



Euroopa Maaelu Arengu  
Põllumajandusfond:  
Euroopa investeeringud  
maapiirkondadesse



# „KUIDAS TURUNDADA TARGALT JA TÕHUSALT?“

## TURUNDUSE KOOLITUS

31.märts ja 7.aprill  
2022



MTÜ Võrtsjärve Ühendus

# Kus broneerida saab

Kutsume välja vajaduse/probleemi

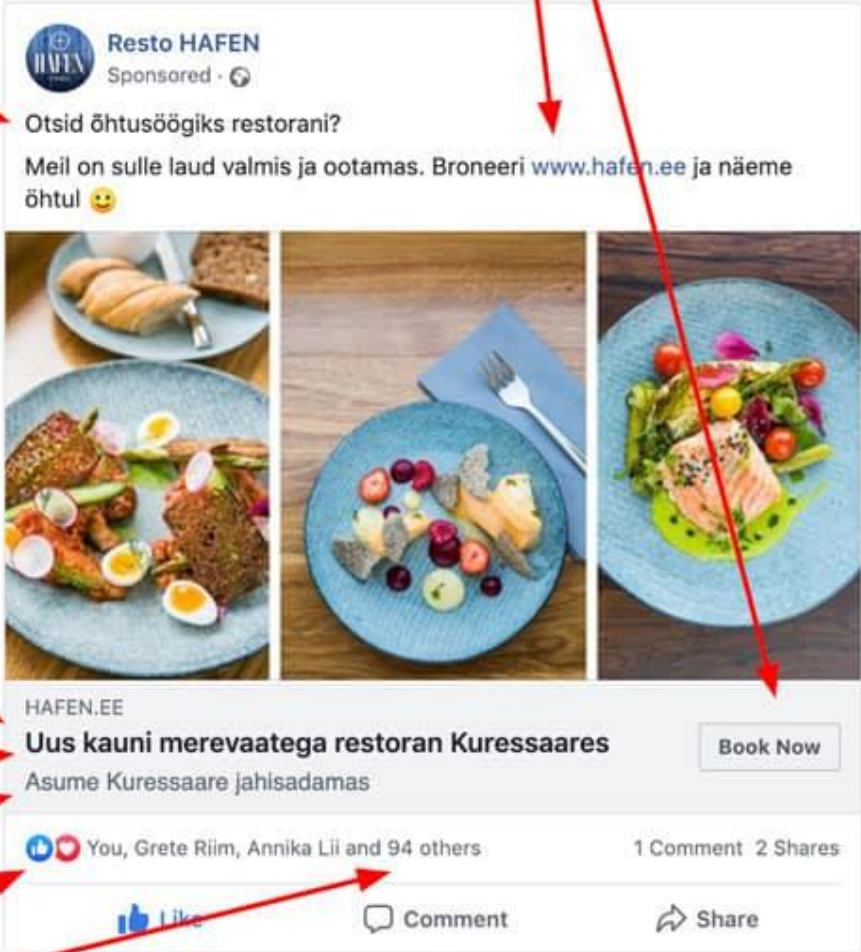
Isuäratav pilt

“Uus” tähelepanu tõmbamiseks

“Kauni merevaatega” ehk miks eriline on

Asukoht

“Usaldus” = inimestele meeldib see restoran



# Reklaami kujundamine





Windstar Cruises

8 February at 19:05 · 🌐



Windstar is for Lovers. Of freedom, adventure and most importantly, of unforgettable memories. Experience everything there is to love about sailing small, with select 2021 and 2022 voyages starting at just \$1,099 when you book now through February 16, 2021.

Start exploring <http://ow.ly/txcJ50Dux5D>



👍❤️👤 210

22 comments 13 shares

👍 Like

💬 Comment

➦ Share



View 9 more comments

Oldest ▾



John Grzanich

Love Tahiti, we went there on our honeymoon.

Like · Reply · 1 w



3



Write a comment...



# Mida meeles pidada?

- Brand book (ehk brändiraamat ehk fondid, kirja suurused, värvid ja värvikoodid, piltide stiil kirjutamisstiil jms)
- Logode jms kujundusfailid (.psd, .ai jne)
- Nt <https://brand.estonia.ee/juhendid/kirjatuup/>



<https://www.logaster.com/brand-guidelines/>

# Enne reklaami tegemist mõtle

- Kas see on Sinu klientide jaoks tähtis?
- Kas sinu reklaamid on õnnelikud inimesed?
- Edukas reklaam on relevantne
- Edukas reklaam on visuaalselt külgetõmbav
- Selge pakkumine kasutajale! Mis kasu ta saab?
- Mis on Sinu Call to Action (CTA)?

**Decora reklaamiosakond**  
Sponsored · 🌐

Küsimine Aksel Vösandust: "Kui Kähkukaga 24 tunni jooksul hakkama ei saa, kas antakse ka lisaega?"

Vastab Alvar Decora reklaamiosakonnast: "Nõup."

**25.04**  
E-poes TÄNA kogu tavahinnaga kaup **-31%**

**KÄHKUKAS!!**



**KÄHKU DECORA E-POODI!  
KASVÕI LÕUNAPAUSI AJAL.  
KLIKK-KLIKK!**

NB! Allahindlus ei kehti tellitavatele ja soodushinnaga toodetele. Kehtib ainult e-poe tellimustele.

**Decora reklaamiosakond**  
Building Materials

👍❤️ 5

Send Message

1 Comment 1 Share

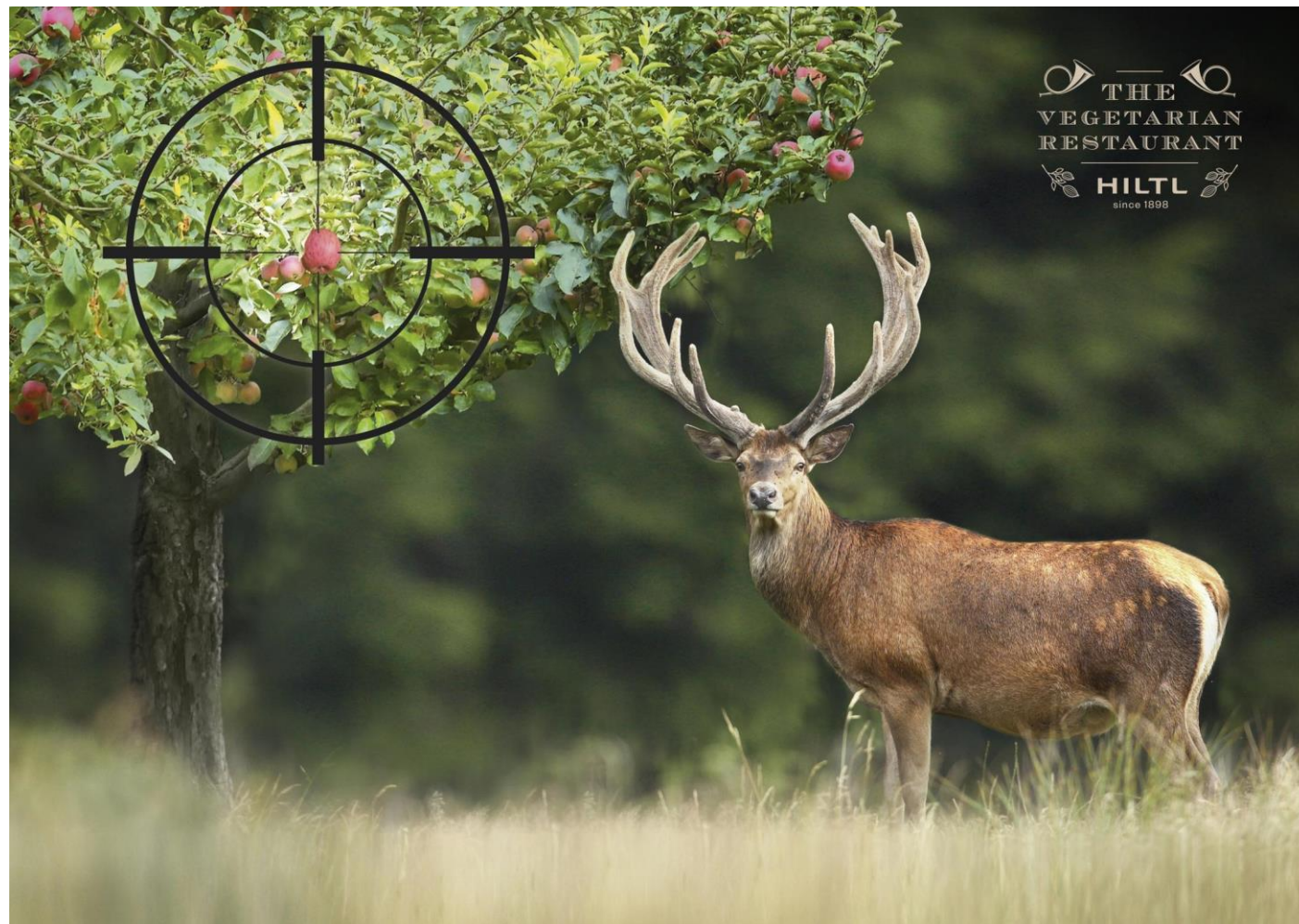
Like Comment Share

- On halb, kui kõik Su reklaamid on täiesti erinevat tegu ja nägu – erinevate värvidega, erineva fondiga jne.
- Reklaamides kasutatavad sõnumid on segased ja annavad vastupidiseid lubadusi?
- Kas Su töötajad on riides vastavalt sellele, kuidas Sa oma brändi kujundad?
- Milline on suhtlemine klientidega? Mida ütleb Sinu ettevõtte tunnuslause (kui Sul on see?)
- Kas minu ettevõttel on midagi, mida võiks kasutada brändiloona? Kuidas seda levitada?



# Taimetoidurestorani reklaam

- Hiltl restoran in Zurichis
- Jahihooajal tehtud kapaania





THE  
VEGETARIAN  
RESTAURANT  
HILTL  
since 1898





MOI

4 tundi · 🌐


Soovid särada, aga palun. Selles kaunis kleidis ei jää sa märkamata 😊

Mugav, kaunis, nahasõbralik 😊😊

<https://www.moistuudio.ee/et/a/sinine-hirvepusakleit>




🏷️ ↗️

 **Tallinn Dolls**  
26m · 🌐

KOHE SAADAVAL: [bit.ly/TallinnDollsSALE](https://bit.ly/TallinnDollsSALE)

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share    🗨️

 Write a comment...    😊 📷 GIF 🗨️

➤

Voodipesu, mis paneb sind tahtma rohkem aega voodis veeta.

[bedroommood.com](http://bedroommood.com)



BEDROOMMOOD.COM

**Vali unistuste voodipesu**  
E-poodi

[Learn More](#)



 **Dormeo Eesti**  
4 September at 08:00 · 

Magus uni Dormeo Ergo madratsil 😊

Madratsi saladus peitub unikaalses lülisamba kujulises keskmises kihis, mis aitab hoida selja loomulikus asendis ja leevendab koormust survepunktidele. 😊

Kuidas osta?  
 lehel – <http://links.dormeo.ee/c/20208693>  
 helistades 6511075

 Like  Comment  Share 

 Write a comment...    

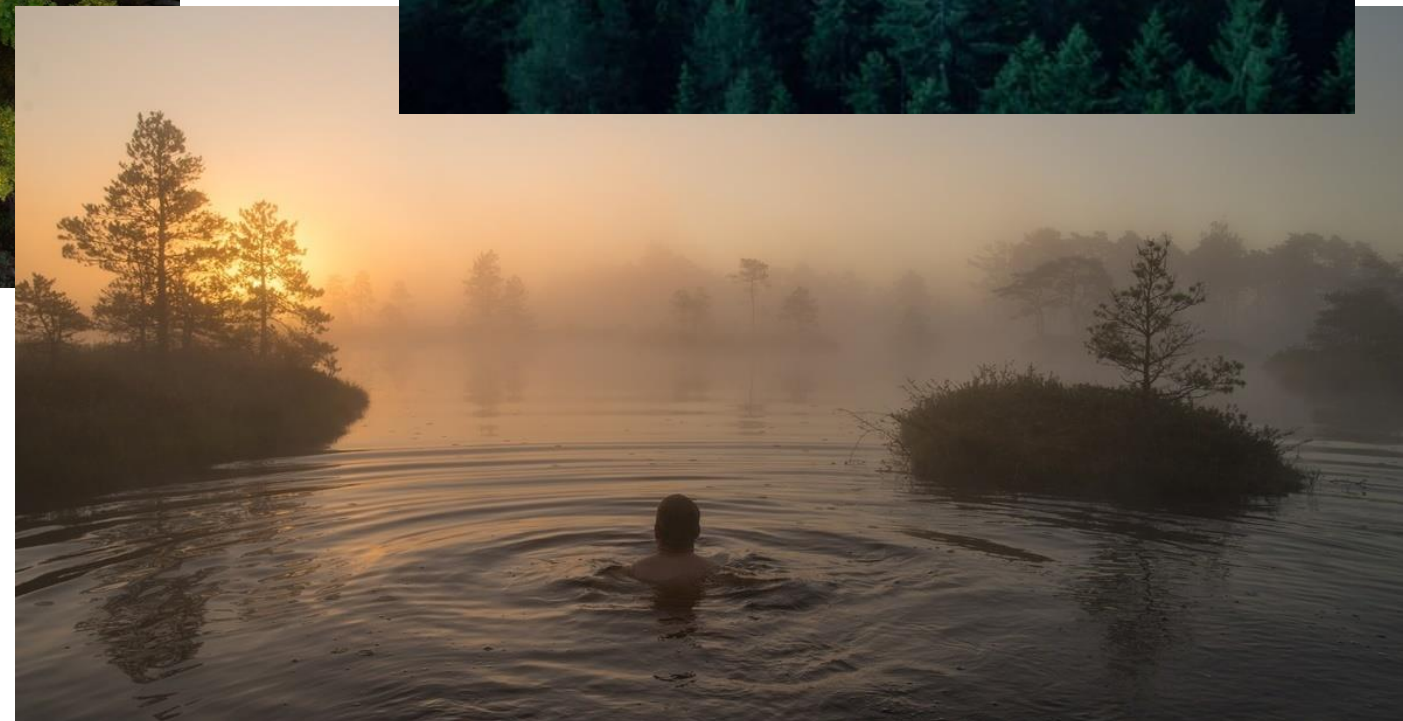




# Kaadreid USA õudusfilmist



# Kaadreid USA õudusfilmist

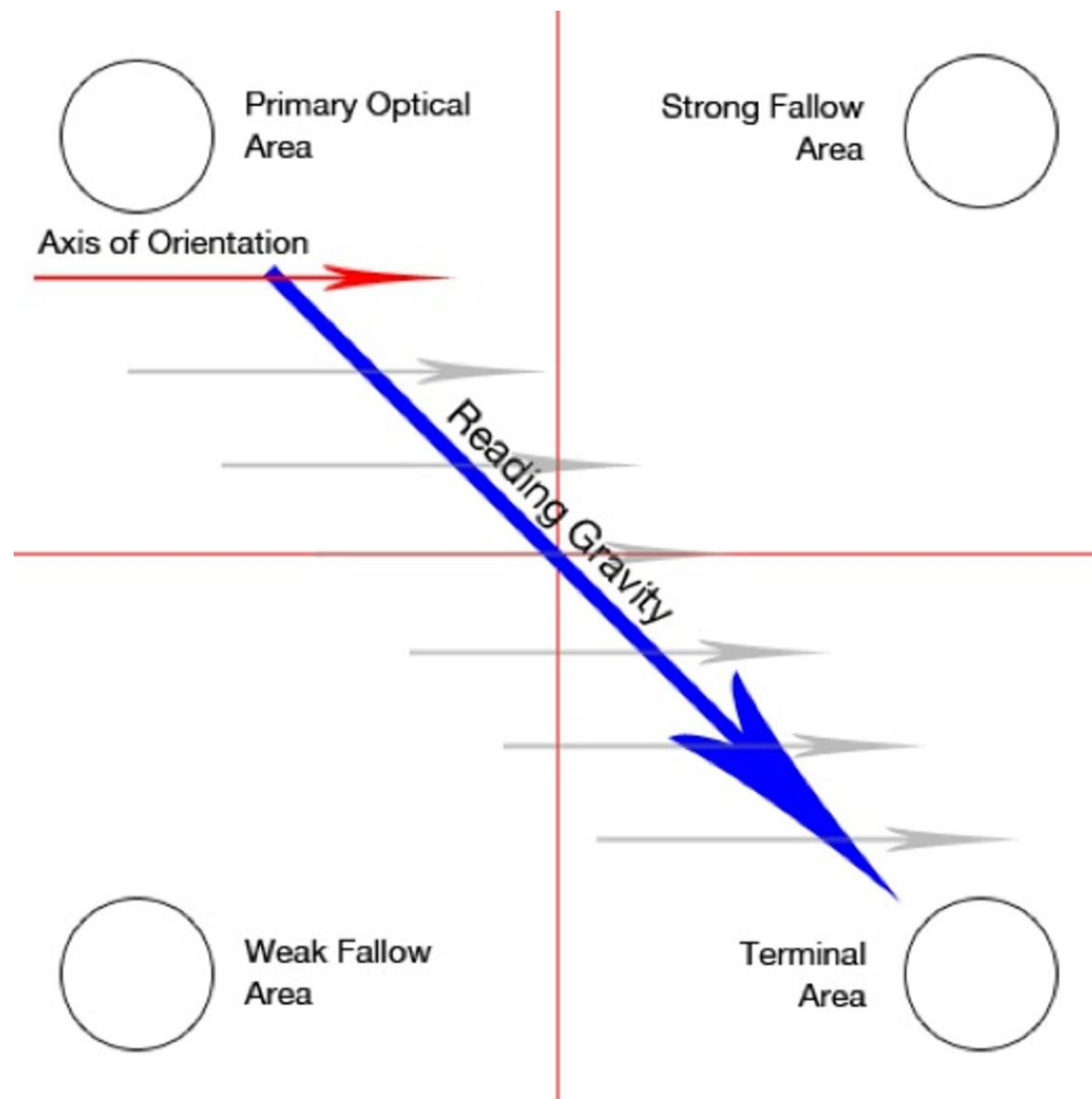


# Inimene on tegelikult väga mõjutatav - Schiphol Airport





# Kujunduse põhitõed



You will read this last.

**You will read  
this first.**

Then you will read this.

And then this one.

## TACTIC 1:

Position Images and Graphics on the Left



# Pilt kasutaja vaatest

- Justkui tass oleks vaataja ees (säng paremal- saab kohe kätte võtta)





# Modell vaatab CTAd

## **TACTIC 3:**

Orient Models' Gazes Toward Your CTA



# CTA – Call To Action

- CTA peab olema olema igal Sinu veebilehe alamlehel, blogipostitustes, turundusmeilides jne.
- Kui võimalik, siis ära kasuta sõnu „osta“, „maksa“ jne. Selle asemel sobivad nõ pehmemad väljendid nt „liitu“.
- „Ära jää ilma ühestki kasulikust infokirjast. Registreeri oma e-maili aadress kohe praegu!“

Vs

„Osta kohe!“

# The "AIDA" Formula

ATTENTION

INTEREST

DESIRE

ACTION



1. Mis kasu toode annab?
2. Mis probleeme lahendab?
3. Näited (kuidas teised on seda edukalt kasutanud)

„... if you don't hold their interest in the first paragraph then you've lost them“.

- Rob Percival ja Daragh Walsh



# AIDA näide

The image shows a Facebook advertisement for Hipmunk. The ad features a cartoon chipmunk wearing goggles and a scarf, flying through clouds. The text of the ad includes: "Flying from New York? Get amazing flight deals in your inbox!" with a URL, "hipmunk flight deals", and "New York, NY Flight Deals | Hipmunk" with a sub-headline "Find the best flight deals from New York, NY." and the website "HIPMUNK.COM". The ad is marked as "Sponsored" and has 4 likes and 1 share. Red arrows point from the AIDA annotations on the right to specific parts of the ad: the headline, the sub-headline, and the URL.

Shoshana Schwartz and Michael T. Rose like Hipmunk. Like Page Hide

**Hipmunk**  
Flying from New York? Get amazing flight deals in your inbox!  
<http://hip.mu/15nak5l>

**hipmunk**  
flight deals

**New York, NY Flight Deals | Hipmunk**  
Find the best flight deals from New York, NY.  
HIPMUNK.COM

Sponsored

Like Comment Share 4 Likes 1 Share

News Feed

Attention - Yes, I am indeed flying from New York

Interest - Yes I want deals prevetted for me.

Desire - "Best" deals are hard to find.

Action - Visit Site

English (US) - Privacy - Terms - Cookies - More  
Facebook © 2013

<https://guaranteedppc.com/adwords-facebook-ppc-ad-copywriting-guide-that-doubles-your-revenue/>

Mida suuremas fondis emotsionaalne sõna on, seda suuremat emotsiooni see tekitab

## TACTIC 5:

Enlarge Words That Convey an Emotion



# Riimid jäävad meelde

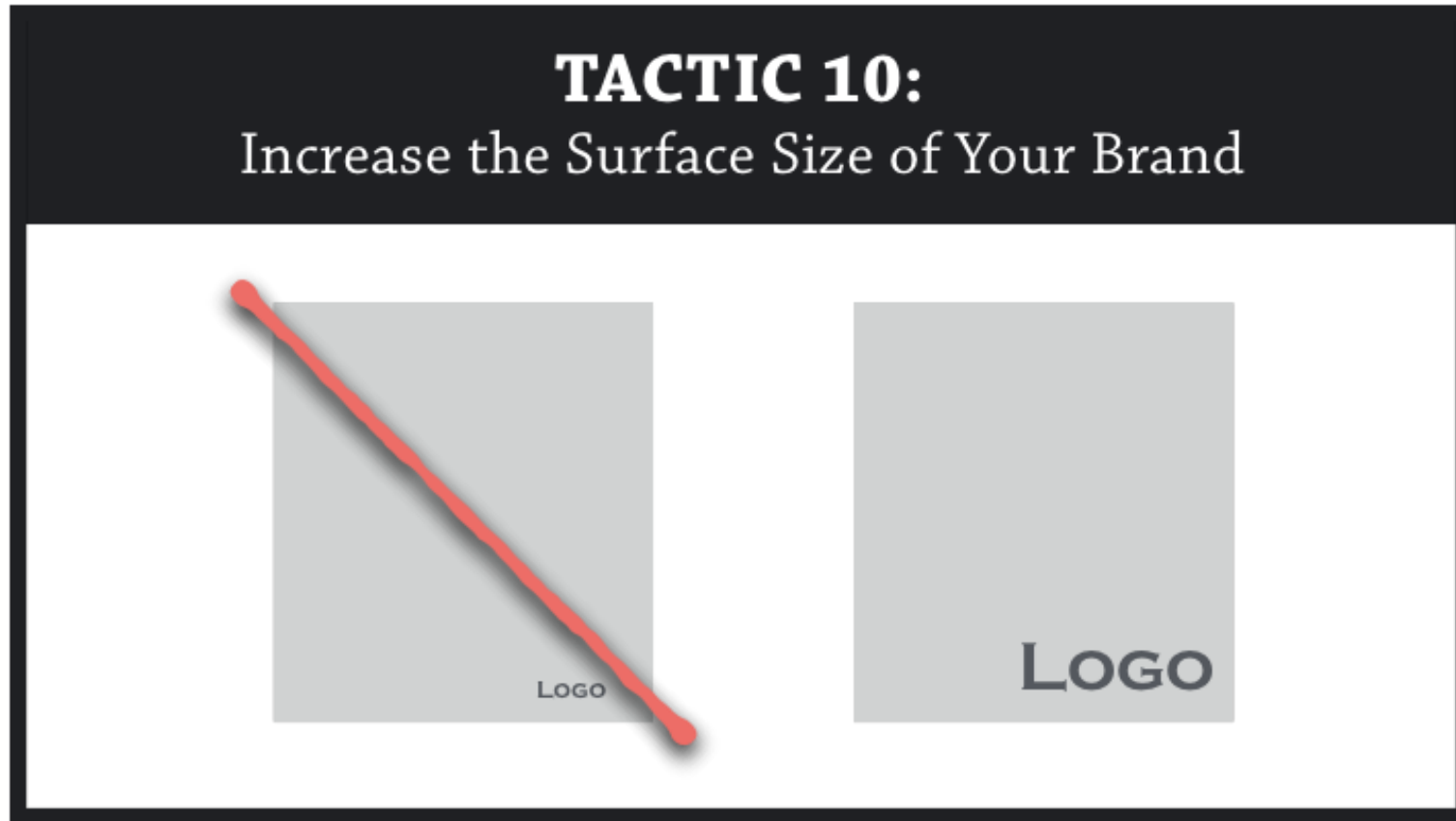
## **TACTIC 8:**

Rhyme Your Slogan or Call-to-Action

~~Download our  
app today.~~

It's free to play,  
so download our  
app today.

Suurem font/ pilt jääb silma



Väiksema joonepaksusega font tundub õrnem ja ilusam

### TACTIC 11:

Use Long Thin Lines to Convey Beauty

~~**Lose weight  
with our  
diet plan.**~~

Lose weight  
with our  
diet plan.

Unikaalne font unikaalsetele toodetele

**TACTIC 12:**

Use Obscure Typefaces to Convey Uniqueness

~~**Kolenda's**  
Gourmet Cheese~~

**Kolenda's**  
Gourmet Cheese

# Kaldkirjas font annab edasi kiirust

## **TACTIC 13:**

Use Slanted Letters to Convey Speed

~~We'll get you a  
response in  
24-hours.~~

*We'll get you a  
response in  
24-hours.*

Punane värv – toodetele, mis midagi ära hoiavad.  
Sinune toodetele, mis midagi annavad.

### **TACTIC 15:**

Use Blue for Gain-Framed Ads

~~Our product will  
give you XYZ.~~

Our product will  
give you XYZ.



Kui reklaamis on palju teksti, kasuta vähemerksamaid värve

### **TACTIC 16:**

Reduce Color Levels in Content-Filled Ads



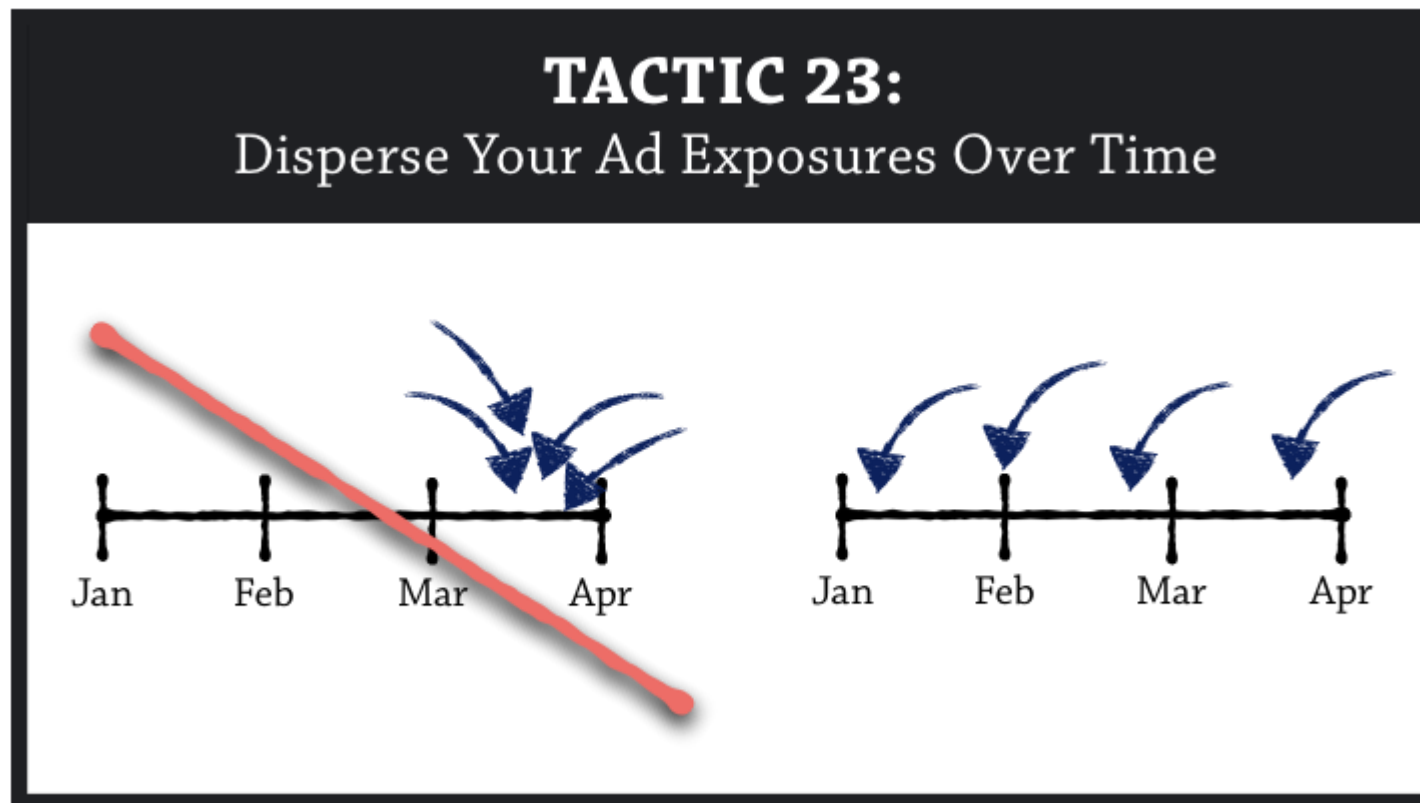
# Modell peab vastama sihtturule

**TACTIC 22:**  
Replace Models to Resemble Each Segment

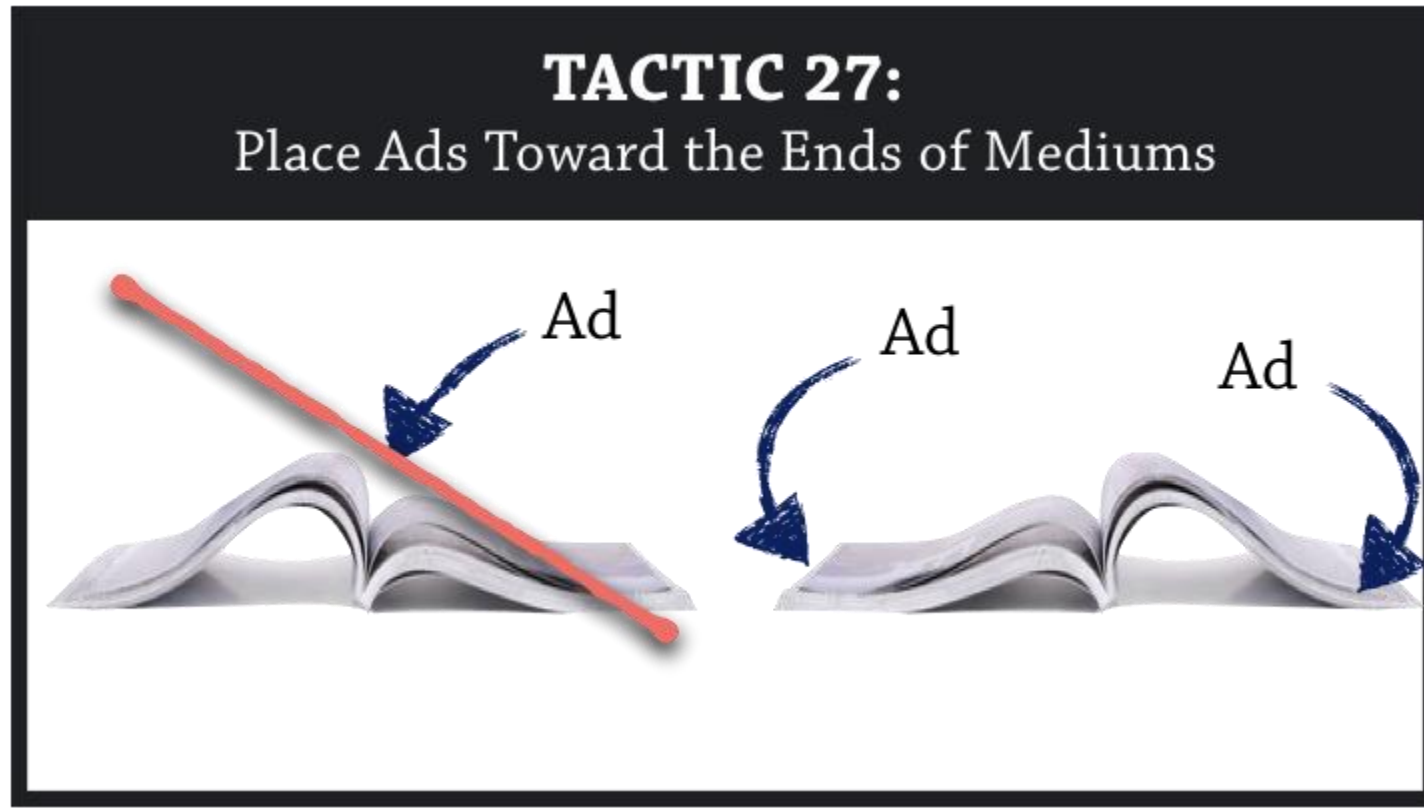


The diagram illustrates the tactic of replacing models to resemble each segment. It shows a sequence of four images: a woman in a black halter top, a woman in a black halter top, a woman in a black halter top, and a man in a brown jacket. A red diagonal line is drawn over the first two images, indicating they are to be replaced.

# Näita reklaami pikema ajaperioodi jooksul



# Ära osta reklaami keskele





Download from  
**Dreamstime.com**

This watermarked comp image is for previewing purposes only.

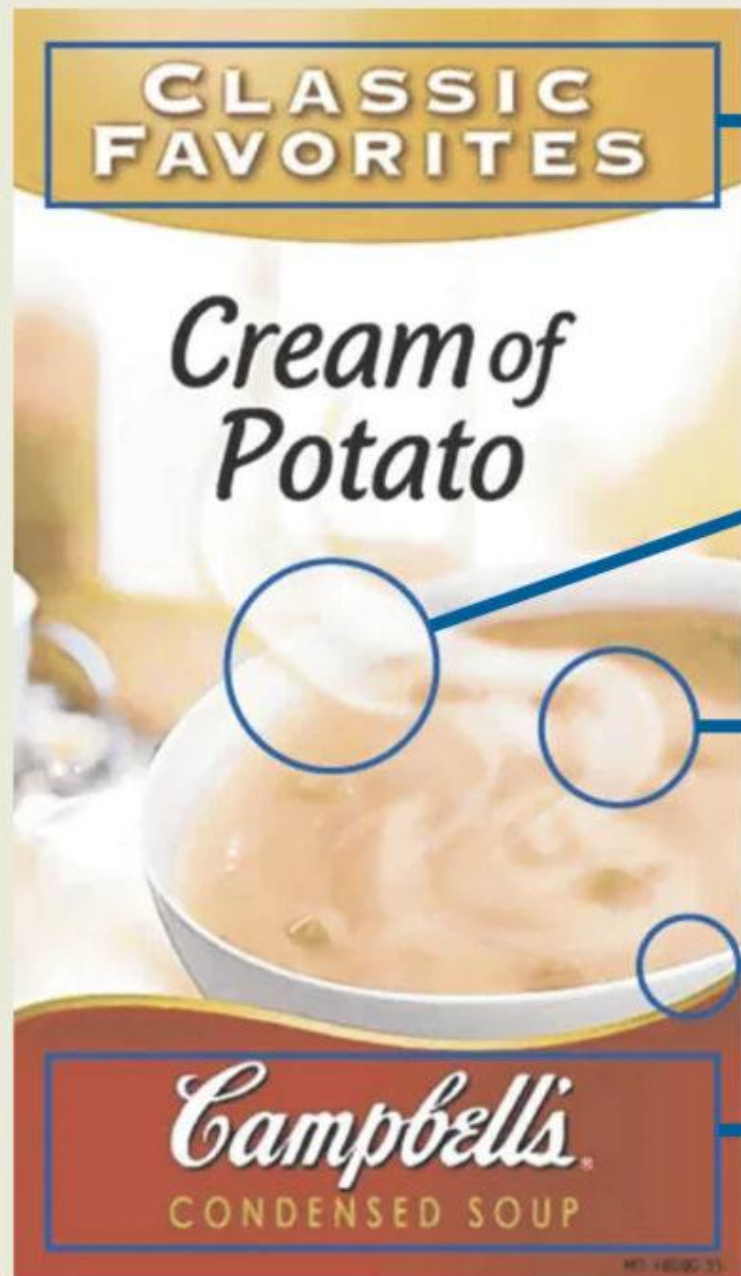
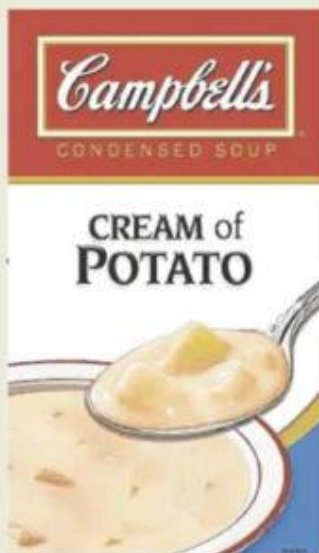
ID 26750865



Subbotina | Dreamstime.com



Campbell Soup kasutas biomeetrikat, et selgitada välja tarbijate reaktsioon oma pakenditele. Uuringutulemuste alusel muudeti ka pakendit.



Suppide n-ö pealkirju muudeti vastavalt sisule ka värvikoode kasutades, et inimesed need kergemini üles leiaks.

Supile lisati aur, et veenda kliente selle värskuses ja edasi anda selle söömisel tekkivat sooja tunnet.

Eemaldati lusikas, sest tarbija ei kogunud mingit emotsionaalset haaratust sellega seoses.

Muutus ka kausi kuju.

Logo toodi alumisse serva, sest punane värv tõmbas liiga palju tähelepanu ja kippus varjutama suppide nimetusi.

# Aga link?





You only have  
to find  
yourself.  
Everything else  
you can  
Google.



# Koduleht ja uudiskirjad

- Sinu koduleht on sinu kindlus.
- Meililist on su üks parimaid (kui mitte isegi kõige parem) turunduskanal.
- Ära oota kuni sul on 300000 listiga liitunud. Saada uudiskirja juba esimesele kümnele.

The screenshot shows the Umami website interface. At the top left is the logo 'maailm läis maitseid umami'. To the right is a search bar with the text 'Otsing' and a magnifying glass icon. Further right is a shopping cart icon labeled 'OSTUKORV' with '7 toodet / 36.32 €' below it. A navigation menu below the search bar includes: 'maitsestatamiseks', 'toiduks', 'tervisele', 'küpsendamiseks', 'joogiks', 'looduskosmeetika', 'kodule', 'gurmaanile', and 'soodus'. The main content area is divided into two columns. The left column features a sign-up form for a free e-cookbook titled 'Imeliktne Aasia köök' (Magical Asian Kitchen) with '10 maitavat ja lihtsat retsepti' (10 delicious and simple recipes). The form includes a text input field for the email address and a red button labeled 'SAADA MULLE RAAMAT'. Below the form, it says 'Saad tasuta e-raamatu ja liitud Umami uudiskirjaga! Juba üle 25 000 liituja!'. The right column is titled 'Täna tellimast' (Today's newsletter) and contains the text: 'Saatsime teile e-maili koos raamatu lingiga teie sisestatud mailiaadressile. See peaks teieni jõudma lähimate minutite jooksul. Kui te mingil põhjusel kirja 10 minuti jooksul kätte ei ole saanud, siis kirjutage meile info@umami.ee ja saadame selle teile uuesti. Parimate soovidega, Juta Raudnask, Umami'.

# Uudiskirja põhitõed

- Kasuta oma nime (ettevõtte nime alt saatmise asemel)
- Kirjuta lihtsalt ja loetavalt
- Saada uudiskirja ainult neile, kes selleks loa andnud on
- Saada kasulikku infot/ pakkumisi jms
- Listide ostmine ei tööta
- Alati lisa 'unsubscribe' link / võimalus
- Saada uudiskirju maksimaalselt 1-2 korda kuus
- Kasuta uudiskirja sees linke
- Kasuta 70% teksti ja 30% pilte.
- Kasuta pigem väikseid pilte.
- **Pealkiri on väga oluline.**
- Ära kasuta liiga palju TRÜKITÄHTI ja !!!!!!!!!!!
- Lisalugemist: <https://outfunnel.com/email-deliverability/>
- Bännitud sõnad: <https://gmkpress.com/en/resources-email-marketing/guidelines-email-marketing/spam-words-forbidden-words-newsletter.html>

Hey,

I just wanted to share with you my latest blog post. Let me know what you think.

**How Content Marketing Will Help You Build Your Business Faster**

People ask me all the time - how content marketing can help them grow their business.

That's why I decided to write a blog post and to list all benefits that content marketing can provide for your business. [Check out the post!](#)

P.S. If you need some advice on how to grow your traffic and generate more leads and sales, feel free to [shoot me on Clarity](#).

Best,

Martin Zhel  
CEO

“On the average, five times as many people read the headline as read the body copy. When you have written your headline, you have spent eighty cents out of your dollar.”

— **David Ogilvy**

# Uudne sisu

- **Unikaalne ja värske sisu meeldib nii lugejatele kui ka Google'le.** Kui mitmel lehel on samasugune tekst siis mille järgi peaks Google valima, kelle lehte otsingutulemustes üleval pool kuvada?
- Vaata üle oma olemasolevad tekstid, värskenda nende sisu, lisa täiendavat informatsiooni, värskenda toodete ja teenuste kirjeldusi jne.
- Õigekirja kontrollimiseks kasuta nt [Filosofti spellerit](#).
- Kui su koduleht ei ole kõrge rankinguga, siis veendu, et sellel oleks unikaalne sisu. Vaata, kas sinu kodulehel on dubleerivat sisu [Copyscape](#)
- Testi kas koduleht töötab eri brauserites (näiteks [Browserling](#)).
- SEO jaoks on oluline, et linke liiguks nii sinu kodulehelt välja, kui ka sisse. Katsu leida võimalusi, et saada teistelt lehtedelt linke oma kodulehele. Samuti vaata, et oled ka oma kodulehe siseselt viidanud ühelt lehelt teisele. Kontrolli enda (ja konkurentide) backlinke näiteks [SEO Review Toolsi](#)

# Et Su koduleht toimiks...

- Inimesed ei armasta oodata. Sinu koduleht peaks laadima max 5 sekundi jooksul.
- Kontrolli oma lehe kiirust näiteks [PageSpeed Insights](#) leheküljel aga ka näiteks [Webpagetest](#) ja [Pingdom](#).
- Kas inimestel on (vastavalt seadmele) võimalik mugavalt sinu ettevõtte klienditeenindusega ühendust võtta? Kontaktvorm, telefoninumbrid, *chat*.
- Kas aadress ja tel number on sama ka sotsiaalmeedias (*NAP consistency*)?  
<https://search.google.com/test/mobile-friendly> – vaata, kas Sinu kodulehekülg on mobiilisõbralik.

# SEO

- SEO (otsingumootori optimeerimine) on mistahes tegevus, mille eesmärk on parandada veebisaidi nähtavust otsingumootorites.
- <http://www.traveller.ee/> - hea näide
- Põhiline mõte on välja mõelda otsingusõnad, mida inimesed sinu toote või teenuse tüübist olenevalt kasutavad veebi sirvimisel.
- Oma sihtturul kõige populaarsemate või enimkasutatud otsingutermine tuvastamise abil saad teada, kuidas oma sisu optimeerida.
- Loo põhjalikku asjakohast sisu, kasutades kergesti mõistetavat keelt.
- Mida rohkem teisi lehti viitab sinu kodulehele, seda rohkem otsingumootorid arvavad, et sinu sait on oluline (ja sinu veebileht liigub otsingumootori tulemustes ettepoole)
- Kuidas linke saada? Vasta sinu toote või teenusega seotud küsimustele nišifoorumites (nt Quora või Reddit). Kommenteeri blogisid ning suhteid blogijate ja influenceritega. Loo koos oma koostööpartneritega ühispostitusi.

**An SEO expert walks into  
a bar, bars, pub, tavern,  
public house, Irish pub,  
drinks, beer, alcohol...**

# SEO

- Märksõnad paika. **Milliseid märksõnu kasutades klient Sinuni jõuab?**

Nt diivani ostmine. Märksõnad: „diivanid”, „diivanite müük”, „kollane diivan”, „nurgadiivan”, „kolmekohaline diivan”, „pesukastiga diivanvoodi”, „sohva” jne.

- **Kirjuta informatiivne lehe pealkiri ehk *title tag***

Nt „from Tallinn to Riga“

[6 Ways How to Get from Tallinn to Riga \(or from Riga to Tallinn ...](https://www.traveller.ee/blog/tallinn/6-ways-how-to-get-from-tallinn-to-riga/)

<https://www.traveller.ee/blog/tallinn/6-ways-how-to-get-from-tallinn-to-riga/> ▼

6 Ways How to Get from **Tallinn to Riga** (or from **Riga to Tallinn**) Take a plane. Photo credit: Kārlis Dambrāns. Take a train. Photo credit: Phil Richards. Take a bus. Photo credit: Simple Express. Take the sightseeing tour bus. Photo credit: Indrek Kasesalu. Take a car. TIME: minimum 4 to 5 h. Take a walk. Photo credit: ...



purustatud kruus   ture   kruusa   sõelutud



Kruus – Vikipeedia  
et.wikipedia.org



TURE kruus  
jysk.ee

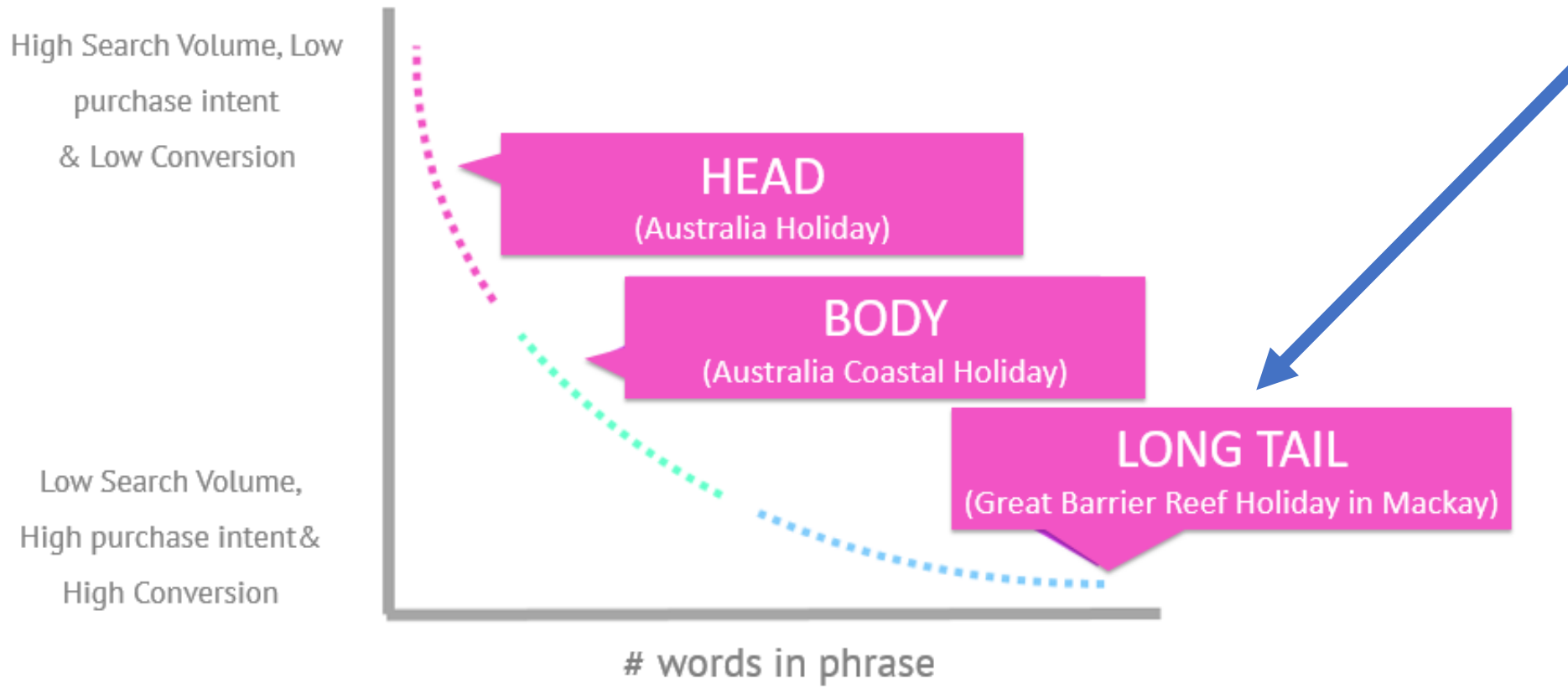


SANDY Kruus D8.5xH11cm, Hall  
pier.ee · In stock



Kruus Rukkil  
teepood.eu





<https://tourismeschool.com/how-to-research-seo-keywords-search-queries/>

# Ära üle pinguta

## HEA TEADA



**Registreeritud pagasi reeglid**  
Registreeritud pagasi reeglid selle kohta, kui palju ja milliste mõõtudega pagasit on lubatud õhusõidukisse võtta, on eri lennufirmadel erinevad. Samuti on registreeritud pagasi reeglid erinevad eri- või ülemõdulise pagasi kohta. Soovitame alati enne reisi tutvuda oma lennufirma pagasinõuetega



**Reeglid käsipagasile**  
Eri lennufirmadel on erinevad käsipagasi reeglid selle kohta, kui palju ja milliste mõõtudega pagasit on lubatud õhusõidukisse võtta. Samuti on reeglid erinevad eri- või ülemõdulise pagasi kohta. Soovitame alati enne reisi tutvuda oma lennufirma pagasinõuetega



**Lubatud käsipagasi mõõdud**  
Käsipagasi mõõdud tunduvad esmapilgul küll sarnased, ent enne reisi tasub konkreetse firma reeglid siiski üle vaadata. Järgnevalt toome välja nõuded käsipagasi mõõtudele erinevate lennufirmade kaupa. **LENNUFIRMA MÕÕDUD** koos ratastega



### Reisikohvrid

BAGGAGE reisikohvrid Pärnus – Eesti suurima kohvrite, reisikottide ja vabaajakottide valikuga pood, kust leiab sobiva reisipauna iga rändaja. BAGGAGE esinduskauplus asub Pärnus KAUBAMAJAKAS I korrusel. BAGGAGE tootevalikusse kuuluvad: Reisikohver, kohver, reisikott, spordikott, seljakott, õlakott, vabaajakott, koolikott, randmekott, ülikonnakott, portfelli, arvutikott, arvutitasku, rahakott, kott, rahatasku, kaarditasku, püksirihm, vihmavari, aksessuaar, käekotid, õlakotid, reisikotid, spordikotid, vabaajakotid, koolikotid, seljakotid, kotid, randmekotid, ülikonnakotid, portfelliid, kohvrid, reisikohvrid, rahakotid, rahataskud, kaarditaskud, meeste püksirihmad, vihmavarjud, aksessuaarid BAGGAGE kaubamärgid: Gianna, Beaute, Poem, Charters, Baggage, The Bag, Code, Delsey, Rainflower, Doppler, David Jones, Gussaci, Daniel-Ray, Enrico Benetti, Confidence, Elsa Walls, Pearl

TUTVU SIIN



### Vabaajakotid

BAGGAGE vabaajakotid Pärnus – Eesti suurima seljakottide ja vabaajakottide valikuga pood, kust leiab endale sobiva nii urbanistliku kui ka sportliku stiili armastaja. BAGGAGE esinduskauplus asub Pärnus KAUBAMAJAKAS I korrusel. BAGGAGE kaubamärgid: Gianna, Beaute, Poem, Charters, Baggage, The Bag, Code, Delsey, Rainflower, Doppler, David Jones, Gussaci, Daniel-Ray, Enrico Benetti, Confidence, Elsa Walls, Pearl BAGGAGE tootevalikusse kuuluvad: Reisikohver, kohver, reisikott, spordikott, seljakott, õlakott, vabaajakott, koolikott, randmekott, ülikonnakott, portfelli, arvutikott, arvutitasku, rahakott, kott, rahatasku, kaarditasku, püksirihm, vihmavari, aksessuaar, käekotid, õlakotid, reisikotid, spordikotid, vabaajakotid, koolikotid, seljakotid, kotid, randmekotid, ülikonnakotid, portfelliid, kohvrid, reisikohvrid, rahakotid, rahataskud, kaarditaskud, meeste püksirihmad, vihmavarjud, aksessuaarid

TUTVU SIIN

## HEA TEADA



**Registreeritud pagasi reeglid**  
Registreeritud pagasi reeglid



**Reeglid käsipagasile**  
Eri lennufirmadel on erinevad käsipagasi reeglid selle kohta,



**Lubatud käsipagasi mõõdud**  
Käsipagasi mõõdud tunduvad



<https://baggage.ee/>

# Koduleht – SEO

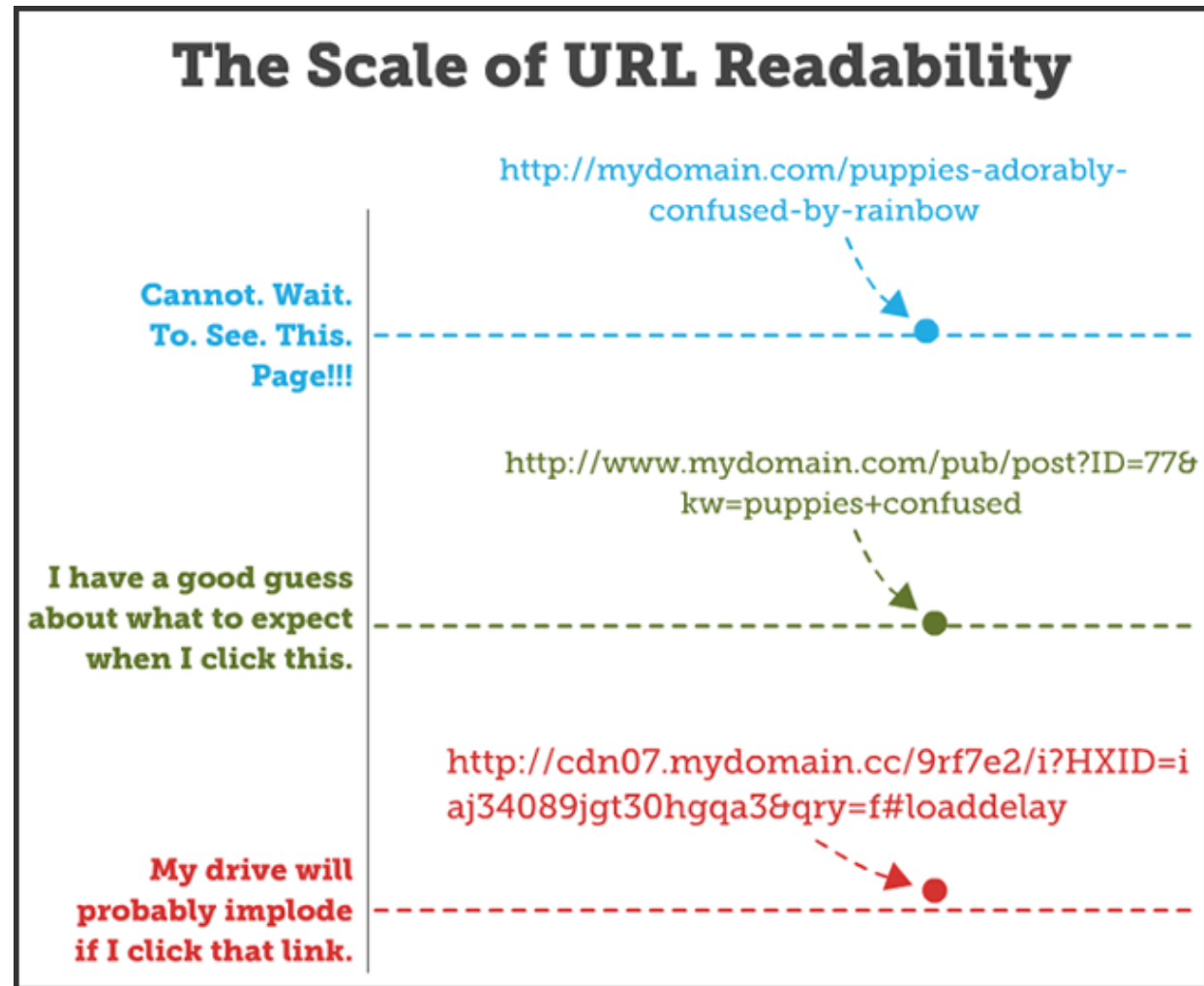
- Ilusad visuaalid ja kergesti loetav tekst.
- **Lisa juba pildi nimesse märksõna/ettevõtte nimi.**
- Kasuta:
  - ✓ loetelusid, mis on toodud *bullet*'itega;
  - ✓ kaldkirja, kui kasutad võõrkeelseid väljendeid või tsitaate;
  - ✓ lõike, et tekitada ruumi;
  - ✓ rasvast kirja, et tähelepanu haarata.
- Eelkõige pea silmas seda, et teksti oleks lihtne lugeda.

# Koduleht

- NB! Kodulehel olevad lingid, mis viivad kodulehelt „välja“, peavad avanema uues aknas.
- Peamist **märksõna tuleks kasutada kindlasti pealkirjas** ning esimeses lõigus.
- Kogu teksti peale kuskil 3-7 korda.
- Google ei pruugi aru saada, et nimetavas käändes ja käänatud sõnad tähendavad sama asja.
- **Kasuta pealkirju ja alapealkirju:** märksõna peab olema kasutatud vähemalt korra (H2 või H3) alapealkirjas.
- Viita teksti sees erinevatele artiklitele (1-2 korda) väljaspool oma veebilehte ning 3-4 korda oma enda veebilehe alamlehtedele.
- Sisu absoluutne miinimum on 300 sõna.
- Ideaalis võiks seda olla isegi üle 2000 tähemärgi, kuid ainult juhul kui Sul on midagi öelda või konkurentsitihedate märksõnade puhul.
- SEO seisukohalt on oluline, et kasutatud oleks nii siselinkimist (*onsite links*) kui ka võimalusel välislinkimist (*outbound links*). Seejuures võiks lingitud olla vastav märksõna fraas (näiteks lingi sõna „majutus“, mitte „siit“), et lugejad teaksid, mis sellelt viitelt avaneb.

# URL

- Kasuta lühikesi URLe, mis sisaldavad õigeid märksõnu  
[www.yourdomain.com/soodsad-pakkumised](http://www.yourdomain.com/soodsad-pakkumised).
- Ära kasuta numbri-tähe kombinatsioone  
[www.yourdomain.com/p=123](http://www.yourdomain.com/p=123).
- Alati kasuta aadressis sidekriipse.  
Mitte\_kunagi\_ära\_tee\_nii.



# Koduleht

- <http://www.browseo.net> (kui sisestad oma veebilehe, siis näitab muuhulgas ka seal olevate piltide pealkirju)
- Kodulehe sisus olevad pealkirjad, alapealkirjad, pildiallkirjad, lingid ja rõhutatud tekstid on need kohad, kust otsimootorid proovivad indekseerimiseks vajalikke märksõnu leida.
- Liiga palju alapealkirju ja linke pole ka hea – seda võivad otsingumootorid tõlgendada spämmina.
- Veendu, et kõik nii sisemised ehk kodulehe oma lehtede vahel liiklust suunavad kui ka välised lingid, oleksid toimivad. Kasuta nt Google Chrome pluginat nimega [Check My Links](#).

# Kasulikke linke

- <https://www.similarweb.com/> - vaata mida konkurendid veebis teevad ja kuidas neil läheb või mis otsingusõnadega Sinu leheni jõutakse
- <https://neilpatel.com/ubersuggest/> - keyword suggestions, võimalik saada infot enda/konkurendi veebilehe kohta (nt mis märksõnu kasutades tema leheni jõutakse)
- <https://trends.google.com/trends/> – vaata, mida kliendid guugeldavad (märksõnad kõrgete protentidega või eriti kuumad teemad on „breakout“)
- <https://keywordtool.io/> Väga kasulik koht, kust oma märksõnadele teisi võimalikke ja palju otsitud alternatiive leida. See veebileht annab näiteks sinu brändinimele või soovitud märksõnale võimalikke alternatiive, mida inimesed tegelikult seoses sellega Google'i otsinguaknasse sisestavad.
- <http://keywordshitter.com/> - pane sisse üks keyword ja soovotab kohe miljon sarnast keywordi
- <https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/> - google enda tööriist märksõnade planeerimiseks



# Veel kasulikke linke

- [SEO Analyzer](#) annab soovitusi, mida oma kodulehe sisuga teha. Näiteks millised pealkirjad on liiga pikad, millised liiga lühikesed, millised lingid on head, millised mitte jne.
- [SEO SiteCheckup](#) analüüsib ja skoorib veebilehte erinevate otsimootoritele oluliste parameetrite järgi ja koostab raporti. Annab ka nõuandeid, mida ning kuidas paremaks teha.
- [Searchmetrics](#) annab lisaks otsimootoritele ka ülevaate kodulehe populaarsusest sotsiaalvõrgustikes (Facebook, Twitter, Youtube jne).

# Google Analytics

## **Google Analytics annab ülevaate:**

- veebilehe kasutajatest (*Audience*);
- veebilehele jõudmise viisidest (*Aquisition*);
- tegevustest veebilehel (*Behaviour*);
- keele eelistustest;
- üldisest ärilisest väärtusest veebilehe omaniku jaoks (*Conversion*).

# Google My Business

- Google poolt tasuta pakutav tööriist, mis loob ettevõttele digitaalse visiitkaardi ja paneb sinu äri Google kaardile.
- GMB profiil aitab Google`il ja potentsiaalsetel klientidel ärist paremini aru saada.
- Millal oled avatud? Mis on aadress? Milline näeb sinu ettevõtte välja seest/väljast? Milliseid teenuseid pakud?
- Kui Google teab sinu ettevõttest rohkem, siis saab ta seda otsingutes ka paremini näidata – seda nii märksõnaotsingute puhul kui Google kaardil.

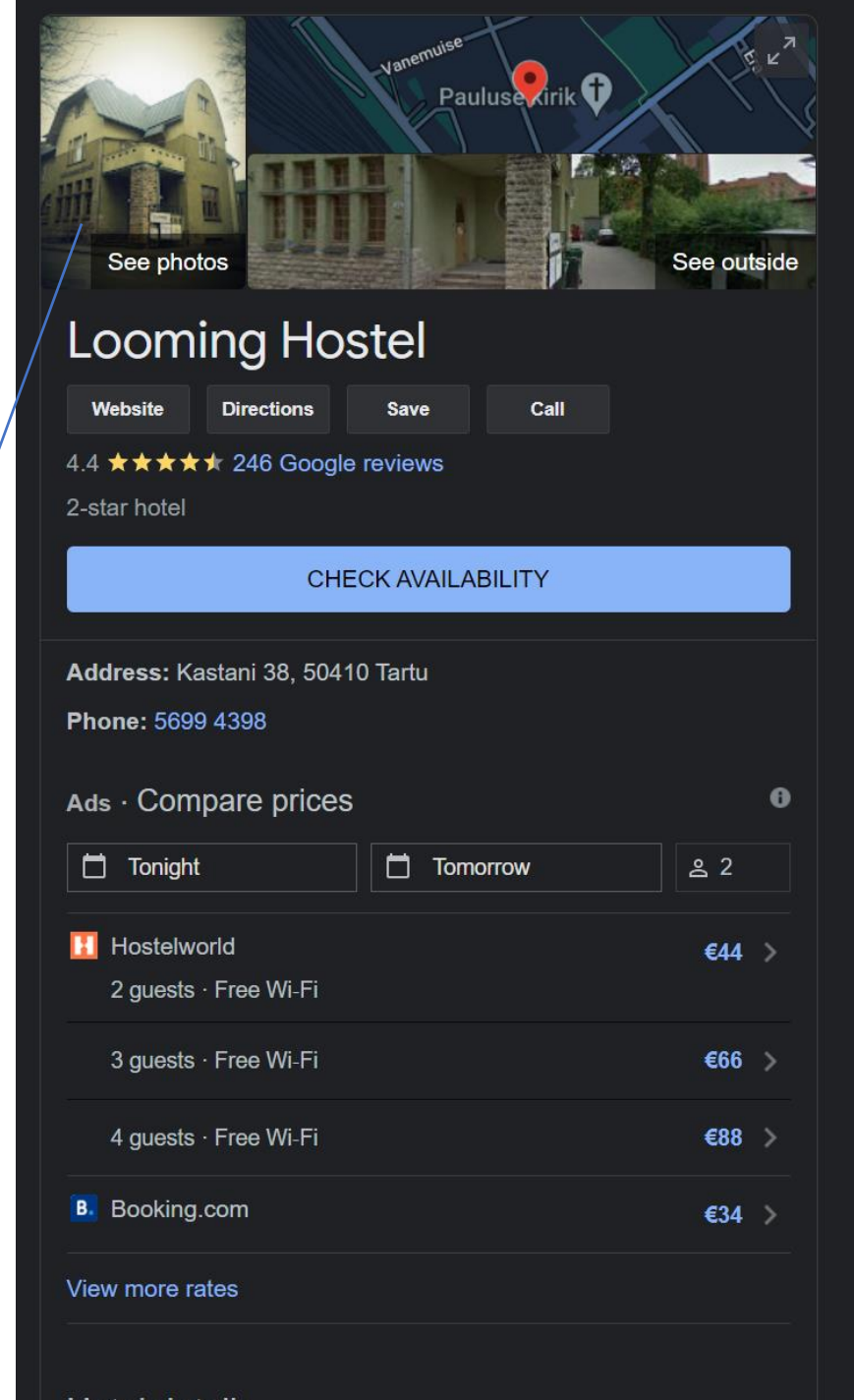
## 5 etappi Googli järgi

- 1 Unistamine
- 2 Plaanimine
- 3 Broneerimine
- 4 Reisielamused
- 5 **Jagamine**



# Mõttekoht

- Millist pildimaterjali on sul vaja lisada oma GMB profiilile?
- (Kas minu GMB profiil näeb usaldusväärne välja)?



**Looming Hostel**

4.4 ★★★★★ 246 Google reviews

2-star hotel

[CHECK AVAILABILITY](#)

**Address:** Kastani 38, 50410 Tartu  
**Phone:** 5699 4398

Ads · Compare prices ⓘ

Stay	Guests	Price
Tonight	2 guests · Free Wi-Fi	€44
Tomorrow	3 guests · Free Wi-Fi	€66
	4 guests · Free Wi-Fi	€88

Booking.com €34

[View more rates](#)

# Küsi tagasisidet

- Kliendarvustused mõjutavad Google otsingupositsioone ja klikke.
- Klientide arvustused ei teki iseenesest GMBsse - neid tuleb otse klientidelt küsida. Nt võid jagada üleskutset oma sotsiaalmeedias ja uudiskirjas või panna oma asutuse seinale suure sildi, et kui sulle meeldis meie juures, siis jaga oma kogemust ka meie Google`i lehel.
- Mõnedel äriprofiilidel on Google`is näha ka Facebooki jäetud arvustused. Neid ise Google`isse lisada ei saa, seda reguleerib algoritm. Et oma Facebooki review`d Google jaoks nähtavaks teha, siis jälgi, et:
  - ✓ Google profiilil oleks ettevõttel täpselt sama nimi, mis Facebookis
  - ✓ mõlemas kohas oleks märgitud sama aadress
  - ✓ sinu ettevõtte Google leht oleks lingitud sama veebilehega, kust viitad ka oma Facebooki lehele
  - ✓ sinu lehe struktureeritud andmetesse oleks lisatud ka sinu sotsiaalmeedia profiilid
  - ✓ Ava klientidele Q&A ehk küsimuste ja vastuste paneel

# Q&A ehk küsimuste ja vastuste sektsioon

- Kasulik GMB tööriist, mille abil kliente võita
- Selles sektsioonis saab potentsiaalne klient küsida küsimusi sinu toote või teenuse kohta ja sa saad neile otse sinnasamasse vastata.
- Samas kui küsimused jäävad pikalt õhku rippuma, siis see mõjub halvasti.
- Küsimused-vastused ja nende küsijad-vastajad jäävad sinu profiilile ka tulevikus näha. Nii tekib mõne aja jooksul KKK.

## Questions & answers

Q: Hi! I'm lactose intolerant. Do you stock alternatives to dairy milk?.

A: Hi! Sally. Yes, we do! We've got soy, oat, and almond milk.

(1 more answer)

[See all questions \(15\)](#)



Ask the community

# Positiivse tagasiside SEO

- Positiivsele tagasisidele vastates kasuta ettevõtte nime ja asukohta, toodete nimetusi (nt automarke ja mudeleid) jne
- “Kogu meie [ärinimi] meeskond rõõmustab sellist tagasisidet kuuldes, me oleme väga uhked [linna nimi] parima [millegi üle].”
- “The team here at [Business Name] is thrilled to hear such good feedback, and we’re proud to be one of the coziest [coffee shops] in [city name].”



**Robert Whitney**

5 reviews

★★★★★ 2 months ago

Very efficient and seamless purchase of a 2019 RAV 4.

Bit of a delay finalizing the transaction in the Finance office but overall a terrific experience with the Prime Toyota team!



Like

**Response from the owner** 2 months ago

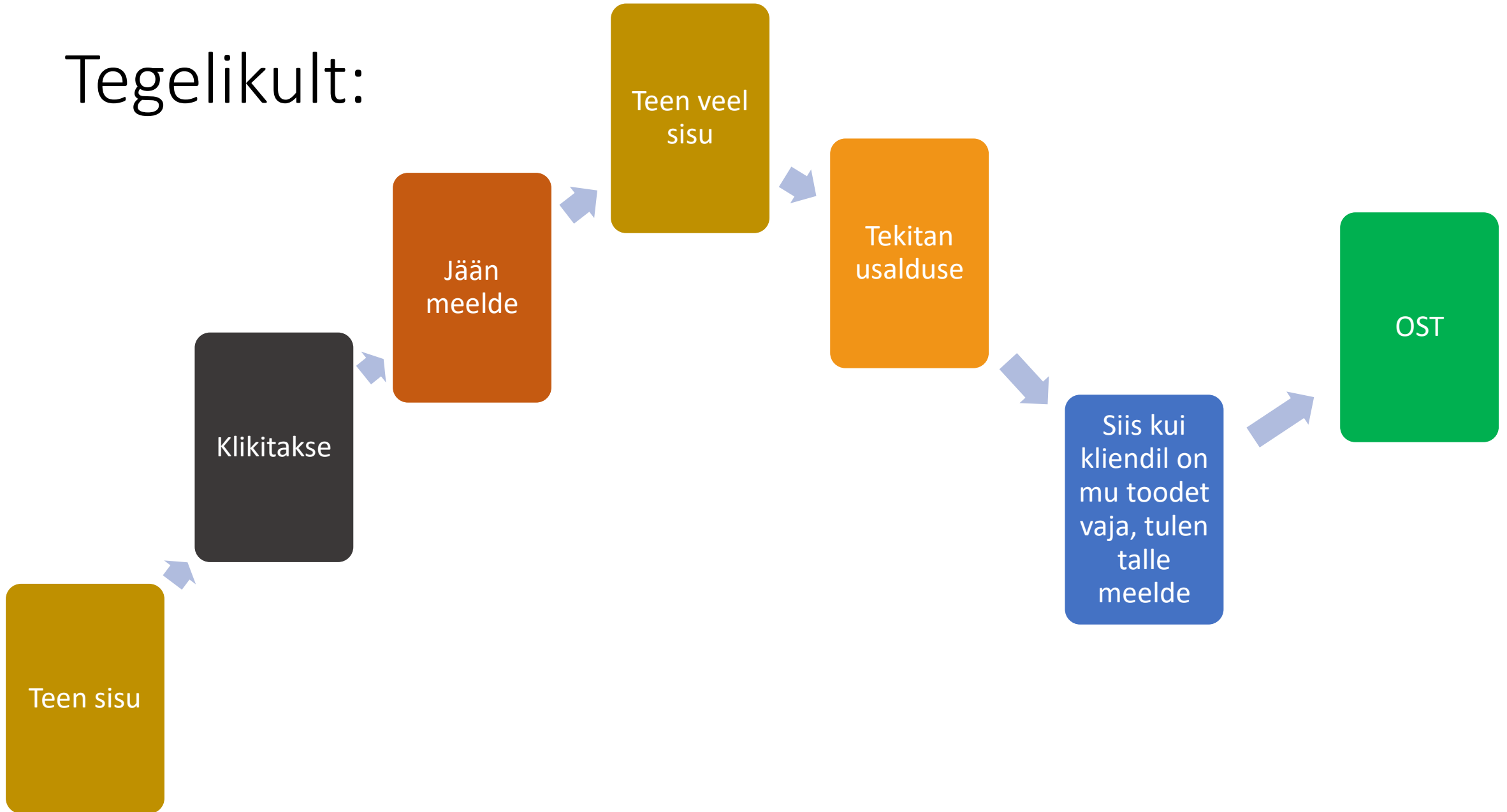
Hi Robert - It's great to hear that you had a five-star experience purchasing your 2019 Toyota RAV4, congratulations! All of us at Prime Toyota Boston appreciate your business and positive feedback. Thank you.

Kuidas see ei käi:





# Tegelikult:



# Näited, millest kirjutada:

- Info ja kliendile praktiline teadmine
- teiste head uudised või väärt info
- pakkumised ainult fännidele
- soovid tähtpäevade puhul
- päevakajalised sündmused, mis on seotud sinu valdkonnaga
- naljakad seigad, videod või pildid sinu valdkonnast
- nipid ja trikid



# Nt

- Õllekoda teeks YouTubes saadet “Õllejutud”
- Restoran peaks retseptiblogi
- ...

- Ära subtiitreid unusta!

(või siis tee subtiitrid video algusesse

[https://www.youtube.com/watch?v=ENg3KKGbSCA&ab\\_channel=PohjalaTeetalu](https://www.youtube.com/watch?v=ENg3KKGbSCA&ab_channel=PohjalaTeetalu))

# IDEED PILDIPOSTITUSEKS

## MEELELAHUTUSLIKUD

1. Tuntud tsitaat
2. Enda mõeldud tsitaat
3. Kliendi tsitaat
4. Küsimus
5. KKK ja vastus
6. Afirmatsioon
7. Fakt
8. Kasulik nõuanne
9. Meeldetuletus
10. Lühike nimekiri
11. Pealkiri
12. Teaser
13. See või teine?
14. Vastuoluline väide
15. Antud tagasiside
16. Kaadritagused
17. UGC
18. Koomiks
19. Meme
20. Mõistatused
21. Valdkonnaga seotud „Täna ajaloos“
22. Pühad ja tähtpäevad
23. Humoorikad tähtpäevad
24. Küsitlus

## KASULIKUD

25. Kasutusjuhend
26. Planeerija
27. (ostu)nimekiri
28. Tööleht

## REKLAAMIGA SEOTUD

29. Bänner
30. Reklaam
31. Tootefoto
32. Blogipostituse tutvustus
33. Logo
34. Toote kollaaž
35. Koostööpartnerite tutvustus

## INFORMATIIVSED

36. Infograafik
37. Topp 10
38. Soovinimekiri
39. Tegevusjuhend samm-sammult
40. Diagramm
41. Skeem
42. 10 viisi kuidas...
43. Võrdlus
44. Müüdid
45. Reeglid
46. Pildid töötajatest
47. Valdkonna statistika
48. Tööpakkumine
49. Tunnustused ettevõttele
50. Toote tutvustus
51. Case-study

## VIDEOOD

63. Slideshow
64. Kasutusjuhend
65. Kaadritagused
66. Intervjuu
67. Küsimused/vastused
68. Presentatsioon
69. Graafiline juhend
70. Ettevõtte info

## PRINDITAVAD

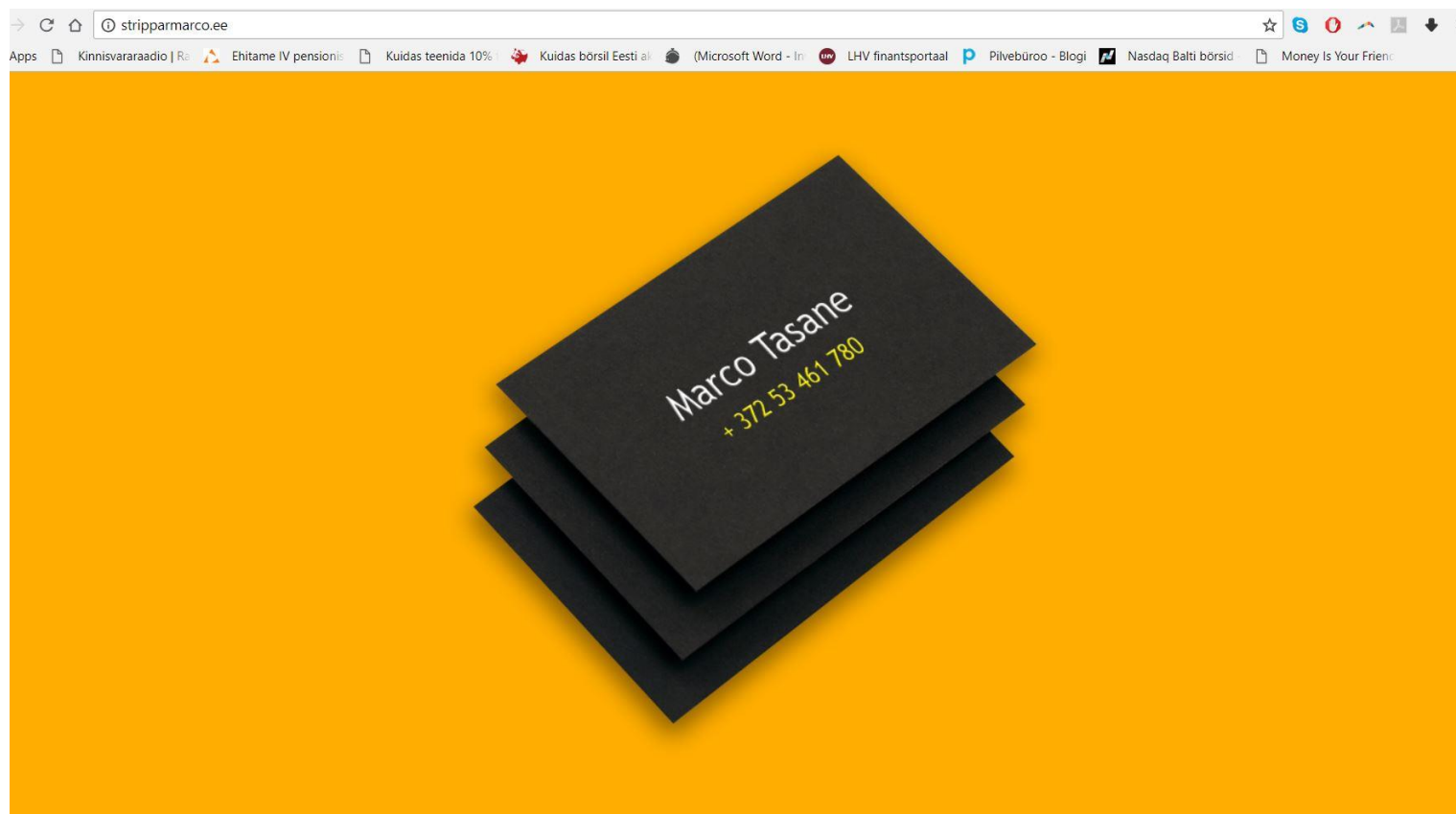
52. VIP kaart
53. Visiitkaart
54. Pühadekaart
55. Postkaart
56. Retseptikaart
57. Järjehoidja
58. Poster
59. Flaier
60. Kutse
61. Brošüür
62. Värvitav pilt

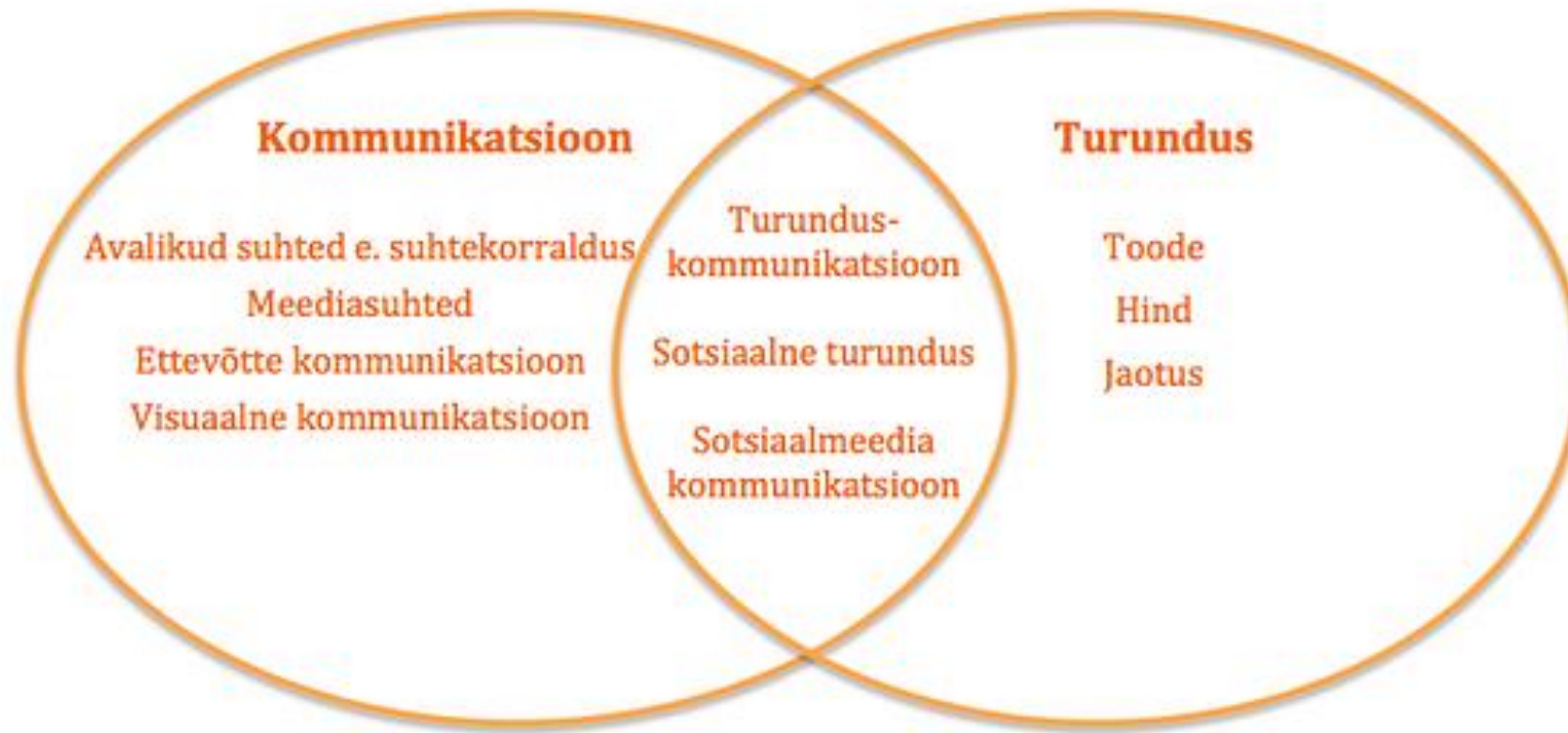
71. Trailer
72. Tagasiside kliendilt
73. GIF
74. DIY

# Ostu juhtimine

- **1. Visuaalselt kena ja vähe klikke**
- **2. Ostukäru nupud nii üles kui ka alla – Mida kiiremini nad need leiavad, seda parem**
- **3. Visa, Mastercard, Paypal jms logod nähtavaks!**
- **4. Anna võimalus shoppamise jätkamiseks**
- **5. Anna külastajatele võimalus luua konto PÄRAST ostuprotsessi lõppu**
- **6. Ostukäru ja *wishlist* – mõlemad on vajalikud**
- **7. Kohaletoimetamise aeg, tingimused jne jne. Mõttele nagu ostja!**

# Sinu veebileht



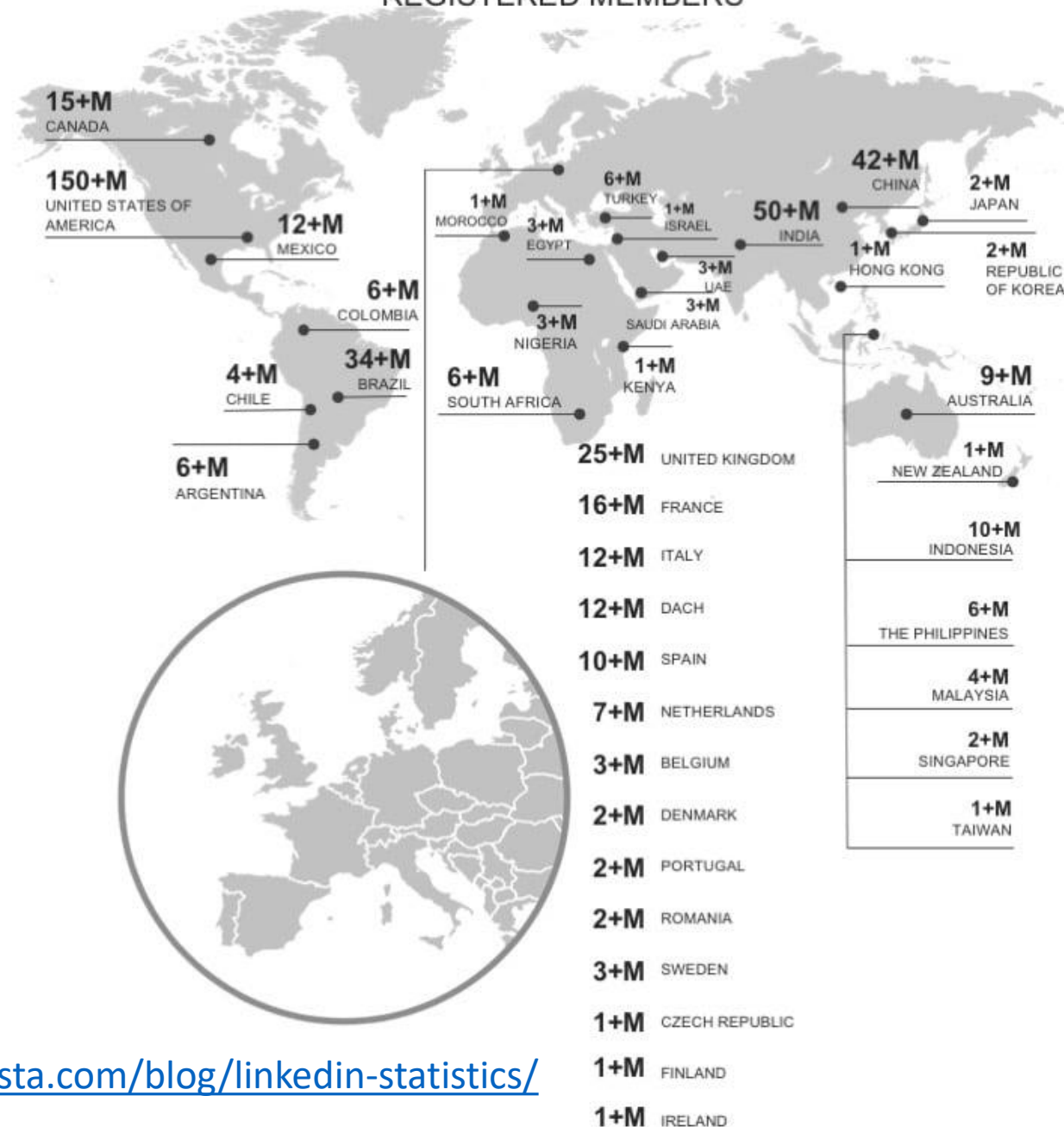


# Mis on LinkedIn?

- Sai alguse aastal 2003
- Facebook ja LinkedIn on suhtlusvõrgustikud, kuid toimivad erinevalt ja täidavad erinevaid eesmärke.
- LinkedIn on maailma suurim **ärikontaktide võrgustik**, pakkudes hulgaliselt võimalusi leida kontakte üle maailma,
- Üle 250 miljoni aktiivse kasutaja.

**575,000,000+**

REGISTERED MEMBERS

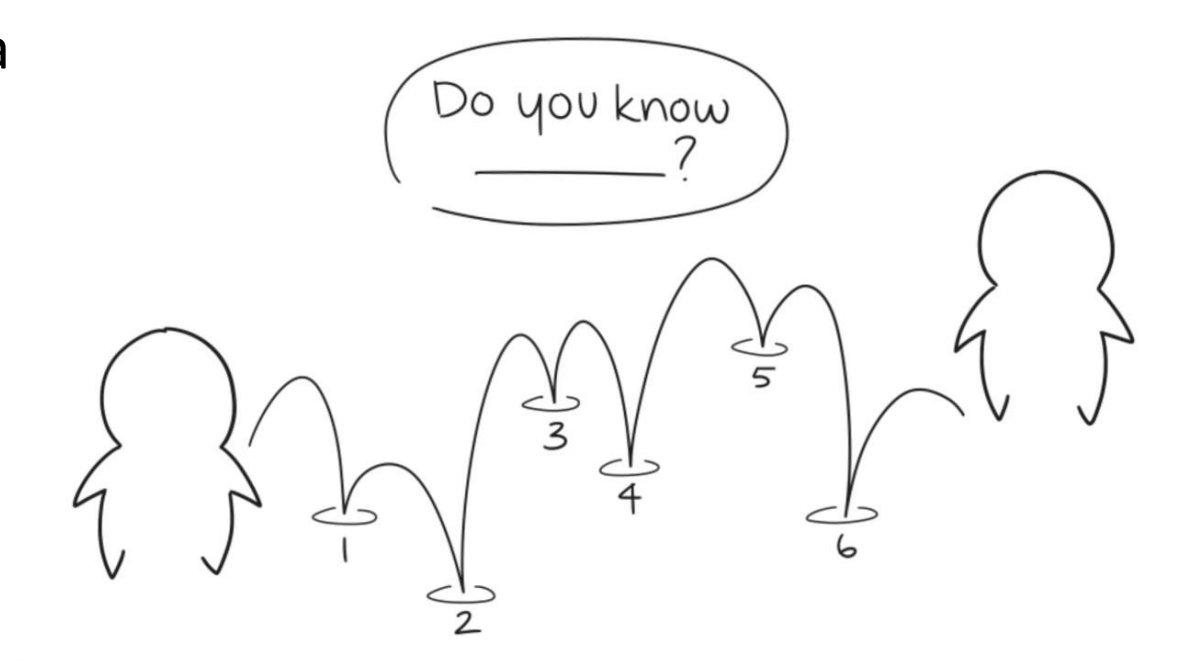


<https://kinsta.com/blog/linkedin-statistics/>



# Milleks LinkedIni kasutatakse?

- Ärisuhete arendamine (networking) ja ärivõimaluste loomine.
- Professionaalse isikliku kuvandi loomine ja hoidmine.
- Ettevõtte kuvandi loomine.
- Valdkonna uudiste jälgimine ja teadmiste arendamine (<https://www.linkedin.com/learning/>).
- Äripartnerite ja (uute ja potentsiaalsete) töötajate tausta uurimine.
- Tööotsing.
- Töötajate otsing ja värbamine.
- Sotsiaalne turundus, PR ja müük.



# Saab raha ka maksta (kui tahtmine on)

## Career

Get hired and get ahead

- Stand out and get in touch with hiring managers
- See how you compare to other applicants
- Learn new skills to advance your career

[Select plan](#)

## Business

Grow and nurture your network

- Find and contact the right people
- Promote and grow your business
- Learn new skills to enhance your professional brand

[Select plan](#)

## Sales

Unlock sales opportunities

- Find leads and accounts in your target market
- Get real-time insights for warm outreach
- Build trusted relationships with customers and prospects

[Select plan](#)

## Hiring

Find and hire talent

- Find great candidates, faster
- Contact top talent directly
- Build relationships with prospective hires

[Select plan](#)

# Sinu isiklik LinkedIn lehekülg

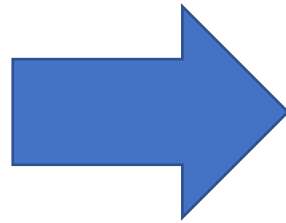
- Väikese ettevõtte omaniku või tegevjuhina sinu isiklik lugu on tihedalt seotud sinu ettevõttega.
- Sinu LinkedIn lehekülg peaks vastama küsimustele, mis potentsiaalsetel klientidel või partneritel võiks tekkida.
- Selgita välja, milline tutvustuse stiil ja info tekitavad usaldust potentsiaalsetes klientides ja partnerites.
- Kõige lihtsam on küsida infot olemasolevatelt klientidelt.

# Sinu profiil

- LinkedIni enam kui viiesajast miljonist kasutajast ainult 23% on täitnud profiili piisavalt, et saada *All Star* profiili.
- Eestis on piisavalt täidetud profiilide protsent alla 17%.
- Nõrgemad profiilid on LinkedIn'i algoritmide jaoks põhimõtteliselt nähtamatud.
- LinkedIni otsingualgoritmid hakkavad sind nägema juhul, kui sa oled ära täitnud kohustuslikud 7 profiili osa:
  1. Haridus – Education
  2. Praegune ametikoht – Position
  3. Oskused (5 või enam) – 5+ Skills
  4. Asukoht – Location
  5. Tegevusvaldkond – Industry
  6. Foto – Photo
  7. Kokkuvõte – Summary

# Technology has disrupted the 5 stages of travel





kendalljenner • Following ...

kendalljenner • locations a secret  
11m

poppydelevingne • CUTIE. 🥰  
miss that face  
10m 284 likes Reply  
— View replies (15)

thescottycunha • Omg you are soooooo cute 🥰🥰  
6m 103 likes Reply  
— View replies (1)

carinbackoffphoto • You dream

♥️ 💬 📌

Liked by kylisnapchat and 986,193 others  
11 MINUTES AGO

Add a comment... Post

# Mis on Tripadvisor?

- Aastal 2000 USAs loodud reisisait /äpp
- Hotellide ja restoranide arvustused, majutusasutuse broneeringuid ja muu reisimisega seotud sisu.
- Reisifoorumid
- 28 erinevat keelt (<http://developer-tripadvisor.com/content-api/supported-languages/>)
- Ca 850 m arvustust ja 8,6m ettevõtet ja 460m saidikülastust kuus

*"We started as a site where we were focused more on those official words from guidebooks or newspapers or magazines. We also had a button in the very beginning that said, 'Visitors add your own review', and boy, did that just take off.,,"*

# Miks kasutada?

- Tasuta reklaam (WOM reklaam)
- Inimesed usaldavad teisi inimesi, mitte ettevõtteid (ehk väike on nunnu)
- Suhtle oma klientidega
- Kontrolli narratiivi vastates arvustustele
- Tasuta inbound links veebilehele
- Eestis kasutatakse veel üsna vähe – konkurentsieelis
- SEO (Eestis toimib)



bulgogi tallinn



All Images Maps Videos News More Settings Tools

About 110,000 results (1.51 seconds)

www.tripadvisor.com > ... > Gotsu Kyuho's Kitchen

### Nice bulgogi - Review of Gotsu Kyuho's Kitchen, Tallinn, Estonia

Gotsu Kyuho's Kitchen: Nice **bulgogi** - See 63 traveler reviews, 21 candid photos, and great deals for **Tallinn**, Estonia, at Tripadvisor.

★★★★☆ Rating: 4 · Review by a Tripadvisor user

www.tripadvisor.com > ... > Tallinn > Tallinn Restaurants

### Pork Bulgogi - Picture of Hankook Korean Restaurant, Tallinn ...

Hankook Korean Restaurant, **Tallinn** Picture: Pork **Bulgogi** - Check out Tripadvisor members' 50138 candid photos and videos of Hankook Korean Restaurant.

wolt.com > est > tallinn > restaurant · Translate this page

### Gotsu | Autentne Korea restoran | Tallinn – Wolt

1× Frititud kana küüslaugu-tšillikastmes. €6.90. Icon star Populaarne. 1×. 1× **Bulgogi** (L).

Sauteed beef and vegetables with soy-ginger sauce served with rice.

★★★★★ Rating: 9.6/10 · 500 votes · Price range: €€

gotsu.ee · Translate this page

### Gotsu.ee

62a **Tallinn**, Estonia | Gotsu, Kyuho's Kitchen · Menu · Store · Location · About · Facebook.

Pärnu mnt 62A, 10135 **Tallinn** | info@gotsu.ee | +372 614 0022 ...

Missing: bulgogi | Must include: bulgogi

### Images for bulgogi tallinn



Report images



View all



Download

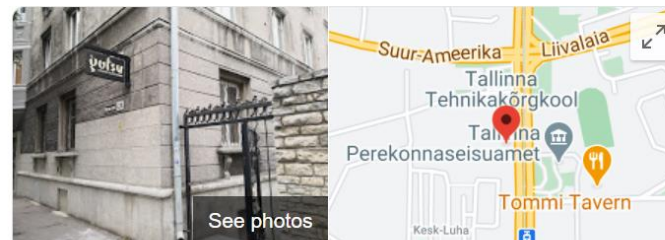
All Organic Results

Go

Organic Results	9
Ad Results	0
Product Listings	0
Local Listings	0
Video Listings	0
Image Listings	10
Fresh Listings	0
News Listings	0
FAQ Data	0

Download this data

❤️ SEO Minion? Please rate us at [Chrome Web Store](#)



### Gotsu Kyuho's Kitchen (Gotsu)

Website Directions Save Call

4.8 ★★★★★ 633 Google reviews

€€ · Restaurant

✓ Dine-in · ✓ Takeaway · ✓ Delivery

A 2-min walk from Puustelli Tallinn

**Address:** Pärnu mnt 62a, 10135 Tallinn

**Hours:** Closed · Opens 11:30AM Mon

**Phone:** 614 0022

Suggest an edit · Own this business?

# Kes saab ettevõtte listingu luua?

- Omanik
- Külastaja
- Külastajad saavad infot lisada
- Oluline on see, et info oleks kõikjal sama (lahtiolekuajad, ettevõtte nimi, koduleht jms) – seda kontrollib Tripadvisor ja see on SEO jaoks oluline

# TripAdvisor

- <https://www.tripadvisor.com/GetListedNew> - lisa oma turismiettevõtte
- [www.Tripadvisor.com/Owners](http://www.Tripadvisor.com/Owners) - tuvasta ennast omanikuna
- Võib aega võtta kuni 6 nädalat
- Isiku tuvastamiseks: telefon, pangakaart, e-mail
- Lisainfo isiku tuvastamise kohta: <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w668>
- <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w619> - töötajate lisamine/tuvastamine
- Kirjuta oma ettevõttest ilus ja huvitav kirjeldus, mis müüb
- Lisa vähemalt 10 fotot (mida rohkem, seda uhkem)
- Vaata kindlasti, et info oleks alati värsked ja korrektne!
- Näited:

[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g274959-d11697330-Reviews-V\\_Spa\\_Conference\\_Hotel-Tartu\\_Tartu\\_County.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g274959-d11697330-Reviews-V_Spa_Conference_Hotel-Tartu_Tartu_County.html)

[https://www.tripadvisor.com/Attraction\\_Review-g274959-d2318819-Reviews-The\\_Aura\\_Centre-Tartu\\_Tartu\\_County.html](https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g274959-d2318819-Reviews-The_Aura_Centre-Tartu_Tartu_County.html)

# Tasuta

- „Küsi“ ettevõtte endale [www.tripadvisor.com/Owners](http://www.tripadvisor.com/Owners) (üks inimene saab omada mitu ettevõtet – lihtsalt vaheta profiili ülemisest vasakust nurgast)
- Lisa ettevõtte kirjeldus ja muu oluline info (pane kirja see, mis sind konkurentidest eristab)
- Lisa fotod
- Küsi külastajatelt (positiivset) tagasisidet
- Hoia arvustustel silma peal
- Maini Tripadvisorit oma veebilehel, Facebookis jms (jätab usaldusväärsema mulje)
- Saa erinevaid aukirju



# TripAdvisori kontole lisaks

- <https://www.tripadvisor.com/FacebookApp>
- <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w850> (mida FB App Sinu FB lehel näitab)
- <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w832> - widget veebilehele 
- <https://www.tripadvisor.com/Widgets> (siit saada vaadata nii tasulisi kui ta tasuta widgeteid)
- <https://www.tripadvisor.com/PromoTools> - reklaamkraam (sh tasuline)



 **tripadvisor**  
Know better. Book better. Go better.

---

**The Grand Budapest Hotel**

**TripAdvisor Traveler Rating**  
  
Based on 350 traveler reviews

---

**TripAdvisor Ranking**  
**#1 of 1** hotels in The Republic of Zubrowka

---

**Most Recent Traveler Reviews**  
Jan 19, 2018: "Pure bliss!"  
Jan 15, 2018: "Unforgettable"  
Jan 15, 2018: "Dinner"  
Jan 15, 2018: "its like to be in a movie"  
Jan 15, 2018: "Wonderful Family Place to enjoy"

[Read reviews](#) | [Write a review](#)

© 2018 TripAdvisor LLC

## Select Free Stickers



REVIEW US ON TRIPADVISOR



HOURS OF OPERATION



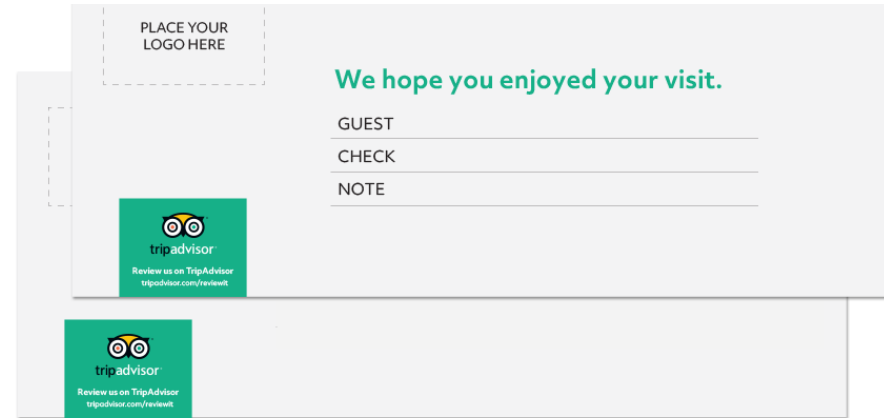
FREE WIFI



BOOK US ON TRIPADVISOR



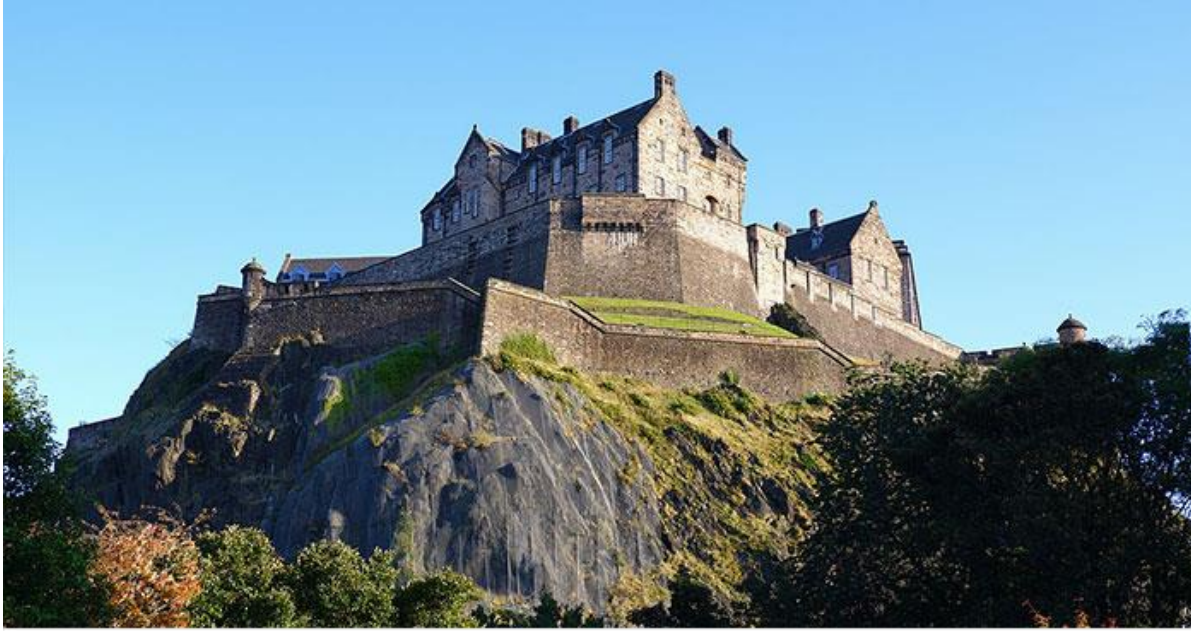
RECOMMENDED ON TRIPADVISOR



<https://www.tripadvisor.com/StickerRequest> -  
kleebised (hetkel paasil)  
<https://brandfolder.com/tripadvisorbrand/english-us> – allalaetavad materjalid (nt  
üldkasutatavale arvutile taustapildiks, e-maili  
bänner)  
<https://www.tripadvisor.com/PromoTools>







## Great day out!

Review of Edinburgh Castle



Great day out! Allow 3-4 hours to do it justice. The audio guide is an extra £3 and very detailed so well worth it. We had afternoon tea in the tea rooms as well which was lovely!





## Misleading

Review of Arthur's Seat



Not a chair in sight - had to sit on the grass, and was left with an unsightly wet patch so it looked like I had soiled myself.

<https://www.boredpanda.com/tripadvisor-reviews-uk/>



## Just a few rocks

Review of Stonehenge



I was disgusted to find this was just a few rocks to look at and nothing to do. They should knock it down and build an arcade or funfair. Don't waste your time what a silly place

# *Reviews/ Respond to Reviews*

- ***Täna tagasiside jätmise eest***
- Too välja positiivseid osasid külastusest
- Maini uusi tooteid, uuendusi jms, mis võiks inimesi uuesti külastama kutsuda
- Kindlasti vasta ka negatiivsetele kommentaaridele ja töö välja kõik, mida olukorra parandamiseks teha saad
- Viisakas ja professionaalne vastus
- Ole aus ja ära kasuta stampvastuseid
- Vajadusel jätkake vestlust e-maili teel

# Kokkuvõtteks

- Vaata, et info oleks korrektne, pane paar ilusat pilti üles ja vasta arvustusele.
- Tea, kustkohast külastajad tulevad ja mille kaudu nad broneerivad.
- Tee kõigepealt profiil korda ja siis mõtle tasuliste võimaluste peale.
- TripAdvisor on ainult üks osa turundusest.





Aerodynamically, the  
bumble bee shouldn't be  
able to fly, but the bumble  
bee doesn't know it so it  
goes on flying anyway.

*~Mary Kay Ash*

# Aitäh!

Edukaid turundustegusid  
ja  
kohtume varsti jälle! 😊

[tsimmer.maarja@gmail.com](mailto:tsimmer.maarja@gmail.com)