

VERKKO- MUUTTAJAN MUISTILISTA

...eli mitä täytyy huomioida,
kun verkkopalvelu muuttaa
osoitteesta toiseen

CRASMAN

**Onko verkkosivustosi muuttamassa?
Huomioimalla nämä asiat säilytät
hakukonenäkyvyytesi ja sivustosi
siirto sujuu ongelmitta.**

ENNEN SIIRTOA

Ajankohta ja teknologia

Älä harjoittele sivuston siirtoa takapuoli edellä puuhun -metodilla, vaan valmistelee palvelinympäristö, johon voit kloonata siirrettävän verkkopalvelun ja viimeistellä sen piilossa katseilta. Digitaalisella hiekkalaatikolla voit myös helposti testata, että tulevat uudelleenohjaukset toimivat kuten pitääkin.

Tekniikan suhteen varmista hyvissä ajoin, että yrityksesi verkkopalvelu on täysin tiimisi hallinnassa, ja että palvelintekniikasta vastaava taho on kartalla siitä, mitä ja millä aikataululla tullaan tekemään.

Toinen hyvä käytäntö on toteuttaa siirto sellaisen sesongin aikana, jolloin kävijäliikenteen määrä on muutenkin vähäistä. Tarkista verkkopalvelusi analytiikasta, mikä ajanjakso on tilastollisesti ollut kävijämääriltään hiljaisinta.

Google Search Console

Google Search Console on tehokas työkalu, jonka avulla näet helposti sivustosi Googlen silmin. Search Consolen avulla löydät indeksointivirheet ja orgaanisten Google-hakujen tilastoja.

Search Consolen kenties tärkein ominaisuus on mahdollisuus ilmoittaa sivustosi muutoksista Googlelle ylläpitämällä sitemap.xml -tiedostoja. Sitemap-tiedostot ovat XML-muotoisia tiedostoja, jotka kertovat suoraan Googlelle, millainen sivuston indeksoitava rakenne on. Näin autat Googlea löytämään sivustosi



nopeammin ja muutokset päätyvät mahdollisimman nopeasti Googlen tietoisuuteen.

Nykyisten osoitteiden kartoitus

Tarvitset tarkan listauksen nykyisen verkkopalvelun yksittäisistä URL-osoitteista (sivut, kuvat, liitetiedostot...) ja niiden hakukone-löydettävyyden tilasta. Yhtään virhettä ei nimittäin pitäisi päästää siirtymään uuteen ympäristöön.

Varmista, että...

- nykyisellä sivustolla ei ole yhtään rikkinäistä eli 404-virheeseen johtavaa linkkiä.
- nykyisellä sivustolla ei ole sivuston sisäisiä 301-ohjauksia – niitä ei kannata monistaa uuteen sivustoon.

Tässä työssä korvaamaton apu on esimerkiksi [Screaming Frog SEO Spiderin](#) kaltainen tehokas “crawler” eli robotti, joka käy kartoittamassa kokonaisen www-sivuston kaikki osoitteet muutamassa minuutissa ja palauttaa tarkan raportin havainnoistaan. Nämä löydökset saat näppärästi vietyä CSV-muodossa taulukkolaskentaohjelmaan.

Vinkki: Hakufraasilla “*site:www.yrityksenosoitetahan.fi*” Google hakee vain kyseisestä verkko-osoitteesta indeksoimansa sisällöt. Tämä auttaa hahmottamaan, kuinka paljon yksittäisiä sivuja Google on vuosien saatossa sivustoltasi löytänyt.

Analytiikka

Ota talteen vanhan sivuston kävijäseurannan (esim. Google Analytics) data, jotta voit myöhemmin vertailla muutoksia kävijäliikenteessä yksittäisten sisältöjen osalta. Voit jatkaa kävijätiedon keräämistä samalla Google-tilillä ja jopa samaan näkymään. Sivuston uusiminen on kuitenkin hyvä aika “tuulettaa” Google Tag Manager tyhjäksi vanhoista seurantakoodista.

Listaa uudet ja vanhat osoitteet

Tähän tarvitset Microsoft Excelin tai Google Sheetsin kaltaisen taulukkolaskentaohjelman. Tehtävä on perin yksioikoinen (ja

tylsä): luo laskentataulukko, jossa syötät A-sarakkeeseen vanhan, olemassa olevan, URL-osoitteen ja B-sarakkeeseen uuden osoitteen. Siinä se!

Tässä työvaiheessa edellä mainittu Screaming Frog nopeuttaa olemassa olevien osoitteiden kartoitusta ja vähentää inhimillisten virheiden määrää.

Jos osoiterakenteessa vain tietty osa muuttuu, ei ihan jokaista yksittäistä osoitetta tarvitse syöttää taulukkoon, vaan viime kädessä .htaccess-tiedostossa voidaan käyttää RegEx-määrittelyä, jolloin suuri määrä ohjauksia voidaan hoitaa yhdellä määrittelyllä. RegEx-määrittelysten käyttö lisäksi vähentää palvelimen kuormaa sen käsitellessä uudelleenohjauksia ja nopeuttaa näin sivustosi latautumista. Lisäksi ne auttavat tilanteissa, joissa sivustolle tulla parametroiduilla osoitteilla.

Syntykö uutta sisältöä tai yhdistetäänkö kaksi eri sivustoa?

Jos muuttavan sivuston sisällöt eivät muutu, pääset helpolla, koska jokaiselle vanhalle sivulle on olemassa vastaava uusi identtinen sivu. Päänvaivaa aiheuttaa tilanne, jossa esimerkiksi kaksi sivustoa fuusioituu yhdeksi tai uuden sivuston sisältö on merkittävästi erilainen kuin vanhan.

Tarkista seuraavat asiat:

- Kun vanha sivu poistuu siirron yhteydessä, mikä on uusi korvaava sisältö? Olisi houkuttelevaa ohjata kaikki liikenne etusivulle, mutta luultavasti menetät tällä toimenpiteellä pisteitä Googlen silmissä. Pyri siis aina ohjaamaan poistuvan sisällön liikenne mahdollisimman samankaltaiseen uuteen sisältöön.
- Vanha sivu poistuu eikä sille ei ole korvaajaa. Vältä tätä siirron aikana, mutta jos se on väistämätöntä, toimi näin:
 1. Älä tee uudelleenohjauksia poistuville sivuille.
 2. Poista kaikki sisäiset ja ulkoiset linkit, jotka ohjaavat poistuvaan sisältöön.

3. Poista vanhat sivut ja anna Googlen ohjautua 404-sivulle, koska Googlen silmissä 404-virheen paluttava “orpo” sivu ei ole ongelma.
- Syntyykö kilpailevaa, samankaltaista sisältöä? Google ei tykkää, jos samassa verkko-osoitteessa asustaa enemmän kuin yksi sivu, jolla on samaa tai hyvin samankaltaista sisältöä. Pidä siis huoli, että...
 1. poistat samankaltaiset sisällöt.
 2. estät hakuroboteilta pääsyn ei-toivottuihin sisältöihin.
 3. huolehdit siitä, että sivustosi oman hakutoiminnon tulokset eivät indeksoidu Googllelle.

Luo räätälöity 404-virhesivu

Räätälöity 404-virhesivu on aina syytä luoda niitä tilanteita varten, joissa käyttäjä eksyy joko poistuneelle sivulle tai kirjoittaa osoitteen väärin. Parhaimmillaan 404-sivu nostattaa jopa hymyn huulille. [Kokeile vaikka tästä!](#)

SIIRRON AIKANA JA JÄLKEEN

Siirrä sivusto ja ilmoita Googlle

Kun uusi sivusto – siis se uudessa osoitteessa sijaitseva – julkaistaan, on myös aika kertoa tästä Googlle. Lähetä Google Search Consolen avulla sekä uuden että vanhan sivuston sivukartat, näin nopeutat uuden sivuston löytymistä Googlen silmissä.

Muistutus! 301-ohjausten vanhoista osoitteista uusiin täytyy olla kunnossa ja testattuna kun uusi sivusto julkaistaan. 301-ohjausien toimivuus tulee ehdottomasti varmistaa testiympäristössä ennen julkaisua!

Toinen muistutus! Onko sinulla on meneillään sähköistä mainontaa: Google Ads, Facebook, LinkedIn...? Jos on, viimeistään tässä vaiheessa kannattaa pysäyttää kampanjat ja odottaa niin pitkään, että uusi sivusto on julkaistu uuteen osoitteeseen.

2

CRASMAN

crasman.fi

Älä unohda vanhaa sivustoasi!

Jos sivustosi osoite muuttui täysin uudeksi, vanhaa osoitetta ei missään nimessä kannata hylätä – etenkin ihan heti. Usein vanha osoite jätetään pitkäksikin aikaa huolehtimaan uudelleenohjauksista. Yleensä on myös bränditurvallisuuden kannalta olennaista pitää kiinni oman yrityksensä historiasta. Jos kuitenkin haluat kuopata vanhan verkko-osoitteesi, odota siihen saakka, että Google ei enää indeksoi sitä ollenkaan.

Seuraa, tilastoi ja analysoi

Uuden sivuston onnistuneen julkaisun myötä ei kannata lähteä lomalle ihan heti, vaan varaudu toimenpiteisiin seuraavan työviikon aikana. Mahdolliset uudelleenohjausvirheet eivät näy välittömästi, koska Googella kestää usein useitakin päiviä omien tietojensa saattamisessa ajan tasalle.

Seuraavanlaisista toimenpiteistä ei ole ainakaan haittaa julkaisun jälkeisellä viikolla:

- Tutki päivittäin Google Search Console -raporttia indeksointivirheiden osalta sekä vanhan että uuden sivuston osalta.
- Käytä Screaming Frogia tai vastaavaa robottityökalua käydäksesi läpi vanhan sivuston osoitteet – siis se lista, jonka ajoit ulos ennen sivuston migraatiota.
- 404-sivuja ei pitäisi montaa olla, mutta jos niitä silti löytyy, varmista, että a) poistettavaksi tarkoitettuihin sivuihin ohjaavat linkitykset on poistettu ja b) virhetilanteissa luodaan oikea 301-ohjaus.

Yhteenveto

Suunnitelmallisesti ja hohumatta toteutettuna suurtenkin sivustojen siirto käy vaivattomasti eikä hakukonenäkyvyyttä menetetä. Jos uusi sivusto on identtinen vanhan kanssa, hakukonelöydettävyyden pitäisi olla 100-prosenttisen kunnossa. Jos uuden sivuston sisällöt poikkeavat radikaalisti vanhasta, on odotettavissa muutoksia Google-näkyvyyteen – positiivisia tai negatiivisia.

Muistamalla kaikki tässä dokumentissa eriteltyt asiat homman pitäisi sujua ilman hikoilua!

Mietityttääkö sivuston siirtäminen? Onko hakukonenäkyvyydessäsi toivomisen varaa? Puuttuuko sivustoltasi tehokas analytiikka?

Vastaamme mielellämme kysymyksiin ja kerromme lisää ratkaisuista, joita Crasman voi yrityksellesi tarjota.

OTA YHTEYTTÄ!



JOENSUU

MIKA SORMUNEN

Digistrategi
mika.sormunen@crasman.fi
050 525 8970



HELSINKI

RAINE HILPI

Digimarkkinoinnin asiantuntija
raine.hilpi@crasman.fi
040 060 7586

CRASMAN

crasman.fi