

## Pikaohje hyvän nettitekstin tuottamiseen

*Hyvä nettiteksti on helposti selailtavaa tiivistä asiaa, jonka ymmärtämiseen ei tarvita alan asiantuntijaa; konkreettiset esimerkit ja käytännönläheinen kieli tekevät vaikeammatkin asiat helppotajuisiksi.*

### *Kumpi teksti myy?*

#### **Tilitoimisto Tilikirja Oy**

Tarjoamme laadukkaita tilitoimistopalveluita kaikenkokoisille yrityksille kustannustehokkaasi. Kokemuksemme ja ammattitaitomme avulla tarjoamme juuri sinun yrityksellesi sopivan palvelukokonaisuuden. Monipuolinen osaamisemme ja nykyaikaiset ohjelmistomme mahdollistavat kattavan seurannan ja helpon taloushallinnon sinulle ja yrityksellesi. Käytössämme olevat internetpohjaiset ohjelmamme ovat alan parhaita ja helppokäyttöisiä. Tavoitteenamme on tyytyväinen asiakas ja siksi pyrimme kehittämään palveluitamme jatkuvasti, jotta asiakkaillamme olisi aina tarjolla laadukasta palvelua. [Lue lisää](#)

#### **Siirry sähköiseen taloushallintoon - yrityksen kirjanpito 49€/kk**

Seuraa yrityksesi taloustilannetta reaaliaikaisesti netissä ja unohda paperipinojen kiikuttamisen tilitoimistoon – tarvittavat tositteet lähtevät muutamalla napinpainalluksella suoraan laskutusohjelmastasi - säästyneen ajan voit käyttää tuottavaan työhön. Opastamme sinut nettiselaimella toimivan taloushallinnon ohjelman käytössä ja tarvittaessa tukihenkilösi on vain puhelinsoiton päässä. [Tutustu helpompaan tilitoimistopalveluun ja tilaa heti](#)



## *Nettitekstin rakenne - helpota tiedon löytymistä*

*Oletko huomannut, että selaillessasi nettisivuja et lue kaikkea tekstiä sanasta sanaan, vaan yrität bongata itseäsi kiinnostavat asiat lukemalla ensin pääotsikot, väliotsikot ja ehkä muutamia tekstikappaleiden alkuja.*

### *Osuvat otsikot ja väliotsikot jäsentävät tekstin*

Hyvä pääotsikko tiivistää koko sivun asian, ja väliotsikot kokoavat yksittäisten kappaleiden punaiset langat. Parhaimmillaan otsikko toimii koukkuna, joka houkuttelee kävijän lukemaan koko tekstin. Näin olet lähempänä sitä, että sivuston selailija nappaa koko koulun matoineen ja ottaa yhteyttä.

### *Tärkein tieto kappaleen alkuun*

Kerro kunkin kappaleen pääasia heti kappaleen ensimmäisessä tai toisessa virkkeessä. Tärkein tieto tulisi kertoa kullakin sivulla aivan tekstin alussa, ensimmäisissä kappaleissa. Lisäinfoa antavat tiedot sijoitetaan kappaleiden loppuun ja sivulla alempana oleviin tekstikappaleisiin. Rakenne on siis samanlainen kuin sanomalehtiutisessa: ensin kerrotaan olennainen tieto ja jäljempänä vähemmän tärkeät, lisätietoa antavat yksityiskohdat.

### *Linkkitekstin tulee olla kuvaava*

Koska netissä sivulta toiselle siirrytään linkkien kautta, tulee myös linkkitekstin olla kuvaavia.

### **Hyvä linkkiteksti kertoo, mitä linkitetyltä sivulta löytyy.**

Esimerkiksi toimiva linkkiteksti tarjouspyyntölomakkeen sisältävälle sivulle olisi: [Pyydä tarjous heti!](#) Huonompi vaihtoehto taas olisi: Pyydä tarjous [klikkaamalla tästä.](#)

## Nettitekstin sisältö – hyvä teksti vakuuttaa lukijan ja saa aikaan toimintaa

### Tuota tiivistä tekstiä ja keskity faktaan

*Usalainen web-käytettävyyden asiantuntija Steve Krug kehottaa kirjassaan "Älä pakota minua ajattelemaan" poistamaan nettisivuille tulevasta tekstistä ensin puolet ja sitten vielä puolet.*

Siispä tiivistä, tiivistä ja tiivistä. Hyvä teksti kokoaa tuotteesi tai palvelusi tärkeimmät ominaisuudet ja hyödyt selkeäksi paketiksi, joka jäsentyy osuvilla otsikoilla. Tarkentavaa tietoa voit kerätä alasivuille ja linkittää niille kohdesivua kuvaavilla linkiteksteillä. Nettisivuilla ei ole sijaa yhdellekään tyhjänpäiväiselle virkkeelle, lauseelle tai sanalle. Jätä siis löpöttely ja kapulakieli kilpailijasi sivuille kävijöitä karkottamaan.

*Vältä mm. näitä: **kustannustehokas, asiakaslähtöinen, laadukas, ammattitaitoinen, tehokas, kattava...***

### Kerro palveluiden ja tuotteiden tuomista hyödyistä

Mieti, olisiko syytä korostaa tuotteen teknisten tietojen tai palvelun yleiskuvauksen sijaan niitä etuja, joita tuote tai palvelu asiakkaallesi antaa. Peruspulliaista tuskin kiinnostaa teräväpiirtoteknikan tekniset kirjainyhdistelmät, kuten HDMI, DVB ja FULL-HD, mutta ostaisiko isoisäkin uuden tv:n, jos mainoksessa kerrotaan, että lempileffojen katselu onnistuu kaksi kertaa tarkemmalla kuvanlaadulla vanhaan 90-luvun kuvaputkitölkön verrattuna. Tekniset tiedot ja tarkat palvelukuvaukset on toki hyvä antaa myös netissä, mutta ne voi hyvin sijoittaa alasivuillekin.

**Pidä kuitenkin mielessä kohderyhmäsi!** Mieti ja selvitä, mitä tietoja he palvelusta ja tuotteestasi haluavat tietää. Jos markkinointisi kohdistuu tekniselle henkilölle, voi tekniset termit ja luvut olla hyvinkin se, millä tuote myydään. Raha-arkun vartijaa, yrittäjää tai toimitusjohtajaa, sen sijaan kiinnostaa, mitä palvelu tai tuote maksaa tai tuoko se esimerkiksi kustannusäästöjä normaalitoimintoihin verrattuina.

### Anna esimerkkejä ja tee tekstistä helppotajuista

Nettitekstissä tulisi käyttää runsaasti sanoja ja ilmauksia, jotka tuovat konkreettisia asioita mieleen. Osuvat esimerkit vievät viestisi perille havainnollisessa muodossa.

### Varasta selailijan huomio – puhalla teksti eloon!

Kun viimeistelet tekstiäsi, mieti voisitko korvata ilmauksia tai yksittäisiä verbejä, adjektiiveja ja substantiiveja värikkäämmillä sanoilla. Sanoilla, jotka saavat lukijan mielikuvituksen toimintaan. On aivan eri asia, sanooko **laahustaa** vai **kävellä** tai **järisyttävä** vai **vaikuttava**. Vältä kuitenkin kuluneita fraaseja ja yliampuvia kielikuvia.

*Värikkääseen tekstiin ja sujuvaan ulosantiin voit tutustua Jari Parantaisen sissimarkkinointiblogissa [www.sissimarkkinointi.fi](http://www.sissimarkkinointi.fi)*