Luomulihaa ja luonnollista näkyvyyttä — Luomukarjatila Anne ja Pojat sai apua sivustoprojektiinsa

4.4.2022

FLLCP-hankkeen puitteissa saatua yrityskontaktia autettiin digitalisaation haasteissa. Tällä kertaa tarpeena oli digitaalisen avun saanti WordPress-sivuston kehittämiseen. Luomukarjatila Anne ja Pojat tuottaa ja myy lihatuotteensa täysin itsenäisesti. Vastuullisuus, ympäristöasiat ja suora kontakti asiakkaisiin ovat yrityksen keskeisiä toimintamalleja.

– Haluamme, että toimintamme on läpinäkyvää ja kuluttajaläheistä. Kehittämistä on erityisesti digitaalisen osaamisen alueella. Pyrkimyksenä on, että olisimme entistä helpommin asiakkaiden tavoitettavissa, kertoo yrittäjä Anne Rintamäki.

EAKR-rahoitteisen Food Living Labs Connection people-hankkeen puitteissa päätettiin järjestää tapaaminen, jossa opastettiin yrittäjää näkyvyyden, markkinoinnin, asiakasrekisterin, sekä hakukoneoptimoinnin suhteen. Yrittäjän verkkosivustolla on meneillään uudistus, jossa tavoitteena on sivujen ilmeen ja käytettävyyden parantaminen. Näin varmistetaan yrityksen parempi saavutettavuus kuluttajille.

Kanavat ja optimointi

Digitaalisessa markkinointiviestinnässä oma domain ja yrityksen verkkosivut ovat toiminnan digitaalinen sydän, ja siksi lähtökohtana on yrityksen sivuston kehittäminen. Markkinoinnin muutostrendeissä sekä vastuullisuus että digitalisaatio ovat tärkeässä roolissa, ja tulevaisuudessa luottamus saattaa olla yhä arvokkaampaa valuuttaa. Luottamus perustuu faktoihin ja avoimuuteen, ja viestinnän pitää toimia useissa kanavissa, kuten Facebook-sivulla.

Hakukoneoptimointiin (SEO, Search Engine Optimization) vaikuttavat asiat kannattaa tarkistaa omilta verkkosivuilta, näin voidaan vaikuttaa orgaaniseen näkyvyyteen hakukoneessa. Koska Googlen hakukoneella on noin 94 prosentin markkinaosuus Suomessa (Statcounter Global Stats 02/2022), on hakukoneoptimointi käytännössä Google-optimointia.

– Sain neuvoja sekä sisällöllisen että teknisen optimoinnin suhteen. Lisäksi sivuttiin asiakasrekisterin luontia ja henkilötietojen käsittelyä, jolloin on huomioitava myös tietosuojaperiaatteet, ja kerrottava esimerkiksi kotisivuilla, miten henkilötietoja käytetään, Anne Rintamäki kertoo.

Videot kiinnostavat

Videoiden hyödyntäminen markkinointiviestinnässä on myös yksi yrityksen tavoitteista. Kun luodaan toistettavissa oleva videokonsepti, voidaan tuottaa samalla kaavalla useita videoita, joka helpottaa ideointia ja nopeuttaa käytännön sisällöntuotantoa. Videoita voi kätevästi kuvata omalla älypuhelimella ja tarvittaessa editoida mobiilisovelluksella, joten alustoille jakaminen on helppoa. Tosin kannattaa huomioida, että kuvaformaatti on alustalle soveltuva.

– Sain tapaamisesta tarvitsemaani apua ja erilaisia koulutusmateriaaleja. Tapaaminen antoi varmuutta lähteä päivittämään verkkosivuja sekä lisäämään näkyvyyttä eri kanavissa, Rintamäki kiittää.

Sini Karjalainen
asiantuntija TKI

Merja Mäkipelkola
FLLCP (Food Living Labs Connecting People -hanke)

Lue lisää EAKR-rahoitteisesta Food Living Labs Connection people -hankkeesta täältä.