

IN **10**
STAPPEN NAAR **SEO**
SUCCES

Benieuwd naar tips en tricks hoe jouw SEO campagne een succes wordt? In deze whitepaper leggen we 10 stappen uit die hieraan bijdragen.

Veel leesplezier!

01

Meten is weten

ontdek de juiste data **en de mogelijkheden ervan**

Hét grote voordeel van online marketing weet iedereen, ja: we kunnen meten. En dat is zeker van grote waarde! Door die metingen op een juiste manier in te zetten, kun je pas echt goed aan de slag met jouw SEO campagne.

Data laat ons van alles zien. Neem maar eens een kijkje in Google Analytics en je krijgt verscheidene data te zien. Data als ‘locatie’ of ‘apparaat’, maar je kunt ook veel andere informatie verkrijgen zoals de funnel. De funnel laat zien hoeveel verkeer afhaakt en in welke stap van de funnel dit wordt gedaan. Door de funnel te analyseren, kun je tot interessante inzichten komen. Misschien ontdek je wel dat de stappen voor de inschrijfpagina goed worden doorlopen, maar de inschrijfpagina veel leegloop heeft. Dit kan voor jou hét signaal zijn om ermee aan de slag te gaan. Start bijvoorbeeld een A/B-test en ontdek zo optimalisatiepunten. Voor Google wordt het steeds belangrijker dat wat je de bezoeker te bieden hebt, relevant is. Door de juiste data te gebruiken en te testen, kruip je in de huid van de bezoeker en kun je zo optimalisatiepunten ontdekken.

“Een website die een zoekvraag efficiënt beantwoordt, daar scoor je mee.”

Naast je “eigen data” en focus op eigen verbeterpunten, ben je natuurlijk ook afhankelijk van de omgeving. Wat doet de omgeving? Welke zoektermen gebruikt je grootste concurrent en hoe ziet zijn of haar backlinkprofiel eruit? In onze online wereld hebben we het geluk dat er veel tools bestaan om dit te analyseren. Denk bijvoorbeeld aan SEMRush, Ahrefs, Majestic, Moz en ga zo nog maar door. Deze tools kunnen je over je eigen website veel info geven, maar ook over de concurrenten. De content gap bij Ahrefs toont bijvoorbeeld aan op welke termen de concurrent wel rankt, maar jouw website niet. Of de backlink gap, deze gap laat zien welke domeinen wel naar de website van de concurrent verwijzen maar niet naar jouw website. Deze tools geven je daardoor erg interessante informatie over jouw positie ten opzichte van de concurrenten.

02

Safety first zorg voor een **SSL certificaat**

Een wat minder hip onderwerp misschien, maar zeker niet onbelangrijk: de veiligheid van jouw website. Hierbij hebben we het over het SSL certificaat. Deze afkorting staat voor “Secure Sockets Layer”, wat betekent dat er een laag wordt toegevoegd ter beveiliging.

Hoe dit werkt? Zoals gezegd wordt er dus een extra laag tussen de server en de internet browser geplaatst, waardoor gegevens beveiligd worden. Dat klinkt misschien wat vaag, maar dit certificaat zorgt ervoor dat gegevens veilig ingevuld kunnen worden, zonder dat externe partijen erbij kunnen.

Een SSL certificaat is in Google Chrome heel eenvoudig te herkennen. Kijk maar eens naar het websiteadres. Zie je hier een slotje naast staan? Check dan is de website waar je je momenteel bevindt beveiligd. Zie je geen slotje maar een informatieteken, klik hier dan op. Je zal zien dat de website dus niet beveiligd is. Naast dat je bezoekers veilig je website willen bezoeken, let Google ook op dit punt. Google heeft aangegeven dat dat het SSL certificaat voor hen steeds belangrijker wordt. Daarom ons advies: safety first en zorg dat jouw website beveiligd is.

Bonustip

Krijg je een nieuwe website? Regel dan het SSL certificaat opnieuw. Het certificaat is namelijk gebonden aan één domein. Een nieuw domein betekent dus ook een nieuw certificaat.



03

Content is **king**

Een quote die vaak wordt gezegd, maar die wel steeds belangrijker wordt. Content is en blijft king! Maar waar moet je opletten bij kwalitatieve content voor je website? Het draait eigenlijk allemaal om de gebruiker. Tuurlijk zijn er zaken waar je op moet letten, denk aan de strategie of headingstructuur. Maar wat we vaak vergeten is voor wie je de content schrijft. Dat is niet altijd voor de Google bot, je schrijft content voor de gebruiker zodat je die behoefte kunt vervullen. Door de gebruiker centraal te stellen, zal je content beter worden en voelt het publiek zich beter gehoord.

“ Terug naar de kern: wat is het doel van de bezoeker? ”

Vraag daarom af wat is het doel van de bezoeker als hij deze pagina bekijkt? Ga daarmee aan de slag! In plaats van een zo lang mogelijke tekst schrijven zonder een echt verhaal. Een extra stap hierop is het EAT-principe, die tijdens een Google Algorithm update is doorgevoerd. EAT staat voor Expertise, Authoritativeness en Trustworthiness. Dit zijn dé elementen die je moet laten zien op de website. Wat je hiermee kan doen op het gebied van content? Zorg dat je aan het publiek laat zien dat je een expert binnen jouw vakgebied. Dit is tevens een van de beïnvloedingsprincipes van Cialdini, die bijdragen aan het overtuigen van jouw doelgroep.

04

De juiste

headingstructuur **gebruiken**

Naast het content gerelateerde punt wat we hiervoor bespraken, hebben we nog een punt die we met jullie willen delen: het hanteren van de juiste headingstructuur.

Voor een goede headingstructuur zijn een aantal dingen belangrijk. Allereerst gebruik je per pagina slechts één H1-tag. Hierin benoem je het belangrijkste keyword of onderwerp van de pagina. Bovendien is het van belang dat je voor elke pagina een unieke H1-tag implementeert.

“
<h1>Gebruik de juiste headingstructuur</h1>
”

Daarna ga je aan de slag met de content van je website. Bij het schrijven van de content, maak je ondertussen gebruik van andere koppen. Op die manier zorg je voor de juiste structuur. Zo gebruik je bijvoorbeeld een H2 en H3 om het verhaal structuur te geven. Per pagina mag je dus wel meerdere H2- of H3-tags gebruiken.

Het is van belang dat de structuur logischerwijs in elkaar is gezet. Dat ziet er als volgt uit:

- H1 = Pagina titel
- H2 = Titel alinea
- H3 = Laatste alinea



05

Mobile friendly

het belang **neemt toe**

Google verwerkt meer mobiele zoekopdrachten dan ooit, niet heel gek dat dan ook de Mobile First Indexing is uitgerold. Het gevolg hiervan is dat een website ook voor mobiele apparaten geoptimaliseerd moet zijn.

“91% van de Nederlandse populatie is in het bezit van een smartphone”

Enkele tips waar je hierbij op moet letten:

- 1 Gebruik dezelfde meta robots tags op de mobiele als desktop site. Anders is het niet mogelijk dat Google je pagina crawlt en indexeert.
- 2 Gebruikersinteractie: zorg ervoor dat er niet te veel acties zijn vereist.
- 3 Laat Google alle bronnen crawlen. Sommige bronnen hebben verschillende URL's voor de mobiele en desktop versie, daarom is het handig dit te checken.
- 4 Zorg ervoor dat URL's binnen de structured data geüpdatet zijn voor de mobiele versie van je webpagina's.

Naast bovengenoemde tips, zijn er nog veel punten om rekening mee te houden. Wil je nu weten of jouw website geschikt is voor mobiele apparaten? Kijk dan in Search Console of test je website eenvoudig via Mobiel vriendelijke Test van Google.

“Mobile is hét device dat je in elke stap van de customer journey meer en meer gaat gebruiken”



06

Word de Usain Bolt onder de websites:
ga voor snelheid

De snelheid van de website is één van de belangrijkste elementen voor een goede gebruikerservaring. Daarnaast heeft het invloed op je rankings in Google. Heb je een trage website? Dan kan je ranking negatief uitpakken. Dit heeft allereerst te maken dat Google minder pagina's kan bezoeken met het beschikbare crawl budget. Maar voor de user experience, die steeds belangrijker wordt, werkt een trage website natuurlijk ook niet stimulerend. Een slechte user experience beïnvloedt op zijn beurt weer het aantal conversies. Genoeg redenen dus om met de website snelheid aan de slag te gaan.

Met de gratis tool van Google, Think With Google, kun je eenvoudig jouw mobiele website snelheid testen in vergelijking met de concurrenten. Hoe je dit doet?

- 1 Ga naar [Think with Google](#)**
- 2 Vul je domein in, bijvoorbeeld [traffictoday.nl](#)**
- 3 Volg de overige stappen en laat jouw score berekenen**



Wat je vervolgens te zien krijgt is jouw mobiele website snelheid. Met dit overzicht kun je direct aan de slag, want je krijgt adviezen om jouw mobiele website snelheid te verbeteren. Maar nog een leuke functie: je kunt jouw mobiele website snelheid vergelijken met concurrenten in de markt. Door benchmarking te gebruiken, wordt duidelijk hoe jij presteert ten opzichte van de concurrenten. Naast deze tool zijn er nog veel tools om de website snelheid te meten:

- Pingdom tools
- GTMetrix
- WebpPageTest
- PageSpeed Insights
- Google Chrome Dev Tools
- Dareboost
- Uptrends

Ontdek wat de optimalisatie van jouw website snelheid kan betekenen en word de Usain Bolt onder de websites! Wil je meer weten over deze optimalisatie? Dan mag je altijd contact met ons opnemen.



07

Voorkom 404's

Een 404

waarschijnlijk hebben we allemaal wel eens gehad dat een pagina niet kon worden getoond. Maar wat zijn 404's precies? Waarom moet je voorkomen? En nog belangrijker, hoe los je ze op? Dat leggen we je graag uit!

Een 404, ook wel bekend als “not found”, is een URL die niet kan worden geladen. Bezoekers krijgen daarom een 404-pagina te zien. 404's hebben een negatieve invloed op de user experience en dus ook op je rankings. Maar gelukkig kun je dit oplossen, door inzet van een redirect. Met een redirect geef je aan dat de oorspronkelijke URL is vervangen door een andere URL. Het gevolg: je voorkomt een 404-melding en de kans dat de bezoeker je website verlaat.

Goed om te weten: er zijn twee soorten redirects te onderscheiden. Een 301 en 302 redirect. Het verschil is dat een 301 een permanente redirect is en een 302 een tijdelijke redirect. Een oude pagina heeft puur door het feit dat die langer bestaat meer autoriteit opgebouwd in zoekmachines. Dit komt door interne, externe links, bezoekers, content en nog meer variabelen. Een permanente redirect zorgt ervoor dat een groot deel van die autoriteit wordt doorgezet naar de nieuwe pagina. Het gevolg: de nieuwe pagina krijgt direct een positieve boost!



08

Zorg voor een juiste indexering **en follow**

Indexering en follow, twee begrippen die je vast vaker in het online marketing landschap voorbij hebt horen komen. Twee begrippen die veel invloed hebben op jouw website. Daarom vertellen we je graag wat ze betekenen en hoe je ermee aan de slag kan gaan.

Maar allereerst, wat is indexering precies in de SEO wereld? Indexatie vormt de basis van je SEO. Indexatie gebeurt door een crawler die jouw website leest en in kaart brengt. Dit betekent dus dat jouw website goed “leesbaar” moet zijn om geïndexeerd te kunnen worden.

“Hallo Googlebot, welkom op deze pagina. Je mag de links die op deze pagina staan volgen”

Dan zijn er twee meta tags die kunnen meegegeven aan pagina's: no-index en een no follow. Als je deze tags niet toevoegt, zal de zoekmachine spider de pagina's dus lezen en opslaan en de links op de website volgen. Heb je daarentegen een no-index ingesteld, dan wordt de pagina dus niet geïndexeerd. No-index gebruik je bijvoorbeeld bij de testversie van je website. Je wil namelijk niet dat deze pagina wordt opgenomen in de database van Google. Daarnaast hebben we de tag no-follow. Dit heeft te maken met de links die op de pagina staan. Wanneer je een no follow tag meegeeft, worden de links op die pagina niet gevolgd door de spider. Voor een juiste indexering van jouw website en dus je SEO resultaten, is het van groot belang dit punt goed in te stellen.

09

Domeinwaarde

opbouwen

Zoals we net al kort besproken, wordt het EAT principe steeds belangrijker voor je SEO. Een van de letters van deze afkorting staat voor autoriteit. Waarbij we het net over kwalitatieve content hadden door je expertise te laten zien, hebben we het nu over een andere vorm van autoriteit: je domeinwaarde.

De autoriteit van een domein is een waarde die Google hecht aan een domein. Een indicatie van deze waarde kan worden gegeven door verschillende tools, zoals Majestic en Moz. Met de domeinwaarde van een website kunnen we redelijk goed voorspellen hoe goed een website vindbaar binnen Google is. Om je gegevens juist te interpreteren, hebben we nog wel enkele tips:

- Gebruik nooit alleen je domeinwaarde bij de interpretatie van resultaten. Maak ook gebruik van andere statistieken om de resultaten echt betekenis te geven. Techniek, content en gebruikersgedrag zijn namelijk ook belangrijk voor je rankings, maar worden niet meegenomen bij de domeinwaarde.
- De scores die Majestic of Moz aangeven zijn logaritmisch, wat betekent dat ze niet lineair lopen. Van de score 0 naar 10, gaat daardoor veel makkelijker dan van een domeinwaarde van 70 naar 80.
- Bovendien is de domeinwaarde een relatief getal. Bij de berekening wordt er dan ook altijd rekening gehouden met de domeinwaarde van de concurrenten en jouw eerdere scores.



10

Zorg voor **goede** breadcrumbs

Breadcrumbs vormen een virtueel kruimelspoor voor de bezoekers van je website. Dit heeft gevolgen voor zowel de gebruikerservaring als de SEO van de website.

Breadcrumbs helpen bezoekers te navigeren door de website. Ze zien namelijk in één oogopslag waar ze zich bevinden en welk pad zij hebben afgelegd. Daarnaast heeft het een positieve invloed op je SEO. Google kan je belonen wanneer je breadcrumbs gebruikt. Nog een voordeel van breadcrumbs is interne linking.

“Google hecht veel waarde aan breadcrumbs”

Door middel van interne links, kun je de extern verkregen autoriteit optimaal verdelen. Belangrijke pagina's ken je meer interne links toe, zodat je laat zien dat deze pagina's belangrijk voor de website zijn. Via Screaming Frog kun je eenvoudig jouw interne linkstructuur bekijken, om vervolgens de structuur zo optimaal mogelijk neer te zetten.

Daarnaast helpen breadcrumbs Google bij het identificeren van content clusters. Door breadcrumb structured data aan je website toe te voegen, help je Google de breadcrumbs beter te begrijpen. Zodoende kan Google de content beter begrijpen en presenteren tussen de zoekresultaten.



YOUR WAY TO SEO SUCCESS

In deze whitepaper hebben we je enkele tips en tricks gegeven om met jouw SEO campagne aan de slag te gaan. De kern van het verhaal: optimaliseer voor je bezoekers en help Google jouw website te lezen en te begrijpen.

Digital.Growth.Together

