

AJATUKSIA TÄLLE PÄIVÄLLE:

**Digitaalinen ja orgaaninen näkyvyys,
saavutettavuus**

Tekoäly vastuullisesti töihin

Päivi Nummenranta 01/25



**Euroopan unionin
osarahoittama**



OLEMASSAOLO ASIAKKAIDEN KESKUUDESSA

Digitaalinen näkyvyys

Digitaalinen näkyvyys tarkoittaa yrityksen läsnäoloa ja näkyvyyttä verkossa.

Orgaaninen näkyvyys

Orgaaninen näkyvyys tarkoittaa yrityksen tai brändin näkyvyyttä ilman maksullista mainontaa.

Saavutettavuus

Saavutettavuus tarkoittaa, että verkkosivustot ovat käytettävissä kaikille käyttäjille.

Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi (SEO) on prosessi, joka parantaa verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneissa.



DIGITAALINEN NÄKYVYYS JA SEN MERKITYS

Verkkonäkyvyyden merkitys

- Brändin tunnettuus ja luotettavuus
- Asiakaskunnan lisääntyminen ja laajentuminen
- Asiakassuhteiden vahvistaminen

Liikenteen ja sitoutumisen lisääminen

Tehokas digitaalinen näkyvyys lisää verkkosivuston liikennettä ja asiakassitoutumista.

Verkossa etsiminen

Suurin osa asiakaskunnasta etsii tuotteita ja palveluita verkossa -> myynnin lisääntyminen



KANAVAT DIGITAALISEEN NÄKYVYYTEEN

Sosiaalinen media

Vuorovaikutus asiakkaiden kanssa ja brändin rakentamisen.

Sähköpostimarkkinointi

Keino tavoittaa asiakkaita suoraan ja pitää heidät ajan tasalla tarjouksista ja uutisista.

Verkkosivustot

Verkkosivustot toimivat brändin digitaalisen läsnäolon keskipisteenä, tarjoten tietoa ja resursseja asiakkaille.

Hakukonemarkkinointi

Yrityksen näkyminen hakutuloksissa, mikä lisää verkkoliikennettä ja näkyvyyttä.



ORGAANINEN NÄKYVYYS

Verkkosivuston näkyvyys

Kuinka hyvin verkkosivusto esiintyy hakutuloksissa hakukoneissa ilman maksettuja mainoksia.

Sisällön laatu

Verkkosivuston näkyvyys perustuu sen sisällön laatuun ja relevanssiin, mikä houkuttelee kävijöitä.

Kestävyys vs. maksettu näkyvyys

Orgaaninen näkyvyys on kestävämpää kuin maksettu näkyvyys, sillä se perustuu pitkäaikaiseen sisältöstrategiaan.



ORGAANISEN NÄKYVYYDEN PARANTAMINEN

Hakusanojen optimointi

Parantaa näkyvyyttä hakukoneissa ja houkuttelee enemmän kävijöitä.

Laadukas sisältö

Houkuttelevuus ja maine – brändin ylläpitäminen

Linkkien rakentaminen

Luotettavien linkkien rakentaminen muilta verkkosivustoilta parantaa verkkosivustosi auktoriteettia ja hakukonesijoituksia.



HAKUKONEOPTIMOINTI eli SEO

Avainsanojen tutkimus

- Hakukoneoptimoinnin perusta
- Sisällön tehokas kohdistaminen

Sisältöoptimointi

- Sisältö on relevanttia ja houkuttelevaa hakukoneita varten
- Hyvä sisältö parantaa käyttökokemusta ja näkyvyyttä

Tekninen SEO

- Sivuston rakenteen ja suorituskyvyn optimoinnin.
- Varmistaa, että hakukoneet pystyvät indeksoimaan sivuston tehokkaasti

SEO:N PARHAAT KÄYTÄNNÖT

Avainsanojen käyttö

Auttaa hakukoneita ymmärtämään sivuston sisältöä

Laadukas sisältö

Houkuttelee kävijöitä ja parantaa sivuston sijoitusta hakutuloksissa

Mobiiliystävällisyys

Parempi käyttäjäkokemus – asiakas viipyy ja palaa – parempi sijoitus hakukoneissa

Nopea latausaika

Parempi käyttäjäkokemus ja hakukonesijoitus

SAAVUTETTAVUUS

Tarkista yrityksesi sivuston saavutettavuus:

wave.webaim.org

[Papunet-sivun ohjeet](#)

Teknisesti saavutettava toteutus

- Toimii kaikille käyttäjille, myös vammaisille henkilöille
- Yhteensopivuus ruudunlukuohjelmien kanssa
- Selkeät kontrastit ja vaihtoehtoiset tekstit kuville
- Parantaa käyttäjäkokemusta ja hakukonenäkyvyyttä

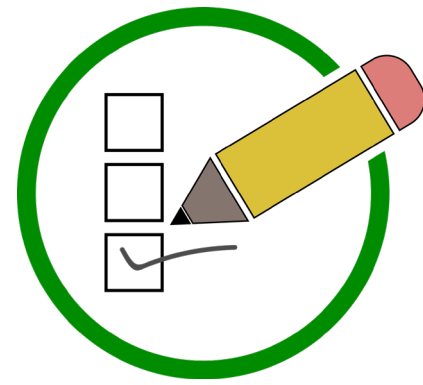
Selkeä ja helppokäyttöinen käyttöliittymä

- Intuitiivinen navigointi ja looginen rakenne
- Riittävä kontrasti tekstin ja taustan välillä
- Visuaalinen palaute ja selkeät lomakeohjeet
- Ymmärrettävä virhepalautteen antaminen

Ymmärrettävä sisältö

- Yksinkertainen ja selkeä kieli
- Lyhyet kappaleet ja jäsenneily rakenne
- Kuvien ja videoiden käyttö tekstin tukena
- Tiedot helposti ja nopeasti saatavilla

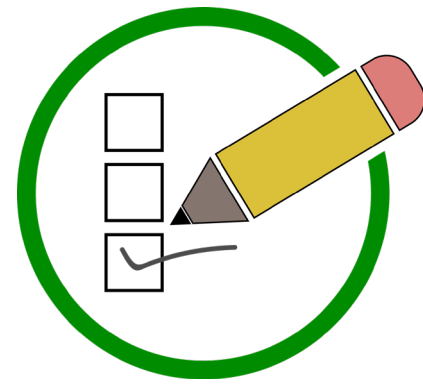
SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 1/7



Sivuston rakenne

1. Yhdellä sivulla tai näkymässä ei ole liikaa tietoa kerralla.
2. Sivuston rakenne ohjaa käyttäjän huomion tärkeimpiin asioihin.
3. Sivupohjan keskeiset osat (sisältö, valikko, linkit) ovat selkeästi tunnistettavia ja erottuvat toisistaan.
4. Sivupohjan rakenne on yhtenäinen eri sivuilla (esimerkiksi tärkeät elementit sijaitsevat aina samoissa kohdissa).
5. Sivun tärkeimmät sisällöt ja toiminnot löytyvät yläosasta.
6. Jokaisella sivulla on selkeästi näkyvä linkki etusivulle.

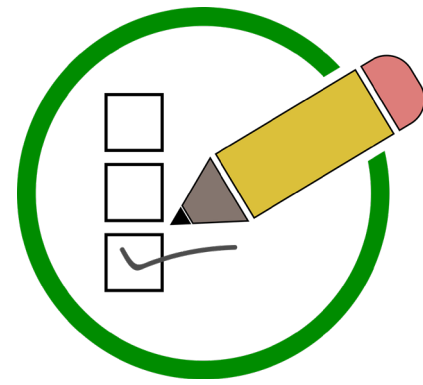
SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 2/7



Navigaatio

1. Sivuston valikkorakenne on yksinkertainen ja helppokäyttöinen, eikä erilaisia navigointitapoja ole liikaa.
2. Käyttäjä hahmottaa helposti, missä kohtaa sivustoa hän on.
3. Valikon linkkitekstit vastaavat kohdesivujen pääotsikoita, jotta käyttäjä tietää, mitä odottaa.
4. Kaikki valikon linkit johtavat sivuston sisäisiin sivuihin, ja jos jokin linkki vie ulkopuoliselle sivustolle, siitä ilmoitetaan selkeästi käyttäjälle ja sen tarpeellisuus on perusteltu.

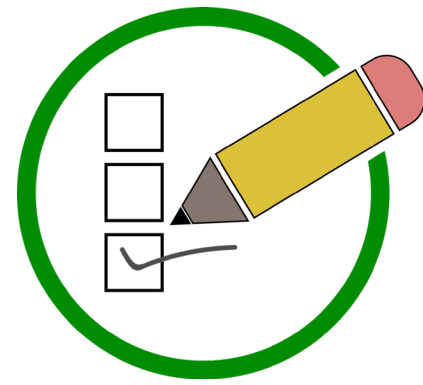
SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 3/7



Sisällön ulkoasu

1. Käytössä on selkeä, helposti luettava ja yleisesti tunnettu kirjasintyyppi.
2. Kirjasinkoko ja riviväli ovat riittävän suuret, ja tekstipalsta ei ole liian leveä.
3. Pääotsikot, väliotsikot, johdantoteksti ja leipäteksti erottuvat selkeästi toisistaan.
4. Teksti on tasattu vain vasempaan reunaan, eikä molempiin reunoihin.
5. Fontit, tekstit ja sisältö pysyvät selkeinä ja luettavina myös silloin, kun käyttäjä suurentaa tai kohdistaa näkymää.

SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 4/7



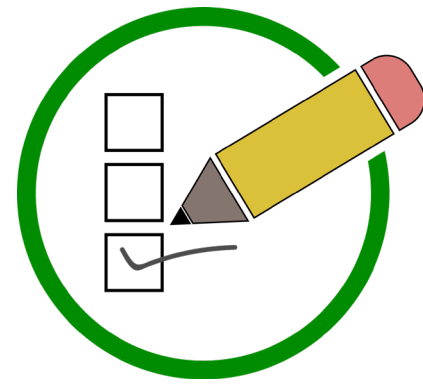
Linkit

1. Linkit on merkitty selkeästi niin, että ne erottuvat muusta tekstistä. Samaa tyyliä ei ole käytössä muissa sivuston teksteissä.
2. Linkin teksti tai sen ympärillä oleva sisältö antaa selkeän vihjeen siitä, minne linkki johtaa.
3. Linkit avautuvat johdonmukaisesti joko samaan tai uuteen ikkunaan riippuen sivuston käytännöistä.

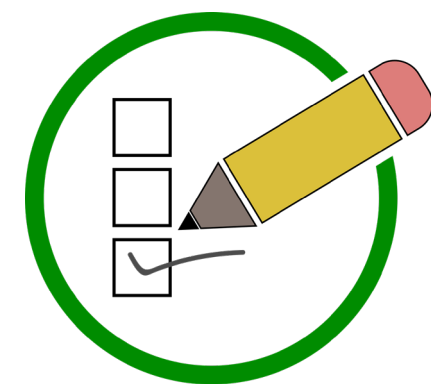
SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 5/7

Hakutoiminto

1. Hakutoiminto on helppo ja yksinkertainen käyttää.
2. Haku on tehokas ja löytää kaiken tarvittavan sisällön.
3. Hakutulokset ovat selkeitä ja helppoja ymmärtää.



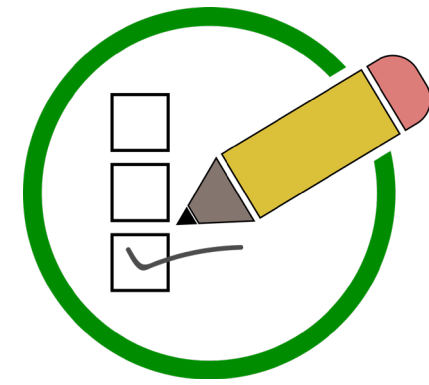
SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 6/7



Lomakkeet

1. Lomakkeiden tekstit ja painikkeet ovat riittävän suuria ja helppokäyttöisiä, jotta niitä olisi helppo lukea ja käyttää.
2. Lomakekenttä ja siihen liittyvä teksti on helppo hahmottaa yhdeksi kokonaisuudeksi, jotta käyttäjä ymmärtäisi, mitä tietoja lomakkeeseen tulee syöttää.
3. Lomakkeet toimivat loogisesti ja ovat helppoja käyttää, jotta käyttäjät pystyisivät täyttämään ne nopeasti ja vaivattomasti.

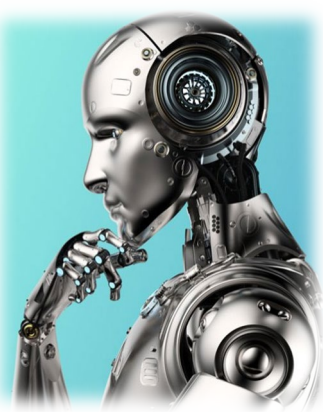
SIVUSTON HELPPOKÄYTTÖISYYDEN ARVIOINTI 7/7



Virhetilanteet

1. Virhetilanteesta ilmoittava sivu on selkeä ja helppokäyttöinen, jotta käyttäjät ymmärtävät, mitä on tapahtunut ja miten heidän tulisi toimia.

TEKOÄLY TÖIHIN!



✓ Hyödyt:

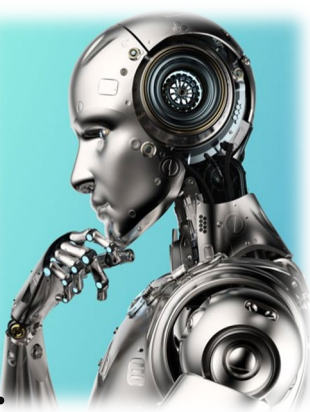
- Säästää aikaa ja tehostaa työtä
- Parantaa asiakaskokemusta ja tukee liiketoiminnan kehitystä
- Vähentää paperinkulutusta ja matkustustarvetta → pienempi ympäristövaikutus
- Tehostaa resurssien käyttöä ja vähentää jätettä
- Auttaa ilmastonmuutoksen torjunnassa
- Vapauttaa aikaa luovaan ja inhimilliseen työhön

⚠ Haasteet:

- Suuri energiankulutus → tekoälyn hiilijalanjälki
- Riippuvuuden riski – inhimillinen vuorovaikutus säilytettävä
- Vastuulliset valinnat: energiatehokkaat ja eettiset tekoälyratkaisut
- Teknologian hallinta keskittyy harvoille
- Voi lisätä resurssien epätasaista jakautumista

🔍 Ratkaisu: Kehitetään energiatehokkaita ja vastuullisia tekoälyratkaisuja.

TEKOÄLY TÖIHIN!



Tekoäly tarjoaa monia hyötyjä, kuten *tehokkuuden parantamista, resurssien säästöä ja innovaatioiden edistämistä*. Se voi esimerkiksi optimoida energiankulutusta, vähentää jätettä ja kehittää ympäristöystävällisiä ratkaisuja.

Tekoälyn avulla voidaan myös *automatisoida rutiinitehtäviä*, jolloin ihmisille jää enemmän aikaa luovaan ja inhimillistä harkintaa vaativaan työhön.

Lisäksi tekoäly *voi auttaa ratkaisemaan kestävän kehityksen haasteita*, kuten ilmastonmuutoksen torjuntaa ja luonnonvarojen hallintaa.

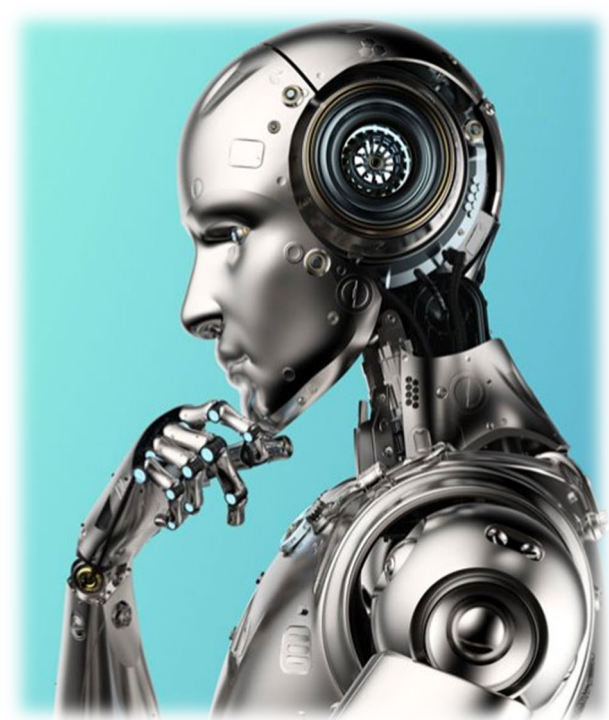
Tekoälyllä on kuitenkin myös haittapuolia, erityisesti sen *suuri energiankulutus ja hiilijalanjälki*. Suuret kielimallit ja tekoälyn laskentatehoa vaativat sovellukset *kuluttavat valtavasti sähköä*, mikä voi lisätä kasvihuonekaasupäästöjä, jos energiantuotanto ei ole uusiutuvaa.

Lisäksi tekoälyn kehitys *voi lisätä resurssien epätasaista jakautumista*, kun suuryritykset hallitsevat teknologiaa ja sen hyötyjä.

Siksi on tärkeää kehittää energiatehokkaita tekoälyratkaisuja ja varmistaa, että niiden käyttö tukee kestävän kehityksen tavoitteita.

TEKOÄLY TÖIHIN!

1. Huomioitavaa saavutettavuudessa
2. Avainsanatutkimus
3. Digitaalisen näkyvyyden huomioiminen
4. Asiakaslupauksen määrittely
5. Kohderyhmän analysointi
6. Sisältöstrategian kehittäminen
7. Mainoskampanjan suunnittelu
8. Asiakasviestinnän parantaminen
9. Kriisiviestinnän suunnitelma
10. Asiakaspalautteen kerääminen ja analysointi



ESIMERKKEJÄ JA EHDOTUKSIA PROMTEISTA, KEHOTTEISTA

1. Saavutettavuus

”Mitä täytyy ottaa huomioon saavutettavuudessa, kun teen yrityksen nettisivuja? Kerro mahdollisimman tarkat ja selkeät ohjeet luettelomuodossa.”

2. Avainsanatutkimus - hakusanaoptimointi

”Minkälaisia avainsanoja kannattaa verkkosivuilla käyttää, kun yrityksemme toimiala on [XXX]?”

3. Digitaalinen näkyvyys

”Miten huomioin digitaalisen näkyvyyden liiketoimintasuunnitelmassa? Kerro mahdollisimman tarkat ohjeet luettelomuodossa. Käytä selkeää kieltä.”

4. Asiakaslupauksen määrittely

”Voisitko auttaa minua määrittelemään yritykseni ainutlaatuisen asiakaslupauksen? Haluan korostaa, mikä erottaa meidät kilpailijoista ja miksi asiakkaat valitsevat juuri meidät.”

5. Kohderyhmän analysointi

”Tarvitsen apua kohderyhmäni ymmärtämisessä paremmin. Voisitko luoda minulle kyselylomakkeen, jonka avulla voin kerätä tietoa asiakkaitteni tarpeista, toiveista ja käyttäytymisestä?”

6. Sisältöstrategian kehittäminen

”Etsin ideoita monipuolisen sisältöstrategian rakentamiseen. Voisitko ehdottaa erilaisia sisällön tyyppejä ja aiheita, jotka toimivat kohderyhmäni kanssa ja tukevat brändimme viestiä?”

ESIMERKKEJÄ JA EHDOTUKSIA PROMTEISTA, KEHOTTEISTA

5. Mainoskampanjan suunnittelu

”Haluaisin suunnitella tehokkaan mainoskampanjan uudelle tuotteellemme. Voisitko luoda ehdotuksen kampanjan rakenteesta, mukaan lukien mainosviestit, kanavat ja seurannan mittarit?”

6. Asiakasviestinnän parantaminen

”Tarvitsen apua asiakasviestinnän tehostamiseen. Voisitko tehdä minulle säännöllisen uutiskirjeen suunnitelman, joka pitää asiakkaat ajan tasalla uutuuksista, tarjouksista ja yrityksemme uutisista?”

7. Kriisiviestinnän suunnitelma

”Kuinka voisin valmistautua mahdollisiin kriisitilanteisiin viestinnän näkökulmasta? Voisitko auttaa minua laatimaan kriisiviestinnän suunnitelman, joka sisältää valmiita viestejä ja toimintasuunnitelman eri skenaarioita varten?”

8. Asiakaspalautteen kerääminen ja analysointi

”Haluaisin ymmärtää paremmin, miten asiakkaamme kokevat palvelumme. Voisitko laatia minulle tehokkaan tavan kerätä ja analysoida asiakaspalautetta?”

ESIMERKKEJÄ JA EHDOTUKSIA PROMTEISTA, KEHOTTEISTA

Somekanavat – mikä sopii minulle ja yritykselleni?

”Yritykseni toimii [*tähän toimiala*] ja asiakkaamme ovat [*kuvaus kohderyhmästä, mahdollisimman tarkka*]. Toimimme paikallisesti [*paikkakunnalla*] / koko Suomessa / jokin muu alue.

Meillä on nyt käytössä nämä somekanavat: [*listaa*] ja niissä on seuraajia [*kerro lukumäärät tai kuvaile muuten*].

Haasteenamme on [*voit kertoa, onko haaste vaikkapa vähäinen julkaiseminen, ei ideoita julkaisuille, vähän reaktioita, vähän kauppaa somen seurauksena*].

Mitä ehdottaisit meille somestrategiaksi?

Neuvoisitko meitä ottamaan näitä kanavia paremmin haltuun vai suuntaamaan johonkin uuteen kanavaan?”

ESIMERKKEJÄ JA EHDOTUKSIA PROMTEISTA, KEHOTTEISTA

Somejulkaisusuunnitelma

”Yritykselläni on Facebook-sivu jolla on xxx seuraajaa ja toimin xxx alalla ja kohderyhmäni on *[luonnehdinta]*. Kohderyhmäni on erityisesti kiinnostunut xxx ja yyy.

Julkaisen Facebookissa *[kerro miten usein]* ja yleensä julkaisut ovat *[kerro minkälaisia: kuva ja tekstiä, linkki verkkosivuille / blogiin / verkkokauppaan tai jonnekin muualle jne]*.

Nyt kaipaisin vinkkejä seuraavalle viikolle. Tavoitteeni on *[saada liikennettä sivuilleni, kommentteja tms]*.

Tee minulle ehdotus seuraavan viikon Facebook-julkaisuista taulukkomuodossa.”

ESIMERKKEJÄ JA EHDOTUKSIA PROMTEISTA, KEHOTTEISTA

Sisältömarkkinointi

”Yritykseni toimii [*toimiala*] ja sen kohderyhmä on [*tähän selkeä selostus kohderyhmästä, mahdollisimman tarkkaan*].

Asiakkaittani kiinnostaa / askarruttaa / jokin muu verbi tähän erityisesti [*tähän pääasiat, joissa yrityksesi on apuna*].

Haluaisin kirjoittaa verkkosivuilleni sisältöä, joka toisi hakukoneiden kautta kävijöitä sivuilleni.

Ehdottaisitko 3 / 5 / 10 artikkelin aihetta, joista voisni aloittaa.”

ESIMERKKEJÄ JA EHDOTUKSIA PROMTEISTA, KEHOTTEISTA

Uutiskirjeen suunnittelu ja toteuttaminen

"Haluan suunnitella ja toteuttaa yritykseni uutiskirjeen.

Yritykseni toimii [*ala/tuote tai palvelu*], ja uutiskirjeen tavoitteena on [*tavoite, esim. Lisätä myyntiä, sitouttaa asiakkaita, jakaa ajankohtaista tietoa*]. Kohderyhmäni koostuu [*kohderyhmä, esim. Nykyisistä asiakkaista, potentiaalisista asiakkaista, yhteistyökumppaneista*].

Haluaisin neuvoja seuraaviin asioihin:

1. Uutiskirjeen sisältö rakenne: mitä osioita kannattaa sisällyttää?
2. Kirjoitustyyli: miten viestin selkeästi ja houkuttelevasti kohderyhmälleni?
3. Visuaalinen ilme: minkälaista designia suosittelet (värit, kuvat, fontit, yleinen layout)?
4. Jakelustrategia: milloin ja kuinka usein uutiskirje kannattaa lähettää?
5. Työkalut ja resurssit: mikä uutiskirjealusta (esim. Mailchimp, activecampaign) sopii parhaiten, ja miten voin seurata tuloksia?
6. Parhaat käytännöt: mitä kannattaa huomioda, jotta uutiskirjeeni erottuu kilpailijoista?

Yritykseni erottuu kilpailijoista seuraavilla tavoilla: [*kuvaile kilpailuetu*]. Uutiskirjeen olisi tärkeää heijastaa tätä erottuvuutta ja brändin persoonallisuutta.

Lisäksi haluaisin vinkkejä siihen, miten voin kasvattaa uutiskirjeen tilaajamäärää ja sitouttaa nykyisiä tilaajia."

Valitse joka riviltä yksi 😊

piirroskuva / valokuva / akvarelli

kaunis / iloinen / tuijottava / leikkivä

nainen / mies / lapsi / koira / kissa

kurinkoisessa / vaaleassa / hämärässä / keltaisessa

kuutarhassa / toimistossa / autossa / veneessä

jossa on

sinisiä / iloisia

kukkia / tietokoneita / kirjoja / palloja

Eli tästä pitäisi tulla yksi lause jotenkin näin:

”Akvarelli iloinen mies valoisassa toimistossa, jossa on sinisiä tietokoneita”.

Kiitos!

Hyvää alkavaa kevättä!

