

WHITEPAPER

Starten met SEO

Meer dan 5 onderdelen die je zelf kan doen

Introductie

Gemiddeld gebruiken mensen Google drie tot vier keer per dag. (Hubspot, 2021) Daarnaast start 68% van alle online ervaringen met een zoekmachine. (BrightEdge, 2019) Met deze cijfers in gedachten spreekt het voor zich dat je als bedrijf die positie bovenaan in Google wilt bereiken, want o ja slechts 6% van alle clicks bevindt zich na de eerste resultatenpagina. (Hubspot, 2021) Zoekmachine optimalisatie (SEO) blijft daarom ook in 2022 hot and happening.



68%

van alle online
ervaringen
start met een
zoekmachine

6%

van alle clicks vindt
plaats na de eerste
resultatenpagina

Maar hoe ga je nu te werk met SEO? Wat is het en wat kun je eventueel zelf al doen op het gebied van zoekmachine optimalisatie? In deze whitepaper gaan we dieper in op de verschillende elementen van SEO, welke elementen je hieruit eventueel zelf kunt oppakken en welke elementen je het best uitbesteedt aan een SEO-specialist.



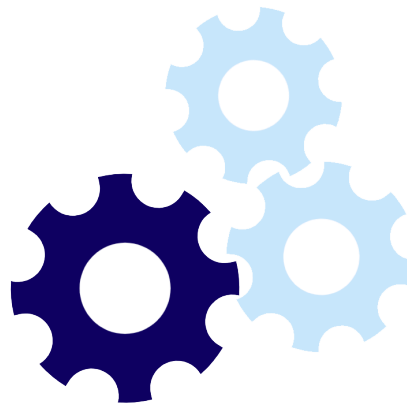
Wat is SEO?

SEO, kort voor Search Engine Optimization en ook wel bekend als zoekmachine optimalisatie, zorgt ervoor dat een website organisch hoger rankt in de zoekmachine. Door het hoge marktaandeel (94% in Nederland (Statcounter, 2022)) focussen we hierbij vooral op de zoekmachine van Google.

Google bepaalt de plaats van de zoekresultaten aan de hand van verschillende factoren. Deze factoren noemen we rankingsfactoren. Over wat deze factoren exact zijn doet Google nogal mysterieus, maar door te testen en

te onderzoeken zijn we er in SEO-land aardig in geslaagd om de zoekmachine te begrijpen. Let wel op, er vinden dagelijks updates plaats in de algoritmes van Google, waardoor de SEO van je website continu aandacht nodig heeft.

In de basis bestaat SEO uit drie onderdelen: content, techniek en autoriteit. In de categorie content kun je denken aan SEO-teksten en de lay-out van je pagina's, techniek richt zich onder andere op de snelheid en indexeerbaarheid van je website en autoriteit heeft alles te maken met de waarde van je backlinkprofiel.





Wat kun je zelf?

Content

Ben je een beetje taaltechnisch dan kun je voor het onderdeel content heel veel zelf doen. Door je bij het schrijven van SEO-teksten aan een aantal regels te houden laat je de zoekmachine duidelijk weten waar jouw webpagina over gaat. Voordat je aan de slag gaat met schrijven is het echter belangrijk om te weten op welk trefwoord je focust in je tekst. Om deze reden start jouw SEO-strategie altijd met een zoekwoorden onderzoek. Hierbij achterhaal je welke zoektermen jouw doelgroep gebruikt en hoe groot de concurrentie op deze trefwoorden is.

Staar je echter niet blind op de trefwoorden met hoge zoekvolumes. Een zoekterm met een ontzettend hoog zoekvolume heeft vaak ook een grote concurrentiedichtheid, waardoor het moeilijk wordt om in de top resultaten te scoren. Op bepaalde termen win je het over het algemeen niet van de grote jongens, dus kun je jezelf beter richten op de kleinere groep mensen die zoekwoorden gebruiken waarbij je wel kans maakt op die toppositie.

Om deze cijfers te achterhalen maken SEO-bureaus vaak gebruik van betaalde tools zoals Ahrefs, SE Ranking of SEMrush. Zelf kun je zonder deze fancy programma's inspiratie voor trefwoorden opdoen middels Google suggest. Door je trefwoord in de zoekbalk van Google in te typen krijg je extra suggesties vanuit Google. Google vertelt je hiermee dat deze bijbehorende termen veel bezocht worden. Om de concurrentiekracht grofweg in te schatten kun je uitgaan van de regel dat long-tail zoektermen (langere, specifieke trefwoorden) vaak minder concurrentie hebben dan head trefwoorden (algemene termen met veel zoekvolume). Voor een preciezere trefwoordanalyse is het raadzaam een SEO-specialist in te schakelen. Zij weten precies welke synoniemen van je focuswoorden de beste zoekvolume-tot-concurrentie ratio hebben. Wanneer je jouw trefwoorden bepaald hebt, kun je aan de slag met tekstschrijven.

DE REGELS

SEO teksten schrijven

TEKSTLENGTE

Stem de lengte van je tekst af op je concurrentie. Minimum is 350 woorden, maar gebruikt jouw concurrent er 600, ga daar dan boven zitten.

KEYWORD DENSITY

Verwerk het trefwoord één keer per 100 woorden in je tekst. Je wilt niet overoptimaliseren, want dit zal Google zien als spam en juist afstraffen. De keyword density is idealiter tussen de 1% en 2%.

TREFWOORD FLOW IN DE TEKST

In het kader van gebruiksvriendelijkheid (en het voorkomen van snelle bounces) is het wel zo fijn dat je tekst natuurlijk oogt. Tussen de verschillende woorden uit je zoekterm mogen daarom maximaal vijf andere woorden of tekens staan. De zoekterm 'Online marketing bureau Kaatsheuvel' kan bijvoorbeeld in de tekst worden verwerkt als '...online marketing bureau in Kaatsheuvel...' De keyword density is idealiter tussen de 1% en 2%.

CALL TO ACTION

Uiteraard wil je jouw bezoekers ook laten converteren. Voeg daarom naast je SEO regels ook voldoende Call To Actions toe in je teksten.

HEADINGS

Maak gebruik van headings voor je titel (h1) en tussenkopjes (h2 of h3). Zorg er daarnaast voor dat de zoekterm altijd de titel van je pagina is.

DUPLICATE CONTENT

Kopieer nooit rechtstreeks de teksten van je concurrentie! Ten eerste is je concurrent hier uiteraard niet blij mee (fraude), maar ook Google wordt hier niet vrolijk van en zal jouw website hiervoor afstraffen. Dit geldt ook voor je eigen teksten over hetzelfde onderwerp met verschillende trefwoorden. Schrijf hiervoor altijd verschillende teksten.

URL

Wanneer je tenslotte je tekst daadwerkelijk online zet is het belangrijk dat je het trefwoord ook kort en krachtig in de URL verwerkt. Zo is het voor Google nog duidelijker waar de pagina over gaat.

META TITLE EN DESCRIPTION

Schrijf ook zelf je metateksten (de tekst die te zien is in je Google resultaat) en gebruik hierbij je trefwoord. Verwerk je trefwoord zowel in de title als in de eerste zin van je description.



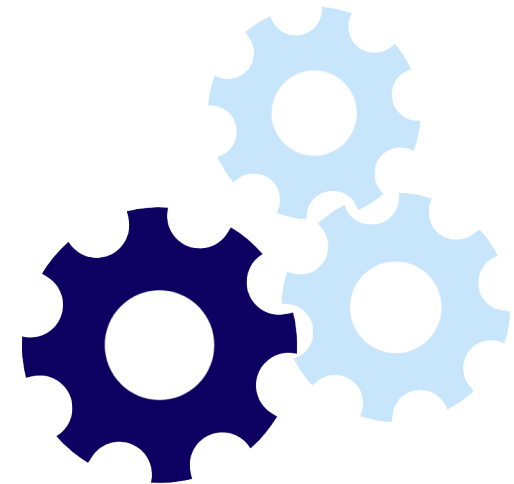
Wat kun je zelf?

Techniek

Naast de content kun je ook op technisch gebied zelf al wat verbeteringen uitvoeren. Door bijvoorbeeld een XML-sitemap en robots.txt bestand toe te voegen aan je website heb je meer controle over de indexering van je pagina's. Ook een veiligheidsstempel oftewel SSL-certificaat – een url die begint met https in plaats van http – kun je zelf aanvragen bij jouw hostingpartij. Daarnaast kun je er gemakkelijk zelf op letten dat de bestanden die je upload op je website, zoals afbeeldingen niet te groot zijn. Grote bestanden hebben namelijk een negatief effect op de laadsnelheid van jouw website. Video's plaats je om deze zelfde reden het best via programma's als Vimeo of YouTube, zo blijft het grote bestand zelf van je website.

Download Yoast SEO

Maak je gebruik van WordPress? Download dan gemakkelijk zelf de gratis plug-in Yoast SEO. Dit is een extra guideline wanneer je aan de slag gaat met je SEO. Daarnaast kun je met Yoast SEO gemakkelijk meta descriptions (de kleine stukjes tekst onder een link in Google) en meta titles (de titel van je Google link) meegeven aan je pagina's.





Wanneer schakel je de SEO-specialist in?

Autoriteit

Op het gebied van content en techniek heb je nu al stappen kunnen zetten. Helaas is het stukje SEO-autoriteit iets ingewikkelder. Je bouwt autoriteit op met een goed doordacht backlinkprofiel. Dit heet linkbuilding. Hierbij zorg je dat er op andere websites dan die van jouzelf wordt gelinkt naar jouw webpagina's. Google ziet dit als een stem van die betreffende website voor jouw domein. En wie de meeste stemmen heeft, heeft volgens Google de beste informatie.

Toch is linkbuilding niet zo eenvoudig als simpelweg stemmen verzamelen door op zoveel mogelijk websites je link te laten plaatsen. Google is namelijk ook waakzaam voor valse links en spam. Een strategie waarbij je niet kritisch bent op de externe links zal dus alleen maar afgestraft worden. SEO-specialisten weten

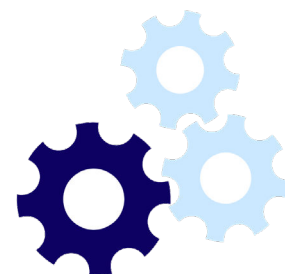
waar ze voorzichtig moeten zijn met het plaatsen van links, en wat voor jouw specifieke website de beste verhouding aan typen links is. Dit is namelijk onder andere afhankelijk van je branche en je concurrentie. Verschillende links hebben ook weer verschillende waarden. De stem van een website die zelf een hoge autoriteit heeft, wordt zwaarder meegewogen dan een stem van een website met een spam-autoriteit.





Conclusie

Als je bereid bent jezelf goed in te lezen en tijd te investeren in je SEO, kun je zelf een heel eind komen. Wanneer het echter technisch wordt zoals in het geval van linkbuilding of de ingewikkeldere SEO-techniek, is een SEO-specialist niet zo'n gekke investering. Zo voorkom je namelijk dat je strafpunten verzamelt bij Google, want deze kunnen je duur komen te staan.



Bronnen

BrightEdge. (2019). https://videos.brightedge.com/research-report/BrightEdge_ChannelReport2019_FINAL.pdf
Hubspot. (2021). <https://blog.hubspot.com/marketing/google-search-statistics>
Hubspot. (2021). <https://blog.hubspot.com/marketing/historical-blog-seo-conversion-optimization>
Statcounter. (2022). <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/netherlands/2021>