

# SEO Strategia – Toteuta

Opettaja  
Koulu

Hakukoneoptimointi, SEO



Co-funded by  
the European Union



UNIVERSITY  
OF APPLIED  
SCIENCES  
UTRECHT



# SEO-strategia – Toteuta

---

Millä osa-alueilla auditointia yleensä hyödynnetään?

Miksi auditointi on tärkeää juuri kyseisellä osa-alueella?

# Oppimistavoitteet

- SEO-auditin luominen
- SEO-auditin arviointi



# Topics

- Verkkosivuston auditointi
- Pääsisältö
- Täydentävä sisältö
- YMYL ja EEAT

**“Älä auditoi elämää. Ilmesty paikalle ja ota kaikki irti tästä hetkestä.”**

*Regina Brett*



Co-funded by  
the European Union

**Voit arvioida elämää missä tahansa iässä tai elämänvaiheessa. Älä tuhlaa aikaa asioihin, jotka eivät ole tarpeellisia tai hyviä sinulle. Elämä on lyhyt. Hoida asiat, jotka sinun täytyy hoitaa, ja käytä jäljelle jäävä aika ihanan elämän elämiseen.**

*Caroline Righton*

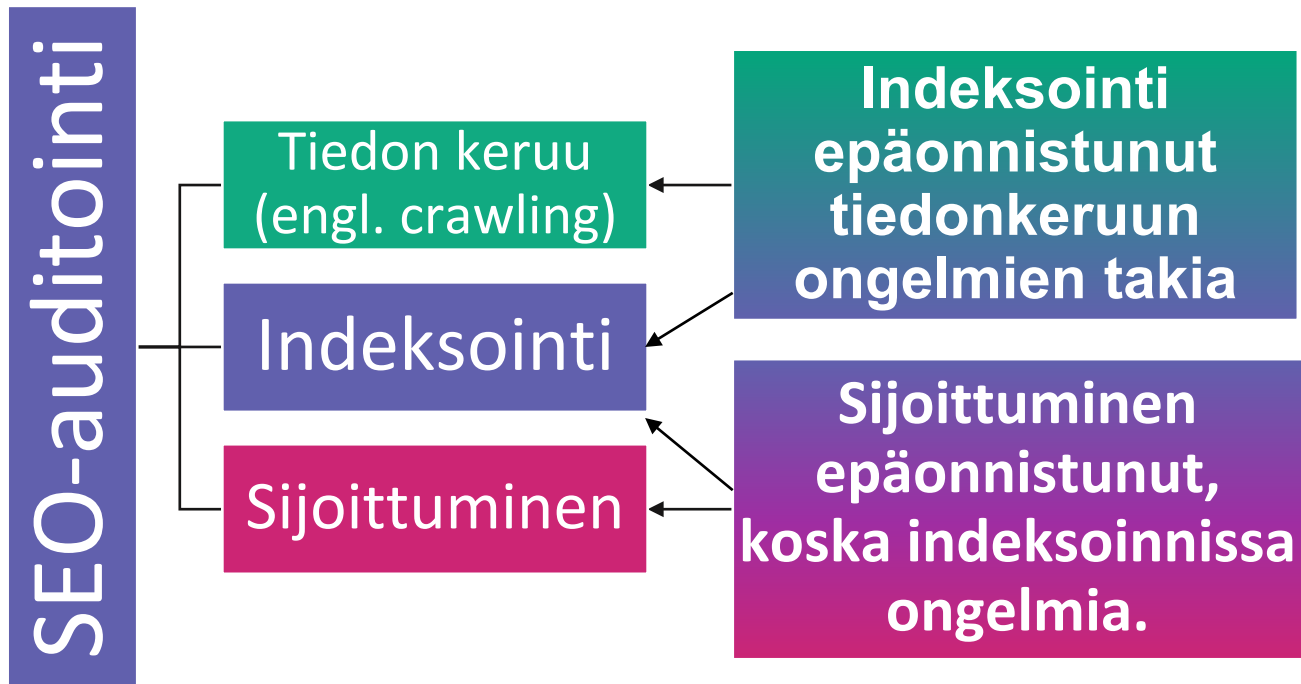


Co-funded by  
the European Union

# Verkkosivuston auditointi



# Verkkosivuston auditointi





# Verkkosivuston auditointi

- Verkkotunnuksen soveltuvuus
- Verkkosivuston suunnittelun ja UX:n tarkoituksenmukaisuus
- Tarkista kanonikaalisoinnin olemassaolo
- Tarkista Robots.txt- ja Hakurobotin saavutettavuustiedosto
- Tarkista Sitemaps.xml -tiedosto
- Estetyt sivut
- Katkenneet linkit



# Verkkosivuston auditointi

- Sivustorakenne
- Sama useisiin sivuihin liittyvä avainsana (kannibalisointi)
- Sisällön kaksoiskappale
- Uudelleenohjaus
- Geo-paikannus ja kieliasetus
- Sivun latausaika
- Mobiilisivuston valvonta
- Esteettömyys



# Pääasiallinen sisältö



# Pääasiallinen sisältö

- Web-kehityksen ja hakukoneiden optimoinnin yhteydessä termi ”pääsisältö” (engl. main content, MC) viittaa sivuston ensisijaiseen sisältöön, joka liittyy suoraan sivuston aiheeseen.
- Pääsisältö on se sivuston tai sivun (page) osa, joka on käyttäjälle tärkein ja yleensä tärkein syy siihen, miksi käyttäjä on vierailut sivustolla. Se on tyypillisesti sivuston/sivun painopiste ja se sivuston/sivun osa, johon hakukoneet kiinnittävät eniten huomiota sijoitettaessa sivustoa hakutuloksissa.
- Pääsisältö voi sisältää erilaisia sisältötyyppejä, kuten tekstiä, kuvia, videoita ja muita tiedostomuotoja.

*Google Search Quality Evaluator Guidelines*



# Pääsisältö

## Sivun tyyppi ja tarkoitus:

- Uutissivuston etusivu (homepage): tarkoituksena on tiedottaa käyttäjille viimeaikaisista tai tärkeistä tapahtumista
- Uutissivuston artikkelisivu: tarkoituksena on välittää tietoa tapahtumasta tai uutisaiheesta
- Verkkokaupan tuotesivu: tarkoituksena on myydä tai antaa tietoa tuotteesta (esim. arvostelut ja toimitus- ja turvallisuustiedot)
- Valuutan muuntosivusto: tarkoituksena on laskea vastaavat summat eri valuuttoina
- Blogipostaussivu: tarkoituksena on jakaa blogisisältöä mahdollisimman lukijaystävällisessä muodossa
- Hakukoneen etusivu: tarkoituksena on antaa käyttäjille mahdollisuus tehdä uusi haku verkosta
- Pankin kirjautumissivu: tarkoituksena on antaa käyttäjille mahdollisuus kirjautua verkkopankkiin



# Täydentävä sisältö



# Täydentävä sisältö

- Täydentävä sisältö (engl. supplementary content, SC) on sisältöä, jota ei pidetä verkkosivun pääasiallisena sisältönä, mutta joka on edelleen merkityksellinen sivun aiheen kannalta ja josta voi olla hyötyä käyttäjille.
- Se ei yleensä ole tärkein syy, jonka vuoksi käyttäjä käy sivulla, mutta se voi antaa lisätietoja tai kontekstin, joka parantaa käyttäjäkokemusta.
- Hakukoneiden optimoinnin yhteydessä täydentävälle sisällölle ei yleensä anneta yhtä paljon painoarvoa kuin pääsisällölle sijoitettaessa sivuja hakutuloksiin. Esimerkkejä täydentävästä sisällöstä voivat olla sivuston sisäiset linkit, alatunnisteen sisältö, mainokset ja niihin liittyvät linkit.

*Google Search Quality Evaluator Guidelines*



Co-funded by  
the European Union

# Täydentävä sisältö

## Sivun tyyppi ja tarkoitus:

- Uutissivuston artikkelisivu: tarkoituksena on välittää tietoa tapahtumasta tai uutisaiheesta
- Verkkokaupan tuotesivu: tarkoituksena on myydä tai antaa tietoa tuotteesta
- Blogipostaussivu: tarkoituksena on jakaa blogisisältöä mahdollisimman lukijaystävällisessä muodossa

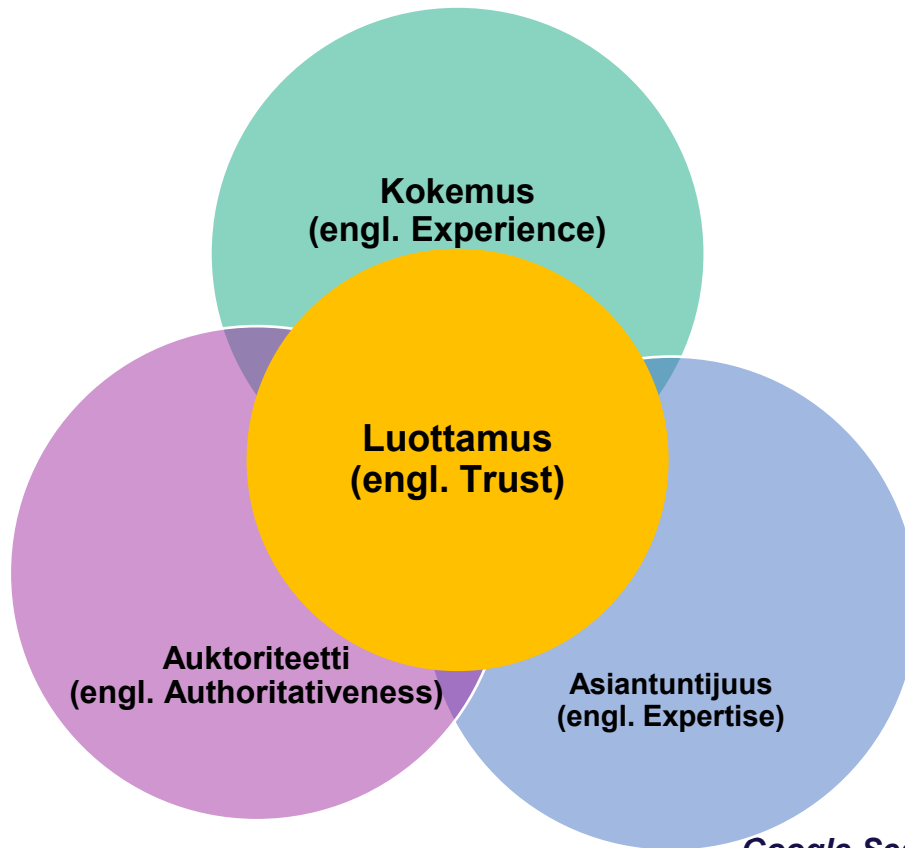




# YMYL ja EEAT



# EEAT



*Google Search Quality Evaluator Guidelines*



Co-funded by  
the European Union

# EEAT

- EEAT muodostuu sanoista “Kokemus”, “Asiantuntijuus”, “Auktoriteetti” ja “Luotettavuus” (engl. Experience, Expertise, Authority, Trustworthiness“).
- Hakukoneiden optimoinnin (SEO) yhteydessä tällä tarkoitetaan, että on tärkeää, että verkkosivustolla on laadukasta sisältöä, jonka kirjoittavat asiantuntijat, joilla on kokemusta ja jotka ovat luotettavia ja arvovaltaisia. Google ja muut hakukoneet käyttävät EAT: tä luokittelutekijänä määrittäessään verkkosivujen laatua ja merkityksellisyyttä.
- Verkkosivuston EEAT:n parantamiseksi on tärkeää keskittyä tuottamaan korkealaatuista sisältöä, jonka ovat kirjoittaneet alan asiantuntijat ja joka on täsmällistä ja hyvin tutkittua sekä luotettavaa ja luotettavaa. Lisäksi hyvin suunniteltu ja käyttäjäystävällinen verkkosivusto voi edistää sen EETA:ta.

***Google Search Quality Evaluator Guidelines***



Co-funded by  
the European Union

# YMYL

- YMYL tarkoittaa “rahojasi tai elämääsi” (engl. "Your Money or Your Life")
- Hakukoneiden optimoinnin (SEO) yhteydessä YMYL:llä tarkoitetaan verkkosivustoja, jotka voivat vaikuttaa henkilön taloudelliseen vakauteen, terveyteen tai yleiseen hyvinvointiin. Google ja muut hakukoneet pitävät tämäntyyppisiä verkkosivustoja korkeammalla tasolla, koska niitä koskevilla tiedoilla voi olla vakavia seurauksia, jos ne eivät ole tarkkoja tai luotettavia.
- Esimerkkejä YMYL-sivustoista voivat olla rahoitusneuvontaan liittyvät WWW-sivustot, lääketieteelliset WWW-sivustot ja verkkokaupat, jotka myyvät tuotteita tai palveluja, jotka vaikuttavat suoraan henkilön taloudelliseen tai fyysiseen hyvinvointiin.
- YMYL-sivuston SEO:n parantamiseksi on tärkeää keskittyä tuottamaan korkealaatuista, tarkkaa ja luotettavaa sisältöä, jonka ovat kirjoittaneet alan asiantuntijat ja joka on luotettavaa ja arvovaltaista.

***Google Search Quality Evaluator Guidelines***



Co-funded by  
the European Union

# Oppimisen tarkistustehtävä



# Oppimisen tarkistustehtävä

Valitse seuraaviin kohtiin sopiva organisaatio ja sen verkkosivusto:

- Verkkokauppa.
- Brändin verkkopresenssi (“läsnäolo”).
- Tietovarasto (esim. uutiset).

Laadi SEO-audit näistä sivustoista.



# Peilaus oppimistavoitteisiin

Osaatko nyt laatia SEO-auditin?

Osaatko nyt arvioida ja tarkastaa SEO-auditin?



# Peilaus oppimistavoitteisiin

- Jos tekisit pistokokeen päivän luennosta, mitä kahta asiaa siinä kysyisit?
- Kerro kolme asiaa, jotka opit tänään, kaksi asiaa, joihin kaipaat selvennystä, ja yksi asia, jonka havaitsit kiinnostavaksi.





# Kysyttävää?



Co-funded by  
the European Union

# Seuraavalla kerralla...

- SEO-strategia; tutustutaan yksityiskohtiin ja laajennetaan SEO-strategiaa.



# Vastuuvapauslauseke

DEMS-aineistolla pyritään vahvistamaan korkeakoulujen digitaalisia markkinointitaitoja ja ymmärtämään organisaatioiden keskeiset tarpeet. Saat käyttöösi laajoja diasarjoja, joissa on luokan toimintoja ja tehtäviä sekä yksityiskohtaisia opettajan käyttöohjeita.

Huomautus: aineisto sisältää Internetistä noudettuja sisältöjä ja lukuja, joten siihen tehdään muutoksia. Lähteet on ilmoitettu oikeudenmukaista käyttöä koskevien sääntöjen mukaisesti. Kustantajan vastuu rajoittuu alkuperäiseen aineistoon, joka on tallennettu [www.dems.pro](http://www.dems.pro). Kaikki materiaali tuotetaan avoimeen käyttöön ja yhteisrahoitetaan Erasmus + - ohjelmasta.

