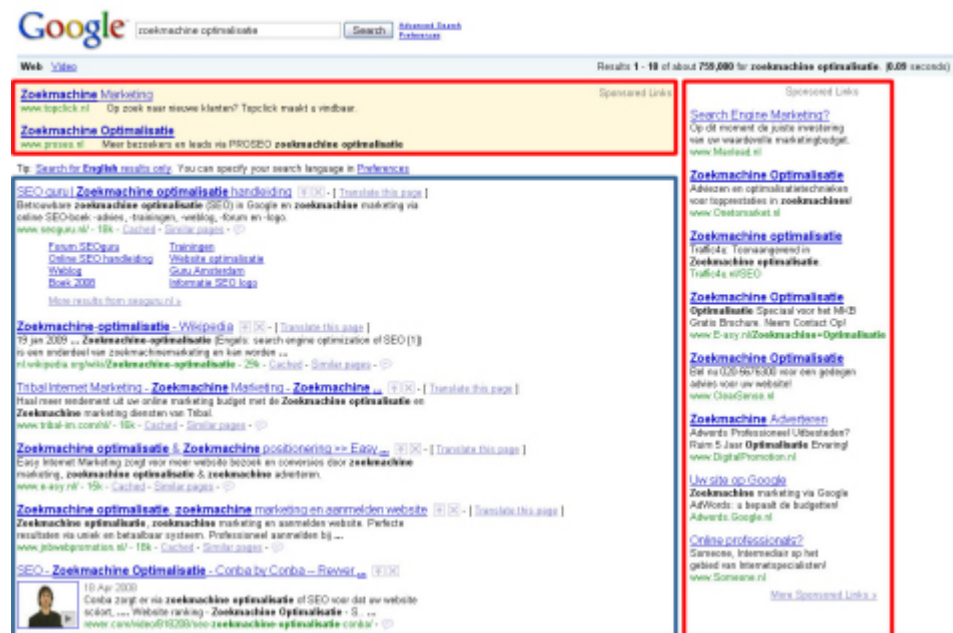


# Whitepaper zoekmachine optimalisatie (SEO)

Zoekmachine optimalisatie oftewel SEO gaat over het vergroten en verbeteren van de vindbaarheid van websites. In dit whitepaper lees je hoe je dit realiseert. Een zestal korte hoofdstukken lichten de belangrijkste aspecten toe. Twee bonushoofdstukken leren je hoe je zoekwoorden voor je website vindt en hoe je goede webteksten schrijft.

# Wat is zoekmachine optimalisatie?

Vindbaarheid van je website in zoekmachines is belangrijk om (nieuwe) bezoekers en klanten te bereiken. Al je inspanningen voor een mooie en functionele website zijn tevergeefs als mensen deze niet vinden. Daarom gaat dit whitepaper over zoekmachine optimalisatie oftewel search engine optimisation (SEO). Zoekmachine optimalisatie en zoekmachine adverteren of search engine advertising (SEA) zijn de belangrijkste onderdelen van zoekmachine marketing. Bij SEO gaat het om een zo hoog mogelijke positie te behalen binnen de organische zoekresultaten (blauw), bij SEA gaat het om vindbaarheid bij de betaalde zoekresultaten (rood).



Via zoekmachine optimalisatie realiseer je met een aantal relatief eenvoudige zaken al snel een betere vindbaarheid van je website binnen de organische zoekresultaten van Google. SEO heeft als voordeel dat je hier eenmalig in investeert en daar vervolgens de vruchten van plukt. Dit in tegenstelling tot SEA wat telkens geld kost. Dit whitepaper bespreekt een aantal tips en tools rondom:

- paginatitels
- meta-tags
- hyperlinks
- URL's
- webteksten

In het whitepaper dient Google vaak als voorbeeld. Google is de meest gebruikte zoekmachine in Nederland en vindbaarheid in deze zoekmachine is daarom een must.

Over zoekmachine optimalisatie en zoekmachinemarketing valt veel meer te vertellen dan in dit whitepaper past. Internet biedt veel nuttige tips voor zoekmachine optimalisatie. Veel zaken komen ook terug in het Handboek Zoekmachinemarketing van Kees Jan Deelstra. Een aanrader voor iedereen die zich bezig houdt of wil gaan houden met zoekmachinemarketing.

## De paginatitels van je website

De titel van je webpagina's is de belangrijkste plaats om zoekwoorden in te plaatsen. Zoekwoorden zijn belangrijke woorden die vertellen waar je website over gaat. De paginatitel vind je helemaal links bovenin je browser. Er zijn een aantal redenen waarom paginatitels belangrijk zijn voor de positie van je website in de zoekresultaten:

- De paginatitel is zichtbaar in de lijst met zoekresultaten; vertel er potentiële bezoekers mee wat ze op je website kunnen vinden
- De paginatitel wordt opgeslagen in de favorietenlijst wanneer een bezoeker de website als favoriet bewaard
- Paginatitels bepalen voor zoekmachines een belangrijk deel de waarde van je website en daarmee de positie in de zoekresultaten

De volgende tips helpen je om je paginatitels optimaal te benutten.

- Maak in de titel direct duidelijk wat bezoekers op je website kunnen verwachten
- Gebruik voor de titel drie tot tien woorden
- Plaats belangrijke zoekwoorden zo dicht mogelijk vooraan
- Verwerk niet meer dan drie zoekwoorden in de titel
- Vermijd stopwoorden in de titel
- Gebruik de naam van de website niet in de titel. Wanneer je dit toch wilt, plaats deze dan helemaal achteraan

Bovenstaande tips zijn goed toegepast in de titel van Espresso:



Je kunt voor iedere pagina dezelfde titel gebruiken of iedere pagina een eigen titel geven. Hierdoor krijgen potentiële zoekers een duidelijker beeld van wat je website biedt. Daarnaast zijn verschillende paginatitels erg belangrijk voor een webshop. Je plaatst dan de specifieke productnamen alleen als zoekwoorden in de pagina's die echt over dat product gaan.

## De meta-tags van je website

Meta-tags zijn kleine stukjes tekst in de code van je website die niet zichtbaar zijn voor je bezoekers. Je kunt ze wel zien als je de broncode van de website bekijkt. We beperken ons nu tot de twee belangrijkste tags: description en keywords.

```
Bron van: http://www.espresso.nl - Mozilla Firefox
gedond Beveken Beeld Help
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<title>Koffiecafés, espressobars en koffiehuisen vinden en vergelijken op Espresso</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1" />
<meta name="keywords" content="vergelijken, koffiehuisen, espressobars, koffiecafés, espresso, koffie" />
<meta name="description" content="Vind en vergelijk koffiecafés, espressobars en koffiehuisen op Espresso." />
```

Meta-tags zijn niet meer zo belangrijk als vroeger omdat ze gemakkelijk manipuleerbaar zijn. Zoekmachines gebruiken voor ranking van zoekresultaten tegenwoordig de bodytekst (de tekst die zichtbaar is voor de gebruiker) van een website. Toch blijft het waardevol om de meta-tags te gebruiken:

- De description tag wordt vaak weergegeven onder de titel in de zoekresultaten; je kunt bezoekers ermee vertellen wat ze op de pagina kunnen vinden en ze daarmee stimuleren door te klikken naar je website
- Sommige zoekmachines gebruiken meta-tags wel voor de ranking van hun zoekresultaten

[Koffiecafés, espressobars en koffiehuisen vinden en vergelijken op Espresso](#).  
Vind en vergelijk koffiecafés, espressobars en koffiehuisen op **Espresso**.  
[www.espresso.nl/](http://www.espresso.nl/) - [Gelijkwaardige pagina's](#)

Een aantal tips voor het gebruik van meta-tags:

- Geef in de description tag een omschrijving van de pagina van maximaal 250 tekens
- Verwerk maximaal vijf zoekwoorden in de description tag
- Scheid keywords in de keywords tag door komma's
- Zorg dat de zoektermen uit de meta-tags ook op de webpagina voorkomen

## De hyperlinks op je website

Hyperlinks vormen de basis van het World Wide Web. Via hyperlinks surf je van de ene webpagina naar de andere. Dit principe wordt ook gebruikt om de populariteit van je website en daarmee je positie in de zoekresultaten te bepalen. Iedere link naar jouw webpagina is te vergelijken met een stem. Hoe meer en hoe belangrijker de stemmer, in dit geval de verwijzende website, hoe beter.

Onderstaand een aantal tips om de hyperlinks op je website optimaal te benutten. De eerste twee tips gelden voor zoekmachine optimalisatie. De overige verbeteren de gebruiksvriendelijkheid (usability) van je website.

- Maak links doelgericht. Dat wil zeggen: het moet duidelijk zijn wat er gebeurt als erop geklikt wordt. Dus niet: 'klik hier' maar een duidelijke call-to-action die overhaalt om op te klikken. Een belangrijk voordeel hiervan is dat je ook zoekwoorden in de link kunt plaatsen. Bekijk de onderstaande twee voorbeelden van een webshop voor laptops. De tweede link maakt direct duidelijk wat er gaat gebeuren en biedt de mogelijkheid om een aantal belangrijke zoekwoorden te plaatsen.

*Om te bestellen [klik hier](#).*

*[Bestel deze Acer Aspire One mini laptop](#)*

- Waarschijnlijk lastig te realiseren, maar zorg dat websites die naar jou linken voor jou belangrijke zoekwoorden in de link hebben staan.
- Plaats zo min mogelijk links in de tekst zelf, maar plaats ze er rond heen. Dit zorgt ervoor dat gebruikers de pagina sneller kunnen scannen en beoordelen of deze relevant voor ze is. Op [Biblio](#) zie je hoe dit kan.

Ebooks downloaden op Biblio, waar je gratis **ebooks en luisterboeken** vindt en waar je **gratis** en zonder registratie **gebruik** van maakt.

▶ [Meer over Biblio](#)

### Lezen

Je leest een ebook op je pc, laptop of ander mobiel apparaat. Of je print ze uit. Er zijn ook speciale ebookreaders voor het lezen van ebooks.

▶ [Meer over lezen](#)

### Luisteren

Je zet de luisterboeken op een cd, mp3-speler of iPod.

### Zoeken

Je zoekt in de collectie via het **menu** of het **zoekvak** bovenaan (blauwe vlakken).

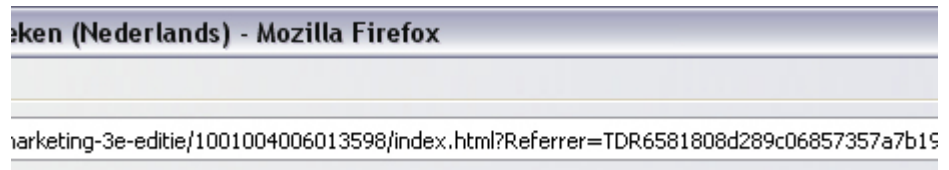
▶ [Meer over zoeken](#)

- Maak links herkenbaar. Gebruik onderstreping alleen voor hyperlinks en niet voor andere teksten. Maak kopjes vetgedrukt.

## De URL van je webpagina's

Ook in het adres van je webpagina's, de URL, kun je zoekwoorden verwerken. De meningen over het resultaat daarvan in zoekresultaten zijn verdeeld. Het is niet altijd duidelijk of het plaatsen van belangrijke zoekwoorden in de URL een verbetering van de positie in de zoekresultaten oplevert. Het is echter wel duidelijk dat de URL van je webpagina's bepaald of je voorkomt in de zoekresultaten. En een duidelijke URL is ook gebruiksvriendelijk voor je bezoekers.

Veel websites die gebruik maken van een database om de website te voorzien van gegevens (zoals deze website of webshops) hebben adressen waar allerlei verschillende tekens in voorkomen. Bijvoorbeeld cijfers of vraagtekens. We noemen een dergelijke adres ook wel een 'dynamische URL'.



Dergelijke URL's zijn soms moeilijk te indexeren voor zoekmachines. En als een zoekmachine een pagina niet kan indexeren dan betekent dit ook een gemiste positie binnen de zoekresultaten. Daarnaast zijn dergelijke URL's gebruiksonvriendelijk. Gebruikers kunnen ze moeilijk reproduceren.

Wanneer je website dynamische URL's gebruikt dan heb je de mogelijkheid om deze automatisch te laten herschrijven. Kijk maar eens naar het volgende voorbeeld. De twee links verwijzen allebei naar dezelfde webpagina. De software van deze website zorgt er automatisch voor dat naam van de eerste link omgevormd wordt tot de tweede, veel duidelijkere, link.

<http://www.arjandroger.nl/?p=98>

<http://www.arjandroger.nl/zoekmachine-optimalisatie-introductie>

Het is dus belangrijk om de URL van je webpagina's betekenisvol te maken. Gebruik daarvoor bijvoorbeeld de titel van de pagina (zoals op deze website gebeurt) of de naam van een product bij een webshop. In de titel gebruik je als het goed is ook zoekwoorden dus die komen dan automatisch ook voor in de URL.

De URL van je webpagina's verdient dus aandacht. Dit betekent dat je hier al over na moet denken voordat je een domeinnaam uitkiest. En als je deze al hebt dan kun je er wellicht voor kiezen om dynamische URL's automatisch te laten herschrijven. Hierdoor is je website beter te indexeren voor zoekmachines en gebruiksvriendelijker voor bezoekers.

## De teksten op je website

Naast de paginatitels, de meta-tags, de hyperlinks en de URL van je website vormen je webteksten de belangrijkste component voor zoekmachine optimalisatie. Als deze niet op orde zijn dan zijn de tips uit de eerdere artikelen tevergeefs. Aandacht hiervoor is zowel in het kader van SEO als gebruiksvriendelijkheid erg belangrijk:

- Internet is een actief medium. Mensen willen niet lezen maar iets doen: iets kopen of iets delen met anderen.
- Vanaf een beeldscherm lezen gaat langzamer dan vanaf papier. Daarom scannen mensen teksten om deze te beoordelen op bruikbaarheid en hebben ze weinig tijd en zin om langere teksten te lezen.
- De teksten op een website worden geïndexeerd door zoekmachines. Een ideale plaats dus om zoekwoorden in te verwerken. Zoekwoorden zijn belangrijke woorden die vertellen waar je website over gaat. Het zijn woorden waarop je geïndexeerd wilt worden door zoekmachines en gevonden wilt worden door gebruikers.

Een aantal tips om webteksten te optimaliseren en een betere vindbaarheid van je website te realiseren:

- Plaats zoekwoorden zoveel mogelijk aan het begin van een pagina, alinea of zin. Hoe eerder een zoekmachine deze tegenkomt bij het indexeren van je webpagina, hoe beter.
- Zorg voor een goede verhouding tussen de lengte van een tekst en het aantal zoekwoorden wat daarin voorkomt. Meer tekst vraagt om meer zoekwoorden. Gebruik echter niet te veel zoekwoorden. Hierdoor lezen teksten onprettig en komen ze ongeloofwaardig over. En zoekmachines prikken snel door teksten heen die alleen maar gericht zijn op SEO. Uiteindelijk bepaald je bezoeker hoe waardevol je website is.
- Structureer teksten in alinea's met duidelijke kopjes. Zorg hierbij dat alle kopjes bij elkaar de pagina samenvatten. Mensen scannen deze kopjes om te zien waar de pagina over gaat. Plaats in de kopjes belangrijke zoekwoorden.
- Geef bij langere teksten eerst een korte samenvatting. Gebruik deze leader om mensen over te halen verder te lezen. Verwerk hier ook een aantal zoekwoorden in.
- Gebruik voor opsommingen of instructies een (on)genummerde lijst. Dit scant makkelijker. En ja, verwerk ook zoekwoorden in deze lijstjes.
- Voorzie afbeeldingen van een alternatieve tekst (alt-tag) en plaats hier zoekwoorden in. Deze alternatieve tekst wordt weergegeven wanneer mensen afbeeldingen in webpagina's uitgeschakeld hebben. Daarnaast kunnen zoekmachines hierdoor de afbeeldingen beter indexeren.

## Bonus 1: zoekwoorden voor je website

In dit whitepaper is een aantal keer het belang van zoekwoorden naar voren gekomen. Zoekwoorden zijn belangrijke woorden die vertellen waar je website over gaat. Woorden waarmee je door bezoekers gevonden wordt. Maar hoe bepaal je die nu? Hoe weet je welke zoektermen populair zijn?

Zodra je de teksten van je website gaat (her)schrijven is het belangrijk om eerst stil te staan bij je doelgroep. Wie gaan je teksten straks lezen? Wat zijn dat voor mensen? Waar komen ze vandaan? Welke zoektermen gebruiken zij? Je moet je dus inleven in je bezoekers en achterhalen welke zoekwoorden zij gebruiken. Begin het schrijfproces daarom met een brainstorm waarin je bedenkt welke woorden jouw website, dienst of product beschrijven. Woorden die je bezoekers zouden kunnen gebruiken om bij jou terecht te komen. Denk daarbij aan taal, synoniemen, enkelvoud en meervoud.

Hierdoor ontstaat een lijst van mogelijke zoekwoorden die je kunt gebruiken bij het schrijven van je teksten. Maar hoe weet je nu precies welke zoekwoorden populair zijn? Welke woorden je nu moet gaan verwerken in je teksten? Hiervoor zijn gelukkig een aantal goede en gratis tools beschikbaar:

- Google Analytics
- Google Hulpprogramma voor zoekwoorden
- Google Trends

## Google Analytics

Met Google Analytics kun je het gebruik van je website monitoren. Daarbij is het via 'Verkeersbronnen > Zoekwoorden' mogelijk om inzicht te krijgen in de zoekwoorden die bezoekers gebruikt hebben om bij jouw website uit te komen. Deze kun je meenemen in het verzamelen van mogelijke zoekwoorden. Daarnaast is het via 'Inhoud > Site Search > Zoekwoorden' mogelijk om te zien welke woorden gebruikt zijn in de zoekfunctie van je eigen website als je die hebt. Ook dit laat zien waar bezoekers van je website naar op zoek zijn.

### Zoekwoorden

21 mrt. 2009 - 20 apr. 2009



Zoekopdrachten hebben 1.682 totaal bezoeken gegenereerd via 660 zoekwoorden.

Weergeven: [tabel](#) | [betaald](#) | [niet betaald](#)

Sitegebruik		Doelconversie		Weergaven		
Bezoeken	Pagina's/bezoek	Gen. tijd op site	Nieuw bezoekpercentage	Weigeringspercentage		
1.682 Percentage van sitetotaal: 49,68%	7,66 Stagem: 9,49 (-10,29%)	00:03:01 Stagem: 00:03:30 (-13,89%)	87,63% Stagem: 83,88% (4,48%)	33,59% Stagem: 25,80% (30,17%)		
Dinerie	zoekwoord	Bezoeken ↓	Pagina's/bezoek	Gen. tijd op site	Nieuw bezoekpercentage	Weigeringspercentage
1.	kusterboeken gratis	165	9,50	00:03:52	87,88%	8,09%
2.	gratis kusterboeken	160	10,64	00:04:30	83,75%	15,62%
3.	gratis kusterboek	59	12,56	00:04:02	79,88%	5,08%
4.	kusterboeken downloaden	58	7,45	00:04:14	87,93%	15,52%
5.	kusterboek gratis	43	12,40	00:05:23	80,37%	0,00%
6.	biblio	36	13,47	00:04:10	52,78%	0,00%
7.	online bibliotheek	34	7,74	00:01:59	97,88%	17,66%
8.	kusterboeken downloaden gratis	29	8,31	00:02:28	89,68%	10,34%
9.	gratis kusterboek downloaden	26	10,04	00:02:59	94,62%	7,69%
10.	gratis kusterboeken downloaden	23	10,04	00:04:56	100,00%	13,04%

## Google Hulpprogramma voor zoekwoorden

Wanneer je een lijstje met mogelijke zoekwoorden hebt verzameld dan kun je deze nog verder uitbreiden door het Hulpprogramma voor zoekwoorden van Google te gebruiken. Je kunt hier een aantal van je zoekwoorden opgeven of het adres van je eigen website. Google laat vervolgens zien hoe populair de opgegeven woorden zijn en welke zoekwoorden je ook zou kunnen gebruiken.

Zoekwoorden	Concurrentie van adverteerders ?	Geschat zoekvolume: maart ?	Geschat gemiddeld zoekvolume ?
<b>Voor de opgegeven term(en) relevante zoekwoorden - gesorteerd op relevantie ?</b>			
ebooks		18.100	14.800
ebook		60.500	49.500
erotic ebook		91	73
ebook formats		Niet genoeg gegevens	12
ebook reader		5.400	3.600
ebook download		4.400	2.900
c++ ebook		140	140
free ebook		3.600	2.900
ebook library		170	110
ebook pdf		1.900	1.600
chm ebook		110	91
ebook mobipocket		91	73
ebook txt		110	73
ebook format		73	46
prc ebook		46	36
ebook pda		46	58
ebook lit		110	91
pdb ebook		22	36
ebook readers		480	390
ebook read		110	58
microsoft ebook		390	320
gratis ebook		1.300	880
ebook warez		46	58
ebook website		46	58
buy ebook		73	73
ebook creator		170	210
bible ebook		91	110
ebook compiler		46	46

## Google Trends

Met Google Trends kun je verschillende mogelijke zoekwoorden vergelijken op populariteit. Schrijf je bijvoorbeeld over ebooks dan ontdek je dat het woord ebooks populairder is dan e-books. Je kunt er dan voor kiezen om consequent ebooks te gebruiken in je teksten. Je kunt de populariteit per land bekijken.



Met de genoemde tools kun je dus je lijstje met zoekwoorden maken en de beste woorden daaruit kiezen. Vervolgens kun je aan de slag met het verwerken van deze woorden in je teksten.

Tenslotte is het erg belangrijk om je webstatistieken te blijven monitoren. Zoekmachine optimalisatie is een continue proces. Blijf in de gaten houden welke zoekwoorden het goed doen voor jouw website. Blijf zoeken naar nieuwe zoekwoorden en pas deze aan indien nodig. Bijvoorbeeld wanneer de populariteit van bepaalde woorden wijzigt of wanneer je een nieuwe doelgroep wilt gaan bedienen.

## Bonus 2: webteksten schrijven

We hebben stilgestaan bij een aantal tools om de belangrijke woorden voor jouw website mee te vinden. Nu je dit lijstje hebt kun je daadwerkelijk beginnen met het (her)schrijven van je teksten. In dit whitepaper zijn al een aantal tips gegeven in het kader van zoekmachine optimalisatie (SEO). Onderstaand vind je 10 tips voor het schrijven van teksten die lekker lezen voor de bezoekers van je website.

- Bedenk voordat je begint te schrijven voor wie je dit doet. Wie gaan je teksten straks lezen? Wat zijn dat voor mensen? Het bepalen van zoekwoorden voor je website heeft je hierbij al geholpen.
- Denk vervolgens na over welke boodschap je wilt overbrengen. Wat moeten ze weten na het lezen van je tekst? Beantwoord voor jezelf de vragen wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe.
- Schrijf persoonlijk. Betrek je lezer bij je verhaal. Gebruik geen moeilijke woorden en zinnen. Gebruik liever verzorgde spreektaal.
- Begin je tekst met je belangrijkste boodschap en werk deze vervolgens kort uit.
- Schrijf actief. Let op het verschil in het volgende voorbeeld. De eerste zin is passief geschreven, de tweede actief.

*In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de oorzaken van dit probleem aangepakt zouden kunnen worden.*

*In dit hoofdstuk leest u wat de oorzaken van dit probleem zijn en hoe u die weg kunt nemen.*

- Breng een duidelijke structuur aan in je tekst met alinea's, tussenkopjes en opsommingen.
- Gebruik korte zinnen en alinea's. Liefst niet langer dan 15 woorden en 5 zinnen. Lijn je alinea's links uit. Tekst die gecentreerd is of aan twee zijden is uitgelijnd, leest minder prettig. Gebruik een schreefloos lettertype (bijvoorbeeld Arial, Tahoma of Verdana). Dat leest lekkerder vanaf een beeldscherm. Lees ditzelfde stukje tekst maar eens in een lettertype met schreef:

Gebruik korte zinnen en alinea's. Liefst niet langer dan 15 woorden en 5 zinnen. Lijn je alinea's links uit. Tekst die gecentreerd is of aan twee zijden is uitgelijnd, leest minder prettig. Gebruik een schreefloos lettertype (bijvoorbeeld Arial, Tahoma of Verdana). Dat leest lekkerder vanaf een beeldscherm.

- Voorkom dat mensen horizontaal moeten scrollen. Laat je tekst zich aanpassen aan de scherm breedte van de gebruiker.
- Zorg voor een duidelijk contrast tussen de kleur van de tekst en de achtergrond. Gebruik een rustige achtergrond die niet afleidt.
- Gebruik illustraties alleen ter ondersteuning van je verhaal. Je mist je doel wanneer mensen de boodschap van je tekst niet meekrijgen omdat de foto ze afleidt.