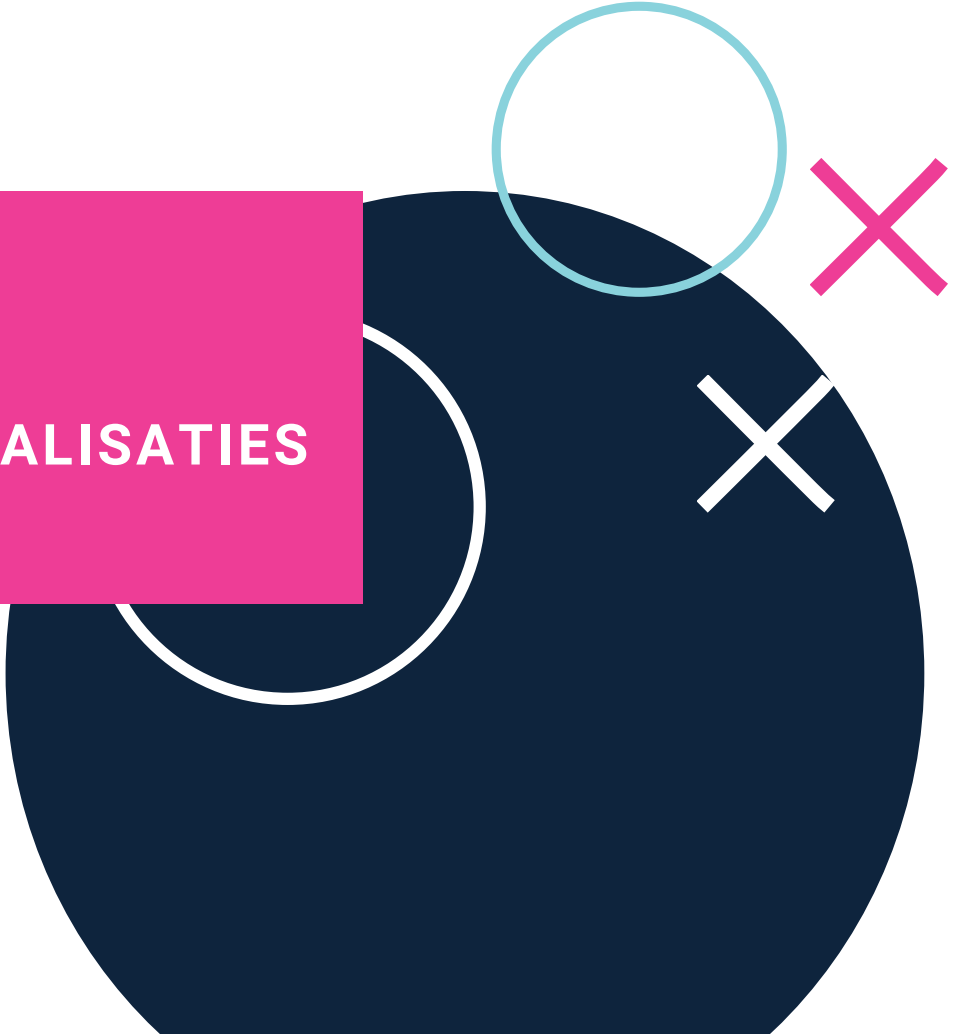




MARKETING MADHEADS.



**SEO STAPPENPLAN;
8 HANDS-ON OPTIMALISATIES**

COPY RIGHT



Copyright © Marketing Madheads

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, door middel van druk, fotokopieën, geautomatiseerde gegevensbestanden of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

INHOUD

04 INTRO; ZO WERKT GOOGLE

05 8 PRAKTISCHE STAPPEN
VOOR SEO

09 SEO CHALLENGE

10 MEET THE MADHEADS TEAM

11 SEO CHEATSHEET

INTRODUCTIE; ZO WERKT GOOGLE

Liever direct aan de slag? Ga dan naar de volgende pagina!

Sinds het jaar 2000 is Google de grootste zoekmachine in de Westerse wereld. Google rangschikt het web, waardoor internetgebruikers efficiënt informatie kunnen bereiken.

De missie van Google is 'om de informatie van de wereld te organiseren en universeel toegankelijk en nuttig te maken'. Google is misschien wel het meest succesvolle bedrijf in het organiseren van het web.

Er is enorm veel informatie online. Om deze overvloed aan informatie te rangschikken maakt Google gebruik van een algoritme. Dit zorgt ervoor dat de meest relevante resultaten naar voren komen in de eerste pagina van Google.

Het belang van Google is dat gebruikers van Google, Google zoveel en zo vaak mogelijk gebruiken. Dit doen de gebruikers van Google alleen als Google de beste resultaten geeft op een zoekopdracht.

En dit is de essentie van zoekmachine optimalisatie (SEO); zorgen dat je het meest relevant bent op bepaalde zoekopdrachten die plaatshebben binnen Google.

Een veelvoorkomende misvatting is te denken dat er 'trucjes' mogelijk zijn om de organische resultatenpagina van Google te beïnvloeden. Deze trucs zijn er niet.

Wel zijn er stappen die gemaakt kunnen worden om Google zo efficiënt mogelijk de informatie op een website of webpagina te laten indexeren. De belangrijkste van deze optimalisatiestappen hebben we voor je uitgewerkt.

8 PRAKTISCHE OPTIMALISATIESTAPPEN VOOR WEBPAGINA'S

STAP 1: PAGINA URL

Google vindt het fijn dat informatie op een webpagina specifiek is. Daarom is het een voordeel om per onderwerp een specifieke webpagina aan te maken. Een dergelijke specifieke pagina wordt een 'landingspagina' genoemd. De ene pagina kan gaan over 'Elektrische zwarte herenfietsen' en een andere pagina over 'Elektrische zwarte damesfietsen'.

Een landingspagina heeft een eigen URL. In de URL het onderwerp verwerken van de pagina is een goede manier om Google richting te geven. In ons voorbeeld wordt dat dus:
www.voorbeeld.nl/elektrische-zwarte-herenfietsen

Let op: als je een bestaande URL aanpast kan het zijn dat een deel van de interne en externe links die verwijzen naar de 'oude' URL ook aangepast dienen te worden. Op die manier voorkom je dat bezoekers van jouw website onverhoopt op de 404-pagina (niet-bestaande pagina) terecht komen.

STAP 2: PAGINA TITEL

De pagina titel is de titel die wordt gegeven aan een pagina. Dit is een erg belangrijke aanwijzing voor Google om te 'begrijpen' wat het onderwerp is van de webpagina. Daarnaast gebruikt Google de pagina titel ook in de resultaten van de zoekmachine. De pagina titel is het blauwe, klikbare gedeelte dat te vinden is in de resultatenpagina van Google.

Gebruik een pagina titel die op een natuurlijke en effectieve wijze het onderwerp van de pagina content aanduidt. In het ideale scenario heeft elke pagina van de website een unieke titel, zodat Google weet dat de pagina verschilt van al de andere pagina's die op je website te vinden zijn.

De titel heeft idealiter maximaal 60 tekens. Als de titel langer is dan kort Google de titel - op mobiel - in. In het geval van ons voorbeeld wordt de pagina titel 'Elektrische Zwarte Herenfietsen + Bedrijfsnaam'.

8 PRAKTISCHE OPTIMALISATIESTAPPEN VOOR WEBPAGINA'S

STAP 3: META BESCHRIJVING

De meta beschrijving is een aanvulling op de pagina-titel. Dit biedt Google en de gebruikers een aanvullende houvast binnen Google. Het geeft meer beschrijving over waar de pagina over gaat. De meta beschrijving van een pagina kan een langere zin zijn.

Schrijf een beschrijving die gebruikers zowel informeert als interesseert. De meta beschrijving zien gebruikers van Google namelijk in de zoekresultaten-pagina. De meta-beschrijving bestaat idealiter uit minimaal 50 en maximaal 150 tekens. Als de beschrijving langer is dan 150 tekens, kort Google de beschrijving in.

In ons voorbeeld zou een goede meta beschrijving zijn:

'Op zoek naar een klassieke **elektrische zwarte herenfiets**? Ruim aanbod **elektrische zwarte herenfietsen**, nu tijdelijk met 10% korting!'

STAP 4: STRUCTUREER DE PAGINA MET KOPPEN

Aangezien koppen doorgaans groter zijn dan normale tekst op de pagina, is dit voor gebruikers een visuele aanwijzing dat deze tekst belangrijk is en ze inzicht kan geven in het type content dat onder de kop staat. Net als in een krantenartikel.

Om voor bezoekers de pagina beter leesbaar te maken, zijn er meerdere kopformaten mogelijk.

De belangrijkste kop op een pagina is de zogenaamde 'Header 1' of 'H1'. Gebruik deze kop één keer, bovenin de pagina. Informeer de gebruiker via deze kop over het onderwerp van de pagina. In ons voorbeeld zou dat zijn 'Elektrische Zwarte Herenfietsen'.

Na de hoofdkop (H1) volgen door de pagina heen 'Header 2' of 'H2' koppen. Ook deze koppen benut je, waar mogelijk, met een zoekwoord. Een voorbeeld van een H2 is 'Elektrische zwarte herenfiets customizen'.

Een overdaad aan koppen binnen een pagina wil je voorkomen. Zorg dat je, net als in een krantenartikel, het overzichtelijk houdt voor de bezoekers (en zoekmachines).

8 PRAKTISCHE OPTIMALISATIESTAPPEN VOOR WEBPAGINA'S

STAP 5: CONTENT

Interessante en relevante content heeft een grotere invloed op je website dan enige van de andere factoren uit het stappenplan. Als je pagina niet een specifiek onderwerp aanhaalt, dan ga je niet ranken.

In ons voorbeeld van 'Elektrische zwarte herenfietsen' gaat je pagina alleen goed scoren als je producten (= content) en tekst (= content) 'elektrische zwarte herenfietsen' bevat.

We weten ondertussen dat Google zo relevant mogelijk voor haar bezoekers wil zijn. Dus als iemand zoekt op 'elektrische zwarte herenfietsen' is de kans het grootst dat ze geholpen zijn als ze op een pagina landen die over dit specifieke onderwerp gaat.

Denk bij het schrijven van de tekst na over de woorden die een gebruiker in een zoekmachine kan invoeren om je content te vinden. Zoekers die veel over een onderwerp weten gebruiken andere woorden in zoekopdrachten dan zoekers die niets van het onderwerp weten.

Door op deze verschillen in zoekgedrag te anticiperen en hiermee rekening te houden wanneer content wordt geschreven (met goede zoekwoord combinaties), worden positieve resultaten gegenereerd.

Het maken van content van hoge kwaliteit vergt een aanzienlijke hoeveelheid van ten minste een van het volgende: tijd, moeite, expertise en talent/vaardigheid. Content moet feitelijk accuraat, duidelijk geschreven, afgebeeld of opgenomen en volledig zijn.

STAP 6: INTERNE LINKSTRUCTUUR

Om een pagina goed zichtbaar te maken voor Google is het zaak de pagina te verankeren in de rest van je site. Dit doe je via interne links. Een interne link is een link van de ene pagina naar de andere pagina. Maar ook een link vanuit bijvoorbeeld het hoofdmenu is een vorm van een interne link.

Hoe meer interne links naar een bepaalde pagina worden ingezet, hoe belangrijker de pagina is binnen de website. Hier geeft Google dan ook extra aandacht aan. De interne links krijgen een tekst mee. Voorkom hier zoveel mogelijk het gebruik van woorden als 'lees meer' of 'meer informatie'. Maar gebruik hierin juist een zoekwoord. In ons voorbeeld zouden we gebruiken 'bekijk hier alle [elektrische zwarte fietsen](#)'.

Hier geldt: hoe beter de linktekst, hoe makkelijker het is voor gebruikers om te navigeren en hoe makkelijker het is voor Google om te begrijpen waar de pagina over gaat.

8 PRAKTISCHE OPTIMALISATIESTAPPEN VOOR WEBPAGINA'S

STAP 7: ALT-ATTRIBUUT

Gebruik maken van afbeeldingen op de webpagina zorgt voor een goede ervaring en is daarmee alleen al een goede manier van optimaliseren.

Google heeft wel moeite met het beoordelen van wat er in een afbeelding wordt afgebeeld. Daarom is het goed om het alt-attribuut te benutten.

Via het alt-attribuut is een korte omschrijving mee te geven aan de afbeelding. Deze omschrijving is te optimaliseren door gebruik te maken van een zoekwoord of het onderwerp van de pagina. Daarnaast is de bestandsnaam van de afbeelding ook te optimaliseren door hierin een accurate beschrijving van de afbeelding te benoemen. Wederom, hier gebruik maken van een zoekwoord levert punten op.

In ons voorbeeld hebben we een afbeelding van een 'Elektrische zwarte fiets', die we comprimeren en vervolgens opslaan en uploaden als 'elektrische-zwarte-fiets.png'. Als we de afbeelding vervolgens gebruiken op de pagina voeren we de alt-tag toe: 'elektrische zwarte fiets Batavus'.

STAP 8: PROMOTEN WEBPAGINA

Hoewel de meeste externe links naar je webpagina geleidelijk worden toegevoegd, begrijpt Google dat ook actief gewerkt kan worden aan content ontdekking door naar je content te verwijzen. Een effectieve promotie van nieuwe content leidt tot een snellere ontdekking door degenen die in hetzelfde onderwerp geïnteresseerd zijn.

Een post op social media kanalen, waarmee je bezoekers laat weten dat je nieuwe content hebt toegevoegd, is een goede manier om mensen te informeren over nieuwe content of services. Voeg hierin dan ook een link naar je webpagina toe.

Daarnaast is het goed mogelijk dat er een aantal externe sites zijn die over hetzelfde onderwerp als dat van de webpagina gaan. Deze websites aanschrijven en actief vragen om een backlink (link naar jouw pagina) is een erg goede manier om autoriteit te werven.

Zoals in het begin aangegeven is het in het belang van Google om de beste resultaten van een onderwerp hoog in de zoekmachine te plaatsen. Hoe meer verwijzingen naar de webpagina, des te belangrijker deze pagina is in de ogen van Google. Dit is een duidelijke indicatie richting Google dat de webpagina een plek verdient binnen de top van de zoekresultaten.

Nog meer leren over SEO?

Meld je dan aan voor de '10 dagen SEO challenge'

Meer informatie en
inschrijven via:

[marketingmadheads.com
/seo-challenge-plus](https://marketingmadheads.com/seo-challenge-plus)

MEET THE TEAM



Stefan Picavet



Wouter Swagemakers



Bas van Steen



Ellis Ulijn



Marloes Jacobs



Welk bedrijf biedt klanten nu een dienst waardoor je jezelf vervolgens overbodig maakt?
Nou, wij dus!"

Met ons concept doorbreken we al jaren de aanpak van de traditionele online marketingbureaus.

"Wij zijn hét alternatief voor een online marketing bureau."

SEO IN 8 STAPPEN

CHEATSHEET



"Het is onze missie om alle informatie ter wereld te organiseren en universeel toegankelijk en bruikbaar te maken".

Google

1 PAGINA URL

Zorg voor een beschrijvende, nette pagina URL die door mensen goed te onthouden en in te typen is.

2 PAGINA TITEL

Plaats een zoekwoord in je pagina titel. Hoe specifieker, hoe beter. Gebruik niet meer dan 60 tekens.

3 META BESCHRIJVING

Gebruik niet meer dan 150 tekens, gebruik een zoekwoord en een call to action.

4 HEADERS

Deel de pagina in met een duidelijke structuur aan de hand van koppen. Gebruik de H1 één keer.

5 CONTENT

Het allerbelangrijkste is unieke, kwalitatieve content over een specifiek onderwerp in de vorm van tekst en beeld.

6 INTERNE LINKS

De pagina moet bereikbaar zijn door bezoekers en zoekmachines via interne links.

7 ALT-ATTRIBUUT

Plaats zoekwoorden en beschrijvingen in het alt-attribuut bij afbeeldingen. Gebruik 1 tot 15 woorden.

8 PROMOTEN WEBPAGINA

Zorg dat je webpagina ontdekt gaat worden door links te delen naar de pagina via social media, blogs en andere websites.

