

# SEO *voor* beginners

Zoekmachineoptimalisatie

in 12 praktische stappen

Google

Ask *Jeeves*

SEARCH ENG

*Uw site vindbaar maken*

*op internet*

OPTIMIZA

*HIPPO*

Bing

*KoBaLa*

**A**ls u na veel denkwerk en lang worstelen een (nieuwe) website online heeft staan, wilt u natuurlijk ook dat er bezoekers komen. Er zijn veel methoden om nieuwe bezoekers naar uw website te trekken. Een feit is dat veel mensen 'spontaan' bij u terecht komen via een zoekmachine, soms kan dat wel 90% van uw totale bezoek opleveren. Zoekmachines zijn voor uw website dus belangrijk, ze fungeren als een doorverwijzing door een goede vriend, als een paddestoel van de ANWB en als een TomTom in de auto.

**D**eze gids geeft een inleiding op zoekmachine-optimalisatie (search engine optimization, SEO). Het is bedoeld als kennismaking met SEO en behandelt praktische zaken die iedere webmaster of site-eigenaar onmiddellijk ter hand kan nemen. Belangrijk is het -om teleurstellingen te voorkomen- dat u zich realiseert dat SEO een kwestie is van lange adem en... dat u er eigenlijk nooit klaar mee bent.

## Door wie wilt u gevonden worden?

Bij het maken van uw website had u een bepaalde doelgroep voor ogen. Om dit verhaal wat concreter te maken gaan we verder vanuit een voorbeeld.

Stel: u hebt een online winkel in tuinmeubelen en -accessoires. U wilt graag dat iemand die een tuinameublement zoekt bij u terecht komt. Maar ook iemand die op zoek is naar nieuwe kussens voor tuinstoelen. Het adres van uw website is [www.tuinoase.nl](http://www.tuinoase.nl).



## Hoe werkt een zoekmachine?

Voor we verder gaan is het goed om even stil te staan bij de werking van een zoekmachine. Hoewel er mensen zijn die tegen hun computerscherm praten en de zoekmachine uitschelden als ze niet kunnen vinden wat ze zoeken, is een zoekmachine geen mens. Een zoekmachine kan niet logisch denken en geen conclusies verbinden aan wat hij op uw website aantreft. Het is dus zaak om zo duidelijk mogelijk te zijn, overbodige zaken weg te laten en belangrijke zaken goed naar voren te laten komen.

*Tip: Wees duidelijk en concreet. De zoekmachine die denkt 'Ach, hij schreef wel appels, maar de arme ziel zal wel peren bedoelen' moet nog worden uitgevonden.*

Zoekmachines worden overigens wel steeds beter. Zo levert Google vaak suggesties als u tikfouten maakt. Dat gebeurt op basis van ervaring. De verwachting is dat zoekmachines op basis van hun enorme database aan zoekopdrachten de zoekende surfer steeds beter kunnen adviseren.

## Een zoekmachine houdt van tekst

Zoekmachines werken met (ingewikkelde) algoritmes op basis van woorden. Of eigenlijk: op basis van letters. Die woorden 'leren' ze gaandeweg doordat ze al dan niet vaker op het web voorkomen. Inmiddels hebben ze zelfs al combinaties van woorden -redelijk- onder de knie.

*Tip: Een zoekmachine kan geen plaatjes bekijken, van films genieten of flash-pagina's zien. Wel kan een zoekmachine letters en woorden van elkaar onderscheiden. Gebruik daarom relatief veel tekst en realiseer u dat een grappig filmpje leuk is voor uw bezoekers, maar niet bijdraagt aan een betere vindbaarheid.*



## Wat schrijft u?

Met uw winkel in tuinmeubelen is het logisch dat u daarover schrijft. Als u constant babbelt over de staat van uw gazon en over de stoeptegels voor de deur zal een zoekmachine nooit weten dat u tuinstoelen verkoopt. Dat klinkt bijna als een open deur, maar scan uw eigen teksten nog eens. Hoeveel van uw teksten zijn echt to-the-point en in hoeveel van uw teksten worden uw belangrijkste artikelen bij naam genoemd?

## Zoekwoorden en -termen

U kunt veel en uitgebreid schrijven over tuinameublementen. Prima, dan weet de zoekmachine na enige tijd dat uw website daarover gaat. Maar levert dat ook bezoekers op? Nee.

Mensen die op zoek zijn naar een tafel en vier tuinstoelen zoeken namelijk helemaal niet op 'tuinameublement'. Ze zoeken op 'tuinset'. En denk maar niet dat de zoekmachines zo slim zijn dat ze het een met het ander verbinden.

Dat komt wel, in de toekomst, maar die techniek staat nog erg in de kinderschoenen. Op dit moment moet u dat zelf doen. Het is daarom slim om een lijst te maken voor u aan het schrijven slaat. Die lijst bevat woorden en woordcombinaties waarop u gevonden wilt worden. En een of meer kolommen met synoniemen.

Tuinmeubelen - tuinmeubels  
Tuinstoel - tuinstoelen  
Houten tuinstoel - meranti tuinstoel -  
kunststof tuinstoel - rieten tuinstoel  
Enzovoort, enzovoort.

### Hulpprogramma voor webmasters

Bij het zoeken naar algemeen gebruikte zoektermen komt u met enig gezond verstand een heel eind. Google heeft een hulpprogramma voor webmasters dat u helpt om de juiste zoekwoorden en synoniemen te vinden.

Na aanmelding (gratis) vindt u dat hulpprogramma hier:

<https://adwords.google.com/select/KeywordTool>

De basis van deze 'keyword tool' bestaat eruit dat Google synoniemen aangeeft op basis van ervaring. Niet altijd, maar soms kan dat leiden tot verrassende uitkomsten.

### Zoekmachinevriendelijke sitebouw

Uw site staat al live, dus de basis is aanwezig. Dat betekent dat ook de structuur al vastligt.

Als het goed is heeft uw sitebouwer de site volgens een logische structuur opgebouwd.

Sta erop dat uw site ook is voorzien van leesbare url's. Dat wil zeggen dat er *niet* in de adresbalk staat: /page?321-apx,

*maar:* /tuinmeubelen/tuinstoel.html.

Behalve voor zoekmachines is van die laatste ook door uw sitebezoekers nog soep te koken.

## Volgorde van belangrijkheid

Zoekmachines moeten een bepaald systeem hanteren om de belangrijke van de minder belangrijke woorden te onderscheiden. Als u inzicht hebt in hoe ze dat doen, kunt u optimale zoekmachinevriendelijkheid genereren. Probleem is dat niemand precies weet hoe de algoritmes van een zoekmachine werken. Gelukkig weten we het wel bijna precies. We lopen ze na in volgorde van belangrijkheid.



### 1. Het webadres (de url)

Als een concurrent van u het webdomein [www.tuinmeubelen.nl](http://www.tuinmeubelen.nl) in zijn bezit heeft kunt u een positie 1 in de zoekresultaten zo goed als vergeten. Probeer de 'best of the rest' te worden. Niets telt zo zwaar als een zoekwoord dat in de domeinnaam zit. Nu kunt u slim zijn en [www.tuin-meubelen.nl](http://www.tuin-meubelen.nl) vastleggen, maar daarmee maakt u het weer moeilijk voor mensen direct een url te intikken. Want wie zet daar nu spontaan een streepje neer? U kunt het natuurlijk wel als extra domeinnaam registreren en deze laten door-verwijzen naar uw actieve site.

Het belang van een webadres is er niet alleen voor het hoofddomein, maar natuurlijk ook bij de verdere inhoud. Dat heeft alles te maken met de structuur van de site en de naam die u aan categorieën of secties geeft (heeft gegeven). Hier geldt de regel dat hoe dichter uw trefwoord (de zoekterm) volgt op de domeinnaam, hoe beter het is voor uw vindbaarheid.

*Dus:*

[www.tuinoase.nl/tuinstoel](http://www.tuinoase.nl/tuinstoel) werkt beter voor het woord *tuinstoel* dan:

[www.tuinoase.nl/tuinmeubelen/zitelementen/tuinstoel](http://www.tuinoase.nl/tuinmeubelen/zitelementen/tuinstoel).

## 2. De paginatitel

Een zoekmachine gaat ervan uit dat in de titel van een pagina de belangrijkste kenmerken van diezelfde pagina staan vermeld. Omdat die paginatitel zo belangrijk is, volgt daaruit natuurlijk ook dat u beter per (belangrijk) onderwerp een pagina kunt maken dan deze allemaal op één pagina te proppen. Maak op basis van uw zoekwoordenlijst een keuze (niet alles kan een aparte pagina worden uiteraard, maar wel veel!).

In het vorige plaatje (pag 6) kunt u zien dat de site-eigenaar heeft gekozen voor 'Tuin- en serremeubelen'. Dat zou niet onze keuze zijn geweest. We zouden een paginatitel 'Tuinmeubelen' kiezen én een pagina met als titel 'Serremeubelen'. Een handige vuistregel is: bij elkaar zetten wat bij elkaar moet, aparte pagina's maken waar het kan.

*Tip: In sommige content management systemen (cms) kunt u zelf aangeven hoe de paginatitel eruit ziet. Die kunt u dan laten afwijken van de paginatitel die meer voor intern gebruik is. Ook is het meestal mogelijk eerst de titel weer te geven en pas daarna de domeinaam: serremeubelen | www.tuinoase.nl.*

## 3. Koppen

Besteed bij het schrijven van een artikel veel aandacht aan het maken van koppen. Een kopregel krijgt als het goed is een code <h1>kopregel</h1> mee. Die <h1> maakt de kop letterlijk groter voor uw lezers en vertelt de zoekmachine dat het hier om een belangrijk onderwerp gaat. Zorg dus dat er iets relevants staat en dat een van de zoekwoorden erin voorkomt. In ons voorbeeld:

'Wasbare stoelkussens in trendy designs'

Een kop van een artikel komt bovendien terug in de url:

[www.tuinoase.nl/tuinstoel/wasbare-stoelkussens-in-trendy-designs.html](http://www.tuinoase.nl/tuinstoel/wasbare-stoelkussens-in-trendy-designs.html)

#### **4. Subkoppen**

Niet alles kan een pagina worden en ook die <h1> kunt u maar één keer op een pagina gebruiken. Geef alle tussenkopjes een <h2> mee. Of zorg dat uw cms dat doet. Het principe blijft hetzelfde. De zoekmachine ordent van 1 naar pakweg 6, bedenk dat als u de alinea-indeling en de tussenkoppen voor een artikel maakt.

#### **5. Zorg voor voldoende verse tekst**

Een zoekmachine komt nooit één keer bij uw site langs, maar heel vaak. Dan wordt de site niet in één keer gescand en opgenomen, maar dat gaat per kleine beetjes tegelijk. Zo heeft een zoekmachine vrij snel in de gaten of het gaat om een statische site, waar de tekst niet verandert, of om een dagelijks bijgehouden en ververste website.

Het is niet voor niets dat weblogs vaak goed worden bezocht en gevonden. Een zoekmachine is niet alleen op zoek naar relevante informatie, maar ook naar actuele. Zorg dus -als het kan- dat er minimaal eens per week een nieuw relevant artikel op uw site staat, in uw weblog of op de nieuwspagina.

*Tip: Probeer een weblog bij te houden. Plaats wekelijks of liever nog vaker een artikel-tje dat met uw werk te maken heeft. Dat hoeft niet altijd serieus te zijn. Ook anekdotes doen het goed. Of tips voor onderhoud van tuinmeubelen. Mogelijkheden genoeg. Zowel menselijke bezoekers als zoekrobots zijn er dol op!*

#### **6. Geef plaatjes een naam**

Zoals eerder gemeld kan een zoekmachine geen plaatjes bekijken. Maar daar is wat op gevonden: plaatjes hebben een naam. Zet nooit afbeelding DSC001958.jpg op het web. Verander de naam in iets met betekenis, bijvoorbeeld: gestreept\_tuinkussen.jpg. Hoe minimaal misschien ook, voor de zoekmachine is het weer een indicatie dat uw site daadwerkelijk iets met tuinkussens te maken heeft.

Ieder plaatje heeft ook de mogelijkheid om een alt-tekst (alternatieve tekst) weer te geven. Oorspronkelijk bedoeld om een tekst te tonen als een afbeelding niet (goed) werd weergegeven, maar tegenwoordig vooral voor zoekmachines een voedzame hap. In die alt-tekst kunt u een heel verhaal kwijt. Dat hoeft natuurlijk niet, maar de relevante zoekwoorden moeten er wel in staan!



## 7. Zorg voor interne links

Als het goed is bestaat uw website niet uit losse pagina's maar zit er verband tussen. Dat biedt de mogelijkheid om interne links aan te brengen. Zo leren uw bezoekers (intuïtief) en de zoekmachines (door feiten) ook de dwarsverbanden in uw site kennen. Zoekmachines schenken bovendien extra waarde aan links omdat het iets zegt over het belang van het gelinkte woord (binnen uw site).

Zorg om die reden er altijd voor dat uw links betekenis hebben (liefst een van uw zoekwoorden uit de lijst).

*Dus niet:* Een overzicht van alle tafelkleden vindt u hier.

*Maar:* Hier vindt u een overzicht van alle tafelkleden.

Net als plaatjes kunnen ook links een titel krijgen, de *link title*. Als u die mogelijkheid gebruikt, maakt u de zoekmachines haarfijn duidelijk wat de betekenis uw links is.

## 8. Zorg voor inkomende en uitgaande links

Om met het laatste te beginnen, de uitgaande links. Wees niet te benauwd om naar andere websites te verwijzen. Ten eerste wilt u uw bezoeker verder helpen en geen informatie onthouden. Wat let u om te verwijzen naar een test van de ANWB over tuinsets? Gewoon doen!

Ten tweede wilt u graag dat andere sites naar u linken. Dat levert u bezoek op en geeft -alweer- de zoekmachine het idee dat u een belangrijke site hebt op het gebied van tuinmeubelen. Maar wel links willen ontvangen en ze niet 'uitdelen'? Nee, zo werkt het niet, ook niet op internet.

Voor wat hoort wat en een goede uitruil van links kan heel waardevol zijn. Let ook hier weer op dat u met de juiste woorden linkt (ook wel de anchor-tekst genoemd).

*Tip: de beste links die u kunt ontvangen zijn 'natuurlijke' links, die worden gemaakt omdat u een interessant artikel hebt geschreven. Niets beter dan een toonaangevende weblogger die middenin een artikel naar u verwijst met de anchor-tekst: tuinmeubelen. Als u goed zaait kunt u af en toe zo'n presentje oogsten.*

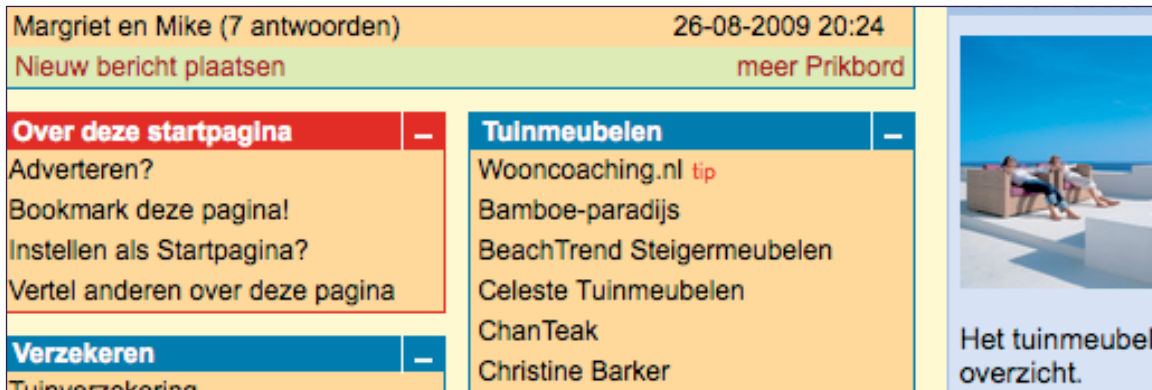
## 9. Kijk ook eens buiten de deur

Als u veel verstand heeft van uw onderwerp -en dat mogen we toch aannemen- deel dan uw kennis en ervaring. Kijk eens of er webloggers zijn die over uw onderwerp schrijven of misschien is er zelfs een forum (over tuinmeubelen misschien niet, maar vast wel over tuinaanleg of-onderhoud). Overweeg of u deel kunt nemen aan de discussies.

Ga niet spammen door uw site te promoten. In de meeste gevallen kunt u uw webadres kwijt in uw profiel, dat is voldoende. U kunt zich dan tegenover de bezoekers als expert presenteren en zelfs dat ontgaat een zoekmachine niet!

## 10. Wees voorzichtig met startpagina's en directory's

Een paar jaar geleden hechtten zoekmachines nog wel waarde aan een vermelding op de zogeheten linkpagina's (startpagina, startkabel, etc.). Maar die liefde is over. Dat komt omdat er erg veel betaalde linkpagina's zijn gekomen en daar zaten ook nogal wat malafide sites tussen.



Margriet en Mike (7 antwoorden) 26-08-2009 20:24  
Nieuw bericht plaatsen meer Prikbord

|                                 |                            |
|---------------------------------|----------------------------|
| <b>Over deze startpagina</b>    | <b>Tuinmeubelen</b>        |
| Adverteren?                     | Wooncoaching.nl tip        |
| Bookmark deze pagina!           | Bamboe-paradijs            |
| Instellen als Startpagina?      | BeachTrend Steigermeubelen |
| Vertel anderen over deze pagina | Celeste Tuinmeubelen       |
| <b>Verzekeren</b>               | ChanTeak                   |
| Tuinverzekering                 | Christine Barker           |

Het tuinmeubel overzicht.

Op een gegeven moment was het zo erg dat een zoekmachine je 'strafpunten' gaf als je er een vermelding had. Dat wilt u natuurlijk niet. Wees dus selectief en ga niet als een dolle links kopen. Nog beter: vraag om een link, maar koop er nooit een!

## 11. Installeer een sitemap

Vraag aan uw webbouwer of hij een sitemap in uw site wilt opnemen. Zo'n sitemap geeft alle artikelen op uw website op een overzichtelijke en gestructureerde manier weer. Zoekmachines zijn er dol op en soms zijn ook uw bezoekers ermee geholpen als ze het spoor bijster raken (wat eigenlijk niet de bedoeling is natuurlijk, maar goed).

## 12. Overweeg een woordenboek

De meeste onderwerpen lenen zich voor een woordenboek of een wiki. Neem nu onze tuinmeubelen. Weet u precies wat teak is? Of FSC? Of meranti? Het is handig om een aparte pagina te maken waarop dergelijke begrippen worden verklaard. In uw artikelen kunt u er dan weer naar verwijzen (inderdaad, punt 7, interne links!).

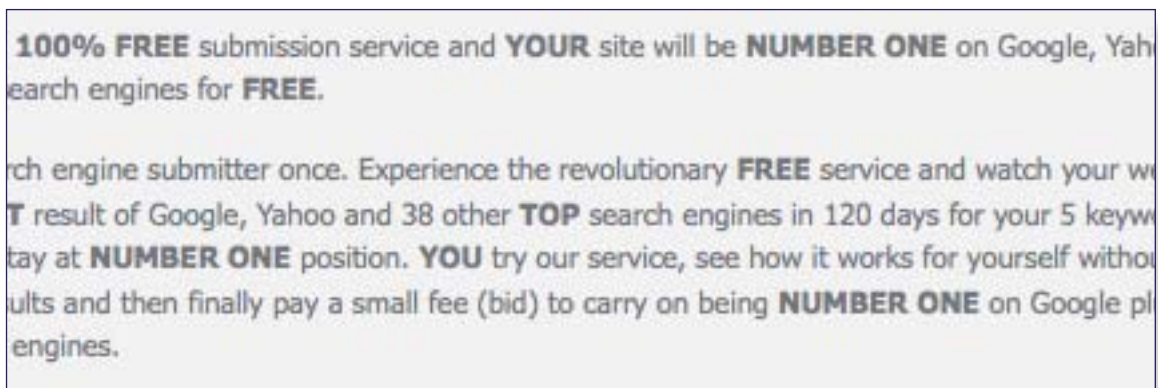
"Het teakhout waar onze tuinmeubelen van zijn gemaakt komt uit de..."

## Sta ik volgende week nummer 1 in Google?

Ja hoor, gegarandeerd. Nee! Natuurlijk niet. Weet u wel hoeveel websites er zijn die gaan over tuinmeubelen? We kregen op het zoekwoord 'tuinmeubelen' 609.000 resultaten. Bij 'teakhouten tuinstoelen' waren dat er wat minder: 32.200. Bij veel resultaten gaat het om dubbelingen, maar toch. Om op de eerste resultaatpagina te belanden moet er hard gewerkt worden, met veel geduld.

## Mijn SEO-adviseur heeft daar trucjes voor

Ja, dat geloven we graag. Die trucjes bestaan en ze zijn niet eens geheim. Maar wel illegaal in die zin dat Google ze als oneerlijk en ongeoorloofd beschouwt. Komt deze zoekmachine achter het bedrog, dan krijgt uw site een penalty: die is enige tijd niet meer in de zoekresultaten terug te vinden. Google accepteert ook tips van anderen, dus het kan heel goed dat een oplettende concurrent u verklikt.

A screenshot of a website advertisement with a grey background and black text. The text is bold and uses all caps for emphasis. It promises a '100% FREE' submission service and a 'NUMBER ONE' ranking on Google and Yahoo for free. It further claims to guarantee a 'TOP' result on 38 other search engines for 120 days for 5 keywords, with a small fee to maintain the ranking.

**100% FREE** submission service and **YOUR** site will be **NUMBER ONE** on Google, Yahoo and other search engines for **FREE**.

Search engine submitter once. Experience the revolutionary **FREE** service and watch your website become the **TOP** result of Google, Yahoo and 38 other **TOP** search engines in 120 days for your 5 keywords. **YOU** try our service, see how it works for yourself without any risk. **YOU** pay at **NUMBER ONE** position. **YOU** try our service, see how it works for yourself without any risk. **YOU** pay a small fee (bid) to carry on being **NUMBER ONE** on Google and other search engines.

In werkelijkheid weten heel veel van deze 'SEO-adviseurs' geen bal van zoekmachine-optimalisatie, het zijn cowboys die geld proberen te verdienen in een ondoorzichtige markt. Gelukkig zijn er ook goede, betrouwbare SEO-adviseurs. Als u met hen spreekt zult u merken dat ook zij onze 12 punten omarmen. Daarnaast kunnen ze nog het een en ander 'fine-tunen'. Zowel wat betreft de informatie die u nu heeft kunnen lezen, als wat betreft het functioneren van uw CMS. Maar dat kost tijd, dat zullen ze er direct bij vertellen.

### **Voorkom teleurstelling: stel haalbare doelen**

Op nummer 1 terecht komen met het zoekwoord 'tuinmeubelen' is in ons geval onhaalbaar. Althans wel binnen een periode van pakweg een jaar. Als u wat sneller resultaat wilt zien, moet u zich concentreren op de minder eenvoudige zoekwoorden. Het woord tuinmeubelen in combinatie met onze vestigingsplaats bijvoorbeeld. Dat is al lastig genoeg, want ook de concurrentie zit natuurlijk niet stil.

### **Tot slot: dit is nog maar het begin**

We schreven het al: dit is een beginnersgids voor zoekoptimalisatie. Er is nog meer mogelijk. Als we dat allemaal opschrijven is dit geen gids meer, maar een boek.

Bovendien -en dat is ook niet onbelangrijk- zouden we onszelf brodeloos schrijven.

Maar of u ons nu wel of niet belt voor meer 'handige tips en daadwerkelijke ondersteuning' we hopen dat deze gids u alvast goed op weg helpt uw vindbaarheid op internet te verbeteren!

Dennis Hunneman

René Zonneveld

Bergschild 23  
7411 EL Deventer  
0570 64 34 24  
info@zonneveldmarks.nl  
www.zonneveldmarks.nl



Bergschild 23  
7411 EL Deventer  
0570 617 714  
info@sitestorm.nl  
www.sitestorm.nl

*sitestorm*