

ipsis



WHITEPAPER

HANDBOEK SEO

Een praktisch antwoord op de vraag: Hoe zet ik SEO in voor een betere online vindbaarheid?

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	3	Waarom je als ondernemer SEO wil inzetten	11
		SEO-concurrentie	11
Wat is SEO?	4		
Hoe werkt SEO?	4	De factoren die meespelen bij SEO	12
Hoe kom ik bovenaan in Google?	5	Content	12
SEO of SEA?	5	Techniek	13
SEA	7	Autoriteit	13
SEO	7		
Voorbeeld van een zoekopdracht	8	Aan de slag met SEO	14
De voordelen van SEO	9	Checklist SEO	16
Budget is geen beperking	9		
Verhoogde traffic naar de website	9		
Meer omzet	10		
Meetbare resultaten	10		
SEO zorgt voor vertrouwen	10		

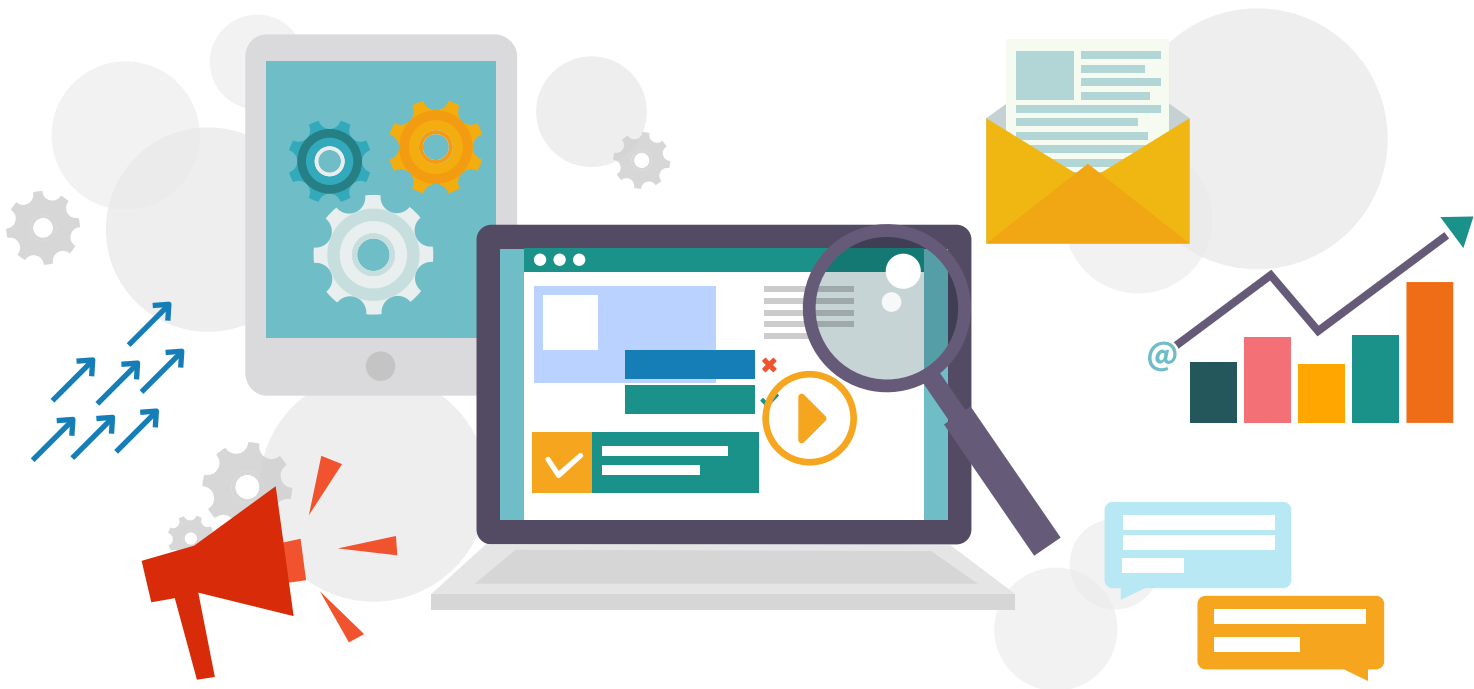
HANDIG OM TE WETEN!

Wil je direct naar een specifiek onderwerp in deze whitepaper? Klik op de titel in de inhoudsopgave om naar het betreffende hoofdstuk te gaan. Rechts onderaan elke pagina vind je een pijl waarmee je weer terugkeert naar de inhoudsopgave. Wij wensen je veel leesplezier!

INLEIDING

Offline heb je de zaken goed op orde, maar je mist grip op de online wereld. Je heb gehoord over SEO en SEA en weet dat er kansen liggen, maar waar moet je beginnen? Wat kun je zelf doen en wat niet? Dit handboek legt jou kort uit wat SEO is, waarom je het absoluut moet inzetten en wat je kunt doen om jouw online vindbaarheid te vergroten door middel van SEO.

Denk je dat SEO alleen voor de specialisten is weggelegd? Na het lezen van dit handboek beseft je dat je zelf al heel veel kunt bereiken. Wij leggen je dus niet alleen uit wat je kunt doen, maar ook hoe je het aanpakt. Alles voor een hogere positie in de zoekresultaten!



WAT IS SEO?

“Hoe komt mijn website bovenaan in Google?”, een vraag die tegenwoordig veel gesteld wordt. Het antwoord hierop luidt als volgt: SEO! Maar wat is SEO?

SEO is de afkorting van Search Engine Optimization; de Engelse term voor zoekmachineoptimalisatie. SEO is het optimaliseren van websites voor mensen die zoekmachines als Google gebruiken. Het doel van SEO is om zoveel mogelijk relevante bezoekers op jouw website te krijgen zonder dat je de zoekmachine hoeft te betalen om jouw website in de resultaten te tonen.

“SEO omvat alle activiteiten die eraan bijdragen dat zoekmachines zoals Google jouw website kunnen vinden en deze hoog in de zoekresultaten kunnen plaatsen.”

HOE WERKT SEO?

Het doel van zoekmachines als Google is om de gebruiker zo snel mogelijk relevante content toe te reiken. Daarom gaat een zoekmachine aan de

hand van een zoekopdracht op zoek naar de best passende websites die de meest relevante content aanbiedt. De website die het best aansluit op de zoekopdracht wordt bovenaan in de zoekresultaten getoond. De websites die bovenaan staan scoren hoog op belangrijke factoren als content, techniek en autoriteit.

Hoe gaat de zoekmachine en SEO te werk? Iedere website bevat broncodes die informatie verschaffen over onder andere het onderwerp van de website. Er wordt informatie uit broncodes gehaald, die de zoekmachine vertellen wat er op de website te vinden is. Uit deze broncodes haalt de zoekmachine bepaalde woorden die op de website te vinden zijn, dit zijn zogeheten ‘keywords’. Deze keywords zijn woorden of woordgroepen die als zoekterm gebruikt worden.

HOE KOM IK BOVENAAN IN GOOGLE?

Bij Google draait alles om de eindgebruiker en wat voor diegene relevant is. Houd daarom altijd de eindgebruiker in gedachten wanneer je aan de slag gaat met SEO. Dat is waar het uiteindelijk om draait en niet om de zoekmachine.

Wanneer je je bewust bent van de zoektermen die jouw doelgroep gebruikt, is het slim om deze in de websiteteksten te verwerken. Op deze manier help je de zoekmachine om jouw website te linken aan bepaalde zoektermen. In feite zorg je zo dat jouw website goed leesbaar is voor zoekmachines en maak je deze duidelijk dat jouw website veel waardevolle informatie bevat over een bepaald onderwerp. Door het schrijven en plaatsen van relevante content zorg je ervoor dat je website door Google beloond wordt met een hoge ranking.

Deze hoge ranking bereik je niet in één dag en hangt niet alleen af van de zoektermen die je op de website verwerkt. SEO kost tijd, moeite en moet met enige regelmaat worden gepakt. De concurrent zit immers ook niet stil.

SEO OF SEA?

Soms ontstaat er verwarring tussen de begrippen SEO en SEA, twee termen die veel gebruikt worden in de online marketing. Maar wat is het verschil?

Wanneer een gebruiker van een zoekmachine een zoekopdracht intypt, komen er twee verschillende resultaten naar boven. Helemaal bovenaan vind je de betaalde zoekresultaten, ook wel SEA genoemd. Onder de betaalde zoekresultaten staan de organische SEO zoekresultaten. Nog steeds niet helemaal duidelijk? Wij zetten het voor je onder elkaar!



HI, IK
BEN SEO



HI, IK
BEN SEA



90% VAN DE POTENTIËLE KLANTEN GEBRUIKT ZOEKMACHINES.
 HIERVAN KLIKT **90%** OP RESULTATEN VAN DE **EERSTE** PAGINA



VS



Tussen organische zoekresultaten
 Optimalisatie volledige website
 Verbetering langzaam zichtbaar
 > 200 factoren om SEO te verbeteren

Boven en naast organische zoekresultaten
 Conversieoptimalisatie van landingspagina
 Verbetering direct zichtbaar
 ± 50 factoren bij inrichting campagne



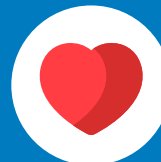
Kosten zijn vooraf te berekenen
 Levert extra bezoekers op
 Van bezoeker naar klant door conversieoptimalisatie



+



=



SEO verbetert o.a. content, conversie en leesbaarheid van een website. **SEA** is goedkoper met een geoptimaliseerde website doordat de kwaliteitsscore van een advertentie beter is.



SEA

SEA staat voor Search Engine Advertising, ofwel adverteren in zoekmachines. Het betreft hier betaalde advertenties waarbij je een budget instelt op bepaalde zoekwoorden of -termen. Worden deze zoekwoorden ingetypt in de zoekmachine, dan wordt jouw website in de betaalde advertenties in de zoekresultaten getoond. Voor iedere klik op de link naar jouw website, moet je een bepaald bedrag betalen. Wanneer jouw budget op is, word je niet meer getoond in de zoekresultaten. Je kunt betaalde zoekresultaten herkennen aan het blokje met 'advertentie' dat getoond wordt naast de website URL of aan termen als 'Google Shopping' en 'gesponsord'.

SEO

Onder de gesponsorde websiteresultaten worden de organische zoekresultaten getoond. Dit zijn de natuurlijke resultaten die bepaald worden door het algoritme van de zoekmachine en door de relatie van een website met het desbetreffende zoekwoord. De website met tekst die het best matcht met de zoekterm, komt bovenaan te staan. Dit is een resultaat behaald door SEO, ofwel gratis zoekmachineoptimalisatie.

VOORBEELD VAN EEN ZOEKOPDRACHT

Om goed duidelijk te kunnen maken hoe je aan zoekresultaten kunt aflezen wat SEA en SEO is, vind je hiernaast een voorbeeld.

Het groene deel bevat de organische zoekresultaten. De hoge score in de ranking van Google hebben deze websites te danken aan het correct toepassen van SEO. De websites zijn zo goed geoptimaliseerd dat de zoekmachine van Google deze heeft gematcht aan de zoekterm 'barbecue kopen'.

Het groene deel omvat een de organische zoekresultaten. De hoge score in de ranking van Google hebben deze websites te danken aan het correct toepassen van SEO. De websites zijn zo goed geoptimaliseerd dat de zoekmachine van Google deze heeft gematcht aan de zoekterm 'barbecue kopen'.

The screenshot shows a Google search for 'barbecue kopen'. The search bar is highlighted with an orange box. Below the search bar, the search results are categorized into SEA (Search Engine Advertising) and SEO (Search Engine Optimization).

SEA (Search Engine Advertising): This section is highlighted with a red box. It features a 'Gesponsord' (Sponsored) label in the top right corner. The results include a carousel of five barbecue products with their prices and a list of three organic search results. The first organic result is 'Barbecue kopen in Amsterdam? | Hoge Korting op BBQ's' from 'allesvoorbbq.nl', the second is 'Barbecue kopen? Geef je huis wat fonQ - fonQ.nl', and the third is 'Barbecue kopen | Grootste aanbod van NL én voordelig - Barbecueshop'.

SEO (Search Engine Optimization): This section is highlighted with a green box. It features the organic search results for 'Barbecue (bbq) kopen? Alle Barbecues online - bol.com'.

Product	Price	Website
Houtskoolbarbecue 1,2 m	€ 427,09	ggmgastro.com
Elektrische barbecue (8,1)	€ 2.379,88	ggmgastro.com
Doner Grill 1 brander / max. 5	€ 308,09	ggmgastro.com
Arpe Kamado barbecue	€ 139	Coolblue
Patton Kamado Grill 13 zwart	€ 149	Barbecueshop.nl

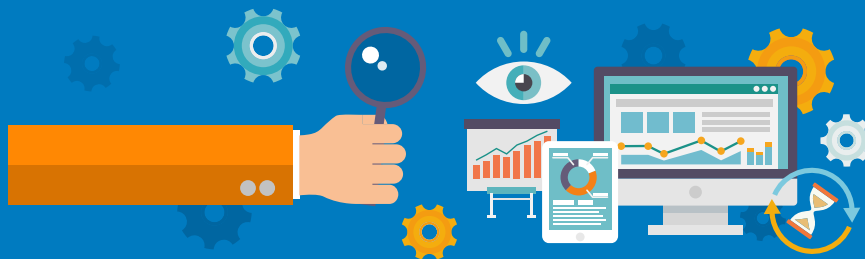
Organic Search Results:

- Barbecue kopen in Amsterdam? | Hoge Korting op BBQ's**
allesvoorbbq.nl • 020 226 5700
Ontvang hoge korting op bbq's of krijg gratis accessoires bij aankoop van een barbecue. Compleet assortiment BBQ's en accessoires. Eenvoudig besteld en gratis bezorgd. LiveChat. 6 BBQ Winkel.
- Barbecue kopen? Geef je huis wat fonQ - fonQ.nl**
fonQ.nl •
Geef je Huis wat fonQ! De online winkel die helpt bij het inrichten van je huis. Vandaag voor 23:00...
- Barbecue kopen | Grootste aanbod van NL én voordelig - Barbecueshop**
https://www.barbecueshop.nl/barbecue-kopen
Barbecue kopen? Kooptips en -tricks van Barbecueshop.nl! BBQ's zijn populair en een must have voor iedereen die houdt van gezellig buiten koken.
- Barbecue (bbq) kopen? Alle Barbecues online - bol.com**
https://www.bol.com/nl/walle-barbecues/N/11771/
★★★★ Beoordeling: 8,2/10 - 24.440 reviews
Waar let je op bij het kopen van een barbecue? Ten eerste moet je een keuze maken voor houtskool, gas of elektrisch. Houtskool heeft als voordeel dat het de ...
In Houtskoolbarbecues · Alles in Elektrische barbecues · Bol.com | Barbecue

DE VOORDELEN VAN SEO

SEO biedt de volgende voordelen:

- Budget is geen beperking
- Verhoogde traffic naar de website
- Meer omzet
- Meetbare resultaten



BUDGET IS GEEN BEPERKING

In tegenstelling tot SEA, is SEO is niet enkel weggelegd voor bedrijven met een gigantisch marketingbudget. Kijken we naar SEA, dan zien we dat de eerste pagina van de geadverteerde zoekresultaten vaak gedomineerd wordt door bedrijven die veel geld hebben om te adverteren op een veelgebruikte zoekterm.

Bij SEO draait alles om gratis verkeer en kom je bovenaan te staan wanneer jouw website beschikt over ijzersterke content die door de zoekmachine gematcht wordt aan de zoekopdracht. Dit betekent dat een goed functionerende en relevante pagina van een zzp'er hoger in de resultaten kan staan dan de website van een 'grotere' concurrent.

VERHOOGDE TRAFFIC NAAR DE WEBSITE

Een hoge positie in de zoekmachineresultaten resulteert in een hogere zichtbaarheid – veel mensen zien jouw websitelink namelijk hoog in de zoekresultaten staan. Deze zichtbaarheid zorgt vervolgens weer voor meer kliks en dus verkeer naar de website. Een stijgend bezoekersaantal kan vervolgens weer bijdragen aan een hogere conversie.

MEER OMZET

Een logisch gevolg van meer websiteverkeer is een hogere omzet. Des te meer bezoekers jouw website weten te vinden, des te groter de kans dat er meer verkocht wordt. Het is eigenlijk precies hetzelfde als bij winkels: wanneer voorbijgangers de winkel niet ingaan, verkoop je niks. Doen ze dat wel, dan is er in ieder geval interesse en is er een kans dat de klant besluit om een product aan te schaffen.

“Meer traffic, meer leads, meer prospects, meer omzet!”

MEETBARE RESULTATEN

Wanneer SEO op de juiste manier wordt ingezet is een positief effect gegarandeerd. Niet alle marketingactiviteiten zijn meetbaar. Bij SEO is het wel mogelijk om erachter te komen wat het resultaat is van de inspanningen. Wanneer je gebruik maakt van de juiste hulpmiddelen is het eenvoudig om te zien op welke zoektermen bezoekers binnenkomen en welke stappen ze vervolgens op jouw website nemen.

SEO ZORGT VOOR VERTROUWEN

Gebruikers van zoekmachines vertrouwen compleet op de resultaten die getoond worden. Er wordt verwacht dat de zoekmachine goed te werk gaat en dat relevante websitelinks bovenaan worden getoond. Wanneer jouw website hoog in de ranking staat, hebben mensen meer vertrouwen in de betrouwbaarheid van jouw website.



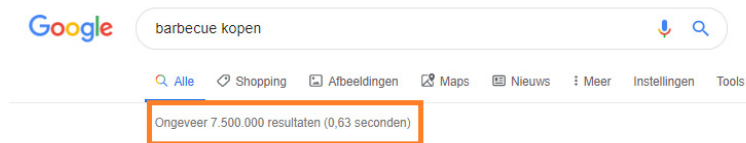
WAAROM JE ALS ONDERNEMER SEO WIL INZETTEN

Heb jij je door middel van een functionele en mooie website gepositioneerd in de online markt? Dat is mooi, maar dat houdt helaas niet direct in dat je goed vindbaar bent voor jouw doelgroep. Bezoekers komen namelijk niet zomaar op jouw website terecht; er gaat eerst een zoekproces aan vooraf. Via zoekmachines als Google wordt er door middel van een bepaalde zoekterm gezocht naar een product of dienst.

Vervolgens wordt er door Google een pagina getoond met zoekresultaten. Omvat de zoekterm woorden die op jouw website teruggevonden worden in relevante content? Dan pas wordt jouw website aan getoond en ben je goed vindbaar. Vergeet niet dat wanneer er op algemene termen gezocht wordt, de kans op een hoog resultaat in Google niet groot is. Wanneer er specifiek gezocht wordt, en deze zoektermen aansluiten op de content op jouw website, dan is de kans groter dan jouw website een hoge positie in Google krijgt.

SEO-CONCURRENTIE

Je bent ondertussen op de hoogte van wat SEO is en je hebt gelezen wat SEO kan betekenen binnen de zoekresultaten. Maar de concurrent zit uiteraard ook niet stil. Nog even terug naar het barbecue-voorbeeld.



Zojuist gaven we jou een kijkje op de eerste pagina van Google's resultaten voor de zoekterm 'barbecue kopen'. Deze eerste pagina toont slechts het topje van de ijsberg aan zoekresultaten. Zoals je op de afbeelding kunt zien zijn er door Google maar liefst 7,5 miljoen resultaten gevonden.

Op de eerste pagina van de zoekresultaten is slechts plek voor 10 links. Dat zijn dus heel veel pagina's aan zoekresultaten en veel mensen kijken niet verder dan de eerste pagina.

Voor iedere zoekterm is een grote hoeveelheid concurrentie. Je moet dus slim te werk gaan wanneer je via SEO bovenaan op de pagina wil komen te staan. Is het gelukt om een hoge positie in de zoekresultaten bemachtigd? Goed bezig! Onthoud wel dat SEO nooit 'af' is. Om de goede positie in te behouden moet je tijd aan SEO blijven besteden. Laat je het een tijdje afweten, zal je zien dat jouw goede positie aan een concurrent wordt vergeven en dat je zelf naar beneden zakt. Zonde van alle tijd en moeite!

DE FACTOREN DIE MEESPELEN BIJ SEO

Zoekmachines als Google hebben een algoritme ontwikkeld die beoordeelt welke websitelinks hoog in de zoekresultaten moeten komen. Dit algoritme bestaat uit honderden verschillende factoren; deze zijn strikt geheim om manipulatie te voorkomen. Ondanks dat het precieze algoritme nergens gepubliceerd staat, wordt er wel een tipje van de sluier opgelicht in de vorm van zogeheten SEO-pijlers. Met deze factoren kun je de positie van jouw website in de zoekresultaten beïnvloeden: 1. Content 2. Techniek 3. Autoriteit

CONTENT

Waardevolle en relevante content is essentieel voor SEO. De juiste content zorgt er namelijk voor dat je relevant bent voor de doelgroep. Onder content valt niet

“Bevat mijn website content die voldoet aan de behoefte van de gebruiker?”

alleen tekst: ook afbeeldingen, video's, animaties en infographics vallen hieronder. Is de content relevant en bevat deze keywords die gematcht kunnen worden aan zoekwoorden en -termen? Dan is jouw content SEO-proof. Wil je jouw content optimaliseren, denk dan aan de volgende richtlijnen:

1. Schrijf relevante teksten die uniek zijn. Kopieer dus geen content van andere websites.
2. Plaats een tussenkopje boven elke alinea.
3. Verwerk het zoekwoord in het tussenkopje.
4. Vermijd té lange alinea's.
5. Geef afbeeldingen, video's, animaties en infographics een passende (onder)titel.
6. Verwerk hyperlinks in de teksten (zoals een link naar de contactpagina onder een blog).

TECHNIEK

“Is mijn website technisch goed in orde zodat deze voor de bezoeker én de zoekmachine goed bereikbaar is?”

SEO valt en staat niet alleen met relevante content, ook de techniek van de website moet in orde zijn. Bij SEO draait naast relevante informatie ook om een goede gebruikerservaring. Denk hierbij aan:

1. Heeft mijn website een snelle laadtijd?
2. Is mijn website gebruiksvriendelijk?
3. Werkt mijn website goed op zowel desktop, tablet als mobiel?
4. Is mijn website gebouwd in een modern CMS?

AUTORITEIT

“Is mijn website bekend bij zowel de gebruikers als de zoekmachine?”

Met autoriteit, ook wel SEO-autoriteit genoemd, wordt het gebruik van externe links naar jouw website bedoeld. Een goedgebouwde website met relevante content brengt je ver, maar deze links geven net die extra trigger.

Een linkprofiel is de verzameling van alle externe links die vanuit een andere website doorverwijzen naar jouw website. Wanneer er veel websites doorlinken naar jouw website ziet de zoekmachine dit als een aanbeveling; jouw website is een autoriteit in de branche. Dit is goed voor de SEO en draagt bij aan een hogere ranking in de zoekresultaten.

Het opbouwen van een linkprofiel is dus zeker interessant. Houd er wel rekening mee dat niet zomaar iedere link waarde toevoegt. Zoekmachines zijn slim en hebben het door wanneer je deze te slim af probeert te zijn. Houd je aan de volgende richtlijnen:

1. Zorg ervoor dat je alleen gelinkt wordt door websites die relevant zijn voor jouw vakgebied.
2. Eén website die meerdere hyperlinks naar jouw website plaatst werkt minder goed dan verschillende websites die slechts één hyperlink naar jouw website plaatsen.



AAN DE SLAG MET SEO

Ga je aan de slag met SEO? Dan is het handig om te weten hoe en waar je moet beginnen. Wij leggen het je uit in een handig SEO-stappenplan!

STAP 1

Om kwalitatief goede content te creëren is het belangrijk dat je weet wat de zoeker wil. In feite is jouw website of webpagina een antwoord op de vraag van de zoeker. Maar wat zoekt de zoeker precies? Wat is zijn of haar probleem? Een goede SEO-tekst schrijf je op de eerste plaats voor bezoekers. Stel jezelf daarom eerst deze vragen:

1. Wat is het doel van de pagina?
2. Voor wie schrijf ik de tekst?
3. Wat hoop ik dat de lezer na afloop doet?
4. En als hij of zij dat niet doet, wat is dan mijn plan B?

STAP 2

Bepaal de zoekwoorden: op welke termen zoeken mensen? Op basis van deze woorden bepaalt Google wie in de top 10 verschijnt en wie niet. Bepaal de woorden vanuit de zoekwoordenlijst, die relevant zijn voor jullie maar waar ook genoeg zoekvolume op is. Houd daarbij rekening dat het relevant is bij datgene wat jij aanbiedt, dat er op wordt gezocht en dat het haalbaar is. Ga je proberen om de concurrent

te verslaan of kies je ervoor om een zoekterm te gebruiken met een laag concurrentieniveau?

Google op bepaalde termen, welke websites staan in de top drie van de organische zoekresultaten. Hoe doen zij het en hoe worden zij gevonden? Houd rekening met de volgende punten:

1. Hoe specifieker de zoekterm, hoe meer kans dat je daarmee bovenaan komt.
2. Focus je op het taalgebruik van de doelgroep. Kennen zij de specifieke vaktermen of zoeken ze op andere woorden?
3. Je tekst moet SEO-proof zijn, maar ook goed leesbaar voor de doelgroep. Gebruik de door jou geselecteerde zoektermen dus niet té veel.
4. Vergeet ook niet op de locatie in gedachten te houden. Verleen jij jouw diensten binnen een bepaalde regio? Maak dan combinaties van de zoekwoorden + de plaatsnamen van deze regio. Vaak zijn mensen op zoek naar een bepaalde dienstverlening dicht bij huis en gebruiken hun eigen plaatsnaam bij de zoekopdracht.

STAP 3

Schrijf een goede tekst. Houd rekening met de intentie waarmee mensen zoeken en houd altijd de lezer in gedachten. Focus je op de boodschap, de doelgroep en de actie die je wilt dat lezers ondernemen.

1. Maak er een verhaal van, van minimaal 300/350 woorden. Langer mag, korter liever niet.
2. Verwerk de zoekwoorden in de SEO-teksten, de titel en tussenkoppen, liefst vooraan. Schrijf een krachtige titel, die uitnodigt om op te klikken. Gebruik 60 tot 65 woorden, anders breekt Google de titel af.
3. Verwerk de zoekwoorden en synoniemen in de tekst en gebruik deze ook in de koppen. Schrijf bij voorkeur de zoekwoorden aan het begin van

de titel. Daarnaast is dit ook de titel van de URL. Bijvoorbeeld: zorgaanbod in Noord-Holland.

4. In de inleiding schrijf je direct waar het over gaat en verwerk je belangrijkste zoekwoorden. Geef hier ook antwoord op een vraag die mensen kunnen stellen.
5. Gebruik koppen en opsommingstekens in de opmaak. Dit doet het goed bij Google.
6. Verwerk een call-to-action in de teksten. Verwijs bijvoorbeeld naar het contactformulier of inschrijfformulier. Probeer ook intern te linken, naar bijvoorbeeld dienstenpagina's.

CHECKLIST SEO

Ben je niets vergeten?

TAAK	HOE?	WIE KAN JE EVENTUEEL HELPEN?	✓
SEO CONTENT			
Kloppen alle teksten en zijn ze SEO-proof?	<ul style="list-style-type: none"> - Zorg ervoor dat alle teksten actueel zijn, op een overzichtelijke en heldere manier zijn geschreven en passen bij de doelgroep. - Zorg er ook voor dat de teksten relevante zoektermen bevatten. - Zorg ervoor dat de website overzichtelijk is ingedeeld. 	<p>Laat je teksten altijd door iemand nalezen. Wil je het echt professioneel aanpakken? Schakel een online marketingbureau of SEO-specialist in. Heb je hulp nodig bij de inrichting van de website? Ook dan is dit een goede keuze.</p>	
Heb je ook gedacht aan media?	<ul style="list-style-type: none"> - Foto's, video's en animaties maken jouw website relevanter. Plaats ze handig op de pagina en zorg dat het evengoed overzichtelijk blijft. - Geeft media ook een duidelijk naam mee in de title tag en alt tag (ook dat ziet Google) en voorzie alles van een toelichting, kop of onderschrift. 	<p>Gelukkig heb je tegenwoordig geen dure camera's meer nodig om acceptabele foto's te maken. Wil je het professioneel aanpakken? Kies dan voor een fotograaf of laat een reclamebureau zorgen voor passend beeldmateriaal.</p>	
Gebruik je koppen en tussenkoppen?	<ul style="list-style-type: none"> - Het hangt er vanaf hoe jouw CMS werkt, maar je kunt vaak gemakkelijk koppen aanmaken. Lukt het niet naar wens? Dan kun je het ook in de HTML code aanpassen, daar is wel wat kennis voor nodig. - Hebben alle pagina's een duidelijke titel, met daarin relevante zoekwoorden? 	<p>Je kunt eventueel aan je webbouwer vragen hoe je koppen en tussenkoppen kunt aanmaken. Schakel een online marketingbureau of SEO-specialist in als je wilt weten welke koppen je het beste kunt kiezen.</p>	
Gebruik je relevante links?	<ul style="list-style-type: none"> - Link bijvoorbeeld bij een nieuwsbericht naar een relevantie dienst die elders op je website staat. Alles om de bezoeker sneller te laten vinden wat hij zoekt. Een linkje maak je vaak gemakkelijk aan in het CMS. 	<p>Je kunt eventueel aan je webbouwer vragen hoe je interne linkjes kunt aanmaken.</p>	

TAAK	HOE?	WIE KAN JE EVENTUEEL HELPEN?	✓
SEO TECHNIEK			
Is de website niet te oud en gebouwd in een modern CMS?	<ul style="list-style-type: none"> - Zoekmachineoptimalisatie is door de jaren heen zo belangrijk geworden, dat ook de techniek hier steeds verder op is afgestemd. Nieuwere websites voldoen dus beter aan de eisen van de zoekmachines. - Nog steeds zijn er grote verschillen. Laat je goed informeren over de gebruikte technieken en hoe deze bijdragen aan SEO. 	Hiervoor moet je bij de webbouwer zijn. Soms liggen er ook zaken bij de hostingpartij. Soms wordt de hosting gedaan door dezelfde partij als die de website heeft gebouwd. Het kan geen kwaad een keer om tafel te gaan met de webbouwer en het onderwerp SEO te bespreken.	
Is je website snel?	- Snelheid is een belangrijke indicatiefactor. Bekijk of de website snel laadt, ook op mobiel en tablet.	De webbouwer of hostingpartij kan je hier meer over vertellen. Vaak weet ook een online marketingbureau hier wel raad mee.	
Is je website responsive?	- Met andere woorden; is de website functioneel op desktop, mobiel en tablet?	Als je merkt dat je website alleen goed draait op desktop, is er zeker werk aan de winkel. Misschien is het tijd voor een nieuwe website. Overleg met je webbouwer of overleg de opties met meerdere partijen.	
Is de website gebruiksvriendelijk?	- Laat een klant, een buurvrouw of andere persoon die niet thuis is in jouw vakgebied eens kijken of de website logisch is ingedeeld. Vraag of alles duidelijk is en noteer de bevindingen.	Het kan geen kwaad de website af en toe door te ontwikkelen. Ga met een lijstje bevindingen naar de webbouwer en overleg de opties.	
Zijn er voldoende conversiemogelijkheden?	- Wordt de bezoeker voldoende aangespoord om contact op te nemen en zo ja, hoe dan? Zijn er verbeteringen mogelijk?	Overleg met een online marketingbureau of met de webbouwer. Op die manier kun je de conversie optimaliseren.	
SEO AUTORITEIT			
Wordt er vanaf andere websites naar mijn website gelinkt?	- Let wel: het gaat om relevante links. Bijvoorbeeld van samenwerkingspartners. Maak een lijst en check of jouw relaties een link naar jouw website op hun website hebben staan. Maak bijvoorbeeld een partnerpagina aan om hetzelfde voor hen te doen.	Je hebt hier vooral hulp van nodig van samenwerkingspartners, relaties, tevreden klanten, leveranciers en andere relevante websites.	

TAAK	HOE?	WIE KAN JE EVENTUEEL HELPEN?	✓
SEO VOORTGANG			
<p>Heb je een SEO strategie opgesteld voor de komende periode?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Heb je alle bovenstaande punten afgevinkt? Super! Het zal even duren voordat de zoekmachines al jouw inspanningen hebben opgemerkt, maar je zult op den duur zeker resultaten gaan zien. Google Analytics helpt je om hier inzicht in te krijgen. - SEO is een doorlopend proces. De zoekmachines houden van websites die hun content regelmatig updaten. Daarnaast zit ook de concurrentie niet stil. Maak een plan en plaats regelmatig nieuwe content zoals nieuws, landingspagina's, projecten, etc. 	<p>Een online marketingbureau of zelfstandige SEO-specialist kan veel werk uit handen nemen.</p>	

ipsis