

Märksõnad lihtsalt

Leia sõnad, mida su kliendid päriselt otsivad — ja õpi, kuidas neid kodulehel kasutada nii, et Google leiab su üles.

- 1 Mis on märksõnad ja miks need loevad
- 2 Kuidas inimesed päriselt otsivad — intent
- 3 Pikk saba vs lühike saba
- 4 Tööriistad märksõnade leidmiseks
- 5 Kohalikud märksõnad — väikeettevõtja eelis
- 6 AI otsing 2026 — uus reaalsus
- 7 Kuidas märksõnu kodulehel kasutada
- + Vead, mida vältida

Mis on märksõnad ja miks need loevad

Märksõna on sõna või fraas, mida inimene sisestab Google'i, kui ta midagi otsib. Sinu koduleht ilmub otsingutulemustes ainult siis, kui su leht räägib samadest sõnadest, mida klient otsingusse kirjutab.

× ILMA MÄRKSONADETA

Leht räägib sellest, mida sina pakud — oma sõnadega

Google ei leia seost kliendi otsinguga. Leht on veebis olemas, aga nähtamatu.

✓ ÕIGETE MÄRKSONADEGA

Leht räägib sellest, mida klient otsib — kliendi sõnadega

Google mõistab, et su leht vastab otsingule. Ilmub tulemuste hulka.

- Märksõnad ei ole ainult SEO tehniline asi — need on sild sinu ja kliendi vahel
- Sa ei saa valida, milliste sõnadega Google su lehte näitab — Google otsustab selle ise, lähtudes lehel olevast tekstist
- Üks leht peaks olema optimeeritud ühe põhimärksõna ümber — mitte kümne korraga
- Märksõnade töö ei lõpe kunagi — klientide otsingukäitumine muutub pidevalt

KULDREEGEL

Kirjuta oma lehele nii, nagu su klient seda otsib — mitte nii, nagu sina oma toodet kirjeldad. Klient otsib „kodukoristus Tallinn“, mitte „professionaalne koristusteenus kodumajandusvaldkonnas“.

PRAKTILINE NIPP

Küsi viielt erinevalt inimeselt: „Kui sa otsid [sinu teenust], mida sa Google'i kirjutaksid?“ Vastused üllatavad sind — ja need on su märksõnad.

Otsinguintentsioon ja pikk saba

Inimene ei otsi alati seda, mida sa arvad. Otsinguintentsioon on see, MIDA inimene tegelikult tahab — mitte ainult sõnad, mida ta kirjutab. Samuti on lühikesed märksõnad tihti liiga konkurentsitihedad.

Otsinguintentsiooni tüüp	Mida inimene tahab	Näide	Sinu leht peaks
Informatiivne	Saada infot, õppida	„kuidas puhastada aknaraame“	Blogipostitus, juhend
Navigatsiooniline	Leida konkreetne leht	„KaaroVeeb kontakt“	Kontaktleht
Kommertsiaal	Uurida enne ostu	„parim koristusfirma Tallinn“	Teenuseleht hinnaga
Tehinguline	Osta või tellida kohe	„telli koristus Tallinn“	Teenuseleht + CTA

PIKK SABA VS LÜHIKE SABA

Lühike saba — raske

„koristus“ — suur otsinguvõng, tohutu konkurents. Google eelistab suuri brände. Väikeettevõttel on vähe lootust.

Pikk saba — tark valik

„laste toa koristus Tallinn“ — väiksem otsinguvõng, vähe konkurents, aga klient on täpselt see, keda tahad.

PRAKTILINE NIPP

Väikeettevõtjana on su kõige suurem eelis täpsus. „Koristus“ — sa kaotad. „Ökokoristus väikelastega peredele Tallinnas“ — sa võidad. Mida täpsem, seda parem konversioon.

Tööriistad märksõnade leidmiseks

Sa ei pea arvama, mida kliendid otsivad — tööriistad näitavad seda täpselt. Kõik siin loetletud tööriistad on tasuta.

1 Keywords Surfer

Tasuta Chrome'i laiendus. Näitab Google'i otsingus kohe kõrval otsingumahtu ja seotud märksõnu. Parim igapäevaseks kiireks uurimiseks.

2 Google Search Console

Kõige väärtuslikum tööriist. Näitab, milliseid sõnu inimesed juba kasutavad su lehe leidmiseks. Tasuta, täpsed andmed, päris su lehe kohta.

3 Google Keyword Planner

Google'i enda tööriist. Näitab otsingumahtusid ja seotud märksõnu. Vajab Google Ads kontot, aga kasutamine on tasuta.

4 AnswerThePublic

Küsimuste kaevandus. Näitab, milliseid küsimusi inimesed sinu teema kohta otsivad. Ideaalne blogipostituste ja KKK jaotiste loomiseks.

5 Google'i automaatne täide

Tasuta, alati käepärast. Alusta kirjutamist Google'i otsingusse — automaatselt pakutavad fraasid on päris otsinguandmed.

6 „Inimesed küsivad ka“

Google'i otsingutulemuses. Sektsiooni „Inimesed küsivad ka“ küsimused on päris kasutajate päriselt otsitud fraasid.

PRAKTILINE NIPP — ALUSTA SELLEST

Ava Google Search Console ja vaata sektsiooni „Päringud“. Seal näed, milliste sõnadega inimesed sinu lehte juba leiavad. Need on su olemasolevad märksõnad — optimeerides neid, saad kiireima tulemuse.

Kohalikud märksõnad

väikeettevõtja eelis

Kohalik otsing on väikeettevõtja suurim võimalus. Suur konkurent ei jõua optimeerida iga linna ja piirkonna jaoks — aga sina saad. Kohalik märksõna + hästi seadistatud Google Business profiil = kliendid su ukse taga.

✓ Teenus + linn	✓ Teenus + linnaosa	✓ Teenus + piirkond
„koristus Tallinn“, „koduleht Tartu“ — lihtsaim ja kõige otsitum kombinatsioon.	„koristus Mustamäe“, „ehitus Ülemiste“ — väiksem otsinguvõng, väga vähe konkurentsi.	„koristus Harjumaa“, „köögimööbel Lääne-Viru“ — sobib, kui teenindusala on lai.

✗ ILMA KOHALIKU MÄRKSÕNATA	✓ KOHALIKU MÄRKSÕNAGA
<p>H1: „Professionaalne koristusteenus“</p> <p>Google ei tea, kus sa asud. Ilmud ainult siis, kui kasutaja on su lähedal ja Google seda ise otsustab.</p>	<p>H1: „Koristusteenus Tallinnas — kiire ja usaldusväärne“</p> <p>Google seostab su teenuse Tallinnaga. Ilmud kohaliku otsingu tulemuste hulka.</p>

- Lisa linna nimi pealkirja (H1), meta kirjeldusse ja lehe tekstisse — vähemalt 2–3 korda loomulikult
- Google Business profiil on kohaliku SEO alus — seadista see täielikult, lisa fotod ja tööajad
- Kliendid arvustusena kirjutavad sageli ise kohaliku märksõna — „parim koristaja Tallinnas“ — see tugevdab su SEO-d automaatselt

PRAKTILINE NIPP

Otsi Google'ist oma teenus + linn ja vaata, kes esimesena ilmub. Vaata nende lehti — mis sõnu nad kasutavad? Mida saad neist õppida? Analüüsi konkurente, et leida oma võimalus.

2026. aastal ei otsi inimesed enam ainult Google'ist. ChatGPT, Perplexity ja Gemini annavad vastuseid otse — ilma et kasutaja peaks lingile klikkima. See muudab märksõnade strateegiat.

Mis muutus AI otsinguga

Inimene küsib ChatGPT-lt: „Milline on parim koristusfirma Tallinnas?” AI annab vastuse kohe — ilma et kasutaja peaks kodulehele minema. Null-klikk otsingud kasvavad.

Mis ei muutu

AI tõmbab infot kodulehtedelt, arvustustest ja autoriteetsetest allikatest. Kui su lehel on selge, konkreetne info — AI kasutab seda. Hea sisu töötab mõlemas maailmas.

KUIDAS VALMISTUDA AI OTSINGUTE AJASTUKS

- **Vasta küsimustele otse** — AI eelistab lehti, kus küsimusele on selge, konkreetne vastus. „Mis maksab koristus?” → anna vastus kohe, mitte „võtke ühendust”
- **Kasuta loomulikku keelt** — AI-d koolitatakse inimlike tekstidega. Loomulik, konkreetne tekst töötab paremini kui märksõnadega topitud tekst
- **Kohalik info on tähtis** — AI geograafilised vastused põhinevad Google Businessil ja kohalikul sisul. Seadista Google Business täielikult
- **Arvustused on AI jaoks signaal** — ChatGPT ja Perplexity kasutavad arvustusi soovitude tegemisel. Kogu aktiivselt arvustusi

PRAKTILINE NIPP

Küsi ChatGPT-lt või Perplexity-lt: „Milline on parim [sinu teenus] [sinu linnas]?” Kas su ettevõtte ilmub? Kui ei — on märk, et su veebipresents vajab tõhustamist. Kui ilmub — suurepärane, jätkka sama kurssi.

Kuidas märksõnu kodulehel kasutada

Märksõnad leitud — nüüd tuleb need kodulehele panna. Küsimus pole selles, kui palju märksõnu kasutada, vaid kus ja kuidas. Google loeb lehte ülalt alla — teatud kohtades on sõnad tähtsamad kui teistes.

1 H1 pealkiri — kõige tähtsam

Iga lehel peaks olema üks H1, mis sisaldab põhimärksõna. See on Google'ile kõige selgem signaal, millest leht räägib.

2 Meta kirjeldus

150–160 tähemärki. Nähtav Google'i otsingutulemustes pealkirja all. Sisalda märksõna loomulikult — see on su reklaamlause.

3 Esimene lõik

Lisa põhimärksõna esimesse 100 sõna. Google loeb lehe alguse hoolikamalt — esimene lõik annab konteksti.

4 H2 ja H3 alapealkirjad

Lisa seotud märksõnu alapealkirjadesse. Need aitavad Google'il mõista lehe struktuuri ja teemasid.

5 Alt-tekstid piltidel

Lisa märksõna piltide alt-tekstidesse loomulikult. Google näeb pilti ainult alt-teksti kaudu.

6 URL-i aadress

kaaroveeb.ee/kodulehe-tegemine-tallinn on parem kui kaaroveeb.ee/teenused/123. Märksõna URL-is annab selge signaali.

MÄRKSONADE TOPPIMINE — VÄLTIDA

Märksõna kordamine 20 korda ühel lehel ei aita — kahjustab. Google tuvastab kunstliku toppimise ja alandab lehe positsiooni. Kasuta märksõna loomulikult 2–4 korda ja lisa seotud sõnavara.

PRAKTILINE NIPP

Kirjuta kõigepealt tekst inimesele — loomulikult ja selgelt. Seejärel kontrolli, kas põhimärksõna on H1-s, esimeses lõigus ja meta kirjelduses. Kui need kolm kohta on kaetud, on 80% tööst tehtud.

Levinud vead ja kontrollnimekiri

5 LEVINUMAT VIGA MÄRKSÕNADEGA

× Viga 1 — liiga üldised sõnad

„Koduleht“, „koristus“, „ehitus“ — konkurents on tohutu. Täpsusta alati.

× Viga 2 — märksõnade toppimine

Sama sõna 15 korda ühel lehel — Google karistab selle eest positsiooni alandamisega.

× Viga 3 — vale leht vale sõna jaoks

Avaleht optimeeritud kõige jaoks korraga — Google ei saa aru, millest leht räägib.

× Viga 4 — otsinguintentsiooni ignoreerimine

Inimene otsib „koristuse hind“ — ta tahab hinda näha, mitte „võtke ühendust“.

× Viga 5 — kohaliku märksõna puudumine

Teenuste leht ilma linna nimeta — Google ei tea, kus sa asud.

× Viga 6 — Google Business seadistamata

Ilma täielikult seadistatud profiilita jääb kohalik otsing nõrgaks.

KONTROLLNIMEKIRI

● Iga teenusleht on eraldi lehel

Üks leht = üks märksõna = üks teema

● H1 sisaldab põhimärksõna

Ja kohalikku märksõna (linna nime)

● Meta kirjeldus on täidetud

150–160 tähemärki, märksõna loomulikult sees

● Esimene lõik sisaldab märksõna

Loomulikult, esimese 100 sõna sees

● Google Business on täielikult seadistatud

Fotod, tööajad, teenused, kirjeldus

● Google Search Console on ühendatud

Näed, milliste sõnadega sind leitakse

● Lehel on vähemalt 500 sõna sisu

Google eelistab sisukaid lehti

● Otsinguintentsioon on kaetud

Inimene saab vastuse, mida ta tuli otsima

KaaroVeeb

KaaroVeeb

kaaroveeb.ee

Vajad abi õigete märksõnade leidmisel?

Esimene kõne on tasuta ja kohustuseta. Vaatame
koos üle, milliste sõnadega su kliente leida ja
kuidas lehte optimeerida.

kaaroveeb.ee

(+372) 5615 6313

[Broneeri tasuta kõne →](#)