Yrityksen digitaalinen sydän ja asiakaskokemus ovat hakukoneoptimoinnin kulmakiviä

11.2.2022

Hakukoneoptimointi auttaa kehittämään yrityksen näkyvyyttä esimerkiksi Googlen luonnollisissa hakutuloksissa. Hakutuloksissa näkyminen mahdollistaa sen, että niin ostavat, jo olemassa olevat asiakkaat, kuin myös uudet, potentiaaliset asiakkaat löytävät yrityksen. Hyvin tehty hakukoneoptimointi vaatii pitkäjänteistä ja suunnitelmallista työtä, jotta yritys näkyy selainhauissa mahdollisimman korkealla.

Suurin osa verkon käyttäjistä hyödyntää Googlea ensisijaisena hakukoneena, joten hakukoneoptimoinnin yhteydessä usein puhutaankin Googleoptimoinnista. Tiedossa on pääasioita, jotka vaikuttavat tuohon algoritmiin ja sitä kautta Googlen hakutuloksissa näkymiseen. SeAMKin TKI asiantuntija, Sini Karjalainen, piti aiheesta ”Tehoa markkinointiin, SEO ja Google Analytics” Teams-koulutuksen 7.2. Koulutuksessa hän kertoi olennaisia asioita, joihin yritysten kannattaa kiinnittää huomiota ja jotka vaikuttavat yritysten hakukonenäkyvyyteen. Yhtenä tärkeimpänä hakukonenäkyvyyteen vaikuttavana asiana, Karjalainen nosti esiin domain-nimen eli verkkotunnuksen, sillä valittu domain-nimi vaikuttaa myös Google-hakujen täsmäävyyteen.

– Oman domainin valitsemiseen kannattaa kiinnittää paljon huomiota, sillä se määrittelee, minkä tyyppiseksi yrityksen digitaalinen sydän muodostuu. Domainin pohjalle rakentuu asiakkaan digitaalinen kokemus, ja toki sen lisäksi myös optimointi ja analysointi esimerkiksi Google Analyticsin avulla on jokaiselle yritykselle tärkeää, Karjalainen painottaa.

– Jos domain-nimestä löytyy esimerkiksi yrityksen tuotteiden yleisesti hauissa käytetty osa, se lisää yrityksen näkyvyyttä hakukoneissa. Kannattaa välttää pitkiä ja hankalia domain-nimiä sekä esimerkiksi väliviivan käyttöä. Domainin päätteeksi kannattaa valita esimerkiksi .fi tai .com riippuen siitä, tekeekö yritys kauppaa kotimaan vai kansainvälisillä markkinoilla.

Karjalainen korosti koulutuksessaan yrityksen oman äänensävyn eli tone of voicen (TOV) näkymistä yrityksen kotisivuilla. Asiakkaat selaavat verkkoa yhä enemmän älylaitteilla, joten sivujen responsiivisuus on erittäin tärkeää. Sivuista on hyvä tehdä myös skaalautuvat eli sellaiset, jotka mahdollistavat myöhemmin lisättävät osat, kuten esimerkiksi verkkokaupan tai sähköisen ajanvarauksen. Olennaista on, että sivut ovat selkeät, yrityksen näköiset ja ylipäätään hakukoneoptimoidut. Tuote- ja palvelutiedot sekä yhteystiedot tulee löytyä helposti. Käyttö- ja huolto-ohjeet sekä ajantasaiset hintatiedot kiinnostavat usein myös verkkosivuilla vierailleita.

– Googlen My Business -tilin avulla saa myös helposti kartan yrityksen kotisivuille näkymään, Karjalainen vinkkaa.

Monipuolisuus on valttia ja luottamus valuuttaa

Hakutuloksissa tulisi näkyä niillä avainsanoilla, joilla asiakkaat etsivät yrityksen tuotetta tai palvelua, ja näitä sanoja yrityksen kannattaa käyttää myös kotisivujensa otsikoissa, teksteissä, linkeissä ja kuvien nimissä. Sivuston aktiivinen päivittäminen ja omien sekä muualta tulevien linkkien määrä sekä sisällön monipuolisuus vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen. Hakukoneoptimointi voidaan jakaa sisällön optimointiin ja sivuston tekniseen optimointiin. Sisällön optimoinnissa tärkeää on yrityksen ydinviestien kiteyttäminen, tekstien pitäminen lyhyinä, ytimekkäinä ja selkeinä.

– Ylipäätään sisällön osalta monipuolisuus on valttia, eli tekstien lisäksi olisi hyvä, että sivuilta löytyy myös kuva- ja videomateriaalia, mahdollisesti karttalinkki ja rekisteriseloste tietenkin.

Sivuston teknisessä optimoinnissa olennaista on domain ja siihen liittyvät tiedot sekä käytössä olevat titlet, eri otsikkotasot ja sivuston meta-kuvaus. Sivujen tulisi latautua mahdollisimman nopeasti eli tiedostokoot kannattaa pitää mahdollisimman pienenä. Navigointi, käyttäjäystävällisyys ja linkitykset ovat myös olennaisia asioita. Myös suojatun yhteyden käyttö voi osaltaan nostaa näkyvyyttä.

Niin hakukoneoptimoinnin kuin analysoinninkin näkökulmasta Karjalainen pitää erityisen tärkeänä yrityksen asiakastuntemusta sekä asiakaspalautteen keräämistä ja hyödyntämistä. Palautteen ja datan analysoinnin avulla yritys voi tehdä päätöksiä, jotka tehostavat yrityksen markkinointia ja lisäävät yrityksen näkyvyyttä hakukoneissa.
– Luottamus on valuuttaa, Karjalainen päättää koulutuksensa.

Helmikuun alussa järjestetty koulutus on osa Seinäjoen ammattikorkeakoulun koordinoimaa Pienten yritysten ketterät strategiat -hanketta. Hankkeen rahoittaja on Keski-Suomen ELY / ESR. Hankkeessa kehitetään eteläpohjalaisten pienten yritysten henkilöstöjohtamisen osaamista, etsitään sopivia menetelmiä strategiseen johtamiseen ja tunnistetaan yritysten toiminnan kannalta keskeisiä digitaalisia työkaluja. Hanke toteutetaan ajalla 1.2.2021 – 31.12.2022. Tämä artikkeli on osa hanketta.

Seuraava koulutus ”Tiedonhallinta ja yhteydenpito sujuvaksi omassa yrityksessä” pidetään keskiviikkona 16.2.2022 klo 9 alkaen Teamsissa. Lisätietoja tulevista koulutuksista kuin hankkeesta yleisemmin löytyy projektin nettisivuilta osoitteesta:
https://projektit.app-staging.seamk.hion.dev/yrittajyys-ja-kasvu/pienten-yritysten-ketterat-strategiat/**Saija Råtts**
Seinäjoen ammattikorkeakoulu