

# Hakukoneoptimoinnin pikaopas

aina**D**esign

# Johdanto

*Jos yritystä ei löydy internetistä, sitä ei ole olemassa.* Tämä opas kertoo lyhyesti kolmessa osassa, miten yrityksesi näkyvyyttä hakukoneiden tulostalla on mahdollista parantaa.

Californian Glendaleen avattiin vuonna 2008 400 miljoonan dollarin arvoinen ostoskeskus, joka venyi yli neljän korttelin kokoiseksi. Voisi kuvitella, että sinne on helppo löytää. Kuukauden verran avaamisen jälkeen ostoskeskusta ei kuitenkaan löytynyt Googlen kartasta, josta suurin osa asiakkaista haki ohjeita. Itseasiassa koko osoitetta ei löytynyt järjestelmästä, eikä ostoskeskuksen nimellä löytynyt ensimmäisellä sivulla mainintaakaan.

*Asiakkailla ei siis ollut mitään keinoa löytää ostoskeskusta, muuten kuin satumalta.* Mahtoikohan omistaja olla 400 miljoonan dollarin sijoituksen jälkeen tyytyväinen?

<http://latimesblogs.latimes.com/technology/2008/06/do-you-know-the.html>



# 1. Sisältö on tärkein

Paras tapa saada omaa sivustoa esille on luoda *yksilöllistä ja kiinnostavaa sisältöä*. Löytymistä varmistaa entisestään se, että sisältö ratkaisee jonkin ongelman; ihmiset yleensä etsivät hakukoneista nimenomaan ratkaisuja ongelmiinsa.

Jos tarvitset lautatavaraa uutta terassiasi varten, käytät todennäköisesti hakusanoina esimerkiksi *“lautatavara”* tai *“kyllästetty lauta”*. Tämän takia on oleellista, että lauta myyvien yritysten sivuilla käytetään näitä sanoja.

Tekniseltä kannalta tärkeää on, ettei sivuston sisältöä hukuteta tarpeettomaan kikkailuun. Esimerkiksi kokonaan Flash-tekniikalla tai frameilla toteutetut sivut eivät kerro hakukoneille mitään. Flashin tapauksessa ne jopa näkevät vain tyhjää!



Kuvassa näkyy vasemmalla Aina-designin sivu, oikealla Kimi Räikkösen sivut hakukoneiden silmin.

Kiinnostava sisältö johtaa internetissä usein myös ketjureaktioon: ihmiset linkittävät sisältöön useammin, mikä tekee sivusta hakukoneiden mielestä tärkeämmän, mikä taas parantaa näkyvyyttä entisestään. Muista, että *hyvin kirjoitettu teksti on hakukoneille jo valmiiksi optimoitu!*

## 2. Linkitys

Hakukoneiden kannalta parhaat linkit ovat sisältöä kuvaavia: ne kertovat mitä linkitettävällä sivulla on. Hakukoneet näkevät linkissä kaksi asiaa: mihin se johtaa, ja minkälainen teksti sitä kuvaa. *“Lista Suomen pk-yrityksistä”* kertoo niin ihmiselle kuin hakukoneellekin huomattavasti enemmän kuin pelkkä *“katso kaikki”*.

Vuoden 2006 alussa hakutermillä *“tyhmä lehmä”* Googlen ensimmäisenä hakutuloksena löytyi silloisen Tanja Karpelan kotisivut. Tämä johtui siitä, että internetissä jaettiin linkkiä, jonka kuvausteksti oli *“tyhmä lehmä”*, ja linkki johti Tanja Karpelan sivuille.

Googlen algoritmia on sittemmin kehitetty havaitsemaan ns. Google-pommituksen, mutta logiikka on pohjalla silti sama. Linkkiä kuvaava teksti kannattaa siis harkita tarkoin.

Googlen PageRank-systeemi määrittelee jokaiselle yksittäiselle internetin sivulle oman prioriteetti-arvon, joka perustuu muilta sivuilta tuleviin linkityksiin. Käytännössä jokainen uusi sivuillesi johtava linkki nostaa sivusi arvoa Googlen silmissä. Kaikilla muillakin hakukoneilla on käytössään vastaava järjestelmä. *Jaa siis linkkiä sivustoosi kaikissa mahdollisissa paikoissa!*



# 3. Rakenne

Google priorisoi tuloksia myös sivun rakenteen mukaan. Esimerkiksi ylätasen otsikko <h1> on aina sivun tärkein elementti: se kertoo mistä on kyse. Oletettavasti sivulla ei voi olla kahta tärkeintä asiaa, joten *yksittäisen sivun tulisi käsitellä yksittäistä asiaa*.

Samoin kuin linkitys, otsikointi on erilaista riippuen siitä, onko kohdeyleisönä ihmiset vai hakukoneet: juorulehdistön omaksuma *“Kohujulkkis mokasi - katso kuva!”* -tyylinen otsikointi ei kerro hakukoneille mitään, vaan paras otsikko kertoo sisällön tiiviisti. Keltaisen lehdistön otsikkoa vastaava hakukoneoptimoitu versio olisi esimerkiksi *“Johanna Tukiainen ajoi kolarin”*.

Oleellista rakenteelle on myös se, että ylätasen navigointi on selkeä. Tästä kuitenkin ihmiset ja hakukoneet ovat jokseenkin samaa mieltä. Mikäli ymmärrät itse navigoinnin, myös hakukone todennäköisesti saa siitä selvää.

Eikä siinä vielä kaikki

Tässä pikaoppaassa hakukoneoptimointia käsiteltiin yleisellä tasolla. Hakukoneoptimointiin liittyy paljon muitakin teknisiä ja ei niin teknisiä toimenpiteitä, joilla yrityksenne näkyvyyttä ja tulosta on mahdollista parantaa!

Jos haluat tietää miten voisit parantaa omaa näkyvyyttäsi hakukoneiden tulostalla, ota yhteyttä meihin! *Heti!*

Timo Virtanen

timo@aina-design.fi

+358 50 571 8185

aina-design.fi

**ainaDesign**

Aina-design Oy

Ruotsalaisenraitti 3 B 13

53850 Lappeenranta

