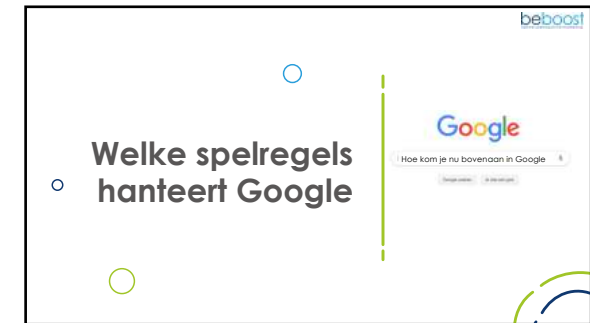




1



2



3

Hoe werkt Google?

Indexatie factor

Google moet je website terugvinden
(En kunnen interpreteren om op te nemen in het zoekresultaat)

Inhoud/tekst factor

Google moet weten op welke woorden ze je website (pagina's) moeten opnemen

Relevantie factor

Het Google Algoritme kijkt naar de relevantie om het zoekresultaat op te bouwen
Hoe relevanter of populairder de website hoe hoger in het zoekresultaat

4

Hoe hier op inspelen?

Indexatie factor

Wat moet je doen?

- Voorkom mogelijke technische problemen
- Mobielvriendelijk
- Snelte oplaadtijd (performant)
- Veilige website (https)

Punten verzamelen voor Google op inhoud/tekst

Inhoud/tekst factor

Wat moet je doen?

- Zorg dat de "juiste" woorden op de "juiste" plaatsen in je website staan
- Google checkt 7 cruciale elementen, zorg dat deze in orde zijn

Punten verzamelen voor Google op inhoud/tekst

Relevantie factor

Wat moet je doen?

- Zorg ervoor dat zoveel mogelijk relevante websites een link opnemen naar jouw website = [backlinks](#)
- Meer links, meer relevant voor Google = hogere positie

Punten verzamelen voor Google voor relevantie

60 % SEO

5

SEO Belangrijk?

The best place to hide a dead body is page 2 of Google search results.

6

Snelheid website

beboost Pagespeed

7

Snelheid van je website is een dempingfactor

- Mobile First
Vermits er in Google het meeste via mobiele toestellen wordt gezocht kijkt Google naar de performantie van een website op mobiele toestellen.
- Websites die niet performant genoeg zijn op mobiele toestellen worden afgestraft met een lagere positie.
- Test je website via [deze tool](#) om te ontdekken wat Google ervan vindt.

Google Pagespeed

Pagespeed Insights

49 86 188

8

SEO per pagina

beboost On Page SEO

9

Google neemt een webpagina op in zijn zoekresultaat

En geen website...

beboost

10

SEO Strategische oefening

beboost

11

Terminologie

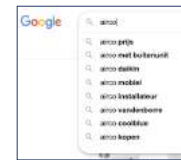
- Een **zoekwoord** of sleutelwoord (keyword) bestaat uit 1 woord.
Vb. "airco"
- Een **zoekterm** is een woordcombinatie van meerdere woorden waarop men zoekt.
Vb. "airco installateur antwerpen"

Door het overvloed aan informatie wordt er vandaag nog weinig op 1 zoekwoord opgezocht. Door een zoekterm te gebruiken krijg je een relevanter zoekresultaat.

Google suggereert dit ook steeds wanneer je iets intypt.

Onze focus gaat dus uit naar "zoektermen"

beboost



12

Bekijk opnieuw kritisch je webpagina's bebaast



Google neemt een webpagina op in zijn zoekresultaat.

Enkel de "exacte match" webpagina – zoekterm heeft een kans om bovenaan in Google te komen.

13

bebaast

Het belangrijkste principe

- Definieer de juiste zoekterm per pagina.
- Maak een overzicht/schema van elke pagina op welke zoekterm moet gevonden worden.
- Maak in Excel een logboek op welke datum je een pagina aanpast.
- Gebruik hiervoor de template.

IMPORTANT

1 pagina = 1 zoekterm
1 zoekterm = 1 pagina
2 zoektermen = 2 pagina's

14

bebaast

Een goede SEO structuur

Ook SEO-cluster of SEO-Pillar genoemd
[Een goed voorbeeld](#)

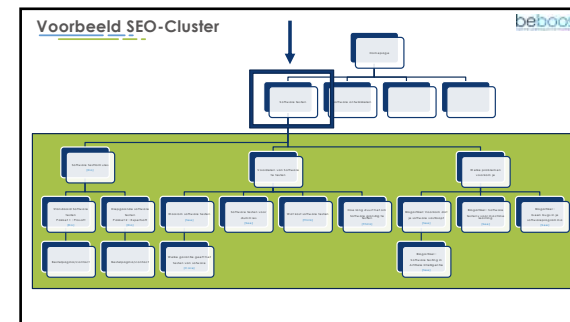
15



16



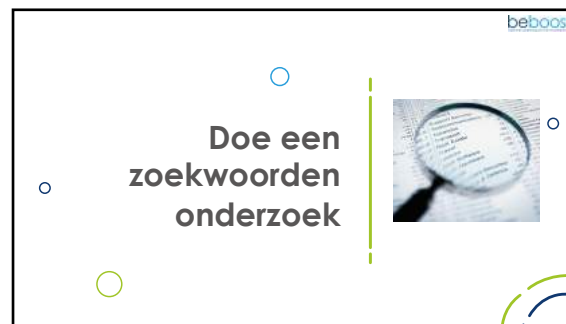
17



18



19



20



21

beboost

Aandachtspunten

1. Gebruik de woorden in de juiste context
2. Gebruik de taal van je bezoeker
3. Enkelvoud of meervoud?
4. Wat met synoniemen?
5. Concurrentie in Google?
6. Longtail versus Shorttail?

22

beboost

Gebruik de woorden in de juiste context

- Provincie Antwerpen
- Zilvermeer
- Abdij van Postel
- Sunparks

→

- Tuin
- Aarde graven
- Lange nagels
- Zwarte, fluwelen vacht

Gemeente Mol een mol

23

beboost

2. Gebruik de taal van je klant

Bepaal de juiste zoekterm die je potentiële klant zou gebruiken om je product of dienst op te zoeken.

Vb. Je verkoopt beamers

Maar uw potentiële klant wil een "beamer kopen"
Hij zoekt dan ook op "beamer kopen"

Gebruik deze zoekterm dan ook in je content.


24

3. Enkelvoud of meervoud

In de meeste gevallen wordt er op enkelvoudig gezocht.

Enkelvoud en meervoud geeft in Google een verschillend zoekresultaat.

Test dit altijd even zelf in Google.



25

4. Wat met synoniemen

Gebruik synoniemen op dezelfde pagina maar bepaal de belangrijkste **zoekterm** of sleutelwoord van deze pagina.

- Engels: de A.I. en algoritmes van Google herkennen in het Engels al heel veel synoniemen.
1 pagina per onderwerp is voldoende
- Nederlands: de A.I. en algoritmes van Google hebben in het Nederlands nog heel veel problemen om synoniemen te herkennen.
1 (aparte) pagina per belangrijke zoekterm

26

5. Concurrentie in Google

Controleer het aantal zoekresultaten waarmee je moet concurreren.

- "beamer" 74 400 000 resultaten
- "beamer kopen" 325 000 resultaten

Op welke zoekterm heb je meeste kans op bovenaan te geraken?

En wat is realistisch?
Controleer met welke websites je moet concurreren?
(Met bol.com, 2^{de} hands.be wordt het moeilijk...)

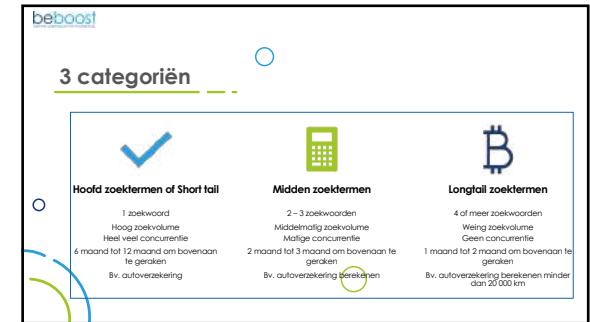
27



28



29



30

beboost

Hulpmiddel KEI-index



31

beboost

Formule KEI-index

Hoe bepaal je de moeilijkheidsgraad om met een zoekterm op de eerste pagina te geraken.

KEI : Keyword Effectiveness Index

Formule : Zoekvolume in Google/ Concurrentie (aantal zoekresultaten)

- Een zoektermen met een KEI van 0,04 of hoger geldt in principe als goed uitgangspunt om hiervoor een eigen pagina te voorzien.
- Een zoekterm met een KEI van 0,006 zal het veel moeilijker worden om op pagina 1 te komen.

Hoe hoger de KEI, hoe meer kans dat je hebt om hoger in de zoekresultaten te komen.

32

beboost

Hoe KEI-index toepassen?

We willen de KEI-index van de zoekterm "Pakje verzenden" berekenen.

Stap 1
We zoeken het maandelijkse zoekvolume op (Volgens Keyword Tool Google ads) of (Ubersuggest)

2400 Gem. Maandelijks zoekvolume/pakje verzenden

Stap 2
Zoek deze zoekterm "pakje verzenden" op in Google

Deze heeft 378 000 zoekresultaten in Google

Berekening
Formule Gem. Maandelijks zoekvolume/zoekresultaten $(2400/378000) = KEI 0,006$

33

KEI-index interpretatie

- o Een zoekterm met een KEI van 0,04 of hoger geldt in principe als goed uitgangspunt om hiervoor een eigen pagina te voorzien.
- o Een zoekterm met een KEI van 0,006 zal veel moeilijker worden om op pagina 1 te komen.
- o Hoe hoger de KEI, hoe meer kans dat je hebt om hoger in de zoekresultaten te komen.

34

En nu?

We kennen nu twee graadmeters voor onze zoekwoordenanalyse: **zoekvolume** en **KEI**.

Waar ga je voor?

- o Zoekwoorden waarop mensen massaal googelen (hoog zoekvolume) en Google minstens een miljoen zoekresultaten presenteert (hoge KEI)?
- o Zoekwoorden waarmee je op korte termijn hoog scoort in Google (hoge KEI) en waarop maandelijks slechts 10 Belgen googelen (laag zoekvolume)?

Inderdaad, je hebt onvoldoende data voor een weloverwogen beslissing. Zo maak je een wegingsfactor.

KEI-index vermenigvuldigd met het zoekvolume.

Als je de producten voor al je zoekwoorden maakt en alle opgeleverde indexcijfers in Excel **rangschikt** van **hoog naar laag**, dan zie je de **meest kansrijke zoekwoorden in één oogopslag bovenaan staan**.

35

6 stappen voor een goede zoekterm analyse

1. Zoek het **maandelijks zoekvolume** op van de zoektermen die je wil analyseren (via juiste Tools)
2. Typ deze zoektermen in Google in om de **concurrentie** te onderzoeken (resultaten in Google)
3. Bepaal de **KEI-index** per zoekterm : zoekvolume/concurrentie
4. Bepaal je **wegingsfactor** per zoekterm : KEI-index x zoekvolume
5. **Rangschik** de wegingsfactor in Excel van groot naar klein
6. Bovenaan staan de **meest kansrijke woorden** die je zou moeten optimaliseren

36



37



38



39

SEO :
Per pagina punten voor Google verdienen

1. URL (15 punten)
2. H1 -titel (15 punten)
3. H2-titel (10 punten)
4. Content (tekst min. 350 woorden) (25 punten)
5. Alt Tag afbeeldingen (10 punten)
6. Head – HTML- titel (20 punten)
7. Head – Meta Description (5 punten)

Het zoekterm in elk onderdeel = punten !

Deze punten zijn indicatief en dienen enkel om de (richtke) waarde per onderdeel weer te geven.
Google houdt rekening met meer dan 200 zoekfactoren
rekening om een pagina te positioneren in het zoekresultaat

40

URL - webadres

SEO-element 1

41

URL

- Gebruik de zoekterm in je URL
- Hoe korter hoe beter
- HTTPS = veilige website

Niet veilige website worden afgestraft door Google met een lagere positie in de zoekresultaten.

www.mijnwebsite.be/nl/producten/zoekwoord_1
www.mijnwebsite.be/nl/producten/zoekwoord_2

42

Head/body webpagina

Elke webpagina heeft 2 onderdelen

43

Elke webpagina bestaat uit 2 blokken

- Head
Niet zichtbare gedeelte van een pagina waar bijkomende info en scripts worden meegegeven. Het head gedeelte is belangrijk voor zoekmachines.
- Body
Zichtbare gedeelte van een website waar alle design - teksten en afbeeldingen zijn opgenomen.

Hoe bekijken?
In Google Chrome rechtermuis toets op een webpagina klikken en vervolgens op paginabron. [Source]

44

H1& H2 - titel

SEO-element 2 & 3
Body

45

beboost

Titels van je pagina

- Visuele hoofdtitel van je pagina = Heading 1 of (H1)
- Visuele subtitel van je pagina = Heading 2 of (H2)

Google vindt woorden die in je H1 en H2 staan heel belangrijk. De andere titels (H3-H4-H5-H6) worden door Google als veel minder relevant beschouwd.

Heading Tags for SEO:

<h1> Most important

<h2> Second Most Important

<h3> Third Most Important

<h4> Fourth Most Important

<h5> Fifth Most Important

<h6> Sixth Most Important

Zoekwoord in H1-titel : SEO-element 2

Zoekwoord in H2-titel : SEO-element 3

46

beboost

Content - teksten

SEO-element 4
Body

47

beboost

Pagina tekst

- Minimaal 350 woorden** (maar liefst meer)
(2000 – 2500 karakters incl. Spaties en leestekens)
(en dat is het echte minimum)
- Zoekterm moet **minstens 6 keer** in de tekst voorkomen (synoniemen inbegrepen).
- Begin je tekst met je zoekwoord.
- Geef voldoende context aan je pagina voor Google

Laatste onderzoek toont aan dat de TOP 10 zoekresultaten mee, dan (unieke) 1000 woorden/pagina bevatten.

zoekwoord in tekst : SEO-element 4

48

beboost

Benoem uw afbeelding

Google ziet niet wat er op een afbeelding staat.

- ✓ Gebruik de **alt-tag** (beschrijvend veld) om aan Google duidelijk te maken wat er op deze afbeelding staat.
- ✓ Gebruik je zoekterm liefst zoveel mogelijk vooraan in je alt-tag aangevuld met bijkomende relevant woorden. (met een maximum van 16 woorden)
- ✓ Gebruik in de bestandsnaam van de afbeelding wanneer mogelijk ook het sleutelwoord. **(SEO-onderdeel 5+)**

Voor visuele producten is dit zeker belangrijk omdat er dikwijls op **afbeeldingen in Google** wordt geklikt om te kiezen




55

beboost

Samenvatting SEO-elementen Body

- Header 1 (H1) of hoofdtitel van de pagina (SEO-element 2)
- Header 2 (H2) of subtitel van de pagina (SEO-element 3)
- Teksten (minimum 350 woorden) (SEO-element 4)
- Benoem uw afbeeldingen (Alt-Tag) (SEO-element 5)



Gebruik in alle SEO-elementen steeds hetzelfde sleutelwoord (NL) consequent.

56

beboost

HTML-titel

SEO-element 6 Head

57

Meta-Title & Meta description

Grand Canyon Railway Hotel | Grand Canyon Hotels & Lodging
Grand Canyon Railway Hotel in Williams, Arizona, is a great choice amongst Grand Canyon hotels, Flagstaff hotels and Sedona hotels.
www.thebahn.com/grand-canyon-railway-hotel-williams-az-5606.html
Grand Canyon Railway - The Official Site
Or, select hotel packages that includes lodging at our own Grand Canyon Railway Hotel and in Grand Canyon National Park at select Grand Canyon hotels. ...
www.thebahn.com/ - Cached - Similar
Grand Canyon Tours, Hotels and Lodging - Grand Canyon National Park
Book your Grand Canyon hotels, tours, and vacations online. Book your Grand Canyon tours by calling 1-866-944-7263. Book your Grand Canyon hotels by calling ...
www.grandcanyon.com/ - Cached - Similar

58

Head gedeelte

- Er zijn verschillende SEO-elementen in het Head gedeelte.
- De 2 belangrijkste zijn Meta-title & Meta-description

59

HTML-title

- Begin met zoekterm
- Maximum 60 karakters
- HTML-title & Meta-title & Page-title zijn 3 synoniemen

Belangrijk?
Deze titel is de blauwe titel die je in de zoekresultaten in Google ziet.
Op basis van deze titel wordt er dikwijls beslist op welke pagina men klikt in de zoekresultaten.

zoekwoord in HTML-titel
SEO-element 6

60

bebaos!

Meta-Description

SEO-element 7 Head

61

bebaos!

Meta-description

- Meta-description of pagina beschrijving
- Begin met het sleutelwoord
- Best 160 karakters
Desktop 320 karakters – Mobiel 160 karakters

Belangrijk?
Het helpt bezoekers om tussen de zoekresultaten te kiezen.
Zet in je metadescription daarom duidelijk waar je pagina over gaat, maar vergeet ook zeker niet een element van spanning of nieuwsgierigheid toe te voegen.
Daarmee kun je het aantal doorkliks verhogen.

Meta description: hoe optimaliseer je de meta omschrijving?

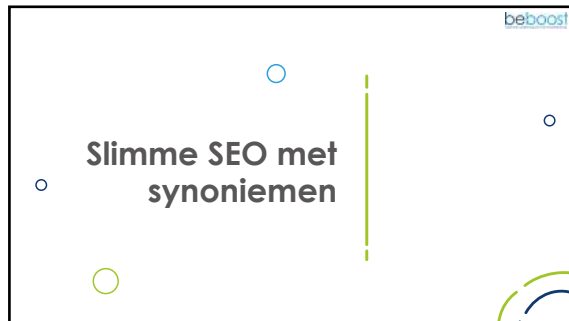
62

bebaos!

De 7 belangrijkste SEO-elementen

- URL** 1. www.mijnwebsite.be/producten/sleutelwoord1
- H E A D** 2. HTML Titel = Sleutelwoord 1 (max 60 karakters)
- 3. Meta Description = Sleutelwoord 1 (max 160 karakters)
- B O D Y** 4. H1 (visuele hoofdtitel pagina) = Sleutelwoord 1
- 5. H2 (visuele subtitel pagina) = Sleutelwoord 1
- 6. Content – Teksten = Sleutelwoord 1 + Synoniemen
- 7. Afbeelding = ALT Tag = Sleutelwoord + Bedrijfsnaam

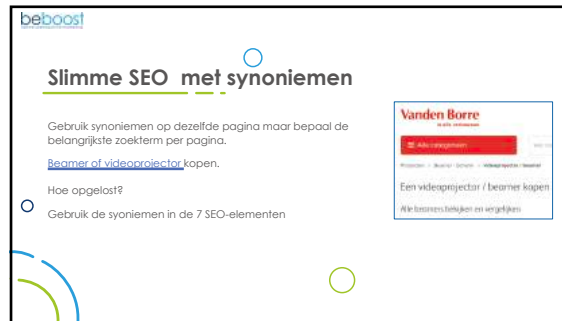
63



beboost

Slimme SEO met synoniemen

64



beboost

Slimme SEO met synoniemen

Gebruik synoniemen op dezelfde pagina maar bepaal de belangrijkste zoekterm per pagina.

[Beamer of videoprojector](#) kopen.

Hoe opgelost?

Gebruik de synoniemen in de 7 SEO-elementen

Vanden Borre
de beste videoprojector

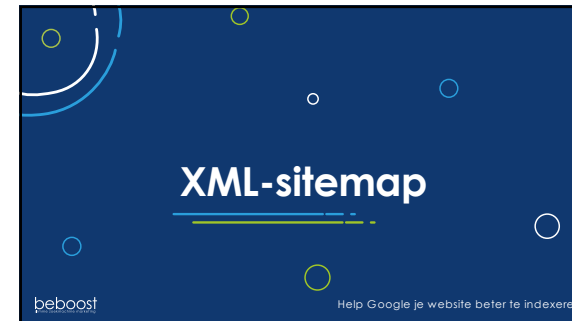
3D video projectoren

Projector > Beamer > Screen > Videoprojector > Beamer

Een videoprojector / beamer kopen

Alle business behoeften en vergelijkingen

65

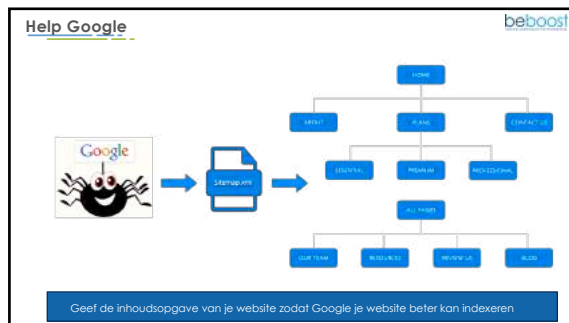


beboost

XML-sitemap

Help Google je website beter te indexeren.

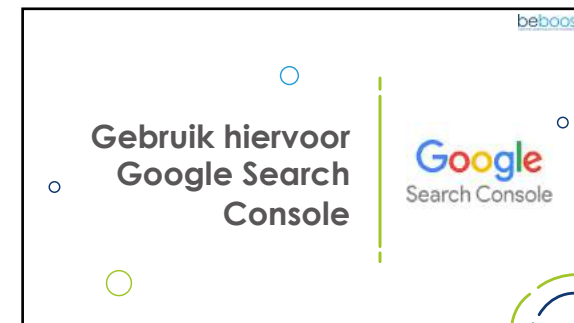
66



67



68



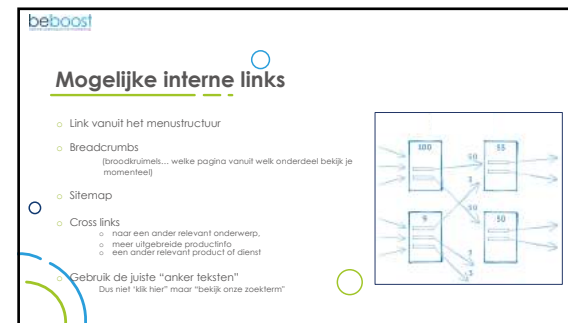
69



70



71



72

beboost

Waarom interne links gebruiken?

Als de Google Spider langzamerhand de spider door jouw website heen, om de website te beoordelen.

Met een goede interne linkstructuur (XML-sitemap) kan Google eenvoudig indexeren en ziet Google snel welke pagina's van jouw website het belangrijkste zijn.


Naar welke pagina's op jouw website de meeste interne linkjes gaan wordt door Google als belangrijk beschouwd en gaat dus hoger scoren.

Het is dus belangrijk om te weten welke pagina's van je website écht belangrijk zijn, om vervolgens daar de meeste interne links naar te maken.

Wanneer er niet intern naar een pagina wordt gelinkt, is de kans groot dat deze pagina niet zal worden gevonden en dus ook niet zal worden geïndexeerd door Google.

Wanneer een pagina niet is geïndexeerd door Google, kan de pagina ook niet worden gevonden in de zoekresultaten.

Zorg er dus voor dat er naar iedere pagina op de je website een interne link staat.



73

beboost

Content updating

Google houdt van recente informatie

74

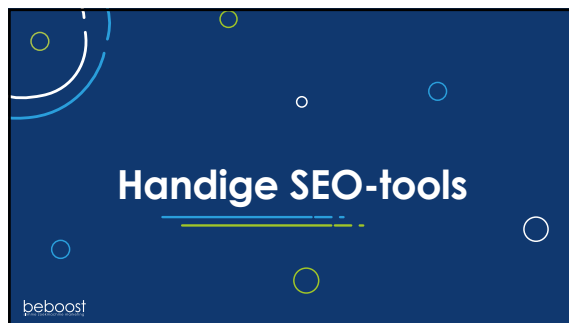
beboost

Update je content

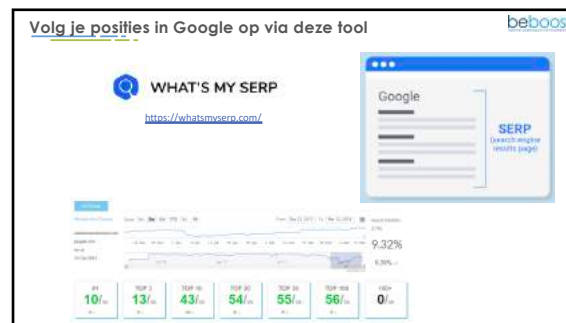


Probeer elke 4-6 maand ongeveer 15 % van de teksten van een pagina aan te passen

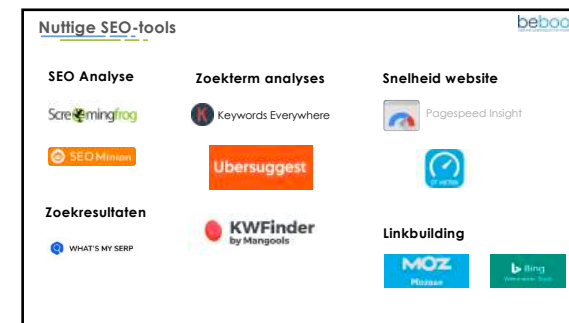
75



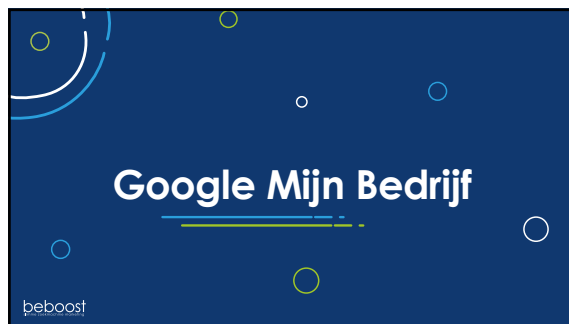
76



77



78



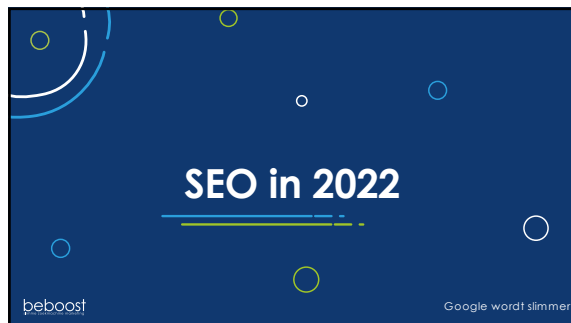
79



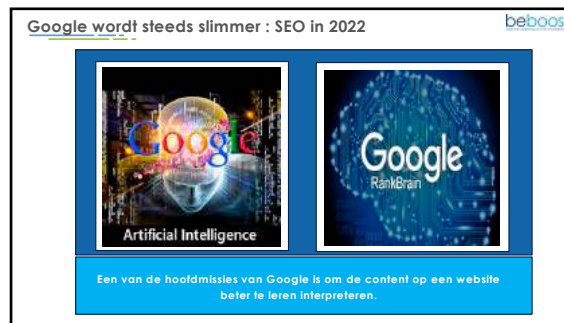
80



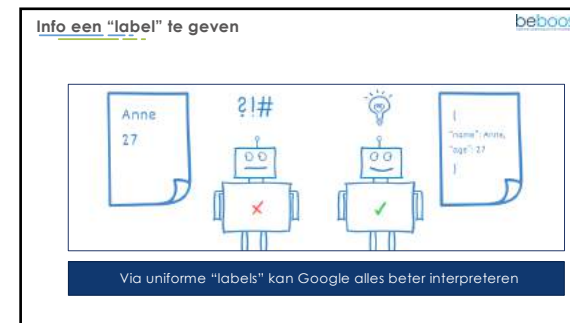
81



82



83



84

beboost

4 synoniemen

- Structured Data
- Ritch Snippets
- Schema.org
- Schema Markup

85

beboost

Wat?

Schema.org is tot stand gekomen via een samenwerking met de belangrijkste zoekmachines zoals Google – Bing – Yahoo zodat ze de inhoud van je website beter kunnen lezen en interpreteren.

Via een eenduidige en gestructureerde gegevensmarkering (of structured data) te gebruiken weet de zoekmachine exact wat er staat en kunnen ze het niet (mis) interpreteren.

- De ene website gebruikt "diensten", de andere "services", "wat wij doen" of "hoe helpen we je". Terwijl het eigenlijk 4x over hetzelfde gaat.

Door met een vaste omschrijving te werken zoals bv. "services" in de niet zichtbare code van je website weet de zoekmachine dan perfect wat er op je website staat.

Door deze uniforme gegevensmarkering toe te passen kan Google de zoekresultaten verbeteren.

Volg deze [link](#) voor meer informatie

86

beboost

Ritch Snippets

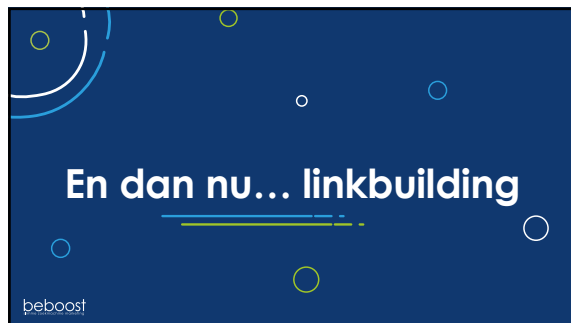
Belangrijk voor :

- E-commerce sites
- Hotels (reviews)
- Restaurant (reviews)
- Kook websites (recepten)
- Websites waar reviews heel belangrijk zijn (schoonheidsalons, sauna's,...)
- Job listings
- Bedrijven met veel lokale afdelingen

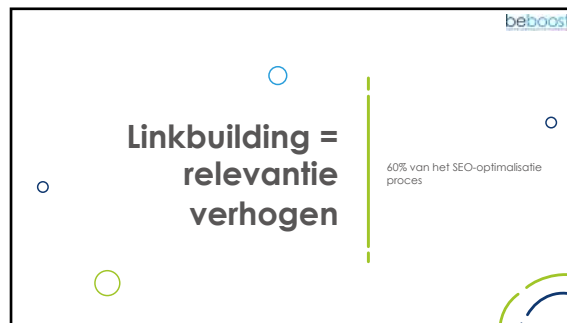
Hier vind je een [overzicht](#) van alle vastgestelde codes.



87



91



92



93



94



95



96

beboost

Door nieuwe pagina's te maken voor relevante zoektermen

97

SEO : enkel wat woordjes aanpassen?

beboost

The Periodic Table of SEO Success Factors

98

Voeg de spelregels van Google

beboost

BLACK HAT

WHITE HAT

BLACK HAT STRATEGIES

- Duplicate content
- Invisible text and stuffed keywords
- Cloaking or re-directing the user to another site or page
- Links from sites with non-relevant content

WHITE HAT STRATEGIES

- Relevant content
- Well-labeled images
- Relevant links and references
- Complete sentences with good spelling and grammar
- Standards-compliant HTML
- Unique and relevant page titles

99

beboost

Google Search Console

Volg op via welke zoektermen je website wordt gevonden

100

beboost

Koppel de Search Console met Google Analytics

- o Opvolging van je indexatie in Google
- o Via welke zoektermen bezoekt men je website (op deze zoektermen sta je meestal op pagina 1 in Google)
- o Hoeveel vertoningen heeft je website op een zoekopdracht en hoeveel keer wordt er dan op je website geklikt.
- o Wat is je gemiddelde positie van je webpagina op deze zoekterm in het zoekresultaat in Google wanneer men heeft doorgelikt

Google
Search Console

101


beboost

En nu even geduld...

De Google crawler (op spider) moet je verbeterde pagina's opnieuw indexeren.
Dit kan 3 dagen – 6 weken duren.

De Google algoritmes moet deze verbeterde pagina opnieuw interpreteren en vergelijken met de concurrentie op deze zoekterm.

Belangrijk!
Hoe is de (verbeterde?) linkbuilding naar deze pagina



102



103
