

Pildid kodulehel

Miks iga pilt peab täitma eesmärgi — kuidas valida, optimeerida ja paigutada pilte, mis toetavad sõnumit, ei aeglusta lehte ega kahjusta usaldust.

- 1 Iga pilt peab täitma eesmärgi
- 2 Head vs halvad pildid — visuaalsed võrdlused
- 3 Stockfotode lõks + millised pildid töötavad
- 4 Galeriid kodulehel
- 5 Formaat — AVIF, WebP, JPEG, PNG, SVG
- 6 Optimeerimine enne ja pärast üleslaadimist
- 7 Alt-tekstid ja pildi asukoht lehel
- 8 Autoriõigused + pärisnäited + kontrollnimekiri

Iga pilt peab täitma eesmärgi

Pilt ei ole kodulehel kaunistus. Iga pilt võtab laadimisaega, tähelepanu ja ruumi. Kui pilt ei anna külastajale midagi juurde — on see kahjulik, mitte kasutu. Tühi ruum on alati parem kui vale pilt.

Pildi eesmärk	Mida see külastajale annab	Näide lehel
✓ Usaldus	Näitab päris inimest, kellega räägitakse	Foto ettevõtjast kontaktlehel
✓ Tõend	Kinnitab, et tulemus on reaalne ja saavutatav	Enne/pärast foto teenustelehel
✓ Selgitus	Seletab keerulise asja kiiremini kui tekst	Protsessi skeem, infograafik
✓ Kontekst	Näitab, kus ja kuidas teenust osutatakse	Foto töökeskkonnast, protsessist
✓ Emotsioon	Loob ühenduse — külastaja samastab ennast	Rahulolev klient tulemusega
✗ Kaunistus	Ei anna midagi — ainult võtab aega ja ruumi	Abstraktne taustapilt ilma seoseta
✗ Täidis	Valitud lehe täitmiseks, mitte sõnumi jaoks	Käepigistus, globuus, nool üles

KULDREEGEL — ENNE IGA PILDI LISAMIST KÜSI

„Kui ma selle pildi eemaldaksin — kas külastaja saaks lehe sisust vähem aru, usaldaks mind vähem või teaks vähem, mida teha?“ Kui vastus on EI — eemalda pilt.

PRAKTLINE NIPP — TEE AUDIT TÄNA

Ava oma koduleht, käi iga pilt läbi ja küsi: „Mis on selle pildi eesmärk?“ Kui vastust ei tule 3 sekundiga — on aeg see pilt välja vahetada või eemaldada. Enamik ettevõtteid eemaldab pärast seda auditit 30–50% piltidest.

Head vs halvad pildid

visuaalsed võrdlused

Neli levinumat olukorda kodulehel — vasakul see, mida enamik ettevõtteid teeb, paremal see, mis päriselt töötab. Erinevus on väike töös, suur mõjus.

HERO PILT	KONTAKTLEHT	TEENUSLEHT	GALERII
<p>× STOCKFOTO</p> <p>Anonüümne arvutiga — ei ettevõtteist naerataja räägi midagi</p> <p>Külastaja ei tea, kellega ta räägib. Usaldus = 0.</p>	<p>× ÜLDINE IKOON</p> <p>Keegi ei tea, kellele kirjutatakse. Kõhklus suureneb.</p>	<p>× ABSTRAKTNE</p> <p>Abstraktne äripilt, käed, nooled, diagrammid, ülespoole</p> <p>Ei näita tulemust ega selgita, mis sa päriselt teed.</p>	<p>× KÕIK PILDID</p> <p>40 pilti ilma kontekstiita — külastaja ei saa aru, mida vaatab.</p>
<p>✓ PÄRIS FOTO</p> <p>Meelis Udras töö juures päris inimene</p> <p>Külastaja teab, kellele ta kirjutab. Usaldus kasvab.</p>	<p>✓ PÄRIS FOTO + NIMI</p> <p>Meelis Udras Kodulehe spetsialist Vastame 24h jooksul</p> <p>Päris inimene, nimi, lubadus. +48% rohkem päringuid (VVO test).</p>	<p>✓ ENNE/PÄRAST</p> <p>ENNE PÄRAST</p> <p>Konkreetne tulemus pildis — kõige veenvam argument.</p>	<p>✓ VALITUD + PEALDIS</p> <p>Koduleht — enne/pärast, Logo kujundus</p> <p>6 parimat pealdistega — näitab selgelt, mis tulemusega tegu.</p>

PÄRIS ELUST — 3 NÄIDET KUS SISU JA PILT EI LÄHE KOKKU

<p>× KORISTUSTEENUS</p> <p>"Põhjalik koristus garantiiga — teie kodu särab"</p> <p>Naeratav ärinaine — ei koristusvahendeid kannal</p> <p>Külastaja mõtleb: „Mis sellel pildil pistmist on koristamisega?“ — usaldus kaob.</p>	<p>× IT-FIRMA TIIM</p> <p>"Meie tiim on sinu usaldusväärne partner — kirjuta julgelt!"</p> <p>Stock Manager, Stock Developer, Stock Designer</p> <p>Tekst lubab isiklikku tiimi — pildid on anonüümsed stockfotod. Lubadus ja reaalsus lähevad lahku.</p>	<p>× KOHVIK / TOIT</p> <p>"Kodune, värsked, kohalik — tehakse südamega iga päev"</p> <p>Glamuurne stuudiofoto ilmselgelt mujalt</p> <p>Kodune ja autentne lubadus + üliivimistletud stuudiofoto ütleb: „See pole päris meie toit.“</p>
--	---	--

PRAKTILINE NIPP — KONTROLLI SISU JA PILDI SOBIVUST

Loe iga pealkirja, seejärel kata tekst kinni ja vaata ainult pilti. Kas pilt räägib sama lugu? Kui sa ei suuda pildist aru saada, mis lehekülj see on — pilt ei tee oma tööd.

Stockfotode lõks — ja mis päriselt töötab

Stockfotot tunneb aju ära kohe — töödeldakse teisiti kui päris fotot. Uuringud näitavad, et vale stockfoto võib konversiooni hoopis vähendada. Siin on, miks — ja mis toimib.

Miks stockfoto kahjustab

Külastaja teab kohe, et tegemist on ostetud pildiga. Tekitab tunde: „Siin pole midagi päris.“ Usaldus langeb enne, kui ühtegi sõna loetud on. Sama efekt on ka kõigi teiste kasutataval stockfotol.

Stockfoto — millal on OK

Taustapildid, illustratsioonid, abstraktsed kontseptid — seal sobib. **EI SOBI:** inimeste näitamine, meeskond, töö demonstreerimine, „kes me oleme“ leheküljed. Seal peab olema PÄRIS foto.

✓ Päris inimeste fotod

Sina, su meeskond, su kliendid. Telefonikaamera heas loomulikus valguses on parem kui iga stockfoto.

✓ Töö käigus (behind the scenes)

Kuidas sa tööd teed — päris protsess. Näitab kompetentsi ja autentsust ilma ühtegi sõnata.

✓ Enne/pärast tulemusi

Konkreetne visuaalne tõend. Kõige veenvam argument, mida saab kasutada — näitab päris tulemust.

✓ Klient tulemusega

Päris klient, kes hoiab tulemust oma käes. Tugevam kui ükski tekstiline iseloomustus.

PILTIDE, MIDA VÄLTIDA KOGU AEG

Käepigistused, globuused, nooled ülespoole, universaalsed naeratajad arvutiga, töötajad koosolekul — kõik see ütleb külastajale: „Siin pole midagi päris.“ Autentsus > perfektsus. Lihtne telefonikaamera foto töötab paremini.

PRAKTILINE NIPP — ALUSTA TÄNA

Palu kellelgi teel tööle olles sinust 10 fotot teha — hea valgus, loomulik olukord, sa teed päris tööd. Kasuta 3 parimat oma kodulehel. See on parem kõigist stockfotodest kokku.

Galeriid kodulehel

millal, kuidas ja miks

Galerii on üks sagedamini valesti kasutatud element — sinna pannakse kõik leitud fotod ilma strateegiata. Hea galerii on suunatud, eesmärgipärane ja näitab konkreetset tulemust.

1 Portfolio / tööde galerii

Näitab su parimaid töid. **Reegel: kvaliteet üle kvantiteedi** — 6 head fotot on parem kui 40 keskmist. Iga pilt peaks näitama konkreetset tulemust, mitte protsessi. Lisa pealdis: „Mille jaoks tehti + mis tulemus saavutati.”

2 Protsessi galerii

Näitab, kuidas töö käib sammhaaval. Suurendab usaldust — külastaja näeb, et sa tead, mida teed. Sobib koristus-, ehitus-, disaini-, toiduvalmistamis- jm teenustele, kus PROTSESS on osa väärtusest.

3 Meeskonna galerii

Päris fotod päris inimestest + nimi + roll. **EI TOHI** kasutada stockfotosid. Kõik fotod peaksid olema ühtlase kvaliteedi ja stiilina — segane stiil annab edasi, et leht on kokku lopsitud.

4 Enne/pärast galerii

Kõige veenvam galerii tüüp. Näitab konkreetset transformatsiooni visuaalselt. Sobib: koristus, remont, kujundus, kodulehed, iluteenused — kõikjal, kus tulemus on visuaalselt näha.

GALERIIS VÄLTIDA

Sama nurga all korduvad fotod · Udused või halvasti valgustatud pildid · Pildid ilma kontekstita (mida see näitab?) · Stockfotod „töö näitena” · Üle 12–15 pildi leheküljel. Kõik need vähendavad galerii mõju ja tekitavad külastajal küsimuse: „Mida ma vaatan?”

GALERII AUDIT — TEE KOHE

Vaata oma galeriid võõra pilguga: kas iga pilt näitab selgelt TULEMUST? Kas pildidel on KONTEKST? Eemalda kõik pildid, millele ei oska 5 sekundiga vastata, miks need seal on — kvaliteet kasvab automaatselt.

Formaat — AVIF, WebP, JPEG, PNG, SVG

Vale pildiformaat on üks peamisi põhjusi, miks koduleht aeglaselt laadib. Iga lisasekundit laadimisaega kaotab keskmiselt 7% konversioonidest. Formaadi muutmine on lihtne — ja mõju on vahetu.

Formaat	Kasuta millal	Suurus	Brauseri tugi
AVIF	Fotod — uusim, kõige tõhusam formaat	✓ ✓ Kõige väiksem	Chrome, Firefox, Safari 16+ (2022)
WebP	Fotod — parim turvaline valik kõigile	✓ Väike	Kõik kaasaegsed brauserid (2020+)
JPEG	Fotod vanematel platvormidel	~ Keskmine	Kõik brauserid — universaalne
PNG	Läbipaistvusega pildid (logod, ikoonid)	✗ Suur	Kõik brauserid
SVG	Logo, ikoonid — vektorgraafika	✓ Väike	Kõik brauserid
GIF	Animatsioonid — eelistat MP4 videot	✗ Väga suur	Kõik brauserid

● **AVIF** on 2025 parim valik fotodele — 50% väiksem kui JPEG, 20% väiksem kui WebP. ShortPixel ja Smush Pro teisendavad automaatselt

● **WebP** on turvaline igapäevane valik — laialdane tugi, 25–35% väiksem kui JPEG

● **SVG logo jaoks alati** — skaleerub igale ekraanile ilma kvaliteeti kaotamata, mõni KB

● **PNG fotode jaoks VÄLTIDA** — liiga suur fail, nähtav kvaliteedivahe puudub

KONTROLLI OMA LEHTE KOHE

Google PageSpeed Insights → sektsioonis „Serve images in next-gen formats“ näed täpselt, millised sinu pildid tuleks AVIF-i või WebP-sse teisendada. AVIF + WebP kombinatsioon vähendab pildimahtusid 40–60% originaaliga võrreldes.

Optimeerimine — enne, pärast, automaatselt

Originaalfoto on tihti 5–10 MB. Veebiks piisab 100–300 KB — see on kuni 30× rohkem mahtu kui vaja. Lahendus on lihtne ja tasuta. Parima tulemuse saad kaht meetodit kombineerides.

Enne üleslaadimist (käsitsi)

Tööriistad: iLoveIMG, Squoosh, TinyPNG
Eelised: täielik kontroll · Serverisse ei salvesta suurt originaali ·
 Töötab igal platvormil (Wix, Squarespace jne)
Puudus: käsitsi töö iga pildi puhul

WP pluginaga (automaatne)

Pluginad: ShortPixel, Smush, Imagify
Eelised: täiesti automaatne · Optimeerib ka kõik vanad pildid (Bulk) ·
 WebP/AVIF konversioon automaatselt
Puudus: tasuta versioonil piirangud

Plugin	Tasuta piir	AVIF/WebP	Parim kasutus
ShortPixel	100 pilti/kuus	Mõlemad	Parim kokkusurumine testides (54% JPEG)
Smush	Piiramatu (max 5MB)	Pro versioon	Lihtsaim algajale, piiramatu tasuta
Imagify	200 pilti/kuus	WebP tasuta	WP Rocket'i kasutajale loomulik valik
EWWW	Piiramatu (serveris)	WebP tasuta	Andmete privaatsus oluline

PARIM STRATEEGIA — MÕLEMAD KOOS

Uued pildid: optimeeri iLoveIMG-ga enne (suurus, maht) → plugin teeb WebP/AVIF automaatselt. **Vanad pildid:** käivita „Bulk Optimize“ — ShortPixel ja Smush käivad kõik olemasolevad läbi taustal. Kahe sammu kombinatsioon annab kuni 90% failimahu vähenemise.

PRAKTILINE NIPP — KONTROLLI TULEMUS

Pärast optimeerimist käivita uuesti Google PageSpeed Insights. Punased hoiatused „Properly size images“ ja „Serve images in next-gen formats“ peaksid kaduma. Kui ei kadunud — on pildifailid veel liiga suured.

Alt-tekstid ja pildi asukoht lehel

Alt-tekst on piltide SEO alus — Google näeb pilti ainult läbi selle teksti. Lisaks juhib pildi asukoht lehel külastaja pilku sinna, kuhu soovid.

× Nõrk alt-tekst

alt="pilt" | alt="IMG_2045.jpg"
SEO signaal puudub. Ekraanilugeja loeb faili nime.

✓ Tugev alt-tekst

alt="Kodulehe tegemine väikeettevõttele – Meelis Udras Tallinnas"
Kirjeldav, märksõnadega, alla 125 tähemärki.

📌 Kirjelda **mida pildil näha on** — mitte mida soovid, et külastaja tunneks

📌 **Dekoratiivsed pildid** (taustapildid, eraldusjooned) → alt="" (tühi on korrektne)

📌 Logo alt-tekst = ettevõtte nimi + põhitegevus

GOOGLE JA AI OSKAVAD JUBA PILTE LUGEDA — MIKS SIIS ISE KIRJUTADA?

Mida AI teeb automaatselt

Google Vision API tuvastab: objekte, värve, inimesi, stseene. AI genereerib üldise kirjelduse — nt „*inimene laua taga arvutiga*“.

Mida AI EI tea automaatselt

AI ei tea: kes on pildil (Meelis Udras), kus asub (Tallinn), mis teenus (kodulehe tegemine). **Just need on SEO märksõnad.**

Kokkuvõte: AI näeb mida, sina lisad kus, kes ja miks — see ongi SEO väärtus.

E-POOD — KAS TASUB ALT-TEKSTID MASSILISELT LISADA?

✓ Mõistlik massiliselt

WooCommerce: ShortPixel AI lisab alt-tekstid automaatselt toote nimest + kategooriast. Hea alguspunkt — tekib „*toote nimi + värv + kategooria*“ struktuur.

! Millal käsitsi on parem

Hero-pildid, kategooriapildid, kampaaniapildid — need tasub käsitsi kirjutada. Automatiseeritud alt-tekst on hea, kuid märksõnaoptimeeritud alt-tekst on parem.

PILDI ASUKOHT LEHEL — KOLM PÕHIREEGLIT

F-muster

Silm alustab vasakult üles. Tähtsamad pildid pane sinna.

Pilt toetab teksti

Pilt paremal, tekst vasakul — parim loetavus.

Mobiil

Kontrolli, et pilt on PÄRAST teksti vertikaalis.

PRAKTILINE NIPP — ALT-TEKSTIDE KIIRAUDIT

Vajuta oma kodulehel hiire parema nupuga pildile → „Inspekteeri“ → otsi alt="" atribuuti. Tühi või faili nime sisaldav alt-tekst on kohe näha. Paranda need täna — see on üks kiiremaid SEO võite, mida saad teha.

Autoriõigused — kust pilte saada legaalselt

Google'ist leitud pilt ei ole vabalt kasutatav. Enamik väikeettevõtteid ei tea seda — kuni arve tuleb. Siin on reeglid lühidalt ja kõik tasuta allikad, mida saad kohe kasutada.

✓ Tohib kasutada	× EI TOHI kasutada
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Oma fotod — alati, igal juhul ✓ Unsplash, Pexels, Pixabay, StockSnap — tasuta litsents ✓ Google Pildid filtriga „Creative Commons litsents“ ✓ Ostetud stock (Shutterstock, Adobe Stock) — makstud litsents 	<ul style="list-style-type: none"> × Google'i tavalised otsingutulemused × Pinterest, Instagram, Facebook'ist leitud pildid × Teiste kodulehtedelt kopeeritud pildid × Wikipedia pildid (enamik on kaitstud)

5 TASUTA ALLIKAT, MIDA SAAD KOHE KASUTADA

Unsplash	unsplash.com — kõrgekvaliteedilised fotod, tasuta ärilisel kasutamisel, atributsiooni ei nõuta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Äiline kasutus OK ✓ Atributsiooni ei nõuta
Pexels	pexels.com — fotod ja videod, Pexels'i litsents lubab vaba kasutust ärilisteks eesmärkideks	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Äiline kasutus OK ✓ Atributsiooni ei nõuta
Pixabay	pixabay.com — fotod, illustratsioonid, vektorid. CC0 litsents — kõige vabam kasutus	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Äiline kasutus OK ✓ CC0 — täiesti vaba
StockSnap	stocksnap.io — CC0 litsents, kõik pildid täiesti vabalt kasutatavad, ka kommertseesmärkidel	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Äiline kasutus OK ✓ CC0 — täiesti vaba
Freepik	freepik.com — suur valik illustratsioone ja fotosid; tasuta versioon nõuab atributsiooni	<ul style="list-style-type: none"> ⚠ Tasuta = atributsiooni nõuab Pro versioon ilma nõudeta

REEGEL — KONTROLLI ALATI ENNE KASUTAMIST

Isegi tasuta allikates võivad mõned pildid sisaldada täiendavaid piiranguid (nt inimeste portreede kasutamine reklaamis). Kahtluse korral loe pildi juurde lisatud litsentsi tingimusi. Parim kaitse on alati kasutada oma fotosid.

PRAKTILINE NIPP — INVESTEERING, MIS TASUB END ÄRA

Kasuta tasuta allikaid seni, kuni sul pole piisavalt päris fotosid. Professionaalne fotosessioon (200–400 €) annab materjali, mida ükski konkurent ei saa kopeerida — ja mille eest ei tule kunagi autoriõiguste arvet.

KaaroVeeb

KaaroVeeb

kaaroveeb.ee

Vajad abi oma kodulehe piltidega?

Esimene kõne on tasuta ja kohustuseta. Vaatame
koos üle, mis sinu lehel töötab ja mis vajab
muutmist.

kaaroveeb.ee

(+372) 5615 6313

Broneeri tasuta kõne →