

Paremmat verkkosivut

**PIKAOPAS
YRITTÄJÄLLE**

Teemu Suoranta

Paremmat verkkosivut

Pikaopas yrittäjälle

Kustantaja: Teemu Suoranta

Teksti ja taitto: Teemu Suoranta

Kansikuvat ja sisällysluettelon kuva: Jay Mantri

ISBN 978-952-93-4394-2

Copyright © 2014 Teemu Suoranta

Miksi yrityksesi

tarvitsee kotisivut?

Laadukas sivusto lisää uskottavuutta

Verkkosivut ovat usein asiakkaan ensivaikutelma yrityksestä. Hyvin tehdyt sivut tuovat uskottavuutta ja viestivät ammattimaisuutta. Tökeröistä sivuista päättee palvelunkin olevan huonoa. Huono yleisvaikutelma yhdistyy tuotteisiisi ja yritykseesi.

Verkkosivut parantavat asiakaspalvelua

Verkkosivuilla voit viestiä asiakkaille kellon ympäri esimerkiksi ajankohtaisista uutisista ja tuotevalikoimastasi. Asiakas tavoittaa yrityksesi niin kotona pöytäkoneella kuin liikkeellä älypuhelimella. Jos et ole verkossa, palveluja hakukoneella etsivä ei saa tietää olemassaolostasi.

Sivusto maksaa itsensä takaisin

Verkkosivuston avulla yritys saa uusia asiakkaita. Kuinka monta asiakasta riittää maksamaan ammattimaisesti toteutetut verkkosivut? Useilla aloilla muutama riittää. Siitä eteenpäin kaikki on voittoa.

Yleisimmät mokat

yriytysten verkkosivuilla

Itse tehty tuhlaa aikaasi ja karkottaa asiakkaita

Aloittava yrittäjä haluaa säästää menoissaan. Verkkosivut kyhätään kasaan itse pikaisesti. Se valitettavasti näkyy. Tökeröt sivut antavat yrityksestä epäluotettavan kuvan. Samalla yrittäjä tuhlaa kallista aikaansa.

Sivustolta puuttuu tavoite

Sivustolla tulisi olla selvä tavoite asiakkaan vierailulle. Ei riitä että listataan tietoa ja toivotaan parasta. Tavoiteltava toiminta voi olla vaikka tilauksen tekeminen tai yhteydenotto. Kun tavoite on selvä, koko sivusto on rakennettu toteuttamaan tavoite ja aktivoimaan asiakas toimimaan.

Sekava ja vanhentunut sisältö

Pitkä jäsentelemätön teksti tappaa kiinnostuksen alkuunsa ja ajaa asiakkaan muualle. Sekavuus johtuu usein tavoitteen puutteesta. Selkeästi vanhentunut sisältö saa asiakkaan pohtimaan onko firmasi enää pystyssä. Hyvän joulun toivotuksia voi nähdä yritysten sivustoilla kesälläkin.

Kävijät eivät löydä sivustolle

Sivustoa ei löydy hakukoneilla. Hakukoneoptimointi on teknisesti mokattu tai sisältö on ympäröivää. Google saattaa rankaista sijoitustasi esim. muualta kopioidun sisällön vuoksi. On myös saatettu panostaa hakujen kannalta epäolennaisiin hakusanoihin: puhut toimitilahuoltajasta kun asiakas etsii siivoojaa.

Älypuhelimella selaavat turhautuvat

Jos älypuhelimien ja tablettien käyttäjiä ei ole huomioitu, näillä laitteilla selailu on yleensä hankalaa. Pahimmassa tapauksessa jotain sivuston osaa ei saa kosketuslaitteella auki tai mikään ei toimi. Jos nykyinen sivusto on yli kolme vuotta vanha, älypuhelimia ei todennäköisesti ole huomioitu.

Pikaoppaan seuraavassa osassa käydään vaihe vaiheelta läpi kuinka yritykselle suunnitellaan ja toteutetaan paremmat verkkosivut. Teknistä puolta ei käsitellä, sillä se on sinulle yrittäjänä täysin turhaa. Keskitytään siihen, mitä sinun kannattaa tehdä.

Sisältö

1 Ammattilainen avuksi

2 Päätetään tavoite

3 Muotoillaan myyvä sisältö

4 Ulkoasu tukee sisältöä

5 Valmistaudutaan julkaisuun

6 Julkaisun jälkeen



Muistilista yrittäjälle

1 Ammatilainen avuksi

Miten ammatilainen auttaa?

Ammattilainen voi olla yksittäinen yrittäjä, mainostoimisto tai joukko yrityksiä. Ammatilainen muovaa kanssasi sisältöä, auttaa kirjoittamisessa, tekee ulkoasuehdotuksia, toteuttaa sivuston ja julkaisee sen. Ammatilainen ohjeistaa myös sivuston päivittämisen sekä vastaa kysymyksiisi verkkosivuista.

Miten valitset sopivan ammatilaisen?

Tutustu ehdokkaiden verkkosivuilla aikaisempiin töihin vakuuttaksesi osaamisesta. Etsi portfolioista varsinkin samantyyppisiä sivustoja, jotka haluat yrityksellesi. Voit kysyä tutuilta yrittäjiltä suosituksia, sillä hyvistä tekijöistä kerrotaan eteenpäin. Kun sopiva ehdokas on löytynyt, ota yhteyttä ja järjestä tapaaminen ennen sopimuksen tekoa.

Miten onnistut kommunikoinnissa?

Paras tapa kommunikoida on tapaaminen. Tapaamisella voit kysyä epäselviä asioita, tehdä nopeasti päätöksiä ja päästä yhteisymmärrykseen. Älä pelkää kysyä tyhmiäkään kysymyksiä. Selvitä budjetti jo alussa ja kerro toimivasi sen rajoissa. Järjestä tapaaminen esimerkiksi kahden viikon välein sekä soita ja lähetä sähköpostia pienemmissä asioissa.

2 Päätetään tavoite

Kuka on tavoiteasiakkaasi?

Rajaa kohdeasiakas. Se voi olla esimerkiksi pienyrittäjät, purjehdusta harrastavat, eläkeläiset tai turkulaiset. Rajaaminen mahdollistaa asiakasta puhuttelevan markkinoinnin sen sijaan, että yritetään haalia jokaista liikkeen ohi kävelevää asiakkaaksi.

Mitä haluat asiakkaan tekevän?

Tavoite kertoo, mitä haluat asiakkaan tekevän sivustolla tai niiden johdosta. Se voi olla tilauslomakkeen täyttäminen, yhteydenotto, kuvaston lataaminen, tuotevalikoimaan tutustuminen, uutiskirjeen tilaaminen tai liikkeessä vierailu. Selkeintä on rajata tavoitteet 1-3 toimintaan.

Mitä tietoa asiakas tarvitsee toimiakseen?

Nyt kun tavoite on selkeä, suunnitellaan mitä tietoa asiakas tarvitsee toiminnan tueksi. Jotta asiakas tekisi tilauksen, tarvitaan tietoa hyödyistä, ominaisuuksista, sopivuudesta, hinnasta ja ostotavoista. Yhteydenottoon riittää yhteystietojen selkeä esitys ja suora kehoitus ottaa yhteyttä. Koko sivusto rakennetaan aktivoimaan asiakasta toimimaan.

3 Muotoillaan myyvä sisältö

Miksi asiakas tarvitsee tai haluaa tuotteesi?

Hyödyt ovat tuloksia ja seurauksia. Ne selviävät kysymällä mitä tuotteesi hyödyttää? Jos ilmoitat pelkkiä ominaisuuksia ja teknisiä yksityiskohtia täytyy asiakkaan itse yrittää selvittää miksi hän haluaisi tuotteesi. Kaikkiin ihmisiin vaikuttavat sama laiskuus ja mukavuudenhalu. Löydä tapa helpottaa asiakkaan elämää.

Kenelle tuotteesi sopii?

Tavoiteasiakaskunta kannattaa usein jakaa vielä pienemmiksi ryhmiksi. Näillä ryhmillä on erilaiset tarpeet ja sinun tulee vakuuttaa sopivuutesi niille kaikille. Hierojalla on useita asiakasryhmiä vaikka pääpiirteittäin palveluna on aina hieronta. Hierojan kannattaa vakuuttaa sopivuutensa erikseen esim. hartiakipuihin, hemmotte luun ja urheilijoille. Kerro ryhmän tunnuspiirteet ja miten tuotteesi auttaa juuri heitä.

Miten tuotteesi voi ostaa?

Kun hyödyt ja sopivuus on selvitetty, viimeistellään homma kertomalla kuinka tuotteesi voidaan hankkia. Kehota ryhtymään toimeen heti. Toiminta voi olla lomakkeen täyttämistä, puhelinsoitto tai liikkeessä käynti.

Miksi ammattimaiset kuvat kannattavat?

Ammattikuvaaja hallitsee kuvan sommittelun ja kuvattavien ohjeistamisen niin, että kuvista välittyy halutut asiat. Hyvät kuvat tukevat sisältöä sekä saavat yrityksen vaikuttamaan kiinnostavalta ja erottumaan kilpailijoistaan. Valmiita kuvia saat ostettua kuvapankeista, mutta laadukkaat kuvat toimitiloista, tuotteista ja henkilökunnasta kertovat yrityksestäsi paljon enemmän.

Miten teet sisällön hakukoneystävälliseksi?

Sisältö jaetaan sivuille (kuten palvelut ja yritys), alaotsikoiden alle sekä kappaleisiin. Tekstissä ja otsikoissa tulee käyttää sanoja, joita hakukoneella hakeva voisi käyttää etsiessään sivustoasi. Kullekin sivulle voi määrittää oman otsaketekstin ja lyhyen kuvauksen, jotka näkyvät hakutuloksissa. Tee sisältö kuitenkin ensisijaisesti hyödylliseksi kävijöille eikä hakukoneille.

Kuka kirjoittaa tekstit?

Yritys osallistuu aina jossain määrin tekstien tuottoon. Rooli voi vaihdella kaikkien tekstien kirjoituksesta pelkkien faktojen välitykseen, jolloin joku ammattilainen kirjoittaa lopulliset tekstit. Yleensä ideointi, rajausta ja väliotsikointi mietitään yhdessä, jolloin yrittäjä kirjoittaa raakatekstiä, jota yhdessä hiotaan lopulliseen muotoonsa.

4 Ulkoasu tukee sisältöä

Mikä on ulkoasun tärkein tehtävä?

Ulkoasu sisältää asettelun, jaottelun ja kaikki sivuston ulkonäköön liittyvät kysymykset. Ulkoasun tulee toteuttaa samaa tavoitetta kuin sisältö. Ulkoasu esittää sisällön selkeästi, helppolukuisesti ja tyylikkäästi. Yksinkertainen toimii aina parhaiten.

Miten pidät mobiiliselailijat tyytyväisinä?

Älypuhelinien käyttäjät haluavat löytää etsimänsä nopeasti ja odottavat verkkosivujen selaamisen helpoksi pienilläkin laitteilla. Kun sivustosta tehdään responsiivinen, se mukautuu kaiken kokoisille näytöille ja sisältöä voi järjestää uudestaan tai piilottaa erikokoisten laitteiden tarpeiden mukaan. Korosta mobiililaitteilla liikkellä oleville asiakkaille tärkeimmät tiedot. Ravintolalle se tarkoittaa aukioloaikoja, yhteystietoja ja ruokalistaa.

Mikä on osasi ulkoasun suunnittelussa?

Ulkoasun suunnittelun hoitaa pääasiassa palkkaamasi ammattilainen. Suunnittelu tehdään asettamienne tavoitteiden ja sisällön perusteella. Ammattilainen osaa tehdä päätöksiä puolestasi ja tarjota vaihtoehtoja, joista voit valita mieleisesi. Voit esittää myös toiveita ja ideoita. Älä kuitenkaan stressaa liikaa ulkoasusta itse vaan anna ammattilaisen hoitaa homma.

5 Valmistaudutaan julkaisuun

Mitä kuuluu sivuston lopputarkastukseen?

Sivusto on toteutettu ja ennen julkaisua tehdään vielä viimeiset tarkistukset. Näytä sivustoa sukulaisille tai ystäville ja varmista, että he ymmärtävät mistä sivustolla on kyse. Palautteen perusteella tekstejä ja asettelua kannattaa vielä hioa. Ulkopuoliset löytävät kirjoitusvirheet helpommin. Tarkista, että yhteystiedot ovat varmasti oikein. Toteuttaja huolehtii teknisestä testauksesta. Sivusto on valmis julkaisuun.

Mitä julkaisuun vaaditaan?

Tarvitset palvelintilaa ja verkkotunnuksen. Näitä myyvät yritykset ovat webhotelleja. Verkkosivujesi toteuttaja osaa suositella sopivaa. Palvelintila on se konkreettinen paikka missä sivusto majoitetaan ja se maksaa noin 3-15 €/kk. Verkkotunnus on osoitteesi kuten "www.teemusooranta.fi". Verkkotunnus maksaa noin 12 €/vuosi.

Miten julkaisu hoidetaan hyvin?

Tärkeintä on tiedottaa uusista verkkosivuista. Kerro niistä sosiaalisessa mediassa, sähköpostilistoilla ja suoraan asiakkaillesi. Muista liittää verkkosivut kaikkialle markkinointimateriaaliisi käyntikortteista sähköpostin allekirjoitukseen. Uudet kävijät löytävät helposti virheitä, jotka ovat aikaisemmin jääneet huomaamatta. Korjaa ne viipymättä ja kuuntele palautetta.

6 Julkaisun jälkeen

Kuka päivittää sivustoasi?

Sisällön päivitys onnistuu helposti itse kun sivut rakennetaan julkaisujärjestelmälle kuten WordPress. Saat päivityksestä ohjeistuksen esimerkiksi kuvallisena ohjeena, jonka avulla kuka tahansa osaa päivittää sivustoaan. Usean henkilön yrityksissä sisällön päivittäjä on nimettävä tai muuten se unohtuu.

Päivitettäviä asioita ovat esimerkiksi ajankohtaiset uutiset, blogikirjoitukset ja muuttuvat tiedot. Voit ulkoistaa päivittämisen, mutta joudut usein kuitenkin kirjoittamaan samat asiat sähköpostitse päivittäjälle. Sivuston laajentaminen ja ulkoasun muutokset vaativat ammattilaista avuksi.

Miksi kävijäseuranta kannattaa?

Kävijätilastot paljastavat esimerkiksi kävijöiden määrän ja sijainnin, mitä sivustolla on tehty ja käynnin keston. Luvut antavat viitteitä siitä miten hyvin sivusto toimii ja mikä sisältö on todellisuudessa käyttäjille tärkeintä. Kävijäseuranta hoituu esimerkiksi ilmaisella Google Analytics:illa.

Muistilista yrittäjälle

Ammattilainen

- Etsi sopiva ammattilainen
- Ota yhteyttä ja sovi ensimmäinen tapaaminen

Tavoite

- Rajaa kohderyhmä
- Valitse tavoitteeksi 1-3 toimintaa asiakkaalle

Sisältö

- Esitä tuotteesi hyödyt ja kerro kenelle tuotteesi sopii
- Kerro miten tuotteesi voi ostaa
- Käytä tekstissä sanoja, joita käytetään hakukoneilla
- Sovi kuvaukset ammattikuvaajan kanssa

Ulkoasu

- Kerro toiveesi suunnittelijalle
- Arvioi ja kommentoi ehdotuksia

Ennen julkaisua

- Oikolue tekstit ja tarkasta yhteystiedot
- Pyydä ulkopuolista arvioimaan sivusto
- Hanki palvelintila ja verkkotunnus

Julkaisun jälkeen

- Pidä sisältö ajan tasalla
- Seuraa kävijöiden käyttäytymistä

Tietoa kirjoittajasta

Olen Teemu Suoranta ja autan yrityksiä markkinoimaan itseään verkkosivujen avulla. Työstän verkkosivuja alun ideoinnista graafiseen suunnitteluun ja toteutukseen. Asiakkaani ovat pieniä yrityksiä, joiden vetäjät vaihtelevat opiskelijoista eläkeläisiin.



Kirjoitin tämän pikaoppaan selkeyttäakseni verkkosivujen tarkoitusta ja hyvän verkkosivuston piirteitä. Esittämäni lähestymistapa lähtee myynnillisistä tavoitteista, jota sisältö ja ulkoasu tukevat.

Löydät lisää ajatuksiani [verkkosivujeni blogista](#), jonne kirjoitan artikkeleita verkkosivuista, markkinoinnista ja yrittäjyydestä.



posti@teemusuoranta.fi
www.teemusuoranta.fi