

Google Search Console — otsingutulemuste analüüs

Google Search Console näitab, milliste sõnadega inimesed sind Google'ist leiavad ja kui kõrgel sa oled. See käsiraamat selgitab, kuidas seadistada, mida vaadata ja mida parandada.

- 1 Mis on GSC ja mille poolest erineb GA4-st
- 2 Kuidas GSC seadistada ja kinnitada
- 3 Sitemap — ütle Google'ile, kus su lehed on
- 4 Performance — klikid, näitamised, CTR, positsioon
- 5 Päringud — mida inimesed otsivad, et sinuni jõuda
- 6 URL Inspection — kas mu leht on Google'is
- 7 Indexing — millised lehed on Google'is, millised mitte
- 8 Rutiin — mida kord kuus vaadata ja parandada

Mis on GSC — ja kuidas seadistada

GA4 näitab, mis toimub pärast seda, kui külastaja jõuab su lehele. **GSC** näitab, mis toimub enne seda — milliste sõnadega sind Google'ist otsitakse, kui kõrgel sa oled ja kas su lehed üldse Google'is nähtavad on.

GA4 vastab küsimusele

„Mida külastajad mu lehel teevad?“ — liiklusnumbrid, lehtede vaatamised, kontaktid.

GSC vastab küsimusele

„Kuidas inimesed mu lehe Google'ist leiavad?“ — otsingusõnad, positsioon, indekseerimine.

KUIDAS GSC SEADISTADA — LIHTSAIM VIIS

ALUSTA SIIT Mine aadressile search.google.com/search-console → kliki **Start now (Alusta)** → logi sisse Google kontoga

- 1 Vali **URL prefix (URL-eesliide)** → sisesta oma kodulehe aadress (nt <https://sinuleht.ee>) → Continue
- 2 Google pakub mitu kinnitusviisi. Lihtsaim WordPress: **Google Site Kit** plugin (paigaldatuna eelmisest koolitusest) → see kinnitab GSC automaatselt
- 3 Kui Site Kit pole: vali **HTML tag** → kopeeri kood → WordPressis Yoast SEO või RankMath seadetes kleebi „Google Search Console verification code“ väljale → Verify
- 4 Kinnitamine õnnestus? GSC hakkab andmeid koguma. **Esimesed andmed ilmuvad 24–72 tunni jooksul**

TIP — KONTROLLI, ET KINNITAMINE TOIMIS

search.google.com/search-console → vaata, et su domeen on vasakul üleval näha ja roheline linnuke on juures. Kui näed teadet „Ownership verified“ — korrektne.

Sitemap — ütle Google'ile, kus su lehed on

Sitemap (saidiplaan) on fail, mis loetleb kõik su kodulehe lehed. Google kasutab seda, et leida ja indekseerida su sisu kiiremini. Ilma sitemapita võib mõni oluline leht Google'ile pikaks ajaks nähtamatuks jääda.

MIDA SITEMAP ANNAB

Google leiab su lehed kiiremini — eriti uued ja hiljuti muudetud lehed. Ilma sitemapita võib kuluda nädalaid või kuid, enne kui Google uue lehe üles leiab.

SAMM 1 — LEIA OMA SITEMAP

Kui kasutad Yoast SEO või RankMath pluginat, on sitemap juba automaatselt olemas. Kontrolli: kirjuta brauserisse sinuleht.ee/sitemap.xml või sinuleht.ee/sitemap_index.xml — kui avaneb leht XML-koodiga, on sitemap olemas.

SAMM 2 — ESITA SITEMAP GSC-S

1 GSC vasakus menüüs kliki **Indexing (Indekseerimine)** → **Sitemaps (Saidiplaan)**

2 Sisesta sitemapi aadress — nt [sitemap_index.xml](https://sinuleht.ee/sitemap_index.xml) — ja kliki **Submit (Esita)**

3 Staatus muutub roheliseks „Success“ — Google hakkab su lehti indekseerima

MIDA SA SELLEGA TEED

Pärast esitamist vaata GSC-s, mitu lehte Google teab (veerg **Discovered URLs**). Kui arv on oodatust palju väiksem — mõni leht on blokeeritud. Sellega tegeled Indexing aruandes (Osa 7).

TIP — SITEMAP EI OLE OLEMAS?

Yoast SEO: Settings → Site features → XML sitemaps → lülita sisse. RankMath: General Settings → Sitemap → Enable. Seejärel esita GSC-s uuesti.

Performance — mida numbrid tähendavad

Performance aruanne on GSC kõige olulisem osa. **Kust leida:** GSC vasakus menüüs → **Search results (Otsing tulemused)**. Näitab, kui palju inimesi su lehe Google'ist leidis ja neist klikkis.

NELI PÕHINÄITAJAT

Näitaja	Mida tähendab	Mida sellega teed
Total clicks (Klikid)	Mitu korda klikiti su lehele Google'i otsingust	Kasvab? Hea. Langeb? Uuri põhjust.
Total impressions (Näitamised)	Mitu korda su leht Google'i tulemuste seas näidati	Palju näitamisi, vähe klikke = pealkiri ei meelita klikkima.
Average CTR (Klikkimismäär)	Mitu protsenti nägijaid klikkas. Arvutatakse: klikid / näitamised × 100	Alla 2% = pealkiri ja kirjeldus vajavad parandamist.
Average position (Keskmine positsioon)	Su lehekülje keskmine koht Google'i tulemustes. 1 = esimene, 10 = kümnes	Positsioon 4–10? Sul on potentsiaal esimesele lehele.

MIDA PERFORMANCE ARUANNE ANNAB

Näed täpselt, **milliste lehekülgede pealkirjad ja kirjeldused ei meelita inimesi klikkima** — isegi kui positsioon on hea. CTR alla 2% tähendab, et pealkiri (title) ja meta kirjeldus vajavad muutmist.

2026 REAALSUS — AI OVERVIEWS MUUDAB KÕIKE

Google näitab paljudele otsingutele AI kokkuvõtte otse lehe tipus. Inimene saab vastuse kätte ilma klikkimata. Tulemus: **näitamised kasvavad, klikid jäävad samaks või langevad**. See ei tähenda, et su koduleht halveneb — see on uus normaalsus. Lahendus: kirjuta pikki, põhjalikke artikleid, mis vastavad spetsiifilistele küsimustele. AI tsiteerib lehti, mis on päriselt kasulikud ekspertide kirjutised.

TIP — VAATA ANDMEID VÄHEMALT 3 KUU LÕIKES

Ühe päeva numbrid ei tähenda midagi. Vali ülevalt kuupäevavahemikuks **Last 3 months** — nii näed selgeid suundumusi.

Päringud — mida inimesed otsivad, et sinuni jõuda

Päringute (Queries) aruanne on üks väärtuslikumaid andmeid, mis sul olemas on. See näitab täpselt, milliseid sõnu inimesed Google'i kirjutavad, et sinu leht tulemuste seas ilmuks.

MIDA PÄRINGUD ANNAVAD

Saad teada, milliseid teenuseid ja tooteid su potentsiaalsed kliendid otsivad. Kui mõni oluline otsingutermiin toob palju näitamisi, aga vähe klikke — kirjuta sellel teemal põhjalikum sisu.

KUIDAS PÄRINGUID LUGEDA

KUST LEIDA Performance → **Queries (Päringud)** vahekaart → näed kõiki otsingusõnu, klikke, näitamisi, CTR-i ja positsiooni

✓ Hea märk

Päring toob palju klikke ja positsioon on 1–5. See teema töötab — loo rohkem sarnast sisu.

Kasutamata potentsiaal

Palju näitamisi, positsioon 5–15, vähe klikke. Paranda pealkiri, lisa meta kirjeldus ja uuenda sisu — potentsiaal on olemas.

MIDA SA SELLEGA TEED — KOLM SAMMU

1. **Sorteeri Impressions (Näitamised) järgi** — näed, milliste sõnadega sind kõige rohkem otsitakse.
2. **Vaata CTR-i** — alla 2% tähendab, et pealkiri ja kirjeldus vajavad muutmist.
3. **Positsioon 5–20?** — parandades lehe sisu, pealkirja ja meta kirjeldust on reaalne võimalus esimesele lehele jõuda.

UUS 2025 — BRANDED VS NON-BRANDED FILTER

Performance aruandes saad nüüd eraldada **branded päringud** (inimesed otsivad su ettevõtte nime) **non-branded päringutest** (inimesed otsivad teenust, mitte su nime). Non-branded liiklus näitab, kui hästi su SEO töötab uute klientide leidmisel.

PRAKTILINE HARJUTUS — LEIA OMA „PEIDETUD PÄRLID“ (POSITSIOONID 11–15)

Teisele Google'i lehele inimesed ei lähe. Positsioonid 11–15 on nähtamatu liiklus, mida saad kiiresti kätte: 1) Performance → Queries → kliki veeru Position päisel, et sorteerida → 2) otsi märksõnad positsiooniga 11.0–15.0 → 3) ava see leht WordPressis, lisa uut infot, mõni pilt või siselink → salvesta. Google märkab uuendust ja tihti piisab sellest, et leht hüppab kohtadele 8–10 — mis toob kohe reaalsed klikid.

TIP

Pages vahekaart → näed, millised lehed saavad Google'ist kõige rohkem liiklust. Võrdle neid oma GA4 andmetega — kas need lehed toovad ka kontakte?

URL Inspection & Indexing

kas mu lehed on Google'is?

Kui Google ei ole su lehte indekseerinud, ei ilmu see otsingutulemustes — olenemata sellest, kui hea sisu seal on. Need kaks tööriista näitavad täpselt, millised lehed on Google'is ja millised mitte.

URL INSPECTION — KONTROLLI ÜHTE KONKREETSET LEHTE

- 1 GSC ülemises otsinguribas kirjuta **lehe täielik aadress** (nt <https://sinuleht.ee/teenused>) → Enter
- 2 Näed: „**URL is on Google**” — leht on indekseeritud → korrektne. „**URL is not on Google**” — leht pole indekseeritud → lahenda probleem
- 3 Kui leht pole indekseeritud: kliki **Request indexing (Taotle indekseerimist)** → Google lisab lehe järjekorda

INDEXING (INDEKSEERIMINE) — KÕIGI LEHTEDE ÜLEVAADE

KUST LEIDA Vasakus menüüs → **Indexing** → **Pages** → näed kõiki lehti kolmes kategoorias

✓ Indexed	Error	Not indexed
Google on need lehed indekseerinud — need võivad otsingus ilmuda.	Google leidis vea — leht ei ilmu otsingus. Kliki veale — näed täpset põhjust.	Leht on olemas, aga pole indekseeritud. Põhjus on näha — võib olla normaalne (nt „noindex” märgis).

MIDA SA VIGADE PUHUL TEED

Kliki punasele Error kategooriale → näed veateadet. Levinuim: „**Redirect error**” = lehe aadress on muutunud, vana link ei tööta. „**404 not found**” = leht on kustutatud. Paranda vead WordPressis ja taotle uuesti indekseerimist.

TIP

Uus teenuseleht, mis pole Google'is? URL Inspection → sisesta aadress → Request indexing. Google lisab lehe mõne päeva jooksul otsingusse.

Rutiin — mida kord kuus vaadata ja parandada

GSC andmed on kasulikud ainult siis, kui neid regulaarselt vaadatakse ja kasutatakse otsuste tegemiseks. 15 minutit kuus annab piisava ülevaate, et kodulehe otsingutulemustes teadlikult areneda.

IGAKUINE 15-MINUTILINE KONTROLL — NELI KÜSIMUST

1. Kas klikid ja näitamisid kasvavad?

Performance → võrdle eelmise kuuga (kliki kuupäeva juures **Compare** → Previous period). Kasvavad? Jätka samas suunas. Langevad? Vaata, mis lehelte langus tuleb.

2. Millised lehed saavad kõige rohkem näitamisi, aga vähe klikke?

Performance → Pages vahekaart → sorteeeri Impressions järgi → vaata CTR-i. Alla 2% = muuda lehe pealkiri (title tag) ja meta kirjeldus huvitavamaks.

3. Millised otsingupäringud toovad kõige rohkem liiklust?

Performance → Queries → sorteeeri Clicks järgi. Need on su tugevaimad teemad. Kas sisu on piisavalt põhjalik? Kas saad lisada rohkem infot?

4. Kas Indexing aruandes on uusi vigu?

Indexing → Pages → vaata Error kategooriat. Uued vead tähendavad, et mõni leht on kadunud Google'i otsingutest.

KOLM PEAMIST PARENDUST, MIDA GSC ANDMETE PÕHJAL TEHA

- 1. Paranda pealkirjad ja meta kirjeldused** — lehtedel, kus CTR on alla 2%. WordPressis Yoast SEO või RankMath → muuda „SEO title“ ja „Meta description“.
- 2. Loo sisu päringute põhjal** — otsi päringute nimekirjast teemasid, millel palju näitamisi, aga madal positsioon. Lisa need teemad oma blogisse.
- 3. Paranda indekseerimisvead** — iga Error kategoorias olev leht on kaotatud Google'i liiklus.

KULDREEGEL

Pane kalenderisse kordav meeldetuletus kuu esimesele esmaspäevale: „15 min GSC“. GSC andmed säilivad 16 kuud — nii saad alati aastast trendi vaadata.

TIP — GSC JA GA4 KOOS

GSC näitab, millised otsingupäringud toovad külastajaid. GA4 näitab, kas need külastajad võtavad ühendust. Kasuta mõlemat koos: GSC → mis toob inimesi, GA4 → kas nad tegutsevad.

KaaroVeeb

KaaroVeeb

kaaroveeb.ee

Vajad abi GSC seadistamisel?

Esimene kõne on tasuta ja kohustuseta.
Seadistame koos GSC, sitemap ja aruanded, mis
näitavad, kuidas su koduleht Google'is edeneb.

kaaroveeb.ee

(+372) 5615 6313

Broneeri tasuta kõne →