



KOTISIVUJEN SISÄLLÖNTUOTOANTO

SISÄLTÖ

03

MIKSI SINÄKIN
TARVITSET KOTISIVUT

05

SISÄLLÖNTUOTANNON
ALOITUS

07

VALKOISEN PAPERIN
KAMMO

08

MÄÄRITÄ
KOHDERYHMÄSI

09

SIVUSTON TAVOITE

10

KOOSTE



MIKSI SINÄKIN TARVITSET KOTISIVUT?

Kotisivut ovat yrityksesi digitaalinen peruskivi, paikka joka on täysin omassa hallinnassasi. Yhä useampi asiakas etsii tietoa hakukoneiden kautta ja kotisivuillasi voit vaikuttaa, millä hakusanoilla yrityksesi löytyy.

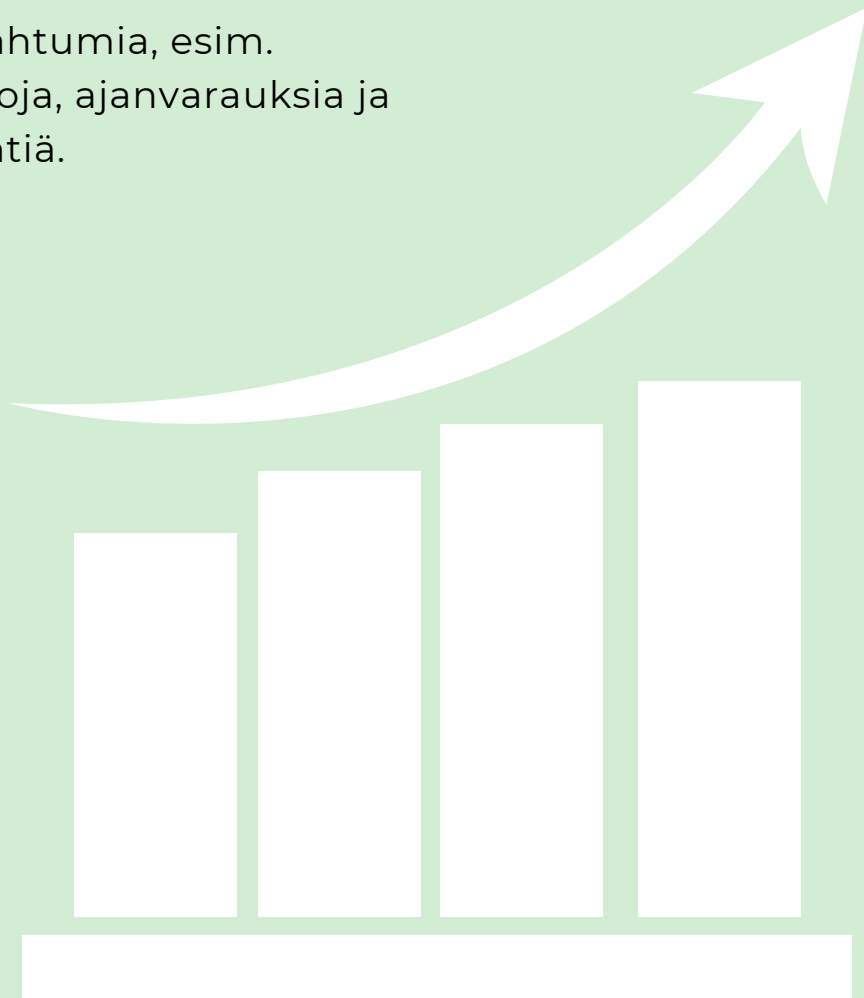
Kotisivuiltasi asiakkaat löytävät luotettavasti yrityksesi ajan tasalla olevat tiedot, palvelut ja yhteydenottotavat. Mikäli käytössäsi on ainoastaan kolmannen osapuolen palveluita (esim. sosiaalinen media), olet hyvin haavoittuvassa tilassa, mikäli palveluntarjoaja päättää tehdä muutoksia palveluunsa.



Kotisivut antavat yritykselle mahdollisuuden tehdä viestintää omilla ehdoilla ja kehittää sivujen toimintaa vastaamaan parhaalla mahdollisella tavalla liiketoiminnan tavoitteita.

Voit viestiä tavoitteiden mukaisesti, olla helposti lähestyttävissä ja vahvistaa yrityksesi brändiä. Kotisivuilla mahdollistat monipuolisesti liiketoiminnalle tärkeitä tapahtumia, esim. yhteydenottoja, ajanvarauksia ja suoraa myyntiä.

On yksi tilanne jolloin yrityksesi ei tarvitse kotisivuja. Se on silloin, kun yritys ei halua uusia asiakkaita. Tässäkin tapauksessa sivuista on yleensä hyötyä, että nykyiset asiakkaat löytävät tarvittavat tiedot sivuiltasi.



SISÄLLÖNTUOTANNON ALOITUS

Sisällöntuotantoa aloittaessa on hyvä kirjata ylös, että mitä haluat sivustolla tavoitella ja mikä on pääkohderyhmäsi.

Sivuston tavoitteen miettiminen helpottaa kokonaisuuden suunnittelua ja sisältöä tuottaessa voi pitää mielessä, että palveleeko sisältö tavoitetta.

Kohderyhmän pitäminen mielessä auttaa vastaamaan sisällössä kysymyksiin, joihin kohderyhmä etsii vastausta ja heitä voidaan ohjata sivuston tavoitteen mukaisiin toimiin. Mieti erilaisia kysymyksiä ja ongelmia mitä potentiaalisella kohderyhmällä on ja lähde rakentamaan sisältöä joka antaa vastauksia.

Sisältöä tehdessä on hyvä pitää mielessä myös hakukoneoptimointi. Sivuston sisältö on tärkeässä roolissa hakukoneoptimoinnin kannalta. Aloittaessa sisällöntuotantoa kannattaa tehdä avainsanakartoitus, jossa tutkitaan mm. avainsanojen hakumääriä ja termejä. Joskus synonyymisanoilla voi olla huomattaviakin eroja hakumäärissä. Eli se millä termillä itse ammattilaisena puhuu omasta tuotteesta tai palvelusta, ei ole välttämättä se, millä potentiaalinen asiakas sitä etsii.

Muun muassa nämä asiat kannattaa huomioida sivuston sisältöä kirjoittaessa.

91%

*Googlen hakukoneessa
ensimmäisen hakutulossivun
tulokset keräävät jopa yli 91 %
kaikista klikeistä*

97%

*Googlen markkinaosuus
Suomessa on yli 97%*



VALKOISEN PAPERIN KAMMO

1. Lähde liikkeelle, että kenelle kirjoitat -> Kohderyhmä
2. Hahmottele tekstin rakennetta, mieti mitä asioita haluat kertoa
3. Ala kirjoittaa edellisessä kohdassa miettimäsi asioita auki
4. Älä tavoittele täydellisiä ja valmiita lauseita tai kappaleita heti, vaan tärkeintä on, että sisältöä alkaa syntyä
5. Kirjoita tärkeitä pointteja ylös, josta on helpompi lähteä rakentamaan tekstiä
6. Pidä taukoja
7. Aloita, huomenna tai ensi viikolla ei ole sen parempi hetki kuin nyt

Olet jo pitkällä kun sinulla mielessäsi viesti jonka haluat viestiä asiakkaillesi. Yksi isoimmista sisällöntuottamisen hidasteista on liiallinen täydellisyyden tavoittelu. Muista, että valmis on parempi kuin keskeneräinen täydellinen. Sisältöjä voi kehittää ja päivittää milloin tahansa julkaisun jälkeenkin.

Monesti pienet tauot, esim. kävelylenkki tai yön yli nukkuminen auttaa sisällön syntymisessä. Asia hautuu alitajunnassa ja seuraavalla kerralla huomaat tekstin syntyvän huomattavasti helpommin.

MÄÄRITÄ KOHDERYHMÄSI

Selkeän kohderyhmän määrittäminen auttaa huomattavasti sisällöntuotannossa.

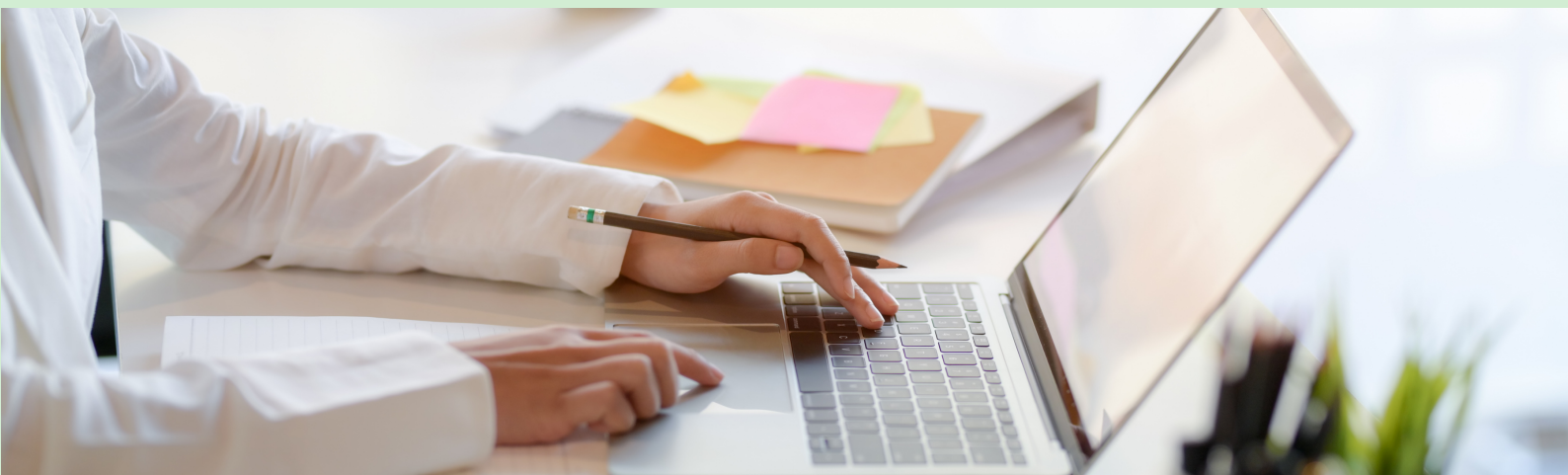
Minkä tarpeen tai ongelman palvelusi tai tuotteesi ratkaisee? Kun pidät selkeästi mielessä kenelle puhut, millaisia haasteita tällä kohderyhmällä on, niin asian kertominen helpottuu ilman rönstyilyä.

Monesti kuulee, että "kyllähän tämä minun tuote/palvelu sopii lähes kaikille". Tämä on varmasti totta, mutta jos 80% asiakaskunnasta tietystä kohderyhmästä, niin miksi et keskittyisi heihin. Tarkenna siis kohderyhmääsi ja puhu sisällöissäsi ns. unelma-asiakkaallesi.

Mikä on se ongelma tai tarve, jonka sinun palvelusi/ tuotteesi ratkaisee?

Myös Google arvostaa sisältöä, joka antaa arvoa asiakkaille. Sen tarkoitus on tarjota paras käyttäjäkokemus käyttäjilleen, eli tarjota relevanttia sisältöä vastaamaan heidän hakuansa.

Tarjoa siis vastauksia kohderyhmääsi askarruttaviin kysymyksiin ja kerro miksi sinun tuote/palvelu on se mitä he tarvitsevat.



SIVUSTON TAVOITE

Mitä haluat, että asiakkaat tekevät sivustollasi? Soittavat? Jättävät yhteydenotto- tai tarjouspyynnön? Varaavat ajan? Tilaavat tuotteen?

Vaihtoehtoja on lukuisia ja riippuu liiketoiminnasta mikä on on järkevin vaihtoehto. Mikäli palvelusi vaatii vahvaa henkilökohtaista myyntityötä, niin suora tilauksen tavoittelu ei ole paras vaihtoehto, vaan se, että saat asiakkaan yhteystiedot itsellesi.

Mikäli taas tarjoat hierontaa, niin paras tavoite on suora ajanvaraus. Voit antaa asiakkaan hoitaa varauksen täysin ja tämä ei kuormita sinua puhelimesta tai sähköpostilla sopivan ajan sopimisessa.

Kun sinulla on selkeä tavoite mitä haluat sivuston tekevän, voit myös sivuston sisällössä ottaa sen huomioon ja ohjata sekä opastaa asiakasta tekemään haluttu toimenpide.

Kerro asiakkaalle mitä haluat hänen tekevän sivustollasi

"Call To Action"



KOOSTE

1. Aloita määrittämällä kohderyhmä kenelle kirjoitat sisältöä.
2. Kerää pointteja joita haluat tuoda esiin sisällössä. Vastaa sisällössä haasteisiin joita asiakkailla ilmenee.
3. Mikä on sivustosi tavoite? Ohjaa kävijää kohti haluttua toimenpidettä
4. Aloita tänään! Käytä vaikka hetki sisällön hahmotteluun.
Huomaat, että seuraavalla kerralla ajatus on hautunut ja sisältöä syntyy helpommin.

Mikäli haluat apua kotisivujen uudistamiseen, ota rohkeasti yhteyttä.

Tutustu meihin - toteutus.fi

