

Opas kotisivujen tekemiseen

Kaikki
mitä sinun
tarvitsee tietää
ensimmäisistä
kotisivuista!

Oppaan sisältö

1. Domainin hankinta
2. Alustan valinta
3. Webhotellin hankinta
4. Sivuston suunnittelu
5. Sivuston kehittäminen

Viiden kohdan kattavat ja selko-
kieliset ohjeet ensimmäisiä omia
kotisivuja suunnittelevalle.

hostingpalvelu



Viisi askelta kotisivuihin

Ensimmäisten kotisivujen tekeminen voi tuntua vaikeasti hahmotettavalta kokonaisuudelta. Sivuston perustamista kannattaa ajatella ensin toisiaan seuraavissa vaiheissa kuin yhtenä isona ponnistuksena.

Lue oppaamme ja onnistu!

hostingpalvelu



Domainin hankinta

Domainin saatavuuden tarkistaminen

Kun olet saanut idean verkko-osoitteesta, jolla haluat sivustosi löytyvän netistä, tarkista ensitöiksi domainin saatavuus. Domainilla eli verkkotunnuksella tarkoitetaan verkko-osoitteen www-osion jälkeistä osaa, esimerkiksi "domain.fi". Domain koostuu domainimestä (domain) sekä domainpäätteestä (fi).

Domainin saatavuuden voi tarkistaa minkä tahansa verkkotunnusvälittäjän hakupalvelussa. Tarkista hausta löytyykö haluamasi domain haluamallasi päätteellä (esim. fi tai com) ja samalla myös muut mahdolliset päätteet ja versiot, joiden varaamisesta voisit olla kiinnostunut – tästä enemmän kohdassa "Rinnakkaisdomainit ja alidomainit".

Domainin hallinta

Ennen domainin ostoa kannattaa myös varmistua, että verkkotunnusvälittäjän palvelu domainin hallintaan on helppokäyttöinen. Asiakassivuilla pitäisi voida ainakin uusia rekisteröinnin voimassaolo, rekisteröidä ja muuttaa nimipalvelimia ja yhteystietoja sekä hakea välittäjän vaihtoavaimen.

Domainin hankkimisen yleiset periaatteet

Kun olet hankkimassa fi-päätteistä domainia, on suositeltavaa käyttää Traficominn tunnuksen saanutta virallista FI-verkkotunnusvälittäjää, jolta voit odottaa saavasi palvelua suomeksi.

Mitä tulee itse domainiin ja sen muotoon, voi nyrkkisääntönä pitää seuraavaa: mitä helpommin sen hahmotat ja muistat, sen parempi. Hyvin valittu domain ja sen alle rakennettu kotisivu toimivat yritysbrändin työkaluina.

Muistilista hyvän domainin valintaan

- Hyvä domain on yksilöllinen ja lyhyt.
- Vastaa yrityksen/kampanjan nimeä tai toiminta-ajatusta.
- Kertoo brändin tarinan ja on viestinnällisesti selkeä.
- Ulkoasultaan ymmärrettävä, helposti luettava ja lausuttava.
- Luotettamusta herättävä, uskottava ja esteettinen (vs. "sotkuinen").

Lisää vinkkejä domainin valintaan

- Emme suosittele ääkkösiä päädomainiin.
- Harkitse yleisimpien domainien päätteiden ostamista (fi/com/net).
- Domain voi sisältää avainsanan, jota hakukoneet arvostavat.
- Tarkista ettei domain loukkaa aiemmin rekisteröityä nimeä tai tavaramerkkiä.

Rinnakkais- ja alidomainit

Päädomainin lisäksi voit ostaa ns. rinnakkais-domainin. Kyseessä voi olla itsenäinen verkkotunnus, joka ohjaa päädomainiin tai sama verkkotunnus eri päätteellä (domain.fi ja domain.com). Rinnakkaisia domaineja voi käyttää myös sähköpostissa, eli sama sähköpostilaatikko toimii useammalle rinnakkaisdomainille.

Alidomaineja käyttämällä voi puolestaan määrittää sivustolle erilaisia osiota, kuten vaikkapa blogin tai verkkokaupan (esim. blogi.domain.fi tai kauppa.domain.fi). Alidomainilla voi tehdä webhotelleihin alisivustoja rajoittamattoman määrän.

[Lue lisää domainin ostamisesta >](#)

Alustan valinta

Kotisivujen rakentamiseen löytyy monet keinot. Koodari voi luoda sivut ”tyhjän päältä”, tyypillisesti yhdessä sivujen ulkoasusta ja käytettävyydestä vastaavan designerin kanssa. Kotisivut voi rakentaa myös sisällönhallinta-järjestelmän, kuten **WordPressin** päälle – joko tilaamalla työn ammattilaiselta tai tekemällä sivut itse. Käyttäjystävällisin ja monesti myös kustannustehokkain tapa rakentaa sivut on käyttää **kotisivukonetta**, jolloin sivujen rakentaminen sujuu suoraviivaisesti omin päin.

Mitä WordPressissa kannattaa ottaa huomioon?

WordPressia käyttää 40% maailman verkkosivuista. Kyseessä on sisällönhallinta-järjestelmä eli CMS (Content Management System), joka mahdollistaa sivustojen rakentamisen ja sivusisältöjen helpon hallinnoinnin. Monet suunnittelutoimistot rakentavat sivut WordPressilla, jolloin sivujen hallinnan siirtäminen asiakkaalle on vaivatonta.

WordPress-sivu asennetaan tyypillisesti webhotelliin, jonka kautta palveluntarjoaja järjestää sivustolle sivutilan ja ylläpidon eli hostingin. Osa markkinoilla olevista hosting-palveluiden tarjoajista myy WordPress-optimoituja webhotelleja, joihin WordPress

on esiasennettu. Lisäksi osaan perinteisistä webhotelleista WordPressin asennus onnistuu sovellusasennusohjelman avulla kätevästi yhdellä klikkauksella – näin myös Hostingpalvelun webhotellipaketeissa.

WordPressin etuna on pitkälle vietävä räätälöitävyys, miinuksena suuri rahallinen (tilaat sivut ammattilaiselta) tai ajallinen (teet sivut itse) panos.

Mitä kotisivukoneissa kannattaa ottaa huomioon?

Kotisivukoneiden keskeinen idea on, ettei niiden käyttö vaadi erityisiä teknisiä taitoja tai koodausosaamista. Kotisivukoneet toimivat wysiwyg-periaatteella (”what you see is what you get”), eli näet millainen sivustosta on tulossa samanaikaisesti kun rakennat sitä.

Kotisivukoneiden helppokäyttöisyyden käänköpuolena on heikompi räätälöitävyys, jolloin esimerkiksi verkkokauppa voi olla fiksumpaa perustaa vaikkapa WordPressilla. Yksinkertaisten sivustojen tarpeisiin useimmat kotisivukoneet taipuvat hyvin.

Kotisivukoneilla saa aikaan tyylikkäitä ja kaikilla laitteilla toimivia sivuja, jotka ovat myös haku-

koneoptimoitavissa. Koska kotisivukoneiden käyttö ei vaadi koodausosaamista ja lopputuloksen näkee jo sivua luodessa, on vasta-alkajankin helppoa ja innostavaa tarttua toimeen.

Kotisivukone on usein hyvä vaihtoehto myös silloin, kun haluat siirtää aiemmin luodun sivun sisällön eri alustalle. Esimerkiksi Hostingpalvelun kotisivukoneella pystyt helposti importoimaan sivustolle olemassa olevilta sivuilta mm. navigaatorakenteen sekä tekstiä ja kuvia.

Kotisivukoneissa on käytetään tyypillisesti valmiita sivupohjia, joita muokkaamalla saadaan ulkoasu muovattua mieleiseksi. Ulkoasun suunnittelusta ei näin ollen tarvitse erikseen maksaa. Lisäksi pakettiin yleensä kuuluu sivutila ja tekninen tuki, jolloin käyttäjän harteille jää ainoastaan sisältöjen luominen ja päivittäminen.

Hostingpalvelun Kotisivukoneesta on olemassa kaksi versiota: perusversio sekä paremmilla muokkausominaisuuksilla varustettu Plus-versio. Versioiden keskeiset erot piilevät sivupohjien ja pienoishjelmien määrässä sekä koodattavuudessa.

[Tutustu Hostingpalvelun Kotisivukoneeseen >](#)

Webhotellin hankinta

Webhotelli on verkkopalvelimesta ylläpidetty palvelu, joka sisältää kotisivujen ja sähköpostien ylläpitoon tarvittavat ominaisuudet. Yhdellä palvelimella voi olla lukuisia webhotelleja, joita hosting-palveluiden tarjoaja ylläpitää. Webhotelli siis tarjoaa paikan, johon rakentamasi sivusto tallentuu ja josta käsin voit julkaista sen verkkoon. Webhotellin avulla voit julkaista omat kotisivut, blogin tai verkkokaupan sekä yksilölliset sähköpostit omalla verkkotunnuksella.

Webhotellin valinnassa kannattaa kiinnittää huomiota seuraaviin: nopeus ja toimintavarmuus, levytila ja sallittu liikenne, sähköpostilaatikoiden määrä, hallintapaneelin helppokäyttöisyys, varmuuskopiot, SSL-sertifikaatti sekä tietoturva.

Webhotellin valintaan vaikuttavat liiketoiminnan tarpeet ja tavoitteet verkossa. On tärkeää valita webhotelli, joka tarjoaa tarvittavat ominaisuudet ja toimii luotettavasti. Alussa olennaisinta on kuitenkin valita luotettava palveluntarjoaja, jonka kanssa on helppo asioida ja jonka palvelussa paketin vaihtaminen isompaan onnistuu helposti.

Jos verkkosivujesi julkaisujärjestelmä on WordPress, kannattaa valita WP-optimoitu webhotelli. Tämä takaa WordPress-pohjaisten kotisivujen salamannopean ja turvaton toiminnan.

Lisäksi webhotellin valinnassa kannattaa kiinnittää huomiota levytilaan ja sallittuun liikennemäärään. Usein 1-2 Gt levytila riittää varsin hyvin. Jos sivu sisältää isoja määriä kuvia tai muuta mediaa, kannattaa harkita webhotellipakettia suuremmalla levytilalla. Liikennemäärään vaikuttaa sisällön koon lisäksi myös vierailijoiden määrä ja heidän sivuilla suorittamat toiminnot. Voit aloittaa pienemmällä webhotellilla ja vaihtaa isompaan myöhemmin, kun liikenteen määrä kasvaa.

Yleensä webhotelliin sisältyy vähintään yksi sähköpostilaatikko. Hostingpalvelun webhotellit tarjoavat minimissään kolme ja enintään sata sähköpostilaatikkoa.

Hyvä webhotelli tarjoaa helppokäyttöisen hallintapaneelin, jonka kautta voit hallita sivustoja. Tarkista myös, huolehtiiko palveluntarjoaja webhotellin varmuuskopioinnista. Varmuuskopiot on hyvä ottaa vähintään kerran päivässä.

Tarvitset kotisivuille turvallisuussyistä SSL-salauksen, jolla pyritään estämään arkaluontoisten tietojen päätyminen ulkopuolisten käsiin. Jos sivustosi ei käytä SSL-sertifikaattia, selaimet voivat varoittaa sivustollasi vierailevia mahdollisista tietoturvariskeistä. Yleensä SSL sisältyy webhotelliin ilman erillistä maksua, ja näin onkin kaikissa Hostingpalvelun webhotelleissa.

Webhotellin tietoturvasta kannattaa pitää huolta erityisesti, kun harjoitat liiketoimintaa kotisivujen kautta. Hostingpalvelu turvaa kaikki webhotellipalvelimet tehokkaalla suojauskäytöllä, joka estää tehokkaasti web-sovellusten haavoittuvuuksien aiheuttamia uhkia. Lisäksi roskapostin lähetys sivuston lomakkeiden kautta on estetty.

Edellä mainittujen asioiden lisäksi kannattaa kiinnittää huomiota palveluntarjoajan luotettavuuteen sekä asiakaspalvelun tarjoamaan tukeen mahdollisissa ongelmatilanteissa. Jos olet ostamassa webhotellia ensimmäistä kertaa, suosittelomme valitsemaan palveluntarjoajan, jonka sivuilta löytyy todennettuja asiakaskokemuksia ja joka tarjoaa vähintään 14 päivän tyytyväisyystakuun.

[Tutustu Hostingpalvelun webhotelleihin >](#)

Hanki yhdessä Valitse näistä

Domain eli verkkotunnus

1. Ideoi helposti muistettava domain, joka mieluiten myös vastaa kotisivun nimeä.
2. Tarkista domainin saatavuus esimerkiksi täällä: hostingpalvelu.fi/domain
3. Varaa samalla rinnakkaisdomainit, mikäli niille on tarvetta.
4. Varmista että saat sopivan [webhotellin](#) sekä [sähköpostin](#) samalta palveluntarjoajalta.



Webhotelli

1. Kartoita sivuston ominaisuudet ja niiden edellyttämä webhotellin levytila. Huom. myös alusta voi vaikuttaa valintaan!
2. Kartoita tarvitsemiesi sähköpostilaatikoiden määrä.
3. Valitse webhotelli, joka sisältää SSL-sertifikaatin sekä tarvitsemasi määrän sähköpostilaatikoita.
4. Varmista että saat palveluntarjoajalta riittävän tuen sekä palvelun helppokäyttöisen hallinnan.
5. Varmista että palveluntarjoajalla on tyytyväisyystakuu.

Ammattilaisen tekemät sivut

Ilman sisällönhallintajärjestelmää koodatut

Sisällönhallintajärjestelmä eli CMS on yhä yleisempi alusta kotisivujen rakentamiseen. Ammattilaiset osaavat luoda sivut myös ilman valmista alustaa. Tällöin kuitenkin saatat tarvita ulkopuolista apua sivujen päivittämiseen.

WordPressilla tai muulla CMS:lla tehdyt

WordPress on maailman suosituin sisällönhallintajärjestelmä. Myös monet ammattilaiset käyttävät WP:ta sivujen rakentamiseen. Vaikka WordPressissa on omat rajoituksensa verrattuna "tyhjältä" luotuihin sivustoihin, on WP-sivujen räätälöitävyys kuitenkin korkealla tasolla.

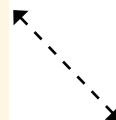
Itse tehdyt sivut

Kotisivukoneella tehdyt

Usein kustannustehokkain ja käyttäjäystävällisin tapa luoda ensimmäiset kotisivut on käyttää kotisivukonepalvelua, kuten [Hostingpalvelun Kotisivukonetta](#).

WordPressilla tehdyt

Jos haluat luoda sivut itse WordPressilla, kannattaa tämä huomioida jo webhotellia ostaessa. Tällöin haluat hankkia erityisesti [WordPressille optimoidun webhotellin](#).



Sivuston suunnittelu

Kotisivut edustavat yritystäsi, joten niiden ulkoasuun, sisältöön ja toimivuuteen kannattaa satsata. Hyvin toteutetut kotisivut herättävät luottamusta ja palvelevat kitkattomasti.

Sivujen suunnittelu kannattaa aloittaa siitä, **mitä sivustollasi haluat saavuttaa** – yrityssivujen tapauksessa tämä on useimmiten myyntiä. Haluatko saada asiakkaan tekemään ostoksia verkkokaupassasi vai keräätkö kotisivuilla lämpimiä liidejä, joita kontaktoida henkilökohtaisesti? Millaisia ominaisuuksia eri toteutustavat vaativat sivustolta?

Tee lista siitä, mitä haluat käyttäjän sivustolla tekävän ja mitä toteutukseen tarvitaan. Jos et tiedä mistä aloittaa, käy katsomassa kilpailijoiden sivustoja; poimi ja sovelle niistä (kilpailijaasi paremmin) elementtejä, joista arvelet potentiaalisten asiakkaittesi pitävän.

Kun tiedät mitä sivuston pitää saavuttaa ja sinulla on ensimmäinen ajatus käytännön toteutuksesta, käytä seuraavaksi hetki aikaa **sisällön suunnitteluun**. Mitä sivustolla kerrotaan missäkin kohtaa, missä järjestyksessä ja millaisia elementtejä käyttäen. Tässä vaiheessa ei ole tarpeen laatia lopullisia sisältöjä; suuntaa-antava suunnitelma kokonaisuuden hahmottamiseksi riittää.

Kun kokonaisuus on selvillä sivuston ominaisuuksien ja rakenteen tasolla, pystyt tekemään päätöksiä sivuston rakentamiseen käytettävän alustan valinnan sekä työn mahdollisen (osa)ulkoistuksen suhteen.

Luonnostele **asiakaspolku** eli asiakkaan ostopolku kotisivulla: pohdi kuinka asiakas etenee sivustolla kohti konversiota. Tee asiakkaan polusta mahdollisimman sujuva, mutkaton ja hyvin palveleva. Mieti missä kohtaa asiakas tarvitsee enemmän tietoa tuotteesta, palvelusta tai yrityksestä sekä missä kohtaa tämä haluaa vain päästä asiassa nopeasti ja vaivattomasti eteenpäin.



Asiakaspolun visualisointi auttaa ymmärtämään polun eri kosketuspisteitä. Kuva: Miro

Sisältöjen ja sivun rakenteen lisäksi muista kiinnittää huomiota sivuston **käytettävyyteen**. Esimerkiksi yhteystietojen vaivaton löytyminen on sekä rakenteellinen että käytettävyyssysymys. Käytettävyyteen vaikuttavat myös paljon visuaaliset ratkaisut, esimerkiksi tekstien luettavuuteen. Värikontrastien testaamiseen löytyy verkosta työkaluja, esimerkiksi Adobelta.

Sivuston **ulkoasua** suunnitellessa on yrityksen ilmeen graafinen ohjeistus hyvä apuväline. Mikäli ohjeistusta ei ole olemassa, noudattele olemassa olevien markkinointimateriaalien tyyliä. Pääset pitkälle jo määrittämällä logoversiot, fontit, värit sekä kuvitukset. Kaikki edellä mainitut voit syöttää kotisivukoneeseen, jos sellaista päätät käyttää. Osa kotisivukoneista tarjoaa valmiita kuvapankkikuvia; käytä niitä vain siltä osin kuin ne istuvat yrityksesi ilmeeseen. Oletuksena kaikkiin kotisivukoneisiin saat ladattua myös omia kuvia.

Kotisivuja suunnitellessa on tärkeää huolehtia toiminnallisen ja visuaalisen toteutuksen lisäksi sivuston nopeudesta ja responsiivisuudesta (skaalautuminen ja optimointi eri laitteille ja eri kokoisille näytöille) sekä hakukoneoptimoinnista.

Lue lisää kotisivujen suunnittelusta:

[Hyvin tehdyt kotisivut kasvattavat liiketoimintaa >](#)
[Kuinka perustan sivut kotisivukoneella? >](#)

Sivuston kehittäminen

Kun kotisivut ovat valmiit ja julkaistu, on tärkeää seurata kuinka ne toimivat ja tuottavat tulosta. Seurata kannattaa vähintäänkin sivukävijöiden määrää sekä konversioastetta.

Sivustolle saa houkuteltua liikennettä edullisimmin optimoimalla sivuston sisältöjä hakukoneille. Hyvin toimivat, nopeasti latautuvat ja asiakaspolun huomioivat sivut miellyttävät sekä hakukoneita että asiakasta ja konvertoivat tehokkaimmin.

Sivuston tekninen kehitys hakukoneille eli tekninen SEO

Sivuston kehittäminen teknisestä näkökulmasta voi aiheena kuulostaa vaikealta, mutta jo muutamasta perusjutusta huolehtimalla pääset pitkälle teknisen osaamisen tasosta riippumatta:

- Sivuston nopeuden optimointi.
- Sivuston responsiivisuus.
- Linkkien ajantasaisuus ja uudelleenohjaukset.
- Sivuston indeksointi ja sivukartta.
- Sivuston ja URL-rakenteen hierarkian optimointi.

Kotisivujen nopeuteen vaikuttavat sivuston toteutustapa, sivuston koko sekä webhotellin kapasiteetti suhteessa siihen. Iso sivusto, jolla on paljon alasivuja, mediatiedostoja tai liikennettä vaatii ison webhotellin.

Responsiiviset sivut skaalautuvat eri laitteille. Useimmat modernit sisällönhallintajärjestelmät ja kotisivukoneet tukevat responsiivisia. Nykyään asiakkaat odottavat sivustojen toimivan mobiililaitteilla (vähintään) yhtä hyvin kuin tietokoneella käytettynä.

Sivuston linkit kannattaa pitää aina ajan tasalla, sillä rikkiäisistä linkeistä saa miinuspisteitä sekä hakukoneilta että asiakkailta. Kun muutat sivujen url-osoitteita tai poistat alasivuja, muista siis pitää huoli uudelleenohjauksista.

Sivuston julkaisun yhteydessä kannattaa tarkistaa, että sivusto indeksoituu; tämän voi nähdä helposti Google Search Consolesta. Voit myös nopeuttaa sivuston indeksoitumista toimittamalla samaan paikkaan sivukartan.

Sivuston rakennetta kannattaa optimoida asiakaspolku ja käytettävyys edellä. URL-rakenne kannattaa pitää yksinkertaisena ja loogisena (/sivu/alasivu) sekä välttää liian pitkiä url-osoitteita.

Sisältöjen optimointi hakukoneille eli sisältö-SEO

Sisällön optimointi hakukonemielessä lähtee liikkeelle avainsana-analyysistä, jossa etsitään avainsanat tai -lausekkeet, joilla halutaan sijoittua hakutulossivulla. Analyysin kautta tunnistetut avainsanat sijoitetaan sivustolla mielekkäisiin paikkoihin, yksittäinen avainsana mieluiten optimoituna yhdelle tietylle sivulle.

Avainsana-analyysi antaa siis vastauksen kysymykseen "Mitkä ovat avainsanat, joilla haluan ja joilla kannattaa yrittää sijoittua hakukoneissa".

Potentiaalisia avainsanoja kannattaa arvioida paitsi niiden relevanssin (juuri sinulle oleellinen sana) ja hakuvolyymien, myös kilpailutilanteen näkökulmasta. Täydellinen avainsana on erittäin relevantti, paljon haettu ja hyvin vähän kilpailtu – mikäli tällaisen kultamunan löydät, tartu tilaisuuteen ennen kuin joku muu sen tekee!

SEO-työ vie aikaa ja kilpailu voi alasta riippuen olla tiukkaa, joten "valitse taistelusi" on tässä kohtaa hyvä ohje. Tärkeintä on aloittaa jostain.

Lue lisää hakukoneoptimoinnista:

[Laadukkaat sisällöt ja SEO tukevat liiketoimintaa >](#)
[5+1 vinkkiä Google-näkyvyyden kasvattamiseen >](#)



Checklistat

Suunnittelu

- Aloita kotisivujen suunnittelu määrittelemällä, mitä sivustollasi haluat saavuttaa.
- Tee lista siitä, mitä haluat käyttäjän sivustolla tekevän ja mitä sen toteutukseen tarvitaan.
- Suunnittele sivuston sisällöt; mitä missäkin, järjestys, elementit jne.
- Luonnostele asiakaspolku; kuinka asiakas etenee kohti konversiota.
- Kiinnitä huomiota käytettävyyteen ja käyttäjäkokemukseen.
- Varmista sivujen skaalautuvuus eri laitteilla (responsiivisuus).
- Suunnittele ulkoasu ja rakenna sivut.

Kehitys

- Varmista sivuston julkaisun yhteydessä, että sivusto indeksoituu ja näkyy siten hakukoneissa. Toimita tarvittaessa sivukartta.
- Asenna sivustolle analytiikka, esim. Google Analytics. Seuraa kehitystä ja tunnista pullonkaulat sivustolla.
- Tarkista sivuston linkkien toimivuus säännöllisesti ja tee korjaukset tai uudelleenohjaukset tarvittaessa.
- Huolehdi hakukoneoptimoinnista: avainsana-analyysi, sisällöntuotanto ja -optimointi.
- Huolehdi että sivuston "kaista" riittää, jotta sivut toimivat nopeasti ja luotettavasti. Vaihda suurempaan webhotellin tarpeen tullen.

Muista ainakin nämä

Domain ja webhotelli

Domainin kannattaa vastata sivuston nimeä, sen on hyvä olla ytimekäs ja helposti muistettava.

Sivuston koko ja liikennemäärä määrittävät webhotellin tarvittavat ominaisuudet.

Webhotellin ja domainin voi yleensä ostaa samalta palvelutarjoajalta.

Asiakaspolku

Luonnostele asiakkaan ostopolku kotisivulla, eli pohdi kuinka asiakas etenee sivustolla kohti konversiota.

Millaista tietoa hän missäkin kohdin sivustoa kaipaa? Koska hän haluaa vain päästä nopeasti eteenpäin?

Tee asiakaspolusta mahdollisimman sujuva, mutkaton ja hyvin palveleva.

Alustan valinta – WordPress, kotisivukone vai jokin muu?

Kotisivut voi rakentaa alusta pitäen koodaamalla, CMS:illa (sisällönhallintajärjestelmä) tai kotisivukoneella.

WordPress on maailman suosituin sisällönhallintajärjestelmä, jota suosivat myös monet luovat ammattilaiset. WP:n etu on pitkälle vietävä räätälöitävyys.

Käyttäjystävällisin ja usein kustannustehokkain toteutustapa kotisivukone.

Käyttäjystävällisyys

Helppokäyttöiset ja silmää miellyttävät sivut miellyttävät niin potentiaalista asiakasta kuin hakukoneitakin.

Kotisivujen käytettävyyteen vaikuttavat mm. sivuston nopeus ja intuitiivinen käyttöliittymä, tiedon löytymisen helppous sekä visuaaliset ratkaisut.

Hakukoneoptimointi – tekninen toteutus sekä sisältö-SEO

Teknisestä SEOsta on hyvä muistaa sivuston nopeuden optimointi, sivuston responsiivisuus, linkkien ajantasaisuus ja uudelleenohjaukset, sivuston indeksointi ja sivukartta sekä sivuston ja URL-rakenteen hierarkian optimointi.

Sisältö-SEO alkaa avainsana-analyysistä ja sen perusteella löydettyjen avainsanojen sijoittamisesta sivuille. Sisältöjen tulee olla laadukkaita ja palvella asiakaspolkua. Muista että hakukoneoptimoinnin tulokset näkyvät viiveellä.