

Janne Ansaharju

Kirjoita tekstiä, jonka

HAKUKONEET

löytävät helposti



Kirjoita tekstiä, jonka hakukoneet löytävät helposti

Verkkokirjoittajan hakukoneoptimointivinkit

Copyright © 2016 Nettitehostin oy ja kirjoittajat
Kustantaja: Nettitehostin oy
Ulkoasu ja taitto: Nettitehostin oy
Pikaoppaan saa ladattua vain Nettitehostimen sivuilta.
Oppaan luvaton kopioiminen ja jakelu on kielletty.

Sisälllys

[OSA 1: Mitä on hakukoneoptimointi?](#)

[Hakukoneoptimointi auttaa löytämään](#)

[Taistelu kärkisijoituksesta](#)

[Miksi kirjoittajan pitää osata hakukoneoptimointia?](#)

[OSA 2: Miten avainsanoja käytetään?](#)

[Hakusana on avainasia](#)

[Valitse haettu avainsana](#)

[Hakusanalla on väliä](#)

[Löydä markkinarakosi](#)

[OSA 3: Optimoi otsikosta alkaen](#)

[Hakukone etsii hakusanoja eri osista](#)

[Optimoi otsikko ensin](#)

[Millainen on hyvä otsikko?](#)

[Väliotsikko pysäyttää](#)

[Hakukone huomioi linkkitekstit](#)

[Ripotele leipätekstiin – varsinkin alkuun](#)

[OSA 4: Miksi bloggaaminen on parasta hakukoneoptimointia?](#)

[Blogissa on paljon avainsanoja](#)

[Hakukone suosii tuoretta](#)

[Jakaminen puristaa linkkimehua](#)

[Kommentit näkyvät hakutuloksissa](#)

OSA 1: Mitä on hakukoneoptimointi?

Hakukoneoptimointi auttaa löytämään

Hakukoneoptimoinnin tarkoitus on auttaa tiedonjanoista löytämään etsimänsä.

Ajatus hakukoneoptimoinnista markkinamaakarien manipulointina on hyvin kapeakatseinen. Hakukoneet pyrkivät omalla tavallaan tekemään huijausyritykset turhiksi, jopa rankaisemalla väärinkäytöksistä lisäämällä sivustoja mustalle listalle.

Vuonna 2010 Googlen hallitsemille hakukonemarkkinoille ryntäsi uusi uljas hakukone Blekko. Blekkon piti olla manipuloimaton hakukone – näin sitä ainakin markkinoitiin.

Blekkosta kirjoitettiin näin:

Blekko perustaa toimintansa siihen, että palvelun käyttäjä ei halua markkinointiviestejä, vaan neutraalia tietoa. Blekkon hakutulokset perustuvat ihmisten tekemiin suodatuksiin tietyistä aihealueista.

Ajatus hyvä kymmenen. Jopa Google toivotti manipuloimattoman kilpailijan markkinoille. Ehkä Google teki sen hyvien tapojen mukaan tai sitten heillä oli tarpeeksi syvällinen kokemus siitä, että kilpailija yritti mahdotonta.

Testasin tuoretta Blekko-hakukonetta. Valitsin testiin asiakkaani lounaskahvilan nettisivut, koska olemme optimoineet sivut edellisen kuukauden aikana valitsemallamme hakusanaparilla Googlessa ykköseksi.

Jouduimme pettymään Blekkoon. Kokeiluni perusteella tulos on juuri päinvastainen. Käyttämälläme hakusanaparilla Blekkosta ei lounaskahvilan sivustoja löytynyt, ei edes yhtään kilpailevan ravintoloitsijan sivustoja. Hakutulos oli siis täysin epärelevantti. Etusivulla rellestivät erilaiset yrityshakemistot ja niidenkin osumat olivat pääasiassa muita kuin lounaspaikkoja.

Klikkaa ja twiittaa:

[Hakukoneoptimointi parhaimmillaan auttaa etsijöitä löytämään itselle sopivaa aineistoa.](#)

Taistelu kärkisijoituksesta

Hakutuloksissa klikkaukset jakautuvat sen mukaan, mikä linkin sijoitus on hakusivulla. Eri tutkimusten mukaan prosenttiluvut hieman vaihtelevat, joten niihin kannattaa suhtautua vain suuntaa antavina. Jakautuminen on kuitenkin niin selkeä tutkimuksesta riippumatta, ettei kenellekään epäselväksi, miksi kärkipaikoista taistellaan.

Miten klikkaukset jakautuvat?

Ensimmäisen sivun linkit saavat yli 70 % klikkauksista. Suurimman osan niistä kerää viiden kärki. Viidelle ensimmäiselle osuu 67 % osumista. Saadakseen liikennettä sivuston on siis oltava Googlen etusivulla ja vielä top-5:ssä.

Hakutulosten ensimmäinen linkki – tutkimuksista ja hakusanoista riippuen – saa kolmasosan tai jopa puolet kaikesta hakusivun liikenteestä. Ykkösijaa kannattaa siis havigella.

71% - Ensimmäinen sivu kerää suurimman osan klikkauksista.

67% - TOP-5-sijoitukset vievät suurimman huomion.

50% - Ykkössijoitusta kannattaa havigella.

Miksi kirjoittajan pitää osata hakukoneoptimointia?

Hakukoneet etsivät sanoja

Hakukoneet etsivät sanoja. Mitä muuta verkkokirjoittaja tekee kuin tuottaa sanoja? Olitpa tiedottaja, bloggaaja, some-päivittäjä tai joku muu joka tuottaa tekstiä nettiin, olet juuri se joka tekee suurimman osan hakukoneoptimoinnista.

Sisällön määrä vaikuttaa löydettävyyteen

Tekstisisällön tuottaja viime kädessä saa aikaan sen, että sivustolla on tarpeeksi tekstiä hakukoneen löydettäväksi. Pelkät ranskalaiset viivat ja niukat lauseet eivät nosta sivustoa hakutulosten kärkeen.

Klikkaa ja twiittaa:

[Kirjoittaja ja sanat ovat hakukoneoptimoinnin perusta.](#)

OSA 2: Miten avainsanoja käytetään?

Hakusana on avainasia

Hakukoneen käyttäjä kirjoittaa hakukenttään sanan tai useamman. Hakukone etsii netistä sivustoja, joilla nämä sanat esiintyvät. Löydöistä hakukone listaa parhaaksi laskemansa tuloksen ensimmäiseksi ja loput paremmuusjärjestyksessä.

Hakukoneiden algoritmit, eli laskentakaavat, ovat salaisia, mutta Google paljastaa aina uuden päivityksen yhteydessä suuntaviivoja siitä, millaisia sisältöjä se suosii. Monet yritykset tekevät jatkuvaa tutkimusta siitä, miten hakutulosten kärkeen pääsee. Vaikka kaava on salainen, tutkimusten ja kokemusten perusteella tiedetään aika tarkkaan, mikä hakukoneoptimoinnissa toimii ja mikä ei.

Hakukone ei löydä kuvia tai videoita, joten sanat ratkaisevat. Kuville ja videoillekin on omat hakukoneoptimointivinkkinsä, mutta nekin perustuvat sanoihin.

Google ei kuitenkaan perusta algoritmiaan yksittäisiin sanoihin, vaan pyrkii suosimaan hyviä kokonaisuuksia. Siksi hakukoneoptimointi on pitkäjänteistä työtä, eikä sanoilla kikkailua.

Tavalliselle verkkokirjoittajalle riittää, että ottaa kirjoittamisen vakavasti. ”Aita matalalla” -metodi ei toimi, vaan on parasta keskittyä tuottamaan hyvää sisältöä, jota rakastaa niin lukijat kuin hakukoneetkin.

Klikkaa ja twiittaa:

[Avainsanoilla on vain yksi tarkoitus: saada lisää lukijoita.](#)

Valitse haettu avainsana

Google AdWordsin hakusanojen suunnitteluun tarkoitettu työkalu on yksi tapa selvittää, mitä kohderyhmäsi etsii hakukoneilla. Näin pääset jyvälle siitä, millaisia sanoja tekstissäsi on syytä käyttää, jotta hakukoneet löytävät sisältösi. Sisältö on kingi vasta kun se löydetään, luetaan ja sisäistetään.

Hakusanat kannattaa valita huolella. Valitse muutama hyvä, omaa toimintaasi tukeva sana. Käytä niitä säännöllisesti otsikoissa, väliotsikoissa, tekstissä, blogin kategorioiden nimissä ja blogin avainsanoissa (tägeissä) sekä nettisivujen navigaatioissa. Suhteellisen vähäisen sisällön sivustoilla avainsanoja voi olla pari, kolme ja aktiivisessa blogissa jopa joitain kymmeniä.

Sanat, jotka esiintyvät jo verkkotunnuksessasi ovat helpoin paaluttaa. Pientä ongelmaa tuottavat suomenkieliset sanat, jotka sisältävät ääkkösiä. Siksi jo nettisivuston nimeä miettiessä kannattaa ottaa huomioon verkkotunnus ja hakukoneoptimointi.

Kuten kaiken sisällön, myös avainsanojen on syytä olla tarkoituksenmukaisia omien tavoitteiden kannalta. Avainsanoilla on vain yksi tarkoitus: saada lisää lukijoita. Jos käyttämäsi avainsanat eivät liity kiinteästi toimintaasi, sivustolle virtaa kävijöitä, jotka eivät ole kiinnostuneita asiastasi.

Hakusanalla on väliä

Kuvitteellinen Parturi-kampaamo ”Kampaamopalvelu Otsatukka” käyttää hakusananaan ”kampaamopalvelu”-sanaa. Kampaamopalveluitahan se tarjoaa. Yrittäjä ihmettelee, miksei nettisivuilla ole kävijöitä, vaikka sivustolla viljellään oikein mukavassa suhteessa avainsanaa ja se sisältyy verkkotunnukseenkin.

Vastaus löytyy hakusanatyökälulla: Kampaamopalvelu-sanalla ei kukaan etsi kampaamopalveluita.

Kuukausittaiset haut eri sanoilla:

- ”Kampaamopalvelu”: 0 kuukausittaista haku,
- ”kampaaja”: 390 haku ja
- ”kampaamo”: 880 haku.

Ei siis ole aivan sama, miten avainsanat valitaan. Valintaan kannattaa paneutua. Vaikka pääsisit hakusanallasi hakutuloksissa kolmen parhaan joukkoon, on melkoinen ero, saatko siivun nollostani vai 880 kävijästä.

Klikkaa ja twiittaa:

[Käytä avainsanoja, joita kohderyhmäsikin osaa käyttää. Muuten optimointi menee hukkaan.](#)

Löydä markkinarakosi

Vielä 2000-luvun alussa hakusanamarkkinoilla oli tilaa. Jos sinusta tuntuu, että kilpailijat menevät tuloksissa ohi oikealta ja vasemmalta, mieti voisitko löytää sanoja, jotka kuvaavat paremmin sinun bisnestäsi?

Esimerkiksi ”polkupyörä”-sanalla on kovin paljon hankalampi nousta Googlen valtiaaksi kuin sanalla ”kilpapyörä”. Toki kilpapyöriä haetaan vähemmän, mutta jos ne ovat erityisalaasi, saat sillä helposti irtioton tavallisista sotkijoista. Samalla pääset eroon turhista palvelimen kuormittajista ja kolmipyöräisten kyselijöistä.

Ehkä bisnaksesi vaatii, että löydyt useammalla kuin yhdellä sanalla. Silloin pelkkä ”kilpapyörä” ei riitä.

Saatat tarvita ”maantiepyörä”, ”tarvikkeet” ja ”varaosat”-sanojen kaltaisia apusanoja.

Nyrkkisääntö kuitenkin on, että yhden sivun voi optimoida vain rajalliselle määrälle sanoja tai hakulauseita. Tee siis kaikille pöyrämalleille ja varaosille omat sivunsa, jotka optimoit vain sitä tuoteryhmää varten.

Samat säännöt koskevat luonnollisesti aatteellisia järjestöjä, vaikka esimerkkinä käytetäänkin pyöräliikettä. Ympäristöyhdistys ei tietenkään optimoi ”luonto”-sanaa, vaan valitsee agendansa mukaan ”ilmastonmuutos” tai ”uhanalaiset eläinlajit” -sanat.

Klikkaa ja twiittaa:

[Valitse asiakkaasi oikeilla hakusanoilla.](#)

OSA 3: Optimoi otsikosta alkaen

Hakukone etsii hakusanoja eri osista

Kun syötät hakukenttää hakusanan tai lauseen, hakukone ei etsi sanoja sivustojen kaikista osista samalla tavalla. Jotkut osat tekstiä ovat hakutulosten kannalta tärkeämpiä kuin toiset. Avainsanojen ripottelussa kannattaa keskittyä tärkeimpiin osiin.

Strategisesti tärkeimpiä kohtia ovat:

- otsikko,
- väliotsikot,
- ankkurilinkit ja
- kappaleiden alut.

Klikkaa ja twiittaa:

[Hakukoneoptimointi parhaimmillaan auttaa etsijöitä löytämään itselle sopivaa aineistoa.](#)

Optimoi otsikko ensin

Otsikon kirjoittaminen on prosessi. Harvoin hyvän otsikon saa aikaiseksi heti.

Otsikko on yleensä ensin työnimi artikkelille, eräänlainen etiketti. Työotsikon tarkoitus on pitää kirjoittajan ajatukset fokuksessa. Silti juttu saattaa lähteä rönnyilemaan. Siksi otsikointi on tehtävä jutun kirjoittamisen jälkeen. Kun luet juttusi, huomaat, vastaako otsikko sisältöä.

Kun otsikko vastaa sisältöä, mietit tietysti, miten siitä tulisi mahdollisimman iskevä. Tässä vaiheessa pohdit tarkasti, miten voisit sijoittaa avainsanasi otsikkoon.

Klikkaa ja twiittaa:

[Otsikko on iskurepliikki. #hakukoneoptimointi](#)

Millainen on hyvä otsikko?

Hyvä otsikko on informatiivinen

Hyvä otsikko kertoo lukijalle, mitä tuleman pitää. Hakukoneoptimoinnissa on helppo mennä hakurobotin ehdoilla, mutta se ei ole missään tapauksessa kannattavaa.

Hyvä otsikko on iskurepliikki

Hyvä otsikko on iskevä. Sillä myyt juttusi hakukoneille, mutta hakulistauksessa (ja sosiaalisessa mediassa) myyt myös surffailijalle, joka on saanut linkkisi ruudulleen.

Hyvä otsikko on napakka

Hyvä otsikko on sopivan mittainen. Liian lyhyt otsikko on helposti etikettimäinen, mutta parempi liian lyhyt kuin liian pitkä. Pitkä otsikko unettaa, eikä se edes näy hakutuloksissa kokonaan...

Hyvä otsikko on lupaus

Herättääkseen kiinnostuksen otsikon täytyy luvata jotain. Siksi ”5 tapaa välttää otsikoinnin ongelmat” -tyyppisiä otsikoita putkahtelee kuin korvasieniä keväisille hiekkakankaille. Esimerkissä luvataan aiheen lisäksi määrä. Negaatio lisää kiinnostusta – kukapa haluaisi olla otsikoinnissa luuseri.

Hyvä otsikko sisältää avainsanan

Kun hakukoneoptimoinnista on kysymys, otsikon täytyy sisältää avainsana. Jos mahdollista, laita avainsanasi otsikon ensimmäiseksi sanaksi – mitä alumpana sana on, sitä tehokkaampi on optimointi.

Armahda kuitenkin lukijoitasi, äläkä laita jokaiseen otsikkoosi samaa avainsanaa, älä ainakaan ensimmäiseksi sanaksi. Muutaman jutun jälkeen blogisi on aika yksitoikkoinen.

Väliotsikko pysäyttää

Väliotsikon tarkoitus on pysäyttää tekstirimpsua skrollaava hätähousu. Hyvä väliotsikko innostaa jatkamaan.

Väliotsikon hakukoneoptimoinnissa pätevät samat vinkit kuin pääotsikossakin: avainsana alkuu ja kohtuu kaikessa.

Muista: Tärkeämpää kuin väliotsikoiden hakukoneoptimointi on ylipäätään käyttää niitä. En ole koskaan nähnyt tekstiä, jossa olisi liikaa väliotsikoita, mutta artikkeleita, joissa niitä on liian vähän tai ei ollenkaan, tulee vastaan bittikaupalla.

Hakukone huomioi linkkitekstit

Hyperlinkit ovat olleet World Wide Webin (nyk. netti) perusominaisuus sen keksimisestä lähtien. Linkittäminen on tärkeää edelleen. Linkkien avulla lukijat voidaan ohjata lisätiedon lähteille. Hakukoneetkin tykkäävät sivustoista, jotka ovat linkittyneet kahteen suuntaan.

Linkkien optimoinnissa puhutaan ankkurilinkeistä. Ankkurilinkki on ihan peruskauraa, vaikka termi saattaakin olla vieras.

Otetaanpa esimerkki: Haluan linkittää tämän tekstin yhteen blogiartikkeliini, joka kertoo hyvän blogitekstin kirjoittamisesta (myös väliotsikoinnista). Minulla on kaksi mahdollisuutta. Voin kopioida linkin tekstiin aivan sellaiseenaan, <http://www.sisaltomarkkinointi.fi/2011/02/02/blogikirjoittajan-muistilista-8-askelta-timangiin-verkkotekstiin/>, tai tehdä ankkuritekstin näin: [Vinkkejä hyvään verkkotekstiin](#).

Ankkurilinkki on kauniimpi, mutta myös hakukoneystävällisempi. Hakukone huomioi erityisesti sanat, jotka mainitaan ankkuritekstissä.

Ripottele leipätekstiin – varsinkin alkuun

Avainsanojen ripottelu tasaisesti tekstiin ei kannata. Ei myöskään prosenttien laskeminen avainsanatiheydestä. Hakukone arvostaa kappaleiden alkuja, erityisesti avauslausetta.

Joskus taannoin laskeskeltiin, kuinka suurella prosentilla avainsanat esiintyvät tekstissä. Varmasti on edelleen olemassa jonkilainen valistunut arvaus, mitä sen pitäisi olla (ehkä 1 – 4 %). Tärkeämpää on laittaa avainsanoja sen verran, että teksti pysyy luettavana (saattaahan joku etsiä synonyymilläkin).

Tarkasta kuitenkin ennen julkaisua, että ensimmäisessä kappaleessa käytetään avainsanaa kerran. Jos mahdollista, laita se kappaleen alkuun. Jos ei tunnu luontevalta, luota kirjoittajan vaistoosi.

OSA 4: Miksi bloggaaminen on parasta hakukoneoptimointia?

Blogissa on paljon avainsanoja

Blogi on nettisivusto, jossa on hakukoneelle paljon pureskeltavaa (hakukone jauhaa sen silti sekunnissa). Blogi koostuu sanoista ja niitä hakukoneet etsivät.

Millä muulla nettisivustolla on satoja sivuja ja otsikoita kuin blogissa? Todella harvassa ovat edes ne sivustot, joissa on edes kymmeniä sivuja, ilman blogia. Hyvin rakennettu blogi avainsanoineen, tageineen ja kategorioineen on täynnä yhden aihepiirin tekstejä. Mikä voisi olla hakukoneelle otollisempaa materiaalia?

Älä missään nimessä yritä oikaista sisällöntuotannossa. Lukijoiden lisäksi siitä suuttuvat hakukoneet. Google pyrkii kaikin keinoin pudottamaan hakutuloksistaan niin sanotut sisältöfarmit. Sisältöfarmeiksi kutsutaan sivustoja, jotka houkuttelevat kopioidulla tai muuten huonolaatuisella sisällöllä.

Kirjoita sinä aina tuoretta ja kiinnostavaa sisältöä. Laadusta tinkimätön verkkokirjoittaja on ykkössijansa ansainnut.

Klikkaa ja twiittaa:

[Bloggaaminen on parasta hakukoneoptimointia.](#)

Hakukone suosii tuoretta

Ahkera bloggaaja tuottaa tekstin – Amerikassa useita tekstejä – viikossa. Blogissa on aina tuoretta tutkittavaa. Hakurobotti pysyy virkeänä ja tarkistaa uutuudet säännöllisesti ja indeksoi ne hakutuloksiinsa.

Säännöllinen ja ahkera sisällöntuottaminen ei siis jää hakukoneelta huomaamatta. Toisaalta, moni päivittämättä jätetty ja niukkasisältöinen saitti häviää internetin bittiaavikolle, eikä sitä sen koommin kukaan löydä.

Google kertoi vuonna 2011, että freesi sisältö vaikuttaa 35 prosenttia hakutuloksiin. Kolmannes on niin merkittävä osuus, että jokaisen pitäisi ryhtyä bloggaamaan samantien. Ilman bloggaamista voi näkyä hakutuloksissa vain niin kauan kuin samoja sijoja ei havittele kukaan. Heti, kun kymmenen kilpailijaasi saa aikaiseksi blogata, putoat etusivun tuloksista.

Jakaminen puristaa linkkimehua

Olet varmasti nähnyt blogissa sosiaalisen median painikkeet, joista lukijat voivat jakaa kiinnostavan sisällön verkostolleen. Ehkä olet itsekin jakanut löytösi. Kun bloggaaja tuottaa kohderyhmäänsä kiinnostavia juttuja, niitä jaetaan varmasti ympäri nettiä. Linkkejä pitkin blogiisi löytää uusia ihmisiä, ja mikä mielenkiintoisinta, hakukoneet kiinnostuvat sivustosta, jota on linkitetty ympäriinsä.

Vaikkei kukaan kulkisi jaettujen linkkien kautta sivustollesi, niitä pitkin valuu linkkimehua, joka parantaa hakutulostasi. (Ja tottakai niitä linkkejä myös klikataan.)

Klikkaa ja twiittaa:

[Hakukone rakastaa bloggaajaa. #hakukoneoptimointi](#)

Kommentit näkyvät hakutuloksissa

Komentointi on blogin perusominaisuus. Se on selkein yksittäinen asia, mikä erottaa sen muista nettisivuista. Hakukoneet etsivät blogistasi myös kommentteihin kirjoitettuja sanoja. Sinun ei tarvitsekaan kirjoittaa kaikkea itse.

Keskustelin blogissani vuonna 2010 kollegani Pasi Peltolan kanssa hakukoneoptimoinnista. Havaitimme, että blogini nousi hakutuloksissa sanaparilla, joita oli käytetty vain blogini kommentteissa. Kommenteillakin on vaikutus hakukoneisiin. Kannattaa siis tehdä blogista keskusteleva, jotta sillä olisi sisällöntuottajina muitakin kuin vain sinä.

Nettitehostin oy auttaa asiantuntijaa myymään osaamistaan netissä. Näy, kuulu ja löydy sisältömarkkinoinnin avulla.

Olemme tehneet kymmeniä nettisivuja, blogeja ja sisältösuunnitelmia asiantuntijoille ja pk-yrityksille.

Oletko sinä seuraava alasi kiintotähti?



Nettitehostin oy

puh. 040 707 9839

email. janne.ansaharju@nettitehostin.fi

www.nettitehostin.fi