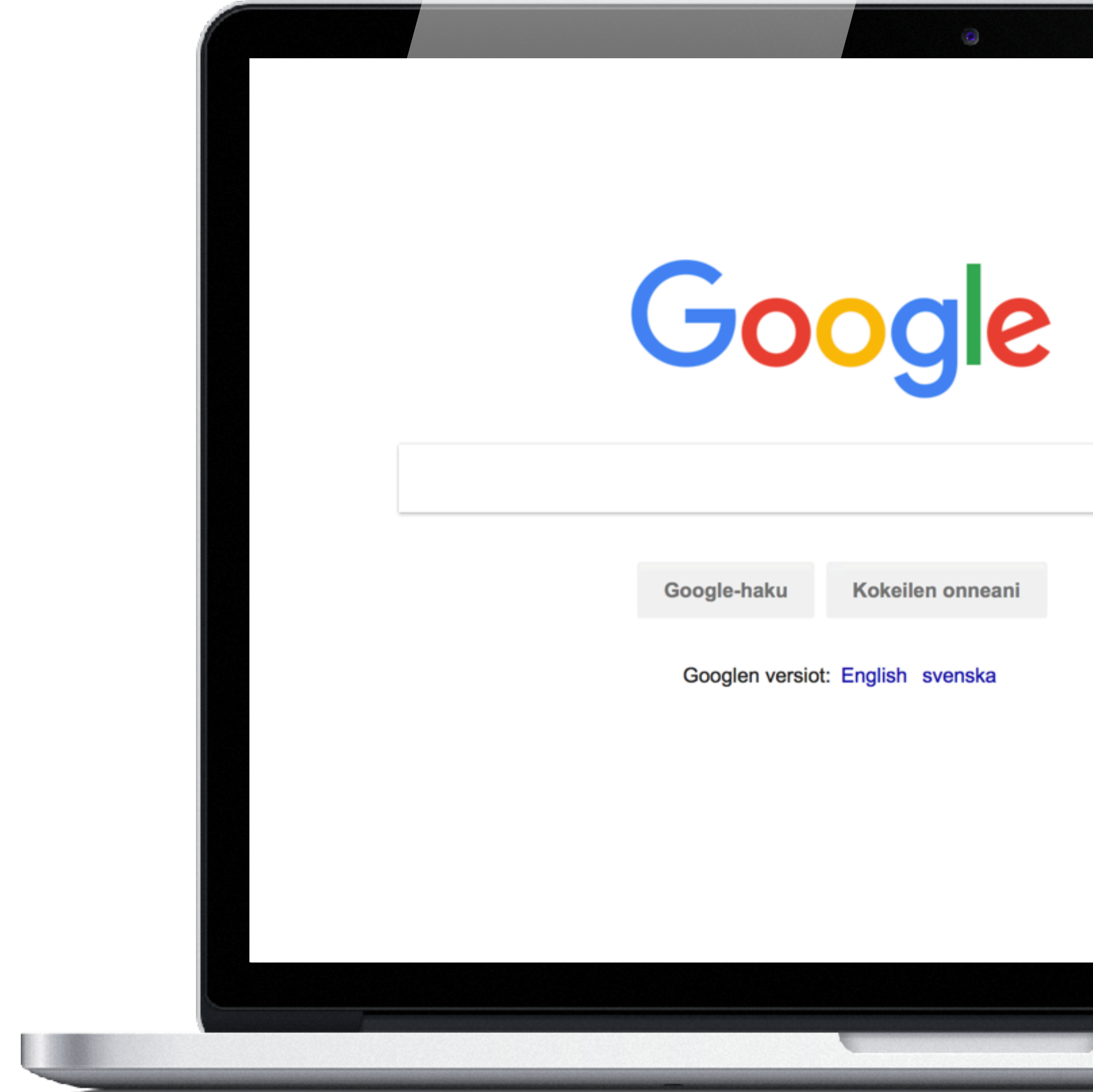
- Title (50-65 merkkiä), 2-3 tärkeintä avainsanaa, muotoile lauseenomaiseksi
- Huomioi mahdollinen automaattinen sivun nimen lisäys
- Description (300 merkkiä), kerro titlen avainsanat auki, käytä hyviä avainsanoja ja brändejä

5. Off-site SEO

Sivuston ulkopuolinen hakukonelöydettävyys

Off-site SEO - Yleistä

- Digitaalisen jalanjäljen tai Off-site SEO:n tarkastelussa on tutkitaan tärkeimpien tilien ja linkityksen yleisiä löydettävyystekijöitä.
- Esimerkiksi eri tileille määritellyt yrityksen toimialat, avainsanoitus otsikoinnissa, sekä luonnollisten hakutulosten tulossivulla yrityksestä näkyvät tiedot ovat olennaisia löydettävyyttä ja houkuttelevuutta lisääviä elementtejä.



Off-site SEO - Kehitysehdotukset

Kehityskohde	Vaikutus löydettävyyteen	Tavoitetilanne
Tilien toimialaluokitukset	Kohtalainen - yrityksellä tulee olla aina sama toimiala valittuna ja sopivasti avainsanoitettu kuvausteksti.	Toimialaluokitukset, kuvaustekstit ym. Tulee olla toisiaan vastaavat kaikilla käytössä olevilla off-site -tileillä.
Wikipedia	Suuri - yksittäinen suurimpia vaikutuksia tuottava palvelukokonaisuus. Ei suoraan lisää oman sivuston löydettävyyttä.	Yrityksestä tulee olla Wikipediassa asianmukainen tietosanakirja -tyyppinen, ei-kaupallinen sisältösivu.
Google My Business	Suuri - lisää sivuston tavoitettavuutta ja löydettävyyttä esim. Googlen yrityshaussa.	Google My Business -tilin tulee olla otettu yritykselle haltuun. Sen tulee sisältää perustietojen lisäksi hyvä kuvausteksti ja Google Posts -kampanjointia.
Sosiaalinen media	Suuri - tärkeimpien sosiaalisten medioiden tilien tulee kertoa yrityksestä yhteneväistä viestiä.	Sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää monipuolisesti - esim. Facebook ja Instagram tulee olla jatkuvassa käytössä ja niissä tulee olla hyvää sisältöä.

6. Toimenpidelistä

Toimenpideluettelo mahdollisista löydettävyyden lisäyskohteista

Toimenpidelista

Kehityskohde	Toteutustapa	Kehitysehdotus	Tehty
Facebook	Avainsanoitus	Tilin käyttöönotto ja hyödyntäminen, aktiivinen päivitys	
Google My Business	Haltuunotto ja muokkaus	Perustietojen syöttö, Google Posts -kampanjoiden testaus.	
Twitter	Perustiedot	Perustietojen syöttö, ei välttämättä muuta käyttöä	
YouTube	Perustiedot	Perustietojen syöttö, ei välttämättä muuta käyttöä	
LinkedIn	Perustiedot	Perustietojen syöttö, ei välttämättä muuta käyttöä	
Instagram	Perustiedot	Käyttöönotto, perustietojen syöttö, aktiivinen päivitys	
Ulkoinen linkitys	Kartoitus	Ulkoisen linkityksen kartoitus Webmasters Toolsilla	
Uudet linkitykset	Potentiaali + ohjeistus	Ulkoiset linkitysmahdollisuudet (päämiehet, jälleenmyyjät, kumppanit jne)	
Yleiset ansaitut linkit	Kartoitus ja landing paget	Tutkitaan Webmasters Tools, tarkastetaan tiedot ja kohdesivun vastaavuus	
Viralliset ja yhteiskunta	Yleiskartoitus + ohjeisto	Rekisterien tietojen oikeellisuus, www-osoitteet, yhteystiedot	
Sponsorointi ja referenssit	Ohjeisto ja seuranta	Tarkastetaan sisälinkityksen mahdollisuus, ohjeistetaan nykyiset	
Wikipedia	Uudelleenkirjoitus	Kirjoitetaan itse (hankalaa saada hyvä) tai wiki-ammattilaisen toimesta.	

7.

Avainsanaseuranta

Avainsanaseuranta Google Webmasters Tools / Search Consolen avulla

Seurantataulukko

- Trendeissä esille nousevat enemmän haetut avainsanat
- Sivuston sijoitus luonnollisissa hakutuloksissa vertailuaikana
- Sivuston tuloksen nouseminen luonnollisissa hakutuloksissa generoi sivustolle enemmän näyttökertoja ja klikkauksia
- Olennaista olisi päästä ensimmäiselle tai toisella hakutulossivulle (sijat 1-20)

Avainsana	Sijoitus 8-2018	Sijoitus 11-2018	Muutos
Avainsana 1	25	23	+2
Avainsana 2	6	6	0
Avainsana 3	16	12	+4

Google Search Console

- <https://search.google.com/search-console/about>
- Aktivoi Search console käyttöön omalle nettisivullesi. Voit tehdä tämän samalla Google-tilillä jolla hallinnoit Google Analyticsiä ja/tai Google My Business -tiliä.
- Search Consolen aktivointi voi vaatia nettisivuston ohjelmoijan varmistusta
- Overview -> Performance
- Hae kehitettävien avainsanojen näyttökerrat (impressions), klikkaukset (clicks) ja sijainti (Average position)
- Etsi kehitettävät avainsanat ja kirjaa ylös taulukkoon, tai seuraa jatkossa kehitystä suoraan Search Consolella.

roister® WE
CREATE
DEMAND

ROISTER.FI

@ROISTERMKTG

#ROISTERMARKETING