

Checklist x sisällöt



kasvutarpit.fi

✓ Ota selvää millaisista asioista asiakkaasi haluavat kuulla

Tunnet asiakkaasi, vähintäänkin ihanneasiakkaasi – aloita siis sisältöjen suunnittelu sellaisista aihepiireistä, joiden tiedät heitä kiinnostavan. Hyvä sisältö ratkaisee asiakkaan haasteen tai tuottaa lisäarvoa muulla tavoin.

Yritykset haluavat tyypillisesti tietää, kuinka voit auttaa heitä saamaan lisää euroja kassaan. Yksityisasiakkailla on paljon erilaisia tarpeita ja tavoitteita, joista kannattaa ottaa tarkoin selvää.

✓ Tee avainsana-analyysi

Kun tiedät aihepiirit ja teemat mistä ryhtyä tuottamaan sisältöä, tee avainsana-analyysi. Määritä relevantit hakutermit ja ryhmitä ne eri teemojen alle. Täydellinen avainsana on vähän kilpailtu, mutta hakuvolyymiltaan suuri.

Sijoita analyysin kautta tunnistetut avainsanat mielekkäisiin paikkoihin sivustolla, yksittäinen sana mieluiten optimoituina yhdelle sivulle. Tavoitteena on löytää olennaiset kohdennetut avainsanat, joilla pyritään sijoittumaan hakutuloksissa mahdollisimman hyvin.

✓ Luo laadukkaita sisältöjä, joita optimoit lisää ajan myötä

Hyvä sisältö houkuttaa tutustumaan yritykseen, palveluun tai tuotteeseen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettetkö voisi puhua myös muista aiheista.

Usein asiakkaan mielestä kiinnostavin sisältö kertoo sen asian ympäriltä, josta itse haluaisit kertoa suoraan. Sen sijaan että esittelet tuotetta, käsittele aihetta laajemmin asiakkaan näkökulmasta.

Asiantuntijapalveluita yrityksille tarjoava voi antaa sisällöissään tee-se-itse-vinkkejä ja luottaa siihen, etteivät potentiaaliset asiakkaat kuitenkaan halua tehdä kaikkea itse. He ostavat mieluummin palveluntarjoajalta, joka jäi mieleen hyödyllisen ja asiantuntevan sisällön kautta.

✓ Tue asiakaspolkua sisällöillä

Sisällöt ohjaavat asiakasta kohti konversiota tätä vakuuttaen, suostutellen ja opastaen eteenpäin ostopolulla. Sisältöjen sijainnin, rakenteen ja muotoilun tulee olla sivustolla optimoitu tätä tavoitetta silmällä pitäen.

Kysy itseltäsi, mihin haluat asiakkaan huomion kohdistuvan missäkin osassa sivuja? Tarjoa runsaasti tietoa ostopolun alussa, fokusoi ja säännöstele sitä lopussa.

✓ Punnitse, tuotatko sisällöt ja teetkö hakukoneoptimoinnin itse

Sisällöissä ja hakukoneoptimoinnissa on paljon tekemistä yhdelle ja useammallekin ihmiselle.

Työssä pääsee alkuun ominkin avuin, mutta tekemisen ylläpitäminen ja jatkojalostus voi osoittautua työlääksi. Tällöin kannattaa harkita avun hankkimista esimerkiksi erilaisista SEO-työkaluista tai kääntyä ammattilaisen puoleen.