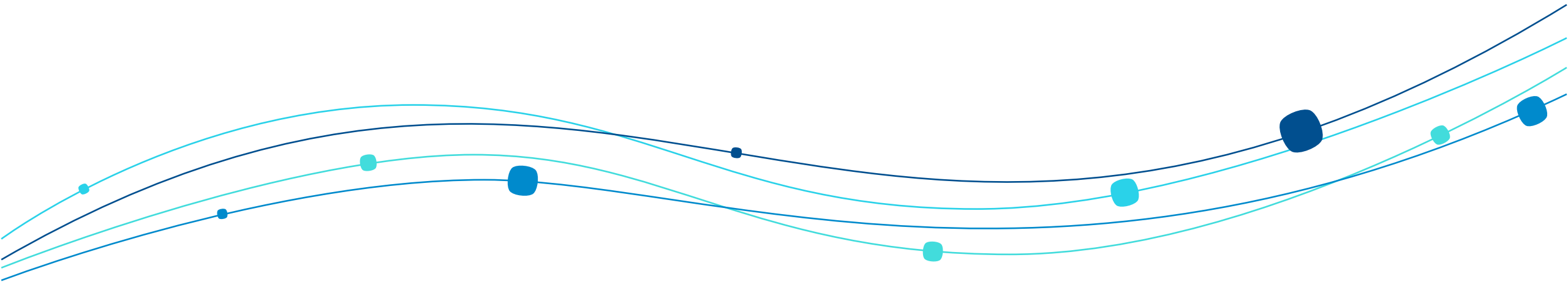




Google Analytics 4 (GA4) & SEO Trendit 2023



Google Analytics 4 – Mikä se on ja miksi se pitäisi ottaa käyttöön?

- Miksi Google Analyticsia käytetään?
 1. Opi, miten sivustokävijät toimivat: Mistä tulevat ja mitä tekevät sivustolla
 2. Kun opit miten sivustokävijät käyttäytyvät, voit parantaa verkkosivuston käyttökokemusta
 3. Aseta ja seuraa tavoitteita
 4. **Ilmainen** ja suosittu työkalu
- Miksi aihe tuodaan esiin Oscarin asiakaspäivillä (taas)
 - Google on ilmoittanut, että nykyinen Google Universal Analytics lopettaa datan keruun 7/2023
→ Aikaa on siis alle 4 kuukautta

Google Analytics 4 (GA4)

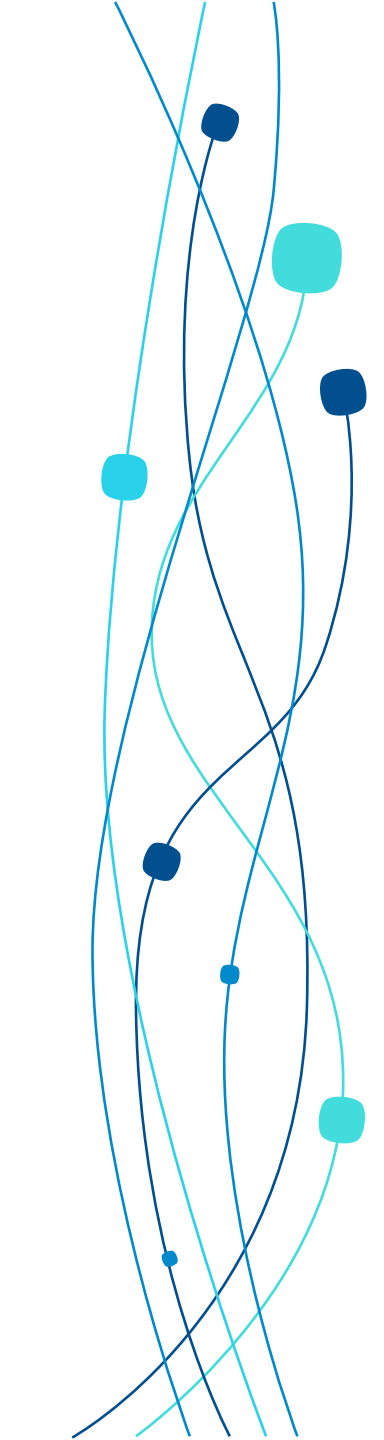
- Universal Analyticsin tilalle luotu uusi versio
- Julkaistu jo lokakuussa 2020 → Ei mikään uusi juttu
- **MUTTA:**
 - UA & GA4 ovat täysin erillisiä työkaluja
 - Mittaustapa työkaluissa on eri

→ Tämä johtaa siihen, että vanha data ei siirry UA:sta GA4:ään.

GA4 & UA

- Koska mittaustapa on erilainen, ei datakaan ole vertailukelpoista, Esimerkki:
- UA
 - Käyttäjät eli "Käyttäjiä yhteensä" –mittari = Kaikki sivustokävijät
- GA4
 - Käyttäjät eli "Aktiiviset käyttäjät" –mittari = **Aktivoiva istunto** laukeaa tai analytics kerää jonkun seuraavista:
 - first_visit-tapahtuman tai engagement_time_msec-parametrin verkkosivustolta
 - first_open-tapahtuman tai engagement_time_msec-parametrin Android-sovelluksesta
 - first_open- tai user_engagement-tapahtuman iOS-sovelluksesta.

Aktivoiva istunto = Näin moni istunto on kestänyt vähintään 10 sekuntia tai sisältänyt vähintään yhden konversiotapahtuman tai vähintään kaksi sivun tai näkymän katselukertaa

- 
- Google Analytics 4:ssä valmiita seurantoja, kuten esim.:
 - Page view – Katselukerrat
 - Scroll – Vieritys
 - Outbound click – Ulos lähtevät klikkaukset
 - Video engagement – Videoon liittyvät aktivoitumiset
 - File download – Tiedostolataukset→ Nämä ennen jouduttu tekemään manuaalisesti
 - **MUTTA:**
 - Kuten vanhassa UA:ssa, myös uudessa GA4:ssä pitää manuaalisesti tehdä verkkokauppaseurannat erillisenä asennuksena.

VINKKI: Jos sinulla on käytössä konversio seuranta UA versiossa, kannattaa se muuttaa viimeistään kesäkuun alussa ensisijaiseksi GA4 konversio seuranta. Näin ehditään keräämään riittävästi dataa ennen lopullista vaihdosta.

Tag Manager

- Tag Manager on nykyään Oscarin ensisijainen tapa asentaa kolmannen osapuolen scriptit verkkosivuille
- MIKSI?



Asennus suoraan lähdekoodiin ilman Tag Manageria



Asennus Tag Managerilla




Google Analytics

 Meta
 LinkedIn

 Leadoo

 giosg

 trustmary

 hotjar

 oscar[®]
software

Onko Oscarin asiakkailla
tarvetta Google
Analytics 4
käyttökoulutukselle?



SEO TRENDIT 2023





Tässä esityksessä
puhutaan
enimmäkseen
Googlesta, sillä se on
toistaiseksi suosituin
hakukone Suomessa.

SEO eli hakukoneoptimointi

paras erp - Google-haku

google.com/search?q=paras+erp&rlz=1C1GCEU_fiF926F928&oq=paras+e&aqs=chrome.0.69i59j69i57j69i60.1290j0j1&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Oscar työkalut Ohjeet ja työkalut Uutiset Ilmaiset kuvapankit Agency Analytics Sovellukset - Shopif... Bannersnack Google sertifikaatit oscar.fi

Google paras erp

Kaikki Kuvahaku Kartat Videot Lisää Työkalut

Noin 971 000 tulosta (0,47 sekuntia)

Sponsoroitu

sap.com
https://www.sap.com

Lue ERP-pilven arvosteluja - Paras ERP

Kasva, skaalautu ja menesty – käytä nykyaikaista toiminnanohjausjärjestelmää. Lue arviot! Yhdenmukaista tärkeimmät vaiheet ja lisää tehokkuutta, tuottavuutta ja tietojen eheyttä.

Sponsoroitu

fikuro.visma.fi
https://fikuro.visma.fi/erp-järjestelmä

Helppo ERP-ohjelmisto - Helppo ja nopea Fikuro

Fikuro on helppokäyttöinen ja täysin selainpohjainen ERP-järjestelmä. Varaa maksuton demo! Kaikki toiminnot käytettävissä ilman lisäosia tietokoneella, tabletilla ja puhelimella.

Sponsoroitu

taimer.com
https://www.taimer.com/fi/erp

Kokeile ilmaiseksi 14 päivää - ERP

Asiakkuudenhallinta on helppoa Taimerin CRM-järjestelmällä. Kokeile maksutta, tilaa tästä! Projektinhallinta, myynnin CRM, laskutus ja paljon muuta yhdessä paikassa, pilvipalveluna. Yli 10 000 käyttäjää. Kotimainen CRM. 14 päivää...
Hinnoittelu ja versiot · Ominaisuudet · Toiminnanohjaus · Ota yhteyttä

Joitakin maailman käytetyimpiä ERP-ohjelmistoja ovat Microsoft Dynamics, Odoo, Sage, Oracle Netsuite, Deltek, SAP S/4HANA ja Oracle ERP Cloud. Toiminnanohjausjärjestelmät on tehty korvaamaan yrityksen manuaalinen kirjanpito ja parantamaan liiketoiminnan tehokkuutta sekä toiminnallisesti että

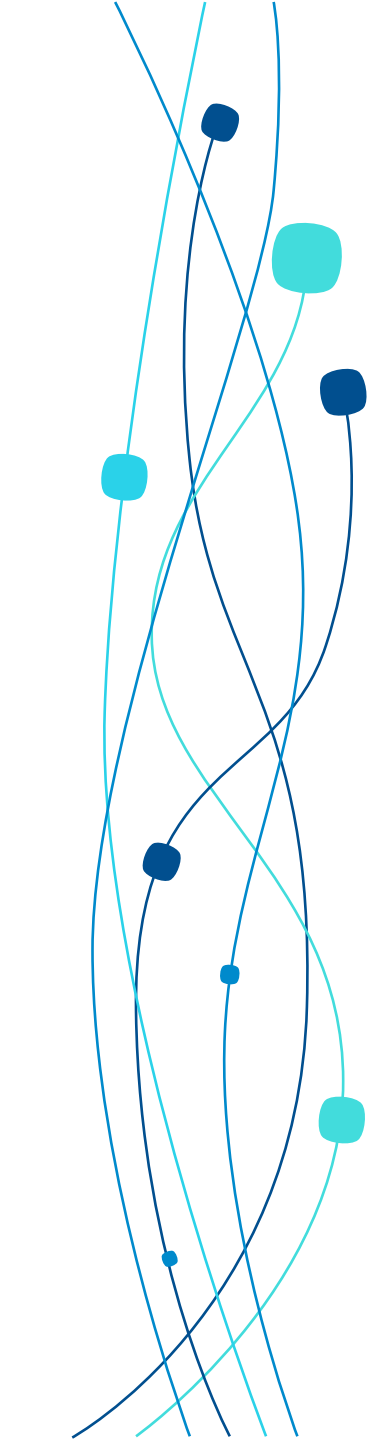
- Kuvat
- Feature snippetit
- Rich snippetit
- Paikalliset tiedot
- Arvostelut
- Sitelinkit
- Videot
- Tietopaneeli
- FAQs
- People also ask

SEO trendit 2023 - 10 vinkkiä

1. Pitkähäntä-avainsanat – Kysymykset

- Vähemmän kilpailua
- Helpompi käsitellä sisällöissä
- Niitä on PALJON kaikilla toimialoilla
- ESIMERKKI:
 - Takki vs. Naisten keltainen pitkä sadetakki koko 40
 - Tilitoimisto vs. Mikä on Tampereen paras tilitoimisto pk-yritykselle?

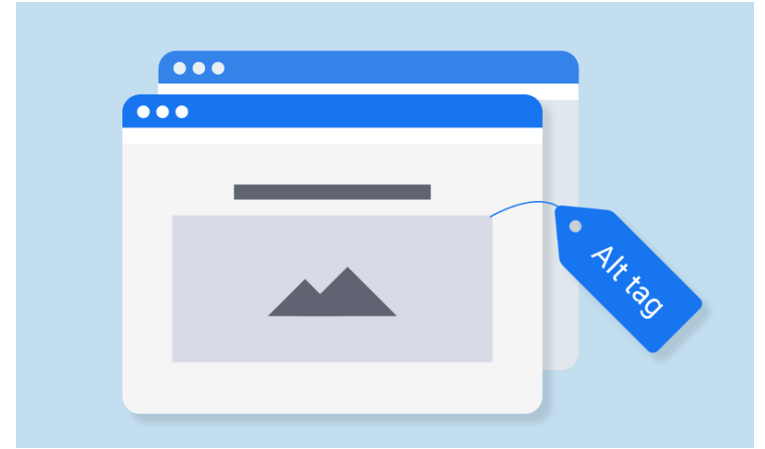


- 
- Jenkeissä vuonna 2020 yli 25%:lla talouksista oli jo Alexa
 - Amazon Alexa, Google Assistant, Siri - Puheohjaus
 - Kysyt kysymyksen – Laite vastaa
 - Suomessa ei vielä isossa mittakaavassa käytössä, mutta esim. autoa ajaessa myös meistä moni käyttää jo puheohjausta

2. Avainsanoja Alt-teksteihin

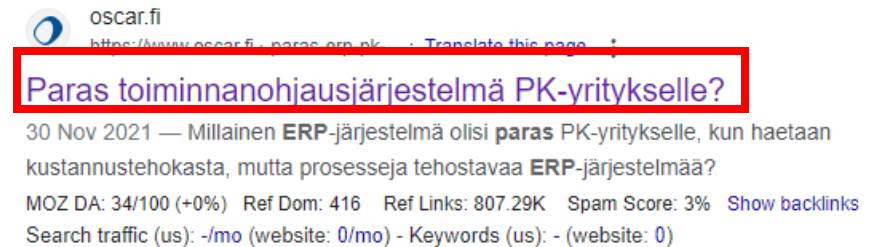
- Teksti, jossa kerrotaan mikä on kuvan sisältö
- Teksti, joka ei näy verkkosivulla tekstinä vaan on piilossa lähdekoodissa

→ Alt-tekstit on tehty niitä varten, jotka eivät näe kuvaa. (Näkövamma, kuvien latautumisongelma, botit)

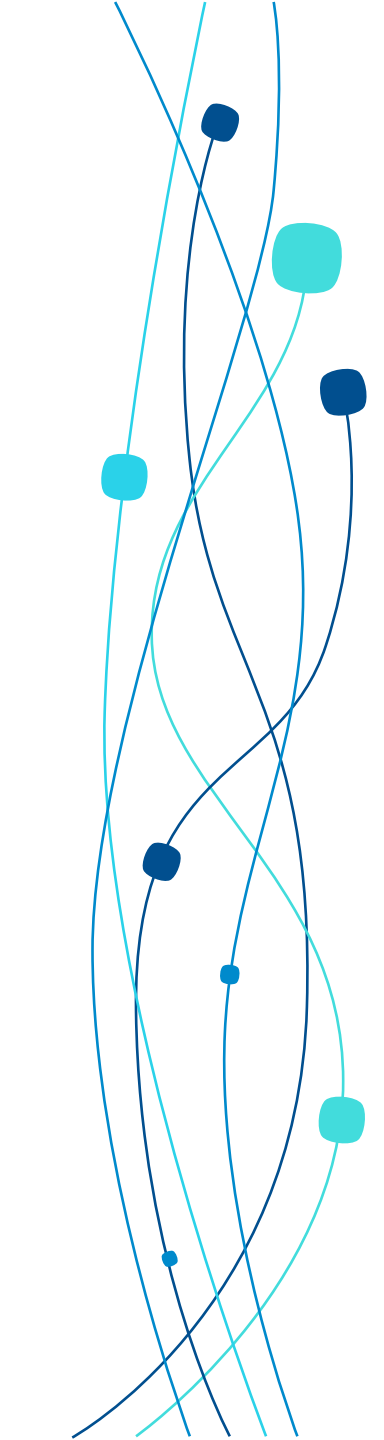


3. Avainsanoja Title-tagiin

- Google käyttää title-tagia saadakseen käsityksen siitä, mitä sivustollasi on ja kuinka osuvaa sisältösi on käyttäjän hakukyselyn kannalta
- 1 sivu – 1 avainsana

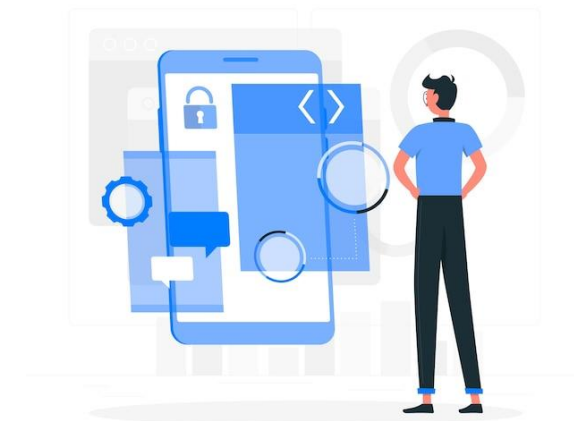


VINKKI: Avainsanatutkimus kannattaa tehdä ennen mitään toimenpiteitä. On turhaa ajantuhlausta käyttää väärä avainsanoja.



4. Keskity käyttäjäkokemukseen

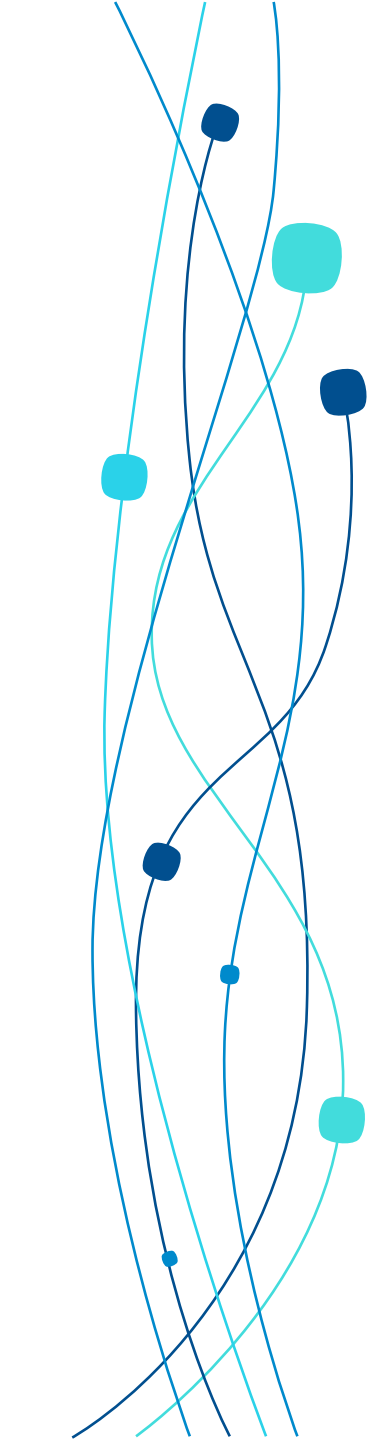
- Ehdottomasti tärkein asia
- Google arvostaa sitä, että vierailija viihtyy sivustolla
 - Tähän vaikuttavat muun muassa:
 - hyvät kuvat oikeassa koossa
 - relevantti tieto
 - helppo navigointi
 - latausnopeus



5. Monimuotoinen sisältö

- Teksti
 - Kuvat
 - Video
 - PDF-tiedostot
 - E-kirjat
 - Giffit
 - Audiotiedostot (podcastit)
- Lisäävät kävijän vierailuaikaa sivuilla

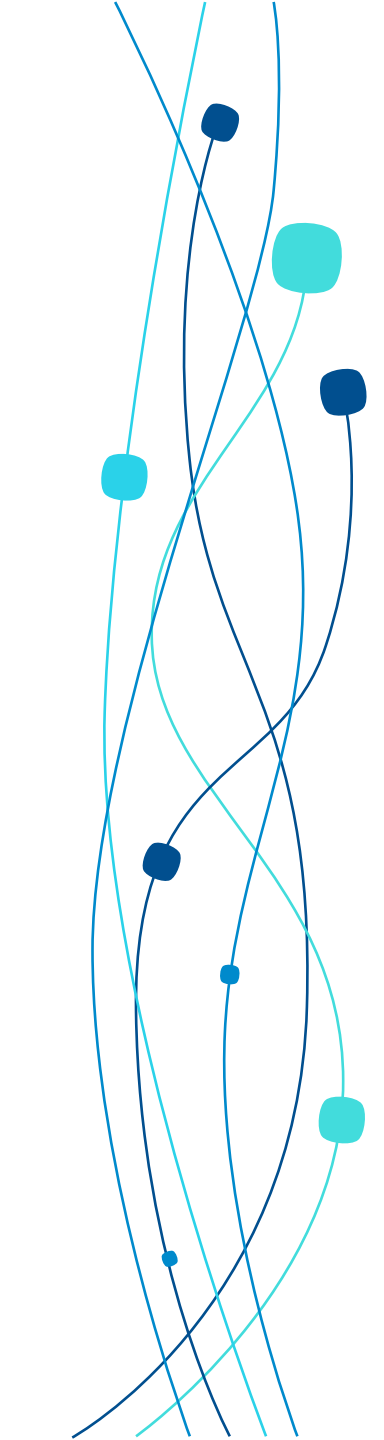




6. Sisäinen linkitys

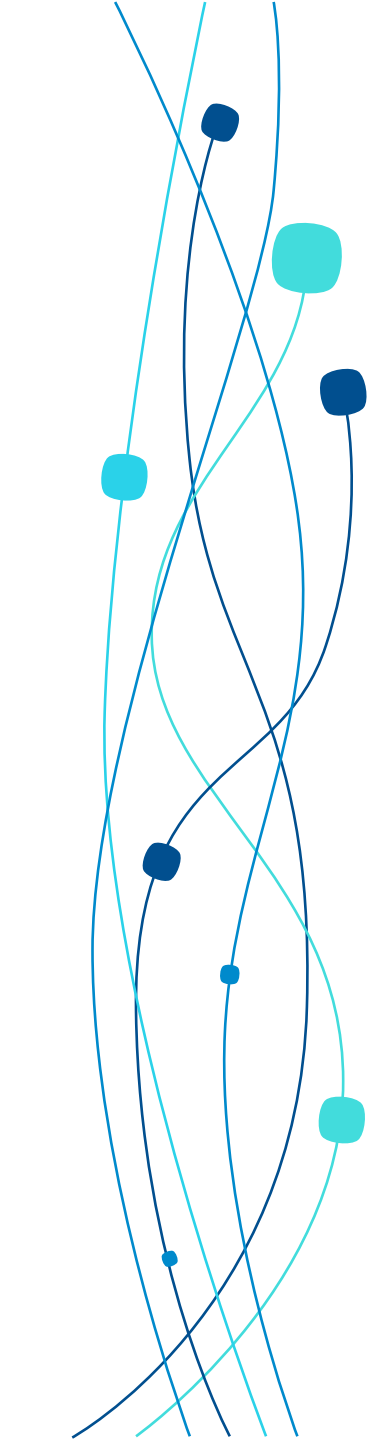
- Linkit, jotka ovat sivustosi sisällä ja johtavat muualle omaan sivustoosi
- Esim. Blogiteksti, jossa kerrot jonkun tietyn tuotteen ominaisuuksista. Tekstistä tulee olla sisäinen linkki suoraan tuotekortille, jotta kävijä pääsee suoraan tekemään ostoksia.
- Sisäisten linkitysten avulla Google hahmottaa miten eri sivut ja artikkelit liittyvät toisiinsa. Paljon linkkejä → Todennäköisesti arvostetumpi sivu.





7. Myyntiputken eri vaiheiden avainsanojen käyttö

- Mitä syvemmälle ostopolkua mennään, sitä tarkempia hakusanoja käytetään
- Hakujen tarkoitusperä ja tavoitteet myös vaihtelevat eri vaiheissa
 - Esim. Yritys hakee markkinointikumppania
 1. Ongelma. Sivut eivät löydy Googlesta.
 2. Blogeja aiheesta. Vie aikaa ja vaatii osaamista. Päädytään kumppaniin.
 3. Mitä tulee ottaa huomioon kun valitsee markkinointikumppania?
 4. Kokemuksia
 5. Tarkennus, hakukoneoptimointi
 6. Tarkennus, sijainti
- Mitä useammin ostopolun vaiheissa saman yrityksen nimi tulee esiin, sitä luotettavamman mielikuvan se antaa, kunhan mielikuva on hyvä ja asiantunteva.

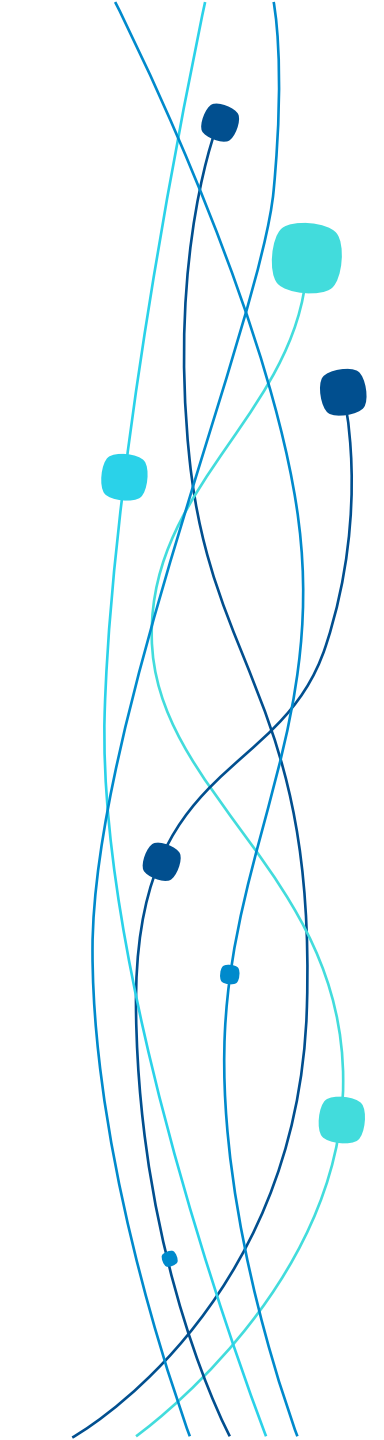


8. Pyri poistamaan ulkoiset spämmäyslinkit

- Ulkoinen linkki on joltain muulta sivustolta tuleva linkki sinun sivustollesi.
- Mitä enemmän linkkejä, sitä suositumpi sivu
MUTTA:
 - Google antaa kaikille sivustoille laatupisteitä. Mitä laadukkaampi linkittävä sivusto on, sitä enemmän sillä on auktoriteettia.
 - Linkittävän sivuston olisi hyvä käsitellä aihetta, joka koskee sinun sivustoasi.

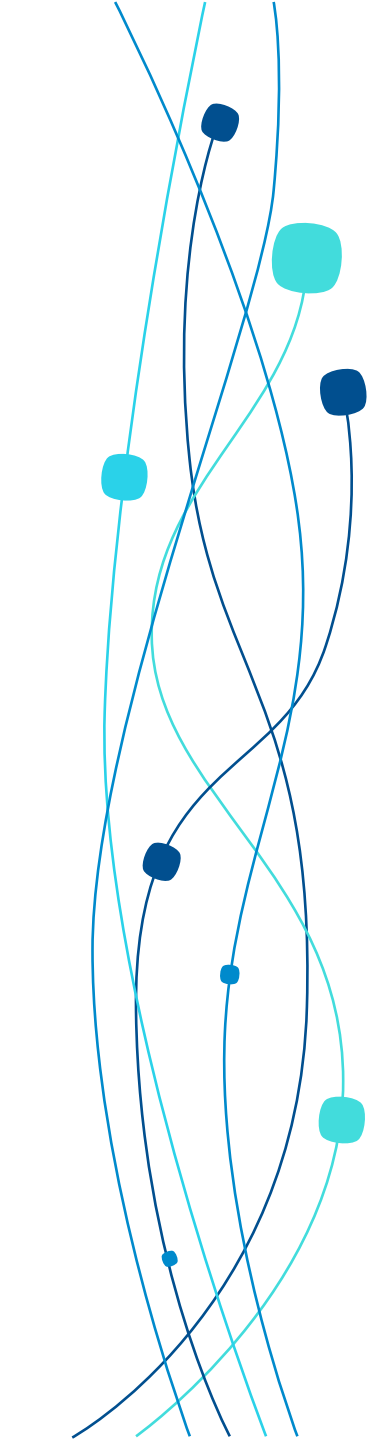
→ Korjaten edellistä: Mitä enemmän LAADUKKAITA linkkejä, sitä suositumpi sivu





9. Tee brändimainontaa

- Brändin luomisen ja kasvun myötä liikenne ei kasva vain brändätyille tuotteille/palveluille. Myös ei-brändätyjen tuotteiden/palveluiden sijoitukset kasvavat kun ne liittyvät läheisesti brändiisi.
- Brändit ovat keino karsia pois väärää tietoa → Luottamus on edelleen tärkeä tekijä hakukoneoptimoinnissa



10. Tutki ajankohtaisia aiheita ja tee niistä sisältöjä

- Relevantti ja ajankohtainen sisältö kiinnostaa kohdeyleisöä

Asiakaspäivien tarjous

**Google Analytics 4
(GA4) -asennus 670 €
+ alv. (ovh. 1120 €)**

**Verkkokaupan/kotisi-
vujen SEO-analyysi
tarjous hintaan 350 €
+ alv. (ovh. 560 €)**

SISÄLTÖ:

- Uuden Google Analytics 4 tilin luominen ja sen asentaminen kiinni verkkokauppaan
- Google Analytics 4 verkkokauppaseuranta, sisältäen perustapahtumat (view item, add to cart, remove from cart, begin checkout & purchase)

SISÄLTÖ:

Analysoidaan verkkokauppa kattavasti erityisesti teknisen hakukoneoptimoinnin näkökulmasta eli miten verkkokauppa teknisesti toimii ja onko sivustolla teknisiä ongelmia, jotka osaltaan vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen. Samalla tutkitaan yritykselle 10 tärkeimmän hakusanan sijoitus Googlessa. Analyysin tuloksena syntyy raportti, joka toimii hyvänä pohjana hakukoneoptimoinnin aloitukselle.