

Ihmislähtöinen hakukoneoptimointi

2023

Intro

Mukavaa, että löysit ihmislähtöisen hakukoneoptimoinnin pariin. SEO:n ei tarvitse olla monimutkaista ollakseen hyödyllistä.

Haluamme auttaa sinut ulos vaikeiden termien ja hämmentävien työkalujen viidakosta, arkisen ja empaattisen SEO-työn äärelle.

Tässä materiaalissa kerromme muutaman periaatteen, jotka auttavat suunnittelemaan ja luomaan toimivaa SEO-sisältöä pitämällä mielessä asiakkaasi tarpeet ja toiveet. **Tervetuloa mukaan!**



Sisälllys

1. SEO-työn tavoite

Miksi teemme hakukoneoptimointia?

2. Asiakas työn keskiössä

Ymmärtämällä asiakasta voit valita toimivat avainsanat.

3. Huomioi asiakkaan koko polku

Prosessin eri vaiheissa tarvitaan erilaisia avainsanoja.

4. Miten perustelen SEO:n arvon organisaatiossa?

SEO-työn arvo yksinkertaistetulla esimerkillä.

5. Kirjoita hyvin palvelevaa SEO-sisältöä

SEO-sisällön muistilista.

Bonus: Hyödynnä tekoälyä

Pikavinkit tekoäly-avustajan käyttöön.

1. SEO-työn tavoite: Tarjota hyvää palvelua

Ensin on hyvä pohtia, miksi oikeastaan teemme hakukoneoptimointia? Usein vastaus on, että haluamme näkyvyyttä, mutta näkyvyys on vain väline kohti **oikeaa tavoitetta**. Tässä muutamia perusteita, miksi hakukoneoptimointi on hyödyllistä:

- Haluamme ohjata asiakkaita palveluumme, jotta voimme **tarjota heille hyvää palvelua**.
- Hakukoneoptimointi itsessään on hyvää palvelua, kun **asiakkaan tarvitsema asia löytyy mahdollisimman helposti**.
- Hakutuloksissa näkyvät tekstit ohjaavat käyttäjän päätöstä klikata sivulle - **palvelun laadun arvioiminen** alkaa jo ennen palveluun saapumista.
- + Hyvä **sisältöjen hakukoneoptimointi** tukee myynnin tavoitteisiin pääsemistä, ja vapauttaa resursseja kehitystyöhön.

Tunnistatko asiakkaasi tarpeita?

Syvenny palvelutarpeisiin esimerkiksi persoonatyön avulla.

Tutustu blogimme Asiakkaat persoonina ja palvelukokemuksen kehittäminen linkistä alla.

➔ Tutustu tästä

Sisältöjen löydettävyyys eli näkyvyys hakukoneissa luo pohjan mahdollisuuksillesi päästä palvelemaan asiakasta.

Näkyvyys muodostuu useista eri tekijöistä – siihen vaikuttavat itse sisällön lisäksi mm. verkkopalvelun tekninen rakenne, käyttökokemus sekä palvelun ja sisältöjen saavutettavuus.

Katso esimerkki SEO-työn vaikutuksista liikennevirtoihin kohdasta 4. Miten perustelen SEO:n arvon organisaatiolleni?



2. Asiakas työn keskiössä

Toimiva hakukoneoptimointi alkaa **asiakkaan tarpeiden ymmärtämisestä**. Sisällöt pääsevät parhaiten esille, kun ne ratkaisevat asiakkaan ongelman tai vastaavat häntä askarruttavaan kysymykseen.

Siispä sisältöjä suunniteltaessa ja avainsanoja valitessa on hyvä miettiä, millaisessa tilanteessa asiakas on sisältöön päätyessään, ja mitä hän tarvitsee juuri sillä hetkellä.



3. Huomioi koko asiakkaan polku

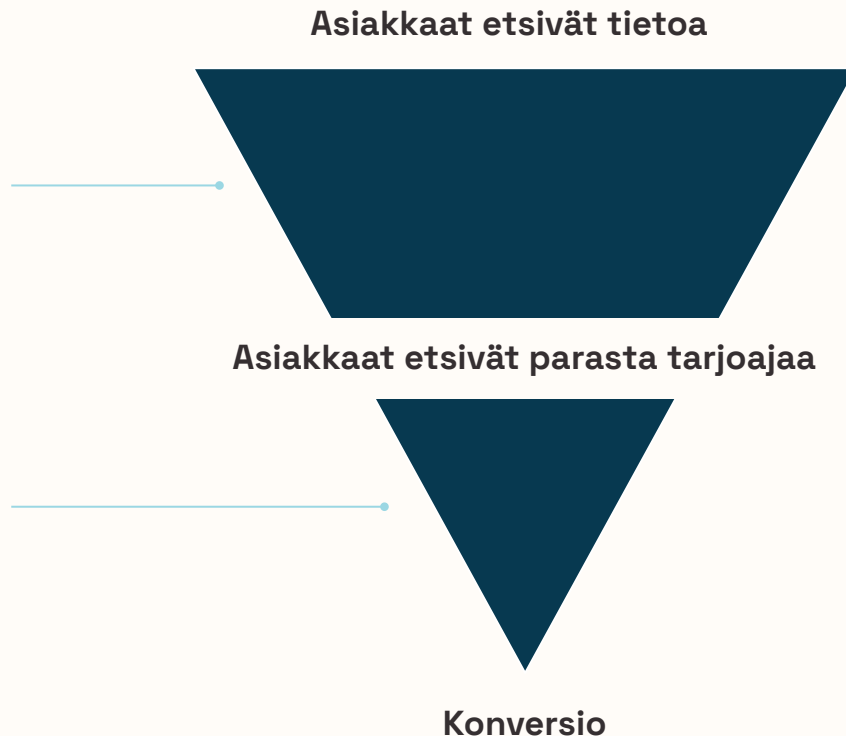
Elämän päätökset eivät aina synny hetkessä, vaan vaativat harkinta-aikaa ja ajatuksen kypsyttelyä. Asioita tutkitaan, keksitään ratkaisuvaihtoehtoja ja vertaillaan sopivinta tarjousta.

Hakukoneoptimoinnin tulisi myös huomioida päätöksentekoprosessin eri vaiheet erilaisilla sisällöillä ja avainsanoilla, jotka vastaavat asiakkaan kulloiseenkin tarpeeseen ja auttavat siirtymään päätöksentekoprosessin seuraavaan vaiheeseen.



Tavoitteena käyttää hakusanoja, jotka tavoittavat ja tuovat sivustolle **laajan joukon kävijöitä**, ja tuo tarjooman kohderyhmän tietoisuuteen.

Käytä hakusanoja, jotka **ratkaisevat ongelman** ja sisältöä, joka vakuuttaa tekemään **päätöksen**.



Asiakkaan päätöksenteon polkua hyödyntämällä voit suunnitella sisältökokonaisuuden, joka vastaa kysymyksiin eri vaiheissa:

Avainsana ja sisällön otsikko

“**Kesäloma Suomessa** - rentoudu maalla kauniissa maisemissa!”

“Maatilamatkailu tarjoaa uuden vaihtoehdon - vietä **perheloma maalla**”

“Heppalan tilan elämykselliset **maatilamajoitukset perheille**”

“**Lapset ja lemmikit Heppalan tilalla** - tutustu tilan käytäntöihin

Asiakkaan tarve

Asiakkaat etsivät tietoa

Mitä uutta voisin tehdä kesälomalla? Onko aina pakko lähteä ulkomaille?

Löytyykö maalta oikeasti sopivaa tekemistä meidän perheelle?

Asiakkaat etsivät parasta tarjoajaa

Mistä löydän sopivan maatilamajoituksen?

Onko tilalla olo turvallista? Voinko ottaa lemmikin mukaan?

Konversio

**EXOVE
DESIGN**

4. Miten perustelen SEO:n arvon organisaatiolleni?

Viestijänä, markkinoijana tai verkkopalvelun kehittäjänä omalle ja tiimin työajalle satelee vaatimuksia eri suunnista.

Tehtävien arvottaminen ja panostusten perustelu johdolle voi olla vaikeaa. Eikä vaatimusten ristitulella useinkaan ehdi pysähtyä pohtimaan, mihin resurssit milloinkin olisi järkevintä kohdistaa.

Viestijän arkisten haasteiden ratkominen on ilomme – auttaisiko seuraava yksinkertaistettu esimerkki sinua selittämään hakukoneoptimointiin käytetyn ajan arvoa?

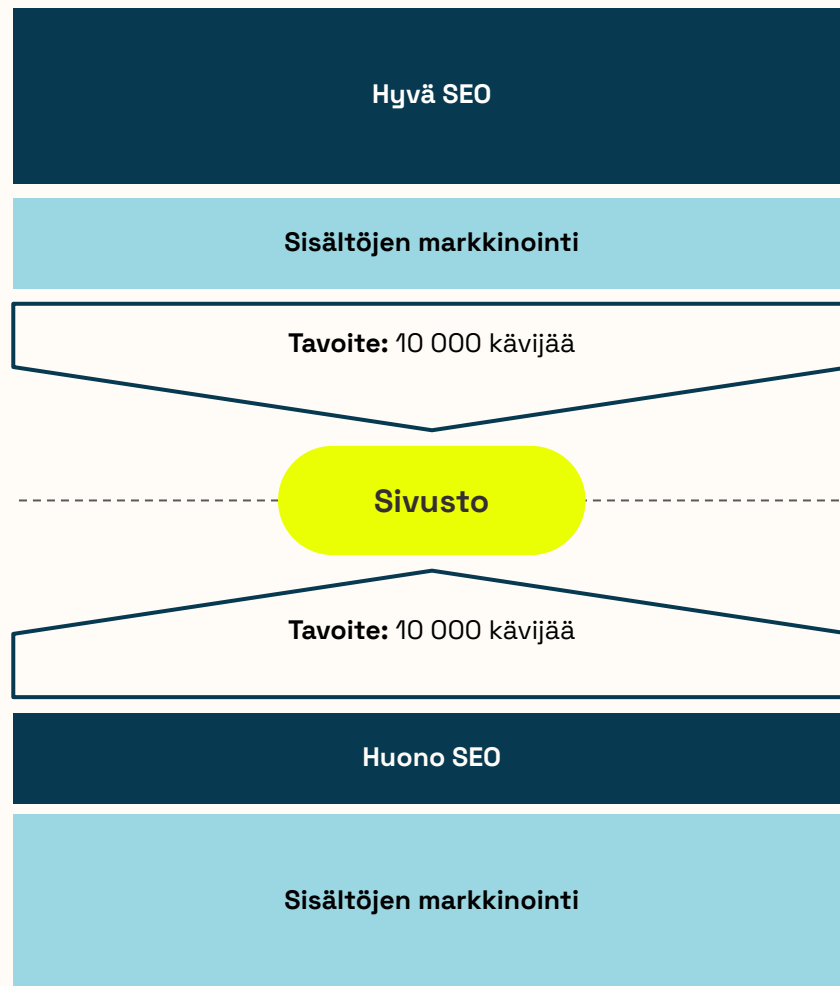


Esimerkki: Liikennevirrat

Kuvitellaan esimerkkinä verkkopalvelu, Saaran sukkakutomo, joka myy pehmeitä villasukkia kaikenikäisille varpaille.

Saara tietää, että hänen täytyy myydä 200 paria sukkaa kuukaudessa saavuttaakseen myyntitavoitteen, ja että noin joka 50. kävijä ostaa yhden parin.

Saaran sukkakutomon verkkopalvelun täytyy siis tavoittaa 10 000 kävijää kuukaudessa saavuttaakseen tavoitteen.



Ensimmäisessä kuvitteellisessa tilanteessa Saara on hoitanut sisältöjensä SEO-työn hyvin, ja hän saa 90% tarvitsemistaan vierailijoista suoraan hakukoneiden kautta.

Tämä tarkoittaa, että hänen täytyy tehdä lisäksi markkinointia jäljelle jäävien 1 000 kävijän tavoittamiseksi.

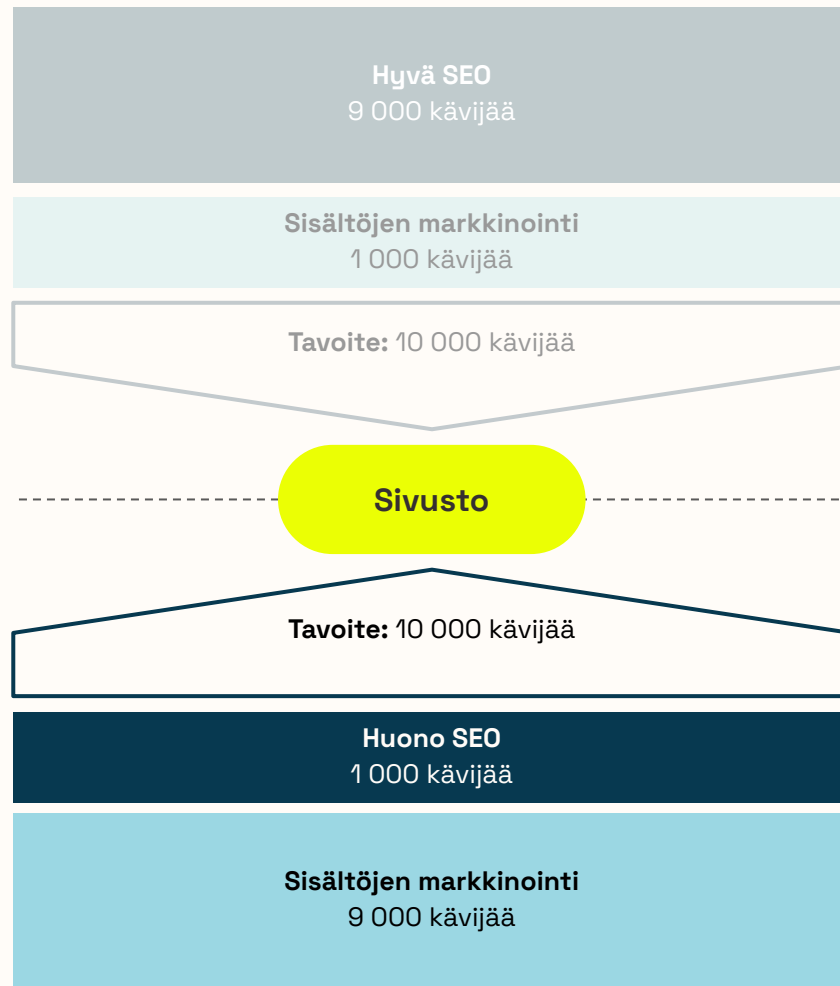
Oletetaan, että tähän kuluu Saaralta 5 tuntia työtä somepostautusten suunnitteluun ja 500€ maksettuaan markkinointiin.



Toisessa kuvitteellisessa tilanteessa Saara on jättänyt hakukoneoptimoinnin hoitamatta. Hakukoneiden kautta saapuu nyt vain 10% kuukausittain tarvituista vierailijoista.

Saaran täytyy tavoittaa markkinoinnillaan riittävästi ihmisiä, jotta 9 000 kävijää siirtyy sukkakutomon verkkopalveluun.

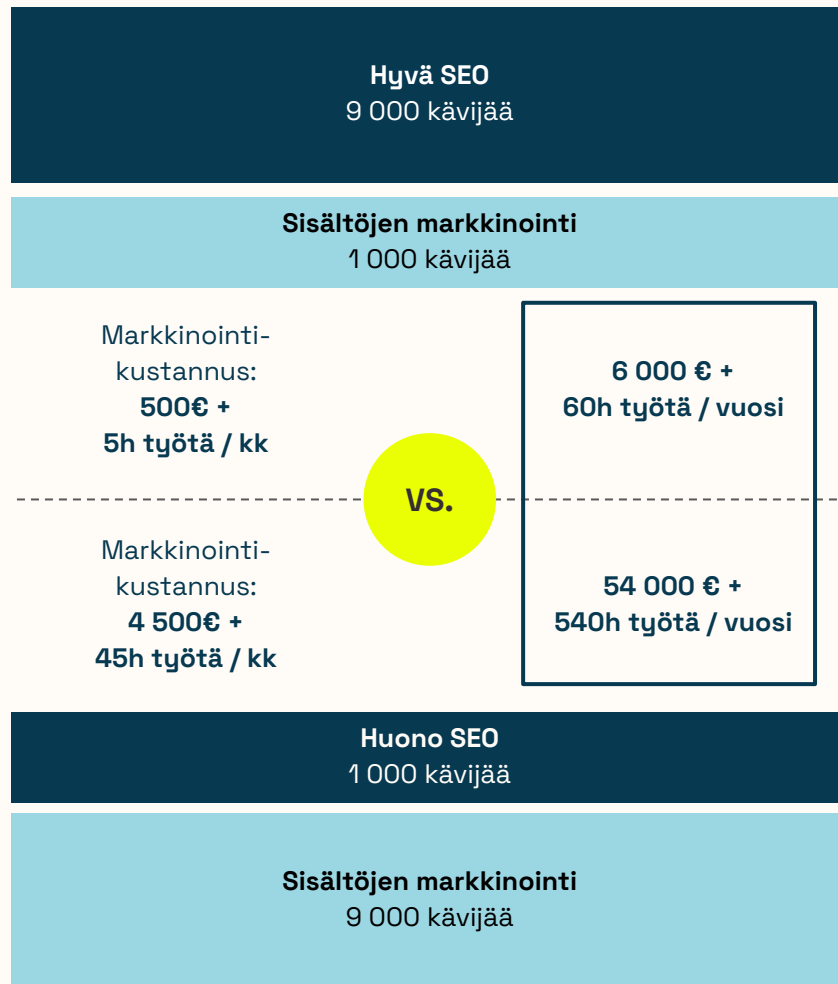
Samalla logiikalla Saaralta kuluu nyt markkinoitiin 9 kertaa enemmän resursseja, eli 45 tuntia työtä somepostausten suunnitteluun ja 4 500€ maksettuaan markkinointiin.



Esimerkkitilanteiden ero näkyy erityisen selvästi, kun lasketaan kuinka paljon rahaa ja vaivaa markkinointiin kuluu vuoden aikana.

Toivottavasti Saaran hakukoneoptimointi on kunnossa ja ihanat sukat löytävät oikeisiin jalkoihin!

Millaisilta numerot näyttäisivät oman palvelusi tapauksessa? Auttaisiko tehokkaampi hakukoneoptimointi pääsemään helpommin omiin tavoitteisiin?



5. Kirjoita hyvin palvelevaa SEO-sisältöä

Kun ymmärrät asiakkaasi tarpeet ja olet varannut hieman aikaa sisältöjen työstämiseen, on aika kaivautua avainsanojen ja SEO-kirjoittamisen maailmaan.

Ohessa on sinulle nopea muistilista sisällön SEO-elementeistä, jotka tulisi huomioida jokaisella optimoitavalla sivulla.



SEO-checklist

- ✓ Päätä **pääavainsana** ja tukiavainsanat
 - Sisällytä pääavainsana URL:ään
 - Käytä pääavainsanaa otsikossa (title) sekä kerran ensimmäisessä kappaleessa
 - Käytä pääavainsanaa H1:ssä, mielellään ensimmäisenä sanana
 - Käytä muita avainsanoja muissa otsikoinneissa (H2-6)
- ✓ Lisää **kuviin** avainsanarikkaat tiedostonimet ja alt-tekstit
- ✓ Lisää sivulle **sisäisiä linkkejä**
- ✓ Lisää **ulkoisia linkkejä** muille hyödyllisille sivustoille, jos relevanttia
- ✓ Kirjoita hyvä **metateksti**

Luo laadukasta sisältöä kohdeyleisö mielessä!

Kiitos kun luit!

Toivottavasti löysit hyviä vinkkejä oman työsi tueksi. Tässä pari ideaa, jos haluat päästä pidemmälle:

Pikastarttaa SEO-työ pienellä kustannuksella – parilla tonnilla saat tiimillesi koulutuksen tai käytännönläheisen SEO-klinikan, ja lupaamme että saat uutta puhtia ja ryhtiä tekemiseen!

➤ [Tilaa hintaesimerkit tästä](#)

Haluatko **sparrata SEO-asiantuntijan kanssa?** Suunnitellaan yhdessä, miten saat hakukoneoptimoinnin käyntiin organisaatiossasi.

➤ [Varaa ilmainen tapaaminen](#)

Bonus: Hyödynnä tekoälyä

Tekoäly on hyvä työkaveri, kun sen vahvuudet oppii tunnistamaan – ihan niin kuin kuka tahansa kollega. Kokeile näitä hakukoneoptimoinnin tueksi:

- Kuvaile tavoitekohderyhmääsi, ja kysy tekoälyltä, millä hakusanoilla he hakisivat sisältösi aihetta
- Pyydä tekoälyä optimoimaan kirjoittamasi sisältö tunnistamillasi avainsanoilla
- Pyydä tekoälyltä otsikkoideoita ja kappaleluonnoksia blogitekstin pohjaksi

**Lue konkreettinen esimerkki
blogista – miten Chat GPT
auttaa luomaan SEO-sisältöä**

➔ Tutustu tästä