

## Lehdistötiedote

Oulu, Suomi, 2. marraskuuta 2009 - Oulun Hakukoneoptimointi tuo hakukonemarkkinoinnin lähelle pohjoissuomalaisia yrityksiä.

Tilastokeskuksen keväällä 2009 tekemän tieto- ja viestintätekniikan käyttötutkimuksen mukaan 82 prosenttia 16-74 vuotiaista suomalaisista ilmoitti käyttävänsä internetiä. Heistä 86 prosenttia kertoi yhdeksi internetin käyttötarkoitukseksi tavaroihin ja palveluihin liittyvän tiedonetsinnän. Käytännössä tämä tarkoittaa tiedon hakemista hakukoneista ja hakemistoista.

”Elämme vuotta 2009 ja silti harvassa yrityksessä on vielä tänäkään päivänä tiedostettu kuinka tärkeää näkyvyys hakukoneissa on. Alalla kuin alalla.”, kertoo Tomi Hautamäki Oulun Hakukoneoptimoinnista. ”Mikäli tavallinen suomalainen tarvitsee esimerkiksi siivouspalvelua tai rengasliikettä, on hakukone se ensimmäinen paikka mistä palvelua lähdetään etsimään. Harva viitsii enää ruveta kahlaamaan puhelinluettelosta läpi alueen yrityksiä ja soittamaan palveluiden hintojen perään, sillä nämä tiedot löytyvät yleensä yrityksen nettisivuilta.”

Vain noin 10 prosenttia hakukoneiden käyttäjistä selaa hakutuloksia ensimmäistä sivua pidemmälle. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että mikäli yrityksessä ei ole panostettu hakukonemarkkinointiin laisinkaan, yrityksen kotisivu tuskin löytyy hakukonetulosten kärkekymmeniköstä ja näin ollen kotisivu tavoittaa maksimissaan vain noin 7 prosenttia suomalaisista kuluttajista ja päättäjistä.

”Hakukonemarkkinointi on ratkaisu tähän ongelmaan. Jo yhden printtimediassa näkyvän keskikokoisen mainoksen hinnalla saadaan aikaan näkyviä, mitattavia tuloksia hakukoneissa. Erona printtimediaan on se, että oikein toteutetun kampanjan tulokset ovat nähtävissä vielä vuosienkin kuluttua.”, Hautamäki kertoo. ”Lehtimainoksen kautta yritys kyllä saa tuotua esiin brändiään ja asiakaspiikin liikkeeseensä tai nettisivuilleen, mutta mainosta on mahdotonta rajata ainoastaan yrityksen omalle kohderyhmälle. Lisäksi voidaan miettiä, montako asiakasta tämä yksittäinen lehtimainos tuo vielä kuukauden kuluttua?”, Hautamäki jatkaa.

Hakukonemarkkinointi voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen. Hakukoneoptimointiin ja hakusanamainontaan. Hakukoneoptimoinnin avulla pyritään vaikuttamaan hakukoneiden luonnollisiin, eli maksuttomiin hakutuloksiin niin, että yrityksen kotisivut löytyisivät yritykselle tärkeillä avainsanoilla hakutulosten kärjestä. Hakusanamainonta käsittää hakutuloksissa näkyvät sponsoroidut linkit, joista yritys maksaa klikkipohjaisesti. Sekä hakukoneoptimoinnin että hakusanamainonnan tarkoitus on tuoda kävijöitä yrityksen kotisivuille halutusta sekä tarkoin rajatusta kohderyhmästä ja muuttaa nämä kävijät maksaviksi asiakkaiksi. Mainonnan tuloksia voidaan mitata erilaisilla web-analytiikan seurantajärjestelmillä parhaan tuloksen, eli konversion aikaansaamiseksi.

”Oulun ja Pohjois-Suomen alueella ei ole aikaisemmin ollut asiantuntevaa, vakavasti otettavaa hakukonemarkkinointiin keskittyvää yritystä, sillä alan yritykset ovat sijoittuneet pääsääntöisesti pääkaupunkiseudulle. Meidän valttimme on, että olemme nimenomaan lähellä asiakastamme emmekä jää vain ääneksi ja nimeksi puhelin- tai sähköpostikeskusteluissa.”, Hautamäki jatkaa.

### **Yrityksestä:**

Oulun Hakukoneoptimointi on syksyllä 2009 perustettu oululainen asiantuntijayritys eri aihepiirien pohjoissuomalaisista osajista hakukonemarkkinoinnin saralla. Yritys tarjoaa asiakkailleen hakukonemarkkinoinnin, web-analytiikan sekä graafisen suunnittelun palveluita. Yrityksen henkilöstöllä on vuosien kokemus sekä runsas tietotaito siitä, mitä vaaditaan menestyviltä verkkopalveluilta ja kuinka hakukoneita käytetään hyödyksi sekä brändin luomisessa että kävijämäärien ja myynnin lisäämisessä.

### **Lisätietoja:**

Tomi Hautamäki  
Toimitusjohtaja  
Oulun Hakukoneoptimointi  
<http://oulun.info>  
+358-40-1742770  
info@oulun.info