

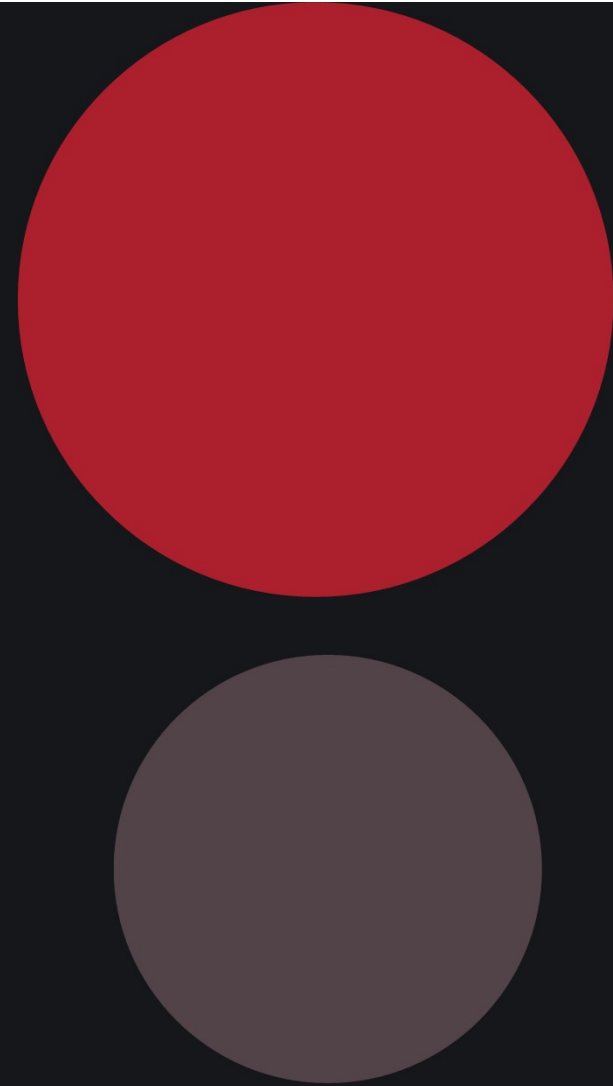


Löytääkö asiakas yrityksesi – myös tekoälyn kautta?

AI yrittäjän verkkonäkyvyyden työkaluna
nykytila • kilpailijat • Google • GEO

Karl-Johan Smeds | Creammarketing

30 min yrittäjille



Hakukoneesta vastauskoneeseen

Asiakas ei aina selaa kymmentä linkkiä. Hän kysyy – ja odottaa valmista vastausta.

PERINTEINEN

Google-haku

“paras tilitoimisto pienelle yritykselle Vaasa”

→ käyttäjä valitsee linkin

NYT

AI-haku / AI-vastaus

“Vertaa 3 tilitoimistoa Vaasassa: hinta, palvelu
pieny yritykselle ja suomen/ruotsin tuki.”

**AI kokoaa vastauksen useista lähteistä
ja nostaa esiin vain osan yrityksistä.**

→ tavoite: olla lähde, jota AI käyttää

GEO pähkinäkuoressa

Generative Engine Optimization = miten yrityksesi tieto löytyy, ymmärretään ja kelpaa lähteeksi AI-vastauksiin.

1

SEO-PERUSTA

Indeksoitava • nopea • selkeä rakenne • sisäiset linkit

2

LÄHDEKELPOINEN SISÄLTÖ

Vastaa kysymyksiin • oma kokemus • faktat • esimerkit

3

AUKTORITEETTI

Aidot maininnat • referenssit • yritystiedot • ajantasaisuus

Google 2026: GEO ei korvaa SEO:a. AI Overviews / AI Mode käyttävät edelleen Search-indeksiä ja samoja laatujärjestelmiä.

Lähde: Google Search Central, "Optimizing your website for generative AI features", päivitetty 10.7.2026.

A) Nykytila-analyysi: anna AI:lle oikea aineisto

AI on erinomainen analyytikko – kun sille annetaan yrityksen tavoite, sivut ja data, ei vain yksi kysymys.

1

SIVUT

Etusivu + tärkeimmät palvelusivut

2

HAKUDATA

Search Console: haut, sivut, näyttökerrat, CTR

3

ASIAKKAAN KYSYMYKSET

Mitä kysytään puhelimessa, sähköpostissa, myynnissä?

4

TAVOITE

Mitä haluamme myydä – kenelle – millä alueella?

AI-analyysi

- Mikä on epäselvää asiakkaalle?
- Mitä Google ei ehkä ymmärrä?
- Mihin kysymyksiin sivu ei vastaa?
- Missä on heikko näyttö / luottamus?
- Mitkä 5 muutosta vaikuttavat eniten?



Ihminen priorisoi → toteutus

Nykytila 15 minuutissa: valmis prompti

Käytä selaavaa AI-työkalua tai liitä sivujen tekstit. Pyydä aina perustelut ja URL-kohtaiset havainnot.

PROMPTI

Toimi verkkosivuston konversio-, SEO- ja GEO-auditoijana.

Yritys: [mitä myymme, kenelle, millä alueella].

Analysoi nämä sivut: [URL:t].

- 1) Selitä 5 sekunnissa: ymmärtääkö uusi kävijä mitä myymme ja miksi valita meidät?
- 2) Listaa asiakkaan 10 tärkeintä kysymystä, joihin sivusto vastaa / ei vastaa.
- 3) Tunnista SEO- ja GEO-puutteet: löydettävyyys, rakenne, asiantuntijuus, faktat, referenssit, paikallisuus.
- 4) Tee 10 toimenpiteen lista muodossa: vaikutus (1–5) / vaiva (1–5) / sivu / muutos / miksi.
- 5) Älä keksi tietoja. Merkitse “puuttuva tieto”, jos et voi todentaa asiaa.

BONUS: pyydä “näytä ennen → jälkeen”

Saat suoraan muokkauskelpoisia tekstiehdotuksia – mutta tarkista faktat ja oma äänensävy.

Search Console + AI = priorisointikone

Vie hakudata taulukoksi ja anna AI:n etsiä mahdollisuudet, joita et huomaa rivejä selaamalla.

PALJON NÄYTTÖJÄ, HEIKKO CTR

Paranna otsikkoa, lupautsa ja hakutuloksen relevanssia.

SIJAT 4–15

Nopea SEO-voitto: vahvista juuri tätä sivua ja hakuintenttiä.

HAKU, JOLLE EI OLE HYVÄÄ SIVUA

Sisältöaukko: tee palvelu-, FAQ-, vertailu- tai opassivu.

AI-NÄKYVYYS ILMAN KLIKKAUSTA

Tarkista, mitkä sivut näkyvät AI-ominaisuuksissa ja vahvista lähdekelpoisuutta.

Uutta 2026: Google Search Console näyttää erikseen sivuston näkyvyyttä generatiivisissa AI-ominaisuuksissa.

Google Search Central: Generative AI performance reports – maailmanlaajuinen käyttöönotto 31.8.2026.

B) Kilpailija-analyysi: älä kopioi – etsi tyhjä tila

AI pystyy vertaamaan useita kilpailijoita nopeasti, mutta arvokkain tulos on: mitä he eivät vielä tee hyvin?

NÄKÖKULMA	KILPAILIJA A	KILPAILIJA B	KILPAILIJA C	MEILLE AVAUTUVA TILA
Lupaus / erottautuminen	1–5	1–5	1–5	Selkeämpi erikoistuminen
Asiakkaan kysymykset	1–5	1–5	1–5	Vastaa tarkempiin kysymyksiin
Referenssit & näyttö	1–5	1–5	1–5	Lisää todelliset case-luvut
Ajantasainen sisältö	1–5	1–5	1–5	Päivitä vanha sisältö
Paikallisuus / yritystiedot	1–5	1–5	1–5	Vahvista paikallista löydettävyyttä
Muiden sivustojen maininnat	1–5	1–5	1–5	Hanki aitoja mainintoja

Kilpailija-analyysi: valmis prompti

Vertaa näkyvyyttä asiakkaan, Googlen ja AI-avustajan näkökulmasta – yhdellä toimeksiannolla.

PROMPTI

Vertaa yritystäni [URL] näihin kilpailijoihin: [URL 1], [URL 2], [URL 3].

Arvioi jokainen 1–5 ja perustele URL-esimerkillä:

- kuinka selkeästi palvelu ja kohderyhmä kerrotaan
- kuinka hyvin vastataan asiakkaan tarkkoihin kysymyksiin
- kuinka paljon on omaa asiantuntijatietoa, caseja, lukuja ja referenssejä
- kuinka ajantasainen ja helposti skannattava sisältö on
- tekninen löydettävyyys ja paikalliset yritystiedot
- uskottavat maininnat muualla verkossa

Lopuksi: nimeä 5 sisältöaukkoa, joissa voimme olla markkinan paras vastaus – älä ehdota kilpailijoiden kopiaointia.

Kysy lopuksi

“Mihin kysymykseen kukaan ei vastaa hyvin?”

“Mikä todiste puuttuu kaikilta?”

“Missä voimme olla tarkempia kuin isot toimijat?”

“Mikä sivu kannattaa tehdä ensin?”

C) Näkyvyys Googlessa + AI-haussa: 6 vipua

Hyvä uutinen: suurin osa työstä hyödyttää molempia.

1

LÖYDY

Crawl + index

Googlebot / Search Console

2

VASTAA

Asiakkaan kysymykset

selkeä intentti + vastaus

3

TODISTA

Oma kokemus

caset • luvut • kuvat

4

NIMEÄ

Kuka tietää?

asiantuntija • yritys • paikka

5

YHDISTÄ

Selkeä rakenne

sisäiset linkit • aihekokonaisuus

6

RAKENNA LUOTTAMUSTA

Muiden maininnat

PR • kumppanit • hakemistot

GEO-ajattelu: älä optimoi vain avainsanaa – optimoi kokonainen asiakkaan kysymys ja tee sivustasi uskottava lähde vastaukselle.

GEO-sisältö: tee sivusta helppo lähde – ei AI:lle kirjoitettu mainos

Google painottaa ainutlaatuista, hyödyllistä ja kokemukseen perustuvaa sisältöä.

YLEINEN TEKSTI

“Tarjoamme laadukkaita verkkosivuratkaisuja yrityksille.”

Ongelma: saman voisi sanoa lähes kuka tahansa.
AI:lla ei ole juuri mitään erityistä syytä käyttää sitä lähteenä.

LÄHDEKELPOINEN

“Verkkosivu rakennetaan niin, että tärkein palvelusivu latautuu nopeasti, palvelu on ymmärrettävä myös mobiilissa ja Google pystyy indeksoimaan tekstisisällön. Näytämme lisäksi referenssit ja tekijät, jotta kävijä voi arvioida osaamisen.”

- ✓ suora vastaus
- ✓ oma toimintatapa
- ✓ nimetty asiantuntijuus
- ✓ konkretia
- ✓ todisteet / referenssit

Google: “Create valuable, non-commodity content” – tuo mukaan oma näkökulma ja ensimmäisen käden kokemus.

Tekninen GEO-checklist: tärkeät “kyllä / ei” -asiat

AI-näkyvyys alkaa siitä, että botit pääsevät sivulle ja tärkeä tieto on oikeasti koneen luettavissa.

Googlebot pääsee sivuille	KYLLÄ	Ilman indeksointia ei Google- eikä Google AI -näkyvyyttä.
OAI-SearchBot sallittu	KYLLÄ*	Tarvitaan, jos haluat sisällön näkyvän ChatGPT Search -vastauksissa.
Tärkeä sisältö tekstinä HTML:ssä	KYLLÄ	Älä piilota olennaista vain kuviin, videoon tai vaikeaan JS-rakenteeseen.
Schema vastaa näkyvää sisältöä	KYLLÄ	Hyödyllinen Searchissa; ei ole erillistä “AI-schemaa”.
llms.txt Googlea varten	EI TARVITA	Google sanoo, ettei se auta eikä haittaa näkyvyyttä Google Searchissa.
GPTBot = sama kuin SearchBot	EI	GPTBot liittyy mallien koulutukseen; OAI-SearchBot liittyy hakuun.

Lähteet: Google Search Central 2026 + OpenAI “Overview of OpenAI Crawlers”. *Yrityksen oma päätös robots.txt-asetuksista.

Miten GEO-näkyvyyttä mitataan? Älä luota yhteen AI-kyselyyn

AI-vastaukset vaihtelevat. Mittaa toistuvasti, samoilla asiakaskysymyksillä ja usealla muotoilulla.

1

TEE 10 KYSYMYSTÄ

Oikeita kysymyksiä, joita asiakas kysyy ennen ostoa.

2

TESTAA 3 MUOTOILULLA

Sama intentti eri sanoin – esim.
“paras”, “vertaa”, “kuka sopii...”.

3

KIRJAA NÄKYVYYS

Mainitaanko yritys? Onko linkki? Mitkä kilpailijat tulevat mukaan?

4

SEURAA LIIKENNETTÄ

Search Console + Analytics +
ChatGPT referral -liikenne.

ChatGPT lisää hakutuloksista tuleviin referral-linkkeihin `utm_source=chatgpt.com` → liikenne voidaan erottaa analytiikassa.

OpenAI Publishers & Developers FAQ: referral-liikenteen tunnistus `utm_source=chatgpt.com`.

30 päivän GEO-suunnitelma pienyritykselle

Ei 100 uutta blogia. Neljä viikkoa, kolme tärkeää sivua ja selkeä ennen/jälkeen-mittaus.

VIKKO 1

NYKYTILA

AI-audit + Search Console
→ 10 priorisoitua havaintoa

✓ audit

VIKKO 2

KILPAILIJAT

3 kilpailijaa + sisältöaukot
→ valitse 3 kysymystä, joissa
voit olla paras

✓ gapit

VIKKO 3

PARANNA 3 SIVUA

Lupaus + vastaus + näyttö +
FAQ / case
→ tekninen tarkistus samalla

✓ julkaisu

VIKKO 4

MITTAA

Google / AI benchmark
→ jatka vain sitä, mikä parantaa
näkyvyyttä tai myyntiä

✓ vertailu

Huomenna: tee nämä 3 asiaa

Tekoäly löytää mahdollisuuksia. Kokemus ratkaisee, mitkä niistä kannattaa toteuttaa.

1

AUDITOI ETUSIVU

Syötä yrityksen tavoite + etusivu + tärkein palvelusivu AI:lle.

15 min

2

VERTAA 3 KILPAILIJAA

Etsi sisältöaukko, ei pelkkää avainsanaa.

20 min

3

PARANNA YKSI SIVU

Vastaa yhteen tärkeään kysymykseen paremmin kuin kukaan muu.

30 min



CREAMARKETING

AI voi tehdä analyysin. Creamarketing auttaa muuttamaan havainnot nopeaksi, löydettäväksi ja myyväksi verkkosivuksi.

creamarketing.com

Lähteet ja ajantasaiset ohjeet

Esityksen GEO-suositukset perustuvat ensisijaisesti hakukoneiden omiin ohjeisiin ja tutkimukseen.

Google Search Central

Optimizing your website for generative AI features on Google Search

developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide

Google Search Central

AI features and your website

developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features

Google Search Central

Generative AI performance reports in Search Console (2026)

developers.google.com/search/blog/2026/06/gen-ai-performance-reports

OpenAI

Overview of OpenAI Crawlers – OAI-SearchBot vs GPTBot

developers.openai.com/api/docs/bots

OpenAI

Publishers & Developers FAQ – ChatGPT Search

help.openai.com/en/articles/12627856-publishers-and-developers-faq

Aggarwal et al. / KDD 2024

GEO: Generative Engine Optimization

arxiv.org/abs/2311.09735

Huom: GEO on nopeasti kehittyvä alue. Vältä “varmoja ranking-hackeja”; tarkista aina ajantasaiset Google- ja AI-palveluiden omat ohjeet.