



Hakukoneoptimoinnin aloitusopas



Tervetuloa Googlen hakukoneoptimoinnin aloitusoppaaseen

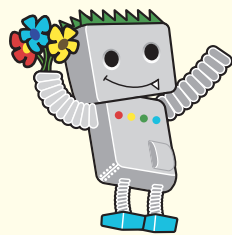
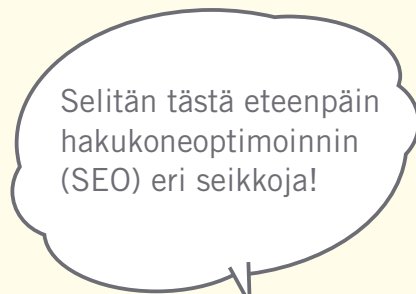
Tämän oppaan alkuperäinen tarkoitus oli auttaa Googlen sisäisiä tiimejä, mutta ajattelimme, että siitä on varmasti hyötyä myös verkkovastaaville, jotka vasta opettelevat hakukoneoptimointia ja haluavat parantaa sivustonsa vuorovaikutusta sekä käyttäjien että hakukoneiden kanssa. Vaikka tässä oppaassa ei paljastetakaan salaisuuksia, jotka sijoittavat sivustosi automaattisesti Google-hakutulosten ensimmäiseksi (pahoittelemme!), seuraamalla alla lueteltuja suosituksia voit tehdä sivustostasi sellaisen, että hakukoneiden on helpompaa lukea ja indeksoida sisältöäsi.

Hakukoneoptimointi tarkoittaa usein pienten muokkausten tekemistä tiettyihin verkkosivustosi osiin. Kun muutoksia katsellaan yksittäin, ne saattavat vaikuttaa vähäisiltä parannuksilta, mutta yhdistettynä muiden optimointien kanssa ne saattavat vaikuttaa huomattavasti sivustosi käyttökokemukseen ja sijoitukseen orgaanisissa hakutuloksissa. Monet tämän oppaan aiheista ovat sinulle jo luultavasti tuttuja, koska ne ovat jokaisen verkkosivun olennaisia osia. Et välttämättä kuitenkaan hyödynnä niitä kaikkia niin hyvin kuin voisit.

Vaikka tämän oppaan otsikko sisältää sanan "hakukone", toivomme, että teet optimointipäätöksesi ensisijaisesti sen mukaan, mikä on parasta sivustosi vierailijoille. He ovat sisältösi pääkuluttajia ja hakevat sisältöäsi hakukoneiden avulla. Haluttuja tuloksia ei välttämättä saavuteta keskittymällä liian tarkasti tiettyihin hienosäätöihin, joiden avulla yritetään parantaa sijoitusta hakukoneiden orgaanisissa tuloksissa. Hakukoneoptimointi tarkoittaa sitä, että sivustosi näkyy parhaassa mahdollisessa valossa, kun se esiintyy hakutuloksissa, mutta pääkuluttajiasi ovat kuitenkin käyttäjäsi, eivät hakukoneet.

Sivustosi saattaa olla suurempi tai pienempi kuin esimerkkimme, ja sisältösi voi olla hyvin erilaista, mutta alla käsittelemämme optimointiaiheet koskevat kaikenkokoisia ja -tyyppisiä sivustoja. Toivomme, että oppaamme antaa sinulle tuoreita ideoita verkkosivustosi parantamiseen, ja kuulemme mielellämme kysymyksiäsi, palautettasi sekä menestystarinoitasi Googlen Verkkovastaavien ohjekeskusteluryhmässä.

Sisältö



Googlebot

noutaa verkon sisältöä Googlen hakemistoon päivittäin, ympäri vuorokauden.

- **Hakukoneoptimoinnin alkeet**
- 4 Yksilöllisten ja osuvien sivujen otsikoiden luominen
- 6 "Description"-sisällön kuvaus kentän hyödyntäminen
- **Sivuston rakenteen parantaminen**
- 8 URL-osoitteiden rakenteen parantaminen
- 10 Sivuston navigoinnin parantaminen
- **Sisällön optimointi**
- 14 Laadukkaan sisällön ja palvelujen tarjoaminen
- 16 Paremmat ankkuritekstit kirjoittaminen
- 18 Kuvien käytön optimointi
- 20 Otsikkotunnisteiden oikeaoppinen käyttö
- **Indeksointirobottien ohjaus**
- 21 Robots.txt-tiedoston tehokas käyttäminen
- 22 Näin käytät rel="nofollow"-linkkejä
- **Hakukoneoptimointi mobiililaitteille**
- 24 Kerro Googlelle mobiilisivustoista
- 26 Mobiilikäyttäjien oikeaoppinen ohjaus
- **Mainostaminen ja analysointi**
- 28 Verkkosivuston mainostaminen oikealla tavalla
- 30 Ilmaisten Verkkovastaavan työkalujen käyttäminen

Esimerkki saattaa selvittää selityksiämme, joten loimme kuvitteellisen verkkosivuston, jota seuraamme koko oppaan ajan. Esittelemme sivustosta jokaisen aiheen yhteydessä sopivasti tietoja, joilla havainnollistamme käsiteltävää aihetta. Tässä on joitakin taustatietoja käyttämistämme sivustosta:

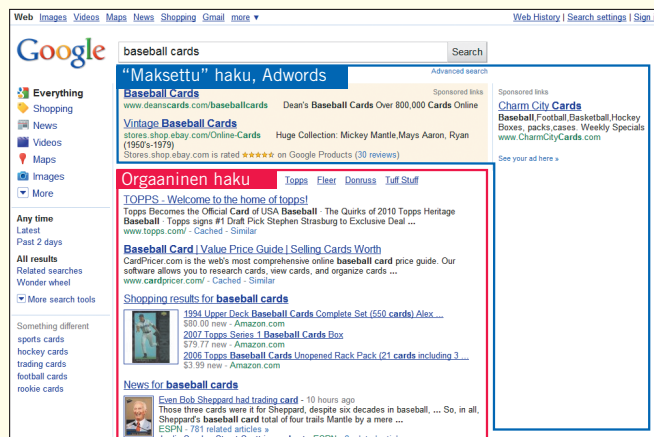
Verkkosivuston/yrityksen nimi: "Brandon's Baseball Cards"
("Brandonin baseball-kortit")

Verkkotunnuksen nimi: brandonsbaseballcards.com

Aihealue: Baseball-keräilykorttien verkkokauppa, jossa myydään kortteja sekä esitellään hintaoppaita, artikkeleita ja uutissisältöä

Koko: Pieni, ~250 sivua

Hakukoneoptimointi vaikuttaa vain orgaanisiin hakutuloksiin, ei maksettuihin tai "sponsoroituihin" tuloksiin, kuten Google AdWords.



Yksilöllisten ja osuvien sivujen otsikoiden luominen

Merkitse sivujen otsikot title-tunnistetta käyttäen

Title-tunniste kertoo sekä käyttäjille että hakukoneille, mikä tietyn sivun aihe on. <title>-tunniste täytyy sijoittaa **HTML**-tiedoston <head>-tunnisteen sisälle (1). On suositeltavaa, että luot yksilöllisen title-tunnisteen jokaiselle sivustosi sivulle.

Sivun otsikkotiedot näytetään hakutuloksissa

Jos asiakirjasi esiintyy hakutulossivulla, **title-tunnisteen sisältö näkyy yleensä tulosten ensimmäisellä rivillä** (Jos et tunne Google-hakutulosten eri osia, haluat ehkä katsoa Googlen insinööri Matt Cuttsin tekemän [hakutuloksen anatomia -videon](#), sekä tutustua tähän hyödylliseen [Google-hakutulossivun kuvaajaan](#)). Title-tunnisteen sanat on lihavoitu, jos ne esiintyvät käyttäjän hakulausekkeessa. **Tämä auttaa käyttäjiä tarkistamaan, liittyykö sivu heidän tekemäänsä hakuun** (2).

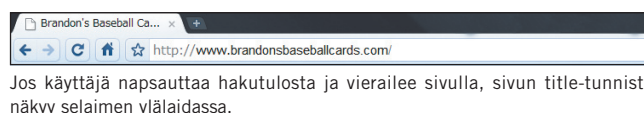
Etusivusi title-tunnisteessa voi lukea verkkosivustosi/yrityksesi nimi sekä muita tärkeitä tietoja, kuten yrityksen fyysinen sijainti tai ehkä muutamia sen pääaihealueista tai tuotteista (3).

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in">
</head>
<body>
```

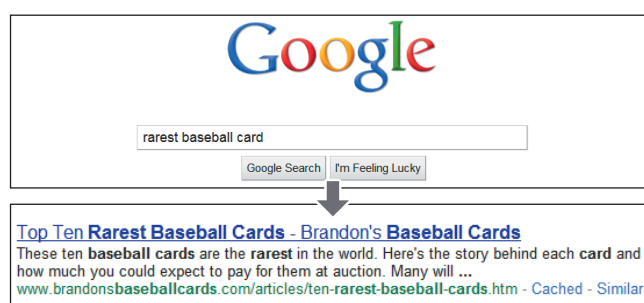
(1) Baseball-korttisivustomme title-tunniste, jossa lukee yrityksen nimi ja kolme pääaihealuetta.



(2) Käyttäjä tekee haun [baseball cards] (baseball-kortit). Etusivumme esiintyy tuloksissa ja sen title-tunniste näkyy ensimmäisellä rivillä (huomaa, että käyttäjän hakutermit näkyvät lihavoituina).



Jos käyttäjä napsauttaa hakutulosta ja vierailee sivulla, sivun title-tunniste näkyy selaimen yläosassa.



(3) Käyttäjä tekee haun [rarest baseball cards] (harvinaisimmat baseball-kortit). Osuva sivustomme sivu (sen title-tunniste täsmää täysin sivun sisällön kanssa) esiintyy hakutuloksissa.

Sanasto

Hakukone

Tietokoneen toiminto, joka hakee tietoja Internetistä hakusanojen tai muiden termien avulla, tai tämän toiminnon sisältävä ohjelma.

<head>-tunniste

Elementti, jota käytetään kuvaamaan HTML-asiakirjan otsikkoa. Tämän elementin sisältöä ei näytetä selaimessa.

HTML

Lyhenne sanoista HyperText Markup Language eli kieli, jolla kuvataan verkkosivuja. Se esittää verkkosivujen peruselementit, kuten tekstin sekä sivulla olevat hyperlinkit ja kuvat.

Hakulauseke

Vähintään yksi termi, jonka käyttäjä syöttää hakukoneeseen tehdessään haun.

Suosittelut käytännöt

Kuvaile sivun sisältöä tarkasti

Valitse title-tunniste, joka kertoo tehokkaasti sivun aiheesta.

Vältä näitä:

- Title-tunniste ei liity mitenkään sivun sisältöön.
- Title-tunnisteet ovat oletustunnisteita tai muuten epämääräisiä kuten "Nimetön" tai "Uusi sivu 1".

Luo joka sivulle yksilöllinen title-tunniste

Jokaisella sivulla tulee olla yksilöllinen title-tunniste, jonka avulla Google erottaa sivun muista sivustosi sivuista.

Vältä näitä:

- Sama title-tunniste esiintyy kaikissa sivustosi sivuissa tai suuressa osassa sivuja.

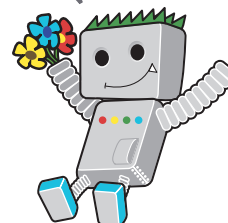
Käytä lyhyitä mutta kuvailevia title-tunnisteita

Title-tunnisteet voivat olla sekä lyhyitä että informatiivisia. Jos tunniste on liian pitkä, Google näyttää hakutuloksissa siitä vain osan.

Vältä näitä:

- Title-tunnisteet ovat erittäin pitkiä ja hyödyttömiä käyttäjille.
- Title-tunnisteet sisältävät tarpeettomia avainsanoja.

Sivun otsikot ovat tärkeä osa hakukoneoptimointia.



Linkit

- **Hakutuloksen anatomia**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html>
- **Google-hakutulossivun kuvaaja**
<http://www.google.com/support/websearch/bin/answer.py?answer=35891>

“Description”-sisällönkuvauskentän hyödyntäminen

Tiivistelmät voi määrittää sivukohtaisesti

Sivua kuvaava **description-sisällönkuvauskenttä** antaa Googlelle ja muille hakukoneille yhteenvedon sivun sisällöstä (1). Sivun title-tunnisteessa on vain muutama sana tai ilmaus, kun taas sivun description-sisällönkuvauskentässä voi olla pari lausetta tai lyhyt kappale. Googlen Verkkovastaavan työkalut tarjoavat [sisältöanalyysiosion](#) jossa kerrotaan description-sisällönkuvauskentistä, jotka ovat joko liian lyhyitä, pitkiä tai jotka sisältävät liikaa toistoa (samat tiedot kerrotaan myös <title>-tunnisteista). Kuten <title>-tunniste, myös description-sisällönkuvauskenttä sijoitetaan HTML-tiedoston <head>-tunnisteen sisälle.

Mitä hyötyä description-sisällönkuvauskentistä on?

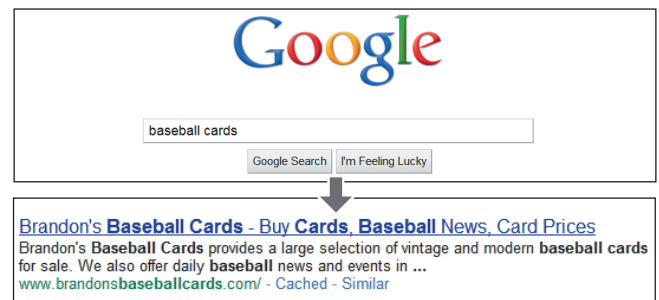
Description-sisällönkuvauskentät ovat tärkeitä, koska Google saattaa käyttää niitä sivujesi [katkelmina](#).

Huomaa, että sanomme “saattaa”, koska Google saattaa käyttää myös osuvaa osaa sivusi näkyvästä tekstistä, jos se sopii hyvin yhteen käyttäjän hakulausekkeen kanssa. Vaihtoehtoisesti Google saattaa käyttää katkelmana sivustosi kuvausta [Open Directory Project](#) -projektissa, jos sivustosi kuuluu siihen (opi, kuinka [estää hakukoneita näyttämästä ODP-tietoja](#)). Description-sisällönkuvauskentän lisääminen joka sivulle on aina suositeltavaa, koska Google ei välttämättä löydä hyvää tekstin osaa, jota käyttää katkelmana. Ylläpitokeskuksen blogissa on informatiivinen viesti [katkelmien parantamisesta parempia description-sisällönkuvauskenttiä luomalla](#).

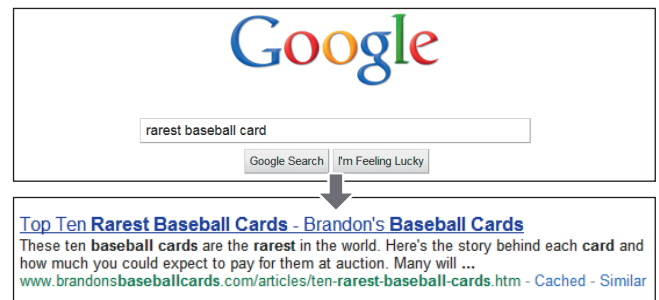
Katkelman sanat on lihavoitu, jos ne esiintyvät käyttäjän hakulausekkeessa (2). Näin käyttäjä saa selville, vastaako sivun sisältö hänen hakemaansa. (3) on toinen esimerkki, jossa näkyy katkelma description-sisällönkuvauskentästä, joka on syvemmällä sivustossa sijaitsevalla, artikkelin sisältävällä sivulla (jolla on ihanteellisesti yksilöllinen description-sisällönkuvauskenttä).

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in">
</head>
<body>
```

(1) Etusivumme description-sisällönkuvauskentän alku, jossa annetaan pieni yleiskatsaus sivuston tarjontaan.



(2) Käyttäjä tekee haun [baseball cards] (baseball-kortit). Etusivumme esiintyy tuloksissa ja osaa sen description-sisällönkuvauskentästä käytetään katkelmana.



(3) Käyttäjä tekee haun [rarest baseball cards] (harvinaisimmat baseball-kortit). Yksi syvemmistä sivuistamme esiintyy hakutuloksissa, ja sen yksilöllistä description-sisällönkuvauskenttää käytetään katkelmana.

Sanasto

Katkelma

Hakukoneen hakutulossivulla verkkosivun otsikon alla näytettävä teksti. Katkelmassa näytetään yhtenäinen verkkosivusta ja/tai hakusanoja vastaavista sivun osista.

Open Directory Project (ODP)

Maaailman suurin vapaaehtoisvoimin toimiva verkkohakemisto (suuri luokkien mukaan järjestetty Internet-linkkiluettelo).

Verkkotunnus

Internet-osoite, joka osoittaa tietokoneen tai verkon sijainnin. Verkkotunnuksia valvotaan, jotta kaksoiskappaleita ei esiintyisi.

Suosittelut käytännöt

Tee sivun sisällöstä osuva yhteenveto

Kirjoita kuvaus, joka sekä antaa tietoa käyttäjille että kiinnostaa heitä, jos he näkevät description-sisällönkuvauskenttäsi katkelmana hakutuloksessa.

Vältä näitä:

- Description-sisällönkuvauskentän sisältö ei liity mitenkään sivun sisältöön.
- Sisällönkuvauskentässä oleva kuvaus on yleispätevä kuten "Tämä on verkkosivu" tai "Sivu kertoo baseball-korteista".
- Sisällönkuvauskentässä on vain avainsanaluettelo.
- Description-sisällönkuvauskenttään kopioidaan koko sivun sisältö.

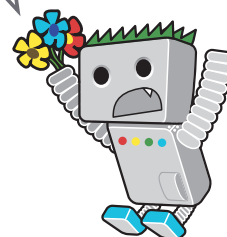
Käytä jokaiselle sivulle yksilöllistä kuvausta

Käytä jokaiselle sivulle yksilöllistä kuvausta: Jos joka sivulla on erilainen description-sisällönkuvauskenttä, autat sekä Googlea että käyttäjiä, erityisesti, jos hakutuloksena on useita **verkkotunnuksesi** sivuja (esim. haut, joissa käytetään **site:-operaattoria**). Jos sivustossasi on tuhansia tai jopa miljoonia sivuja, description-sisällönkuvauskenttien kirjoittaminen käsin ei varmaankaan ole järkevää. Tässä tapauksessa voit luoda description-sisällönkuvauskentät automaattisesti joka sivun sisältöön perustuen.

Vältä näitä:

- Sama description-sisällönkuvauskenttä esiintyy kaikissa sivustosi sivuissa tai suuressa osaa sivuja.

Käytä description-sisällönkuvauskenttää antaaksesi hakukoneille ja käyttäjille tiivistelmän sivusi sisällöstä!



Linkit

- **Sisältöanalyysiosio**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/12/new-content-analysis-and-sitemap.html>
- **Estä hakukoneita näyttämästä ODP-tietoja**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35264>
- **Katkelmien parantaminen parempia description-sisällönkuvauskenttiä luomalla**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>
- **site:-operaattori**
<http://www.brianwhite.org/2007/04/27/google-site-operator-an-ode-to-thee/>

URL-osoitteiden rakenteen parantaminen

Helposti luettavat URL-osoitteet auttavat ymmärtämään sisältöä paremmin

Kuvaavien luokkien ja tiedostonimien keksiminen verkkosivustosi asiakkaille auttaa pitämään sivustosi paremmin järjestyksessä ja **voi myös auttaa hakukoneita lukemaan asiakirjojasi paremmin**. Näin voit myös luoda helpompia ja "mukavampia" URL-osoitteita niille, jotka haluavat linkittää sisältösi. Erittäin pitkät ja hämävät URL-osoitteet, jotka sisältävät vain vähän tunnistettavia sanoja, saattavat hämmäntää vierailijoita.

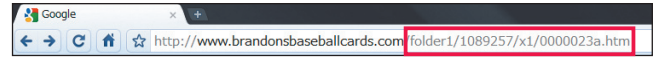
Esimerkin (1) kaltaiset URL-osoitteet voivat näyttää sekavilta ja luotaantyöntäviltä. Käyttäjien on hankalaa muistaa tällainen URL-osoite ulkoa tai linkittää siihen. Käyttäjät saattavat myös luulla, että osa URL-osoitteesta on tarpeeton, erityisesti jos URL-osoitteesta on monta **parametriä**, joita he eivät tunnista. He saattavat jättää osoitteesta osan pois ja näin tärkeä linkin.

Jotkut käyttäjät saattavat linkittää sivuusi käyttäen sivun URL-osoitetta ankkuritekstinä. **Jos URL-osoitteesi sisältää osuvia sanoja, käyttäjät ja hakukoneet saavat enemmän tietoa sivusta kuin jos osoite sisältää tunnisteiden tai oudosti nimetyn parametrin** (2).

URL-osoitteet näytetään hakutuloksissa

Viimeiseksi muista, että **asiakirjan URL-osoite näytetään Google-hakutuloksen osana asiakirjan otsikon ja katkelman alla**. Kuten otsikko ja katkelma, myös hakutuloksen URL-osoitteen sanat näkyvät lihavoituina, jos ne esiintyvät käyttäjän hakulausekkeessa. (3) Oikealla on toinen esimerkki, jossa näkyy URL-osoite verkkotunnuksemme sivuun, joka sisältää artikkelin harvinaisimmista baseball-korteista. URL-osoitteen sanat saattavat vedota hakijaan enemmän kuin tunnistenumero kuten "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125".

Google on taitava lukemaan kaikenlaisia URL-rakenteita, vaikka ne olisivatkin monimutkaisia, mutta jos käytät hieman aikaa yksinkertaisten URL-osoitteiden laatimiseen, autat sekä käyttäjiä että hakukoneita. Jotkut verkkovastaavat yrittävät saavuttaa tämän muuttamalla **dynaamiset URL-osoitteensa** staattisiksi. Vaikka Googlelle tämä käy, huomautamme, että tämä on varsin edistynyt toimenpide ja jos se tehdään väärin, se voi aiheuttaa sivustossasi indeksointiongelmia. Jos haluat oppia vielä lisää hyvästä URL-rakenteesta, suosittelemme tätä Verkkovastaavan ohjekeskuksen sivua, joka kertoo **Googleen hyvin sopivan URL-rakenteen luomisesta**.



(1) Baseball-korttisivustomme erään sivun URL-osoite, jonka käyttäjät saattavat havaita hankalaksi.



(2) Yllä olevat korostetut sanat voivat kertoa käyttäjälle tai hakukoneelle, mistä kohdesivu kertoo, ennen kuin he seuraavat linkkiä.

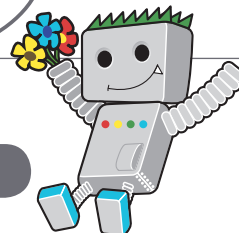


(3) Käyttäjä tekee haun [baseball cards] (baseball-kortit). Etusivumme esiintyy hakutuloksissa, ja URL-osoite lukee otsikon ja katkelman alla.

Sanasto

Lukeminen	301-uudelleenohjaus
Hakukoneiden (robottien) käynti verkkosivustoissa niiden sisällön indeksointitarkoituksessa.	HTTP-tilakoodi (katso sivu 1). Siirtää sivuston kävijän automaattisesti tiettyyn URL-osoitteeseen.
Parametri	Aliverkkotunnus
URL-osoitteesta annetut tiedot, jotka määrittävät sivuston käyttäytymisen.	Verkkotunnustyyppi, jolla määritetään tavallista verkkotunnusta pienempi luokka (katso sivu 6).
Tunniste (istuntotunnus)	Juurihakemisto
Järjestelmän tai verkon käyttäjän tunnistamiseen ja/tai käytöksen hallintaan käytetty tietue.	Sivuston puurakenteen korkeimmalla tasolla oleva hakemisto. Kutsutaan joskus juureksi.

Valitse URL-osoite, joka on helppolukuinen niin hakukoneille kuin käyttäjillekin!



Suosittelut käytännöt

Käytä sanoja URL-osoitteissa

URL-osoitteet, jotka sisältävät sivustosi sisältöä ja rakennetta kuvaavia sanoja ovat käyttöystävällisempiä sivustosi vierailijoille. Vierailijat muistavat ne paremmin ja saattavat linkittää niihin helpommin.

Vältä näitä:

- URL-osoitteet ovat pitkiä, ja niissä on tarpeettomia parametreja ja istuntotunnisteita.
- Sivujen nimet ovat yleispäteviä, kuten "sivu1.html".
- Avainsanoja on liikaa, kuten "baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm".

Luo yksinkertainen hakemistorakenne

Käytä hakemistorakennetta, joka järjestää sisältösi hyvin, ja jonka avulla vierailijoiden on helppo tietää, missä kohtaa sivustoasi he ovat. Kokeile käyttää hakemistorakennetta kertomaan, minkä tyyppistä sisältöä kustakin URL-osoitteesta löytyy.

Vältä näitä:

- Paljon sisäkkäisiä alihakemistoja, kuten ".../hakem1/hakem2/hakem3/hakem4/hakem5/hakem6/sivu.html".
- Hakemistonimet eivät liity mitenkään niissä olevaan sisältöön.

Anna vain yksi URL-osoite, joka johtaa asiakirjaan

Keskity käyttämään yhtä URL-osoitetta sivujesi sisäisessä rakenteessa ja linkityksessä, jotta jotkut käyttäjät eivät päätyisi linkittämään yhteen osoitteen versioon ja toiset käyttäjät toiseen (tämä voi jakaa sisällön maineen URL-osoitteiden välille). Jos huomaat, että ihmiset käyttävät samaa sisältöä useiden URL-osoitteiden kautta, hyvä ratkaisu on asettaa [301-uudelleenohjaus](#) muista URL-osoitteista haluttuun pääosoitteeseen. Voit myös käyttää ensisijaista URL-osoitetta tai "[rel=canonical](#)" linkkielementtiä jos uudelleenohjaus ei ole mahdollista.

Vältä näitä:

- [Aliverkkotunnuksen](#) ja [juurihakemiston](#) sivut (esim. "verkkotunnus.fi/sivu.htm" ja "ali.verkkotunnus.fi/sivu.htm") näyttävät samaa sisältöä.
- URL-osoitteissa käytetään välillä isoja kirjaimia (monet käyttäjät olettavat URL-osoitteiden olevan pienellä kirjoitettuja ja muistavat ne paremmin).

Linkit

• Dynaaminen URL-osoite

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=40349>

• Googleen hyvin sopivan URL-rakenteen luominen

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=76329>

• 301-uudelleenohjaus

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93633>

• rel="canonical"

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=139394>

Sivuston navigoinnin parantaminen

Navigointi on tärkeää hakukoneille

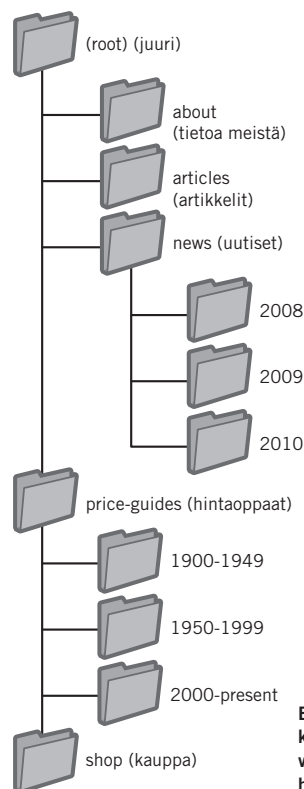
Verkkosivuston navigointi on tärkeää, koska sen avulla vierailijat löytävät nopeasti haluamansa sisällön. Se voi myös auttaa hakukoneita ymmärtämään, mikä sisältö on verkkovastaavan mielestä tärkeää. Vaikka Google-hakutulokset annetaan sivukohtaisina, Google haluaa myös tietää, missä osassa sivu on sivuston kokonaiskuvassa.

Suunnittele navigointi kotisivusi mukaan

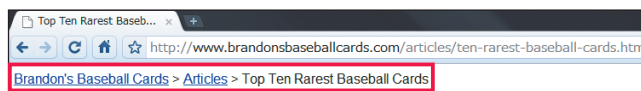
Kaikilla sivustoilla on etu- tai "juuri"-sivu, jolla yleensä vierailaan eniten, ja se on monen vierailijan navigoinnin aloituspiste. Ellei sivustossasi ole vain muutamia sivuja, mieti, **miten vierailijat siirtyvät pääsivulta (juurisivultasi) tarkempaa tietoa sisältävälle sivulle.** Onko sinulla riittävästi tiettyä aihetta käsitteleviä sivuja, jotta olisi järkevää luoda näitä toisiinsa liittyviä sivuja kuvaileva sivu (esim. juurisivu -> yhteen liittyvien aiheiden luettelo -> tarkempi aihe)? Onko sinulla satoja eri tuotteita, jotka täytyy luokitella useisiin luokka- ja alaluokkasivuihin?

Varmista helppokäyttöisyys linkkipolkujen avulla

Linkkipolku on sivun ylä- tai alakulmassa oleva sisäinen linkkijono, joka auttaa **käyttäjiä navigoimaan nopeasti edelliseen osioon tai sivuston kotisivulle** (1). Useimmiten linkkipolut listaavat yleisimmän sivun (usein kotisivu) ensimmäisenä, vasemmanpuoleisena linkkinä ja syvemmät aihekohtaiset sivut sen oikealla puolella.



Baseball-kortteja käsittelevän pienen verkkosivustomme hakemistorakenne.



(1) Linkkipolku, joka näkyy sivuston syvemmällä artikkelisivulla.

Sanasto

404 (sivua ei löydy -virhe)

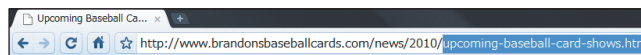
HTTP-tilakoodi (katso sivu 12). Palvelin ei löydä selaimen pyytämää verkkosivua.

XML-sivustokartta

Luettelo tietyn verkkosivuston sivuista. Luomalla ja lähettämällä sivustoluettelon voit ilmoittaa Googlelle kaikista sivuston sivuista, myös niistä URL-osoitteista, joita Google ei ole välttämättä löytänyt tavallisen indeksoinnin aikana.

Salli URL-osoitteen osien poisto

Mieti, mitä tapahtuu, jos käyttäjä poistaa osan sivustosi URL-osoitetta. Jotkut käyttäjät saattavat liikkua sivustossasi kummallisilla tavoilla, ja sinun kannattaa ennakoida nämä tilanteet. Käyttäjä saattaa esimerkiksi yleisempää sisältöä etsiessään poistaa osan URL-osoitteesta sen sijaan, että hän käyttäisi sivuston linkkipolkua. Vieraillessaan sivulla <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010/upcoming-baseball-card-shows.html> käyttäjä saattaa kirjoittaa selaimen osoiteriville osoitteen <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010/> luullen tämän näyttävän kaikki vuoden 2010 uutiset (2). Onko sivustosi valmis näyttämään tässä tilanteessa sisältöä vai palauttaako sivustosi **404-virheen** (sivua ei löydy -virhe)? Entä jos käyttäjä siirtyy korkeammalle hakemistotasolle <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/>



(2) Käyttäjät saattavat liikkua hakemiston ylöspäin poistamalla loppuosan URL-osoitteesta.

Laadi kaksi sivustokarttaa: yksi käyttäjille, yksi hakukoneille

Sivustokartta on yksinkertainen sivustosi sivu, joka esittää verkkosivustosi sisällön ja koostuu yleensä sivustosi sivujen hierarkkisesta luettelosta. Vierailijat voivat käydä tällä sivulla, jos heillä on ongelmia löytää sivuja sivustostasi. Vaikka hakukoneet käyvät myös tällä sivulla ja saavat hyvän kuvan sivustosi sivuista, se on tarkoitettu lähinnä ihmisvierailijoiden käyttöön.

XML-sivustokarttatiedosto, jonka voit lähettää Googlen [Verkkovastaavan työkalujen](#) kautta, auttaa Googlea löytämään sivustosi sivut helpommin. Sivustokarttatiedoston käyttäminen on myös yksi tapa (tosin tulos ei ole taattu) kertoa Googlelle, minkä version URL-osoitteesta haluat olevan ensisijainen (esim. <http://www.brandonsbaseballcards.com/> tai <http://www.brandonsbaseballcards.com/>). Lisätietoja [halutusta verkkotunnuksesta](#). Google auttoi luomaan avoimeen lähdekoodiin perustuvan [sivustokartan luontitoiminnon](#), jonka avulla voit luoda sivustosi sivustokarttatiedoston. Jos haluat lisätietoja, Verkkovastaavan ohjeesivuissa on hyödyllistä [tietoa sivustokarttatiedostoista](#).

Site map		
Top:	Card category:	Special features:
<ul style="list-style-type: none"> News About this site Privacy policy 	<ul style="list-style-type: none"> By team By players By year By price 	<ul style="list-style-type: none"> Card exchange Bargain pack Holiday gifts

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/</loc>
<changefreq>daily</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2009/</loc>
</url>
<url>
<loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010/</loc>
</url>
</urlset>

```

Esimerkkejä HTML-sivustokartasta ja XML-sivustokartasta. HTML-sivustokartta auttaa käyttäjiä löytämään heidän etsimäänsä sisältöä ja XML-sivustokartta auttaa hakukoneita löytämään sivustosi sivuja.

Linkit

- [Verkkovastaavan työkalut](https://www.google.com/webmasters/tools/)

- [Haluttu verkkotunnus](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=44231)

- [Sivustokartan luontitoiminto](http://code.google.com/p/googlesitemapgenerator/)

- [Tietoa sivustokarttatiedostoista](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184)

Sivuston navigoinnin parantaminen

Suosittelut käytännöt

Luo luonnollinen ja sulava hierarkia

Auta käyttäjiä löytämään mahdollisimman helposti yleisestä sisällöstä heidän etsimäänsä tarkempaan sisältöön. Lisää navigaatio sivuja, kun se on järkevää, ja liitä ne tehokkaasti sivuston sisäiseen linkkirakenteeseen.

Vältä näitä:

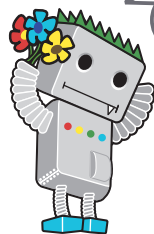
- Navigaatiolinkkien verkko on monimutkainen, esim. linkittää jokaisen sivustosi sivun jokaiseen toiseen sivuun.
- Sisältö on jaettu liian pieniin palasiin (käyttäjä joutuu napsauttamaan kaksikymmentä kertaa päästäkseen tarkastelemaan syvempää sisältöä).

Käytä navigaatioon pääasiallisesti tekstiä

Hakukoneiden on helpompaa indeksoida ja ymmärtää sivustoasi, jos käytät sivujesi väliseen navigointiin suurimmaksi osaksi tekstilinkkejä. Monet käyttäjät myös pitävät tästä tavasta enemmän kuin toisista, erityisesti käyttäessään laitteita, jotka eivät osaa käsitellä **Flashiä** tai **JavaScriptiä**.

Vältä näitä:

- Navigaatio perustuu täysin **avattaviin valikoihin**, kuviin tai animaatioihin. (Monet hakukoneet, mutta eivät kaikki, löytävät tällaiset linkit sivustosta, mutta jos käyttäjä pääsee kaikille sivuille tekstilinkkien kautta, sivustosi **käytettävyys** parantuu. Lisätietoja siitä, [miten Google suhtautuu ei-tekstitiedostoihin](#).



Navigaation tulisi keskittyä yksinkertaisuuteen ja käyttöystävällisyyteen!

Sanasto

Flash

Adobe Systems Incorporated -yhtiön luoma verkkotekniikka tai -ohjelmisto. Sen avulla voidaan luoda ääntä, videota ja animaatiota yhdistelevää verkkosisältöä.

JavaScript

Ohjelmointikieli. JavaScriptin avulla verkkosivuille voidaan lisätä dynaamisia ominaisuuksia. Useiden verkkopalveluiden käyttämä ohjelmointikieli.

Avattava valikko

Järjestelmä, missä käyttäjä valitsee sisältöä valikosta. Kun valikkoa napsautetaan, valittavissa olevat vaihtoehdot tulevat näkyviin luettelona.

Käytettävyys

Käyttäjien ja hakukoneiden kyky käyttää ja ymmärtää sisältöä.

Käyttökokemus

Käyttäjän kokemus tuotteiden, palveluiden jne. käytöstä. Pyrkimyksenä on tarjota kokemus, jota käyttäjä todella haluaa. Tällöin voidaan käyttää sanoja kuten nautinto, helppokäyttöisyys ja mukavuus.

HTTP-tilakoodi

Koodi, joka ilmaisee palvelimen vastauksen merkityksen tietokoneiden viestissä toistensa kanssa. Koodi ilmaistaan kolmen numeron avulla. Eri numeroilla on eri merkitys.

Suosittelut käytännöt

Lisää sivustoosi HTML-sivustokarttasivu, ja käytä XML-sivustokarttatiedostoa

Yksinkertainen sivustokartta, joka sisältää linkit kaikille tai tärkeimmille sivustosi sivuille (jos sivuja on satoja tai tuhansia) voi olla hyödyllinen. Luomalla sivustoosi XML-sivustokartan varmistat, että hakukoneet löytävät sivustosi sivut.

Vältä näitä:

- HTML-sivustokartta ei ole ajan tasalla ja se sisältää rikkiäisiä linkkejä.
- HTML-sivustokartta vain luettelee sivut eikä järjestele niitä esimerkiksi aiheen mukaan.

Luo hyödyllinen 404-sivu

Käyttäjät kohtaavat satunnaisesti sivustossasi sivun, jota ei ole olemassa, joko seuraamalla rikkiäistä linkkiä tai kirjoittamalla väärän URL-osoitteen. Jos sivustossa on [muokattu 404-sivu](#) joka ohjaa käyttäjät ystävällisesti takaisin toimivalle sivulle, [käyttökokemus](#) saattaa parantua merkittävästi. 404-sivuusi kannattaa sisällyttää linkki takaisin juurisivullesi, ja siinä voi myös olla linkkejä sivustosi suosittuun tai aiheeseen liittyvään sisältöön. Google tarjoaa [404-widgetin](#), jonka voit sulauttaa 404-sivuusi, jolloin sivulla näkyy automaattisesti monia hyödyllisiä ominaisuuksia. Voit myös käyttää Googlen Verkkovastaavan työkaluja etsiäksesi [syitä, miksi URL-osoitteet aiheuttavat "ei löydy"-virheitä](#).

Vältä näitä:

- 404-sivut indeksoidaan hakukoneissa (varmistu, että verkkopalvelimesi on määriteltä antamaan [404 HTTP-tilakoodi](#) kun siltä pyydetään sivuja, joita ei ole olemassa).
- Jos sivua ei löydy, näytetään vain hämärä viesti kuten "Ei löydy" tai "404", tai 404-sivua ei ole ollenkaan.
- 404-sivuilla käytetään ulkoasua, joka ei ole linjassa muun sivuston kanssa.

Linkit

• Miten Google suhtautuu ei-tekstitiedostoihin

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72746>

• Muokattu 404-sivu

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93641>

• 404-widget

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/08/make-your-404-pages-more-useful.html>

• Syitä, miksi URL-osoitteet aiheuttavat "ei löydy"-virheitä

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/10/webmaster-tools-shows-crawl-error.html>

• 404 HTTP-tilakoodi

<http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616-sec10.html>

Laadukkaan sisällön ja palvelujen tarjoaminen

Mielenkiintoisten sivujen arvostus nousee itseksensä

Vetoavan ja hyödyllisen sisällön luonti tuo mukanaan enemmän hyötyä kuin mikään muu täällä esitellyistä tekijöistä (1). Käyttäjät tunnistavat hyvän sisällön nähdessään sellaista, ja haluavat luultavasti myös ohjata muut käyttäjät sen luokse. Tämä voidaan saavuttaa joko blogiviestien, sosiaalisen median palvelujen, sähköpostin, keskusteluryhmien tai muiden keinojen avulla. Orgaaniset tai suullisesti leviävät suositukset auttavat kasvattamaan sivustosi mainetta sekä käyttäjien että Googlen keskuudessa, ja sivustoa harvoin suositellaan, jos sen sisältö ei ole laadukasta.

Ennakoi käyttäjien väliset erot aihepiirisi ymmärryksessä ja tarjoa ainutlaatuista ja omaperäistä sisältöä

Mieti millä eri hakusanoilla käyttäjä saattaa etsiä sisältöäsi. Aiheen hyvin tuntevat käyttäjät saattavat käyttää eri avainsanoja kuin käyttäjät, joille aihe on uusi. Esimerkiksi pitkäaikainen baseball-fani saattaa etsiä haulle [nlcs], joka on akronyymi National League Championship Series -sarjalle, kun taas uudempi fani saattaa käyttää yleisempää termiä, kuten [baseball playoffs] (baseballin pudotuspelit). Vastaavien hakutottumuserojen ennakointi ja niiden huomioon ottaminen sisältöä laadittaessa (erilaisten avainsanojen käyttö) voi tuoda hyviä tuloksia. Google AdWords tarjoaa kätevän avainsanatyökalun, joka avulla voit löytää uusia avainsanamuunnelmia ja nähdä avainsanojen keskimääräisen liikennearvion (2). Googlen Verkkovastaavan työkalut tarjoavat käyttöösi myös suosituimmat hakulausekkeet, joilla sivustosi näkyy hakutuloksissa, sekä hakulausekkeet, jotka toivat sivustoosi eniten käyttäjiä.

Harkitse uuden ja hyödyllisen, sivustollesi ainutlaatuisen, palvelun tarjoamista. Voit myös harkita alkuperäisen tutkimuksen kirjoittamista, mielenkiintoisen uutisen julkaisua tai ainutlaatuisen käyttäjäryhmäsi kanssa työskentelyä. Muilla sivustoilla ei välttämättä ole voimavaroja tai asiantuntemusta vastaavaan.

Monday, July 12, 2010
Rare Baseball Cards You Wished You Owned
 Brandon's Baseball Cards recently poster a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. check it out!
 Posted by Shaun at 5:46 PM

(1) Bloggaaja löytää osan sisältöäsi, pitää siitä ja viittaa siihen blogiviestissään.

Keyword ideas

Sorted by Relevance

Keyword	Competition	Global Monthly Searches	Local Monthly Searches	Local Search Trends
baseball cards	High	1,500,000	36	
baseball card	High	823,000	36	
buy baseball cards	High	6,600	-	
selling baseball cards	High	4,400	-	
sell baseball cards	High	14,800	-	
topps baseball card	High	90,500	-	
cheap baseball cards	High	1,900	-	
topps baseball cards	High	165,000	-	
baseball sports cards	High	450,000	-	
baseball trading cards	High	22,200	-	
sports cards	High	3,350,000	22	
baseball trading card	High	8,100	-	
nacom	High	2,400	-	
baseball trivia	High	18,100	-	
baseball card boxes	High	9,900	-	
vintage baseball cards	High	12,100	-	
ichiro suzuki rookie card	High	720	-	
upper deck u	High	4,400	-	
baseball player	High	450,000	46	
baseball players	High	301,000	28	
signed baseball	High	135,000	-	
chocolate baseball	High	2,400	-	
world series baseball	High	165,000	28	
baseball memorabilia	High	90,500	-	
baseball candy	High	5,400	-	

(2) Google AdWords avainsanatyökalu auttaa sivustoosi asiaankuuluvien avainsanojen löytämisessä ja tarjoaa myös liikennearvioita näille avainsanoille.

Sanasto

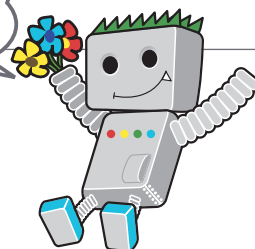
Sosiaalisen median palvelu

Yhteistyötyyppinen verkkopalvelu, jonka tarkoituksena on muodostaa yhteyksiä muihin palvelun käyttäjiin.

Google AdWords

Mainostuspalvelu, joka sijoittaa osuvia mainoksia hakutulossivuille ja muuhun sisältöön. Kun käyttäjä tekee Google-haun avainsanoilla, kyseisiin avainsanoihin liittyviä AdWords-mainoksia näytetään hakutulossivujen oikeassa laidassa sekä ylä- ja alalaidassa orgaanisten hakutuloksien rinnalla.

Sisällön ja palvelujen parantamisen tulisi olla tärkein tavoite kaikentyyllisille verkkosivustoille!



Suosittelut käytännöt

Kirjoita helposti luettavaa tekstiä

Käyttäjät nauttivat sisällöstä, joka on hyvin kirjoitettua ja jota on helppo seurata.

Vältä näitä:

- Teksti on huolimattomasti kirjoitettua ja sisältää paljon kirjoitus- ja kielioppivirheitä.
- Tekstisisältöä on upotettu kuviin (käyttäjät voivat haluta kopioida ja liittää tekstin, eivätkä hakukoneet osaa lukea sitä).

Järjestele sisältösi aiheen mukaan

On aina hyödyllistä järjestää sisältösi niin, että vierailijat tietävät, missä yksi aihe loppuu ja toinen alkaa. Sisällön pilkkominen loogisiin palasiin tai osioihin auttaa käyttäjiä löytämään haluamansa sisällön nopeammin.

Vältä näitä:

- Sivulla on paljon eri aiheita käsittelevää tekstiä, mutta kappalejakoja, alaotsikoita tai asettelueroja ei ole.

Luo tuoretta ja yksilöllistä sisältöä

Uusi sisältö saa nykyiset käyttäjäsi palaamaan takaisin sekä tuo sivustoosi uusia vierailijoita.

Vältä näitä:

- Olemassa olevaa sisältöä toistetaan (tai jopa kopioidaan), eivätkä käyttäjät hyödy mitenkään.
- Sivustossa on päällekkäistä tai lähes päällekkäistä sisältöä (lisätietoja [päällekkäisestä sisällöstä](#).)

Luo sisältösi pääasiallisesti käyttäjiä, ei hakukoneita ajatellen

Jos suunnittelet sivustosi vastaamaan vierailijoidesi tarpeisiin samalla kun varmistat, että se on helposti hakukoneiden käytettävissä, saavutat yleensä hyviä tuloksia.

Vältä näitä:

- Hyödyttömiä avainsanoja on paljon, ne on kohdistettu hakukoneille ja ne ovat ärsyttäviä tai käsittämättömiä käyttäjille.
- Sivustossa on tekstiblokkeja, kuten "tämä sivu löytyy näillä väärinkirjoitetuilla hakutermeillä", jotka eivät anna käyttäjille juurikaan lisäarvoa.
- [Tekstiä piilotetaan käyttäjiltä](#) petollisesti, mutta näytetään se hakukoneille.

Linkit

• Avainsanatyökalu

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

• Suosituimmat hakulausekkeet

<http://www.google.com/webmasters/edu/quickstartguide/sub1guide5.html>

• Päällekkäinen sisältö

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66359>

• Tekstiä piilotetaan käyttäjiltä

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66353>

Paremman ankkuritekstin kirjoittaminen

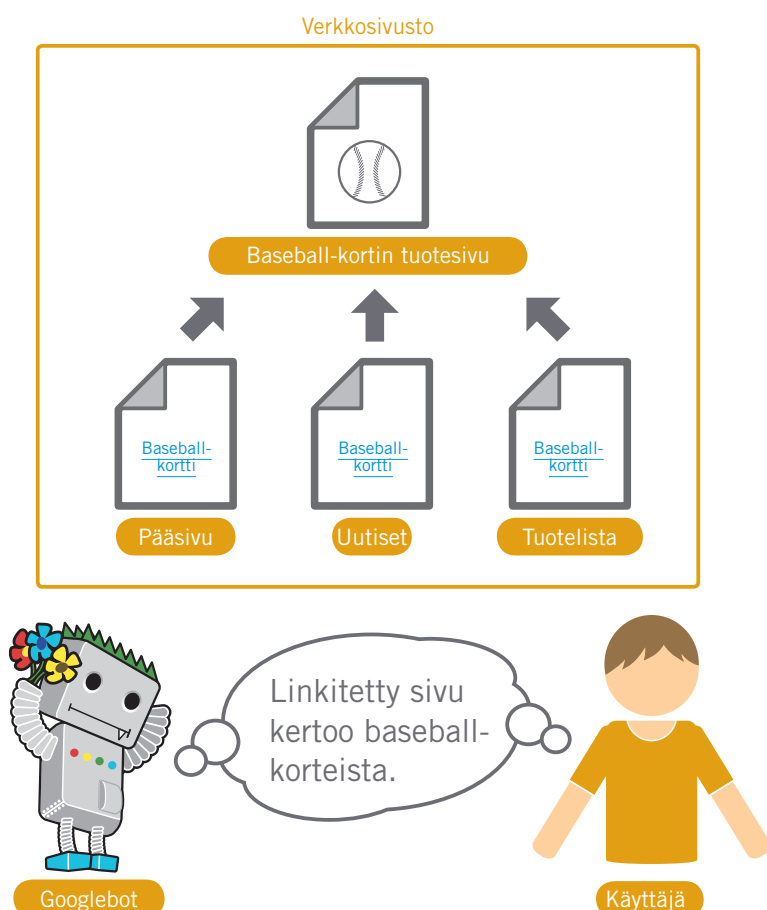
Sopiva ankkuriteksti auttaa ymmärtämään sisältöä paremmin

Ankkuriteksti on napsautettava teksti, jonka käyttäjät näkevät linkin tuloksena, ja se sijoitetaan ankkuritunnisteen `` sisälle.

Tämä teksti kertoo käyttäjille ja Googlelle jotain sivusta, jolle linkki johtaa. Sivusi linkit saattavat olla sisäisiä (ne johtavat sivustosi muihin sivuihin) tai ulkoisia (ne johtavat muiden sivustojen sisältöön). Molemmissa tapauksissa paremman ankkuritekstin avulla käyttäjien navigointi helpottuu ja Google ymmärtää, mistä linkittämäsi sivu kertoo.

```
<a href=“http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm”>Top Ten Rarest Baseball Cards</a>
```

Tämä ankkuriteksti kuvailee osuvasti yhden artikkelisivumme sisältöä.



Asiaankuuluvan ankkuritekstin avulla käyttäjät ja hakukoneet ymmärtävät linkitetyn sivun sisältöä paremmin.

Sanasto

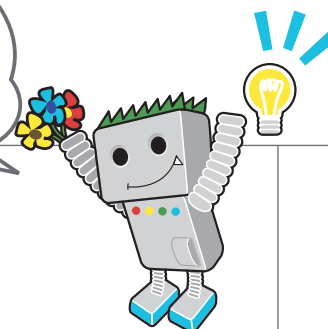
CSS

Lyhenne sanoista Cascading Style Sheets; kieli, jonka avulla kuvataan verkkosivun ulkoasua.

Tekstimuotoilu

Tekstin muotoilu, kuten tekstin kirjasin, koko ja väri.

Sekä käyttäjät että hakukoneet pitävät helposti ymmärrettävästä ankkuritekstistä!



Suosittelut käytännöt

Käytä kuvailevaa tekstiä

Linkissä käyttämäsi ankkuritekstin tulee antaa ainakin peruskuva linkitettävän sivun sisällöstä.

Vältä näitä:

- Ankkuriteksti on yleispätevää kuten “sivu”, “artikkeli” tai “napsauta tästä”.
- Teksti kertoo eri aiheesta tai ei liity linkitettävän sivun aiheeseen.
- Ankkuritekstinä on sivun URL-osoite (vältä tätä useimmissa tapauksissa, vaikka käytölle on myös hyväksyttäviä syitä, kuten jos mainostetaan uutta verkkosivun osoitetta tai viitataan siihen).

Kirjoita ytimekästä tekstiä

Tee tekstistä lyhyt mutta kuvaileva - pari sanaa tai lyhyt ilmaus.

Vältä näitä:

- Ankkuriteksti on pitkä, kuten pitkä lause tai lyhyt tekstikappale.

Muotoile linkit siten, että ne on helppo huomata

Auta käyttäjiä tunnistamaan linkkiesi ankkuriteksti tavallisesta tekstistä. Sisältösi arvo vähenee, jos käyttäjät eivät löydä linkkejä tai napsauttavat niitä vahingossa.

Vältä näitä:

- Linkkeihin on käytetty **CSS-** tai **tekstimuotoilua**, jolloin ne näyttävät tavalliselta tekstiltä.

Ajattele myös sisäisten linkkien ankkuritekstiä

Ajattelet ehkä linkittämistä usein vain ulkoisten verkkosivustojen linkkeinä, mutta kiinnittämällä enemmän huomiota sisäisten linkkiesi ankkuriteksteihin voit auttaa käyttäjiä ja Googlea navigoimaan sivustossasi paremmin.

Vältä näitä:

- Ankkuriteksti on suunnattu vain hakukoneille, ja se sisältää kohtuuttomasti avainsanoja tai on liian pitkä.
- Sivustossa on hyödyttömiä linkkejä, jotka eivät auta käyttäjää navigoimaan.

Kuvien käytön optimointi

Kuviin liittyvää tietoa voi antaa "alt"-attribuutin avulla

Kuvien käyttö saattaa tuntua yksiselitteiseltä mutta voit optimoida kuvien käytön sivustollasi. Kaikilla kuvilla voi olla oma tiedostonimensä ja **"alt"-määritteensä, joita kannattaa käyttää.** **"Alt"-määritteen avulla voit määrittää kuvaa kuvaavaa tekstiä, joka näytetään jos kuvaa ei jostain syystä voida näyttää** (1).

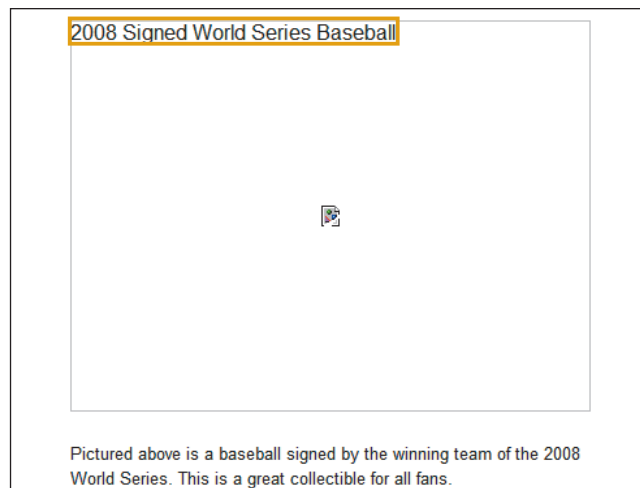
Miksi tätä attribuuttia pitäisi käyttää? Jos käyttäjä katselee sivustoasi selaimella, joka ei tue kuvia, tai käyttää vaihtoehtoista tekniikkaa, kuten **ruudunlukijaa**, **alt-attribuutin sisältö antaa hänelle tietoja kuvasta.**

Toinen syy attribuutin käyttöön on, jos käytät kuvaa linkkinä. Tällöin kuvan alt-tekstikäyttäytyy samoin kuin tekstilinkin ankkuriteksti. Emme kuitenkaan suosittele käyttämään kovin montaa kuvaa linkkinä sivustosi navigaatiossa, jos tekstilinkit ajavat saman asian. Viimeiseksi, kuvien tiedostonimien ja alt-tekstin optimointi auttaa kuvahakuprojekteja, kuten [Google-kuvahakua](#), ymmärtämään kuviasi paremmin.

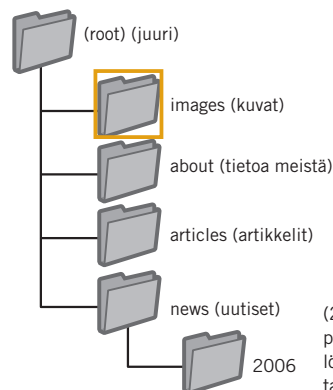
Tallenna tiedostot erilliseen hakemistoon ja käytä yhteneviä tiedostomuotoja

Sen sijaan, että tallentaisit kuvatiedostosi moneen eri hakemistoon, harkitse kuvien keskittämistä yhteen hakemistoon (e.g. [brandonsbaseballcards.com/images/](#)). Näin kuviisi johtava polku yksinkertaistuu.

Käytä yleisesti tuettuja tiedostomuotoja (useimmat selaimet tukevat [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#)- ja [BMP](#)-kuvamuotoja). Tiedostonimen päätteen tulisi myös sopia yhteen tiedostomuodon kanssa.



(1) Kuvaa ei näytetä käyttäjälle jostain syystä, mutta alt-teksti näkyy kuitenkin.



(2) Kuviin johtava polku on helpompi löytää jos kuvat on tallennettu yhteen hakemistoon.

Sanasto

Ruudunlukija

Ohjelmisto, joka lukee ruudulla näkyvät tiedot tai joka välittää tiedot Braille-näytölle.

ASCII-kieli

Lyhenne sanoista American Standard Code for Information Exchange. Englannin kielen aakkosiin keskittynyt merkkikoodausjärjestelmä.

Suosittelut käytännöt

Käytä lyhyitä mutta kuvailevia tiedostonimiä ja alt-tekstiä

Kuten monet muut sivun optimoitavista osista, parhaat tiedostonimet ja alt-tekstit ([ASCII-kielille](#)) ovat lyhyitä mutta kuvailevia.

Vältä näitä:

- Tiedostonimet ovat yleispäteviä kuten "kuva1.jpg", "kuva.gif", "1.jpg" (tuhansia kuvia sisältävät sivustot saattavat harkita kuvien automaattista nimeämistä).
- Tiedostonimet ovat liian pitkiä.
- Alt-teksti on täynnä avainsanoja tai siihen on kopioitu kokonaislauseita.

Lisää alt-teksti, kun käytät kuvia linkkeinä

Jos päätät käyttää kuvaa linkkinä, alt-tekstin lisääminen helpottaa Googlea ymmärtämään enemmän sivusta, jolle linkki johtaa. Kuvittele, että kirjoitat tekstilinkin ankkuritekstiä.

Vältä näitä:

- Alt-teksti on liian pitkä, ja se voidaan nähdä harhauttavana.
- Sivuston koko navigointi on tehty kuvalinkkien avulla.

Lähetä kuvasivustokartta

[Kuvasivustokartta](#) antaa Googlebotille lisätietoa sivustosi kuvista. Se on rakenteeltaan samanlainen kuin sivustosi sivuista koostuva XML-sivustokarttatiedosto.



Linkit

- | | |
|--|---|
| • Google-kuvahaku
http://images.google.fi/ | • PNG
http://fi.wikipedia.org/wiki/PNG |
| • JPEG
http://fi.wikipedia.org/wiki/JPEG | • BMP
http://fi.wikipedia.org/wiki/BMP_(tiedostomuoto) |
| • GIF
http://fi.wikipedia.org/wiki/GIF | • Kuvasivustokartta
http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=178636 |

Otsikkotunnisteiden oikeaoppinen käyttö

Korosta tärkeää tekstiä otsikkotunnisteiden avulla

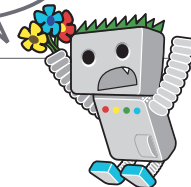
Otsikkotunnisteita (älä sekoita näitä <head> HTML-tunnisteisiin tai HTTP-otsikoihin) käytetään esittämään sivun rakenne käyttäjille. Otsikkotunnisteita on kuuden kokoisia. Ne alkavat otsikosta <h1>, joka on pääotsikko, ja loppuvat otsikkoon <h6>, joka on alin ja vähiten tärkeä otsikko (1).

Koska otsikkotunnisteet yleensä suurentavat niissä olevan tekstin sivun tavallista tekstiä isommaksi, **käyttäjät huomaavat, että teksti on tärkeää. Otsikosta he voivat myös päätellä jotakin otsikon alla olevan tekstin sisällöstä.** Hierarkkisen sisällön rakenteen luominen käyttämällä useita otsikkokokoja helpottaa käyttäjiä navigoimaan asiakirjasi läpi.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were ... in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After ... the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

(1) Uutisen sisältävällä sivulla voimme sijoittaa sivustomme nimen <h1>-tunnisteeseen ja uutisen aiheen <h2>-tunnisteeseen.

Otsikkotunnisteet ovat tärkeä osa verkkosivua ja auttavat herättämään käyttäjän huomion, joten käytä niitä harkitusti!



Suosittelut käytännöt

Kuvittele, että kirjoitat yleiskuvausta

Mieti sivun sisällön pää- ja alakohtia samalla tavalla kuin suurta tutkielmaa kirjoittaessasi, ja pääätä, miten käytät otsikkotunnisteita mahdollisimman osuvasti.

Vältä näitä:

- Otsikkotunnisteissa on tekstiä, joka ei auta sivun rakenteen määrittelemisessä.
- Sivulla käytetään otsikkotunnisteita, vaikka muut tunnisteet kuten ja sopisivat paremmin.
- Otsikkotunnisteiden kokoja käytetään sikin sokin.

Käytä otsikkotunnisteita harkiten

Käytä otsikkotunnisteita vain, kun se on järkevää. Jos sivulla on liikaa otsikkotunnisteita, käyttäjien voi olla vaikeaa lukea sisältöä ja määritellä, missä yksi aihe loppuu ja toinen alkaa.

Vältä näitä:

- Sivulla on liikaa otsikkotunnisteita.
- Kaikki sivun teksti on otsikkotunnisteen sisällä.
- Otsikkotunnisteita käytetään tekstin muotoiluun eikä rakenteen esittämiseen.

Sanasto

HTTP-otsikko

HTTP (HyperText Transfer Protocol) -protokollassa eri tyyppisiä tietoja lähetetään ennen itse tietojen lähettämistä.

HTML-tunniste, jolla merkitään tekstin korostusta. Käytännössä korostus tarkoittaa tekstin kursivointia.

HTML-tunniste, jolla merkitään vahvaa tekstin korostusta. Käytännössä tämä korostus tarkoittaa tekstin lihavoitua.

Jokerimerkki

Merkki (*), joka voi korvata minkä tahansa merkin tai merkkijonon.

.htaccess

Hypertekstin käyttöoikeustiedosto, jonka avulla voit hallinnoida verkkopalvelimien määrittelyä.

Viittausloki

Viittaajan tiedot, jotka on kirjoitettu käyttöoikeuslokiin. Kun viittaaja jäljitetään, saadaan selville, mistä sivustoista kävijät tulivat.

Robots.txt-tiedoston tehokas käyttäminen

Rajoita lukemista ja indeksointia robots.txt-tiedoston avulla alueilla, joissa se ei ole tarpeellista

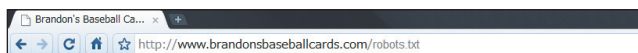
“Robots.txt”-tiedosto kertoo hakukoneille, saavatko ne lukea ja indeksoida sivustosi osia (1). Tämä tiedosto, jonka nimen täytyy olla “robots.txt”, sijoitetaan sivustosi juurihakemistoon (2).

Saatat haluta jättää joitakin sivustosi sivuja indeksoinnin ulkopuolelle, koska ne eivät välttämättä ole hyödyllisiä käyttäjille hakukoneen tuloksissa. Jos haluat estää hakukoneita indeksoimasta sivujasi, Googlen Verkkovastaavan työkaluissa on helpokäyttöinen [robots.txt-generaattori](#), jonka avulla voit luoda tämän tiedoston. Huomaa, että jos sivustosi käyttää aliverkkotunnuksia ja haluat, ettei tietyn aliverkkotunnuksen sivuja indeksoida, sinun täytyy luoda erillinen robots.txt-tiedosto kyseiselle aliverkkotunnukselle. Lisätietoja robots.txt-tiedostosta löydät Verkkovastaavan ohjekeskuksen [robots.txt-tiedostojen käyttöoppaasta](#).

On myös muita tapoja, joilla voit estää sisältösi näkymisen hakutuloksissa. Voit esimerkiksi lisätä “NOINDEX”-merkinnän robots-sisällönkuvauskenttääsi, salasanasuojata hakemistoja .htaccess:in avulla tai poistaa sisällön, joka on jo indeksoitu Googlen Verkkovastaavan työkalujen avulla. Googlen insinööri Matt Cutts johdattaa sinut kädestä pitäen jokaisen [URL-osoitteiden estämistavan](#) läpi hyödyllisessä videossa.

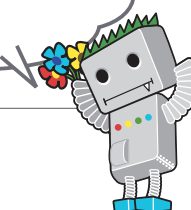
```
User-agent: *
Disallow: /images/
Disallow: /search
```

(1) Mikään näitä sääntöjä noudattava hakukonerobotti (jotka osoitetaan **jokerimerkki** *-symbolilla) ei saisi lukea ja indeksoida /images/ (kuvat) -hakemiston sisältöä tai mitään URL-osoitetta, jonka polku alkaa sanalla /search (haku).



(2) robots.txt-tiedostomme osoite.

Hallitse sisältöäsi ja päättää mitä tietoa haluat luettavan ja indeksoitavan ja mitä et!



Suosittelut käytännöt

Käytä turvallisempia tapoja arkaluontoisen sisällön kanssa

Älä tyydy pelkästään robots.txt-tiedoston käyttämiseen estäessäsi arkaluonteisen tai salassa pidettävän sisällön indeksointia. Yksi syy tähän on se, että hakukoneet voivat silti käyttää estämiäsi URL-osoitteita viitteenä (näyttäen vain URL-osoitteen, ei otsikkoa eikä katkelmaa), jos kyseisiin URL-osoitteisiin on linkkejä muualla Internetissä (kuten [viittauslokeissa](#)). Sääntöjä noudattamattomat tai epäluotettavat hakukoneet, jotka eivät tunnusta [Robots Exclusion Standard](#) -määrittelyä, voivat myös olla noudattamatta robots.txt-tiedostosi ohjeita. Viimeiseksi, utelias käyttäjä saattaa tutkia robots.txt-tiedostossasi luetellut hakemistot ja alihakemistot ja arvata URL-osoitteen sisältöön, jonka et halua olevan näkyvissä. Sisällön salaaminen tai sen salasanasuojaaminen .htaccess:in avulla ovat turvallisempia vaihtoehtoja.

Vältä näitä:

- Hakukoneiden annetaan indeksoida hakutulossivujen kaltaisia sivuja.
 - Käyttäjät eivät halua napsauttaa linkkiä yhdellä hakutulossivulla ja joutua toiselle hakutulossivulle, joka ei anna heille mitään uutta tietoa.
- Hakukoneiden annetaan indeksoida [välityspalvelujen](#) luomia URL-osoitteita.

Linkit

- [robots.txt-generaattori](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/03/speaking-language-of-robots.html)
- [robots.txt-tiedostojen käyttöopas](http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156449)
- [URL-osoitteiden estämistapa](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/01/remove-your-content-from-google.html)

Robots Exclusion Standard

Käytäntö, joka estää tätä käytäntöä noudattavia indeksointirobotteja, kuten Googlebotia, käyttämästä verkkosivustoa tai sen osia, jotka muuten ovat julkisesti näkyvillä.

Välityspalvelu

Tietokone, joka korvaa yhteyden tapauksissa, joissa sisäinen verkosto ja ulkoinen verkosto yhdistyvät, tai ohjelmisto, jota käytetään tähän tarkoitukseen.

Näin käytät rel="nofollow"-linkkejä

Rajoita kommenttiroskapostia "nofollow"-määritteen avulla

Jos asetat linkin "rel"-attribuutin arvoksi "nofollow", Google ymmärtää, että tiettyjä sivustosi linkkejä ei saa seurata tai sivustosi mainetta ei saa siirtää linkitetyille sivuille. Jos haluat, että linkkiä ei seurata, voit lisätä linkin ankkuritunnisteeseen tekstin rel="nofollow" (1).

Milloin tämä kannattaa tehdä? Jos sivustossasi on blogi, johon kaikki käyttäjät voivat jättää kommentteja, näiden kommenttien sisältämät linkit voivat siirtää sivustosi maineen sivuille, joiden puolesta et halua puhua. Blogien kommenttialueet ovat hyvin herkkiä saamaan kommenttiroskapostia (2). Jos asetat nämä käyttäjien lisäämät linkit ei-seurattaviksi, varmistat, että et luovuta sivustosi kovalla työllä hankittua mainetta harhaanjohtavalle sivustolle.

Lisää "nofollow" automaattisesti sivustosi kommentteihin ja vieraskirjaan

Monet bloggausohjelmistopakettit asettavat käyttäjien kommentit automaattisesti ei-seurattaviksi, ja ne jotka eivät aseta voidaan luultavasti muokata manuaalisesti tekemään näin. Tämä neuvo koskee myös muita sivustosi alueita, jossa saattaa olla käyttäjien luomaa sisältöä kuten vieraskirjoja, keskusteluryhmiä, viestikenttiä, viittausluetteloita jne. Jos olet valmis takaamaan kolmannen osapuolen lisäämät linkit (esim. jos sivustosi luottaa kommenttoijaan), ei ole mitään syytä asettaa linkkejä ei-seurattaviksi. Jos kuitenkin linkität sivustoihin, jotka ovat Googlen mielestä harhaanjohtavia, oman sivustosi maine saattaa kärsiä. Verkkovastaavan ohjekeskuksessa on lisää vinkkejä kommenttiroskapostin välttämiseksi, kuten CAPTCHA-kirjainvahvistuksen käyttäminen tai kommenttien moderointi (3).

```
<a href="http://www.shadyseo.com" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

(1) Jos linkität sivustoon, johon et luota, etkä halua siirtää sille sivustosi mainetta, käytä nofollow- tekstiä.

1 comments:

[CheapPills](#) said...

Hi, nice site!

Check out my site [cheap viagra](#).
Thanks!

[July 12, 2010 7:39 PM](#)

(2) Kommenttiroskapostittaja jättää viestin yhteen uutiseemme, ja toivoo saavansa osan sivustomme maineesta.

Preview



Kosuke Suzuki said...

Edit

I found the baseball card that I was looking for, for ages, on this site.
Thank you!

July 12, 2010 7:48 PM

[Add profile picture](#)

Word verification



anomanc

Post Comment

(3) Esimerkki CAPTCHA:n käytöstä Googlen blogipalvelussa Bloggerissa. Se auttaa varmistamaan että kommentin jättäjä on ihminen eikä robotti.

Sanasto

Kommenttiroskaposti

Viittaa mainoksien ym. vastaavien viestien umpimähkäiseen lisäämiseen blogien kommenttiosioihin tai keskustelupalstoille. Teksti ei liity mitenkään kyseisen sivun sisältöön.

CAPTCHA

Lyhenne ilmauksesta Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart (automaattinen testi, jolla erotetaan tietokoneet ja ihmiset toisistaan).

“Nofollow”-n käyttäminen yksittäin sisällössä, koko sivulla, jne.

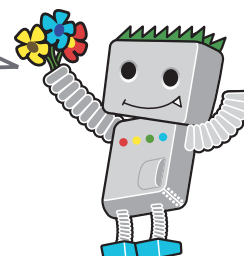
Toinen syy asettaa linkit ei-seurattaviksi on, **kun kirjoitat sisältöä ja haluat viitata verkkosivustoon**, mutta et halua siirtää sivustosi mainetta siihen. Kuvittele esimerkiksi, että kirjoitat kommenttiroskapostittamista koskevaa blogiviestiä, ja haluat nimetä sivuston, joka äskettäin kommenttiroskapostitti blogiasi. Haluat varoittaa muita sivustosta, joten liität sisältöön linkin sivustoon. Et kuitenkaan todellakaan halua antaa sivustolle linkin kautta oman sivustosi mainetta. Tämä olisi hyvä tilaisuus käyttää nofollow-tekstiä.

Viimeiseksi, jos haluat asettaa kaikki sivun linkit ei-seurattaviksi, voit käyttää “nofollow”-tekstiä robots-sisällönkuvauskentässäsi, joka lisätään kyseisen sivun HTML-koodin <head>-tunnisteen sisälle (4). Ylläpitokeskuksen blogissa on hyödyllinen viesti [robots-sisällönkuvauskentän käyttämisestä](#). Tämä tapa kirjoitetaan seuraavasti: <meta name=“robots” content=“nofollow”>.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name=“description” content=“Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in”>
<meta name=“robots” content=“nofollow”>
</head>
<body>
```

(4) Tämä asettaa kaikki sivun linkit ei-seurattaviksi.

Varmista että olet
varautunut estämään
kommenttiroskapostia!



Linkit

- **Kommenttiroskapostin välttäminen**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=81749>
- **robots-sisällönkuvauskentän käyttäminen**
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/03/using-robots-meta-tag.html>

Ilmoita Googlelle mobiilisivustoista

Määritä mobiilisivustojen asetukset siten, että ne voidaan indeksoida oikein

Vaikuttaa siltä, että maailma on siirtymässä mobiiliaikaan: monet ihmiset käyttävät mobiililaitteita päivittäin ja suuri käyttäjäjoukko tekee hakuja [Googlen mobiilihakusivun](#) kautta. Mobiilisivuston luominen ja mobiilihakuyhteisön saavuttaminen ei kuitenkaan ole verkkovastaaville helppoa. **Mobiilisivustojen käyttämä muoto eroaa tavallisista tietokoneille tarkoitetuista sivustoista, ja niiden ylläpitoon tarvittavat taidot ovat myös hyvin erilaiset.** Tämä muodostaa verkkovastaaville useita uusia haasteita. Useat mobiilisivustot on suunniteltu mobiilikäyttöön soveltuviksi, mutta niiden suunnittelussa ei ole välttämättä otettu huomioon hakukoneita.

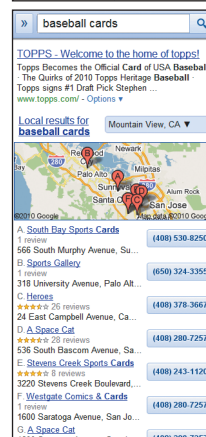
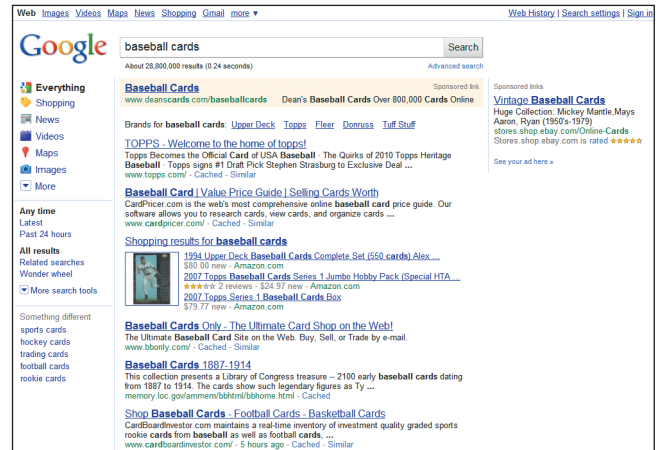
Tässä vianetsintävinkeä, joiden avulla voit varmistaa, että sivustosi indeksoidaan oikein:

Varmista, että Google indeksoi mobiilisivustosi

Jos verkkosivustosi ei näy Googlen mobiilihakutuloksissa vaikka käytät [site:-operaattoria](#), sivustossasi saattaa olla vähintään toinen seuraavista ongelmista:

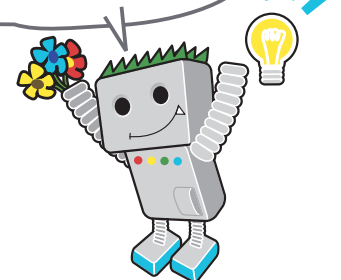
1. Googlebot ei välttämättä löydä sivustosi

Googlebotin täytyy indeksoida sivustosi, jotta se voidaan lisätä hakemistoomme. **Jos olet juuri luonut sivustosi, emme välttämättä tiedä siitä vielä.** Jos näin on, kerro sivustostasi Googlelle luomalla [mobiilisivustokartta](#) ja lähettämällä se meille. Mobiilisivustokartan voi [lähettää Googlen Verkkovastaavan työkalujen avulla](#) aivan kuten tavallisenkin sivustokartan.



(1) Esimerkki hausta [baseball cards] (baseball-kortit) tietokoneen Google-haulla (yllä) ja mobiilihaulla (vasemmalla). Mobiilihakutulokset muokataan mobiililaitteille sopiviksi, ja ne eroavat tavallisista tietokoneen hakutuloksista.

Varmista, Google tunnistaa mobiilisivustosi, jotta hakijat voivat löytää sen.



Sanasto

Mobiilisivustokartta

XML-sivustokartta, joka sisältää mobiililaitteille tarkoitettujen verkkosivujen URL-osoitteet.

Voit kertoa meille mobiililaitteille tarkoitettuista verkkosisällöistä ja auttaa meitä indeksoimaan sivusi lähettämällä meille nämä sivut sisältävät URL-osoitteet.

User-agent

Käyttäjän käyttämä ohjelmisto ja laitteisto, joiden avulla kyseinen käyttäjä käyttää verkkosivua.

XHTML Mobile

XHTML on HTML:stä kehitetty sivunkuvauskieli, joka täyttää XML:n muotovaatimukset. XHTML Mobile on laajennettu mobiililaitteilla käytettäväksi.

Compact HTML

HTML:ää muistuttava sivunkuvauskieli, jota käytetään luotaessa verkkosivuja, joita voidaan katsella sekä matkapuhelimilla että PHS- ja PDA-laitteilla.

2. Googlebot ei välttämättä pääse käyttämään sivustoasi

Joitakin mobiilisivustoja voi katsella vain mobiililaitteilla. Googlebot ei siis pääse näihin sivustoihin eikä voi lisätä sivustoa Googlen hakemistoon. **Mobiilisivustojemme indeksointirobotti on "Googlebot-Mobile"**. Jos haluat, että sivustosi indeksoidaan, **anna käyttöoikeudet kaikille user-agentin "Googlebot-Mobile" sisältäville agenteille** (2). Huomaa myös, että Google saattaa vaihtaa user-agent-tietojaan milloin tahansa ja ilmoittamatta siitä sinulle. Emme siis suosittele tarkistamaan, onko user-agent täsmälleen muotoa "Googlebot-Mobile" (nykyinen user-agent). Tarkista sen sijaan, sisältääkö user-agentin otsikko merkkijonon "Googlebot-Mobile". Voit myös [vahvistaa Googlebotin DNS-menetelmän avulla](#).

Varmista, että Google voi tunnistaa mobiili-URL-osoitteesi

Kun Googlebot-Mobile on indeksoinut URL-osoitteesi, tarkistamme, voidaanko kutakin URL-osoitetta katsella mobiililaitteella. **Sivuja, joita ei voi tarkistuksemme mukaan katsella mobiililaitteilla, ei lisätä mobiilisivustohakemistoomme** (ne saatetaan sen sijaan lisätä tavalliseen verkkohakemistoon). Tämä tarkistus perustuu useisiin tekijöihin. Yksi niistä on DTD (Doc Type Definition) -määrittely. Tarkista, että mobiili-URL-osoitteesi DTD-määrittely on mobiililaitteille soveltuvassa muodossa, kuten **XHTML Mobile** tai **Compact HTML** (3). Jos määrittely on sopivassa muodossa, sivu voidaan lisätä mobiilihakemistoon. Saat lisätietoja [Mobiilisivuston Verkkovastaavan ohjeista](#).

```
SetEnvIf User-Agent "Googlebot-Mobile" allow ua
SetEnvIf User-Agent "Android" allow ua
SetEnvIf User-Agent "BlackBerry" allow ua
SetEnvIf User-Agent "iPhone" allow ua
SetEnvIf User-Agent "NetFront" allow ua
SetEnvIf User-Agent "Symbian OS" allow ua
SetEnvIf User-Agent "Windows Phone" allow ua
Order deny,allow
deny from all
allow from env=allow ua
```

(2) Esimerkki mobiilisivustosta, jota voi käyttää vain mobiililaitteella. Muista myöntää käyttöoikeus user-agentteille, jotka sisältävät merkkijonon "Googlebot-Mobile".

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFOLUM/DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
"http://www.wapfolum.org/DTD/xhtmll-mobile1.0.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="application/xhtml+xml;
charset=Shift_JIS" />
```

(3) Esimerkki DTD:stä mobiililaitteille.

Linkit

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">● Googlen mobiilihakusivu
http://www.google.fi/m/● site-operaattori
http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35256● Mobiilisivustokartta
http://www.google.com/support/webmasters/bin/topic.py?topic=8493 | <ul style="list-style-type: none">● Lähetettää Googlen Verkkovastaavan työkalujen avulla
http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184● Vahvista Googlebot DNS-menetelmän avulla
http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/09/how-to-verify-googlebot.html● Mobiilisivuston Verkkovastaavan ohjeet
http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72462 |
|--|---|

Opasta mobiililaitteiden käyttäjiä oikein

Sivuston tietokone- ja mobiiliversiot

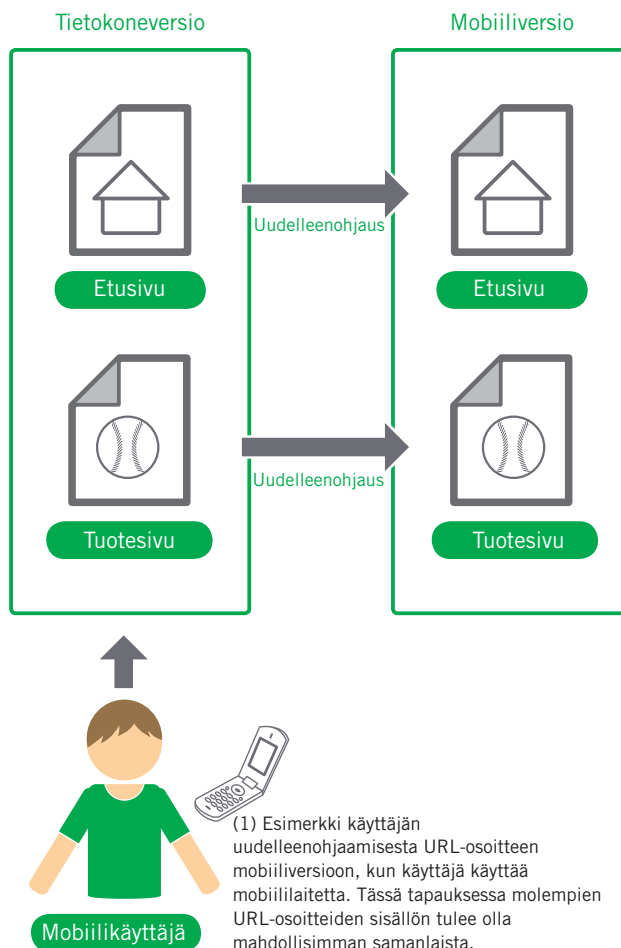
Yksi yleisimmistä ongelmista sekä sivuston tietokone- että mobiiliversioita ylläpitäville verkkovastaaville on, että sivuston mobiiliversio näkyy tietokoneen käyttäjille tai että sivuston tietokoneversio näkyy mobiililaitteikäyttäjille. Tämän ongelman ratkaisuun on kaksi hyvää tapaa:

Uudelleenohjaa mobiililaitteiden käyttäjät oikeaan versioon

Kun mobiilikäyttäjä tai indeksointirobotti (kuten Googlebot-Mobile) käyttää URL-osoitteen tietokoneversiota, voit **uudelleenohjata** heidät saman sivun mobiiliversioon. **Google havaitsee URL-osoitteen kahden version välisen suhteen ja näyttää tavallisen version tietokonehaun ja mobiiliversion mobiilihaun käyttäjille.**

Jos uudelleenohjaat käyttäjiä, varmista, että vastaavien mobiili-/tietokone-URL-osoitteiden sisältö on mahdollisimman samanlaista (1). Jos sinulla esimerkiksi on ostossivu, jonka tietokoneversion URL-osoitteeseen tulee mobiilikäyttäjä, **varmista, että käyttäjä uudelleenohjataan saman tuotteen mobiilisivulle eikä koko sivuston mobiiliversion etusivulle.** Löydämme ajoittain sivustoja, jotka käyttävät tällaisia uudelleenohjauksia hakusijoitusten parantamistarkoituksessa, mutta tämä käytäntö johtaa negatiiviseen käyttökokemukseen ja sitä tulee välttää kaikin tavoin.

Jos taas tietokoneselaimen käyttäjä tai indeksointirobottimme Googlebot tulee URL-osoitteen mobiiliversioon, heitä ei tarvitse uudelleenohjata tietokoneversioon. Esimerkiksi [Google](#) ei automaattisesti uudelleenohjaa tietokonekäyttäjiä mobiilisivustosta tietokonesivustoon, vaan mobiiliversiossa on linkki tietokoneversioon. Nämä linkit ovat hyödyllisiä etenkin, jos mobiilisivusto ei tarjoa kaikkia tietokoneversion toimintoja: niiden avulla käyttäjä pääsee halutessaan helposti siirtymään tietokoneversioon.



Sanasto

Uudelleenohjaus

Automaattinen siirto yhdeltä verkkosivulta toiselle verkkosivustoa selattaessa.

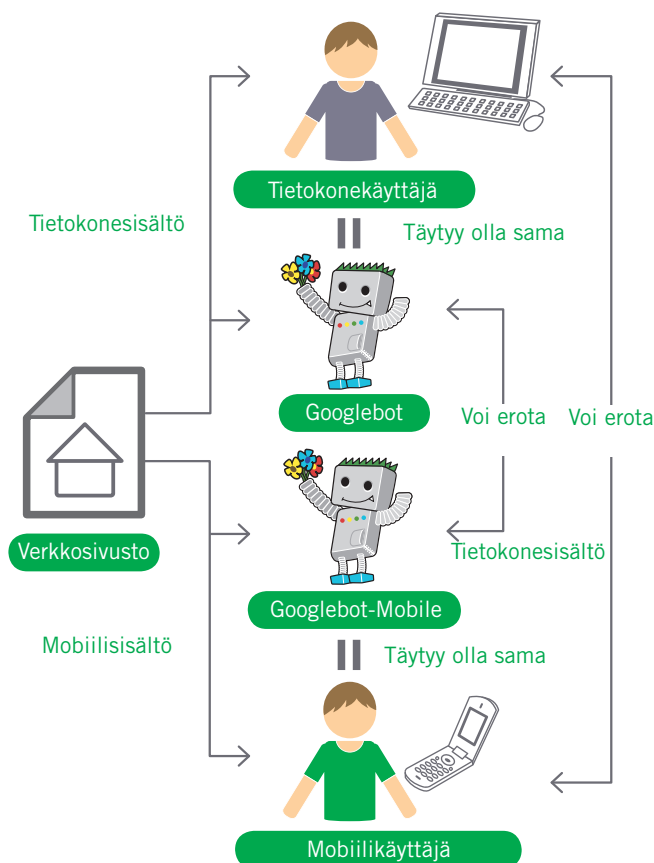
Sisällön vaihtaminen user-agentin perusteella

Jotkut sivustot käyttävät samaa URL-osoitetta sekä tietokone- että mobiilisisällölle, mutta vaihtavat sivun muotoilua user-agentin perusteella. Toisin sanoen sekä mobiilikäyttäjät että tietokonekäyttäjät käyttävät samaa URL-osoitetta (heitä ei siis uudelleenohjata), mutta sivun sisältö/muotoilu muuttuu user-agentin perusteella. Tässä tapauksessa **sama URL-osoite näkyy sekä mobiili- että tietokonehaussa, ja tietokonekäyttäjät näkevät sisällön tietokoneversion, kun taas mobiilikäyttäjät näkevät sisällön mobiiliversion** (2).

Huomaa kuitenkin, että jos et tee sivuston määrittämiä oikein, sivusto voidaan tulkita **peittäväksi** sivustoksi, jolloin se saatetaan poistaa hakutuloksistamme. Peittämisellä tarkoitetaan yritystä parantaa sivuston sijoitusta hakutuloksissa näyttämällä eri sisältö Googlebotille kuin tavallisille käyttäjille. Tämä aiheuttaa ongelmia, kuten huonommin osuvia tuloksia (sivut näkyvät hakutuloksissa vaikka niiden sisältö ei todellisuudessa liity käyttäjän näkemään/hakemaan sisältöön). Suhtaudumme peittämisyrityksiin vakavasti.

Mitä “käyttäjän näkemä” sivu sitten tarkoittaa, jos saman URL-osoitteen kautta näytetään molemmat versiot? Kuten aiemmassa kirjoituksessa mainittiin, **Google käyttää Googlebotia verkkohakujen ja Googlebot-Mobilea mobiilihakujen yhteydessä. Noudataat sääntöjämme, jos näytät Googlebotille saman sisällön kuin tavalliselle tietokonekäyttäjälle ja Googlebot-Mobilelle taas tavallisen mobiilikäyttäjän näkemän sisällön.** Ei haittaa, vaikka Googlebotin ja Googlebot-Mobilen näkemä sisältö eroaa toisistaan.

Yksi esimerkki tahattomasta peittämisestä on, jos sivustosi näyttää tietokonekäyttäjille viestin, kuten “Tämä sivusto soveltuu vain mobiililaitteille”, mutta palauttaa kuitenkin täyden mobiiliversion molemmille indeksointiroboteille (Googlebot näkee siis mobiiliversion). Tässä tapauksessa verkkohaun käyttäjien näkemä sivu (esim. “Tämä sivusto soveltuu vain mobiililaitteille”) eroaa sivusta, jonka Googlebot indeksoi (esim. “Tervetuloa sivustooni”). Tämä havaitaan peittämisenä, koska haluamme näyttää käyttäjille saman osuvan sisällön, minkä Googlebot tai Googlebot-Mobile indeksoi.



(2) Esimerkki sivun muotoilun vaihtamisesta user-agentin perusteella. Tässä tapauksessa tietokonekäyttäjän tulee nähdä sama, mitä Googlebot näkee, ja mobiilikäyttäjän tulee nähdä sama, kuin mitä Googlebot-mobile näkee.



Linkit

- **Google Mobiili**
<http://www.google.fi/m/>
- **Sisällön peittäminen**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66355>

Verkkosivuston mainostaminen oikealla tavalla

Sivustosi maineen kasvattaminen sivustoosi johtavien linkkien määrää lisäämällä

Vaikka suurin osa sivustoosi johtavista linkeistä kertyy vähitellen ihmisten löytäessä sisältösi hakemalla tai muilla tavoilla ja liittäessä sivustoosi linkin, Google ymmärtää, että haluat muiden tietävän, miten kovasti olet työskennellyt sisältösi eteen.

Mainostamalla uutta sisältöä tehokkaasti autat samasta aiheesta kiinnostuneita henkilöitä löytämään sisältösi helpommin (1). Kuten muutkin tämän asiakirjan vinkeistä, myös tämän suosituksen vieminen äärimmäisyyksiin voi itseasiassa vahingoittaa sivustosi mainetta.

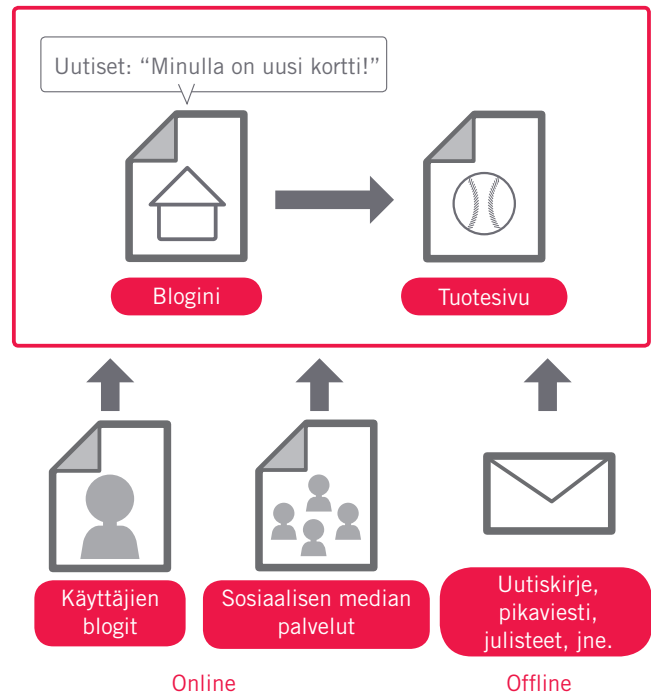
Hallitse blogeilla tiedottaminen ja kasvata tuntemusta verkossa

Omalla sivustollasi oleva blogiviesti, jossa kerrot vierailijoille lisänneesi jotain uutta on hyvä tapa kertoa muille uudesta sisällöstäsi tai palveluistasi. **Muut verkkovastaavat, jotka seuraavat sivustoasi tai RSS-syötettäsi, saattavat myös huomata uutisen.**

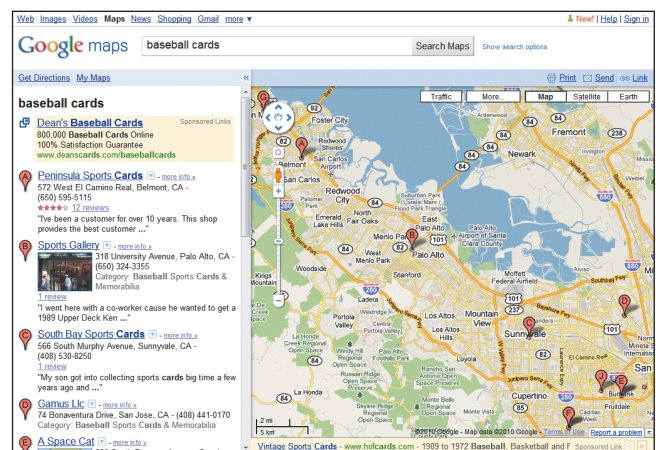
Yrityksesi tai sivustosi offline-mainonta voi myös olla antoisaa. Esimerkiksi yrityksen verkkosivujen URL-osoite kannattaa painaa käyntikortteihin, kirjeiden ylätunnisteisiin, julisteisiin, jne. Voit myös lähettää postissa säännöllisiä uutiskirjeitä, kertoen asiakkaillesi yhtiön verkkosivujen uudesta sisällöstä.

Jos yrityksesi on paikallinen, lisäämällä sen tiedot [Google Places](#) -palveluun **saavutat asiakkaasi paremmin Google Mapsin ja verkkohaun kautta**. Verkkovastaavan ohjekeskuksessa on lisää vinkkejä [paikallisen yrityksesi mainontamiseen](#).

Verkkosivusto



(1) Sivustosi mainostus ja sivustoosi johtavat laadukkaat linkit voivat nostaa sivustosi mainetta.



(2) Lisäämällä yrityksesi Google Places -palveluun, voit mainostaa sivustoasi Google Mapsin ja verkkohaun kautta.

Sanasto

RSS-syöte

Tiedot, joissa esitetään sivuston/blogin päivityksen koko teksti tai yhteenvedot tekstistä. RSS on lyhenne sanoista RDF Site Summary; Atom on toinen samankaltaista tietomuotoa käyttävä palvelu.

Suosittelut käytännöt

Hyödynnä sosiaalisen media sivustoja

Käyttäjien vuorovaikutuksen ja jakamisen ympärille rakennettujen sivustojen avulla on helpompaa kertoa aiheesta kiinnostuneelle ryhmälle heitä koskevasta sisällöstä.

Vältä näitä:

- Jokaista uutta, pientä sisällönosaa mainostetaan. Mainosta vain suuria ja kiinnostavia lisäyksiä.
- Sivustosi liittäminen palveluihin, joissa sisältöäsi mainostetaan keinotekoisesti näiden palveluiden parhaaksi.

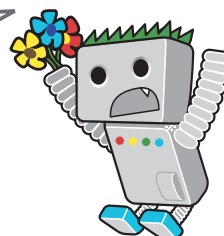
Ota yhteyttä sivustosi aihepiiriä vastaaviin yhteisöihin

On mahdollista, että on olemassa useita sivustoja, joiden aihepiiri vastaa omaa sivustoasi. Keskustelun avaaminen näiden sivustojen kanssa on yleensä hyödyllistä. Yhteisösi tärkeät aiheet saattavat antaa sinulle lisää ideoita sisällön tai hyvän yhteisöresurssin luomiseen.

Vältä näitä:

- Linkkipyyntöjä lähetetään roskapostinomaisesti kaikkiin sivustosi aihepiiriin liittyviin sivustoihin.
- Linkkejä ostetaan muilta sivustoilta, ja niiden avulla pyritään kasvattamaan PageRank-sijoitusta, ei niinkään liikennettä.

Onko sivustosi kunnossa?



Linkit

- **Google Places**
<http://www.google.fi/local/add/>
- **Paikallisen yrityksen mainostaminen**
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=92319>

Ilmaisten Verkkovastaavan työkalujen käyttäminen

Auta Googlebotia lukemaan sivujasi paremmin Verkkovastaavan työkalujen avulla

Suurimmat hakukoneet, kuten Google, antavat käyttöösi ilmaisia verkkovastaavan työkaluja. **Googlen Verkkovastaavan työkalujen avulla verkkovastaavat voivat paremmin säädellä, kuinka Google toimii heidän sivustojensa kanssa, ja saada Googlelta hyödyllisiä**

tietoja sivustoistaan. Verkkovastaavan työkaluja käyttämällä sivustosi ei saa erityiskohtelua, mutta työkalut voivat auttaa sinua tunnistamaan ongelmia, jotka ratkaisemalla voit parantaa sivustosi sijoitusta hakutuloksissa. Palvelun avulla verkkovastaavat voivat:

- katsoa, mitä sivuston osia Googlebotin oli vaikeaa indeksoida
- lisätä XML-sivustokarttatiedoston
- analysoida ja luoda robots.txt-tiedostoja
- poistaa Googlebotin jo indeksioivia URL-osoitteita
- määrittää halutun verkkotunnuksen
- tunnistaa title- ja description-sisällönkuvauskenttien ongelmia

- ymmärtää suosituimmat hakulausekkeet, joilla sivusto löytyy
- vilkaista, miten Googlebot näkee sivustot
- poistaa tarpeettomia sivustolinkkejä, joita Google voi käyttää hakutuloksissa
- saada ilmoituksen laatusääntöjen rikkomuksista ja lähettää sivuston uudelleenarvointipyyynnön

Yahoo! (Yahoo! Site Explorer) ja Microsoft (Live Search Webmaster Tools) tarjoavat myös ilmaisia työkaluja verkkovastaaville.

Google Analytics ja Website Optimizer mahdollistavat yleisen analysoinnin

Jos paransit sivustosi lukemista ja indeksointia Googlen Verkkovastaavan työkalujen tai muiden palvelujen avulla, sinua varmaankin kiinnostaa sivustosi liikenne. Verkon analyysiohjelmat,

kuten Google Analytics, antavat sinulle tästä arvokasta tietoa. Näiden palvelujen avulla voit:

- saada tietoja siitä, miten käyttäjät päätyvät sivustollesi ja mitä he siellä tekevät
- löytää sivustojesi suosituimman sisällön
- mitata tekemiesi optimointien vaikutuksen
 - esim. lisäsiikö title- ja description-sisällönkuvauskenttien muuttaminen hakukoneista tulevaa liikennettä?

Edistyneet käyttäjät voivat analyysipaketin sekä palvelimensa lokitiedostojen perusteella saada vielä tarkempia tietoja käyttäjien vuorovaikutuksesta asiakirjojesi kanssa (kuten uusia avainsanoja, joilla hakijat saattavat löytää sivustosi).

Viimeiseksi, Google tarjoaa toisen työkalun nimeltä Googlen Verkkosivuston optimoija, jonka avulla voit tehdä kokeita ja löytää sivukohtaiset muutokset, joilla saavutetaan paras tulosprosentti. Tämä käytettynä yhdessä Google Analyticsin ja Googlen Verkkovastaavan työkalujen kanssa (katso video "[Google Trifectan](#)") on tehokas tapa aloittaa sivustosi parantaminen.

Googlen foorumi verkkovastaaville

<http://www.google.com/support/forum/p/Webmasters?hl=fi>

Anna meille palautetta tai kysy kysymyksiä oppaaseen liittyen.

Google Webmaster Central Blog

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/>

Googlen työntekijöiden postittamia vinkkejä sivustosi parissa työskentelyyn.

Googlen ylläpitokeskus verkkovastaaville

<http://www.google.fi/support/webmasters/>

Täynnä yksityiskohtaista tietoa verkkovastaaville.

Googlen Verkkovastaavan työkalut

<https://www.google.fi/webmasters/tools/>

Optimoi Googlen vuorovaikutus sivustosi kanssa.

Googlen Verkkovastaavan ohjeet

<http://www.google.fi/webmasters/guidelines.html>

Ulkoasua ja sisältöä koskevat säännöt, tekniset säännöt ja laatusäännöt Googlelta.

Google Analytics

<http://www.google.fi/analytics/>

Saat tietoa siitä mistä kävijäsi tulevat ja mitä he sivustollasi katsovat. Voit myös merkitä muutoksia.

Googlen Verkkosivuston optimoija

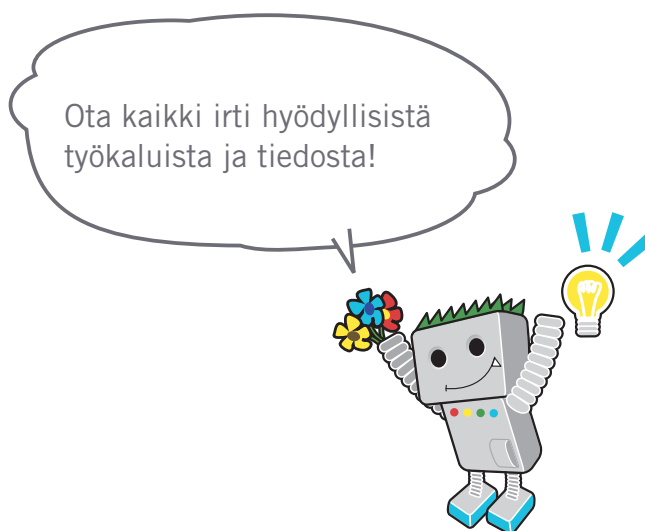
<http://www.google.fi/websitetoim�izer/>

Tee kokeiluja sivustollasi tietääksesi mikä toimii ja mikä ei toimi.

Vinkkejä hakukoneoptimoijan palkkaamiseen

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35291>

Jos et halua optimoida sivustoasi yksin, nämä vinkit auttavat sivua valitsemaan hakukoneoptimointiyrityksen.



Linkit

• Google Trifecta

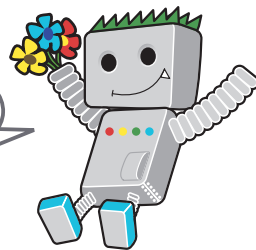
<http://www.youtube.com/watch?v=9yKjrdcC8wA>

Tämä opas on saatavilla PDF-tiedostona. Voit ladata PDF-version osoitteesta...

<http://www.google.fi/intl/fi/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fi.pdf>

Ellei muuten mainittu, tämän asiakirjan sisältö on Creative Commons Attribution 3.0 License -lisenssin alla.

Käy katsomassa Googlen
hakukoneoptimoinnin
resurssit ja työkalut!



Googlen ylläpitokeskus verkkovastaaville

Search



<http://www.google.fi/webmasters/>



©Copyright 2011 Google on Google Inc:n tavaramerkki.
Kaikki muut yritys- ja tuotenimet saattavat olla niihin
yhdistettyjen yritysten tavaramerkkejä.