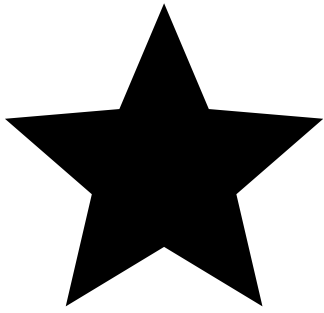




**NÄIN SAAT
VERKKO-
KÄVIJÖITÄ
JA LIIDEJÄ
JOKA PÄIVÄ
ILMAN
MAINONTAA**





Ostaminen tapahtuu nyt netissä

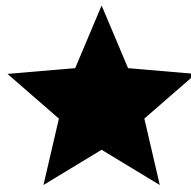
Ei ole maailma enää entisellään.
Googlekaan ei ole enää vain verkkoselain. Se on kaiken
kattava kauppakeskus, yritys- ja palveluhakemisto,
matkojen ja ravintoloiden varauspalvelu,
selviytymisopas, keittokirja, lääkärikirja, reittiopas,
tietosanakirja ja kuvapankki. Maailmassa tehdään joka
päivä 3,5 miljardia Google hakua.

Suomalaisista yli 90% käyttää nettiä. 16-54 vuotiaat
monesti päivässä ja usein älypuhelimella.

Internet, sitä hallinnoivat hakukoneet, sosiaalisen
median kanavat, älypuhelimet ja mobiilipalvelut ovat
mullistaneet mm. ihmisten kommunikation, tiedon
haun ja ostokäyttäytymisen. Verkosta ostetaan nykyään
kaikkea talopaketeista makkaroihin tai pesukoneista
lääkärikäynteihin.

Silloinkin kun varsinainen kauppa tai maksaminen
tapahtuu muualla, tuotteiden ja palveluiden esivalinta
tapahtuu internetissä.

Sinunkin yrityksesi on siksi siellä, eikö niin.



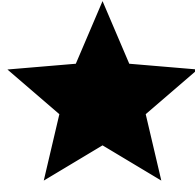
Jos sijoitat palvelupisteesi tai kivijalkakauppasi näkyvälle liikepaikalle suurkaupungin keskustaan, sen näkee joka päivä joukoittain ihmisiä ja sen löydettävyys on kunnossa.

Jos taas sijoitat puotisi keskelle erämaata, uusia asiakkaita eksyy harvoin paikalle, oli yrityksesi tai kauppasi kuinka mahtava tahansa.

Digitaalinen maailma toimii samoin. Jos yrityksesi verkkosivusto näkyy alasi tärkeimmillä hakusanoilla Googlen hakutulosten kärjessä, sen löydettävyys on kunnossa. Sinne tulee uusia kävijöitä joka ikinen päivä ilman että pistät sormea ristiin tai maksat euroakaan.

Jos verkkosivustosi ei pääse tärkeissä hakutuloksissa edes ykkössivulle, potentiaalisten asiakkaiden on lähes mahdotonta löytää sitä netistä, elleivät he osaa etsiä sitä nimellä.

Vanha sanonta kuuluu, että ellei yrityksesi näy toimialasi Google-hauissa ensimmäisellä hakutulossivulla, sitä ei ole käytännössä olemassa. Sanontaa pitäisi tarkentaa niin, ettei sitä ole vielä olemassa netissä.



Googlen hakutulosten kolme ensimmäistä tulosta keräävät 75 prosenttia kaikista haun tehneiden klikkauksista. Vain 0,78 prosenttia hakutulosten klikeistä osuu enää toiselle sivulle. Kolmannelle hakutulossivuille ei osu enää yhtään.*

Tämäkin kertoo ihmisten asiointi- ja ostokäyttäytymisen muutoksista.

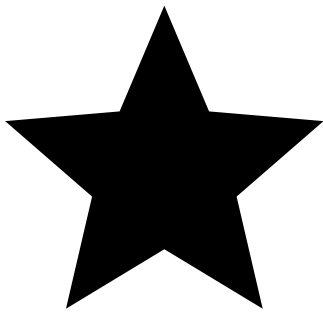
Me olemme lähtökohtaisesti kärsimättömiä, mukavuudenhaluisia ja varovaisia.

Kun olemme asiakkaan roolissa, haluamme löytää parhaita ratkaisuja pienimmällä panostuksella ja alhaisimmalla riskillä.

Valitsemme mieluiten sen, joka on meille helpoin ostaa ja klikkaamme hakutuloksia, jotka näytetään meille ensimmäisenä.

Mitä kasvuhaluisempi yrityksemme on, sitä enemmän tarvitsemme uusia asiakkaita ja sitä enemmän meidän on panostettava maksuttomaan hakukonenäkyvyyteen.

*Ahrefsin tutkimus 2018



Löydettävyys netissä on iso ongelma yrityksille.

Hakukonemarkkinointiin erikoistunut Ahrefs analysoi vuonna 2018 liki miljardi verkkosivustoa selvittääkseen, kuinka suuri osa verkkosivustoista löytyy Googlestä ja saa sieltä maksuttomia kävijöitä. Tulos oli hurja.

Verkkosivustoista 91 prosenttia oli täysin näkymättömiä eli niiden liikenteestä ei tullut yhtään prosenttia maksuttomasta eli orgaanisesta Google-hausta.

Jos haluat saada yrityksesi verkkosivustolle hyviä maksuttomia kävijöitä, sivustosi nousu toimialan tärkeillä hakusanoilla ensimmäiselle hakutulossivulle on minimivaatimus.

Kun yrityksesi verkkosivut ovat toimialansa tärkeimmissä hakutuloksissa viiden tai kymmenen parhaan joukossa, voitte alkaa haaveilla automaattisesta jokapäiväisestä maksuttomasta kävijäliikenteestä.

Kun sivustosi pääsee jollakin hakusanalla hakutulosten ykköseksi, voit olettaa että kolmasosa kyseisen haun tekijöistä tupsahtaa sivuillenne.



Hakukonenäkyvyys vaikuttaa myös markkinaosuuksiin.

Markkinajohtaja, joka on ollut ennen alan suurin ja kaunein ei välttämättä ole sitä hakukoneiden näkökulmasta. Markkinajohtajat ovat kuitenkin yleensä jo valmiiksi tunnettuja, joten ihmiset osaavat hakea niitä Googlesta suoraan yrityksen nimellä.

Haastajabrändeille hyvä näkyvyys hakukoneissa on erityisen arvokasta, sillä niitä haetaan harvemmin suoraan yrityksen nimellä. Kun ne löytyvät hakukoneista alansa tärkeillä hakusanoilla, ne saavat tunnettuutta, uusia kävijöitä ja uusiasiakasliidejä.

Pienikin yritys voi pärjätä netissä, jos sillä on laadukkaat ja hyvin optimoidut verkkosivut, joita päivitetään säännöllisesti.

Yrityksen nuori ikä on kuitenkin iso haaste. Teki uusi yritys melkein mitä tahansa, sen verkkosivusto keikkuu ensimmäisen vuoden ajan hakutuloksissa parhaimmillaan kolmossivun koristeena. Sama pätee, ellei sivustoa ole koskaan kunnolla hakukoneoptimoitu tai sivuilla ei ole hyvää ja alati päivittyvää sisältöä.

Jos sivustosi hakukonenäkyvyys on heikko, et voi jäädä odottelemaan tilanteen korjautumista itsestään, vaan sinun on tartuttava toimeen.



Hakukonenäkyvyyden abc

- 1.** Valitse SEO-työkalun tai kumppanin avulla liiketoimintanne kannalta tärkeimmät paljon hakuja (>200/kk) keräävät avainsanat, joiden hakutuloksissa haluatte näkyä.
- 2.** Tuota ja julkaise verkkosivustolla valitsemillenne avainsanoille oikeaoppisesti optimoituja pitkiä artikkeleita ja muita hyviä sisältöjä, jotka kiinnostavat kohderyhmäännne.
- 3.** Varmista, että sivulle valitsemanne avainsana löytyy sivun verkko-osoitteesta, otsikosta, sisällöstä ja jostakin väliotsikosta.
- 4.** Kirjoita huolella Google-hakutulostekstit ja kuvien metatextit ja varmista, että valitsemanne avainsana näkyy luontevasti myös niissä.
- 5.** Rakenna verkkosivujen sisäinen ja ulkoinen linkitys niin, että se tukee hakukonenäkyvyyttänne eikä heikennä sitä.
- 6.** Varmista, että sivustonne toimii nopeasti kaikilla päätelaitteilla, on ssl-suojattu ja tukee teknisesti hakukonenäkyvyyttä.



Hakukonenäkyvyyden kehitystyötä kutsutaan SEO:ksi.
(Search Engine Optimization). Työ vaatii aikaa ja
osaamista, mutta se kannattaa.

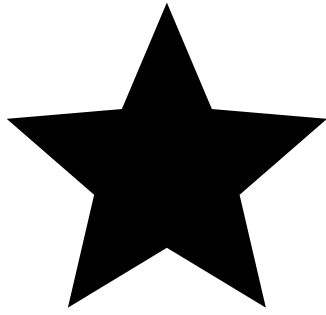
Kun sivustonne hakukonenäkyvyys paranee,
palveluistanne ja tuotteistanne valmiiksi kiinnostuneet
ihmiset löytävät sivustonne netistä useammin ja
tulevat asioimaan siellä.

Tämä tulee tapahtumaan päivästä toiseen ilman että
maksatte euroakaan.

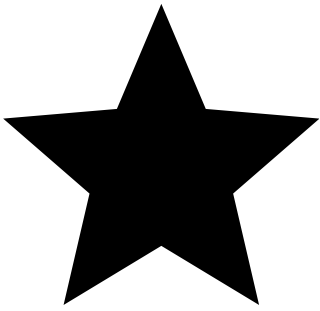
Hyvä maksuton hakukonenäkyvyys tuo yrityksellesi
kestävää kilpailuetua, jota muiden on vaikeaa ja
työlästä kopioida.

Kun saatte potentiaalisia asiakkaita tulemaan
sivuillemme, voitte aktivoida heitä jättämään
yhteystietonsa ja antamaan yrityksellenne suostumus
yhteydenottoon ja viestintään.

Näin saatte arvokkaita uusiasiakasliidejä, joita voitte
lähestyä sähköpostilla, puhelulla tai
markkinointiautomaation keinoin.



**"Hyvä maksuton
hakukonenäkyvyys
tuo yrityksellesi
kestävää kilpailuetua,
jota on vaikea ja
työläs kopioida."**



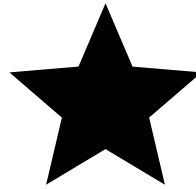
Panosta Googlen hakutulokuvauksiin

Verkosta tietoa tai apua hakevan ihmisen kärsivällisyys on keho. Kaksi sekuntia on jo pitkä aika. Siinä hän päättää, klikkaako hän hakutuloksesta yrityksesi verkkosivulle, kilpailijan sivulle vai tekeekö hän ihan uuden haun.

Sinun täytyy onnistua vakuuttamaan kahdessa sekunnissa hakutuloksia läpikäyvälle potentiaaliselle asiakkaalle, että yrityksesi tarjoaa juuri sitä, mitä hän hakee ja on kilpailevia hakutuloksia parempi vaihtoehto.

Tätä varten sinun täytyy varmistaa, että yrityksesi verkkosivujen hakutulostekstit ovat niin osuvia ja houkuttelevia että ne saavat potentiaalisen asiakkaasi kiinnostumaan ja klikkaamaan.

Vaikka tämä on helppoa, moni yritys ei edes yritä onnistua tässä.



Voit räätälöidä jokaisen yksittäisen verkkosivusi hakutulostulokuvauksen (Google snippet) juuri sellaiseksi kuin haluat.

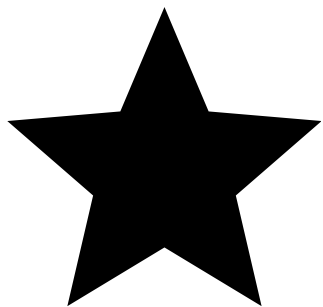
Nykyaikaisissa julkaisujärjestelmissä tämä on tehtävissä joko suoraan tai erillisen lisäosan avulla.

Jos yrityksesi sivut on rakennettu esim. Wordpressillä, tämä onnistuu maksutta esim. Yoast Seo tai Rank Math lisäosilla.

Yksittäisten verkkosivujen hakutulostulokuvaukset vaikuttavat myös kyseisen sivun hakukonenäkyvyyteen. On tärkeää, että valitsemasi avainsana näkyy sekä hakutulostulokuvauksen otsikossa että metatextissä.

Useissa yrityksissä verkkosivujen hakutulostulokuvauksiin ei kiinnitetä huomiota lainkaan.

Joissakin työ annetaan assistentin apupojalle, jolle ei ole muistettu kertoa, että erottuvilla, kiinnostavilla ja halutun avainsanan sisältävillä hakutulostulokuvauksilla on iso merkitys verkkoliiketoiminnassa.



Google Ads – Ensiapu löydettävyyteen

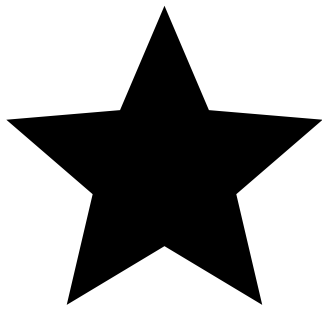
Kaupallisena yhtiöjättinä Google tarjoaa mainostajille pikaratkaisun päästä hakutuloksissa jonon kärkipäähän ja parantaa hetkellisesti löydettävyyttään.

Keinon nimi on Google Ads. Google Adsin hakukonemainonta (SEM) onkin hyvä ensiapu yrityksesi löydettävyyden ja näkyvyyden parantamiseksi.

Löydettävyyden osto rahalla käy kuitenkin pidemmän päälle kalliiksi. Mitä enemmän alasi yritykset tekevät hakukonemainontaa, sitä enemmän joudut maksamaan yhdestä hakutulosmainoksen kautta tulevasta kävijästä. Pahimmillaan maksettu kävijä viipyy sivustollasi vain kaksi sekuntia, mutta ostamasi klikin hinta on viisinkertaisesti se mitä sinun kannattaisi hyvästä kävijästä maksaa.

Hakukonemainonta (SEM) ei myöskään paranna sivustosi orgaanista eli maksutonta näkyvyyttä eli sillä hetkellä kun lopetat rahan pulittamisen, palaat löydettävyydessä lähtöruutuun.

Elleivät euroilla haalimasi kävijät konvertoidu riittävästi uusiksi maksaviksi asiakkaiksi, Google Adsista tulee yrityksellesi kulu eikä investointi.



Myös somenäkyvyys parantaa löydettävyyttä

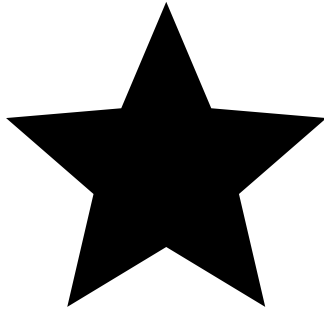
Verkkosivujen maksuttoman näkyvyyden saaminen hakukoneissa edellyttää, että verkkosivuilla on laadukasta verkkosisältöä.

Näitä samoja sisältöjä - artikkeleita, videoita, ladattavia digioppaita, testejä, raportteja – voi jakaa myös yrityksen hallinnoimissa somekanavissa. Näin yrityksesi alkaa saada Googlen ohella lisää maksuttomia kävijöitä myös sosiaalisesta mediasta.

Sitoutuneen yleisön saaminen sosiaalisesta mediasta vaatii pitkäjänteistä työtä. Siksi sosiaalisen median kanavat, joihin lähtee mukaan kannattaa valita huolellisesti ja asettaa työlle tavoitteet ja mittarit.

Parhaiten sosiaalinen media toimii yrityksillä, jotka tuottavat muutoinkin säännöllisesti uusia kiinnostavia sisältöjä verkkoon.

Tällöin sosiaalinen media toimii yhtenä yrityksen julkaisukanavana, joka voi tuoda verkkosivukävijöiden lisäksi yritykselle tunnettuutta, löydettävyyttä, liidejä ja myyntiä.



Kolme keinoa saada verkkokävijöistä liidejä.

- 1.** OPAS. Suunnittele ja tuota helposti ladattava opas, raportti tai muu asiakkaitasi kiinnostava materiaali, jonka laitat ladattavaksi verkkosivuillemme sähköpostiosoitetta vastaan.

- 2.** MINIKURSSI. Rakenna sähköpostimarkkinointia tai markkinointiautomaatio-ohjelmistoa käyttäen asiakkaitasi kiinnostava 3–5 viestin minikurssi, jolle kävijä voi ilmoittautua verkkosivuillemme.

- 3.** TEEMAKIRJE. Maailma on täynnä yritysten tylsiä uutiskirjeitä. Mieti mitä asiakkaasi haluaisivat yritykseltäsi oppia ja kirjoita kirjeet siitä, älä yrityksestäsi. Nimeä tilattava kirjeesi kiinnostavalla tavalla ja lisää tilauslinkki näkyvästi verkkosivullesi.



Tieto parantaa tuloksia

Tiedätkö, mistä kanavista ja hakusanoista nykyiset verkkosivustonne kävijät tulevat, mille verkkosivuille he ensiksi saapuvat ja mitä he tekevät sivustollasi ennen poistumista?

Sivustosi kävijäliikenteen seurantaan ja analysointiin on olemassa maksuton työkalu, **Google Analytics**. Jos et vielä ole perehtynyt siihen, se kannattaa tehdä nyt.

Jos huomaat, että suuri osa verkkosivustonne kävijöistä tulee maksullisista lähteistä, mutta viipyy sivustollanne vain muutaman sekunnin eikä konvertoidu, laita hälytyskellot soimaan. Sivustollanne on ongelmia löydettävyydessä ja tuhlaatte todennäköisesti joka päivä rahaa tuottamattomaan maksulliseen mainontaan.

Jos taas suurin osa kävijöistä tulee maksuttomista lähteistä, viipyy sivustollanne yli minuutin, käy useammalla sivulla ja muutama prosentti verkkosivustonne kävijöistä konvertoituu asiakkaaksi, verkkoliiketoimintanne on terveellä pohjalla ja kaipaa vain tehostamista.



Toinen verkkosivuston löydettävyyttä mittaava Googlen ilmainen työkalu on **Google Search Rankings**.

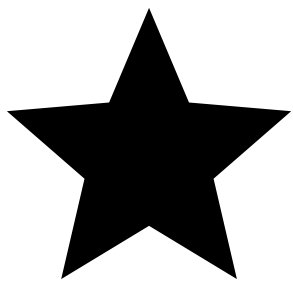
Se ei kerro, miten hyvin yrityksenne näkyy valitsemillanne avainsanoilla. Sen sijaan se kertoo, millä hakusanoilla ihmiset löytävät tällä hetkellä sivustollenne Googlestä. Tämäkin tieto on hyödyllistä ja usein jopa yllättävää.

Oli yrityksenne hakukonenäkyvyys tällä hetkellä mikä tahansa, sivujenne hakukonesijoituksia (Serp = Search Engine Ranking Position) valitsemillanne ja paljon haetuilla avainsanoilla kannattaa seurata systemaattisesti 2-4 viikon välein.

Pienistä päivittäisistä muutoksista ei kannata huolestua, sillä hakutulossijoitukset elävät joka päivä johtuen kilpailijoiden ja algoritmien toiminnasta.

Sen sijaan pysyvän oloisiin ongelmiin ja tilaisuuksiin kannattaa tarttua. Pienetkin parannukset sivustossa tai sivussa voivat aikaansaada suuren parannuksen sivun hakukonenäkyvyydessä.

Verkkosivuston hakukonesijoitusten seurantaan on olemassa hyviä maksullisia työkaluja ja kumppaneita. Me Valistuksessa olemme niistä yksi.



Me Valistuksessa autamme

Valistuksen missiona on tehdä yritykseltäsi ostaminen helpommaksi, houkuttelevammaksi ja turvallisemmaksi asiakkaille ja näin lisätä yrityksesi myyntiä.

Ostaminen on asiakkaille usein vaikeaa. Vaihtoehtoisia tuotteita ja palveluita on paljon ja niitä on hankala verrata.

Asiakastukea on huonosti saatavilla. Asiakkaiden yhteydenottolomakkeisiin vastataan huonosti. Chatissa palvelee typeriä botteja. Verkkohuijaukset ovat yleisiä.

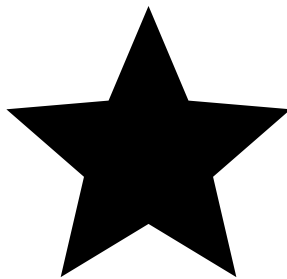
Yritysten hinnastot, tuotekuvaukset, palautus- ja peruutusehdot ja takuut voivat olla sekavat.

Autamme poistamaan asiakkaiden ostamisen tiellä olevia esteitä. Parannamme kanssanne prosesseja ja toimintamalleja, jotka vaikuttavat asiakaskokemukseen.

Tuotamme verkkosivustoillenne uusia hakukoneoptimoituja sisältöjä ja optimoimme vanhoja.

Autamme brändin kirkastamisessa, verkkosivujen uudistamisessa, viestinnässä, konversio-optimoinnissa, liidien keruussa, markkinointiautomaatioissa ja monessa muussa.

Toimimme tiiminne ulkojäsenenä ja teemme tiivistä yhteistyötä avainhenkilöidenne kanssa. Digitaalisen Kojetaulumme avulla voimme kaikki seurata yrityksenne digiliiketoiminnan tärkeimpien mittareiden kehitystä reaaliajassa.



Aloitetaanko työt?

Lähetä meille viestiä

Hello@valistus.net

tai soita CEO Katjalle

050 5444450

www.linkedin.com/in/katja-ankila



Verkkosivuston Kuntotarkastus

2500€+ alv

(ovh 3200€+alv).

VOIMASSA RAJOITETUN AJAN

Saat helposti ymmärrettävän kirjallisen raportin yrityksesi verkkosivuston löydettävyydestä, käytettävyydestä ja asiakkaidesi oston esteistä sekä suositukset ensimmäisistä stepeistä verkkosivustonne tehon parantamiseksi. Ota yhteyttä tai tilaa suoraan klikkaamalla tästä.

Kiitos ja
pikaisiin
kuulemisiin.

VALISTUS.NET

Valistus on uusi ketterä ja moderni digitaaliseen liiketoimintaan, asiakaskokemukseen, markkinointiin ja viestintään keskittynyt toimisto, jonka missiona on tehdä yritykseltäsi ostaminen helpommaksi ja houkuttelevammaksi. Palveluillamme on tyytyväisyystakuu.