

Teacher Instructions

Poimi vinkkejä
ja
opetusmenetelmiä!

Moduuli 2: Verkkosivustot ja SEO
Aihe: Verkkosivustot

1. Johdanto

Digitaalisella medially on runsaasti hyviä puolia, jonka seurauksena siitä on tullut yritysten pääasiallisen kanava kommunikoida asiakkaidensa kanssa.

- *vuorovaikutteisuus* – asiakas voi kommunikoida yrityksen kanssa selaimen, sähköpostin tai sosiaalisen median kautta
- *nopeus* - verkossa voidaan käynnistää mainoskampanja muutamassa minuutissa verrattuna printtiin tai muuhun perinteiseen mediaan
- *helppokäyttöisyys* – kuka tahansa, jolla on vain vähän kokemusta digimarkkinoinnin työkaluista, voi luoda ja muokata verkkosivuja, luoda sisältöä sosiaaliseen mediaan tai olla vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa helposti
- *kohdennettavuus* – digitaalisissa kanavissa markkinoinnin kohdentaminen yrityksen kohderyhmälle on helppoa esim. demografisiin, maantieteellisiin tai käyttäytymiseen perustuvien tekijöiden mukaan
- *kustannussäästöt* – verkkopalvelintila ja digitaalinen mainonta maksavat vain murto-osan perinteisen median hinnoista
- *suuri sijoitetun pääoman tuotto* – kun otetaan huomioon kaikki edellä luetellut tekijät, digitaaliseen markkinointiin tehtyjen investointien tuotto on erittäin houkutteleva valinta modernille markkinoinnille

Tämän osion tavoitteena on asettaa yrityksen verkkosivusto digitaaliseen kokonaisekosysteemiin yrityksen digitaalisen markkinointistrategian kulmakiveksi. Käsiteltävät aiheet auttavat opiskelijoita ymmärtämään yrityksen liiketoimintatavoitteita tukevien verkkosivujen merkitystä ja mahdollisuuksia. Erityisenä oppimistavoitteena on antaa käytännön osaamista tehokkaiden verkkosivustojen suunnittelemiseksi ja suunnittelemiseksi yrityskäyttöön. Moduuli EI sisällä verkkosivustojen varsinaista kehittämistä, koska tarvittava pätevyys riippuu suurelta osin käyttöön valitusta teknisestä alustasta.

Tämän osamoduulin suorittamisen edellytyksenä on perustiedot yleisistä markkinointiteorioista (esimerkiksi Principles of Marketing - Kotler, Armstrong, Saunders, Wong).



Kuten tiedämme, markkinoille tuodaan jatkuvasti uusia digitaalitekologioita, sovelluksia ja viestintäpalveluja, jotka otetaan käyttöön jokapäiväisessä käytössä heti, kun ne ovat yleisesti saatavilla. Etenkin yksi sovellus on kestänyt aikaa digitaalisen vallankumouksen aikana ja on edelleen jokaisen yrityksen markkinointityökalupakin kulmakivi. Puhumme tietenkin yrityksen verkkosivustosta.

Yleisessä asiakokonaisuudessa verkkosivusto

- maadoittaa yrityksen virtuaaliseen digitaaliseen maailmaan ja edustaa yrityksen ”kivijalkaa” virtuaalimaailmassa
- on yrityksen liiketoimintaa koskevien muokattavissa olevien ja virallisten tietojen ensisijainen lähde
- on paikka, jossa yritys saa vierailijan 100-prosenttisen huomion ja pystyy kommunikoimaan hänen kanssaan 1-1-periaatteella

Tämä oppimisrakenne opettaa hyödyntämään yrityksen verkkosivustoa parhaalla mahdollisella tavalla ja suunnittelemaan sen menestymään. Verkkosivustot-moduulissa käsitellään seuraavia aiheita:

- **Johdatus verkkosivustoihin:**
 - o verkkosivuston keskeiset näkökohdat, jotka edistävät yrityksen online-läsnäoloa
 - o peruseriaatteen ja -näkökohdat verkkosivustoa perustettaessa
- **Konversioiden ja kohderyhmien ymmärtäminen**
 - o erilaiset verkkokonversiot
 - o verkkosivuston rooli asiakasmatkassa
 - o käytettävyyden rooli asiakkaan tukemisessa kohti konversioita
 - o persoonat ja segmentointi
- **Vierailijoiden houkuttelevuus sivustolle**
 - o verkkosivuston sisältö
 - o hakukoneoptimointi, SEO
- **Yleisön huomion säilyttäminen**
 - o verkkosivuston seuranta
 - o käytettävyydestä tutkimukset

- o verkkoanalytiikka

Tämän moduulin opetusmenetelmä on vuorovaikutteinen, ja siinä avainasemassa on ”tekemällä oppiminen”. Yleinen työnkulku on kuvattu alla, ja se alkaa opettajan luennosta, joka kattaa kunkin aiheen perusperiaatteet, joiden jälkeen opiskelijalle annetaan tehtävät. Tehtävien tarkoituksena on antaa opiskelijoille käytännön kokemusta verkkosivujen suunnittelusta ja parhaiden käytäntöjen oppimisesta suunnitellun ”trial and error” -syklin kautta.

Toimeksiannoissa noudatetaan käänteistä oppimismenetelmää (flipped learning methodology), jossa opiskelijat työskentelevät tehtävien parissa luennon aikana annettujen yleisten tietojen perusteella. Opiskelijoiden tehtävänä on työskennellä tiimeissä ja etsiä lisätietoa ja design-periaatteita verkosta sekä oppia intensiivisissä keskusteluissa pienissä tiimeissä ja luokkakeskusteluissa. Jokaista tehtävää tarkastellaan ja kommentoidaan luokkakeskusteluissa. Lausuntokierroksen jälkeen tehtävät voidaan tehdä uudelleen siten, että niissä otetaan huomioon keskusteluissa saadut kokemukset.

Käänteisen oppimismenetelmän käyttö johtuu siitä, että digitaalinen markkinointi on luonteeltaan hyvin vuorovaikutteista. Asiakas on suoraan vuorovaikutuksessa verkkosivuston kanssa ja markkinoija voi seurata analytiikkatyökaluilla, pitivätkö asiakkaat näkemästään vai eivät. Opiskelijoiden suunnittelutyön tarkastelu luokassa simuloi tätä vuorovaikutteisuutta ja mahdollistaa sen, että opiskelijat näkevät ja kuulevat muiden reaktiot suunnittelutyöhönsä ja tekevät omat johtopäätöksensä tarvittavista uusintatöistä.

Verkkosivuston arviointi on myös hyvin subjektiivista. Toinen asiakas voi vihata ja sivuuttaa jonkun toisen asiakkaan rakastaman verkkosivuston. Käännetty oppiminen mahdollistaa sen, että opiskelijat voivat tehdä alkuperäisen suunnitelmansa parhaiden toiveidensa mukaisesti, mutta opettaa myös nöyryyttä ja kuuntelutaitoja, kun heidän ”täydellinen” suunnitelmansa alistetaan luokan opiskelijoiden edustamien ”markkinoiden” antamalle palautteelle.

TÄMÄN ALAMODUULIN KULKU ON SEURAAVANLAINEN:

Luento #1A. Johdatus verkkosivustoihin

Tässä luennossa opiskelijat oppivat seuraavat keskeiset käsitteet:

- **Miksi jokainen yritys tarvitsee verkkosivuston:** opiskelija ymmärtää, mikä merkitys verkkosivustolla on yrityksille ja miksi se on välttämätön.
- **Kokonaiskuva:** opiskelijat tutustuvat verkkoliiketoiminnan laajempaan kontekstiin ja selvittävät, miten verkkosivustot sopivat digitaaliseen maisemaan.
- **Miten verkkosivustot voivat tukea erilaisia liiketoimintatavoitteita:** opiskelijat tutustuvat siihen, miten verkkosivustot voidaan räätälöidä tukemaan erilaisia liiketoimintatavoitteita markkinoinnista asiakkaiden sitouttamiseen.
- **Hyvän verkkosivuston parhaat käytännöt:** Opiskelijat saavat tietoa tehokkaan ja käyttäjäystävällisen verkkosivuston perusperiaatteista ja -strategioista, mukaan lukien suunnittelun ja sisällön parhaat käytännöt.

Luento #1B. Verkkosivuston tekniset näkökohdat

Luennolla opiskelijat saavat tietoa verkkosivujen teknisistä näkökohdista, muun muassa seuraavista asioista:

- **Verkkosivuston tekniset näkökohdat:** sukelletaan verkkosivustojen tekniisiin perustoihin ja ymmärretään niitä tukevia komponentteja ja teknologioita.
- **Verkkotunnus:** tutustutaan verkkotunnusten merkitykseen, siihen, miten sopiva nimi valitaan ja miten se vaikuttaa online-näkyvyyteen ja -läsnäoloon.
- **SSL-varmenne:** Lisätietoja SSL-varmenteiden merkityksestä sivuston suojaukselle ja käyttäjien luottamukselle.
- **Mitä verkkosivustojen ylläpito on:** tutustutaan verkkosivustojen ylläpidon peruskäsitteeseen ja siihen, miten verkkosivusto on käytettävissä verkossa.
- **Hosting-arkkitehtuuri:** Tutustutaan erilaisiin hosting-arkkitehtuureihin ja niiden etuihin ja huonoihin puoliin.
- **Asioita, jotka on otettava huomioon valitessasi web-hosting-palveluntarjoajaa:** Käsitellään keskeisiä tekijöitä, jotka on otettava huomioon web-hosting-palveluntarjoajaa valitessa, jotta verkkosivusto toimii moitteettomasti.
- **Kuinka löytää oikea julkaisujärjestelmä verkkosivustolle:** Tutkitaan julkaisujärjestelmien vaihtoehtoja, jotta löydetään sellainen, joka vastaa yrityksen tavoitteita ja vaatimuksia.

Luento #2. Konversioiden ja kohderyhmien ymmärtäminen

Tällä luennolla opiskelijat syvenyvät seuraaviin kriittisiin näkökohtiin:

- **Verkkosivustojen rooli asiakasmatkalla:** Opiskelijat ymmärtävät verkkosivustojen keskeisen roolin asiakasmatkalla. Verkkosivustot toimivat keskeisinä tietokeskuksina yritysten ja asiakkaiden välillä. On tärkeää osata tarjota käyttäjäystävällinen, informatiivinen ja osallistava verkkosivustokokemus jokaisessa vaiheessa ohjataksesi asiakkaita kohti konversiota ja ylläpitääksesi pitkäaikaisia suhteita.
- **Konversioiden määrittely:** Opitaan konversioiden määritelmät ja miten ne liittyvät verkkosivuston suorituskykyyn, liidien hankinnasta myyntiin ja muihin keskeisiin liiketoimintatavoitteisiin.
- **Kuinka käyttää ostajapersoonia verkkosivuston suunnittelussa:** Tutustutaan siihen, kuinka sisällyttää ostajapersoonat tehokkaasti verkkosivuston suunnitteluun. Opitaan räätälöimään verkkosivusto vastaamaan kohdeyleisön tiettyjen tarpeiden ja mieltymysten kanssa.

(Opi lisää asiakasmatkasta/myyntisuppilosta Moduulista 3: Sisältömarkkinointi & sosiaalinen media.)

Luento #3. Vierailijoiden houkutteleva sivustolle

Tällä luennolla opiskelijat tutustuvat seuraaviin olennaisiin aiheisiin:

- **Miksi SEO?:** Ymmärrä hakukoneoptimoinnin (SEO) merkitys ja miten se vaikuttaa verkkosivuston näkyvyyteen ja sijoitukseen hakutuloksissa.
- **Mitä on SEO?:** Opi SEO:n periaatteet ja osatekijät, kuten avainsanat, metatiedot ja sivuston optimointiin liittyviä muita asioita.
- **Miksi SEO on tärkeää?:** Selvitä, miksi SEO on olennaista jokaiselle verkkosivustolle, aina orgaanisen liikenteen kasvusta online-läsnäolon ja kilpailukykyyn tehostamiseen. SEO on välttämätöntä yrityksille ja verkkosivuston omistajille, jotka haluavat parantaa verkkonäkyvyyttään, houkutella kohdennettua liikennettä, rakentaa uskottavuutta ja lopulta ajaa liiketoiminnan kasvua.
- **Houkuttelevan verkkosivuston luominen:** Tutki tekijöitä, jotka edistävät houkuttelevan verkkosivuston suunnittelua varmistaaksesi, että se vangitsee ja säilyttää vierailijoiden huomion.

- **Verkkosivuston sisällön tarve:** Tunnista sisällön rooli vierailijoiden sitouttamisessa ja informoimisessa sekä sen vaikutus SEO-menestykseen. Sisältö on olennainen elementti houkutellaksesi, sitouttaaksesi ja konvertoidaksesi vierailijoita verkkosivustollasi. Se auttaa luomaan brändisi auktoriteettia, rakentamaan suhteita yleisöösi ja ajamaan liiketoiminnan kasvua.
- **Erilaiset sisältötyypit verkkosivustolla:** Tutki erilaisia sisältömuotoja, kuten teksti, kuvat, videot ja muut, jotka voivat parantaa verkkosivuston houkuttelevuutta ja SEO-tehokkuutta.
- **Perussäännöt SEO-sisällön kirjoittamiseen:** Saat käsityksen perusperiaatteista SEO-ystävällisen sisällön luomiseen, mukaan lukien avainsanojen käyttö, laatu ja relevanssi.

(Syvennä SEO-tietämystäsi moduuli 2:n SEO-materiaalien avulla: 2.1-2.7., ja opi lisää sisältösuunnittelusta ja esimerkiksi tavoitteista moduulista 3: Sisältömarkkinointi & sosiaalinen media, osa 6.)

Luento #4. –Yleisön huomion säilyttäminen

Tällä luennolla opiskelijat tutustuvat avainaiheisiin, jotka liittyvät verkkosivuston seurantaan ja optimointiin:

- **Miksi seuranta on tärkeää?:** Ymmärrä säännöllisen verkkosivuston suorituskyvyn, käyttäjäkäytymisen ja muiden kriittisten mittareiden seurannan merkitys tunnistaaksesi kehityskohteet. Ymmärrä, miksi käyttäjäkokemuksen seuraaminen on tärkeää digitaalisessa liiketoiminnassa ja verkkosivustojen kehityksessä.
- **Miksi tarvitsemme verkkoanalytiikkaa?:** Tutki verkkoanalytiikkatyökalujen roolia tietojen keräämisessä, analysoinnissa ja tulkitsemisessa päätöksenteon tueksi ja verkkosivuston tehokkuuden parantamiseksi.
- **Miksi tarvitsemme käyttäjäkyselyjä?:** Opi, miten käyttäjäkyselyt voivat tarjota arvokkaita näkemyksiä käyttäjien mieltymyksiin, tarpeisiin ja ongelmiin, auttaen verkkosivuston parantamisessa ja optimoinnissa.
- **Verkkosivuston käyttäjäkokemuksen seuranta:** Selvitä käyttäjäkokemuksen seurannan ja parantamisen merkitys varmistaaksesi, että verkkosivusto vastaa vierailijoiden tarpeita ja odotuksia.
- **Sisällön luominen verkkosivustolle:** Tutki laadukkaan sisällön luomisen tärkeyttä, sillä sisältö on kulmakivi vierailijoiden houkuttelemisessa ja sitouttamisessa.
- **Lyhyt yleiskatsaus Google Analytics 4:sta:** Johdatus Google Analytics 4:ään, tehokkaaseen työkaluun verkkosivuston tietojen, käyttäjävuorovaikutusten ja konversioiden seurantaan sekä sen rooliin verkkosivuston optimoinnissa.

(Opi lisää analytiikasta moduulista 5: Digitaalinen analytiikka & seuranta.)

Kaikkien tehtävien lopullinen palautus

- Arvioi ja pisteytä kaikki tehtävät sekä anna kurssin lopullinen arvosana.

2. Oppimistavoitteet

OPPIMISTAVOITTEET	
1A & 1B	Suoritettuaan osamoduulin opiskelija pystyy selittämään viimeaikaisia kehityksiä digitaalisessa markkinoinnissa. Mikäli 1B on myös suoritettu, opiskelija oppii verkkosivustoteknisen kehityksen perusperiaatteet.
2	Osamoduulin suorittamisen jälkeen opiskelija pystyy määrittelemään verkkosivuston keskeiset osa-alueet, jotka edistävät yrityksen online-läsnäoloa.
3	Osamoduulin suorittamisen jälkeen opiskelijat pystyvät määrittelemään ja dokumentoimaan liiketoiminnan tavoitteet yrityksen verkkosivustolle.
4	Tämän moduulin suorittamisen jälkeen opiskelijat kykenevät ymmärtämään verkkosivustojen seurannan, web-analytiikan ja käyttäjäkyselyjen merkityksen käyttäjäkokemuksen (UX) optimoinnissa sekä arvokkaan sisällön luomisessa verkkosivustoille. Lisäksi heillä on lyhyt yleiskatsaus Google Analytics 4:ään ja sen rooliin verkkosivustojen analytiikassa ja raportoinnissa.

3. Opintojakson kuvaus, 5 op kokonaisuus

LUENTO #1A	
Nimi	Johdatus verkkosivustoihin (Luento #1A)
Johdanto	Nykyään digitaalisessa maailmassa vahva verkkoläsnäolo on olennaista kaiken kokoisille ja kaikille aloille kuuluville yrityksille. Tämä luento tutkii perustellusti verkkosivuston merkityksen taustalla olevia syitä yrityksen koosta riippumatta. Se tarjoaa kattavan yleiskuvan verkkosivustoista, niiden roolista erilaisten liiketoiminnan tavoitteiden tukemisessa, parhaista käytännöistä menestyksekkään verkkosivuston luomisessa ja käytännön ohjeita oman sivuston perustamiseen.
Opintojakson sisältö ja oppimistehtäviä	<p>SISÄLTÖ Selitä digitaalisen markkinoinnin ja verkkosivustojen tärkeys. Käytä kurssimateriaalia (slidet). Lisätietoa: https://youtu.be/havPfN9RILA</p> <p>TEHTÄVÄT (Kotitehtävä) Tehtävä 1 (voidaan tehdä myös luennon aikana):</p>

	<p>Jaa opiskelijat ryhmiin (enintään 4-5 opiskelijaa/ryhmä). Ohjeista opiskelijoita seuraavaan tehtävään, jonka he voivat aloittaa pienryhmissä tunnilla ja viimeistellä kotona:</p> <p>Neljän tai viiden opiskelijan tiimeissä olette vapaa-ajan palveluita tarjoavan majoitus- ja virkistysalan yrityksen johtoryhmä. Tämä tehtävä muodostaa perustan tuleville tehtäville. Teidän tehtävänänne on:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Määrittää yrityksen tuotteet ja palvelut. - Määrittää kohdemarkkinat ja asettaa markkinointitavoitteet seuraaville 12 kuukaudelle. - Valita verkkotunnus yrityksellenne. <p>Seuraavalla luennolla ryhmät esittelevät ensimmäisen tehtävän tulokset.</p>
Lähteitä ja lisämateriaalia	<p>Opettajan materiaalina kurssimateriaali (slidet).</p> <p>Lisämateriaalia: Verkkosivuston liiketaloudelliset hyödyt: https://youtu.be/kTKG1GNUR4 Hyvä vs. huono verkkosivustosunnittelu: https://youtu.be/usf8VFuce6I</p>
Huomioita opettajalle	<p>Jaa opiskelijat 4-5- hengen ryhmiin.</p> <p>Huolehdi, että opiskelijat tuovat kannettavat tietokoneet mukanaan.</p>



LUENTO #1B	
Nimi	Verkkosivuston tekniset näkökohdat (Luento #1B)
Johdanto	Tämä luento käsittelee verkkosivustojen teknisiä näkökohtia, kuten verkkotunnuksia, SSL-sertifikaatteja, verkkohostingia, hosting-arkkitehtuuria, tekijöitä web-hostingin valinnassa sekä kuinka valita oikea julkaisujärjestelmä yrityksen tarpeisiin. Aloita esittelemällä käsitteet <i>verkkotunnus</i> , <i>web-host</i> ja <i>julkaisujärjestelmä</i> . Selitä, että nämä eivät kuulu kurssin ydinsisältöön, mutta opiskelijoiden tulisi olla tietoisia näistä aiheista. Nämä alueet saattavat vaikuttaa opiskelijoista tarpeettoman teknisiltä, joten korosta, että ne yleensä ulkoistetaan sivuston perustamisen yhteydessä.
Opintojakson sisältö ja oppimistehtäviä	<p>SISÄLTÖ Selitä käsitteet verkkotunnus ja verkkotunnuksen nimi, web-hosting eli verkkohotelli sekä web-julkaisujärjestelmät. Anna esimerkkejä luokassa.</p> <p>TEHTÄVÄT Kotitehtävä osiolla #1B: Yrityksen verkkosivuston suunnittelun peruskäsitteet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jaa luokka 4-5 opiskelijan ryhmiin ja anna heille kotitehtävä, jossa ryhmät analysoivat 5 erilaista verkkotunnusta, 5 erilaista verkkohotellia ja 5 erilaista kehitysalustaa. - Pyydä heitä analysoimaan ne annettujen kriteerien mukaisesti. - Ryhmien tulee luoda yhden sliden esittely yrityksen etusivusta. <p>ARVIOITU AIKATAULU Luokassa <ul style="list-style-type: none"> - 60 min kotitehtävän (assignment 1) läpikäyntiin - 45 min luentomateriaaleille ja seuraavan kotitehtävän briiffaukseen. Kotona <ul style="list-style-type: none"> - 5 tuntia opiskelijoiden työtä. </p>
Lähteitä ja lisämateriaalia	Opettajan materiaalina kurssimateriaali (slidet). Lisämateriaalia: Verkkotunnuksesta: https://youtu.be/qO5qcQgiNX4 Web-hostingista: https://youtu.be/qaMf4hHR2hg Verkkosivustojen julkaisujärjestelmistä: https://youtu.be/M-QxIUVINHs
Huomioita opettajalle	Valmistaudu antamaan esimerkkejä verkkotunnuksista, verkkohotelleista ja julkaisujärjestelmistä.

LUENTO #2

Nimi	Konversioiden ja kohderyhmien ymmärtäminen (Luento #2)
Johdanto	<p>Tämä luento tutkii verkkosivustojen keskeistä roolia asiakasmatkalla. Se käsittelee aiheita, kuten konversioiden määrittely, konversioiden ja asiakaskokemuksen yhteyttä, yrityksen asiakkaiden ymmärtämistä sekä asiakassegmentoinnin ja ostajapersoonien merkitystä verkkoviestinnän strategiassa.</p> <p>Aloita selittämällä seuraavat aiheet:</p> <p>Verkkosivustot ovat elintärkeitä asiakasmatkalla, toimien digitaalisina portteina yhteyden luomiseksi kohdeyleisöön, tarjoamiseksi tietoa ja ohjaamiseksi konversioihin. Monille asiakkaille verkkosivustot ovat ensimmäinen kosketuspiste yrityksen kanssa, ja ne palvelevat useita tarkoituksia. Ne tarjoavat tietoa tuotteista tai palveluista, luovat brändi-identiteetin ja mahdollistavat vuorovaikutuksen potentiaalisten asiakkaiden kanssa. Hyvin suunniteltu verkkosivusto voi vangita vierailijoiden mielenkiinnon, ohjata heitä ostoprosessin läpi ja lopulta muuttaa heidät uskollisiksi asiakkaiksi.</p> <p>Konversiot ovat toivottuja toimia, joita yritykset haluavat asiakkaiden tekevän, kuten ostoksen tekeminen tai uutiskirjeeseen tilaaminen. Konversioiden seuraaminen auttaa mittaamaan markkinoinnin tehokkuutta ja asiakasvuorovaikutusta. Konversioiden määrittely on tärkeää, koska se mahdollistaa markkinointiponnistelujen tehokkuuden mittaamisen ja asiakasvuorovaikutusstrategioiden onnistumisen arvioinnin. Positiivinen asiakaskokemus on ratkaisevaa konversioille. Saumaton verkkosivuston asiakasmatka, personoitu sisältö ja käyttäjäystävällinen käyttöliittymä parantavat konversioiden todennäköisyyttä. Käytettävyys on myös olennaista positiivisen käyttäjäkokemuksen luomiseksi, sitoutumisen ja konversioiden ajamiseksi sekä liiketoiminnan tavoitteiden saavuttamiseksi. Se edistää käyttäjätyytyväisyyttä, asiakasuskollisuutta ja lopulta verkkosivuston tai digitaalisen tuotteen menestystä.</p> <p>Asiakasymmärrys ja asiakaskeskeisyys ovat olennaisia menestyvien verkkosivustojen rakentamiseksi. Asiakkaan ymmärtäminen ennen verkkosivuston kehittämistä mahdollistaa käyttäjäkokemuksen räätälöinnin, asiakasten odotusten täyttämisen, relevantin sisällön luomisen, markkinointiponnistelujen kohdentamisen tehokkaasti ja verkkosivuston erottumisen kilpailijoista. Se auttaa rakentamaan asiakaslähtöisen verkkosivuston, joka sitouttaa, tyydyttää ja konvertoi kohdeyleisöä. Toisaalta verkkosivustot tarjoavat arvokkaita tietoja asiakaskäyttäytymisestä, auttaen yrityksiä ymmärtämään tarpeita ja mieltymyksiä asiakasmatkan optimoimiseksi.</p> <p>Asiakassegmentointi jakaa kohdeyleisön ominaisuuksien perusteella, kun taas ostajapersoonat luovat yksityiskohtaisia profiileja ihanteellisista asiakkaista kussakin segmentissä. Molemmat auttavat muokkaamaan markkinointiponnisteluja ja lisäämään konversioprosentteja. Asiakassegmentointi ja ostajapersoonat voivat</p>

	vaikuttaa merkittävästi verkkosivuston kehitykseen ohjaamalla päätöksentekoprosesseja
Opintojakson sisältö ja oppimistehtäviä	<p>SISÄLTÖ Luennolla käsitellään verkkosivustojen roolia asiakasmatkassa, konversioita ja asiakaskokemusta, yrityksen asiakkaisiin liittyviä oivalluksia, asiakassegmentointia ja ostajapersoonia.</p> <p>AKTIVITEETIT Luennon aikana suoritettava tehtävä: Mitä konversiot tarkoittavat verkkosivustolla? Voit valita esimerkiksi verkkosivuston omasta maastasi. Jaa opiskelijat pieniin ryhmiin ja anna heille noin 10 minuuttia aikaa tehtävän suorittamiseen.</p> <p>Luennon aikana tai kotona suoritettava tehtävä: Molemmat tehtävät voidaan suorittaa joko lähiopetuskerroilla tai kotitehtävinä.</p> <p>(Kotitehtävä) Tehtävä 2: Jatka ensimmäisellä luennolla aloitettua tehtävää (omat verkkosivut). Opiskelijoiden tehtävänä on arvioida verkkosivustonsa pptx-suunnitelmaa seuraavista näkökulmista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ovatko sivuston tavoitteet selvät? - Ovatko konversiot selkeät? - Mitä verkkosivuston käytettävyyteen vaikuttavia elementtejä on käytetty? (katso dia 16) - Pidätkö sivustosta edelleen? <p>(Kotitehtävä) Tehtävä 3: Jatka ensimmäisellä luennolla aloitettua tehtävää (omat verkkosivut). Opiskelijoiden tehtävänä on jatkaa aiempaa tehtävää määrittelemällä tärkeimmät asiakassegmentit ja luomalla vähintään kaksi ostajapersoonaa.</p> <p>AIKA-ARVIO Luento-opetus <ul style="list-style-type: none"> - 180 min kotitehtävän läpikäyntiin - 60 min luennointiin ja seuraavien tehtävien briiffaukseen Kotona <ul style="list-style-type: none"> - 6 h opiskelijoiden omaa työtä </p>
Lähteitä ja lisäluettavaa	Opettajan materiaalina kurssimateriaali (slidet). Lisämateriaalia: Mitä konversiolla tarkoitetaan: https://youtu.be/Ge1W608-IJM Ostajapersoonat: https://youtu.be/9aPAPANeMKg https://youtu.be/4Wd1g5P1PuU Silmänliikeseuranta: https://youtu.be/lo_a2cfBUGc
Huomioita opettajalle	Jaa tämän luennon sisältö tarvittaessa ja haluamallasi tavalla useampaan luentoon. Jaa luokka 4-5 hengen ryhmiiin ja valmistelee tehtävien briiffaus.

LUENTO #3

Nimi	Vierailijoiden houkuttelevuus sivustolle (Luento #3)
Johdanto	<p>Aloita selittämällä seuraavat aihealueet:</p> <p>Nykyään yritykset pyrkivät maksimoimaan verkkonäkyvyytään ja tavoitavuuttaan digitaalisessa maisemassa. Hakukoneoptimointi (SEO) on keskeinen strategia, jota käytetään korkeampien sijoitusten saavuttamiseksi hakutulossivuilla. Ymmärtämällä SEO:n merkityksen ja toteuttamalla tehokkaita tekniikoita yritykset voivat kasvattaa luonnollista verkkoliikennettään, parantaa verkkonäkyvyytään ja lopulta vahvistaa taloudellista tulostaan.</p> <p>SEO on elintärkeää useista syistä. Ensinnäkin hakukoneet ovat ensisijainen tapa, jolla ihmiset löytävät tietoa verkossa. Optimoidessaan verkkosivustonsa hakukoneille yritykset voivat lisätä mahdollisuuksiaan tulla löydettyksi potentiaalisten asiakkaiden toimesta. Lisäksi korkeammat hakukonesijoitukset tarkoittavat suurempaa näkyvyyttä, uskottavuutta ja luotettavuutta. Käyttäjät luottavat verkkosivustoihin, jotka ilmestyvät hakutulosten ensimmäisellä sivulla. SEO myös auttaa ohjaamaan kohdennettua luonnollista liikennettä, mikä johtaa laadukkaampiin liideihin, korkeampiin konversioihin ja lopulta liiketoiminnan kasvuun.</p> <p>Houkutteleva verkkosivusto on visuaalisesti miellyttävä, käyttäjäystävällinen ja sitouttaa kävijät tehokkaasti. Siihen kuuluu elementtejä, kuten intuitiivinen navigointi, vaikuttava suunnittelu ja hyvin järjestetty sisältö. Houkutteleva verkkosivusto ei ainoastaan sitouta käyttäjiä, vaan myös parantaa heidän kokemustaan kokonaisuudessaan, lisäten konversioiden todennäköisyyttä ja edistämällä positiivista brändikuvaa.</p> <p>Sisältö on jokaisen verkkosivuston sydän. Se tarjoaa arvokasta tietoa, sitouttaa kävijät ja välittää brändin viestin. Laadukas sisältö auttaa rakentamaan luottamusta, vahvistamaan asiantuntemusta ja erottumaan kilpailijoista. Se on myös merkittävässä roolissa SEO:ssa, koska hakukoneet arvostavat verkkosivustoja, jotka tarjoavat käyttäjille arvokasta ja relevanttia sisältöä. Sisältö, olipa se sitten tekstiä, kuvia, videoita tai muita medioita, houkuttelee kävijöitä, pitää heidät mukana ja kannustaa heitä suorittamaan toivottuja toimia.</p> <p>Verkkosivustot voivat sisältää erilaisia sisältötyyppejä vastatakseen erilaisiin käyttäjämieltymyksiin ja tavoitteisiin. Tähän kuuluvat informatiiviset artikkelit, blogikirjoitukset, tuotekuvaukset, asiakastestimoniat, videot, infografiikat, tapaustutkimukset ja paljon muuta. Jokainen sisältötyyppi palvelee tiettyä tarkoitusta, kuten käyttäjien kouluttaminen, tuotteiden tai palveluiden esittely tai sosiaalisen todistuksen tarjoaminen. Sisältötyyppien monipuolistaminen auttaa sitouttamaan laajempaa yleisöä ja parantamaan kokonaiskäyttäjäkokemusta.</p>

	<p>Kirjoittaessaan SEO-sisältöä on noudatettava useita sääntöjä. Ennen kaikkea keskity korkealaatuiseen, arvokkaaseen sisältöön, joka vastaa kohdeyleisön tarpeita ja kiinnostuksen kohteita. Sisällytä asiaankuuluvia avainsanoja sisällön joukkoon parantaaksesi näkyvyyttä hakukonesijoituksissa. Luo mukaansatempaavaa ja luettavaa sisältöä, jota on helppo ymmärtää. Kiinnitä huomiota oikeaan muotoiluun, metatietoihin ja otsikoihin parantaaksesi SEO:a. Päivitä ja optimoi sisältöä säännöllisesti pysyäksesi relevanttina ja ylläpitääksesi hakukonenäkyvyyttä.</p>
<p>Opintojakson sisältö ja oppimistehtäviä</p>	<p>SISÄLTÖ Mihin SEO:a tarvitaan? Mitä SEO on? Miksi SEO on tärkeää? Houkutteleva verkkosivusto Miksi tarvitsemme sisältöä verkkosivustolle? Erityyppisiä sisältöjä verkkosivustolla Perussäännöt SEO-sisällön kirjoittamiseen</p> <p>AKTIVITEETIT Luennon aikana suoritettava tehtävä verkkosivustojen sisällöistä sekä kotitehtävä (Tehtävä 4).</p> <p>Luennon aikana suoritettava tehtävä: Verkkosivuston sisältö Opiskelijat muodostavat 4-5 hengen ryhmiä.</p> <p>Keskustelkaa ryhmissä seuraavista aiheista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minkälaista sisältöä kulutatte? - Miksi luulette sen olevan kiinnostavaa teille? - Yrittäkää ajatella liiketoiminnan tavoitteita sisällön takana. Mihin toimenpiteisiin sisältö pyrkii ohjaamaan teitä asiakkaina? - Miten sisältö liittyy yrityksen verkkosivustoon? <p>Opiskelijoiden tulee laatia .pptx-esitys saamistaan oivalluksista. Jokainen ryhmä esittelee oman esityksensä, ja muut ryhmät voivat kommentoida sitä.</p> <p>Kotitehtävä (Tehtävä 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sisältö. Minkälaista sisältöä haluat käyttää verkkosivustollasi? <ul style="list-style-type: none"> - Tee luettelo eri sisältötyypeistä, jotka haluat lisätä verkkosivustoosi (katso slidet 22-24). - Lisää joitakin valitsemistasi eri sisältötyypeistä verkkosivustosi prototyyppiin. 2. SEO <ul style="list-style-type: none"> - Kirjoita otsikko ja kuvaus verkkosivustollesi. - Suorita SEO-avainsana-analyysi ja tee lista avainsanoista, jotka ovat relevantteja verkkosivustollesi. - Lisää avainsanalista liitteeksi pptx-verkkosivustosuunnitelman loppuun.

Lähteitä ja lisäluettavaa	Opettajan materiaalina kurssimateriaali (slidet).
Huomioita opettajalle	Jaa luokka 4-5 hengen ryhmiin. Anna palautetta luokassa tehdystä aktiviteetista.

LUENTO #4	
Aihe	Yleisön huomion säilyttäminen (Luento #4)
Johdanto	<p>Aloita selittämällä seuraavat aiheet:</p> <p>Verkkoseuranta on olennainen osa yritysten toimintaa, kun ne seuraavat ja arvioivat verkkosivustojensa ja digitaalisten strategioidensa suoriutumista. Tarkkailemalla erilaisia mittareita ja dataa yritykset voivat saada arvokkaita oivalluksia käyttäjien käyttäytymisestä, mitata ponnisteluja tehokkuutta, tunnistaa parannettavia alueita ja tehdä datavetoisia päätöksiä optimoidakseen verkkonäkyvyytensä.</p> <p>Verkkoanalytiikka tarjoaa yrityksille yksityiskohtaista tietoa ja mittareita verkkosivustonsa suorituksesta, käyttäjävuorovaikutuksista ja konversioista. Se auttaa vastaamaan tärkeisiin kysymyksiin, kuten miten käyttäjät löytävät verkkosivuston, millä sivuilla he vierailevat, kuinka kauan he viipyvät ja mitä toimia he suorittavat. Verkkoanalytiikka mahdollistaa yrityksille käyttäjäkäytännön ymmärtämisen, trendien tunnistamisen ja verkkosivuston sekä markkinointistrategioiden optimoinnin parempien tulosten saavuttamiseksi.</p> <p>Käyttäjäkyselyt tarjoavat suoraa palautetta verkkosivuston vierailijoilta, mikä auttaa heidän tarpeidensa, mieltymystensä ja ongelmakohtiensa ymmärtämisessä. Kyselyt voivat paljastaa arvokkaita oivalluksia, joita ei välttämättä saada pelkän analytiikan avulla. Keräämällä käyttäjäpalautetta yritykset voivat parantaa verkkosivustonsa käyttäjäkokemusta, räätälöidä tarjontaansa ja käsitellä mahdollisia käyttäjien huolenaiheita.</p> <p>Verkkosivuston käyttäjäkokemuksen (UX) seuraaminen sisältää arvioinnin siitä, miten käyttäjät vuorovaikuttavat verkkosivuston kanssa ja arvioivat heidän tyytyväisyytensä tasoa. Seuraamalla mittareita kuten poistumisprosenttia, sivun latausaikoja ja konversioprosentteja yritykset voivat tunnistaa käytettävyysongelmia, optimoida navigaatiota, parantaa sivujen suorituskäyttöä ja tehostaa yleistä käyttäjäkokemusta. UX:n seuraaminen auttaa yrityksiä säilyttämään kävijät, lisäämään sitoutumista ja ohjaamaan konversioita.</p> <p>Mukaansatempaavan ja relevantin sisällön luominen on olennaista kävijöiden osallistamiseksi ja konversioiden aikaansaamiseksi. Laadukas sisältö tarjoaa arvoa käyttäjille, vahvistaa uskottavuutta ja auttaa luomaan luottamusta. Ymmärtämällä</p>

	<p>kohdeyleisönsä ja heidän tarpeensa yritykset voivat luoda sisältöä, joka resonoi, kouluttaa ja innostaa toimintaan. Sisällön tulisi olla hyvin kirjoitettua, hakukoneoptimoitua ja räätälöityä kohdeyleisön mieltymysten ja kiinnostuksenkohteiden mukaisesti.</p> <p>Google Analytics 4 on Googlen viimeisin verkkoanalytiikkatyökaluversio. Se tarjoaa parannettuja ominaisuuksia verrattuna edeltäjiinsä. Keskittyen monialustaiseen seurantaan, Google Analytics 4 mahdollistaa yrityksille tiedon keräämisen useista kosketuspisteistä, kuten verkkosivustoista, mobiilisovelluksista ja offline-vuorovaikutuksesta. Se tuottaa näkemyksiä vierailijoiden käyttäytymisestä, asiakaspoluista ja konversiopoluista, mahdollistaen yrityksille syvemmän käsityksen yleisöstään ja datavetoisten päätösten tekemisen digitaalisten strategioidensa parantamiseksi.</p>
<p>Opintojakson sisältö ja oppimistehtäviä</p>	<p>SISÄLTÖ</p> <p>Miksi seuranta on tärkeää? Miksi tarvitsemme verkkoanalytiikkaa? Miksi tarvitsemme käyttäjäkyselyjä? Verkkosivuston käyttäjäkokemuksen seuraaminen Sisällön luominen verkkosivustolle Lyhyesti Google Analytics 4:stä</p> <p>AKTIVITEETIT</p> <p>Luennolla suoritettavia tehtäviä:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Käytettävyydestä - Verkkosivuston rakenteen ”korttienlajittelu” (card sorting) <p>Käytettävyydestä:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jatka ensimmäisellä luennolla aloitettua tehtävää (Tehtävä 1) (vaihtoehto: opettaja valitsee verkkosivuston) 2. Jokainen ryhmä: <ul style="list-style-type: none"> - Määrittelee verkkosivustonsa tärkeimmät tehtävät. - Luo luettelon kävijän vaiheista, jotka liittyvät näihin tehtäviin. 3. Yhdistä kaksi ryhmää: <p>Opiskelijat yhdestä ryhmästä suorittavat toisen ryhmän tärkeimmät tehtävät, minkä jälkeen ryhmät vaihtavat paikkoja.</p> <p>Tehtäviä kehittäneen ryhmän tehtävät:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarkkailevat ja tekevät muistiinpanoja testin aikana. - Arvioivat lopuksi: Kuinka helposti asiat sujuivat, mihin testiryhmä törmäsi? <p>Verkkosivuston rakenteen korttienlajittelu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Luo kortit jokaiselle verkkosivuston sivulle tai aiheelle. - Pyydä kahta muuta ryhmää suorittamaan korttienlajittelusessio käyttäen korttipinoa ja järjestämällä kortit ryhmiin, jotka heidän mielestään muodostavat järkevän kokonaisuuden.

	<ul style="list-style-type: none"> - Tarvittaessa osallistujat voivat myös muuttaa korttien nimiä. Tavoitteena on, että korttien ryhmittelyllä syntyy navigaatorakenne/layout, joka heidän mielestään on toimiva. - Osallistujat voivat työskennellä yksilöinä tai pareittain. - <p>Kotitehtävä (Tehtävä 5):</p> <p>1. Käytettävyydstutkimuksen yhteenveto</p> <p>Käsittele käytettävyydstutkimuksen tulokset. Yritä vastata seuraaviin kysymyksiin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuinka helppoa vierailijan on saavuttaa tavoitteet? - Millainen sivuston asiakaskokemus on? - Onko verkkosivuston vierailijakokemus positiivinen? - Laadi luettelo verkkosivuston parannusehdotuksista käytettävyydestin perusteella. <p>2. Verkkosivuston rakenteen korttienlajittelu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Käsittele korttienlajittelusession tulokset. - Laadi uusi navigointiratkaisu verkkosivustoasi varten.
Lähteitä ja lisäluettavaa	Opettajan materiaalina kurssimateriaali (slidet).
Huomioita opettajalle	Korttienlajittelumateriaalit (post-it-laput jne.). Jaa luokka 4-5 hengen ryhmiin ja valmista tehtävien briiffaus.

Vastuuvapauslauseke

DEMS-materiaalin tavoitteena on parantaa digitaalisen markkinoinnin taitoja korkea-asteen koulutuksessa ja ymmärtää organisaatioiden keskeiset tarpeet. Käytettävissäsi on laajat diasarjat, joissa on luokkatehtäviä ja -aktiviteetteja sekä yksityiskohtaiset käyttöohjeet opettajalle.

Huomautus: Materiaali sisältää internetistä haettuja sisältöjä ja kuvia, joten siihen voi tulla muutoksia. Lähteet on ilmoitettu reilun käytön sääntöjen mukaisesti. Kustantajan vastuu rajoittuu alkuperäiseen aineistoon, joka on tallennettu osoitteeseen www.dems.pro. Kaikki aineisto on tuotettu vapaaseen käyttöön ja Erasmus+:n osarahoittamana. Euroopan komissio ei vastaa julkaisun sisällöstä.

