

NOPEALEHTI

Verkkovaraanin asiakaslehti | 1/2022

Tutustu uuteen evästeohjeistukseen s. 7

Saavutettavuustestauksella kohti

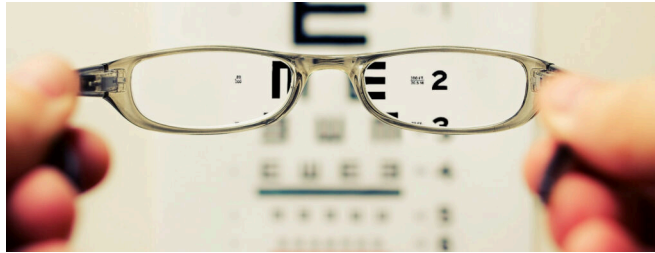
parempaa palvelua s. 4

Hanki jatkuvaa kävijävirtaa

hakukoneoptimoinnilla s. 12

Sisällysluettelo

- 3** Pääkirjoitus
- 4** Saavutettavuustestauksella parempaa palvelua
- 6** Verkkovaraanin viimeisimpiä saavutettavuusreferenssejä
- 7** Uusi evästeohjeistus julkaistu 9/2021
- 11** Kasvata asiakaskuntaa verkkomyynnillä
- 12** Hanki jatkuvaa kävijävirtaa hakukoneoptimoinnilla
- 15** Verkkovaraani on HubSpot kumppani
- 16** Miksi nopea.media?
- 18** Käytännönläheistä ja selkeäsanaista IT-koulutusta
- 20** Verkkovaraanin palvelut

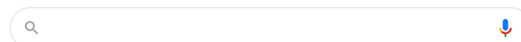


Sivu 4: Saavutettavuustestaus auttaa sivuston palvelukokemuksen kehittämisessä



Sivu 7: Tutustu Traficommin uuteen evästeasetukseen, joka kaikkien verkkosivujen tulee huomioida

Google



Google Search

I'm Feeling Lucky

Sivu 12: Voit saavuttaa jatkuvaa kasvanutta kävijävirtaa jo kertaluonteisella sivujen Google-optimoinnilla

Kustantaja: Verkkovaraani Oy, www.verkkovaraani.fi

Päätoimittaja: Jesse Kivialho, jesse.kivialho@verkkovaraani.fi, 050 46 123 46

Taitto: nopea.media-palvelu, <https://nopea.media>

Paino: PlusPrint (suomalainen paperi, painoprosessi tuulivoimalla)

Verkkosivut, jotka puhuttelevat vuonna 2022

Tervetuloa lukemaan vuoden 2022 Nopealehteä, Verkkovaraanin asiakaslehteä. Lehden olemme koostaneet nopea.medialla, jolla artikkelit julkaistaan helposti ja kustannustehokkaasti WordPressistä käsin sekä verkkoon että painovalmiiksi PDF-tiedostoksi.

Tässä lehdessä käsittelemme aiheita, jotka ovat tärkeitä verkkosivujen parhaalle mahdolliselle käyttökokemukselle sekä kävijöiden sitouttamiselle.

Vuonna 2022 verkkosivuilta odotetaan helppokäyttöisyyttä riippumatta laitteesta, sijainnista ja selaamistavasta. **Verkkosivujen saavutettavuus on pääasiallinen keino varmistaa sivujen ymmärrettävyys ja helppokäyttöisyys kaikille käyttäjryhmille ja kaikissa tilanteissa.**

Digitalisaation myötä myös **mahdollisuus verkko-ostoksiin on odotusarvo yhä useammalle.** Verkkokauppa mahdollistaa tuotteiden ja palvelujen entistä laajemman jakelun ja suuremman ostopotentiaalin. Hakukoneoptimoinnilla taas varmistetaan, että oikeat kävijät löytävät sivuille.

Myös tietosuoja on nykyajan digikäyttäjälle tärkeää. Kokemus siitä, mitä tietoja haluamme jakaa ja mistä meillä on oikeus kieltäytyä, tarkentuu koko ajan. Tutustu Traficomien uuteen evästeohjeistukseen sivulla 7.

Antoisia lukuhetkiä!





Saavutettavuustestauksella parempaa palvelua

Haluaisitko palvella ja sitouttaa sivukävijäsi entistä paremmin ja tavoittaa kaikki kohderyhmät mahdollisimman hyvin?

Saavutettavuustestaus auttaa selvittämään verkkosivujenne saavutettavuuden nykytilan ja kehitystarpeet. Se on askel kohti käyttäjäystävällisempiä verkkosivuja ja parempaa liiketoimintaa.

Saavutettavuus on kaikkien etu

Saavutettavuus on digimaailman esteettömyyttä. Sen perimmäinen tarkoitus on tarjota kaikille yhdenvertaiset mahdollisuudet toimia verkossa. Saavutettavuudella voidaan varmistaa, että digipalvelujen käyttäminen on yhtä huoletonta keskivertokäyttäjälle kuin esimerkiksi näkörajoitteiselle.

Saavutettavuus on tarpeen etenkin erityisryhmille, mutta siitä on hyötyä kaikille muillekin. Kun verkkosivusi ovat saavutettavat, asiakkaiden tavoittaminen ei jää kiinni teknisistä haasteista, epäselvästä käyttöliittymästä tai siitä, että sisältöä on vaikea ymmärtää. Sivut ovat houkuttelevat, myyntiä edistävät ja hakukoneystävälliset.

“**Asiantuntijamme testaavat verkkosivujenne saavutettavuuden WCAG 2.1 -standardin mukaisesti ammattitaidolla ja kilpailukykyiseen hintaan.**

Saavutettavuustestaus kertoo, mitä kannattaa kehittää

Asiantuntijan tekemä saavutettavuusauditointi paljastaa sivuston saavutettavuuden nykytilan ja kehityskohdat.

Me Verkkovaraanilla toteutamme saavutettavuustestauksen niin, että asiakas saa:

- › kattavan ja selkeän raportin sivujensa saavutettavuuden tilasta
- › listauksen oleellisimmista puutteista ja niiden korjausehdotukset
- › ymmärryksen siitä, mitkä asiat saavutettavuuteen vaikuttavat ja mitä sivuille tulisi konkreettisesti tehdä, jotta niistä saadaan saavutettavat.

Auditoinnin päätteeksi teemme myös saavutettavuusselosteen, jonka asiakas voi lisätä sivuileen lain edellyttämällä tavalla.

Jos saavutettavuutta ei ole sivujen rakennusvaiheessa huomioitu, löytyy sivujen saavutettavuudesta varmuudella kehitettävää. Testauksesta syntyneen raportin ja läpikäynnin avulla asiakas

tietää, mihin toimenpiteisiin tulee ryhtyä ja mitä huomioida jatkossa.

Kenelle verkkosivujen saavutettavuudesta on hyötyä?

Pelkästään Suomessa saavutettavia verkkopalveluita tarvitsee arvioiden mukaan yli miljoona ihmistä. Näitä henkilöitä ovat esimerkiksi he, joilla on heikentynyt näkö tai kuulo, fyysisiä rajoitteita, kognitiivisia haasteita tai lukihäiriö. Kuka vain voi myös tilapäisesti lukeutua saavutettavuuden erityisryhmiin esimerkiksi hälyisen tai kirkasvaloisien ympäristön tai vaikkapa murtuneen hiirikäden vuoksi.

Erityisryhmien lisäksi myös keskivertokäyttäjä hyöttyy siitä, että palvelu on helposti saavutettava. Saavutettavat sivut voivat olla visuaalisesti yhtä näyttävät ja mielenkiintoiset kuin mitkä tahansa muutkin sivut, ja lisäksi niillä:

- › käyttöliittymä toimii mutkattomasti kaikilla päätelaitteilla ja apuvälineillä – niin mobiilissa, pöytäkoneella, näppäimistöllä kuin ruudunlukijoilla
- › sivusto ja sen sisällöt on helppo hahmottaa, tietoa on helppo löytää ja sisällöt ovat ymmärrettäviä

Saavutettavat sivut ovat myös luonnostaan responsiiviset ja teknisesti hakukoneystävälliset. **Saavutettavuudesta huolehtiminen on yrityksen etu**, jos se haluaa tavoittaa kaikki kohderyhmänsä mahdollisimman hyvin ja palvella heitä käyttäjäystävällisellä sivustolla.

Miten saavutettavuustestaus tehdään

Saavutettavuustestaus etenee Verkkovaraanin kanssa seuraavasti:

- › Tarkastelemme aloituspalaverissa mm. sivujen nykytilannetta ja sovimme tasosta, jolle saavutettavuudessa pyritään (lähtökohtaisesti lain edellyttämän [WCAG 2.1 -standardin](#) AA-taso)
- › Teemme varsinaisen auditoinnin – tutkimme sekä työkalujen avulla että manuaalisesti verkkosivuston:
- › teknisen, visuaalisen ja sisällöllisen saavutettavuuden
- › käyttökokemukseen liittyvän saavutettavuuden esimerkiksi ruudunlukijoilla, näppäimistöllä, eri päätelaitteilla ja selaimilla selaten
- › vertaamme ominaisuuksia WCAG-standardin kriteereihin ja määrittelemme sen, täyttääkö sivusto kunkin olennaisen kriteerin
- › Laadimme auditoinnista raportin sekä saavutettavuusselosteen ja käymme ne asiakkaan kanssa läpi päätöspalaverissa

Saavutettavuustestaus Verkkovaraanilta

Autamme teidät kohti käyttäjäystävällisempiä digipalveluita.

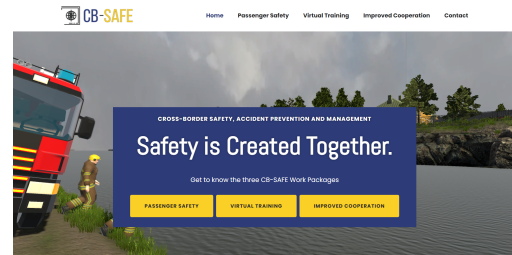
Meillä Verkkovaraanilla on kokemusta sekä WCAG-ohjeistuksen mukaisten verkkosivujen toteuttamisesta että olemassa olevien verkkosivujen saavutettavuuden auditoinnista.

Huomioimme saavutettavuuden kaikessa suunnittelussamme ja rakennamme alusta asti WCAG:n kriteerien mukaisesti saavutettavia sivustoja. Testaamme ammattitaidolla myös olemassa olevien sivustojen saavutettavuuden ja annamme työkalut niiden kehittämiseen. [Ota yhteyttä](#) (puh. 050 46 123 46) ja pyydä tarjous tai kysy lisää!

Viimeisimpiä saavutettavuustöitämme

Saavutettavat sivut kansainväliselle CB-SAFE-hankkeelle

Toteutimme saavutettavat sivut nopeana projektina CB-SAFE-hankkeelle. Sivut ja logon uudistus olivat valmiit alle kuukaudessa tarjouspyynnöstä. Tutustu sivuihin: cb-safe.info.

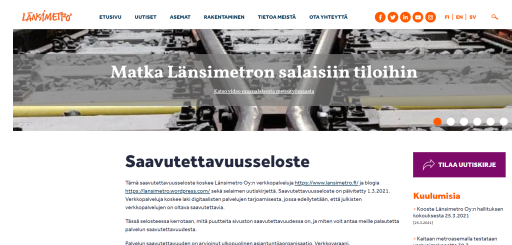


Saavutettavat sivut Pitäjänmäen putkisaneeraus -hankkeelle

Kaksivaiheisessa projektissa toteutettiin sivustolle kaksi eri ulkoasua, joissa molemmissa huolehdittiin lain kriteerien mukaisesta saavutettavuudesta. Tutustu sivuihin: pita-jamaenputkisaneeraus.fi.

Saavutettavuustestaus Länsimetro Oy:lle

Saavutettavuustestaus kohdistui Länsimetron pääsivustoon, blogisivustoon sekä uutiskirjeeseen. Projektin lopputuloksena Länsimetro sai havainnollisen raportin, saavutettavuusselosteen sekä suunnan saavutettavuuden loppuunviemiseen.



Saavutettavuustestaus Saamelaiskäräjille

Teimme saavutettavuusauditoinnin Saamelaiskäräjien sivustolle samediggi.fi. Sivut palvelevat kolmella eri saamen kielellä sekä suomeksi ja englanniksi. Saavutettavuusauditoinnissa tarkastelimme kaikkia sivuston kieliversioita ja keskityimme olennaisimpiin sivuihin ja toimintoihin.

Tutustu kaikkiin referensseihimme tarkemmin verkossa: verkkovaraani.fi/referenssit



Uusi evästeohjeistus julkaistu 9/2021

Liikenne- ja viestintävirasto Traficom on julkaissut 13.9.2021 oppaan verkkosivujen evästekäytännön linjauksista (traficom.fi/fi/saadokset/evasteohjeistus-palveluntarjoajille). Uudessa oppaassa ohjeistetaan, miten evästeet tulee verkkopalveluissa huomioida, jotta voidaan toimia lain edellyttämällä tavalla ja hyvien käytäntöjen mukaisesti. Tässä artikkelissa kerromme pääkohdat oppaan linjauksista ja siitä, miten evästekäytännöt tulisi tästedes ottaa huomioon.

Taustaa evästeistä ja niiden valvonnasta

Evästeet ovat tietoja, joita selain tallentaa verkkosivuilla vierailusta. Evästeitä on erilaisia ja ne voivat tallentaa vierailusta joko pysyvämpiä tai yhden istunnon aikaisia tietoja. Jäljempänä on eritelty tarkemmin evästeiden eri käyttötarkoituksia.

Suomessa evästeiden käyttöoikeuksiin ja kävijöiden tietojen tallentamiseen vaikuttaa [Laki sähköisen viestinnän palveluista \(pykälä 205\)](#), jonka taustalla on [EU:n sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi](#). Liikenne- ja viestintävirasto Traficom valvoo sähköisen viestinnän luottamuksellisuutta.

Traficomin uusi opas ja sen merkitys

Traficom on asiassa toimivaltainen viranomainen, joten vaikka opas itsessään ei ole juridisesti velvoittava, se **ohjeistaa palveluntarjoajia toimimaan lain edellyttämällä tavalla**.

Opas kertoo, miten toimia:

- evästeiden ja muiden palvelun käyttöä kuvaavien tietojen tallentamisessa ja käytössä sekä
- evästeitä koskevan suostumuksen toteutuksessa ja evästeistä tiedottamisessa.



Opas koskee kaikkia tahoja, jotka käyttävät verkkosivuillaan tai muussa sähköisessä viestinnässä kuten mobiilisovelluksissa evästeitä tai vastaavia seurantaan tekeviä tekniikoita (ks. luettelo tekniikoista oppaan sivulla 3). Käytännössä opas koskee siis kaikkia suomalaisia verkkosivuja, niin kaupallisia kuin ei-kaupallisia.

Traficomin ohjeistus koskee käytännössä kaikkia suomalaisia verkkosivuja. Se edellyttää palveluntarjoajia huomioimaan entistä tarkemmin evästeistä ilmoittamisen ja suostumuksen pyytämisen.

Verkkosivukävijän tulee saada helposti tietää, hyväksyä ja hylätä valitsemansa evästeet. Vain harvat evästetyypit voidaan pitää oletuksena päällä.

OTA MEIHIN YHTEYTTÄ, NIIN AUTAMME SIVUJENNE EVÄSTEKÄYTÄNTÖJEN MÄÄRITYKSESSÄ. jesse.kivialho@verkkovaraani.fi / Puh. 50 46 123 46.

Mikä muuttui syksyllä 2021?

Evästeet on huomioitu entistä tarkemmin jo kevästä 2020 lähtien, jolloin apulaistietosuoja-valtuutettu teki linjauksen evästekäytännöistä.

Nyt Traficomin ohjeistuksen myötä paine hyvien ja lainmukaisten käytäntöjen noudattamiseen on entistä suurempi ja se koskee kaikkia verkkosivustoja.

Opas kertoo selkeät linjaukset sille, mihin täytyy pyytää lupa ja miten evästeistä tulee ilmoittaa.

Ohjeistuksen myötä verkkosivukävijän rooli suostumuksen antamisessa on entistä aktiivisempi. Vain harvat evästetyypit voidaan pitää oletuksena päällä, ja kävijän tulee voida yhdellä klikkauksella hylätä kaikki ei-välttämättömät evästeet.

Verkkosivukävijöiden analytiikan seuranta jatkossa

Moni sivusto on tähän asti asettanut evästeet joko kokonaan lupaa kysymättä tai tehnyt evästeiden hylkäämisen hyväksymistä vaikeammaksi.

Uuden ohjeistuksen mukaan evästeistä kieltäytymisen tulisi olla yhtä helppoa kuin evästeiden hyväksynnän. Tämä voi johtaa siihen, että entistä useampi hylkää kaikki ei-välttämättömät evästeet. Tällöin esimerkiksi verkkosivuanalytiikan seuraaminen ei onnistu yhtä helposti kuin ennen.

Google on kuitenkin kehittämässä koneoppimiseen liittyviä keinoja, joilla seuranta voidaan

tehdä myös ilman evästeitä. Yksinkertaisten verkkosivujen kävijäseuranta voidaan tehdä myös ilman evästeitä, jolloin se on sallittua.



Uuden oppaan linjaukset pähkinäkuoressa

Evästeet, joihin ei tarvitse pyytää lupaa

Uuden ohjeistuksen mukaan lähes kaikkiin sellaisiin evästeisiin tulee pyytää lupa. Vain tietyt, tarkal-

leen määritellyt toimitukset varten olevat evästeet ovat sellaisia, joihin ei tarvitse pyytää käyttäjältä suostumusta.

Näitä niin sanottuja *välttämättömiä* evästeitä, jotka eivät vaadi suostumusta, ovat ainoastaan

- joiden ainoana tarkoituksena on mahdollistaa viestin siirto viestintäverkossa, tai
- jotka ovat välttämättömiä, jotta voidaan tarjota sellaista palvelua, jota tilaaja tai palvelun käyttäjä on nimenomaisesti pyytänyt.

Käytännössä tällaisia palvelun kannalta välttämättömiä evästeitä ovat esimerkiksi:

- Verkkokaupan evästeet, jotka mahdollistavat sen, että selain muistaa ostoskorissa olevat tuotteet
- Evästeet, jotka mahdollistavat sen, että selain muistaa käyttäjän lomakkeeseen syöttämät tiedot
- Evästeet, jotka liittyvät käyttäjän sisäänkirjautumiseen ja ovat usein istuntokohtaisia. Myös pysyvämmät kirjautumisevästeet, jos kävijälle annetaan mahdollisuus valita tunnistetietojen muistaminen.
- Tietoturvaan liittyvät evästeet
- Saavutettavuutta edistävät evästeet
- Evästeet, jotka tallentavat käyttäjän valitsemat evästeasetukset
- Käyttäjän mieltymyksiin ja personointiin liittyvät evästeet, jos kävijä odottaa palvelun olevan personoitua
- esimerkiksi kielivalinnan muistamista voidaan pitää välttämättömänä evästeenä, mutta verkkosivun suosittelien sisältöjen tarjoamista ei

Evästeet, joihin tulee pyytää lupa

Kaikkiin muihin kuin edellä mainittuihin välttämättömiin evästeisiin tulee pyytää käyttäjältä suostumus.

Näitä suostumusta vaativia evästetyyppejä ovat:

- Käyttäjän mieltymyksiin liittyvät evästeet, jos personointi ei ole oletus palvelun käytölle
- Kohdennettuun mainontaan ja markkinointiin liittyvät evästeet
- Sosiaalisen median alustoihin liittyvät evästeet

- › Analytiikkaevästeet eli kävijätietojen (mm. kävijöiden käyttäytymisen) seurantaan liittyvät evästeet analytiikkaevästeet voidaan katsoa välttämättömiksi vain, jos tieto ei välity kolmannelle osapuolelle (kuten Google Analyticsiin), jos sen perusteella ei voida tunnistaa yksittäistä kävijää ja jos voidaan perustella, miksi tietojen tallennus on nimenomaan kävijälle käyttökokemuksen kannalta oleellinen
- › Kävijän päätelaitteeseen liittyvät evästeet, jos niillä pyritään profiloimaan kävijää tiedot kuten kävijän käyttämä selain, laite ja laitemalli
- › Upotettujen sisältöjen näyttämiseen tai käyttämiseen vaadittavat kolmannen osapuolen evästeet
- › Chat-toiminnan mahdollistavat evästeet, jos ne tallentuvat käyttäjän koneelle ilman että hän itse avaa chatin
- › Sisällön näyttämiseen liittyvät evästeet, jos niitä käytetään mm. seuraamaan sitä, mitä sisältöjä kävijä on katsonut
- › Käyttäjän laitteen tarkan sijainnin määrittävät evästeet (muu kuin julkiseen IP-osoitteeseen liittyvä paikannus)

Miten lupa tulee pyytää ja mitä muuta pitää huomioida?

Suostumus eri evästeiden käyttöön tulee pyytää verkkosivukävijältä hänen avatessaan verkkopalvelun tai saapuessaan sivustolle.

Mitään muita kuin välttämättömiä evästeitä ei saisi asettaa käyttäjän päätelaitteeseen ennen kuin hän on tehnyt evästeiden käyttöä koskevat valinnat.

Suostumuksen on oltava "aktiivinen tahdonilmaisu", eli sitä ei voida pyytää valmiiksi rastituilla ruuduilla tai esimerkiksi ilmoittamalla, että "jatkamalla palvelun käyttöä hyväksyt evästeet". **Käyttäjän täytyy itse rastittaa tai vastaavalla tapaa hyväksyä ne evästetyypit, joihin antaa suostumuksensa.**

Evästeistä kieltäytymisen tulisi olla myös yhtä helppoa kuin suostumuksen. Käytännössä siis, jos tarjolla on valinta "hyväksy kaikki evästeet" pitäisi olla vastaavasti sen rinnalla valinta "hylkää kaikki ei-välttämättömät evästeet". Näiden lisäksi tulee voida valita tarkemmin, minkä tyyppiset evästeet hyväksyy ja mitkä ei.

Jos evästevalintoja ei tee ollenkaan, sivustolla tulee silti voida edetä. Tällöin sivuston tulee toimia kävijälle vain välttämättömillä evästeillä. Käytännössä siis mobiilissakin tulisi varmistua siitä, että evästepalkki ei täytä koko ruutua.

Käyttäjällä tulee olla myös mahdollisuus peruuttaa tekemänsä evästevalinnat mahdollisimman yksinkertaisella tavalla, johon annetaan ohjeet mieluiten suostumusta pyydetäessä. Käytännössä evästeasetuksiin pitäisi päästä helposti käsiksi esimerkiksi sivustolla näkyvää ikonia klikkaamalla. Peruutuksen tulee luonnollisesti poistaa tai ylikirjoittaa laitteelle tallennettut eväsetiedot.

EVÄSTEISTÄ TIEDOTTAMINEN

Suostumusta vaativista evästeistä ja tietojen käytöstä tai tallentamisesta tulee ilmoittaa kattavasti ja ymmärrettävästi silloin, kun kävijä tekee valintoja niiden suhteen. Myös välttämättömistä evästeistä on hyvä tiedottaa samaan tapaan. Tarkempi erittely tiedotettavista asioista ja evästeiden jaottelusta löytyy Traficomien oppaan sivulta 11 ([traficom.fi/fi/saadokset/evasteohjeistus-palveluntarjoajille](https://www.traficomin.fi/fi/saadokset/evasteohjeistus-palveluntarjoajille)).

Kasvata asiakaskuntaa verkkomyynnillä

Verkkokauppa on helppo ja tehokas tapa kasvattaa olemassa olevan yrityksen myyntiä tai käynnistää kokonaan uutta liiketoimintaa.

Verkkomyynnin suosio on alati kasvussa ja viime vuosien poikkeukselliset ajat ovat saaneet yhä useamman harkitsemaan verkkomyynnin mahdollisuuksia. Verkossa myydään tuotteita ja palveluita nykyään miltei alalla kuin alalla - aina kuluttajahyödykkeistä aineettomiin palveluihin.

Mikä tekee onnistuneen verkkokaupan?

Verkkokaupalle on monta onnistumisen kriiteeriä, mutta pohjimmiltaan sen tulee 1) puhutella ihanneasiakkaita, 2) ohjata luontevasti kohti ostoa ja 3) inspiroida myös heräteostoksiin.

Verkkokaupan ylläpitäjälle tärkeää on, että verkkokauppa toimii alustalla, jota on helppo päivittää ja ylläpitää, joka on luotettava ja jonka saa tehokkaasti optimoitua hakukoneita varten. Jotta myyntiä syntyy, tulee oikeiden asiakkaiden löytää tiensä verkkokauppaan helposti.

Ota meihin yhteyttä, jos harkitset verkkokaupan perustamista tai uudistamista! Konsultoimme ja annamme tarjouksen.
jesse.kivialho@verkkovaraani.fi / 050 46 123 46.

Tutustu myös Verkkokaupan ostajan oppaaseen, niin tiedät mitä kaikkea tulee ottaa huomioon verkkokauppaa perustettaessa:
sivut.verkkovaraani.fi/verkkokaupan-ostajan-opas

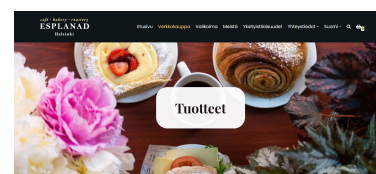


Liiketoiminnalle kasvua – Print & Refill

Uudistimme tulostamisen erikoisliike Print & Refillin verkkokaupan. Lisäsimme kauppaan myös sellaisia tuoteryhmiä, joita on aiemmin voinut ostaa vain myymälästä. Keväällä 2021 nämä uudet ryhmät toivat suurimman osan verkkokaupan tuotetuloista.

Myynnin lanseeraus verkossa – Café Esplanad

Loimme perinteikkäälle Café Esplanadille uudet verkkosivut ja niiden yhteyteen verkkokaupan. Kahvila on tähän mennessä myynyt tuotteitaan vain kivijalassa. Verkkokaupan avulla kahvila pyrkii kasvattamaan myyntiä etenkin yritysasiakkaille, jotka voivat helposti tilata verkosta kokoustarjoiluita tai vaikkapa liikelahjat.





Hanki jatkuvaa kävijävirtaa hakukoneoptimoinnilla

Hakukoneoptimointi on lähes poikkeuksetta kustannustehokkain tapa hankkia verkkosivuille liikennettä. Pelkästään Suomessa tehdään yli 30 miljoonaa Google-hakua päivittäin. Jopa 90 % ostoprosesseista käynnistyy nykyään verkossa. Lue, mistä Google-hakukoneoptimoinnissa on kyse ja mitä se vaatii.

Hakukoneoptimoinnilla 600 % lisää kävijöitä ja 160 % lisää yhteydenottoja

Asiakkaallemme Tuholaistorjuntakeskukselle olemme Google-hakukoneoptimoinnin avulla saaneet aikaan jatkuvaa kasvua niin organisisessa kävijämäärässä kuin yhteydenotoissa ja myynissä.

Hakukoneoptimointi on vuodessa tuonut muun muassa:

- 600 % lisää orgaanisia kävijöitä
- 160 % lisää yhteydenottoja
- Noin 80 olennaista hakutermiä Googlen top 3 -sijalla



Kun verkkosivunne ovat ajan tasalla ja tuotteet tai palvelut ostovalmiina, haluatte varmankaan, että asiakkaat ja muut kohderyhmät löytävät ne? Yksi kannattavimmista keinoista varmistaa tämä on kiinnittää huomiota sivuston hakukoneoptimointiin.

Hakukoneoptimointi tarkoittaa sisältöjen kuten artikkelien ja sivujen muotoilua ja määrittelyä niin, että ne löytyisivät mahdollisimman korkealta hakukoneissa tietyillä ennalta määritellyillä termeillä. Suomen suosituin hakukone on Google. Niinpä hakukoneoptimoinnilla pyritään yleensä hyvään Google-näkyvyyteen.

Tähtäimessä top 3 -sija (mieluiten top 1)

Hakukoneoptimoinnilla tavoitellaan sijoitusta Google-haun kolmen parhaan joukossa – mieluiten kärkisijalla.

Tutkimusten mukaan noin 90 % klikkauksista menee ensimmäisen hakutulossivun kohteille (top 10 sijat), 55 % kolmelle ensimmäiselle orgaaniselle hakutulokselle ja jopa 29 % ensimmäiselle orgaaniselle hakutulokselle (lähde: [Sistrix](#)). Mitä korkeammalle sijalle sivusi pääsevät, sitä suuremman osan liikenteestä siis saat.

Hakuooptimoinnin avulla saavutettuja Google-tuloksia kutsutaan orgaanisiksi. Ennen orgaanisia tuloksia tulevat maksetut mainokset. Maksettujen mainosten sijoituksissa on oma logiikkansa ja niiden osalta yritys maksaa jokaisesta uuden kävijän tekemästä klikkauksesta.

Googlen algoritmi määrittää sijoituksen

Googlen tavoite on näyttää käyttäjälle mahdollisimman hyvin hänen hakuaan vastaavia tuloksia. Tähän Google pyrkii algoritminsa avulla.

Googlen algoritmi käsittää yli 200 erilaista muutujaa, jonka perusteella botit arvioivat kaikkia miljardeja sivuja ja etsivät niiden joukosta nopeasti juuri kuhunkin käyttäjän hakuun sopivimmat. Google pitää algoritminsa salaisena, mutta alaan vihkiytyneillä on vahva käsitys siitä, mitkä ovat ne tärkeimmät sijoituksiin vaikuttavat seikat.

Hakukoneoptimointi Googlea varten on näiden kriteerien huomioimista, jotta hyvälle sijoille voidaan päästä. Lisäksi sijoituksia ja Googlen päivitysilmoituksia tulee seurata, sillä myös algoritmia ja sen tärkeimpiä kriteerejä päivitetään säännöllisesti.

Oikeiden avainsanojen valinta

Googlen kärkeen ei tietenkään haluta millä tahansa hakusanalla, vaikka kaikesta näkyvyydestä voikin olla hyötyä. **Liiketoiminnan kehityksen kannalta tärkeintä on, että kävijöitä saadaan sellaisilla hakutermeillä, jotka ohjaavat kohti tavoitteita kuten myyntiä.**

Vaateliikkeelle esimerkiksi “naisten poolopaita” olisi myynnin kannalta todennäköisesti olennaisempi hakutermi kuin vaikkapa “vaatteiden pesuohjeet”.

Tavoiteltavien avainsanojen hahmottamista varten tehdään analyysi muun muassa sijoitusten nykytilanteesta, kilpailukentästä ja olennaisten avainsanojen hakuvolyymista. Näiden pohjalta laaditaan suunnitelma siitä, mille avainsanoille lähdetään sisältöjä optimoimaan.

Avainsanat eivät ole ainoa sijoituksiin vaikuttava seikka. Lisäksi hakukoneoptimoinnissa varmistetaan muun muassa sivuston teknisiä määrittäjäseikkoja ja käyttäjäystävällisyyttä.

Hakukoneoptimoinnilla tuloksia vuodesta toiseen

Vaikka Googlen algoritmi päivittyykin säännöllisesti, ovat hakukoneoptimoinnilla saavutetut sijoitukset usein varsin kestäviä.

Jo kertainvestointi hakukoneoptimointiin voi tuoda lisääntyntä kävijävirtaa vuosienkin ajaksi. Mitä enemmän ja säännöllisemmin optimointia tehdään ja seurataan, sitä parempia tuloksia saadaan. Hakukoneoptimoinnilla hankittu näkyvyys kantaa hedelmää pitkälle tulevaisuuteen.

Kun oikeat termit saadaan Googlen kärkisijoille, tulee sivuille jatkuvasti kohderyhmään kuuluvaa kävijävirtaa. Lisääntynyt kävijämäärä johtaa myynnin kasvuun. Näin hakukoneoptimointiin sijoitettu summa maksaa itsensä nopeasti takaisin.

Verkkovaraani on digitaalisten palveluiden asiantuntija ja luotettava kumppani liiketoiminnan kehittämisessä.

Tuotamme sisällöt niin, että ne ovat paitsi Googlelle myös kohderyhmälle optimoituja. Kärkisijalta löytyvä sivukaan ei nimittäin tuo tuloksia, jos se ei puhuttele kävijää.

Meiltä saat muun muassa seuraavat palvelut:

- hakukonenäkyvyyden kartoitus ja kehityssuunnitelma
- avainsanasuunnitelma
- olemassa olevien sisältöjen optimointi valituille avainsanoille
- uusien sisältöjen tuottaminen ja optimointi valituille avainsanoille
- sivujen käytettävyyden ja esimerkiksi ohjauspolkujen kehittäminen
- hakukonenäkyvyyden seuranta ja kehitysehdotukset
- Google-hakukoneoptimoinnin koulutukset

[Ota yhteyttä ja pyydä tarjous.](#) Voit myös soittaa puh. [050 46 123 46.](#)

PRINT&REFILL

Uusi tuote verkkokaupan suosituimmaksi - Print&Refill

Asiakkallemme Print & Refillille toteutimme uuden WooCommerce-verkkokaupan, jonne hakukoneoptimoimme uusia tuotesivuja.

Projektin myötä uusia tuotteita on noussut Googlen kärkeen olennaisilla hakutermeillä ja yksi optimoiduista tuotteista on ollut myös verkkokaupan myydyin tuote. Googlen kautta sivuille tulee vuoden takaiseen verrattuna 275 % enemmän kävijöitä.

Nopeita tuloksia digimarkkinoinnilla – RoofFin Oy

Nostimme hakukoneoptimoinnin avulla vastikään kotisivut perustaneen RoofFin Oy:n palveluja Googlen kärkeen heille tärkeillä avainsanoilla.

Jo noin kuukauden sisään projektin aloituksesta sivut olivat nousseet Googlen top 10:n usealla hakusanalla. Projektin edetessä kolmen kärjessä oltiin yhteensä 17 olennaisella hakutermillä.





Verkkovaraani on HubSpot-kumppani

HubSpot-kumppanina Verkkovaraani auttaa sinua suosittun HubSpot-alustan käyttöönotossa ja käytössä. Neuvomme, miten parhaiten hyödynnät HubSpotin työkaluja ja autamme yritystänne saamaan tuloksia, kuten lisää myyntiä HubSpotin avulla.

HubSpot on täyden palvelun markkinointialusta, joka yhdistää laadukkaan CRM:n, markkinoinnin ja markkinoinnin automaation työkalut, myynnin työkalut ja verkkosivujen sisällöntuotantojärjestelmän.

HubSpotin hienous on se, että sen kaikki työkalut tukevat toisiaan ja lähes kaikki asiakasviestintään, markkinointiin ja myyntiin liittyvät toimenpiteet voidaan hoitaa samasta alustasta käsin. Tällöin markkinoinnin kokonaisuus on helppo hahmottaa, eri toimenpiteiden vaikutusta tuloksiin on helppo seurata ja kaikki olennaiset tiimit pääsevät samaan dataan käsiksi.

HubSpotin ytimessä on inbound-markkinointi, joka käsitteenä ja filosofiana on HubSpotin perustajan Brian Halliganin kehittämä. HubSpot onkin yksi suosituimpia alustoja inbound-markkinointiin.

Inbound-markkinointi

Haluaisitko, että potentiaaliset ostajat ottavat sinuun yhteyttä sen sijaan, että käytät päivät kylmäsoittoihin?

Inbound-markkinointi tähtää juuri siihen, että ostaja ottaa yhteyttä myyjään eikä toisin päin. Tähän päästään, kun tarjotaan oikeaan aikaan oikein kohdennettua sisältöä, joka puhuttelee.

Onnistunut inbound-markkinointi edellyttää suunnitelmallisuutta, seuranta ja testausta. Tuloksena kuitenkin syntyy lisää myyntiä, sitoutuneempia asiakkaita ja positiivista brändimieliä. Erotuksena outboundiin kuten suoramyyntiin, inbound tavoittaa paremmin oikeat kohderyhmät ja herättää luottamuksen.

Inbound-markkinointia voi toki toteuttaa ilman HubSpotiakin. Mutta HubSpot tarjoaa juuri inboundia varten suunnitellut, monipuoliset työkalut, joissa CRM kytkeytyy vahvasti markkinoinnin ja myynnin suunnitteluun ja toteutukseen.

HubSpot-käyttöönotto

Olemme HubSpot-kumppani ja autamme sinua HubSpotin käyttöönotossa sekä tietenkin toiveiden mukaan markkinoinnin toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa.

Esittelemme HubSpotin sinulle maksutta. Esittelyssä kartoitamme sopesiko HubSpot teidän markkinoinnin ja myynnin tavoitteiden saavuttamiseksi. Voit lukea lisää HubSpotista verkkosivuiltamme verkkovaraani.fi. **Varaa aika maksuttomaan esittelyyn soittamalla toimitusjohtajallemme Jesse Kivialholle 050 46 123 46 tai sähköpostitse myynti@verkkovaraani.fi**

Haluatko tietää lisää inbound-markkinoinnista? Ilmaisen inbound-markkinoinnin oppaastamme löydät tarkemmin tietoa inbound-markkinoinnista. Oppaan löydät osoitteesta <https://sivut.verkkovaraani.fi/inbound-markkinointi-opas>

Miksi nopea.media?

Verkkojuttu painoon helposti ja nopeasti

Nopea.media Wordpress-lisäosalla koostat helposti blogeista, artikkeleista, uutisista ja muusta **verkkosivuston sisällöstä painettavan julkaisun**. Tee edustava esite messuille, asiantuntijuuttasi vahvistava näyttävä opas tai monisivuinen painettu lehti sisäisille tai ulkoisille sidosryhmille helposti ja nopeasti!



Tavoita perinteiset lukijat kustannustehokkaasti

Vaikka verkkosisällöt ovatkin vallanneet alaa, osa lukijoista on helpointa tavoittaa painojulkaisulla. Tee **kohdennettu painojulkaisu kustannustehokkaasti** Nopea.media-lisäosan avulla ja tavoita ne lukijat, joita et verkossa saavuta.



Helppo sisällöntuotanto myös painoon

Nopea.media Wordpress-lisäosalla luot sisältöä **painoon yhtä helposti kuin verkkosivuille**. Painossa voit hyödyntää mm. koko sivun kuvia, useampaa palstaa, infolaatikoita ja monia muita taitto-ominaisuuksia. Voit myös yhdistellä samaa sisältöä useampaan eri painotuotteeseen ja lisätä sisältöä, jota ei verkkosivuilta löydy.



Ei erillistä taitto-ohjelmaa

Nopea.media:n avulla julkaisu taitetaan helposti Wordpressin intuitiivisella ja helppokäyttöisellä **Gutenberg-sisältöeditorilla**. Nopea.media tekeeikin InDesignille sen, minkä WordPress teki aikanaan verkkosivujen koodaamiselle – kuka vain voi luoda edustavan painetun julkaisun itse ilman ammattitaitajaa!



Ominaisuudet

Räätälöitävyys ja kohdennettavuus

Otetaan esimerkiksi tilanne, jossa olet menossa asiakaskäynnille ja haluaisit viedä keskustelun tueksi esitteen, josta löytyy tietoa puheena olevista tuotteistasi tai palveluistasi. Sen sijaan tai lisäksi, että sinulla on tarjota Power Point -esitys tai Excel-raportti, tekee asiakkaaseen varmasti vaikutuksen **näyttävä ja selkolukuinen julkaisu**, johon on koottu hänen tarvitsemansa tiedot. Nopea.media:n avulla verkkosivuilla olevasta sisällöstä voi valita juuri ne sisällöt, jotka sopivat kuhunkin tilanteeseen ja koostaa niistä julkaisun yhtä helposti ja nopeasti kuin tekisit esityksenkin. Luodessasi artikkeleita lisäosan avulla, muodostuu siitä automaattisesti pdf. Jos haluat painaa julkaisun annetta-

vaksi asiakkaalle, valitse pdf:n laaduksi "print", jolloin kuvat ovat määrittäksiltään painotuotteeseen sopivia.

Taitto ja ulkoasu

Nopea.media-lisäosalla sisältöä tuotetaan Gutenberg-editorilla samaan tapaan kuin Wordpressissä muutenkin. **Lisäosan mukana tulee muokausvalikko**, josta voi määritellä sivun asetukset. Artikkelille voi määritellä PDF-taittoa ja painoa varten marginaalit, pääotsikon koon ja tyylin ja esimerkiksi sen, näkyykö sivun pääotsikko pääkuvan päällä vai alapuolella. Lisäksi voi määritellä pääkuvan koon, joka voi olla esimerkiksi neljäosan, puolikkaan tai kokonaisen sivun kokoinen.

Lisäosan mukana tulevat vain erityisesti taittoa varten tarkoitettut lohkot eli blokit (**PDF Blocks**), joilla sisältöä voi esimerkiksi palstoittaa (jakaa kahteen tai useampaan vierekkäiseen sarakkeeseen), luoda tietolaatikon, lisätä tyhjää tilaa tai tehdä sivunvaihdon. Sisällysluetteloblokeilla sisällysluettelon luonti ja muotoilu onnistuu helposti.

Lisäosassa on käytössä useampia teemoja, joilla voidaan vaikuttaa sivun fonttiin, fonttikokoon ja yleisasetteluun. Kokoajan artikkeleita luodessa on mahdollista esikatsella sekä verkko- että painoversiota ja niin varmistaa, että sivu näyttää hyvältä molemmissa medioissa. Nopea.media-lisäosan käyttöä on opastettu tarkemmin jutussa "**Painettavan artikkelin luominen Nopea.media-lisäosalla**".

Yksittäisistä artikkeleista julkaisuiksi

Nopea.media-lisäosan avulla tuotettu julkaisu koostuu yleensä useammasta artikkelista. Artikkelit ovat **tavallisia WordPress-sivuston artikkeleita**, jotka luodaan Gutenberg-editorilla. Julkaisu luodaan "julkaisu"-valikossa, joka ilmestyy lisäosan mukana hallintapaneelin vasempaan reunaan. Uuteen **julkaisuun kootaan halutut artikkelit**, raahataan ne haluttuun järjestykseen ja määritellään julkaisulle alatunnisteet, jotka voivat olla haluttaessa eri parillisille ja parittomille sivuille. Lyhyitä artikkeleita voi myös laittaa useamman samalle sivulle.

Hinnoittelu

FREE: Verkkolaatuiset esitteet

- Luo lisäosan avulla näyttävän näköinen PDF-julkaisu verkkosivustosi sisällöstä
- PDF-julkaisun voit jakaa verkossa, sähköpostilla tai tulostaa itse

BROCHURE: Painovalmis A5-esite

- Voit yhdistellä esitteen useammasta verkkosivuston sisällöstä
- Painokelpoinen
- 4 esitettä / vuosi
- Käytön tuki
- 99 €/vuosi (+ALV)

KYSY MYÖS VERKKOLEHDEN YLLÄPITO, ALKAEN 50 €/KK (+ALV)

myynti@verkkovaraani.fi | 050-46 123 46
| <https://nopea.media>

Kun olet koonnut julkaisuun haluamasi artikkelit, voit esikatsella julkaisua ja tehdä siihen vielä haluamiasi muutoksia. Kun julkaisu on valmis, saat lisäosan avulla **helposti painovalmiin PDF-tiedoston**, jonka voit lähettää valitsemaasi painoon. Toinen vaihtoehto on jakaa julkaisua esimerkiksi esitteenä verkkosivustolla, itse tulostamalla tai sähköpostin välityksellä.

Samalla vaivalla printtiin ja verkkoon

Kun olet asentanut nopea.media-lisäosan sivustollesi, on se aina käytössäsi tekstieditorissa. Voit siis tuottaa sisältöä sivustolle kuten ennenkin ja julkaista sen verkossa, mutta samalla voit tehdä siitä myös painovalmiin version. Lisäosan etuna onkin kustannustehokkuus – etenkin, jos tarkoituksenasi on joka tapauksessa julkaista sisältöä **sekä verkkoon että printtiin**. Sisällön ei tietenkään tarvitse olla täysin identtistä molemmissa medioissa. Printtiin voit valikoida kuhunkin tarkoitukseen sopivat artikkelit. Toisekseen voit lisätä painettuun julkaisuun mukaan myös esimerkiksi muualla tuotettuja tiedostoja, kuten valmiin PDF-muodossa olevan mainoksen tai kansilehden.

REPORT: Painovalmis A4-raportti tai vuosijulkaisu

- Voit yhdistellä painokelpoisen raportin useammasta verkkosivuston sisällöstä
- 2 julkaisua / vuosi
- 10 A5-esitettä / vuosi
- Premium käytön tuki
- 100 €/kuukausi tai 999 €/vuosi (+ALV)

MAGAZINE: Painovalmiit A5 tai A4-lehdet

- Voit yhdistellä painokelpoisen lehden useammasta verkkosivuston sisällöstä
- 4 julkaisua / vuosi
- 20 A5-esitettä / vuosi
- Premium käytön tuki
- 200 €/kuukausi tai 1999 €/vuosi (+ALV)
- lisälehdet 400 €/kpl (+ALV)

nopea.media

Käytännönläheistä ja selkeäsanaista IT-koulutusta

Tilaa räätälöity IT-koulutus yrityksellesi tai tule hyvää palautetta saaneille avoimille kursseillemme

Piuha tarjoaa monipuolista IT-koulutusta. Päätuotteita ovat digitaalisen markkinoinnin ja web-suunnittelun kurssit (mm. SEO, Google Ads & Analytics ja WordPress) sekä Microsoft Office -koulutukset (mm. Excel, Access, PowerPoint, Word). Kaikilla kouluttajillamme on vankka kokemus kouluttamisesta työkaluista sekä innostunut asenne jakaa osaamistaan eteenpäin.



Räätälöity IT-koulutus yrityksesi tiloissa tai etänä

Helppo tapa tehostaa tiimisi IT-osaamista. Kartoitamme lähtötason ja ja suunnittelemme yhdessä teidän tarpeisiinne parhaiten sopivan IT-koulutuksen. Tulemme luoksesi pääkaupunkiseudulla tai sovittaessa myös muualle Suomeen. Toteutamme koulutukset tarpeen mukaan myös etänä verkon kautta!

Järjestämme myös avoimia kursseja:

SEO & Google Ads -kurssit

Hanki lisää asiakkaita hakukoneoptimoinnilla, mittaa tuloksia Google Analyticsilla ja markkinoi tuotteitasi Google AdWordsilla.

Hakukoneoptimointi & Google Analytics -kurssi

395 € +ALV 24%

Hanki lisää näkyvyyttä ja kävijöitä web-sivuillesi hakukoneoptimoinnin (SEO) avulla. Käytännönläheisellä hakukoneoptimointikurssilla pääset myös analysoimaan omaa sivustoasi hakukoneoptimoinnin kannalta ja saat monia kallisarvoisia vinkkejä entistä parempaan sijoittumiseen hakutuloksissa. Kurssilla tutustutaan lisäksi web-analytiikkaan ilmaisella Google Analytics -ohjelmalla.

Seuraavat kurssipäivät:

- Ke 6.4.2022, etätoteutus
- Lokakuu 2022

Google Ads -tehokurssi

395 € +ALV 24%

Google Ads -tehokurssilla opitaan luomaan tehokas kampanja ja valitaan omaan toimintaan parhaiten liittyvät avainsanat. Avainsanojen tutkimiseen käytetään mm. uutta avainsanojen suunnittelijaa (Keyword Planner). Lisäksi opitaan luomaan toimivia mainoksia, joilla on myös korkeat laatuasteet. Kampanjan optimointiin ja tulosten seurantaan on myös luvassa tarkempaa opastusta. Tehokurssi on suunnattu AdWordsia aloittavalle tai sitä jo hieman käyttäneelle. **Kurssilla käytetään AdWordsin uutta käyttöliittymää!**

Seuraavat kurssipäivät:

- To 7.4.2022, etätoteutus
- Lokakuu 2022

HAKUKONEOPTIMOINTI & GOOGLE ADS -KURSSIT NYT YHTEISHINTAAN 700 € + ALV 24%.

Lisätiedot ja ilmoittautumiset <https://www.piuha.fi>

WordPress-kurssit

WordPress-kurssilla opit päivittämään ja ylläpitämään web-sivuja WordPress-julkaisujärjestelmällä. Järjestämme myös WooCommerce-verkkokauppakursseja ja koulutuksia uuteen WordPress Gutenberg -sisältöeditoriin!

Ylläpitäjän kurssi

395 € +ALV 24%

Asenna käyttöösi WordPress-julkaisujärjestelmä ja ylläpidä sitä turvallisesti. Muokkaa ulkoasua asentamalla teemoja ja vimpaimia. Asenna lisäosia mm. lomakkeisiin ja kalenteriin. Estä hyökkäykset sekä roskaposti ja laita sivustosi hakukonenäkyvyys kuntoon!

Seuraavat kurssipäivät:

- Ke 30.3.2022 klo 9.00–16.00, etätoteutus
- Lokakuu 2022

Sisällöntuottajan kurssi

395 € +ALV 24%

Päivitä ja muokkaa WordPress-nettisivujen sisältöä helposti. Lisää tekstiä, kuvia ja videoita sivuillesi ammattimaisesti. Opi kirjoittamaan verkkoon tiiviisti ja hakukoneystävällisesti. Hallitse myös navigaatiovalikot ja kieliversiot.

Seuraavat kurssipäivät:

- To 31.3.2022 klo 9.00–16.00, etätoteutus
- Lokakuu 2022

WORDPRESS YLLÄPITÄJÄN JA SISÄLLÖNTUOTTAJAN-KURSSIT NYT YHTEISHINTAAN 700 € + ALV 24%

Kaikki kurssit, lisätiedot ja ilmoittautumiset <https://www.piuha.fi>

Microsoft Office -kurssit

Enemmän aikaa vähemmässä ajassa! Opi käyttämään Exceliä, PowerPointia ja Wordia oikein ja tehokkaasti.

Excel - Tehokas peruskurssi

395 € +ALV 24%

Taulukkolaskennan perusteet ja hyödyllisimmät vinkit tiiviissä paketissa. Täytä taulukot oikein ja säästä aikaa käyttämällä pikanäppäimiä. Käytännönläheiset harjoitukset ja henkilökohtainen opastus!

Seuraavat kurssipäivät:

- Ti 29.3.2022 klo 9.00–16.00, etätoteutus
- Lokakuu 2022

Excel-jatkokurssi

395 € +ALV 24%

Syvennä Excel-osaamistasi monipuolisilla kaavoilla ja funktioilla. Yhdistele tietoja eri taulukoista hakufunktioilla. Siivoa taulukoita nopeasti yhdistelemällä esim. tekstifunktioita ja loogisia funktioita. Nauhoita makroja, joilla säästät aikaa ja hermoja rutiinitoimenpiteissä!

Seuraavat kurssipäivät:

- Ke 30.3.2022 klo 9.00–16.00, etätoteutus
- Lokakuu 2022

EXCEL-PERUSKURSSI JA -JATKOKURSSI NYT YHTEISHINTAAN 700 € + ALV 24%.

Kaikki Excel, Word ja Powerpoint-kurssit ja ilmoittautumiset <https://www.piuha.fi>

Verkkovaraani

Me Verkkovaraanissa moninkertaistamme kävijämääräsi ja tuplaamme konversioprosenttisi digimarkkinoinnilla, räätälöidyillä verkkopalveluilla ja mieleenpainuvilla yritysilmillä.

Verkkosivut



Näyttävät, modernit ja saavutettavat verkkosivut, jotka suunnitellaan juuri sinun yrityksesi tarpeisiin.

Digimarkkinointi



Parempi kokonaisuus verkkoläsnäolölle saavutetaan hyödyntämällä mm. hakukonemarkkinointia, uutiskirjeitä ja analytiikkaa.



Verkkokaupat

Helposti hallittava ja käyttäjäystävällinen WooCommerce-verkkokauppa kasvattaa yrityksesi myyntiä.



Piuha IT-koulutus

Käytännönläheistä ja selkeäsanaista IT-koulutusta. Aiheina mm. WordPress, hakukoneoptimointi, Google Analytics & Ads ja Microsoft Word, Excel & PowerPoint.

Graafinen suunnittelu



Tee vakuuttava ja asiantunteva ensivaikutelma ammattitaidolla suunnitellulla ja näyttävällä organisaatioilmeellä.

Painojulkaisut



Taita PDF:t ja painetut julkaisut verkkosisällöstä helposti. Toteuta lehdet, raportit, oppaat ja vuosikertomukset kustannustehokkaasti.