

Tehoa myyntiin ja markkinointiin kotisivujen avulla 15.4.2025 klo 17-19:30

Materiaalit ja tallenne tulee jälkikäteen.

Kirsi Mikkola

-työpajat



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
työministeriö



Kirsi Mikkola



Verkostoidu:
@kirsimikkola
@digiproliiketoiminta

kirsi.mikkola@liiketoiminta.info

- Digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija, valmentaja, sparraaja
- Yrittäjä vuodesta 2005
 - DigiPro Liiketoiminta / Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy, www.liiketoiminta.info
 - Nice Group Consulting Oy, www.nicegroup.fi
 - Visit Finland Partner
- Business Finland - Visit Finland partner
 - Matkailuyrityksen kansainvälistymisopas, 2019 ja 2023
 - Matkailun digiloikka ABC, 2023
 - Varausjärjestelmäopas ja -vertailu, 2023
 - Elämystuotteiden digitaaliset myyntikanavat, 2024
 - Visit Finland Akatemiavalmentaja
- Varausjärjestelmä- ja verkkokauppakouluttaja, kuten JOHKU, Bókun, Moder, MEWs, Fareharbor, Profitroom, jne.
- OTA-kanavakouluttaja, kuten GetYourGuide, TripAdvisor, Viator, Booking.com, jne.



NiCE GROUP

Partner with



Visit Finland



Esittelyt ja tehtävä alkuun

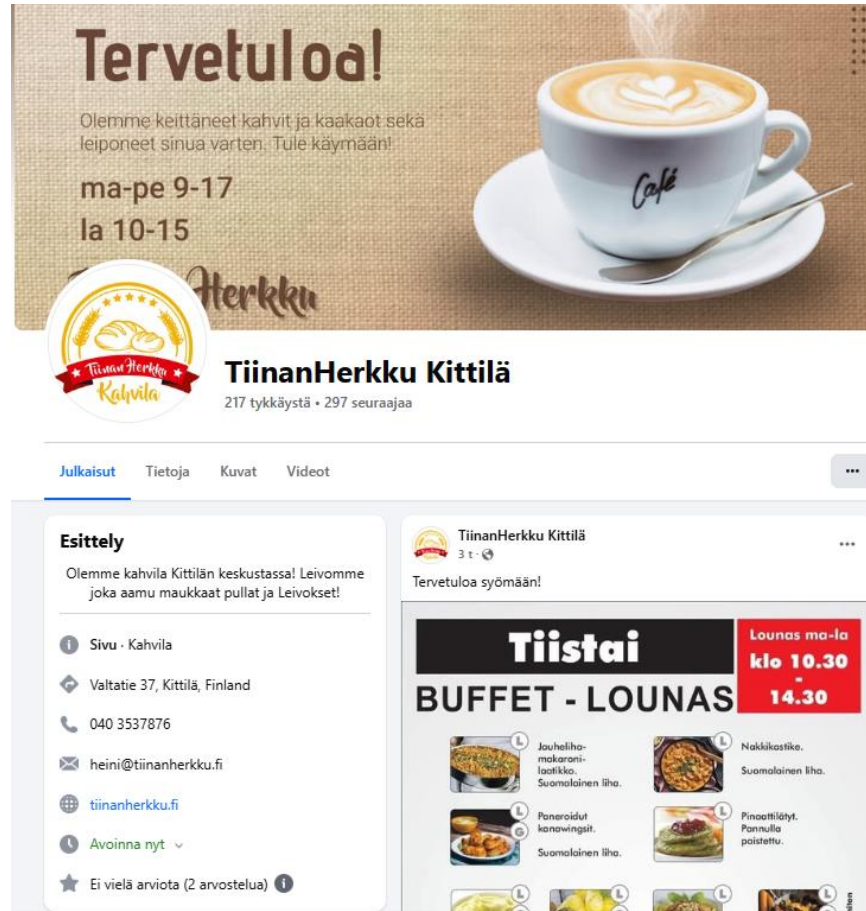
- Kuka olet?
- Mistä tulet?
- Onko kotisivut tai verkkokauppa?
- <https://www.menti.com/al9omz5u4knr>
- Skannaa koodi puhelimesi kameralla ja vastaa kolmella lauseella kysymykseen:
 - Mikä askarruttaa eniten verkkosivujen eli kotisivumarkkinoinnissa?



Agendalla

- Miksi omat verkkosivut ovat pk-yrityksen tärkein kanava?
- Käytettävyys, löydettävyys ja ostettavuus: avainasiat selkokielellä
- Pienet parannukset, suuret vaikutukset – konkreettisia esimerkkejä
- Näin pääset alkuun: ilmaiset ja matalan kynnyksen työkalut
- Osallistujien verkkosivujen lyhyt analyysi harjoituksena

Miksi omat verkkosivut ovat pk-yrityksen tärkein kanava?



- Omistajuus: toisin kuin sosiaalisessa mediassa, verkkosivut ovat oma alusta
- Hakukonenäkyvyys: asiakkaat etsivät Googlesta
- Uskottavuus: "jos ei ole verkkosivuja, ei ole yritystä"
- Esimerkki: Kittilän matkailuyritys X: Instagram-sivu ok, mutta Google-haku ei näytä mitään → asiakkaat katoavat

Käytettävyys – kuinka helposti asiakas löytää?



www.santaclausoffice.com

- Navigointi: selkeä rakenne, valikot
- Tieto etusivulla: kuka olet, mitä tarjoat?
- Mobiiliystävällisyys
- Esimerkki: Ravintola, jonka menu on PDF:nä piilotettuna → huono käyttökokemus

Saavutettavuus ja nopeus

Verkkoyhteyden nopeustesti

Testaa verkkoyhteytesi nopeus alle 30 sekunnissa. Testi käyttää yleensä alle **40 Mt tiedonsiirtoa**, mutta nopealla yhteydellä sitä voidaan käyttää enemmän.

Testin suorittamiseksi sinut yhdistetään palveluun [Measurement Lab \(M-Lab\)](#), joka saa IP-osoitteesi ja käsittelee sitä [tietojasuojauskäytäntönsä](#) mukaisesti. M-Lab suorittaa testin ja julkaisee kaikki testitulokset edistääkseen internetin tutkimusta. Laitteesi IP-osoite ja testitulokset julkaistaan, mutta muita tietoja internetin käytöstäsi ei julkaista.

Tietoja

SUORITA NOPEUSTESTI

Palaute

Google · Käänä tämä sivu ✓

<https://fiber.google.com/speedtest>

Internet Speed Test | Check Broadband Speed | Google Fiber

Take a **speed test** to see how strong the connection is in your home (and if you don't already have GFiber, see how it compares to our speeds).

web.dev · Käänä tämä sivu ✓

<https://pagespeed.web.dev>

PageSpeed Insights

PageSpeed Insights Docs Enter a valid URL Analyze Make your web pages fast on all devices Check

- Saavutettavuus: tekstikontrastit, kuvien alt-tekstit, fonttikoko
- Nopeus: vaikuttaa sekä SEOon että käyttäjäkokemukseen
- Työkalut: PageSpeed Insights, Wave Accessibility Tool
- Esimerkki: Hidas kuvagalleria = 10 sekunnin odotus = 40 % poistuu

Oman yhteyden testi: <https://fiber.google.com/speedtest/>
Kotisivujen suoritumisen testi: <https://pagespeed.web.dev/>

Löydettävyys – hakukoneystävällisyys

- SEO-perusteet: otsikot (H1), avainsanat, metakuvaukset
- Google Yritysprofiili + linkki kotisivulle
- Esimerkki: Hakusana "lumikenkäretki Kittilä" → Yritys X nousi top 3:een kun lisäsi avainsanat ja otsikot oikein
- Google haku:
 - flyerien teko kittilässä tai kolarissa
- Chat GPT haku:
 - Minun pitäisi saada nopeasti flyereitä jakoon Kittilässä ja Levillä. Tiedätkö kuka tekee niitä tuolla seudulla nopeasti?

Miten mittaat digitaalisen löydettävyyttä?



- **Hyvä digitaalinen löydettävyys voidaan mitata usealla eritavalla**
- **Tässä yksi tapa**
 - Digitaalinen löydettävyys voidaan mitata asteikolla 1-5 (skaalaava 10 ja 100 asteikoista)
 - Asteikossa 1 on erittäin heikko, 2 on heikko, 3 on kohtainen, 4 on hyvä ja 5 on erinomainen
 - Kansainvälistä liiketoimintaa tekevän yrityksen tulisi päästä arvosanaan 4
 - Mittaus tehdään yleensä käyttämällä vähintään 5 analytiikkatyövälinettä

Miten mittaat digitaalisen löydettävyyttä?

- **Mittauksessa** testataan mitattavan kohteen sivustojen tekninen ja sisällöllinen toimivuus sekä tehokkuus
 - Tässä vaiheessa etsitään digitaalisen näkyvyyden ongelmakohdat kotisivuilla tai verkkokaupassa, huomioiden kohderyhmät, verkkosivujen sisällöt, ulkoasu, tekninen toteutus
- **Ensimmäistä vaihetta kutsutaan kotisivuanalyysiksi**
- **Voit käyttää esimerkiksi näitä analyysityövälineitä**
 - [websitegrader.com](https://www.websitegrader.com)
 - www.seoquake.com

Digitaalinen löydettävyys top10 tehtävää

1. **Keyword phases eli avainsanat ja lauseet.** Googlella on omat sääntönsä. Valitse myynnin kannalta tärkeät lauseet ja sanat. Pelkkä pyöräily, aurinkolasit tai kesätapahtuma ei riitä!
 - Tehdään testi – Kirjoita hakukoneeseen seuraava ” verkkokauppakoulutus”
2. **Huolehdi**, että sivuillasi on oikeat **metatiedot** kieliversioittain
 - Huomioi sivustosi ylläpito-ohjelmisto eli julkaisujärjestelmä eli CMS
 - Tee hyvät SEO otsikot eli hakukoneotsikot (Titled) (max pituus 60 merkkiä)
 - Tee erinomaiset Meta kuvaukset (meta descripton) (160 - 320 merkkiä)
3. **Otsikot** ja väliotsikot paljon (H1, H2, H3) ihan kuin word asiakirjassa!
Mutta vain yksi H1 otsikko per sivu! – mitä tämä tarkoittaa omilla kotisivuilla tai verkkokaupassa?
4. **Tee leipätekstiä**, jossa tärkeimmät avainsanat/lauseet noin 5 kpl perusmuodossa, noin 5 taivutusta, noin 5 synonyymia, jopa 2000 sanaa (optimi-tilanne)
 - Maksimimäärä tekstiä?
 - Google on todella tarkka hakusanan käyttömäärästä (ei yli 3% määrää suhteessa muihin sanoihin)

Avainsanatutkimus

- Työvälineinä voit käyttää Google-työkaluja – Google Ads/Keyword Planner ja Google Trends
 - <https://trends.google.com>
- Työvälineinä voit käyttää kaupallisia ohjelmistoja kuten
 - SEMrush
 - Ubersuggest
- Työvälineenä voit käyttää myös asiakkaita
 - Eniten kysytyt kysymykset (FAQ, UKK)
 - <https://jongunjoenmatkailu.com/ukk/>
 - <https://ovimaalaamo.fi/ukk/>

Digitaalinen löydettävyys

13

5. Optimoi erityisesti kuvat (kuvatekstit, alt-tiedot, kuvien tiedostonimi)

Kuvan **tiedostonimen** tulee vastata tuotteen nimeä tai asiaa, mitä ko. sivulla myyt

Esimerkki

<https://www.arcticwarriors.fi/tuote/sinni-ruusujuuri-nokkonen-eliksiiri-100-ml/>

Kuvan **alt -tietojen** tulee vastata tuotteen nimeä tai asiaa, mitä ko. sivulla myyt

Vaikutukset: Saavutettavuus,
Hakukoneoptimointi



Digitaalinen löydettävyys top10 tehtävää

14

6. Huolehdi, että sivuillasi on linkkejä, sisäisiä ja ulkoisia sekä ristiin linkityksiä

Hakukoneet arvostavat sitä, että linkki on muualle kuin etusivulle

- Google ei pidä sumputtamisesta
- Voit tarkastaa ulospäin menevien linkkien eheyden esimerkiksi maksuttomalla www.brokenlinkcheck.com



DigiPro Liiketoiminta

DigiPro auttaa matkailuyrityksiä ja matkailualueita tekemään digitaalista **löydettävyttä**, **ostettavuutta** ja **myyntiä** ammattimaisesti kotimaassa ja kansainvälisillä markkinoilla. DigiPro on Visit Finland Partner ja toimii matkailun digitaalisen liiketoiminnan Visit Finland akatemiaverkostossa valmentajana.

Tutustu Digikoulutuksiin

Tutustu Asiantuntijapalveluihin

Varaa Digisparraus

"DigiPro" on lyhenne, joka koostuu sanoista "digitaalinen" ja "professional" (ammattilainen). Se viittaa digitaalisen teknologian asiantuntijaan tai ammattilaiseen. "DigiPro" -sanana kuvaa yritystä, joka tarjoaa asiantuntijapalveluita ja koulutusta digitaalisessa liiketoiminnassa, erityisesti matkailualalla. (ChatGPT).

DigiPro on Nice Group Consulting Oy:n partner ja osakasyritys. DigiPro on mukana Nice Group Consulting Oy toteuttamissa laaja-alaisissa projekteissa ja asiantuntijatehtävissä yhdessä Suomen matkailuliiketoiminnan kokeneempien ja parhaiden asiantuntijoiden tiimissä.

Arvioi kokemuksesi
palveluistamme Googlessa



Digitaalinen löydettävyys



Camping
HOSSAN LUMO

ETUSIVU MÖKIT LEIRINTÄALUE **AKTIVITEETIT** VUOKRAUS OTA YHTEYTTÄ

HIIHTÄMINEN

Hossan kansallispuistossa ja sen ympäristössä on noin 40km retkihihtolatuja. Camping Hossan Lumon pihasta lähtee latu, joka liittyy muuhun latuverkostoon. Latukartta löytyy [täältä](#). Huom. vesistöjen ylitse menevät reitit tehdään vasta jäätilanteen niin salliessa.

PATIKOINTI JA RETKEILY

Kansallispuiston alueelta löytyy noin 90km hoidettuja patikointi- ja retkeilyreittejä. Reitit ovat pääsääntöisesti helppokulkuisia ja soveltuu hyvin päiväretkeilyyn, mutta reittejä yhdistelemällä onnistuu myös useamman päivän vaellukset. Lisätieto reiteistä löytyy [täältä](#).

MAASTOPYÖRÄILY

Hossa tarjoaa erinomaiset puitteet maastopyöräilyyn. Kattavasta reitistöstä löytyy niin aloittelijalle kuin jo kokeneemmallekin maastopyöräilijälle sopivia reittejä. Hossan maastopyöräilyreitit selostuksineen löydät [täältä](#).

**Tämä linkki tulisi kirjoittaa esimerkiksi näin:
Hossan kansallispuiston ympäristön
latukartan voit katsoa täältä**



Aktiviteetteja



PATIKOINTI JA RETKEILY

Kansallispuiston alueelta löytyy noin 90km hoidettuja patikointi- ja retkeilyreittejä. Reitit ovat pääsääntöisesti helppokulkuisia ja soveltuu hyvin päiväretkeilyyn. Reittejä yhdistelemällä onnistuu myös useamman päivän vaellukset.



MAASTOPYÖRÄILY

Hossa tarjoaa erinomaiset puitteet maastopyöräilyyn. Kattavasta maastopyöräilyreitistöstä löytyy niin aloittelijalle kuin jo kokeneemmallekin pyöräilijälle sopivia reittejä.



MELONTA

Hossan lukemattomat jarvet ja joet takaavat erittäin mieluisan melontakokemuksen kaiken tasoisille melojille. Hossan Lumon rannasta pääsee tekemään joko leppoisan päiväretket Hossanjärvelle tai vaikka jatkamaan pidemmälle alas Hossanjokea aina Juntusrantaan asti! Tervetuloa tutustumaan Hossan upeisiin melontareitteihin!



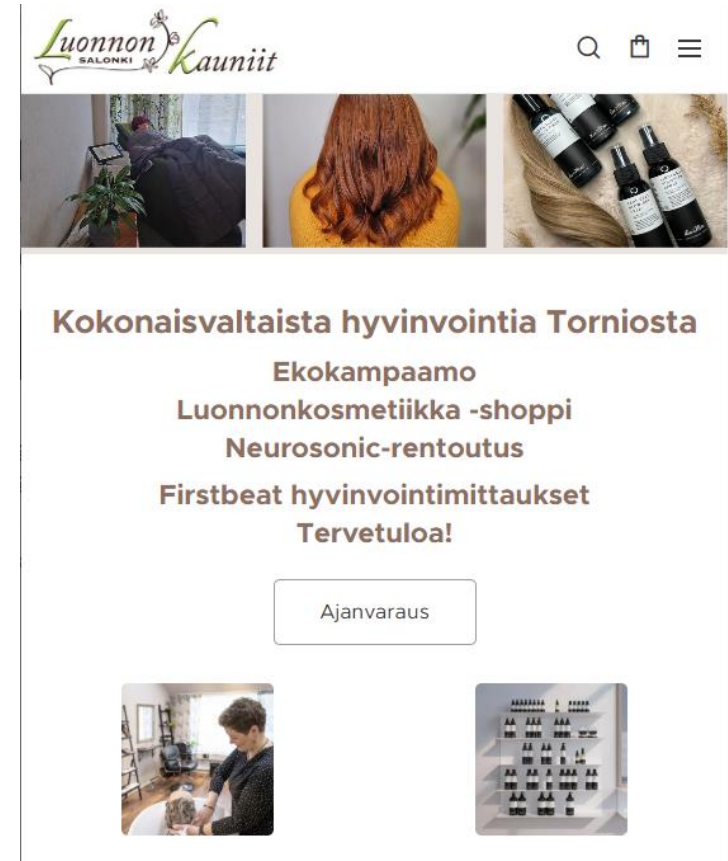
Digitaalinen löydettävyys

6. Huolehdi, että sivuillasi on linkkejä, sisäisiä ja ulkoisia sekä ristiin linkityksiä

- **Linkittäjä on luotettava sivusto.** Linkittävä sivusto tulee olla hakukoneiden silmissä luotettava. Luotettavaksi voidaan luetella sivusto, joka näkyy oman alansa hakutuloksien kärjessä. Sivustojen luotettavuutta voidaan arvioida myös **PA** ja **DA** luvuilla.
 - Lue näistä lisää artikkelista [Mikä on Page ja Domain Authority](#)
- **Linkki on suosittu.** Myös muut sivustot linkittävät saman linkin.
- **Linkki on lähteestä, joka käsittelee samoja asioita kun sinun sivustosi.** Linkki saisi mieluiten tulla sivustolta, jossa kirjoitetaan samasta aiheesta kuin sinunkin sivustollasi. Esimerkiksi ravintolan olisi hyvä saada linkkejä esimerkiksi ravintola-arvosteluita käsitteleviltä sivuilta.
- **Linkki on tekstimuodossa.** Laadukkain linkki on aina normaali tekstilinkki eikä esimerkiksi kuva.
- **Ankkuritekstissä on haluttu avainsana.** Linkin ankkuritekstissä esiintyy sana, jolla halutaan näkyä hakutuloksissa. Tässä esimerkki "kahvilat tampereella" ankkuritekseille. `<a href="www.yritys.fi/kahvilat-tampereella">Kahvilat Tampereella</a>`
- **Linkki on artikkelin tai sivun sisällössä.** Linkin laatuun vaikuttaa kun se on asetettu sivun sisällön sekaan eikä esimerkiksi ylä tai alatunnisteeseen.
- **Linkittävällä sivustolla ei ole tuhansia muitakin linkkejä.** Linkkilistojen vaikutus hakukonenäkyvyyteen on lähes olematon.

Ostettavuus – tee ostopolusta helppo

- Toimintakehotteet: nappi "varaa tästä", "soita nyt"
- Varauskalenteri, verkkokauppa, lomake
- Tiedot heti esiin: hinta, aikataulu, kesto
- Esimerkki: Tapahtuma ilman varauslinkkiä
→ asiakkaat eivät ilmoittaudu



Pienet parannukset – suuret vaikutukset

- Esimerkki 1: Painike lisätty etusivulle → klikkausten kasvu 30 %
- Esimerkki 2: Kuvan vaihto "ihmiskasvokuvaan" → luottamus lisääntyy
- Esimerkki 3: Uusi otsikko: "Tule elämykselliselle pororetkelle" → parempi hakunäkyvyys



Ilmaiset ja matalan kynnyksen työkalut

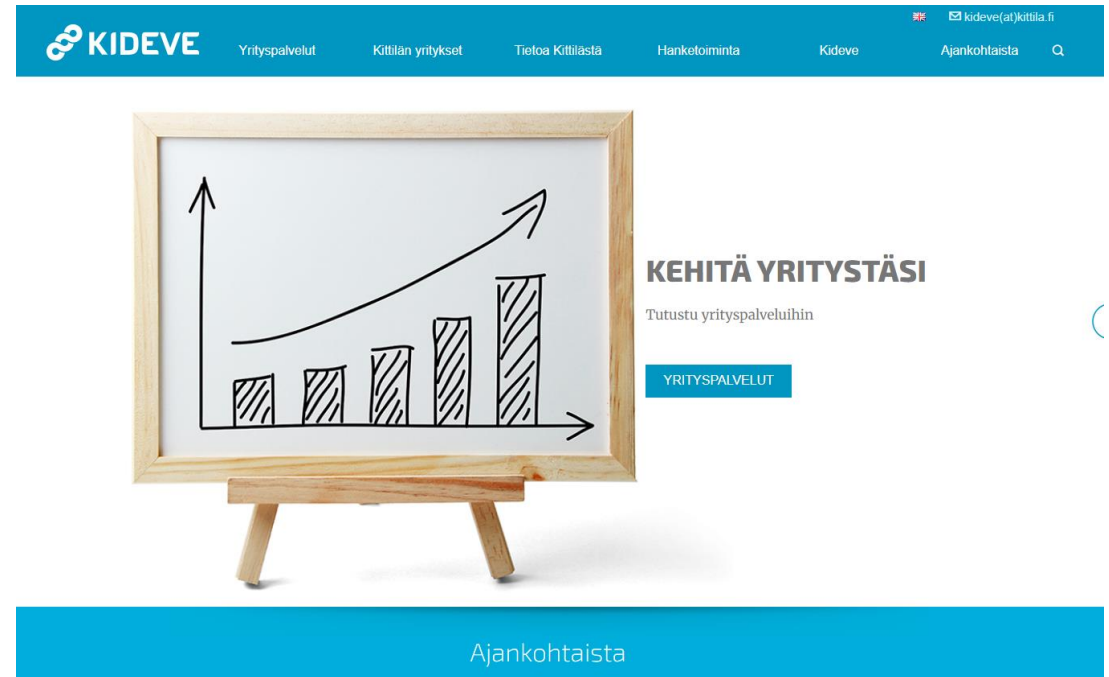
- Google PageSpeed Insights
 - Wave Accessibility Tool
 - Screaming Frog (SEO-skannaus)
 - ChatGPT (sisältöideoihin)
 - Google Trends (avainsanojen ideointi)
- <https://pagespeed.web.dev/>
 - <https://wave.webaim.org/>
 - <https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>
 - <https://chatgpt.com/>
 - <https://trends.google.com>

Harjoitus 1: Minä asiakkaana - Testaa oma sivusi

- Löydänpö heti, mitä myyt?
- Löydänpö yhteystiedot ja hinnat?
- Voinko ostaa / varata alle 3 klikkauksessa?
- Toimiiko mobiilissa?
- Merkitse 1 parannettava asia

Harjoitus 2: Arvioi naapurin sivu (3 min)

- Mitä yritys tekee? Selkeä vai epäselvä?
- Löytyikö tiedot?
- Miten toimi mobiilissa?
- Anna suullinen palaute ja 1 kehitysehdotus



Yhteenveto ja jatkoideat

- Tarkistuslista omalle sivulle
- Halutko sparrausta? → DigiPro tai paikalliset palvelut
- www.liiketoiminta.info/varaa-aika

Osa 2: Digitaalinen markkinointi – somen ja Canvan haltuunotto (3 h)

Aika: Tiistai 29.4.2025 klo 17.00 – 20.00

- Tässä työpajassa saat selkeän perusymmärryksen digimarkkinoinnin mahdollisuuksista ja konkreettisia työkaluja omaan käyttöön.

Sisältö:

- Miksi yrityksellä kannattaa olla somekanava (Facebook/Instagram)?
- Profiilien peruskuntoon laitto – vinkkilista mukana
- Orgaaninen postaus vs. maksettu mainonta: miten, miksi ja millä budjetilla?
- Maksetun mainonnan simppeli aloitus: esimerkki mainoksen tekemisestä
- Kuvan tekeminen Canvalla – ohjattu harjoitus (omat kuvat tai valmiit pohjat)
- Aikaa osallistujien omiin kysymyksiin ja käytännön testaukseen

Q&A