

# Meta kirjeldused — Title ja Description

Esimene tekst, mida klient Google'is näeb — enne kui ta su lehele üldse klikib. 2026. aastal kirjutab Google 76% title'itest ümber. Siin on, miks see juhtub ja kuidas seda vältida.

- 1 Mis on title ja description — kus neid näidatakse
- 2 Miks see loeb — CTR ja klikimäär
- 3 Title tag — kuidas kirjutada
- 4 Google kirjutab 76% title'itest ümber — miks?
- 5 Meta description — veenev tekst, mis paneb klikata
- 6 Pikkus, tähemärgid ja märksõnad
- 7 Levinud vead — mida vältida
- 8 Seadistamine WordPressis

# Mis on title ja description

## ja miks CTR loeb

Title tag ja meta description on HTML-elementid, mida Google kuvab otsingutulemustes. Need ei mõjuta otseselt positsiooni — küll aga mõjutavad otseselt seda, kas inimene su lehele klikib.

2026. aastal on see olulisem kui kunagi varem: AI ülevaated ja esiletoodud väljalõked varastavad tähelepanu orgaanilistelt tulemustelt.

### KUIDAS SEE GOOGLE'IS VÄLJA NÄEB

kaaroveeb.ee > teenused

Kodulehe tegemine Tallinnas — KaaroVeeb ← **TITLE TAG**

Professionaalne koduleht 2–3 nädalaga. Fikseeritud hind, selge protsess. Üle 80 rahuloleva kliendi. ← **META DESCRIPTION**

#### T Title tag

Sinisega kuvatud pealkiri otsingutulemustes. Kõige tähtsam klikimäärile. Google kirjutab selle 76% juhtudest ümber (2025. aasta uuring). Mõjutab ka positsiooni — aga algset HTML-koodi, mitte kuvatud versiooni.

#### D Meta description

Hallina kuvatud tekst pealkirja all. Ei mõjuta positsiooni — küll aga mõjutab otseselt klikimäära. Tühi description tähendab, et Google valib ise teksti lehelt. Google kirjutab ka description'i ümber rohkem kui 62% juhtudest.

### MIKS CTR ON TÄHTIS

● **CTR (klikimäär)** = mitu protsenti inimestest, kes su tulemust näevad, klikib sellel. Sama positsioon + parem title = rohkem kliente ilma positsiooni tõstmata.

● Google märkab kõrget CTR-i — see võib positsiooni pikemas perspektiivis positiivselt mõjutada.

● 2026. aastal on orgaaniliste tulemuste CTR AI ülevaadete tõttu langenud — **iga kliki eest võitlemine kriitilisem kui kunagi varem.**

#### PRAKTILINE NIPP — KONTROLLI OMA CTR-I KOHE

Google Search Console → Tulemuslikkus → Päringud → sorteerri CTR järgi. Lehed CTR-iga alla 2% on prioriteet — need ilmuvad otsingus, aga inimesed ei klikki. Title ja description uuendamine on kiireim viis tulemust parandada.

# Title tag — kuidas kirjutada

Title tag on kõige olulisem SEO-element lehel. Hästi kirjutatud title sis sisaldab märksõna, kirjeldab lehe sisu täpselt ja meelitab klikata. Järgmine osa selgitab, miks Google kirjutab selle siiski 76% juhtudest ümber — ja mida teha, et see ei juhtuks.

## PARIM STRUKTUUR

### Märksõna – Lisainfo | Brändinimi

Kodulehe tegemine Tallinnas – Kiire ja usaldusväärne | KaaroVeeb

#### × NÕRK TITLE

Avaleht | Ettevõtte nimi OÜ

Ei sisalda märksõna. Brändinimi ees raiskab ruumi. Google kirjutab kindlasti ümber.

#### ✓ TUGEV TITLE

Raamatupidamine väikeettevõttele Tallinn — Hinnad | Firma OÜ

Märksõna ees. Selge lubadus. Kohalik viide. Bränd lõpus. Google jätab suure tõenäosusega muutmata.

- **Märksõna pane alati esimeseks** — Google loeb vasakult. Märksõna esimesena = suurim kaal.
- **50–60 tähemärki** — see vahemik on Google ümbersõnastamise vastu kõige vastupidavam. 84% sellest vahemikust jäetakse muutmata.
- **Iga leht vajab unikaalset title'it** — duplikaadid kahjustavad SEO-d ja ajavad kasutaja segadusse.
- **Brändinimi lõpus, mitte ees** — säästab ruumi märksõna jaoks.
- **Kasuta sidekriipsu, mitte toru** — toru (|) asendatakse 41% juhtudest, sidekriips (–) ainult 20%.

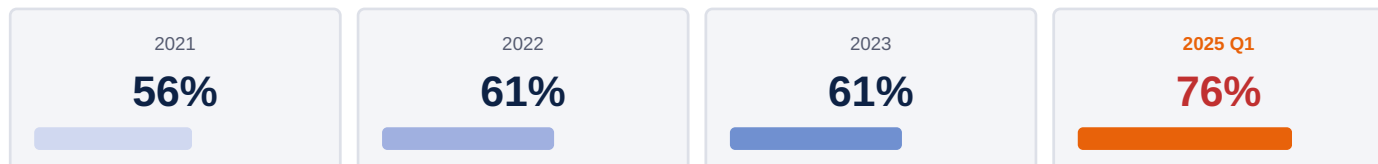
#### KULDREEGEL

Kirjuta title nii, et inimene saab ühe pilguga aru: see leht on minu jaoks. Märksõna esimesena, lubadus sees, bränd lõpus — ja H1-pealkiri peab rääkima täpselt samast teemast mis title.

# Google kirjutab 76% title'itest ümber

See ei ole teooria — see on mitme uuringuga mõõdetud ja dokumenteeritud. 2025. aasta I kvartali uuring (John McAlpin / Search Engine Land) analüüsis tuhandeid otsinguid ja leidis, et iga nelja title'i seast kirjutab Google kolm ümber. Trend on kasvav alates 2021. aastast.

## ÜMBERSÖNASTAMISE KASV AJAS



Allikas: Cyrus Shepard 2022–2023, John McAlpin / Search Engine Land 2025. aasta I kvartal

Põhjus 1 — Bränd ees (63%)	Põhjus 2 — Liiga pikk (30%)	Põhjus 3 — Ei vasta sisule
63% kõigist muutustest on brändinime eemaldamine. Google eelistab märksõna ees — mitte su firmanime.	Title üle 60 märki kärbitakse automaatselt. Üle 70 märki = 99,9% ümbersõnastamise tõenäosus.	Title lubab midagi, mida lehel pole. Google asendab selle H1-pealkirja või lehe tekstiga, mis sobib paremini.

## KUIDAS VÄHENDADA ÜMBERSÖNASTAMIST

- ✓ Hoida title 50–60 tähemärgi vahel — 84% sellest vahemikust jäetakse muutmata
- ✓ Kirjuta H1 ja title nii, et mõlemad räägivad täpselt samast teemast — ümbersõnastamine langeb 20%-ni
- ✓ Kasuta sidekriipsu (–), mitte toru (|) — toru asendatakse 41%, sidekriips ainult 20%
- ✗ Ära pane brändinime title'i esimeseks — see on kõige levinum ümbersõnastamise põhjus (63%)
- ✗ Ära luba title'is midagi, mida lehel tegelikult pole — Google asendab selle lehe päris sisuga

### 2026 — GOOGLE TESTIB AI-GENEREERITUD PEALKIRJU OTSE OTSINGUS

Märts 2026: Google kinnitas The Verge'ile, et testib AI-genereeritud pealkirju otse otsingutulemuste lehel. Need pole lihtsad kärpimised — vaid täiesti uued, AI loodud pealkirjad. Seni on muutmata jäänud lehed, mille title ja H1 on täpsed ja kooskõlas.

### HEA UUDIS — SEO EI KAO KA SIIS, KUI GOOGLE TITLE ÜMBER KIRJUTAB

Google kasutab positsiooni arvutamiseks algset HTML-koodi — mitte seda, mida otsingutulemustes kuvatakse. Seega säilitab hästi optimeeritud title oma SEO väärtuse ka siis, kui Google selle ümber kirjutab. Kirjuta ikkagi hea title.

# Meta description — veenev tekst, mis paneb klikata

Meta description on su reklaamlause Google'i otsingutulemustes. See ei mõjuta positsiooni — küll aga mõjutab otseselt seda, kas inimene klikib. 150–160 tähemärki, et veenda inimest just sinu lehele tulema.

## HEA DESCRIPTION SISALDAB KOLME ELEMENTI

### 1 Lubadus / tulemus

Mida inimene saab? Mis probleem laheneb?  
„Professionaalne koduleht 2–3 nädalaga.“

### 2 Usalduse element

Arv, fakt, garantii. „Üle 80 rahuloleva kliendi Tallinnas.“ Konkreetne number toimib alati paremini kui üldine lubadus.

### 3 Üleskutse (CTA)

Mis ta peab tegema? „Broneeri tasuta konsultatsioon.“ Ilma CTA-ta jääb inimene kõhklema.

### × NÕRK DESCRIPTION

„Pakume erinevaid teenuseid. Võtke meiega ühendust ja saame arutada teie vajadusi.“

Üldine, ei luba midagi konkreetset. Sama võiks seista kõigi konkurentide lehel. Google kirjutab tõenäoliselt ümber.

### ✓ TUGEV DESCRIPTION

„Koduleht valmib 2–3 nädalaga, fikseeritud hinnaga. Üle 80 rahuloleva kliendi Tallinnas. Broneeri tasuta konsultatsioon.“

Konkreetne aeg, hind, tõend ja CTA. Inimene teab, mida oodata.

📌 **150–160 tähemärki** — pikem kärbitakse. Mobiilil on piir u 120 märki — tähtsaimad asjad pane alati algusesse.

📌 **Iga leht, unikaalne description** — mitte sama tekst kõigil lehtedel.

📌 **Lisa märksõna loomulikult** — Google tõstab otsitud sõnad description'is rasvases kirjas, mis tõmbab tähelepanu.

📌 **Kirjuta inimesele, mitte Google'ile** — description ei mõjuta positsiooni, ainult klikimäära.

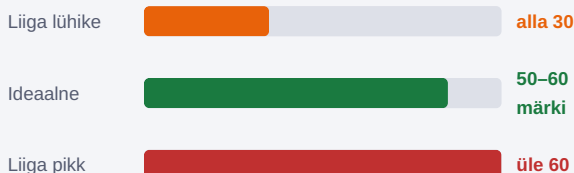
## PRAKTILINE NIPP — 3 KÜSIMUST ENNE SALVESTAMIST

Loe description üle ja küsi: 1) Mida inimene saab? 2) Miks just mina? 3) Mis ta peab tegema? Kui kolme sekundiga ei oska vastata — kirjuta uuesti.

# Pikkus, tähemärgid ja märksõnad

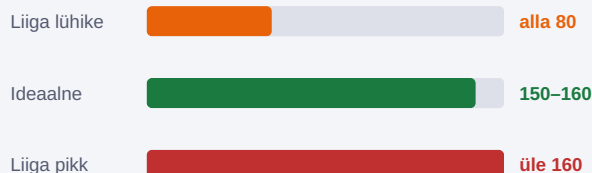
Pikkus on üks kõige levinumaid vigu — liiga pikk lõigatakse, liiga lühike jätab ruumi kasutamata. Samuti mõjutab pikkus seda, kas Google sinu title ümber kirjutab.

## Title tag — optimaalne pikkus



Üle 70 märki = 99,9% ümbersõnastamise tõenäosus.

## Meta description — optimaalne pikkus



Mobiilil on piir u 120 märki. Tähtsaimad asjad pane alati algusesse.

## MÄRKSÕNAD TITLE'IS JA DESCRIPTION'IS

### T Title — märksõna positsioon

Põhimärksõna alati esimeseks. Google annab sõnadele vähem kaalu, kui need asuvad lõpus. „Kodulehe tegemine Tallinn“ on parem kui „KaaroVeeb kodulehe tegemine Tallinn.“

### D Description — märksõna kasutus

Lisa märksõna loomulikult — mitte topitult. Google tõstab otsitud fraasid description'is rasvases kirjas, mis tõmbab tähelepanu ja suurendab klikimäära.

## PRAKTILINE NIPP — AHREFS SEO TOOLBAR

Paigalda Ahrefs SEO Toolbar Chrome'i (tasuta) — avab iga lehe kohta kohe paneeli otse brauseris, näitab title'i ja description'i pikkust, puuduvaid välju ja SEO-probleeme. Pole vaja minna eraldi lehele.

# Levinud vead

## mida vältida

Enamik kodulehti teeb vähemalt 2–3 nendest vigadest. Mõned kahjustavad positsiooni, teised ainult klikimäära — aga kõik on parandatavad ja iga paranduse mõju on mõõdetav.

### × Viga 1 — Duplikaadid

Sama title mitmel lehel. Google ei tea, milline leht on tähtsam — kõik lehed konkureerivad omavahel. **Iga leht = unikaalne title + description.**

### × Viga 2 — Brändinimi ees

„Firma OÜ | Kodulehe tegemine“ raiskab märksõna ruumi. Google eemaldab brändinime 63% ümbersõnastamistest. **Pane bränd lõppu.**

### × Viga 3 — CMS automaatne

WordPress genereerib title lehe pealkirjast, description jääb tühjaks. Google valib ise — sageli halva lõigu. **Kirjuta ise Yoastis või RankMathis.**

### × Viga 4 — Märksõnade toppimine

„Koduleht Tallinn koduleht Eesti koduleht odav“ — Google tuvastab ja karistab. **Üks märksõna title'is, loomulik kasutus.**

### × Viga 5 — Liiga pikk

Üle 60 märgi kärbitakse. Üle 70 märgi kirjutab Google 99,9% juhtudest ümber. **Kontrolli pikkust enne salvestamist.**

### × Viga 6 — Title ja H1 erinevad

Title räägib ühest asjast, H1 teisest. Google kasutab H1-pealkirja tihti title asenduseks. **Hoia mõlemad sama teema ümber.**

### GOOGLE KIRJUTAB TITLE ÜMBER — AGA SU SEO EI KAO

Google kasutab positsiooni arvutamiseks algset HTML-koodi — mitte seda, mida otsingutulemustes kuvatakse. Seega säilitab hästi optimeeritud title oma SEO väärtuse ka siis, kui Google selle ümber kirjutab. Kirjuta ikkagi hea title.

### PRAKTILINE NIPP — DUPLIKAATIDE AUDIT

Google Search Console → Lehed → sorteeri title järgi — duplikaadid ilmuvad kohe. Screaming Frog SEO Spider (tasuta kuni 500 URL) skaneerib kogu saidi automaatselt.

## Yoast SEO ja RankMath

Mõlemad pluginad täidavad sama rolli — aitavad title'it ja description'it seadistada ning kontrollivad pikkust reaajas. Siin on samm-sammult juhend mõlemale.

## YOAST SEO — SAMM-SAMMULT

## 1. Ava leht WordPressi redaktoris ja kerige alla Yoast SEO plokini

Kui plokki ei näe: kliki ülal hammasratta ikoonil → Yoast SEO → luba

## 2. Kliki „Redigeeri snippetti“

SEO pealkiri

Kodulehe tegemine Tallinnas — Kiire ja usaldusväärne | KaaroVeeb

Roheline = õige pikkus (50–60). Kollane = liiga lühike. Punane = liiga pikk — Google kirjutab ümber.

## 3. Täida „Meta kirjeldus“

Meta description

Professionaalne koduleht 2–3 nädalaga. Fikseeritud hind. Üle 80 rahuloleva kliendi Tallinnas. Broneeri tasuta konsultatsioon.

Roheline = 150–160 märki. Kontrolli, et H1 räägib samast teemast mis title.

## RANKMATH — PÕHIERINEVUS

● Väljad täpselt samas kohas — lehe all SEO plokis. Eelvaade näitab kohe nii mobiili- kui lauaarvutivaadet.

● Skoor paremal (0–100) — näitab, kas title ja description on optimeeritud.

● Vaikimisi vorming: **Seaded** → **Tiitel ja meta** → **Lehed** — seadista kord, kehtib kõigile uutele lehtedele.

## ✓ Tee alati

Täida title ja description igal lehel eraldi. Tühi = Google valib ise = kontrollimatu tulemus. H1 ja title peavad rääkima samast asjast.

## ✓ Tee kord kvartalis

Vaata Search Console'ist lehed, mille CTR on alla 2%. Uuenda nende title ja description. See on kiirem kui uute lehtede loomine.

## PRAKTILINE NIPP — ALUSTA TÄNA, 5 LEHEGA

Ava oma 5 tähtsaimat lehte WordPressis ja kontrolli: kas title on 50–60 märki? Kas H1 räägib samast asjast? Kas description on täidetud? Nende 5 lehe kordategemine võtab 20 minutit ja mõju on vahetu.

KaaroVeeb

**KaaroVeeb**

kaaroveeb.ee

## Vajad abi meta kirjelduste seadistamisel?

Esimene kõne on tasuta ja kohustuseta. Vaatame koos üle, kas su lehtede title ja description toovad maksimumi.

kaaroveeb.ee

(+372) 5615 6313

**Broneeri tasuta kõne →**