

Mukana vinkit: verkkokauppaan, palveluyrittäjälle, B2B-osaajalle ja kivijalkatoimijalle

YRITTÄJÄN

DIGIOPAS

NÄY
LÖYDY
KASVA

5 HELPPOA ASKELTA ALKUUN
DIGINÄKYVYYDESSÄ

SOME, GOOGLE VAI
SÄHKÖPOSTI?

→VALITSE OIKEAT
KANAVAT
YRITYKSELLESI

PARHAAT VINKIT!

NETTISIVUT, JOTKA
OIKEASTI MYYVÄT

10 + 1 KOHTAA, JOTKA JOKAISEN
YRITTÄJÄN KANNATTAA TARKISTAA

1. TOIMIALAKOHTAISET DIGIVINKIT

Kaikki tarvitsevat näkyvyyttä, mutta digiratkaisut kannattaa valita toimialan mukaan. Tässä alkuvaiheen tärkeimmät toimet.

YRITYSTYYPPI

ALKUVAIHEEN TÄRKEIMMÄT TOIMET

Kivijalkamyymälä / kahvila

Google Yritysprofiili, some (Instagram ja/tai Facebook), paikallinen näkyvyys ja printtimainonta, kotisivut.

Palveluyrittäjä
esim. kampaaja, hieroja

Ajanvarausjärjestelmä, kotisivut, Google Yritysprofiili, some.

B2B-yritys / asiantuntija

LinkedIn, kotisivut, Google Yritysprofiili, hakukoneoptimointi.

Verkkokauppa / digituotteet

Verkkokauppa-alusta, some, hakukoneoptimointi ja hakukonemainonta, uutiskirjeet, analytiikka.



MIKÄ ON GOOGLE YRITYSPROFIILI?

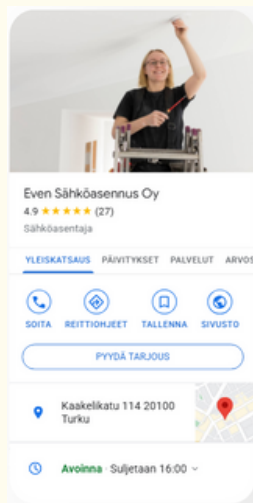
- Google-yritysprofiili on ilmainen yrityskortti, joka näkyy Googlen hakutuloksissa ja Mapsissa.
- Se auttaa asiakkaita löytämään sinut, saamaan tietoa aukioloajoista, palveluista ja ottamaan yhteyttä.
- Miten sen saa käyttöön?



Kirjaudu Google-tilille osoitteessa:

google.com/business ja täytä yrityksesi tiedot.

Google tarkistaa omistajuuden jollakin Yritysprofiilissasi käytettävissä olevista vaihtoehdoista.



2. MISSÄ KANAVISSA YRITYKSEN KANNATTAA OLLA MUKANA?

KANAVA

MILLOIN HYÖDYLLINEN?

Google Yritysprofiili

Aina, etenkin paikallisille kivijalkayrityksille.

Facebook / Instagram

B2C- ja palveluyrittäjille, helppo aloittaa.

LinkedIn

B2B-yrittäjille ja asiantuntijoille.

Kotisivut

Aina, ne ovat yrityksesi kotipesä verkossa. Asiakkaat löytävät sinne hakukoneista ja somesta. Sivujen kautta he voivat ostaa, varata tai ottaa yhteyttä.

Sähköposti / uutiskirje

Kun haluat pitää yhteyden asiakkaisiin ja sitouttaa heitä.

Maksullinen mainonta, esim. Meta (Instagram & Facebook), Google Ads

Kun haluat näkyvyyttä nopeasti tai haluat kävijöitä verkkosivuillesi ja kasvattaa myyntiä.



3. MIKSI JOKAISEN KANNATTAA RAKENTAA OMA SÄHKÖPOSTILISTA?

- Oma sähköpostilista on oma viestintäkanavasi – etkä ole riippuvainen algoritmeista tai muiden alustojen säännöistä (esim. some, Google).
- Voit muistuttaa asiakasta ja tehdä lisämyyntiä.
- Se kasvattaa asiakassuhdetta pitkäjänteisesti.

Näin pääset alkuun:

1. Lisää uutiskirjeen tilauslomake kotisivuille.
2. Tarjoa houkutin: alekoodi, vinkkilista, opas.
3. Jos asiakkaasi on kuluttaja, kysy aina lupa ja kerro mihin tietoja käytetään.

4. DIGIASKELEET ALKUUN – LYHYT MUISTILISTA

-  Tee yritykselle Google Yritysprofiili
-  Varaa verkkotunnus ja tee yksinkertaiset kotisivut
-  Perusta some-tili(t): mieti, kuka on asiakkaasi ja missä kanavissa hän viettää aikaansa
-  Kerää ensimmäiset asiakaskokemukset ja pyydä arvosteluja Google-profiiliisi. Jos saat suosituksia muuta kautta, varmista lupa niiden julkaisuun.

5. TESTATTUJA TYÖKALUJA ALKUUN

TARVE

SUOSITELLUT RATKAISUT

KOTISIVUT JA VERKKOKAUPPA

Yksinkertaiset kotisivut	Webnode, Wix, Squarespace, WordPress (sivunrakentajana Elementor) otettuna webhotellin kautta esim. Hostaan, Zoner.
Pieni verkkokauppa alkuun	Webnode, Holvi Shop, MyCashflow, Vilkas.
Isompi verkkokauppa	Shopify, WordPress + WooCommerce MyCashflow, Vilkas.
Verkkokurssit ja digipalvelut	Kajabi, Campwire, WordPress + lisäosat (esim. LearnDash).

AJANVARAUS JA ASIAKASVIESTINTÄ

Ajanvaraus	Vello, Timma, Book Salon, DigitalBooker
Uutiskirjeet	MailerLite, Kit, MailChimp

MAINONTA JA ANALYTIikka

Some- ja hakukonemainonta	Meta-mainonta (Face & Insta: asenna Meta-pikseli, vaikka et vielä mainostakaan), Google Ads.
Tulosten seuranta	Google Analytics 4 (GA4), Matomo, somekanavien omat analytiikat.

Vaihtoehtoja on lukuisia, tässä vain muutama testattu ja toimivaksi todettu esimerkki.

6. MITÄ TEHDÄ ITSE JA MITÄ ULKOISTAA?

💡 Et voi (eikä tarvitse) osata kaikkea itse.
Ulkoista ne osa-alueet, joihin sinulla ei ole osaamista tai aikaa.

👉 Hyödynnä paikallisia osaajia!
Etsi digipalveluiden (esim. kotisivut, mainonta, graafinen suunnittelu) tarjoajat hakemistosta:
mikseimikkeli.yrityshakemistot.fi

🔍 Hae sanalla "mainos" ja tee rajausta halutessasi paikkakunnalla.

Skannaa QR-koodi ja siirry suoraan sivustolle:



NETTISIVUJEN 10 + 1 TÄRKEÄÄ KULMAKIVEÄ

1. Kerro hyöty heti

- Miksi asiakas valitsisi juuri sinut? Puhu hänen näkökulmastaan - ympäripyöreyyteen ja yrittäjänsä näkökulmaan sortuu helposti.

2. Tee yhteydenotto helpoksi

- Puhelin, sähköposti, lomake tai ajanvaraus selkeästi esille.

3. Varmista, että sivut toimivat hyvin mobiilissa.

- Suurin osa kävijöistä tulee puhelimella - huono kokemus = menetetty asiakas.

4. Näytä asiakaspalautteet tai suositukset

- Google-arvostelut, referenssit ja suosittelut lisäävät luottamusta.

5. Kerää sähköpostilistaa

- Lisää lomake tai kannustin (esim. opas, alekoodi, vinkkilista). Kerro selkeästi, mihin tietoja käytetään.

6. Madalla ostamisen tai varaamisen kynnyistä

- Verkkokauppa, ajanvaraus tai tarjouspyyntö helposti käytettäväksi.

7. Tee sivuista hakukoneystävälliset

- Käytä asiakkaan hakemia sanoja otsikoissa ja sisällöissä. Käytä apuna lisäosia, esim. Yoast SEO tai alustojen sisäänrakennettuja työkaluja.

8. Rakenna selkeä ja yhtenäinen ulkoasu

- Navigointi, värit ja fontit vaikuttavat uskottavuuteen ja käytettävyyteen.

9. Lisää yhteystiedot, tietosuojaseloste ja evästebanneri

- Luo luottamusta ja täyttää lakivelvoitteet.

10. Varmista tekninen toimivuus

- Työkaluja esim. PageSpeed Insights, TinyPNG, Mobile-Friendly Test.

11. Huolehdi saavutettavuudesta

- Selkeä kieli, kontrastit ja alt-tekstit parantavat käytettävyyttä kaikille. Tarkista sivusi esim. WAVE-työkalulla.

MIKSEI MIKKELI

Maaherrankatu 9-11, 50100 Mikkeli

info@mikseimikkeli.fi

Yritysneuvonta p. 010 340 3080



Mikkelin seudun

**Uusyritys-
keskus**

Maaherrankatu 9-11, 50100 Mikkeli

Heli Tavasti

p. 050 350 2055

heli.tavasti@uusyrityskeskus.fi

Sanna Paavilainen

p. 050 412 9009

sanna.paavilainen@uusyrityskeskus.fi



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Tähän oppaaseen on koottu **Digiportaati**
- asiakaslähtöisempää digitaalista
liiketoimintaa -hankkeessa hyviksi
havaittuja oppeja.