



2021-10-28 08:31 EEST

Näin SEO-optimoit blogikirjoituksen hakukonetulosten kärkeen!

Kun digitaaliset sisällöt lisääntyvät, kilpailu asiakkaiden huomiosta kovenee. Onneksi on edelleen monia keinoja tavoittaa kuluttajia, ja yksi niistä on SEO-optimointi. Kuulostaako hankalalta? Ei hätää, tässä blogikirjoituksessa käymme läpi kuinka ja etenkin *miksi* SEO-optimointi kannattaa.

Aloitetaan perusteista. *SEO* on lyhenne englanninkielisestä lauseesta “Search Engine Optimization”, joka suomennettuna tarkoittaa *hakukoneoptimointia*. SEO:n avulla parannetaan internetissä julkaistavan sisällön näkyvyyttä sellaisissa hakukonetuloksissa, joita ihmiset hakevat löytääkseen tietoa yrityksen toimialaan liittyvistä tuotteista tai palveluista. Sisällön optimointi kohdennetaan usein Googleen, sillä suurin osa ihmisistä käyttää kyseistä

hakukonetta pääasiallisena tiedonlähteenään. Ei tarvitse olla rakettitieteilijä ymmärtämään, että mitä paremman sijoituksen yritys saa hakukonetuloksissa, sitä suuremmat mahdollisuudet yrityksellä on kiinnittää asiakkaiden huomio – ja mikä tärkeintä, kasvattaa liiketoimintaa.

Miten SEO toimii?

Joka vuosi hakukoneiden avulla suoritetaan triljoonia hakuja, ja usein tietoa haetaan yritysten tuotteista tai palveluista. SEO on siis ratkaiseva osa digitaalista markkinointia ja sen tehokas soveltaminen usein tie menestykseen. Vaikka yhtälö kuulostaa helpolta, sisältöjen SEO-optimointi täytyy tehdä huolella, sillä hakukoneiden algoritmit kehittyvät entistä älykkäämmiksi. Menestyksen kannalta onkin ratkaisevaa ymmärtää, mistä *aiheista* ihmiset hakevat tietoa – ja tarjota omissa sisällöissä näihin hakuihin **ratkaisuja** ja vastauksia sekä sisällyttää julkaisuun sellaisia aiheeseen liittyviä **avainsanoja**, joita ihmiset ovat tiedonhauissa käyttäneet. Jos onnistut tässä paremmin kuin kilpailijasi, yrityksesi näkyy hakutuloksissa ensimmäisten joukossa.

Suunnittele sisältö jo etukäteen tutkimalla avainsanoja

Vaikka hakukoneista on tulossa entistä älykkäämpiä ja tehokkaampia arvioimaan sisältöjä, **avainsanat** ovat yhä minkä tahansa SEO-strategian kulmakivi. Kun olet valinnut sisältösi aiheen, selvitä julkaisusi aiheeseen [liittyvät avainsanat](#). Avainsanojen tutkiminen antaa sinulle kullanarvoista tietoa siitä, millaisilla hauilla kohderyhmäsi etsii aiheesta tietoa, ja näin voit lopulta luoda juuri oikeanlaista sisältöä suoraan **kohderyhmän tarpeisiin**. Sisällytä avainsanoja myös *otsikoihin* ja *väliotsikoihin*, jotta hakukoneet voivat löytää julkaisusi helpommin ja arvioida sen sisällön aiheen kannalta merkitykselliseksi.

Laadukkaampi sisältö - korkeampi SEO-ranking

Vaikka avainsanojen, [linkkien](#) ja metadatan käyttö SEO-optimoinnissa on tärkeää, yksi asia on edelleen ratkaisevinta: **sisältö**. Sisällön korostaminen voi kuulostaa itsestäänselvältä, mutta on helppo joutua hakukoneiden viettäväksi ja unohtaa, että sisältöjä luodaan kohderyhmälle, **ei** hakukoneille. SEO-optimointi toki auttaa kohderyhmää löytämään sinut, mutta vain **julkaisujen laatu** saa heidät jäämään luoksesi – ja laatu myös parantaa sijoitusta hakukonetuloksissa entisestään. Hyvin tehdyt sisällöt ovat entistä tärkeämpiä nyt, kun hakukoneiden algoritmeista tulee älykkäämpiä ja ne pohjaavat laaduntarkkailussa entistä tehokkaampien työkalujen varaan, kuten [Semantic searches](#) ja [Rich results](#). Google ei enää vain analysoi sisältöjä avainsanojen perusteella, vaan myös **kokonaisuutta**. Tähän analysointiin vaikuttaa myös

alati kasvavan joukon suorittamat tiedonhaut puheentunnistuksella sekä tekoälyllä operoivien käyttöjärjestelmien, kuten Sirin ja Alexan, avulla.

Toisin sanoen, algoritmit ymmärtävät entistä paremmin hakukoneiden käyttäjien kysymyksiä ja tiedonhakuja, eivätkä ne tuijota enää vain yksittäisiä sanoja. Hyvin tehdyt sisällöt huomataan, ja markkinoijalle tämä tarkoittaa sitä, ettei yksittäisiin avainsanoihin voi täysin tukeutua kävijöiden houkuttelemisen toivossa, vaan sisällön *on* vastattava tietoa etsivän kysymyksiin ja tarpeisiin. Kun laadukasta ja kohderyhmän tarpeisiin vastaavaa sisältöä SEO-optimoidaan, mahdollisuudet parempaan näkyvyyteen hakutuloksissa kasvavat. Pidä siis huoli siitä, ettet jää sisällöntuotannossa jälkeen, sillä SEO-optimointi ei ole itsessään oikotie onneen. Tässä hyviä sivuja, joihin suosittelemme tutustumaan:

- [AnswerThePublic](#)

– AnswerThePublic analysoi hakukoneiden, kuten Googlen, dataa ja kaivaa datasta esiin avainsanoihin hyödyllisiä lauseita ja kysymyksiä, joihin ihmiset etsivät vastauksia.

- [GoogleTrends](#)

– Google Trends on veloituseton datahallinnan työkalu, jonka avulla markkinoija voi ymmärtää paremmin kuluttajan reaaliaikaisia kiinnostuksen kohteita. Moni markkinoija käyttää tätä palvelua esimerkiksi asiakaskäyttäytymisen seuraamiseen.

- [Rich Results](#)

– Rich results kerää [jäsennehtyä dataa](#), ja voi sisällyttää tiedonhakuun myös kuvakaruselleja, kuvia tai muita tekstittömiä hakukohteita.

Älä koskaan unohda kohderyhmää

No niin, eiköhän kiteytetä kaikki asiat, joita olemme kanssasi käyneet läpi! Olemme korostaneet sitä, miten tärkeää on sekä SEO-optimoida että luoda *laadukasta* sisältöä. Kun SEO-optimoit julkaisua, pidä siis huoli siitä, että sisältö vastaa kohderyhmän tarpeisiin ja on korkeatasoista. **Mitä parempi sisältö, sen korkeampi sijoitus hakukonetuloksissa!** Käytä myös aikaa suosittujen avainsanojen, kysymysten ja lauseiden etsimiseen julkaisusi

aiheen tiimoilta. Näiden lisäksi kiinnitä huomiota siihen, että tekstisi on **helppolukuista** senkin jälkeen, kun olet lisännyt siihen valitsemiasi avainsanoja.

SEO-optimointi voi äkkiseltään tuntua kovalta työltä, mutta jos pidät nämä vinkkimme mielessä, olet oikealla tiellä!

Haluatko luoda itsellesi oman SEO-strategian? Lataa oppaamme käytännön vinkeillä [täältä!](#)

Mynewsdesk on Pohjoismaiden johtava viestinnän alusta, jota käyttää noin 5000 yritystä ja yli 77 000 käyttäjää päivittäin. Pilvipalveluihin perustuvat ratkaisumme sisältävät mediaseurannan, uutishuoneet ja tiedotteiden digitaalisen jakelun sekä PR-tulosten analysoinnin. Vuonna 2003 Tukholmassa perustettu Mynewsdesk on osa NHST Media Groupia.

Lisää tietoa: www.mynewsdesk.com

Yhteyshenkilöt



Mynewsdesk Suomi
Customer Success Team
finland@mynewsdesk.com