

Tässä dokumentissa esitellään hakukoneloitettävän tuotekuvauksitekstin kirjoittamista Soluun, eli SEO (search engine optimization) sisällöntuottamista. Käsitellään eri elementit kuten otsikot URLit ja sisältöteksti. Käydään läpi, mitä eroa tuoteryhmäsivulla ja yksittäisen tuotteen kuvauksella. Lisäksi tässä ohjeistuksessa on esimerkit hyvistä tuoteryhmäkuvauksista ja tuotekuvauksista.

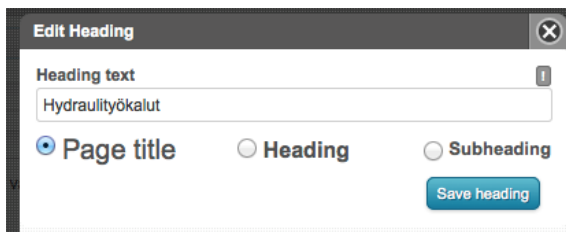
Yleistä hakukoneloitettävän sisällön tuottamisesta

Tärkeintä on, että sivuilla on ihmisille tarkoitettua, selkeää, luettavaa sisältörikasta kuvaavaa tekstiä. Seuraavaksi on tärkeää, että tämä hyvä ja luettava teksti sisältää niitä avainsanoja, joilla asiakkaat etsivät tuotteita. Hakukoneet antavat sivustoille laatuasteita niiden sisällön perusteella. Nämä laatuasteet ja sisällön osuvuus käyttäjän hakusanaan muodostavat tärkeimmät tekijät hakukonesijoituksen hakutuloksissa. Näiden jälkeen vaikuttavia sisällöllisiä tekijöitä on linkkaukset muilta sivuilta, sosiaalisen median linkkaukset, kävijämäärät ja sisällön tuoreus.

Pelkkä avainsanojen lisääminen sisältöön ei tuo tuloksia, vaan saattaa jopa haitata hakukoneloitettävyyttä: jos hakukone tulkitsee, että sisältö on pelkkää sanalistausta ilman järkeviä kuvaavia lauseita, niin sivuston laatuasteet heikkenevät ja hakukonetulos tippuu. Sisällön monipuolisuus lisää sivuston laatuasteita, joten sivustolla kannattaa olla aiheeseen liittyviä kuvia ja videosisältöä tekstin lisäksi.

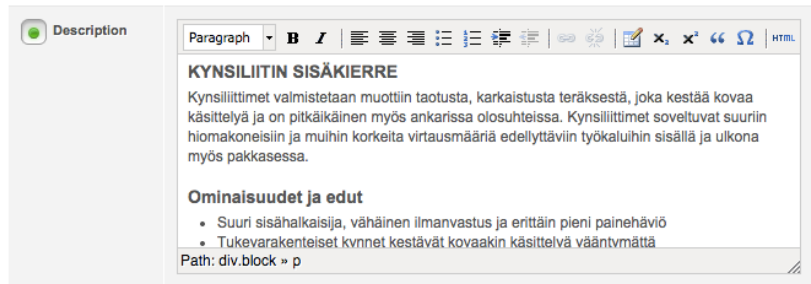
Yksittäisten avainsanojen lisäksi kannattaa miettiä lauseita, joita asiakkaat hakevat. Yleensä ihmiset etsivät ratkaisua johonkin ongelmaan tai tuotetta tiettyyn käyttötarkoitukseen. Esimerkiksi hakulause voisi olla ”paras villa äänieristykseen” tai ”liukuovi huoneiden väliin”.

Sivun rakenne on myös tärkeä, pääotsikon ja tärkeimmän tuotekuvauksitekstin tulee olla mahdollisimman alussa sivulla. Sivun rakenteesta Solu BS hoitaa suurimman osan, kunhan huolehtii, että ensimmäinen otsikko normaaleilla sivuilla on Page title. Mieluiten heti pääotsikon jälkeen tulee normaalia tekstiä, jossa kuvataan sivun tärkeimmät asiat sisältäen asiakasta eniten kiinnostavat aiheet lyhyesti ja sisältäen myös tärkeimmät avainsanat. Ensimmäinen sisältökappale toimii kuten uutisen ingressi ja kertoo kaiken olennaisen tiivistetysti.



Kuva 1 Sivun pääotsikon lisääminen Solu BS järjestelmässä

Tuotekorteissa tärkeimmät kuvaukset kirjoitetaan yleensä 'Description' tai 'Short description' -kenttään, ei muihin mahdollisiin tekstikenttiin. Tällä varmistetaan, että kuvausteksti tulee heti otsikon jälkeen sivun rakenteessa.



Kuva 2 Tuotesivun (Product page) tuotekuvaustekstin kenttä

Sisältöä kannattaa myös kirjoittaa niillä termeillä, joilla asiakkaat asioita etsivät. Kannattaa tutkia millä termeillä sivuille tullaan ja käyttää juuri niitä sisällössä. Lisäksi kannattaa kirjoittaa sisältöä ja käyttää otsikoinneissa myös ns. kansantermejä, jos jokin termi on yleisessä käytössä vaikka se ei olisikaan alan ammattitermi. Näillä termeillä asiakkaat kuitenkin etsivät tietoa verkossa, joten niillä löytyminen on tärkeää.

Hyvä yleissääntö on kirjoittaa tekstiä kiireisille lukijoille: Otsikko kertoo jo koko sisällön: tuotekoodin, nimen ja käyttötarkoituksen. Ensimmäinen kappale on kuten uutisen ingressi, siinä käydään kaikki avainasiat läpi alkaen tärkeimmästä käyttötarkoituksesta. Myöhemmät kappaleet purkavat tämän sisällön auki antamalla tarkemmat kuvaukset aiheesta kiinnostuneille.

Sanamuodon valinta: yksikkö vs. monikko internethauissa

Nimetessä tuoteryhmiä, otsikoita ja linkkejä alituoteryhmiin on tärkeää miettiä mitä käyttäjät oikeasti hakevat. Yleissääntönä voidaan sanoa käyttäjien hakevan yksikköä, ei monikkoa. Suurin osa sivuille tulijoista tulee meidän kokemuksen perusteella ennemmin esimerkiksi haulilla nostopöytä kuin nostopöydät tai taitto-ovi kuin taitto-ovet.

Hakukoneet osaavat kyllä yhdistää monikot ja yksiköt, mutta parhaat pisteet hakutuloksissa saa, kun käyttäjän haku on *exact match*, eli juuri sama kuin sivustolla eniten käytetty ilmaus. Tämän vuoksi sisältöä kannattaa kirjoittaa ennemmin yksikkömuodossa kuin monikkomuodossa.

AdWords maksetut hakusanamainokset vaikeille termeille

Niille termeille, joita ei järkevästi saada sisältöön tai ei missään tapauksessa haluta käyttää sisällössä, mutta joilla halutaan löydettävän internetissä, voidaan käyttää AdWordsiä. AdWords mahdollistaa maksetut hakukonemainokset halutuilla termeillä, jolloin voidaan saada hakutulos näkymään vaikkei sivuilla käytetäkään esim. kansantermiä. Pitkällä aikavälillä tämä voi tulla kalliimmaksi kuin luonnollisten hakutulosten kehittäminen.

Huopakatto - KattoOY.fi

Mainos www.kattoOY.fi/Katot

Tutustu hiljaiseen ja tyylikkääseen KattoOY-bitumikattoon. Lue lisää!

Katepal-tuotteet

Myyntipisteet

Katepal-kattolaatat

Ohjeet

Kuva 3 AdWords hakusanamainos tukemassa hakukonelöydettävyyttä vaikealla hakutermillä

Vältä saman tekstin kopioimista eri sivulle

Jos eri sivuilla esiintyy identtistä tekstiä, niin hakukoneet saattavat tulkita tämän huijausyritykseksi ja web-sivut voivat joutua poistetuksi tuloksista. Tämä on haastavaa silloin, kun eri tuotteilla on hyvin samankaltaisia käyttötarkoituksia. Tärkeää olisikin kuvata tuotekuvauksessa, mitä erityistä kyseessä olevalla tuotteella voi tehdä verrattuna muihin samankaltaisiin tuotteisiin.

Pääotosikon muotoilu ja pituus: Otsikko kertoo kaiken

Paras otsikko kertoo koko tuotteen käyttötarkoituksen. Pääotsikko on erityisen isossa painoarvossa hakutuloksissa. Siinä tulisi olla tuotteen nimen lisäksi mahdollisesti käyttötarkoitusta kuvaavaa sisältöä. Missään tapauksessa otsikko ei saisi olla pelkästään tuotekoodi. Otsikossa tulisi olla tuotteeseen liittyvä tärkein hakutermin juuri siinä muodossa kuin asiakkaat useimmiten tuotetta hakevat, tyypillisesti yksikkömuoto.

URLin eli web-sivun osoitteen muotoilu

Web-sivun osoitteen tulee olla ihmisen luettavissa ja mielellään sisältää tärkeimpiä avainsanoja. Jos mahdollista, niin URLissa kannattaa olla tuotenimen lisäksi käyttötarkoitusta kuvaavia termejä. Kuten pääotsikossa, niin myös URLissa olisi tärkeää olla tuotteeseen liittyvä tärkein hakutermin.

Solu BS järjestelmässä normaalien sivujen URL generoituu automaattisesti sivunimestä. Sen voi halutessa muokata sivun lisätiedoista löytyvästä "Permalink" -kentästä. Eli esimerkiksi tuoteryhmän URLia voi tyypillisesti muokata ja sen muotoa kannattaa miettiä.

Permalink

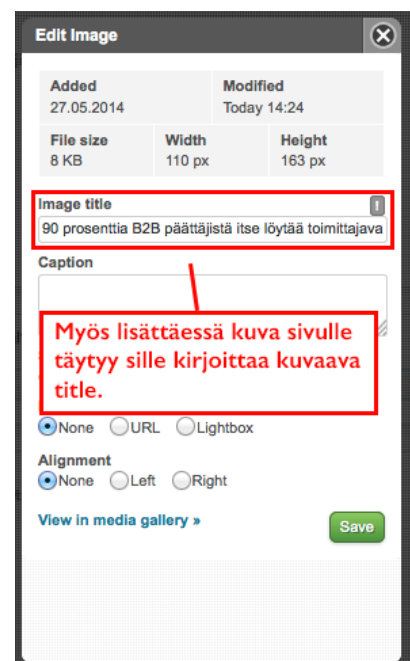
...w.e21.fi/ratkaisut/tuotetiedon-hallinta

Kuva 4 Sivun URLin muuttaminen Solussa

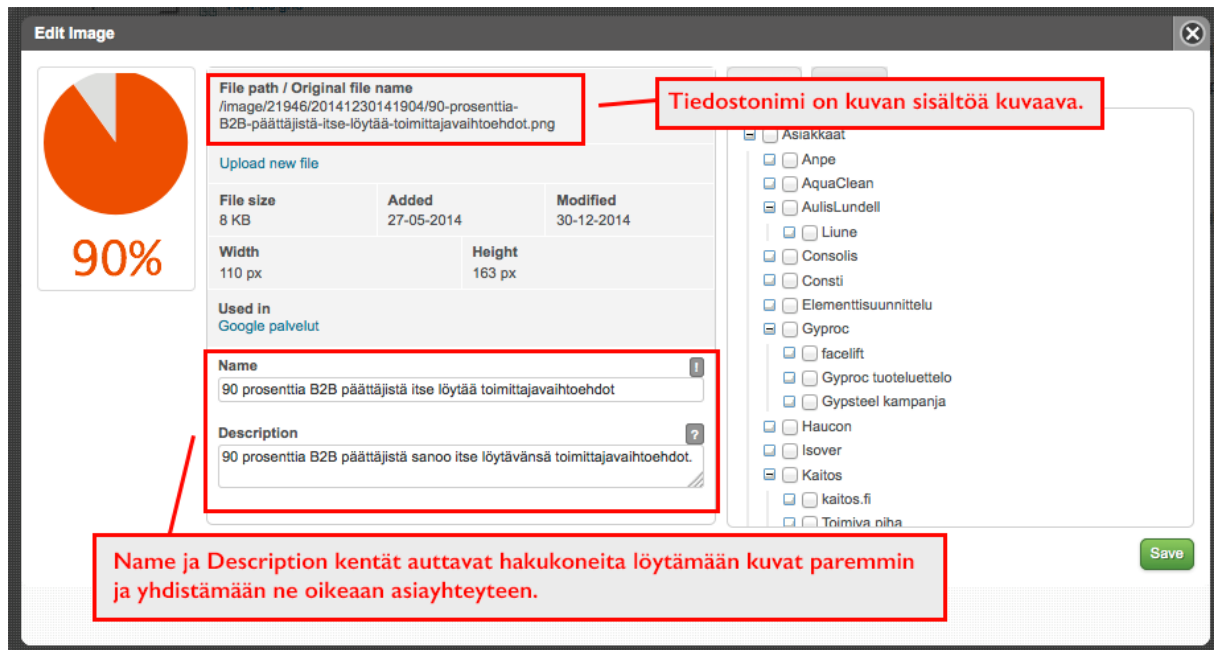
Tuotesivun, eli tuotekortin URLin Solu BS generoi automaattisesti. Datakorttien ja tuotteiden tapauksessa URL muodostuu identifioivasta numerosta sekä nimikentästä.

Kuvien nimeäminen

Kuvat tulee nimetä tuotekoodin lisäksi tuotteen nimellä, yrityksen brändillä ja mahdollisesti käyttötarkoituksella. Kuvien nimeäminen on melko lailla vastaavaa kuin pääotsikon kirjoittaminen, paitsi että kuvan nimessä tulisi olla myös yrityksen brändi. Lisäksi kuvalle tulisi kirjoittaa hyvä metakuvaus ja alt-teksti



Kuva 5 Kuvan lisääminen sisältöön



Kuva 6 Kuvan lisääminen Soluun: Name ja Description kentät

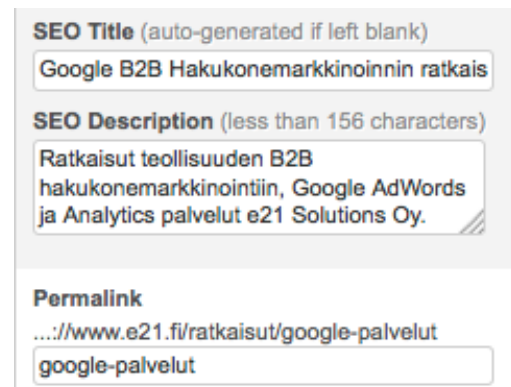
SEO lisäkentät: Description ja Title

Web-sivuille voi antaa myös vain hakukoneille tarkoitettuja lisäkenttiä. Solussa nämä ovat nimetty SEO description ja SEO title. Nämä ovat sivuston ylläpitäjän näkemys parhaasta kuvauksesta ja otsikosta, siitä mistä web-sivulla on kyse. Jos hakukone on sitä mieltä, että kuvaus ja otsikko vastaavat sekä käyttäjän hakua, että sivun sisältöä, käytetään näitä tekstejä hakutulostuloksissa:



Kuva 7 SEO Title ja SEO Description Googlen hakutuloksessa

Huom. SEO description ja title eivät vaikuta hakukonesijoitukseen, vaan niiden on tarkoitus antaa web-sivujen tekijöille mahdollisuus itse tehdä mahdollisimman hyvät kuvaukset sivuistansa hakutuloksiin. Välillisesti nämä saattavat vaikuttaa sivujen sijoitukseen siten, että hyvä kuvaus saa enemmän klikkauksia ja mitä enemmän klikkauksia tietyllä hakusanalla esiintyvä sivu saa, sitä paremmat pisteet sivu saa tällä hakusanalla jatkossa.



Kuva 8 SEO description ja title sekä URL asetukset Solussa



nederman, kohdepoisto, puomi

Linkit: sisäiset ja ulkoiset linkit

Linkit ovat erittäin tärkeitä. Sisäisten linkkien tekemisessä kannattaa huomioida, että linkkauksessa on sisällytettynä avainsana ja sen käyttöön liittyvää tekstiä.

Hakusanaraportointi ja analyysi

Tarjoamme Google Analyticsiin ratkaisuja Solu BS tuotetiedonhallintajärjestelmän hakukonelöydettävyyden seurantaan. Esimerkiksi millä termeillä sivuille on tultu ja mille sivuille eniten saavuttu hakukoneista, kuinka kauan ja montako sivua hakukoneiden kautta sivuille saapuneet kävijät ovat kullakin hakusanalla käyneet. tämän seurannan ja analyysin pohjalta tarjoamme SEO-, eli hakukoneoptimointipalveluita. Teemme sisällönkehittämissuunnittelua, jotta halutut termit löytyisivät sivuilta entistä paremmin.

Sisäinen linkki - huomaa linkkitekstiin liittyvä tekstiä avainsanoineen ja hieman käyttötarkoitusta myös.

Toinen sisäinen linkki: sisältää avainsanoja, joilla halutaan hakukoneissa löydettävän.

Kuva 9 Sivuston sisäiset linkit sisältötekstissä

Huom. On tärkeää olla käyttämättä liikaa sisäisiä linkkauksia! Linkkien määrässä kannattaa aina miettiä, että sopiva määrä on sellainen, ettei se häiritse sisällön lukemista, vaan tarjoaa linkit juuri oikeassa paikassa lukijalle lisätiedon lukemiseen.

Tuoteryhmäsivun sisältö

Tuoteryhmäsivulla tarkoitetaan tässä yhteydessä sivua, jolta on linkit tuotteisiin. Tuoteryhmäsivulla saattaa olla myös linkkejä alatuoteryhmiin, esimerkiksi kynsiliittimet-tuoteryhmäsivulla voi olla linkit mm. kierreliitoksella varustettuihin kynsiliittimiin ja näiden sivujen alla linkkejä yksittäisiin tuotteisiin. Nämä ohjeet soveltuvat kumpaankin tuoteryhmäsivuun.

Tuoteryhmäsivulla tulisi olla kaikkein sisältörikkain kuvaus tuoteryhmän tuotteista, jotta hakutulokset ohjautuisivat pääsääntöisesti tuoteryhmäsivulle yksittäisen tuotesivun sijaan. Hyvä keino saada järkevää sisältöä tuoteryhmäsivulle on kuvailla tuoteryhmään liittyvien tuotteiden käyttökohteita sivulla.

Seuraavassa esimerkkituoteryhmäsivussa on käytetty yksikkömuotoa avainhakutermitä kynsiliitin myös linkeissä alatuotekategorioihin, esimerkiksi kynsiliitin letkunippa sen sijaan että käytettäisiin monikkomuotoista termiä letkunippaiset kynsiliittimet. Lisäksi tuotekuvausteksti on jaettu kahteen. Alussa on lyhyempi kuvausteksti ja lopussa vielä lisätietoa kynsiliittimistä. Tekstistä on myös linkkejä asennusohjeisiin ja käyttökohteisiin.

Tuotekategoriasivulla on pienimuotoinen asennusohje, jolla saadaan arvokasta sisältöä sivulle ja sitten on lisäksi linkkaus tarkemmat asennusohjeet sisältävälle asennussivulle, jolla käydään lävitse tarkempia asennusohjeita.

Esimerkki hyvästä tuoteryhmäsivun kuvauksesta

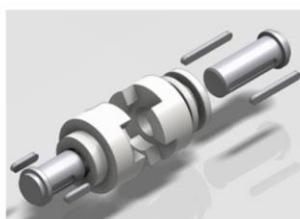
Alla on esimerkki liitinvalmistajan Liitin Oy:n kynsiliittimet tuoteryhmäsivusta.

Kynsiliitin kestää kovaa käsittelyä ja on pitkäikäinen

Kynsiliitin on perinteinen liitin letkuliitoksiin. Kynsiliittimet valmistetaan muottiin taotusta, karkaistusta teräksestä, joka kestää kovaa käsittelyä ja on pitkäikäinen myös ankarissa olosuhteissa. Kynsiliittimet soveltuvat suuriin hiomakoneisiin ja muihin korkeita virtausmääriä edellyttäviin työkaluihin sisällä ja ulkona myös pakkasessa.



Tyypillisesti kynsiliitin on kiinteä, mutta nykyään on myös olemassa pyöriviä kynsiliittimiä. Pyörivän kynsiliittimen etu tulee esille, kun työskenneltäessä liikutettavien työkalujen kanssa, kun letku ei alakäntää laitetta kädessä. Valmistamme kynsiliittimiä jokaiseen käyttötarkoitukseen.



Kynsiliittimen asennus hyvin helppoa. Katso [asennusohjeet kynsiliittimen asennussivuilta](#).

Kynsiliittimet eri käyttötarkoituksiin



Letkuliittimien käyttökohteita ovat kaikki letkuliitännät. Kynsiliittimen etu on se, että kynsiliittimen hakaset, eli kynnet, saadaan helposti kytkettyä toisiinsa.

Kynsiliittimiä on kiinteitä ja pyöriviä. Kiinteä on perinteisempi ja soveltuu kiinteiden kohteiden kiinnittämiseen kuten puutarhaletkun. Pyörivä kynsiliitin soveltuu taas liikutettavien työkalujen letkujen liittämiseen. Pyörivä kynsiliitin kestää paremmin liikkuttamista ja se ei aiheuta letkun vääntämistä vastaan.

Valmistamme korkealaatuisia kynsiliittimiä. Valmistamamme kynsiliittimet ovat myös TÜV-hyväksytyjä.

Kynsiliittimen asennus on helppoa. Viereisessä kuvassa esitetään kuinka vastapalojen kynnet asettuvat kohdakkain. Kynnet kierretään kunnes liittimet ovat hyvin kiinni. Kynsiliitin on myös helppoa avata kiertämällä vastakaiseen suuntaan.



Lue lisää [kynsiliittimien käyttökohteista ja referenssiasiakaiden käyttökokemuksia](#).

Liitin Oy:n kynsiliittimet tuoteryhmäsivun alla kaikki ovat alakategorioita tuoteryhmistä. Alakategorioissa on esitelty yksittäiset tuotteet, kuten Kynsiliitin kierrellitoksella. Tuote-esittelysivusta on esimerkki seuraavassa luvussa.

Tuotesivun sisältö

Erittäin tärkeää on tehdä ensimmäinen kappale, jossa kuvataan kattavasti tuotteen ominaisuudet ja käyttötarkoitus. Tällä tavalla saa heti ensimmäiseen kappaleeseen sisältöä, jossa on hakua vastaavia avainsanoja. Optimaalisen tuotekuvauksen kirjoittamiseen vaikuttaa se, onko paljon samankaltaisia tuotteita vai ovatko tuotteet keskenään selkeästi erilaisia.

Keskenään erilaisten tuotteiden kuvauksessa tuotekuvaustekstin tulisi olla hyvin kattava ja kuvata tuotteen käyttötapauksia. Keskenään hyvin samankaltaisten tuotteiden kuvauksissa kannattaa keskittyä kuvaamaan mitä erityispiirteitä tuotteessa on ja kuvata tuotteen käyttötapoja ja yleistä kuvausta mahdollisimman monipuolisesti tuoteryhmäsivulla, jottei tuotesivu ja tuoteryhmäsivu kilpailisi keskenään hakutuloksissa.

Tärkeää tuotesivun kuvauksessa on, että tuotesivun sisältö on monipuolisempaa ja rikkaampaa kuin sivulle mahdollisesti linkitettyjen pdf-muotoisten tuotekatalogien. Jos tuotekatalogit sisältävät paremmat kuvaukset tuotteesta ja sen käyttökohteista, on hyvin todennäköistä, että hakukoneet indeksoivat hakutulokseen pelkästään pdf-tiedoston eikä sivustoa lainkaan.

Esimerkki hyvästä tuotekuvauksesta

Alla olevassa esimerkissä kohdennetaan hakutermin ”palopostiliitin AL letkukaralla”. Kuvaustekstissä on myös linkki teollisuuskohteiden käyttösovelluksiin.

Palopostiliitin AL letkukaralla, kynsiliitin

Palopostiliitintä käytetään tyypillisesti pelastustoimissa. Pelastustoiminnan lisäksi [palopostiliitintä käytetään lukuisissa eri käyttösovelluksissa teollisuuskohteissa.](#)

Palopostiliitin AL letkukaralla, kara holkkisidonnalla (esim PA-RI kiristin). Palopostiliittimiä valmistetaan kevytmetallista, messingistä, ja punametallista. Kaikki palopostiliittimet ovat paineluokkaa PN 16.



Palopostiliitinten kynsivälejä ovat:

- 2 halkaisijalla 67,5mm
- 3 halkaisijalla 104,5mm
- 4 halkaisijalla 143mm

► Hinnat aina alv 0%

Liittyvät tiedostot

 1032 (1-6) palopostiliitin AL.pdf 869KB

Tuotekoodi	Mitta	Kara	Kynsiväli	Kpl.	hinta	
10320002548	2"	25	67,5	1 kpl	7,70 €	
10320002549	2"	32	67,5	1 kpl	5,00 €	
10320002550	2"	38	67,5	1 kpl	5,00 €	
10320002551	2"	51	67,5	1 kpl	5,20 €	
10320002552	3"	63	105	1 kpl	6,80 €	
10320002553	3"	76	105	1 kpl	5,20 €	
10320002554	4"	100	142,5	1 kpl	5,20 €	

Lisää tarjouskoriin 