

Tips en tricks bij zoekmachine optimalisatie

Zoekmachine optimalisatie (SEO) zijn de acties op een website die tot doel hebben om die website en zijn pagina's van die website goed te laten scoren in de organische zoekresultaten van zoekrobots (vb. Google). En dat op, voor de site, relevante zoektermen.

Basisprincipes van zoekmachine optimalisatie

- Een site moet mobielvriendelijk zijn.
- De zoekrobots moeten een site kennen en de pagina's van die site kunnen bezoeken (crawlen).
- De zoekrobots moeten de inhoud van de pagina's van een site begrijpen.
- De zoekrobots moeten de inhoud van een site en haar pagina's naar waarde schatten en vertrouwen.
- Zoekers moeten een zoekresultaat zien en doorklikken op dat zoekresultaat.
- Een site moet goed gestructureerd zijn engageren.

De eerste stap: een zoekterm analyse

De eerste stap in van SEO is zonder meer de zoekterm analyse. Daarbij denkt u na over de zoektermen waarop u wil scoren in de zoekresultaten.

Alvast al enkele tips:

- Zoektermen bestaan uit één of meerdere woorden.
- Let op voor te algemene zoektermen.
- Voer een zoekterm analyse uit per taal.
- Lijst uw zoektermen op in bijvoorbeeld een spreadsheet.
- Gebruik zoektermen die overeenkomen met de manier waarop uw doelgroep zoekt.
- De naam van uw onderneming is zeker een zoekterm.
- Productnamen, merken, productgroepen,... zijn ook zoektermen.
- Google weet de regels van enkel- en meervoud. En begrijpt ook synoniemen en foute schrijfwijzen (spelling).

Brainstormen over zoektermen

Een zoekterm analyse start meestal met een brainstorm. Dus creatief en met een open geest nadenken over de termen waarvoor uw site zeker relevant moet zijn.

Volgende vragen helpen bij het bedenken van zoektermen:

- Wie wil je bereiken?
- Wat wil je aan de man brengen?
- Welke problemen lost u op?
- Wat komen mensen bij u doen? Wat komen ze halen / kopen?
- Waarom moeten de mensen dat product bij u kopen?
- Waarom hebben die mensen uw product nodig?
- 5 problemen die mensen oplossen door dit product te kopen.
- Zijn er bepaalde momenten wanneer dat het product gebruikt wordt?
- Wat zijn de functionaliteiten / specificaties van het product / dienst
- Waar verkoopt u het product (locaties)

- 10 vragen die u nu krijgt van bestaande klanten bij het gebruik van het product

Andere manieren om zoektermen te verzamelen

Bezoek zeker ook eens de websites van concurrenten en bekijk hoe zij de zaken beschrijven en benoemen.

Google Analytics / Google search console: zoekopdrachten

In de Google Search console, en in Google analytics als u de [Search console en analytics aan elkaar koppelt](#), krijgt u binnen [het rapport 'Prestaties'](#) een overzicht van de zoektermen waarop uw site vandaag wordt getoond, welke positie pagina's van uw site hebben voor die zoekopdracht en hoeveel percent van de zoekers doorklikken op uw resultaat (= CTR percentage).

Deze lijst met zoektermen is heel interessant voor uw zoekterm analyse want het gaat om termen waar uw site vandaag, volgens de Google, relevant voor is.

Google Ad zoekwoordplanner:

De [Google Ads zoekwoordplanner](#) is een gratis tool binnen Google ads (account bij Google ads is vereist) die u zicht geeft op hoe vaak wordt gezocht op een bepaalde zoekterm. Verder geeft de Google ads zoekwoordplanner u ook ideeën nieuwe zoektermen, relevant voor de zoektermen waar u al aan dacht.

Andere tools die helpen bij zoektermanalyse:

- [Answerthepublic.com](#) focus zich op mogelijks gestelde vragen op basis van een thema (zoekterm).
- [MOZ keyword explorer](#) (beperkt gebruik als test van betalend tool).
- [Keyword Guru](#) geeft lijst van ideeën op basis van een term.
- [Ubersuggest](#) (gratis maar best geregistreerd) is een zeer volledige zoekterm analyse tool.

Over de SEO-basisprincipe

Een site moet mobielvriendelijk zijn

Meer dan 70% van de zoekopdrachten bij zoekrobots zoals Google gebeuren via een mobiel toestel. Het is een feit dat Google er de voorkeur aan geeft om die zoekers door te sturen naar mobiel vriendelijke sites. En dat omwille van de gebruiksvriendelijkheid.

Daarnaast geeft Google op haar eigen BLOG ([Google webmaster BLOG](#)) aan dat zij bij het bezoeken (crawlen) en indexeren van sites in de eerste plaats de mobiele inhoud als basis nemen.

Met andere woorden zal een site duidelijk minder goed scoren in de zoekrobots wanneer deze site geen of geen volledig mobiele site heeft.

Check of uw site mobielvriendelijk is met de [Google mobielvriendelijke test](#). En wat er eventueel nog aan kan worden verbeterd.

[Deze Wikipedia pagina](#), [dit artikel op de Proximus BLOG](#) en [dit artikel op Seobility.net \(EN\)](#) vertellen meer over responsive webdesign.

De zoekrobots moeten een site kennen en de pagina's van die site kunnen bezoeken (crawlen)

Om een website en haar pagina's te kunnen opnemen in de zoekresultaten moet een zoekrobot die website kennen en haar pagina's kunnen bezoeken. Dat bezoek loopt via softwares die ook 'crawlers' worden genoemd. Toepassingen die op basis van adressen van pagina's (URL's) de code van een pagina bekijken en de teksten, afbeeldingen, META-informatie en links van die pagina analyseren.

Op de Google Zoeken help omgeving staat een [interessant Nederlandstalig artikel over hoe zoekrobots precies werken en crawlen](#).

Op diezelfde pagina is ook een Engelstalige video (Nederlandse ondertitels) met meer uitleg geïntegreerd.

De gratis '[Google search console](#)' is de snelste manier om uw site kenbaar te maken aan de zoekrobot Google. Daarnaast geeft de Google

Search console ook feedback over hoe de zoekrobots Google uw site ziet. En of alles goed loopt bij het crawlen.

[De Google Search console achter een site plaatsen](#) is een belangrijk onderdeel van SEO.

Werkt u met een website bouwer? Dan vraagt u best aan hen om de search console op te zetten voor uw site.

Door [een sitemap](#) op te zetten voor uw site geeft u de crawlers bij een overzicht van alle pagina's van uw site. Vaak is het zo dat het content management systeem waarmee uw site is opgebouwd (vb. Wordpress, Wix.com, Shopify.com,...) standaard een sitemap voorziet. In overeenstemming met de Google sitemap richtlijnen.

Check of uw site voorzien is van een sitemap door na te gaan of het adres '*uw domein/sitemap.xml*' is ingevuld.

Wanneer u in Google zoekt op de zoekopdracht '*site:uw domein*' dan krijgt u een overzicht van alle pagina's van uw site die Google kent.

Extra informatie:

- [Artikel met advies over hoe u een URL laat doorverwijzen naar een ander URL](#) (bv. om aan te geven dat het adres van de pagina is gewijzigd).
- Google help artikel over '[Hoe verouderde content verwijderen uit de index](#)'. *Met deze methode haalt u de pagina uit de index servers en zorgt u ervoor dat u met die pagina geen oplossing meer bent voor relevante zoekopdrachten. Vaak is het beter, omdat bezoekers zo naar uw site blijven komen, om het URL van de verwijderde pagina te laten doorverwijzen naar een relevante nieuwe pagina. Zie hiervoor het eerste puntje bij deze tips.*
- Aangeven aan de crawlers dat een pagina niet moet worden opgenomen in de zoekresultaten. Via de '[no-index functie](#)'.

De zoekrobots moeten de inhoud van de pagina's van een site begrijpen
Relevantie is een sleutelbegrip in SEO. Als u één van de oplossingen wil zijn voor een zoekopdracht dan moet uw site inhoud hebben die relevant is voor die zoekopdracht.

Ideaal is dat u elke pagina relevant maakt voor een bepaald thema (= een groep van zoekopdrachten die hetzelfde uitdrukken). Meestal is er binnen dat thema, die groep aan zoekopdrachten, een zoekterm waarop vergeleken met andere termen in die groep frequenter wordt gezocht. Die zoekterm noem ik hier verder de centrale zoekterm.

Hou er rekening mee dan Google inhoud (teksten) op een heel semantische manier interpreteert. Bij de interpretatie door de index servers wordt dus rekening gehouden met zinsstructuren en grammatica.

Een interessant [Engelstalig artikel op de site Yoast.com](#) geeft meer uitleg over hoe Google inhoud en teksten interpreteert.

Wat u moet kunnen om de inhoud zoekmachine vriendelijk te maken

De inhoud van een pagina relevant maken voor een bepaald thema is een proces. Hier verder gaan we daarop in. Maar om echt zoekmachine vriendelijke inhoud te kunnen samenstellen is het belangrijk dat u bepaalde functies van uw content management systeem kent en weet staan.

Overloop onderstaande functies en kijk of u deze zelf kan uitvoeren in uw content management systeem (vb. Wordpress, Wix, Shopify,...). Vraag advies aan uw websitebouwer indien nodig of ga op zoek in Google naar uitleg over hoe u precies iets aanpast in uw CMS-systeem.

Het gaat hier ook om basisfuncties die vereist zijn om zoekmachine vriendelijke inhoud te kunnen opzetten. Dus check of deze aanwezig zijn in uw CMS-systeem en vraag advies indien nodig aan uw website bouwer.

Volgende functies moet u weten staan en kunnen gebruiken:

- Teksten op een pagina opzetten en opmaken.
- Paragrafen toevoegen aan teksten op uw pagina.
- [H1-titel](#) aanpassen op een pagina.
- [ALT-tekst](#) van een afbeelding aanpassen.
- De [HTML-titel](#), soms ook pagina titel of SEO-titel, van een pagina aanpassen.
- Het [META-description attribuut](#) (omschrijving) van een pagina aanpassen.
- Een link leggen van één pagina van uw site naar een andere pagina van uw site. En naar andere sites.

Stap voor stap proces om inhoud zoekmachinevriendelijk te maken

Schrijven voor het web is meer dan louter een interessante inhoud samenstellen, er dient ook rekening gehouden te worden gebruiksvriendelijkheid en zoekmachine optimalisatie (Google).

Onderstaande procedure helpt om van een leeg wit blad te evolueren naar een tekst die bezoekers aanzet tot actie.

Onderstaande is zowel van toepassing voor product- of diensten pagina's, de pagina die een merk voorstelt, de voorstelling van uw onderneming, overzicht van een productgroep of een informatief (BLOG) artikel.

1. Het onderwerp en concept van uw tekst.
De eerste stap om te zetten is te bepalen waarover u precies zal schrijven. Wat is het onderwerp van uw pagina? Stel uzelf ook de vraag waar precies de meerwaarde ligt voor de lezer? Kijk ook wat de beste format is om de inhoud online te plaatsen.
2. Voorbereiding op inhoud van uw tekst.
Stem uw tekst/inhoud volledig af op de lezer. Gebruik taal die u lezer ook gebruikt en ga in op vragen die de doelgroep zich stelt over het thema.

3. Versie 1 uitschrijven.

Werk op basis van uw voorbereiding een eerste versie van de tekst uit. Stijl en vorm spelen nog geen rol. Wel de inhoud.

4. De zoekterm analyse.

Meestal hebt u dit al uitgevoerd en is het duidelijk voor welk thema. Zie ook eerste hoofdstuk van dit document.

5. Versie 2 van uw tekst is webvriendelijk.

Een web vriendelijke tekst is niet langer dan nodig en scanbaar. Paragrafen, opsommingen en informatieve paragraaftitels zijn hulpmiddelen.

Schrijf op basis van volgende stappen de tweede versie van uw tekst uit:

- Herlees uw eerste versie
- Bepaal wat wel en niet relevant is in uw eerste tekst.
- Schrijf in sterke, duidelijke zinnen en deel indien nodig uw tekst in met paragrafen. (één idee per paragraaf).
Neem de zoektermen die u bepaalde in de zoekterm analyse op in uw teksten. Synoniemen, enkelvoud-meervoud,.. van de zoektermen gebruiken kan ook.
- Geef elke paragraaf een informatieve paragraaftitel.

6. Schrijf een sterke titel voor uw tekst (H1-titel).

Een sterke titel bevat uw centrale zoekterm en vertelt wat ik van de inhoud mag verwachten.

De H1 titel geeft samen met de META description tag een antwoord op de vraag 'Waar gaat deze pagina (link) over?'. En is die relevant voor datgene wat ik wil vinden?

7. Afbeeldingen zoeken.

De juiste afbeelding(en) maakt een tekst luchtiger. Of vult deze aan. Kies één of meerdere afbeeldingen die uw inhoud ondersteunen. Voeg ook ALT-tekst toe aan de afbeelding (= META-informatie). Neem het centrale thema van uw tekst op in de ALT-tekst indien relevant.

8. Pagina publiceren en META informatie toevoegen.

Tijd om uw tekst online te plaatsen. Voeg deze toe aan uw content management systeem en werk de META-informatie uit.

- De HTML-titel voor een pagina
Titel op pagina niveau. Niet langer dan 70 karakters, inclusief centrale thema (zoekterm) van de pagina en de naam van uw onderneming/organisatie.
Maak die HTML-titel overtuigend want het is deze titel die Google toont in een zoekresultaat.
- HTML-omschrijving van de pagina.
Maximaal 140 karakters, inclusief uw bedrijfsnaam en centraal thema/zoekterm van de pagina. Schrijf overtuigend.

9. Call-to-action toevoegen.

Er is altijd een reden waarom web content wordt gemaakt. Een call-to-action (aangevuld met enkele andere links) begeleidt site bezoekers naar de volgende stap. Het geeft aan wat te doen na het lezen van de tekst.

- Bepaal wat u wil dat de lezer 'doet' na het lezen van het artikel.
- Voeg dit met een duidelijke call-to-action toe aan uw artikel.

10. Links naar externe sites toevoegen aan uw pagina.

Links naar andere sites vanuit inhoud geeft Google een beter idee over de context van de inhoud. Links kunnen liggen naar bronnen, inspiratie, interessante tools,... Eventueel kunnen de sites naar waar wordt gelinkt ingelicht worden over de link.

11. Leg vanuit andere pagina's van uw site links naar deze pagina

Door zelf links te voorzien naar een pagina geeft u aan zoekrobots aan dat deze pagina de moeite is om te bekijken.

Extra kan u er ook voor zorgen, [via het anker van een link](#), dat het duidelijker wordt voor de zoekrobots wat het thema is van de pagina.

12. Promotie voor de inhoud

Plaats een link naar uw inhoud op sociale media of in uw nieuwsbrief. Kortom promoot de inhoud van uw site. Zoek desnoods naar pagina's op andere sites die naar u doorlinken.

De zoekrobots moeten de inhoud van een site en haar pagina's naar waarde schatten en vertrouwen.

Voor een zoekrobot als Google is autoriteit en vertrouwen een heel belangrijk gegeven. Het is een basisprincipe die ze meenemen bij de rangschikking van pagina's in zoekresultaten.

Enkele tips m.b.t. autoriteit en vertrouwen van uw site:

- Links van andere sites naar uw site zijn heel belangrijk voor zoekrobots. Zorg er dus voor dat u links krijgt van andere sites.
 - Leveranciers, klanten, partners, beroepsorganisaties, gesponsorde initiatieven
 - PR campagnes zijn ook een manier om links te verzamelen.
- Zorg voor een HTTPS connectie voor uw site (veilige verbinding).
- Beveilig uw server goed.
- Zorg ervoor dat de pagina's van uw site snel laden.

[Dit artikel geeft heel wat meer informatie over autoriteit in kader van SEO.](#)