JÄNNITE

NÄIN SAAT YRITYKSESI NÄKYVIIN GOOGLESSA

5

VARMAA TAPAA MENESTYKSEEN

Menesty Googlen hakutuloksissa **myös ilman kokemusta!**

Yksi parhaista hetkistä mitä voit yrittäjänä kokea, on hetki kun huomaat yrityksesi näkyvän Googlen hakutulosten kärjessä kilpailijoidesi edellä tärkeimpien hakusanojen kanssa. Siitä saa ja pitää olla ylpeä. Tämä on nimittäin se hetki, kun yrityksesi pääsee nauttimaan massiivisesta asiakasmäärän kasvusta, joka ei ole rajattu käytettävään budjettiin.

On kuitenkin hyvä muistaa, että tämän saavuttaminen ei ole helppoa ja se vaatii pitkäjänteistä työtä sekä oikeita toimenpiteitä. Googlen hakutulokset ovat äärimmäisen kilpailtuja ja onnistuaksesi sinun tarvitsee tehdä optimointisi paremmin kuin kilpailijasi, joka saattaa kuulostaa ylipääsemättömän haastavalta ja vaivalloiselta.

Onneksi tämän ei tarvitse olla läheskään niin haastavaa kuin ehkä luulet. Toteuttamalla tässä oppaassa mainitut tehtävät, saat takuuvarmasti näkyvyytesi paranemaan Googlessa ilman suurempaa turhautumisia.

Mistä tiedämme, että onnistut?

Tiedämme sinun onnistuvan, sillä me Jännitteellä olemme pitkän linjan Google-asiantuntijoita ja olemme todistaneet näiden toimenpiteiden toimivuuden kerta toisensa jälkeen asiakkaidemme kanssa.

Viimeisen **15 vuoden** aikana olemme auttaneet **satoja asiakkaita** nousemaan hakutuloksissa korkeammalle, kasvattaen täten heidän asiakasmääriään huomattavasti. Voimme siis varmuudella sanoa, että tässä oppaassa mainitut toimenpiteet saavat yrityksesi näkymään paremmin ja nopeammin Googlessa.

Teimme tämän oppaan, jotta voimme jakaa tehokkaita taktiikoita ja ohjeistuksia, joita käytämme myös itse työskennellessämme päivittäin hakukoneoptimoinnin tehtävissä. Tämän oppaan avulla voimme luvata hakutulostesi parantuvan, mikäli seuraat antamiamme ohjeistuksia.

Kerromme sinulle pian:

- 5 yksinkertaista ja varmaa tapaa, joita voit käyttää hakutulostesi parantamiseen, vaikka sinulla ei olisi aikaisempaa kokemusta markkinoinnista.

Lisäksi sinulle selviää:

- Kuinka välttää 3 yleisintä virhettä hakukoneoptimoinnissa - nämä virheet voivat laskea sijoituksiasi valtavasti, jopa kymmeniä sijoituksia
- Asiantuntijan mietteitä optimoinnista, jotka voivat auttaa sinua saavuttamaan tuloksia Googlessa nopeammin
- Totuus hakukoneoptimoinnista ja miksi niin monet epäonnistuvat yrittäessään kehittää yrityksensä näkyvyyttä?

Luettuasi tämän oppaan, sinulla on parempi ymmärrys hakukoneiden toiminnasta ja sijoituksiin vaikuttavien toimenpiteiden tehokkuudesta sekä pystyt varmasti kehittämään yrityksesi näkyvyyttä verkossa.

Pidemmittä puheitta, eiköhän aloiteta!

JÄNNITE

1. Sisältö on KUNINGAS

“Content is king” - Bill Gates

Sisällöntuotanto osaksi yrityksesi **markkinointistrategiaa**

Jos olet vakavissasi yrityksesi näkyvyyden ja hakukoneoptimoinnin kehittämisessä, yksi ensimmäisistä asioista, joka sinun on ehdottomasti tehtävä, on sisällöntuotannon ottaminen osaksi yrityksesi markkinointistrategiaa.

Teknisen optimoinnin ja koodaamisen merkitys hakukoneoptimoinnissa on vähentynyt vuosien saatossa huomattavasti ja nykyisin Googlen hakutuloksissa pärjäävät ne yritykset, jotka vastaavat mahdollisimman hyvin asiakkaidensa kysymyksiin ja hakuihin.

Proaktiivista asiakaspalvelua

Keskittämällä sisällöntuotantosi asiakkaasi ongelmien ratkaisuun ja mahdollisiin kysymyksiin, pystyt saavuttamaan hänen huomionsa jo ennen varsinaisen ostopäätöksen tekoa. Tällä tavoin voit vakuuttaa hänet palvelusi laadusta ja jättää positiivisen mielikuvan yrityksestäsi, joka otetaan huomioon ostopäätöstä tehdessä. Täten asiakkaan harkinta ei rajoitu pelkästään tarjouskilpailuun, vahvistaen myös ostajan varmuutta palvelua kohtaan

Pitkäaikaista ja kumulatiivista hyötyä

Jatkuva sisällöntuotanto mahdollistaa yrityksesi näkyvyyden kasvun kumulatiivisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että vanhat artikkelit keräävät liikennettä sivustolle vielä vuosienkin jälkeen, samalla kun luot jatkuvasti uutta sisältöä tehostamaan jo olemassa olevaa näkyvyyttäsi.

Vanhoja artikkeleita ei kuitenkaan kannata jättää täysin huomiotta, vaan näitä kannattaa kunnostaa ja päivittää säännöllisin väliajoin. Tätä voidaan verrata esimerkiksi omakotitaloon, jonka maalipintaa ehostamalla saadaan vanha talo näyttämään huomattavasti pirteämmältä!

JÄNNITE

2. Sisällön ja otsikoiden

RAKENNE

Helpota lukukokemusta ja **tehosta näkyvyyttäsi**

Kuten aikaisemmin mainitsimmekin, on sisällöntuotanto yksi tärkeimpiä osa-alueita markkinoinnissa. Sisällön perimmäinen tarkoitus on toimia asiakkaan ja yrityksen välisenä rajapintana. Oikein toteutettuna se toimii myynnin tukena ja asiakassuhteen vahvistajana.

Jotta vaivalla tuottamasi sisältö ei menisi hukkaan, kannattaa sen kehittämiseen myös panostaa. Oikealla rakenteella teet sisällöstäsi helppolukuista ja samalla annat hakukoneille mahdollisuuden ymmärtää sivustosi sisältöä paremmin.

Otsikoiden merkitys lukukokemukseen

Parhaimmillaan otsikot tiivistävät sisällön lyhyeen ja helposti ymmärrettävään muotoon. Otsikoiden tarkoitus on siis helpottaa lukukokemusta ja antaa lukijalle mahdollisuus silmäillä sisältöä ennen varsinaista lukemista näin halutessaan. Ne myös helpottavat sisällön jakamista loogiseen järjestykseen, jolloin tiedon etsiminen on helpompaa.

Otsikoiden vaikutus näkyvyyteen

Kolikon toisella puolella on koodiin sisällytettävät tiedot otsikoista. Hakukoneet ovat robotteja ja eivät aina kykene hahmottamaan sisällön merkitystä ilman apuja. Tätä varten otsikoihin liitetään usein H-tägi, joka merkitsee otsikon tärkeyden hakukoneille.

Tärkeiksi lueteltavia H-tägejä on kolme, joista tärkeimpänä H1 -pääotsikko. Tämän lisäksi H2 ja H3 -otsikot ovat usein pääotsikon tukena luomassa sivustosta entistä selkeämpää kuvaa ja rakennetta hakukoneille. H4 ja siitä pienemmät otsikot eivät juurikaan auta näkyvyydessä ja niiden käyttö on melko turhaa, ellei sisältöä ole tarkoitus jakaa todella pieniin osioihin.

Muista otsikoita tehdessä:

- **Pääotsikko** kuvaa sivun aiheen ja sisällön merkityksen. Pääotsikko merkitään H1-tägillä, jolloin hakukoneet ymmärtävät tämän edustavan sivun pääotsikkoa
  - Pidä otsikko lyhyenä ja informatiivisena
  - Lukijan pitäisi saada selville mistä sivulla on kyse pelkästään pääotsikon perusteella

- **Väliotsikoiden** tarkoitus on tukea pääotsikkoa ja rajata sisältöä. Väliotsikot merkitään H2-tägillä
  - Väliotsikot voivat sisältää haluttuja hakutermejä niin, että ne tukevat pääotsikkoa
  - Rajaa sisältö loogisesti väliotsikoiden alle, jotta se on helposti silmäiltävissä

- Viimeisin yleisesti käytetty otsikkomuoto on H3, eli ns. “**tehosteotsikko**”. Tällä saadaan tehostettua ja rajattua väliotsikoiden sisältöä. Tämän käyttö kuitenkin on huomattavasti aikaisempia harvinaisempaa, eikä ole välttämätön sisältöä tehdessä

- Vältä käyttämästä vääriä H-tägejä vain niiden ulkomuodon vuoksi. Kaikki kirjasimet ja niiden ulkomuodot voidaan määrittää uudestaan, jotta sivuston näkyvyys ei kärsi vääristä otsikkotasoista

JÄNNITE

3. Sivuston sisäiset

LINKIT

Sisäiset linkit kertovat hakukoneille **sivujesi tärkeysjärjestyksen**

Sivuston sisäisten linkkien kaksi tärkeintä toimintoa ovat:

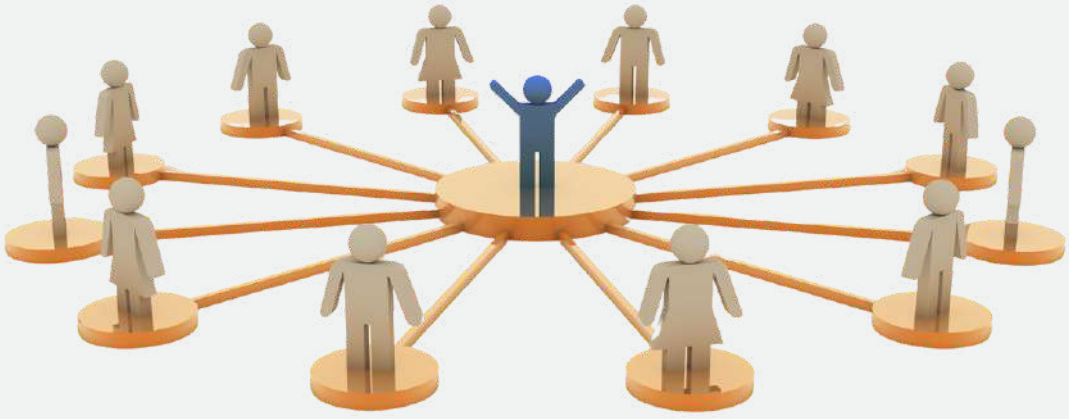
1. kertoa hakukoneille mitkä alasivut ovat tärkeämpiä kuin toiset ja
2. helpottaa ja ohjata asiakkaiden kulkua sivustolla kohti haluttua lopputulosta

Yrityksesi verkkosivut voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan, niihin jotka tuottavat yrityksellesi liikevaihtoa ja niihin jotka eivät. On siis hyvä tuoda tärkeimmät sivut, kuten esimerkiksi tuote- tai palvelusivut selkeästi isompaan rooliin kuin esimerkiksi uutistiedote uuden palvelupäällikön valinnasta.

Kaikki tiet vievät roomaan

Linkkejä voidaan verrata hyvin tienviittoihin. Jos tien varressa lukee “Tampere 30km” on oletettavaa, että 30 kilometrin kuluttua olet saapunut Tampereelle. Vastaavasti tämä kyltti löytyy jokaisen pienen kunnan läheltä ohjaten ihmisiä kohti isompaa ja täten alueelle “tärkeämpää” sijaintia.

Jotta yrityksellesi tärkeät sivut saavuttaisivat paremman näkyvyyden, on olennaista luoda niihin viittaavia linkkejä strategisesti verkkosivustollasi. Ajatus "Kaikki tiet vievät Roomaan" on tässä erittäin sovelias - yrityksesi tuotteet ja palvelut muodostavat sivustosi Rooman. Rakenna siis selkeä polku, jota pitkin asiakkaasi voivat vaivattomasti liikkua kohti haluttua lopputulosta.



JÄNNITE

4. Muilta sivuilta saadut BACKLINKIT

Vakuuta Google yrityksesi **luotettavuudesta ja uskottavuudesta**

Backlinkit, eli muilta sivustoilta tulevat linkitykset yrityksesi verkkosivuille, ovat kullanarvoisia hakukoneoptimoinnissa. Laadukkaat ja luotettavat viittaukset toisilta sivuilta voivat merkittävästi parantaa sivustosi asemaa hakutuloksissa.

Backlinkit toimivat suosittelijan roolissa ja niiden avulla toiset verkkosivustot voivat osoittaa luottamustaan yrityksesi verkkosivustoa kohtaan ja kasvattaa täten myös sivujesi uskottavuutta hakukoneiden silmissä.

Linkkien laadulla on merkitystä

Suunnitellessasi yrityksesi linkitys-strategiaa on äärimmäisen tärkeää miettiä määrän lisäksi myös kuinka laadukkaita linkkejä voit yrityksesi verkkosivuille saada.

Verkkosivujen luotettavuutta mitatessa käytetään “Domain Authority” (DA) -luokitusta, joka on kehitetty arvioimaan sivuston auktoriteettia ja **luotettavuutta** hakukoneiden näkökulmasta. Jotta yrityksesi linkkiprofiili ja siitä johdettu auktoriteettitaso saadaan vastaamaan tavoitteita, kannattaa linkkipaikat valikoida huolella suosien ison auktoriteetin sivustoja.

Lisäksi on olennaista pyrkiä saamaan linkkejä sivustoilta, jotka liittyvät yrityksesi toimialaan tai aiheeseen, jotta ne olisivat merkityksellisiä hakukoneiden arvioinnissa. Laadukkaat ja relevantit linkit voivat parantaa sivustosi auktoriteettia ja auttaa sinua kilpailemaan paremmin hakutuloksissa. Muista myös, että hakukoneet arvostavat luonnollista linkkien kasvua ajan myötä, joten älä tyydy pelkkään määrään, vaan panosta myös laatuun ja kontekstiin.

5. Tekninen toiminta ja **ASIAKASKOKEMUS**

Toiminnaltaan varmat ja nopeat sivut **takaavat paremman asiakaskokemuksen**

Hyvä käyttökokemus on verkkosivuston menestyksen kulmakivi, ja sillä on suora vaikutus paitsi asiakkaiden tyytyväisyyteen myös hakukoneoptimointiin.

Suunnittele sivuston ulkoasu siten, että se toimii moitteettomasti kaikilla laitteilla, aina pöytätietokoneista tabletteihin ja matkapuhelimiin. Hakukoneet suosivat responsiivista suunnittelua, mikä parantaa sivuston yleistä käyttökokemusta.

Luo hyvä mielikuva yrityksestäsi

Palvelu- ja tuotehakuja tehdessään, saavat potentiaaliset asiakkaasi tuhansia eri vaihtoehtoja silmiensä eteen lähes välittömästi. On siis erittäin tyypillistä, että sivuilta poistutaan ja katsotaan seuraavaa vaihtoehtoa mikäli käyttökokemuksessa on moitittavaa.

Jotta pystyt palvelemaan asiakkaitasi mahdollisimman hyvin ja tarjoamaan hyvän mielikuvan yrityksestäsi ja tarjoamistasi tuotteista tai palveluista, on sivuston asiakaskokemukseen syytä panostaa.

Tarkista nämä parantaaksesi asiakaskokemusta

Optimoi sivut myös mobiilikäyttöön: Monet käyttäjät selaavat sivustoja mobiililaitteilla. Varmista, että sivustosi sisältö on helposti luettavaa ja navigoitavaa myös pienillä näytöillä. Google suosii mobiilioptimoituja sivustoja ja se voi vaikuttaa hakukoneiden sijoitukseen erityisesti mobiililaitteilla tehtyjen hakujen yhteydessä.

Helpota sivustolla navigointia: Kävijän tulisi löytää tarvitsemansa tiedot helposti. Selkeä ja johdonmukainen navigointi auttaa käyttäjiä pysymään pidempään yrityksesi sivustolla ja vähentää välitöntä sivustolta poistumista, mikä voi myös vaikuttaa hakukoneiden arviointiin.

Ohjaa asiakkaitasi sivustolla kohti haluttua lopputulemaa: Opasta kävijöitä haluamaasi toimintaan, kuten yhteydenottoon, tilaukseen tai ostokseen. Oikein toteutettuna toimintakehotteet, kuten esimerkiksi “paina tästä”, “lue lisää” tai “ota yhteyttä”, voivat antaa asiakkaillesi selkeämmän kuvan siitä, mitä haluat heidän sivustolla tekevän. Tämä parantaa myös sivuilla tapahtuvien ostotapahtumien ja yhteydenottojen määrää.

Tee sisällöstä helppolukuista ja kiinnostavaa: Jakamalla sisältösi selkeisiin osioihin ja käyttämällä mielenkiintoisia sekä samaistuttavia väliotsikoita saat parannettua asiakkaasi lukukokemusta sivustolla. Tämä tekee sivustosta visuaalisesti paremman näköisen sekä auttaa myös hakukoneita ymmärtämään sivustosi hierarkiaa ja sisältöä.

Sisällytä paikallisia tietoja: Jos toimintasi kohdistuu paikalliseen asiakaskuntaan, varmista, että sivustollasi on selkeästi näkyvillä, missä maantieteellisellä alueella palveluitasi tarjotaan. Tämä voi olla paikallisten yritystietojen korostaminen, asiakasarvosteluiden näyttäminen tai paikallisten tapahtumien mainostaminen. Tämä on erityisen tärkeää pienyrityksien hakukonenäkyvyydelle, joiden asiakkaat tekevät palvelu- ja tuotehakunsa paikallisesti.

Tarkista ja korjaa rikkoutuneet linkit: Rikkinäiset linkit voivat haitata käyttäjäkokemusta ja vaikuttaa negatiivisesti hakukoneiden luomaan arviointiin luotettavuudesta. Suosittelemme tarkistamaan ja korjaamaan mahdollisesti rikkoutuneet linkit säännöllisesti.

Nämä strategiat eivät pelkästään paranna käyttäjäkokemusta vaan toimivat myös hakukoneoptimoinnin tukena. Huolellisesti suunniteltu ja käyttäjäystävällinen sivusto voi erottaa yrityksesi kilpailijoista ja houkutella enemmän asiakkaita sekä parantaa hakukonesijoituksia.

3 yleisintä virhettä **Hakukoneoptimoinnissa**

Olemme valitettavan usein joutuneet todistamaan yrityksien lankeavan samoihin sudenkuoppiin hakukoneoptimoinnissa, heidän yrittäessään saada palvelunsa ja tuotteensa asiakkaiden tietoisuuteen. Älä kuitenkaan ole huolissasi, koostimme sinulle listan yleisimmistä puutteista pk-yrityksien hakukoneoptimoinnissa, jotta et joutuisi kärsimään samoista virheistä.

Puutteellinen sisältöstrategia

Laadukas ja relevantti sisältö on avainasemassa hakukoneoptimoinnissa. Yrittäjän arki on kiireistä ja se saattaa johtaa säännöllisen sekä ajantasaisen sisällöntuotannon laiminlyöntiin, mikä voi vaikuttaa negatiivisesti hakutulosten sijoituksiin. Sivustolla tulisi olla informatiivista ja asiakasta kiinnostavaa sisältöä, jota päivitetään säännöllisesti.

Seurantaa ja analytiikkaa ei hyödynnetä

On tärkeää seurata sivuston suorituskykyä ja kävijädataa, jotta tehdyt toimenpiteet sekä suunnitelmat eivät ole vain hakuammuntaa. Valitettavan moni yritys jättää hyödyntämättä sivustosta saatavan datan markkinoinnissa. Yleisimpiä työkaluja datan seurantaan ovat Google Analytics ja Google Search Console.

Unohdetaan paikallisen näkyvyyden tärkeys

Monet pienyritykset palvelevat paikallista asiakaskuntaa, ja sen hyödyntäminen optimoinnissa on yksi yleisimpiä virheitä mitä alalla näkee. Puutteelliset yritystiedot verkossa, kuten aukioloajat, osoite ja puhelinnumero, voivat vaikuttaa negatiivisesti paikallisiin hakutuloksiin. Arvostelujen ja suosittelujen rooli on erityisen tärkeä paikallisen näkyvyyden kannalta.

Asiantuntijan mietteet
Google näkyvyydestä

Meillä Jännitteellä on vahva kokemus hakukoneoptimoinnista ja digitaalisesta markkinoinnista, ja olemme vuosien saatossa jalostaneet asiantuntijuuttamme sekä oppineet virheistämme kantapään kautta. Tässä muutamia asiantuntijamme mietteitä, joita voit käyttää kasvattaaksesi liikennettäsi ja parantaaksesi sijoitustasi hakutuloksissa jopa jo muutamassa kuukaudessa.

Hakukone vai Apukone?

Harmittavan usein käsitys hakukoneoptimoinnista rajoittuu vain metatietojen ja otsikoiden kohdistamiseen, jos edes siihenkään. Aivan liian usein nähdään vaivaa siihen, että koodiin sijoitettavat pienet yksityiskohdat ovat oikeilla paikoillaan, ja jätetään huomiotta se kaikista tärkein asia hakukoneille - saako asiakas oikeasti apua tältä sivulta?

Hakukoneiden, kuten Googlen, tarkoitus on auttaa omia asiakkaitaan, eli hakukoneiden käyttäjiä. Jokainen tehty Google-haku on avunpyyntö, johon hakukoneet vastaavat etsimällä parhaan mahdollisen ratkaisun asiakkaan esittämään ongelmaan.

Tuote- vai ratkaisukeskeinen ajattelu?

Kun asiakkaasi etsivät tuotettasi tai palveluasi verkosta, mitä he oikeasti hakevat? Suosittelemme miettimään asiaa sekä tuote- että ratkaisukeskeisesti, jotta voit vastata asiakkaan tarpeisiin, olipa haku kohdistettu kumpaan tahansa.

Huomioi, että asiakkaat voivat käyttää erilaisia hakutermejä, joten monipuolinen sisältö ja avainsanojen strateginen käyttö auttavat optimoimaan sivustosi paremmin hakutuloksissa. Älä keskity vain tekniseen puoleen, vaan varmista myös, että sivustollasi tarjotaan todellista arvoa ja apua kävijöille vastauksena heidän kysymyksiinsä tai tarpeisiinsa.

Miksi niin moni yrittäjä epäonnistuu Googlessa

Oletko koskaan yrittänyt tehdä jotain mahdottoman vaikeaa ilman apua? Se voi olla jotain yksinkertaistakin, kuten raskaan huonekalun - esimerkiksi työpöydän - siirtämistä yksinäsi. Tiesit hyvin, että olisi parempi pyytää ystävää tai perheenjäsentä avuksi, mutta tulit kärsimättömäksi ja päätit kokeilla onnistuisiko sen tekeminen ilman apua.

Valitettavasti lyhyen yrityksen jälkeen kävi selväksi, ettet yksinkertaisesti pystynyt siihen. Pöytä oli AIVAN liian painava. Kaiken lisäksi kaadoit pöydältä siirtämäsi lampun ja nyt sinulla on pistävä kipu alaselässäsi... ja pöytä on edelleen jumissa juuri siinä missä se oli.

Totuus on, että hakukonenäkyvyys Googlessa on pitkälti samankaltaista. Asiakkaiden huomion saaminen ja Googlen etusivulle pääseminen voi olla hyvin vaikeaa - tai jopa mahdotonta - ilman mitään apua.

Toki tässä on yksi merkittävä ero. Googlen etusivulle pääseminen ei ole yhtä helppoa kuin huonekalun siirtäminen. Se nimittäin vaatii huomattavasti enemmän aikaa ja vaivaa. Ja väärin toteutettuna seuraukset voisivat olla **paljon kalliimpia** kuin alaselän kipu tai rikkinäinen lamppu.

Väärin toteutettuna sijaintisi Googlessa voi kärsiä ja sinulta jää tavoittamatta tuhansia potentiaalisia asiakkaita, jotka tekevät juuri sinun yrityksesi palveluihin liittyviä hakuja päivittäin. Moni yrittää selvitä näistä haasteista yksin ilman asiantuntija-apua, mutta heistä valtava osa ei valitettavasti saavuta tavoitteitaan yrityksistään huolimatta.

On siis tärkeää pyytää asiantuntijaneuvontaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Hakukoneoptimointiin ei ole parempaa vaihtoehtoa kuin Jännite. Meillä on **yli 15 vuoden kokemus** alalta - jonka aikana olemme auttaneet **satoja asiakkaita** pääsemään Googlen hakutuloksien kärkeen. Voimme auttaa sinua välttämään yleiset sudenkuopat, välttämään kalliit virheet ja saavuttamaan haluamasi näkyvyyden.

Miksi siis ottaa riski hakutulosten laskemisen ja mahdollisen näkyvyyden romahtamisen kanssa, kun voit hyödyntää asiantuntijoidemme varmaa ammattitaitoa ja todistettuja toimintamallejamme päästäksesi hakutulosten kärkeen?

Varaa **MAKSUTON**

45 minuutin konsultointi

ja kerromme kuinka yrityksesi saa **lisää asiakkaita** Googlesta

Kiitos, kun luit tämän oppaan - toivomme, että siitä oli sinulle hyötyä ja voit käyttää oppimaasi yrityksesi näkyvyyden parantamiseen.

Mikäli olet vakavissasi harkinnut yrityksesi kasvattamista ja haluaisit **lisää maksavia asiakkaita**, meillä on erinomaisia uutisia. Tarjoamme rajoitetun ajan sinulle maksuttoman, sitoutumattoman verkkotapaamisen asiantuntijamme kanssa.

45 minuutin tapaamisen aikana keskustelemme yrityksesi nykytilanteesta, tavoitteistasi ja siitä, miten voimme auttaa sinua saavuttamaan nämä tavoitteet. Asiantuntijamme käy ennen tapaamista yrityksesi verkkosivustot tarkasti läpi ja antaa **kehitysehdotuksensa** näkyvyyden parantamiseksi.

Konsultointi on **täysin maksuton** eikä se velvoita palvelun ostamiseen, mikäli et näin halua. Kyseessä on yksinkertaisesti maksuton tiedotustilaisuus, jonka tarkoituksena on kouluttaa ja tarjota etukäteen arvoa yrityksesi liiketoiminnan hyödyksi. Paina alla olevaa painiketta saadaksesi ilmaisen konsultaatiosi tai lisätietoja tästä rajoitetusta tarjouksesta.

Varaa tästä maksuton 45 minuutin konsultointi