



SEO, GOOGLE MAPS + AI

MATKAILUYRITYKSEN HAKUKONE- JA TEKOÄLYLÖYDETTÄVYYS KÄYTÄNNÖSSÄ



Mitä hakukoneoptimointi (SEO) oikeastaan tarkoittaa

SEO ei ole yksittäinen tekninen toimenpide. Hyvä löydettävyys muodostuu:

Hakua vastaavasta sisällöstä + fyysisestä sijainnista + verkkosivun rakenteesta ja tekniikasta + yritystiedoista + linkityksistä + luotettavuudesta

SEO tehdään osin sivustolla, osin myös sen ulkopuolella. Tavoitteena ei ole mahdollisimman paljon kävijöitä. Tavoitteena on saada **oikeat asiakkaat** löytämään oikea palvelu.

Matkailijan digitaalinen polku

Matkailija voi aloittaa matkansa:

Google-hausta → Mapsista → mainoksesta → Google Travel-palvelusta → Visit-sivustolta → Sosiaalisesta mediasta → tekoälypalvelusta → yrityksen verkkosivulta

Yrityksen pitäisi antaa kaikissa näissä kiinnostavaa, oikeaa ja ajantasaista tietoa.

Mitä Googleen kirjoitetaan

Matkailija ei välttämättä tunne yrityksesi nimeä. Hän kirjoittaa esimerkiksi:

- accommodation in Sodankylä
- restaurants near me
- things to do in Sodankylä
- reindeer experiences in Lapland
- hiking near Urho Kekkonen National Park

Google Haun “**pikavastaus**” on helppo tapa selvittää,
MITÄ MUUTA asiakkaat hakevat kirjoitettuun termiin liittyen.
Tulos muuttuu kirjoittamisen myötä



+ Accommodation in sodanky

Tekoälytila →

sodankylä

sodankylä national park

len onneani



+ accommodation in sodankyla

Tekoälytila →

sodankyla for sale

sodankyla for rent

sodankylä apartments

sodankylä hotels

sodankylä hostelli

sodankylä hotellit

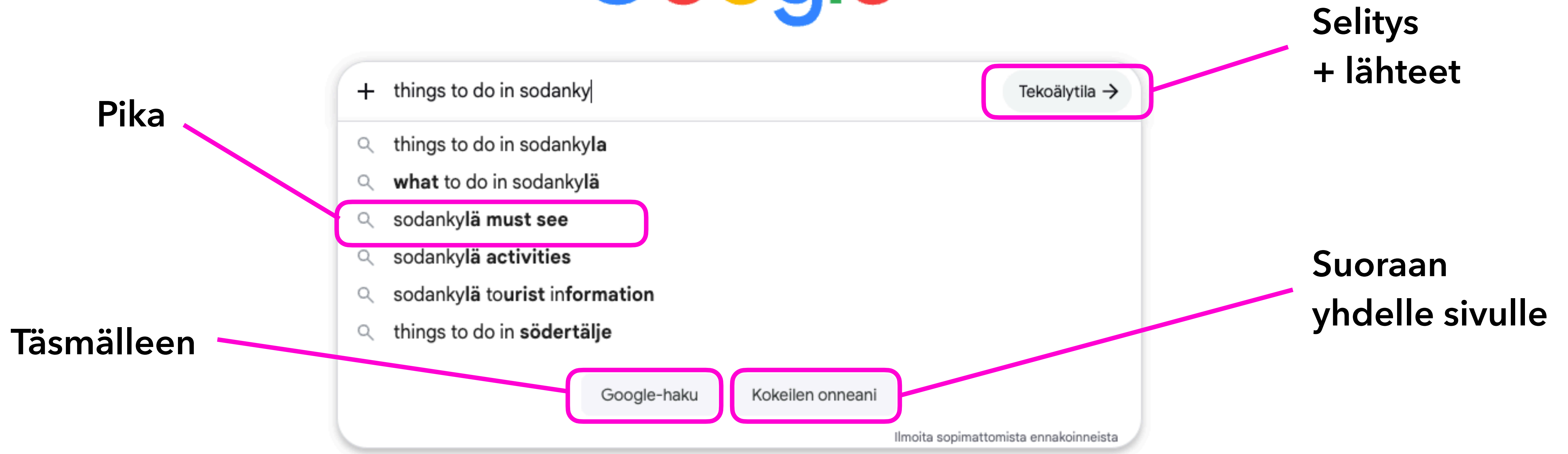
sodankylä bed and breakfast

sodankylä

sodankylä airbnb

sodankylahotel

Hakijalla on 4 tapaa saada vastaus



Testi 1: Hae yritystäsi Googlesta

Ota puhelin tai tietokone. Tee kolme **Google-hakua**:

- 1. Yrityksesi nimi**
- 2. Tärkein palvelusi + Sodankylä**
- 3. Tärkein palvelusi englanniksi + Sodankylä/
Lapland**

<https://www.google.com>

Katso hakutulosta asiakkaan silmin:

Näynkö? Mitä minusta kerrotaan? Onko tieto oikein?

Näkyvätkö muut yritykset paremmin? Löytyykö palveluni
vai ainoastaan yritykseni nimi? Näetkö yritysprofiiliasi?

Kerrotko Googlelle mitä myyt

Hyvän palvelusivun pitäisi kertoa nopeasti:

- **MITÄ** – mitä palvelua tarjoat
- **MISSÄ** – missä palvelu sijaitsee
- **KENELLE** – kenelle se sopii
- **MILLOIN** – milloin palvelu on saatavilla
- **MITÄ MAKSAA** – jos mahdollista
- **MITEN VARAAN** – mitä asiakkaan pitää tehdä seuraavaksi

Varausjärjestelmät kuten bokun ja booking.com toimivat juuri näin. Jos omalta sivustoltasi näitä tietoja puuttuu, myös digitaalinen löydettävyys ja asiakaskokemus kärsivät. Kannattaa siis omallakin sivustolle käyttää varausjärjestelmien sisältömalleja.

Kuinka teet tekstit omalle sivustollesi

Kirjoita, mitä matkailija tarvitsee. (Älä siitä, millä itse kuvailet yritystäsi)

Esimerkki: yritys tarjoaa mökkimajoitusta ja kalastuspalveluita. Matkailija voi hakea:

- cottage accommodation Sodankylä
- fishing in Lapland
- fishing accommodation Finland
- cabin near national park
- things to do in Sodankylä summer

Eli:

palvelu

+

sijainti

+

tarve

Otsikot ratkaisevat paljon

Heikko: Palvelumme

Parempi: Pororetket Sodankylässä

Heikko: Majoitus

Parempi: Mökkimajoitus Sompiossa lähellä Urho Kekkosen kansallispuistoa

Otsikon pitäisi kertoa sekä matkailijalle että hakukoneelle, mistä sivulla puhutaan.

Pitkää otsikkoa ei kannata pelätä – lyhyt on pelottavampi!

Kuvat ja linkit sivustollasi

- **Käytä kuvia!** oikeita, palvelua kuvaavia kuvia (ei tekoälykuvia eikä "kunhan vain jotain"-kuvia).
- **Nimeä kuvat** ymmärrettävästi ennen kuin siirrät ne verkkoon. Lisää yritys/ja palvelunimi kuvatiedoston nimeen.
- **Selitä mitä kuvassa näkyy** käyttämällä ALT-tekstejä

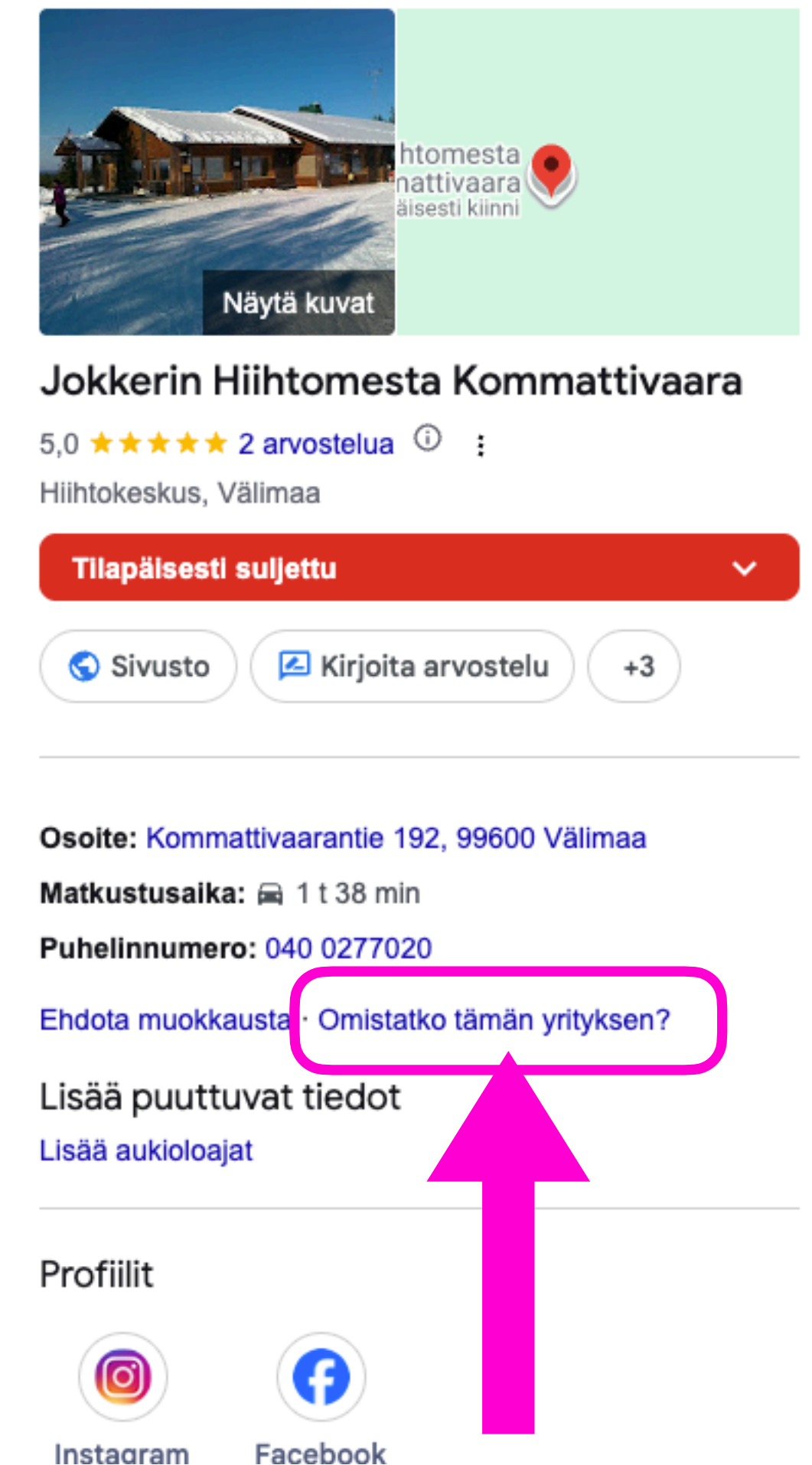
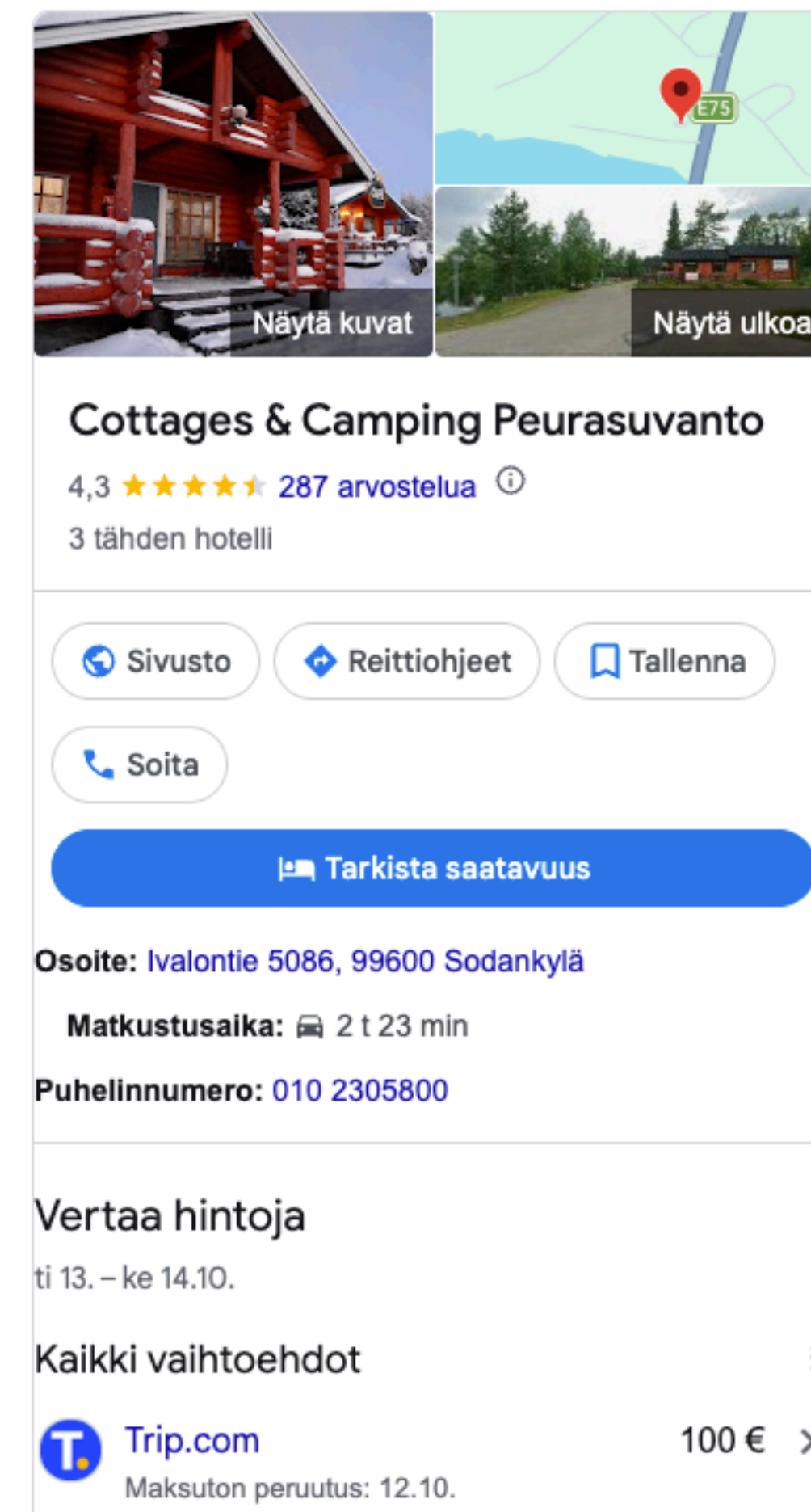
Kirjoita sivustollesi linkkejä muihin palveluihisi. Kerro mihin linkität

- **Ei:** Lue lisää
- **Kyllä :** Tutustu pororetkiin Sodankylässä

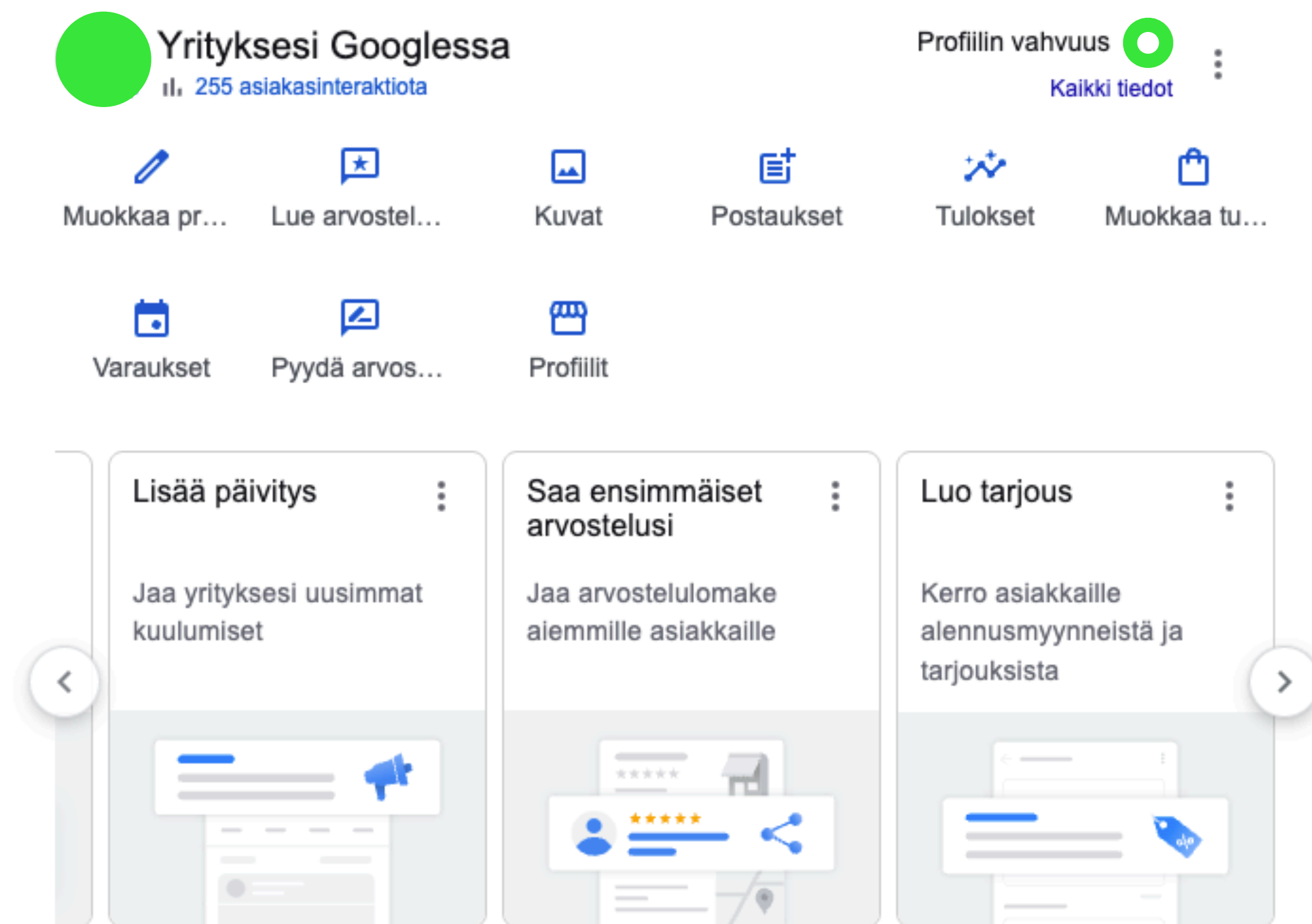
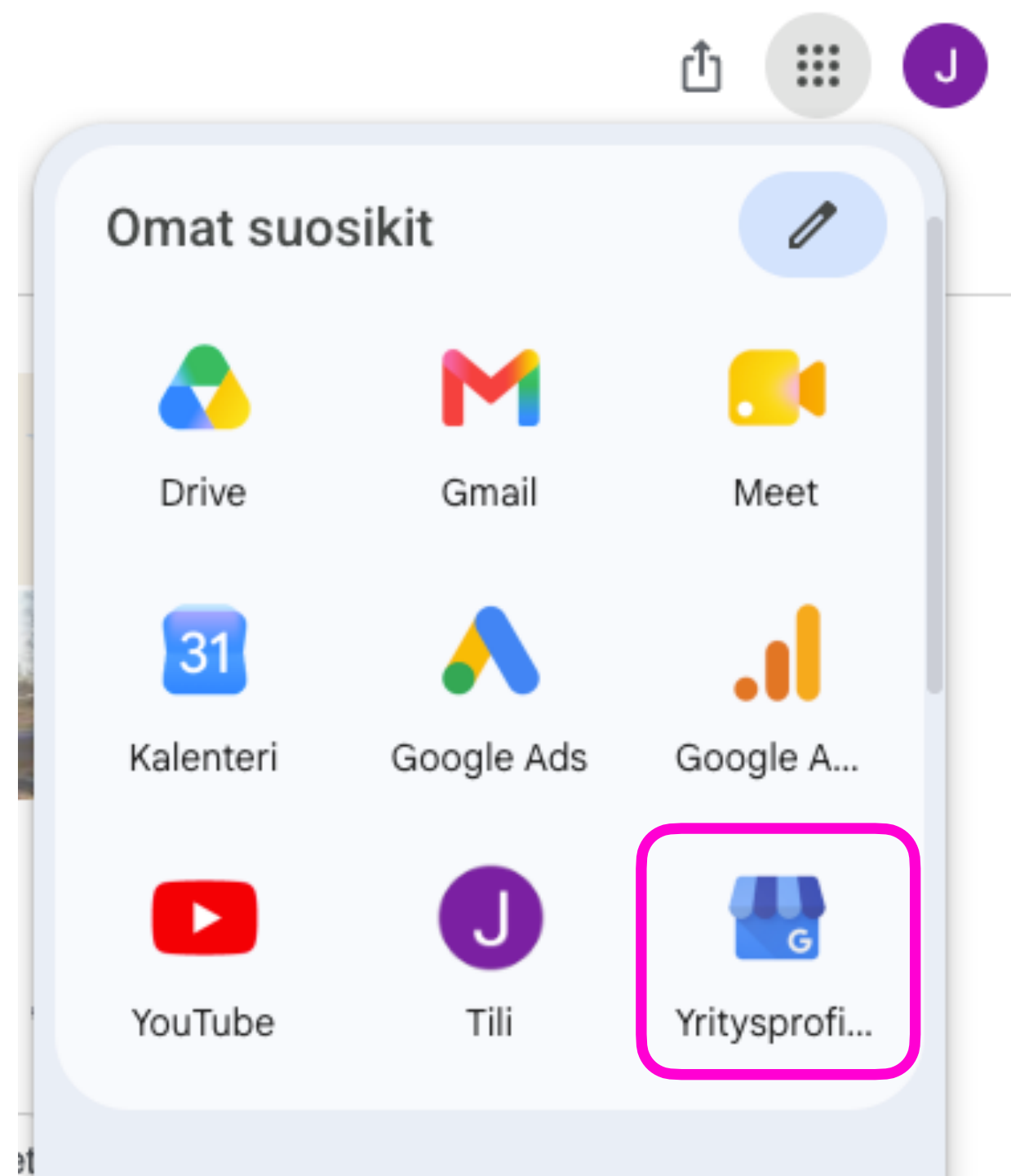
(Tekstilinkki ei tarkoita painiketta, vaan tekstin seassa olevaa linkkiä)

Google-yritysprofiili: (pienelle) yritykselle erityisen tärkeä. Tarkista:

- Oikea yrityksen nimi ja toimiala
- Osoite ja sijainti
- Verkkosivusto
- Puhelinnumero
- Palvelut
- Yrityksen kuvaus
- Valokuvat
- Aukioloajat ja poikkeukset
- Arvostelut (ja vastaa tarvittaessa)

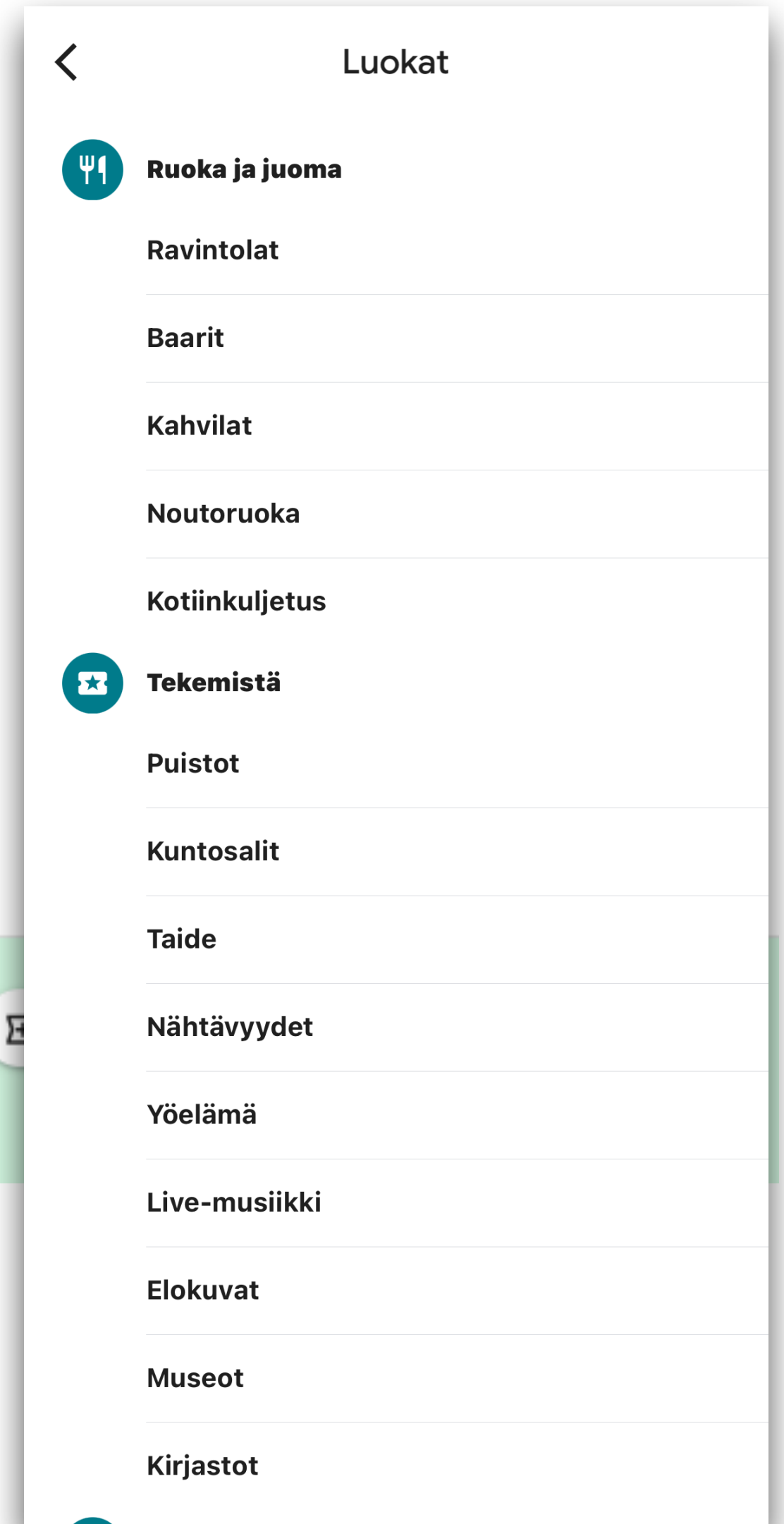
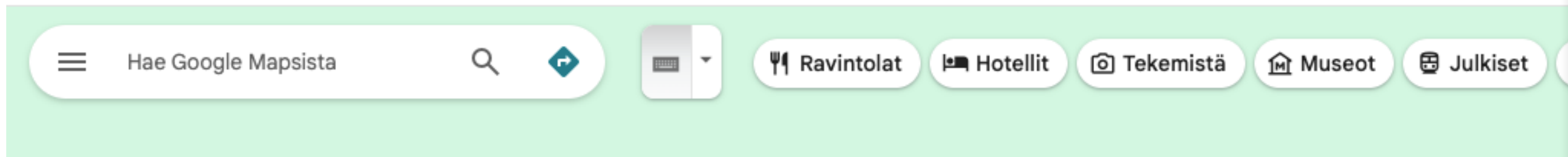


Google-yritysprofiili: haltuunoton jälkeen sisältöä on helppo hallita. Seuraat vain ohjeita



Vain profiilin ylläpitäjät voivat nähdä tämän

Google Maps -haku on optimoitu matkailijalle. Se sisältää pikavalikot mm. ravintoloille, hotelleille, ja tekemiselle. Tulos perustuu yritysprofiiliisi.



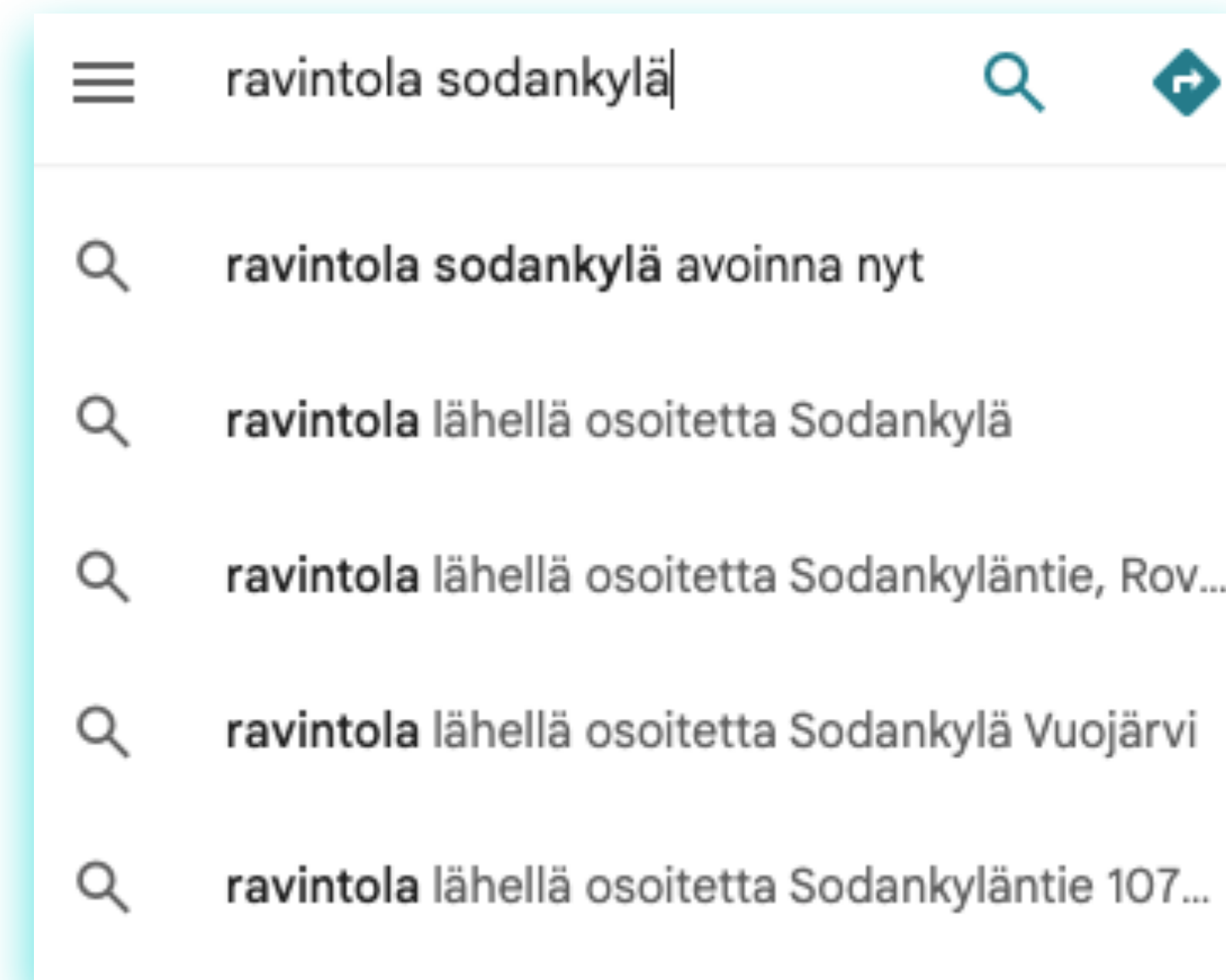
Testi 2: Näytkö Google Mapsissa oikein?

Ota puhelin tai tietokone. Tee Google Maps haku

1. Tärkein palvelusi + Sodankylä (tai lähellä) <https://www.google.com/maps>

Tarkista:

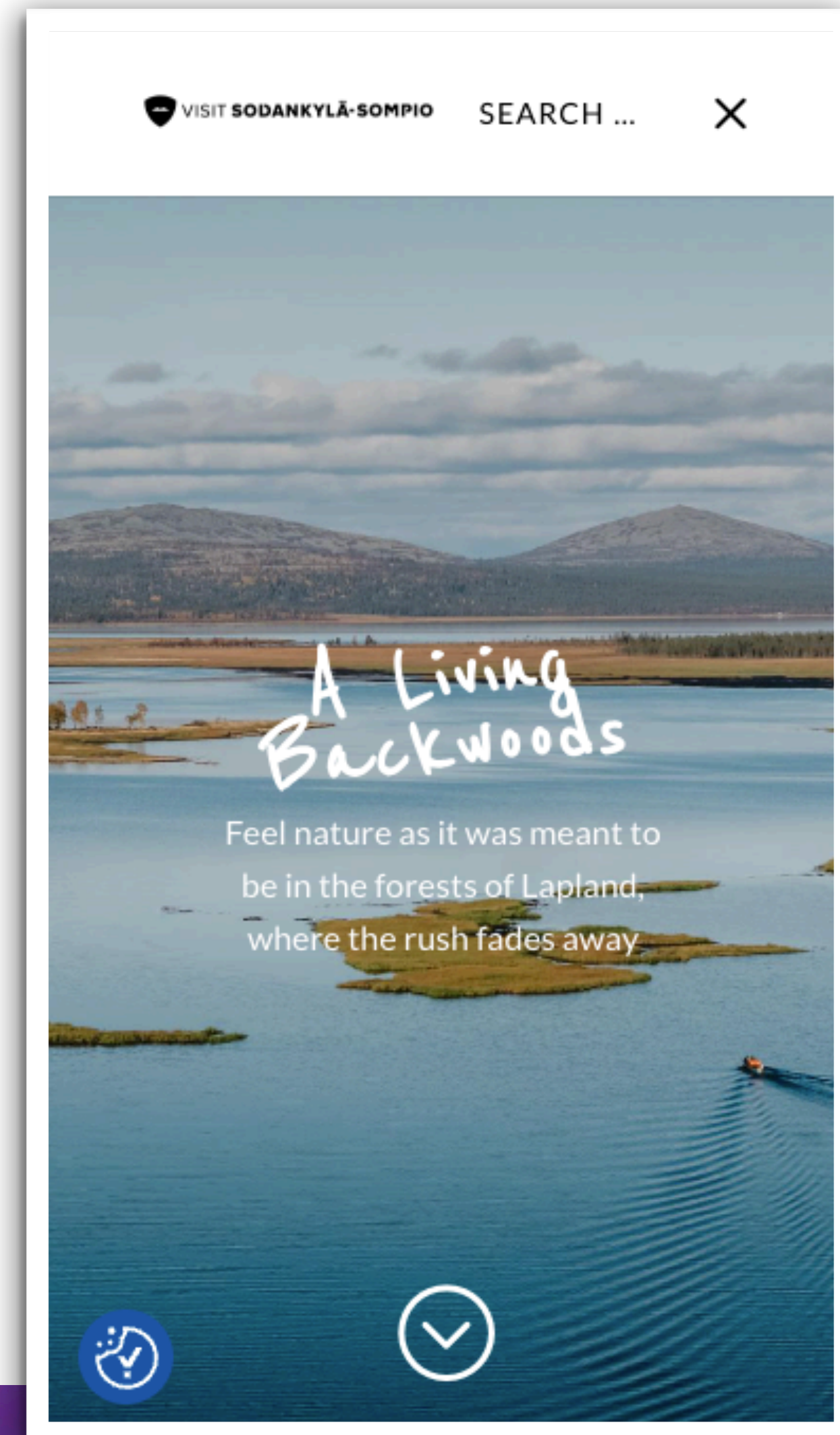
- sijainti
- oikea yrityskategoria
- aukioloajat
- ajantasaiset tiedot



Testi 3: Näytkö Visit Sodankylä-Sompio-sivustolla oikein

Ota puhelin tai tietokone. Tarkista:

1. **Onko oma yritys oikeassa kategoriassa**
2. **Ovatko tiedot oikein**
3. **Onko palveluni kuvattu hyvin molemmilla kielillä?**
4. **Vievätkö linkit sivustollesi oikein?**



Entä tekoälyhaku?

Matkailija voi kysyä tekoälyltä kokonaisen kysymyksen kuten:

- Where can a family stay near Sodankylä and find activities suitable for children, tai
- What can I do in Sodankylä without a car?

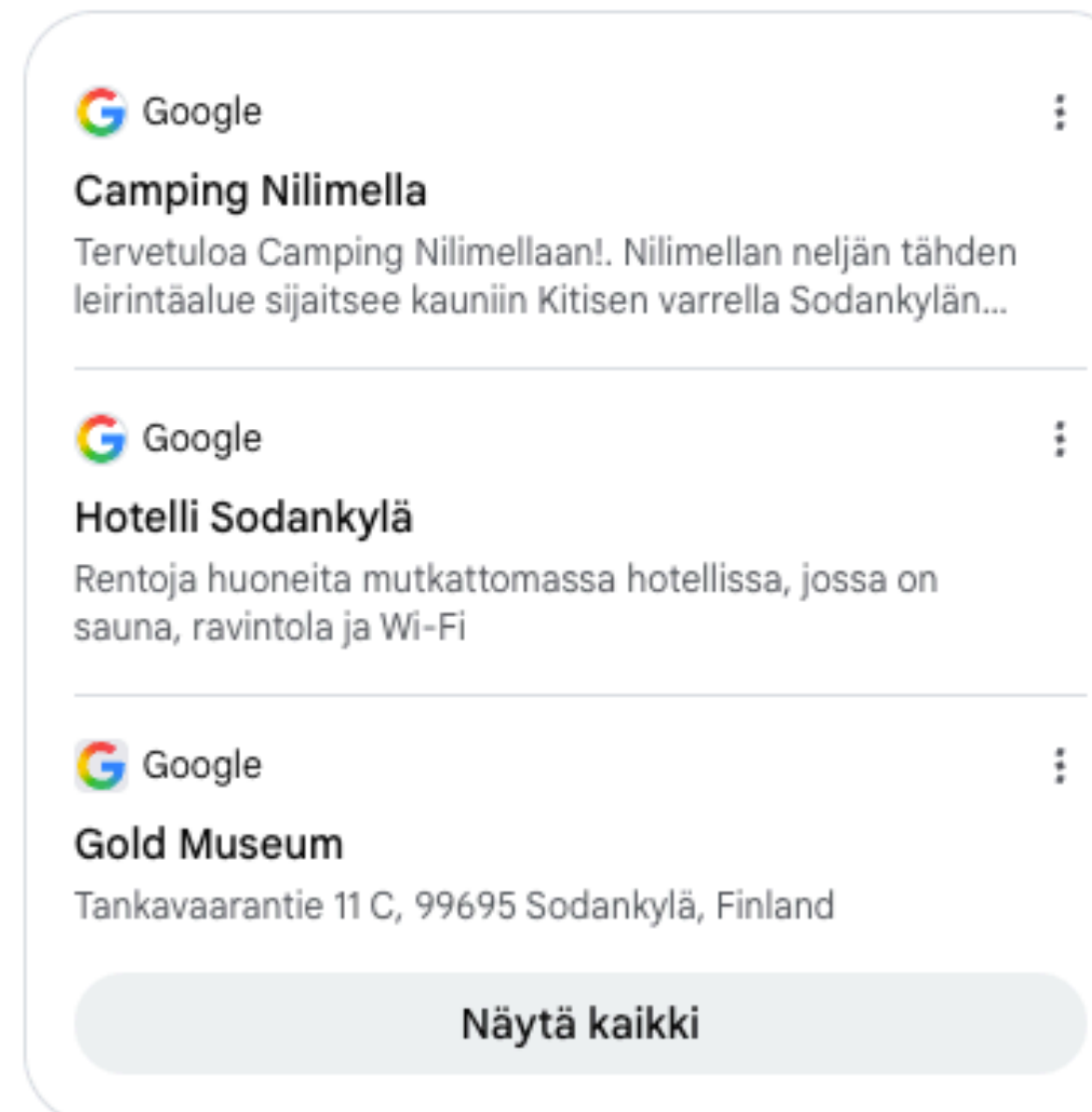
Lopputulos eroaa perinteisestä muutamien sanan Google-hausta. Molemmissa **lähtökohta on hyvä verkkosisältö**. Riittää, että tarjoat selkeää, hyödyllistä ja luotettavaa tietoa. Googlen tekoälytulos perustuu samaan Google-hakuindeksiin kuin perushakukin. Huomaa, että toistaiseksi palveluissa (Chat GPT, Claude, Copilot yms.) oleva tieto saattaa olla kuukausia tai vuosia vanhaa eikä siihen voi juurikaan vaikuttaa.

AI-tuloskin perustuu Google-hakuun ja näyttää linkit sekä lähteet. Tekoäly ei "keksi" vaan rakentaa ja kääntää tekstin käyttäjän kielelle Googlen "parhaaksi katsomien" sisältöjen perusteella

Where can a family stay near Sodankylä and find activities suitable for children

Sodankylän alue tarjoaa erinomaisia vaihtoehtoja lapsiperheille, etsittepä sitten rentoa mökkitunnelmaa joen varrelta tai seikkailuja tunturiluonnossa ja kultamailla.

Majoituksen ja tekemisen suunnittelun helpottamiseksi alle on koottu parhaat lapsiystävälliset kohteet ja aktiviteetit alueella.



Perheystävälliset majoituspaikat

- [Camping Nilimella](#) – Paras valinta rennolle perhelomalle. Tämä neljän tähden leirintäalue sijaitsee kauniilla paikalla Kitinen-joen varrella, aivan Sodankylän keskustan tuntumassa. Alueella on runsaasti avointa tilaa lapsille juosta ja leikkiä. Perheet voivat

Yhteenveto

- Älä yritä kertoa Googlelle, mitä yrityksesi haluaa olla, vaan..
Kerro mahdollisimman hyvin TEKSTINÄ, mitä matkailija saa sinulta:
PALVELUT + SIJAINTI + TARVE = otsikot, tekstit, kuvat, linkit
- Tee yhtenäinen sisältö kaikkialle (ja hyödynnä varausjärjestelmäsi rakennetta):
 - Omalle sivustollasi
 - Google yritysprofiiliin (Näkyvät Google-haussa ja Mapsissa)
 - Visit-sivustolle

Näin kaikki toimii ja kaikki hyötyvät:

matkailija → Google → Maps → Visit → tekoälypalvelut → yritys

Tarkistuslista

Käytä PDF-listaa ja kirjaa kehityskohteet.

Tee yksi korjaus päivässä, ja kaikki on kunnossa parissa viikossa. Hakukoneet ja tekoäly päivittyvät hitaasti, joten tulokset voivat viedä viikkoja tai kuukausia ennen kuin kaikki näkyy hakutuloksissa. (tekoälyssä hitaammin).

Löydettävyyden tarkistuslista

Matkailija ei välttämättä tunne yrityksesi nimeä. Hän etsii **majoitusta, tekemistä, ruokaa, elämyksiä ja palveluita**. Käy nämä 9 kohtaa läpi oman yrityksesi näkökulmasta.

1. GOOGLE-HAKU: Löydynkö Googlella?

- ☐ Hae yrityksesi nimellä
- ☐ Hae tärkeimmällä palvelullasi + **Sodankylä**
- ☐ Tee sama haku englanniksi + **Sodankylä / Lapland**
- ☐ **Kehitettävää?** _____

2. GOOGLE-YRITYSPROFIILI: Ovatko tiedot oikein kortissa ja Google Mapsissa?

- ☐ Yrityksen nimi ja toimiala
- ☐ Osoite ja puhelinnumero ja yhteystiedot
- ☐ Verkkosivun osoite
- ☐ Palvelut ja yrityksen kuvaus
- ☐ Ajantasaiset kuvat
- ☐ Sijainti on oikea
- ☐ Aukioloajat ovat oikein ja **poikkeusaukioloajat** on päivitetty
- ☐ Profiilissa on arvosteluja joihin olisi hyvä vastata
- ☐ **Kehitettävää?** _____

Muista: matkailija voi hakea esimerkiksi **restaurant near me** tai **cafe open now**.

3. SIVUSTO: Kertooko verkkosivuni heti, mitä tarjoan?

- ☐ Mitä tarjoamme
- ☐ Missä palvelu sijaitsee
- ☐ Kenelle se sopii
- ☐ _____ on saatavilla

Analytiikkatyökalut, eli mistä tietää mikä toimii ja teetkö oikeita asioita.

Google tarjoaa ilmaisia työkaluja hakukoneoptimoinnin eri vaiheisiin.



Näyttää, mitä aiheita ja sanoja ihmiset etsivät Googlesta eri aikoina ja alueilla. Voit esim. vertailla hakutermien kiinnostavuutta ja miettiä miten nimetä tuotteita ja palveluita. Trends ei liity suoraan sivustoosi.



Näyttää, miten sivustosi toimii Google-hakutuloksissa ja auttaa varmistamaan, että sivusto toimii hakukoneissa teknisesti oikein. Palvelu yhdistetään sivustoosi.

(Voit halutessasi poistaa sivustosi näkyvyyden tekoälyhausta täällä)



Kertoo, mitä kävijät tekevät verkkosivuillasi - mistä he tulevat, mitä sivuja he katsovat ja kuinka kauan he viipyvät. Palvelu asennetaan sivustollesi.

Jos tuloksia pitää saada heti, maksettu digitaalinen mainonta auttaa. Toimialasta riippuen kanaviin on hyvä suhtautua vähän eri tavalla

Kanava	Hotelli	Ravintola	Aktiviteettiyritys
Google Ads	+ Tavoittaa ostovalmiit asiakkaat ja on helppo voittaa oman brändin haut. - Tuplamaksuriski Booking.comiin yms.	+ Tavoittaa paikan etsijät sijainnissa. - Mainoskulu + Wolt-komissio voi syödä katteen (tuplamaksuriski)	+ Tavoittaa elämyksiä hakevat matkailijat. - Tuplamaksuriski jos joudut kilpailemaan Get Your Guiden tms. kanssa.
Instagram	+ Visuaalinen inspiraatio ja mielikuva. - Riski: varaus karkaa Bookingiin tms ulkoseen palveluun.	+ Ruokakuvat tuovat väkeä paikan päälle. - Ei välttämättä kannata, jos ohjaa kotiinkuljetukseen.	+ Reels toimii heräteostoksiin kohteessa. - Vaarana ohjata asiakkaat Viator/GYG:iin, jos omalta sivustolta osto on kankeaa.
Facebook	+ Toimii perhe- ja pakettimatkoin. - Heikompi heräteostoteho kuin IG:ssä.	+ Paikalliset kanta-asiakkaat ja tapahtumat.	+ Perheet ja isommat ennakkopaketit - Ei tavoita nuoria soolomatkailijoita.
Sähköposti-markkinointi	+ 0 % komissio, ilmaiset uusintavaraukset. - Ei tavoita uusia asiakkaita.	+ Halpa tapa viestiä kanta-asiakkaille. - Ei tavoita uusia asiakkaita	+ Lisä- ja ennakkomyynti ennen matkaa. - Matkailijoilla matala uusintamyynti.

KYSYMYKSIÄ?

■ vastauksia:

■ posti@seven-1.com

■ sivusto: seven-1.com



TEKOÄLYAGENTTI SIVUSTOA SELAAMASSA...

MATKAILUYRITYKSEN HAKUKONE- JA TEKOÄLYLÖYDETTÄVYYS KÄYTÄNNÖSSÄ

4 tapaa parantaa tekoälyagenttien mahdollisuutta käyttää matkailusivustoasi (teknisiä/sisältö ratkaisuja)

1. Tekninen tekoälylöydettävyys
2. Sivuston rakenne ja käyttö agenteille sopivaksi
3. Kysymys-vastaus optimointi (GEO- generative engine optimisation)
4. Optimointi matkailualustoilla

(Toistaiseksi n. 90% käyttäjistä tulee silti vielä "perinteisistä" hakukoneista...)

1. Tekninen tekoälylöydettävyys

- **lms.txt:** Lisää sivuston juureen **tekoälylle suunnattu navigaatiokartta** (standardi: lms.txt.org, SEO-työkalut auttavat esim: Rank Math, YOAST tai <https://lms.txtgenerator.de/en/app/>).
- **robots.txt:** **Älä kiellä botteja** käyttämästä sivua (Bottien sallimisohteja: OpenAI OAI-SearchBot, Anthropic ClaudeBot ja PerplexityBot).
- **JSON-LD-skeemat:** Käytä rakenteista dataa, jotta tekoäly lukee hinnat ja päivämäärät suoraan koodista (Schema.org Tour & Schema.org Trip).

2. Agenteille sopiva rakenne ja käyttöliittymä

- **Semanttinen koodi:** Käytä selkeitä elementtejä (<button>, <a href>, <label>), jotta agentit osaavat täyttää lomakkeita ja navigoida sivulla.
- **Näytä kaikki ilman interaktiota:** Vältä pop-up-ikkunoita, CAPTCHA-tarkistuksia ja pelkkään JavaScriptiin perustuvaa latausta, jotta tekoälyagentit eivät jää jumiin.

GEO (generative engine optimisation)

- **Meta-tagit ja otsikot:** Sisällytä kohdekaupunki tai -alue sivun <title>-tagiin, meta-kuvaukseen sekä pääotsikoihin (<h1>).
- **Kirjoita lyhyet tiivistelmät:** Laita sivun alkuun 2-3 lauseen tiivistelmä (mitä, kenelle, milloin ja käytä hyvää html-rakennetta).
- **Kysymys + vastaus -rakenteet:** Muotoile otsikot suoraan kysymyksiksi ja vastaa niihin heti seuraavassa teksti kappaleessa. (esim. <h2>"Mitä kannattaa tehdä 4 päivän talvimatkalla Sodankylässä lasten kanssa?" </h2><p> Vastaus...</p>).

Optimointi matkailualustoilla

- **Monikanavanäkyvyys:** Tekoäly varmistaa luotettavuuden yhdistelemällä tietoa eri lähteistä (Tripadvisor, Google Business Profile, visit-alusta, blogit) - on hyödyllistä ottaa käyttöön useita kanavia ja kirjoittaa samat asiat (tuotenimet, sijainnit, brändit) moneen paikkaan ja linkittää ne omalle sivustolle.
- **Avainsanoja arvosteluihin:** Pyydä asiakkaita mainitsemaan arvosteluissa tuotteiden täsmälliset nimet, sijainnit ja erityispiirteet. (Esim: Tötterströmin Revontuliaamiainen Sodankylän Hullunmyllyssä sisälsi hienon Neljän Tuulen Tonttulakin...)

Tarvitsetko jeesiä sivustosi SEOn kanssa?

Ota yhteyttä:

Seven-1

Arttu Saastamoinen

0500 779 090

arttu.saastamoinen@seven-1.com

www.seven-1.com