

HAKUKONEOPTIMOINNIN SUORITTAMINEN

Tässä ohjeessa käydään vaihe vaiheelta läpi hakukoneoptimoinnin prosessi ja esitellään siihen liittyvät tietolähteet, joista voidaan hakea lisätietoa vaiheen toteuttamiseksi. Hakukoneoptimoinnin tueksi on hyvä lukea [Digitaalisen markkinoinnin käsikirja: opas mikro- ja PK-yrityksille](#) s. 125-128.

HAKUKONEOPTIMOINNIN OSA-ALUE	HAKUKONEOPTIMOINNIN VAIHE	SELITYS	ESIMERKKEJÄ OHJELMISTOISTA
1. Hakukoneoptimoinnin nykytilanne ja tavoitteiden asetanta	Selvitä nykytilanne	<i>Selvitä, kuinka tärkeää orgaaninen näkyvyys Google hauissa on liiketoiminnallesi. Selvitä, kuinka pärjät kilpailijoihisi verrattuna avainsanoja käytettäessä.</i>	Google -haku (incognito- tai private-tila) käyttämällä termejä, joita luulet asiakkaiden käyttävän Google Search Consolen työkalut auttavat mittaamaan Google haun kautta tulevaa liikennettä, korjata ongelmia ja kehittää sivustoa näkymään parhaalla mahdollisella tavalla Google-haussa
	Aseta tavoitteet	<i>Aseta tavoitteet ja KPI:t hakukoneoptimoinnille (esimerkiksi pyritäänkö tuomaan esiin yritystä vai tuotteita ja palveluita). Kuinka hakukoneoptimoinnin tavoitteet tukevat digitaalisen markkinoinnin ja liiketoiminnan tavoitteita. Mitä avainsanoja ja -lausekkeita käytetään?</i>	SEO Audit Tool SEO Audit & Reporting Tool

2. Tekninen hakukoneoptimointi	Sivuston nopeus	<i>Sivuston nopeutta on pidetty yhtenä tärkeimmistä hakukoneoptimoinnin tekijöistä. Google haluaa koko ajan kehittää sivustojen käyttäjäkokemusta ja nopeus vaikuttaa siihen huomattavasti.</i>	<u>Sivuston nopeuden testaus</u> (<i>PageSpeed Insights</i>)
	Mobiiliystävällisyys	<i>Sivuston mobiiliystävällisyys on yksi tärkeä hakukoneoptimointiin vaikuttavat tekijä.</i>	<u>Mobiililaitesoveltuvuustesti</u>
			<u>Mobiilisivuston nopeuden testaus</u>
	Robots.txt	<i>Robots.txt on tekstitiedosto, joka sijoitetaan sivustolle kertomaan hakuroboteille sen, mille sivuille niiden ei haluta menevän</i>	<u>Rikkinäisten linkkien tarkistus</u> (<i>Broken link checker</i>)
XML – sivukartta	<i>XML-sivukartta on listaus sivuston sisältämistä sivuista. Se voi parantaa sivuston optimointia varmistamalla, että kaikki sivut ovat löydettävissä</i>	<u>Sivustokartan tekeminen</u> (<i>XML sitemaps</i>)	

3. Sivuston sisäinen hakukoneoptimointi

URL- osoite	<i>Hyvin suunniteltu URL-osoite pystyy tarjoamaan ihmisille ja hakukoneille helposti ymmärrettävän tiedon siitä, mistä kohdesivulla on kyse.</i>	<u>Mieti url-tunnuksien merkitystä hakukoneoptimoinnille</u> <i>(The Website Migration Guide)</i>
SEO-title tai metatitle	<i>Hakukoneet käyttävät otsikotunnistetta yhtenä signaalina monien joukossa ymmärtämään, mistä sivustolla on kyse. Sivuston otsikon tulisi olla 52-70 merkkiä pitkä. Sisällytä avainsanoja sivuston otsikkoon järkevästi (hakukoneet arvostavat ainutlaatuista, kuvailevaa sisältöä)</i>	<u>Testaa otsikkoa ja metakuvausta</u>
Metakuvaus (meta description)	<i>Sisällönkuvauskentät eivät ole sidoksissa hakukoneiden sijoituksiin, mutta ne kertovat käyttäjälle, mitä sivu sisältää. Suositeltu pituus on noin 160 merkkiä, joiden tavoitteena on saada asiakas vakuuttumaan sivuston hyödyllisyydestä.</i>	<u>Luo metakuvauksia (Meta Tags)</u>
Otsikoiden optimointi (H1, H2...)	<i>Otsikot auttavat Googlea ymmärtämään sivun tärkeimmät aihealueet. Kannattaa käyttää samaa muotoa, millä asiaa etsitään hakukoneessa (esim. yksikkö vs. monikko).</i>	<u>Moz.com - SEO-työkalu</u> (pitää rekisteröityä)
Kuvien optimointi ja niiden alt-tekstit	<i>Kuvien alt-tekstit vaikuttavat siihen, miten hakukoneet havaitsevat sivuston. Google kuvahaun kautta voi saada myös paljon lisää liikennettä yrityksen sivulle. On myös suositeltavaa optimoida kuvat siten, että ne latautuvat nopeasti.</i>	<u>Avainsanojen suunnittelu</u> (Keyword Planner)

Avainsanat ja-lauseet	<i>Googlen hakukonealgoritmi perustuu avainsanoihin. Avainsanoja ja -lauseita käyttämällä ihmiset pystyvät löytämään yrityksen sivuston hakukoneiden kautta. On tiedettävä, miten käyttäjät yrittävät etsiä tuotteita tai palveluita ja käytettävä näitä avainsanoja sisällössä.</i>	<u>Avainsana- ja hakulausetutkimus</u> <i>(Answer the Public)</i>
Laadukas, avainsanarikas sisältö	<i>Sivuston sisältö on avainasemassa verkkosivustojen liikenteen tuottamisessa. Hakukoneoptimoinnin kannalta sivuston sisältö on tärkeää, koska sillä saadaan sisältö vastaamaan haettua avainsanaa mahdollisimman hyvin</i>	<u>Kuluttajien hakukonekäyttäytyminen</u> <i>(Google Trends)</i>
Jäsennelty tieto (structured data)	<i>Jäsennelty tieto auttaa Googlea ymmärtämään paremmin sivustolla olevaa tietoa ja esittää sitä houkuttelevammin Google hauissa. Voit merkitä sivustosi tiedot esimerkiksi tapahtumaksi tai artikkeliksi.</i>	<u>Jäsenneltyjen tietojen merkintäapuri</u> <i>(Structured data markup helper)</i>
Sisäinen linkitys	<i>Sisäiset linkit ovat linkejä, jotka sijoitetaan sivustolle ja ne ohjaavat sivuston muihin sivuihin. Sisäiset linkit auttavat käyttäjiä liikkumaan asiaankuuluville sivuille ja sisältöön, mutta auttavat myös hakukoneita indeksoimaan sisältöä</i>	<u>Beginner's Guide: Link Building & Establishing Authority</u>

4. Sivuston ulkopuolinen hakukoneoptimointi	Ulkoinen linkitys	<p><i>Ulkopuoliset linkit tulevat muilta verkkosivustoilta ja osoittavat sivustolle. Google arvioi myös ulkoisia linkitysten avulla, kuinka vaikutusvaltaista ja relevanttia sisältöä sivustolla on. Näitä linkkejä voivat olla esimerkiksi blogit, vaikuttajat ja toiset yritykset.</i></p>	<p><u>Ulkoisten linkkien arviointi</u> (Majestic.com)</p>
5. Hakukoneoptimoinnin analytiikka ja mittarit	Yksilöidyt vierailut (unique visitors)	<p><i>Yksilöidyt vierailut tietyllä aikajaksolla</i></p>	<p><u>Google Analytics</u></p>
	Palaavat vierailijat (returning visitors)	<p><i>Palaavat vierailijat tietyllä ajanjaksolla</i></p>	
	Vierailun kesto (average time on page)	<p><i>Vierailujen keskimääräinen kesto. Google arvostaa sivustoja, joilla vierailijat viihtyvät pitempään.</i></p>	
	Poistumisprosentti (bounce rate)	<p><i>Sivustolta poistuvien vierailijoiden määrä. Tarkoittaa, että sisällöt ja haut eivät vastaa toisiaan.</i></p>	
	Tarkastellut sivut vierailun aikana (pages per session)	<p><i>Tarkasteltujen sivustojen lukumäärä sessioittain. Google arvostaa sivustoja, joilla vierailijat viihtyvät pitempään.</i></p>	
	Orgaanisten avainsanojen määrä (number of organic keywords)		

TÄRKEITÄ LÄHTEITÄ

Digitaalisen markkinoinnin käsikirja: opas mikro- ja PK-yrityksille s. 125-128.

moz.com

- [SEO basics](#)
- [E-commerce SEO](#)
- [Technical SEO](#)

Google

- [Aloitusopas verkossa](#)
- [Sisällön optimointi](#)
- [Kuvien optimointi](#)
- [Sivustohierarkian organisointi](#)
- [Indeksoimatta jätettävien sivujen kertominen Googlelle](#)

