

Hoger in Google

ULTIEME SEO GIDS



ROBIN VERMEIJ
ALLES OVER MARKETING



ALLES OVER
MARKETING



ALLES OVER
MARKETING

HOGER IN GOOGLE

ULTIEME SEO GIDS VOOR

MEER BEZOEKERS, KLANTEN EN OMZET





ALLES OVER MARKETING

Copyright © 2018 Robin Vermeij
Auteur: Robin Vermeij
Organisatie: Alles Over Marketing

Niets uit deze uitgave mag worden vereenvoudigd, door middel van druk, fotokopieën, geautomatiseerde gegevensbestanden of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur. Ook het plaatsen van directe links naar de bestandslocatie van dit document op websites, in e-mail nieuwsbrieven of andere vormen van digitale media is niet toegestaan zonder expliciete toestemming.

INHOUDSOPGAVE



I. BASIS

Wat is SEO?
Verschil SEO vs. SEA
Rankingfactoren

6

II. ZOEKWOORDANALYSE

Wat is een zoekwoordonderzoek?
Short tail vs. long tail keywords
Praktijkvoorbeelden
Verhoog de kans op conversie
Handige tools

10

III. CONTENT OPTIMALISATIE

Titel, URL, omschrijving
YOAST SEO Plugin
Gestructureerde headers
Afbeeldingen
Inhoudsopgave
Dubbele content

20

IV. TECHNIEK OPTIMALISATIE

Spreek de taal van zoekmachines
Google uitgelichte zoekresultaten
Google review sterren
Sitemap
Google Search Console

30

V. ONLINE TRENDS

Gebruikerservaring
Snelheid
Mobiel
Voice Search
Lokale zoekresultaten
Linkbuilding

39



ALLES OVER
MARKETING

Intro



INTRO

Het zal je niet verbazen dat, in het huidige digitale tijdperk, de website een essentieel onderdeel van het succes van jouw organisatie is. Ga maar eens na. Wat doe jij als je van plan bent om een (grote) aankoop te doen? Juist, dan open je net zoals 80% á 90% van de Nederlands bevolking de internetbrowser en start je je zoektocht via Google.

Oké, je hebt vast al een website. Misschien zelfs wel een duur custom design met allerlei toeters en bellen. Dit is leuk en aardig maar levert dit ook business op? Hoe goed vindbaar is de website voor jouw doelgroep? Komt de website überhaupt op één van de eerste zoekpagina's voor? Of staat je belangrijkste productpagina ergens onderaan pagina 6 waar nooit iemand komt? In de steeds verder digitaliserende wereld wordt de vindbaarheid van jouw website steeds belangrijker. Werk aan de winkel dus!

Al ruim 6 jaar houd ik mij dagelijks bezig met online marketing. Door de jaren heen heb ik vele websites gebouwd, online gedragsonderzoeken, a/b testen, verleidingstechnieken en analyses uitgevoerd waardoor ik weet hoe de websitebezoeker te werk gaat en hoe je de "koopknop" kunt prikkelen. In dit boek deel ik al mijn kennis van de afgelopen jaren.

WAT LEER JE IN DIT BOEK:

- Basis zoekmachine optimalisatie
- Zoekwoordonderzoek
- Content optimalisatie
- Technische optimalisatie
- Lokale vindbaarheid
- SEO kansen voor 2018

Volg dit boek en je website zal hoger scoren in Google.

Resultaat? Meer bezoekers, meer klanten, meer omzet!

Veel plezier!

Robin Vermeij
Alles Over Marketing



An illustration of a desk setup. In the top right, a white laptop with a black keyboard is partially visible. In the center, a bright yellow notepad is placed on a white sheet of paper. The notepad has the text 'ALLES OVER MARKETING' at the top, followed by a horizontal line, and 'Wat is SEO?' in a large font below it, with another horizontal line underneath. A black pen with a yellow tip and eraser lies at the bottom right of the notepad. In the bottom left corner, there is a white cup filled with brown coffee on a matching saucer. The background is a solid light blue color.

ALLES OVER
MARKETING

Wat is SEO?



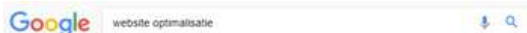
DE BASIS

De term SEO staat voor "Search Engine Optimization" in gewoon Nederlands "Zoekmachine optimalisatie". SEO is een verzameling van technieken. Deze technieken zijn gericht op het optimaliseren en verbeteren van je website of webshop voor de vindbaarheid in de zoekmachines. Zoekmachines zoals Google, Bing, Yahoo etc. kennen waarde toe aan een website of webshop. Alle technieken die ingezet worden om de waarde van je website te vergroten vallen onder SEO.

WAAROM WIL JE ALS ONDERNEMER SEO INZETTEN?

Jij wilt als ondernemer klanten werven, producten / diensten verkopen en informatie verzamelen. Hiervoor heb je bezoekers op je website nodig. Wat doet een bezoeker voordat hij op je website komt? Juist: googelen! Er wordt gekeken en vergeleken welke aanbieders het beste aan een zoekvraag voldoen.

Vervolgens klikt de bezoeker op één of meer van de getoonde resultaten om door te gaan naar de website. Hoe zit het met deze getoonde resultaten in de zoekmachines? De resultaten die worden weergegeven in Google zijn te verdelen in twee onderdelen: een betaalde advertentie (SEA) en een organische positie (SEO). Zie het verschil:



Zoekmachine Adverteren (SEA) = Betaald



Zoekmachine Optimalisatie (SEO) = Gratis

FACTOREN

KORTE TERMIJN VS LANGE TERMIJN

Het grote verschil tussen SEA en SEO is de investering en het resultaat. Waar je bij SEA direct en snel in beeld komt bij je doelgroep is dit bij SEO een heel ander verhaal. SEO is dus echt een lange termijn strategie. Echter wel één waar je later veel meer profijt van hebt dan bij SEA.



Wanneer ik met ondernemers over hun website praat, dan geven ze vaak aan veel websitebezoekers te willen. De vraag die ik dan direct stel is of ze niet liever minder bezoekers willen maar die wel een stuk relevanter zijn?

Het is een illusie om te denken dat je binnen de kortste keren bovenaan in de zoekresultaten van Google staat. De steeds groter wordende brei van content maakt het lastiger voor generieke onderwerpen om goed vindbaar te zijn. De tijd van generieke content voor brede doelgroepen is voorbij. Door content te creëren die gericht is op een specifieke doelgroep kun je de concurrentie te slim af zijn. Ondanks dat het publiek en het aantal websitebezoekers misschien wat kleiner wordt, creëer je wel een grotere mate van relevantie wat de kans op conversie vergroot.

WAAR BESTAAT SEO UIT?

SEO bestaat uit een aantal onderdelen;

- Content optimalisatie
- Techniek optimalisatie
- Linkbuilding

Deze onderdelen komen later in dit boek aan bod.



FACTOREN

Je hoeft geen techneut te zijn om te starten met het verbeteren van jouw website. Natuurlijk zitten er wel wat technische aspecten aan, maar in eerste instantie gaat SEO voornamelijk over het inzicht in wie jouw klanten zijn en waar ze om geven.

Een zoekwoordonderzoek voorafgaand aan het schrijven van content is dus cruciaal voor je strategie. Een aantal vragen die je jezelf moet stellen zijn:

- Wat typen je potentiële klanten in het zoekvenster van de zoekmachine in?
- Wat zoeken ze?
- Hoe zoeken ze?

In het volgende hoofdstuk leg ik uit hoe je een zoekwoordonderzoek kunt uitvoeren.

An illustration of a desk setup. In the top right, a white laptop with a black keyboard is partially visible. In the center, a bright yellow book cover is tilted. The cover has the text 'ALLES OVER MARKETING' at the top, followed by a horizontal line, and 'Zoekwoord analyse' in a large, bold font below. Another horizontal line is at the bottom of the cover. A black pen with a yellow tip lies at the bottom right of the book. In the bottom left corner, a white coffee cup filled with brown coffee sits on a white saucer. The background is a solid light blue color.

ALLES OVER
MARKETING

Zoekwoord analyse

MARKTLEIDER

Google is de grootste zoekmachine van Nederland met een marktaandeel van ruim 90% (Q3 2017). Dat betekent dat de zoektocht naar jouw product of dienst bijna altijd hier begint.

Het voornaamste doel van Google is goede zoekresultaten tonen waar de bezoeker iets aan heeft. Een essentieel onderdeel om goed te scoren binnen Google is dat jij dus waardevolle content schrijft voor deze bezoeker.

Yahoo!

2%

Bing

7%



Google
91%

Desktop

Yahoo!

1%

Bing

1%



Google
98%

Smartphone

STRAF

Wanneer je waardeloze content schrijft, of content die niet is afgestemd op je doelgroep dan verlaten bezoekers je website heel snel waardoor de gemiddelde tijd op je website zakt en de bounce rate omhoog schiet.

Dit ziet Google als een onprettige ervaring van de bezoeker wat dus niet ten goede komt voor je ranking in de zoekresultaten.

BELONING

Schrijf goede en relevante content waardoor de bezoeker langer op je website blijft. Google weet dan door de gemiddelde tijd op de site en de bezochte pagina dat het om goede content gaat die de bezoekers helpt.

Dit alle komt ten goede van je ranking. Hoe hoger je ranking in de zoekresultaten, hoe groter de kans is dat bezoekers klikken op jouw website.



ZOEKWOORDONDERZOEK

Hoe kom je erachter wat jouw doelgroep relevant vindt en waar ze op zoeken?

Eén van de beste manieren om hier achter te komen, is door met jouw klanten te praten en naar hun feedback te luisteren. Hierbij kun je gebruik maken van:

- Telefoongesprekken
- E-mails
- Enquêtes na voltooiing van de werkzaamheden
- Het actief deelnemen aan evenementen

In de basis zijn er 2 manieren van zoeken. Dit is via short tail keywords en long tail keywords.

De woorden zeggen het eigenlijk al, short tail keywords bestaat uit één enkel zoekwoord met veelal een hoog zoekvolume en de long tail keywords bestaat uit meerdere zoekwoorden die een stuk specifiek zijn.

Omdat jij dagelijks bezig bent met je business, weet jij als geen ander wat de mogelijke zoektermen kunnen zijn waarop bezoekers zoeken. Stel je hebt een webshop waar je sport- en hardloopschoenen verkoopt. Een aantal woordcombinaties zijn dan bijvoorbeeld:

- Sportschoenen (short tail keyword)
- Sportschoenen heren Nike wit (long tail keyword)

Ik wil je adviseren om eens op te schrijven welke woorden er voor jouw business relevant zijn en bedenk hierin ook meerdere woordcombinaties. Maak het niet te gek, begin met maximaal 10 woorden.

In de volgende paragraaf zal ik het verschil tussen short tail en long tail uitleggen.

SHORT VS LONG

SHORT TAIL KEYWORDS

Short tail keywords hebben voor- en nadelen. Stel je wilt veel traffic naar je website genereren dan kun je het best short tail keywords gebruiken. Echter zal dit wel een hele kluit zijn. Dit omdat je website nog niet zo heel lang bestaat of omdat je pas net start met zoekmachine optimalisatie. Je sluit dus helemaal achteraan in de rij.



Short tail zal het altijd winnen qua zoek volume van de long tail keywords. Voldoet een short tail keyword voor jouw onderneming? Zet hier dan vol op in!



Gezien de hoge zoekvolumes, probeert iedereen te scoren voor short tail-keywords, echter de concurrentie is zeer groot.



Door algemene termen zoals 'schoenen' trek je bezoekers aan die wellicht helemaal niet relevant zijn voor jou omdat jij bijv. alleen voetbalschoenen verkoopt en geen nette schoenen waar de bezoeker naar op zoek is.



Conversieratio is héél laag. Zelfs als er 20.000 zoekopdrachten zijn en 100 doorkliks naar jouw website zal de kans op conversie nog steeds niet heel hoog zijn.

LONG TAIL KEYWORDS

Long tail keywords zijn als een grote witte haai in de zee. Er is maar weinig concurrentie en wanneer ze actief worden (zoekopdracht) dan zijn ze vrij effectief (conversie).



Weinig concurrentie. Stel je kiest de zoekterm 'Blauwe SONY draadloze koptelefoon bluetooth'. Dan zijn er niet veel webshops die deze zoekwoorden gebruiken.



Zoekvolume is stukken minder dan de short tail keywords.







Waar short tail keywords vaak informatieve of oriënterende zoekopdrachten zijn is dat bij long tail keywords anders. Hierdoor trek je dus de juiste bezoekers aan.



Bezoekers bevinden zich al dieper in de koop funnel waardoor de kans op conversie dus stukken groter is dan bij short tail keywords.

SAMENGEVAT

SHORT TAIL KEYWORD	VS.	LONG TAIL KEYWORD
 Hoog	Zoekvolume	Laag
Hoog	Concurrentie	Laag 
Laag	Juiste doelgroep	Hoog 
Laag	Conversiekans	Hoog 

GOOGLE SUGGEST

Laten we de sportschoenen uit het eerdere voorbeeld gebruiken.

Ga naar Google.nl en geef het zoekwoord in waar je op gevonden wilt worden.

Google zal dan direct een aantal suggesties geven op basis van eerdere zoekopdrachten van bezoekers.



Ongepaste voorstellingen meten



Ongepaste voorstellingen meten

Dit kun je vervolgens uitbreiden door iedere letter van het alfabet erachter te plaatsen. Dit geeft je nieuwe inzichten en ideeën.

Kijk daarna als laatste naar de suggesties die Google onderaan de zoekpagina toont. Dit zijn wederom zoektermen waar bezoekers eerder op zochten.

Zoekopdrachten gerelateerd aan heren nike air max

[nike air max heren sale](#)

[nike air max 90 essential heren](#)

[nike air max heren 2017](#)

[nike air max 1 essential](#)

[nike air max 90 heren sale](#)

[nike air max classic heren](#)

[nike air max 90 goedkoop bestellen](#)

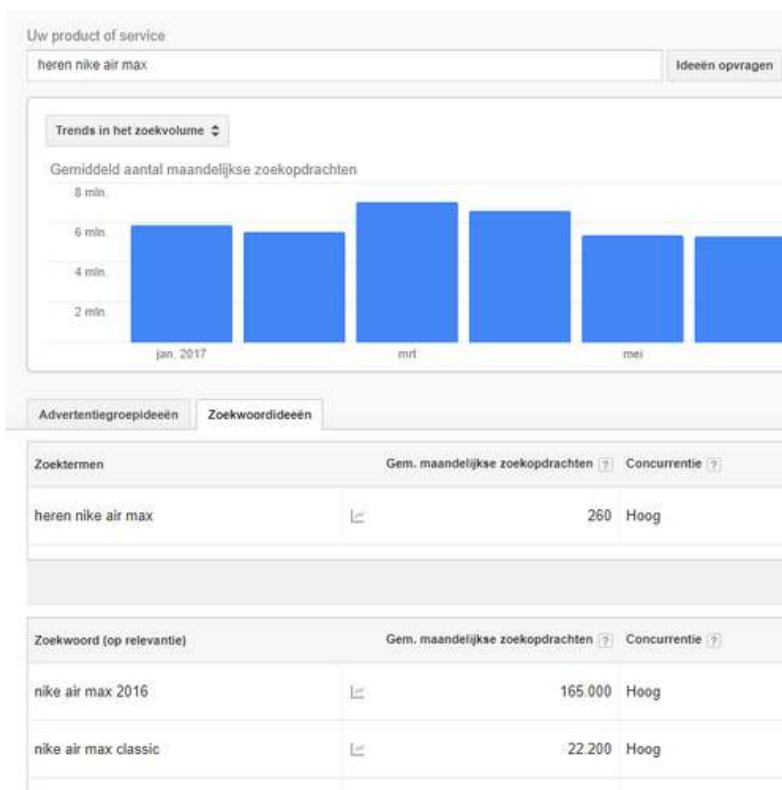
[nike air dames](#)



ZOEKWOORD PLANNER

De zoekwoordplanner van Adwords is gratis mits je een Adwords account hebt. Deze kun je gratis aanmaken. Via de zoekwoordplanner kun je de historische statistieken, de zoekvolumes, trends, concurrentie en nieuwe zoekwoordcombinaties bekijken.

Hou er wel rekening mee dat de getoonde resultaten zijn gebaseerd op historische resultaten van betalende adverteerders. Dit zijn de eerste 4 (SEA) zoekresultaten. Deze resultaten zijn dus niet altijd representatief voor het toepassen op de organische zoekresultaten (SEO).



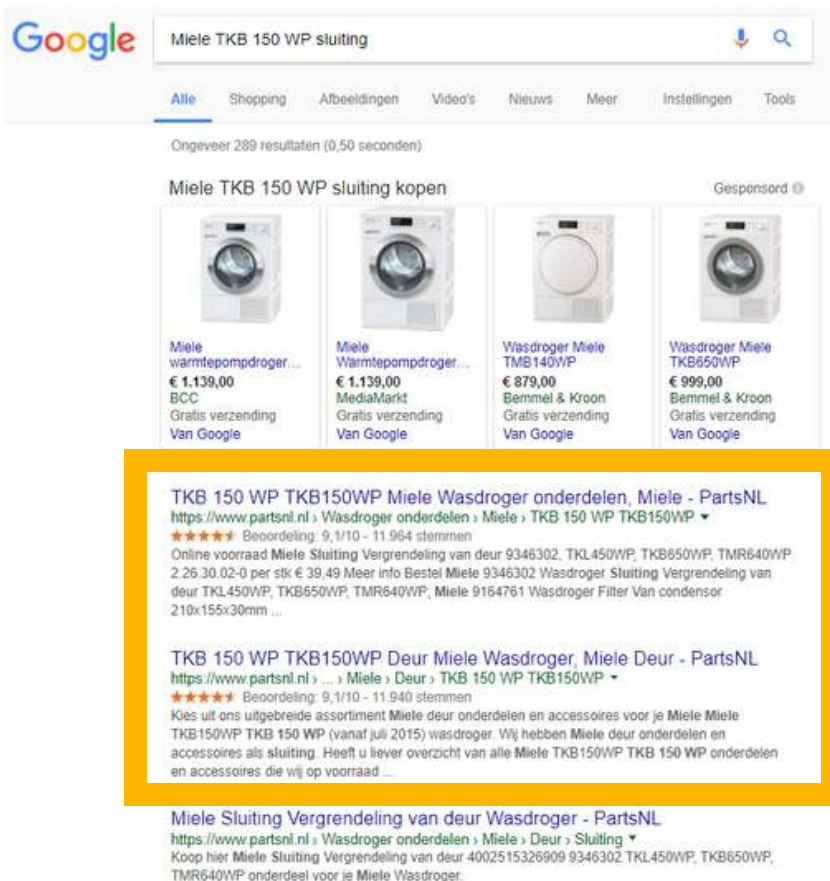
Al deze mogelijkheden bij elkaar geven je een aardig beeld waar jouw doelgroep op zoekt. Aan de hand van deze zoekwoorden kun je dus relevante content schrijven.

Een zoekwoordonderzoek is dus een belangrijk onderdeel van je content strategie. Welke zoekwoorden kun je het beste gebruiken en welke juist niet? Het resultaat van een goed zoekwoordonderzoek? Meer bezoekers voor je website.

VOORBEELD

Onlangs was de deursluiting van mijn wasdroger kapot. Hierdoor moest ik dus op zoek naar dat specifieke onderdeel. Ik zocht via Google vervolgens naar 'Miele TKB 150 WP sluiting'.

Dit is een vrij specifieke zoekopdracht (longtail keyword) omdat het zoekwoord zowel het merk als type bevat. Het resultaat:



The screenshot shows a Google search for "Miele TKB 150 WP sluiting". The search results include a sponsored section with four product listings and a list of search results. The sponsored listings are:

- Miele warmtepompdroger... € 1.139,00, BCC, Gratis verzending Van Google
- Miele Warmtepompdroger... € 1.139,00, MediaMarkt, Gratis verzending Van Google
- Wasdroger Miele TMB140WP € 879,00, Bemmel & Kroon, Gratis verzending Van Google
- Wasdroger Miele TKB650WP € 999,00, Bemmel & Kroon, Gratis verzending Van Google

The search results section includes:

- TKB 150 WP TKB150WP Miele Wasdroger onderdelen, Miele - PartsNL**
<https://www.partsnl.nl> » Wasdroger onderdelen » Miele » TKB 150 WP TKB150WP
★★★★★ Beoordeling: 9,1/10 - 11 964 stemmen
Online voorraad Miele Sluiting Vergrendeling van deur 9346302, TKL450WP, TKB650WP, TMR640WP 2.26.30.02-0 per stk € 39,49 Meer info Bestel Miele 9346302 Wasdroger Sluiting Vergrendeling van deur TKL450WP, TKB650WP, TMR640WP; Miele 9164761 Wasdroger Filter Van condensator 210x155x30mm ...
- TKB 150 WP TKB150WP Deur Miele Wasdroger, Miele Deur - PartsNL**
<https://www.partsnl.nl> » ... » Miele » Deur » TKB 150 WP TKB150WP
★★★★★ Beoordeling: 9,1/10 - 11 940 stemmen
Kies uit ons uitgebreide assortiment Miele deur onderdelen en accessoires voor je Miele Miele TKB150WP TKB 150 WP (vanaf juli 2015) wasdroger. Wij hebben Miele deur onderdelen en accessoires als sluiting. Heeft u liever overzicht van alle Miele TKB150WP TKB 150 WP onderdelen en accessoires die wij op voorraad ...
- Miele Sluiting Vergrendeling van deur Wasdroger - PartsNL**
<https://www.partsnl.nl> » Wasdroger onderdelen » Miele » Deur » Sluiting
Koop hier Miele Sluiting Vergrendeling van deur 4002515326909 9346302 TKL450WP, TKB650WP, TMR640WP onderdeel voor je Miele Wasdroger.

De kans dat ik verder kijk dan de eerste pagina binnen de zoekresultaten is niet zo groot. Het is mij al duidelijk is dat de omkaderde resultaten mij helpen aan een nieuwe sluiting voor mijn wasdroger.

CONVERSIE

De review sterren met goede beoordelingen onder het zoekresultaat geven mij ook het gevoel dat deze website te vertrouwen is. De ervaringen van eerdere klanten zijn voor mij persoonlijk veel betrouwbaarder dan een organisatie die aangeeft de beste of snelste te zijn, toch? Verderop in het boek zal ik uitleggen hoe jij deze sterren kan krijgen!



Ter illustratie het verschil tussen shorttail en longtail keywords wanneer het gaat om conversie



Over het algemeen geldt dus de regel:

HOE SPECIFIEKER DE LONGTAIL KEYWORD = GROTERE KANS OP CONVERSIE.

TOOLS

Heb je meerdere productcategorieën? Voer dan een onderzoek uit per categorie om het overzichtelijk te houden voor jezelf. Dus bijvoorbeeld herenschoenen, damesschoenen, kinderschoenen.

Dit onderscheid is meestal gelijk aan je websitemenu waarbij je als het goed is ook een onderverdeling hebt gemaakt. Een goede interne websitestructuur is cruciaal voor je vindbaarheid, hierover later meer.

Nu je weet wat zoekwoordonderzoek en hoe je dit in de basis uitvoert som ik een aantal van mijn favoriete tools op die jou helpen om de beste zoekwoorden te vinden:

- Google Zoekwoordplanner
- Google Trends
- Google Suggest
- Answer The Public
- SEMRush

Het zoekwoordonderzoek proces in 5 stappen samengevat:

STAP 1



Zoekwoord
onderzoek

STAP 2



Schrijf
relevante
content

STAP 3



Ontvang de
juiste bezoekers
op je website

STAP 4



Creëer
vertrouwen door
je expertise te
tonen

STAP 5



Het vertrouwen
groeit en de
conversie zal
stijgen



Het complete stappenplan voor zoekwoordonderzoek vind je op allesovermarketing.nl



ALLES OVER
MARKETING

Content

TITEL

Stel je voor dat je 20 verschillende artikelen hebt geschreven, maar ze allemaal dezelfde exacte titel hebt gegeven. Hoe zou iemand begrijpen dat het om verschillende artikelen gaat?

Titels waren en zijn altijd één van de belangrijkste signalen dat zoekmachines gebruiken om te begrijpen waar een pagina over gaat. Als jouw titels slecht of niet beschrijvend zijn worden ze door Google minder weergegeven.

Belangrijkste punten:

- Niet meer dan 65 karakters gebruiken
- Elke pagina van je website moet een unieke titel hebben
- Zorg dat de titel relevant is voor jouw doelgroep
- Schrijf wervende teksten die de bezoeker nieuwsgierig maakt

Onlangs heb ik een blog geschreven met daarin alle afmetingen van de populairste social media kanalen. Ik wil dan ook gevonden worden op het keyword Social Media afmetingen 2018. Zoals je ziet heb ik dit ook opgenomen in de titel.



Social Media afmetingen 2018 – Hét complete overzicht

<https://allesovermarketing.nl/blog/social-media-afmetingen-2018/> ▼ Translate this page

★★★★★ Rating: 4,5 - 3 votes

Dec 28, 2017 - Op zoek naar het meest complete overzicht van social media afmetingen 2018?

Zoek dan niet verder. Check hier de afmetingen van de meest gebruikte social media platformen. Ben je geen held in het opmaken van afbeeldingen? Geen probleem, vergeet dan vooral niet de unieke tip

Dit blog wordt iedere dag door zo'n 40 à 50 mensen gelezen. Omdat het een relevant en bij de tijds is wordt er vaak naar gezocht. Natuurlijk zijn er tientallen andere websites die over dit onderwerp schrijven.

Door het toepassen van de juiste technieken staat dit blog in de top 3 zoekresultaten boven verschillende grote online marketing bureaus en specialisten. Gaaf, toch?

Al deze technieken om goed te scoren in de zoekresultaten deel ik in dit boek zodat jij ook meer bezoekers en meer klanten uit je website haalt!



Plaats het zoekwoord waar je op gevonden wilt worden vooraan in de titel.



URL

De URL moet beschrijvend en zinvol zijn. Vermijd rare cijfers en karakters. De lengte van de URL kun je het beste 3 tot 5 woorden lang houden. Voor de URL structuur wordt het gebruik van underscore '_' als scheidingstekens niet aanbevolen. Gebruik hiervoor dus altijd het '-'symbool.

In mijn voorbeeld is de URL van het blog: /social-media-afmetingen-2018/

Belangrijkste punten:

- Niet meer dan 5 woorden
- Elke pagina moet een unieke URL zijn
- URL moet aansluiten bij het onderwerp
- Geen rare karakters

Social Media afmetingen 2018 – Hét complete overzicht

<https://allesovermarketing.nl/blog/social-media-afmetingen-2018/>  Translate this page

★★★★★ Rating: 4,5 - 3 votes

Dec 28, 2017 - Op zoek naar het meest complete overzicht van social media afmetingen 2018?

Zoek dan niet verder. Check hier de afmetingen van de meest gebruikte social media platformen. Ben je geen held in het opmaken van afbeeldingen? Geen probleem, vergeet dan vooral niet de unieke tip



Plaats het zoekwoord waar je op gevonden wilt worden in de url

OMSCHRIJVING

In de meta description geef je een omschrijving op die aansluit bij de landingspagina. Wat kan de bezoeker verwachten? Dit is een extra mogelijkheid om op te vallen tussen de zoekresultaten.

In december 2017 heeft Google een update doorgevoerd waarbij het aantal tekens in de meta description is verhoogd naar 300. Probeer er nog steeds voor te zorgen dat je focus-keyword erin staat. Check regelmatig in Google (en je search console) of je meta descriptions al zijn aangepast en wat de invloed is op je doorklikratio.

Belangrijkste punten:

- Gebruikt tussen de 160 en 300 karakters
- Elke pagina van je website moet een unieke omschrijving hebben
- Plaats het zoekwoord vooraan in de omschrijving
- Schrijf wervende teksten die de bezoeker nieuwsgierig maakt

Social Media afmetingen 2018 – Hét complete overzicht

<https://allesovermarketing.nl/blog/social-media-afmetingen-2018/> ▾ [Translate this page](#)

★★★★★ Rating: 4,5 - 3 votes

Dec 28, 2017 - Op zoek naar het meest complete overzicht van social media afmetingen 2018?

Zoek dan niet verder. Check hier de afmetingen van de meest gebruikte social media platformen. Ben je geen held in het opmaken van afbeeldingen? Geen probleem, vergeet dan vooral niet de unieke tip



Plaats het zoekwoord waar je op gevonden wilt worden omschrijving

YOAST PLUGIN

Ik hoop dat je inmiddels beseft dat de online vindbaarheid van jouw website een cruciaal onderdeel is van je online marketing strategie. Gelukkig hoef je het wiel niet opnieuw uit te vinden en zijn er wat handigheidjes die jou helpen.

De gratis plugin Yoast SEO is één van de populairste plugins op WordPress en helpt je om beter gevonden te worden in de zoekmachines.



Dit is persoonlijke één van mijn favoriete plugins en mag zeker niet ontbreken als je aan de slag gaat met zoekmachine optimalisatie!

Hiernaast een voorbeeld van één van mijn blogs. Je ziet direct hoe de post eruit komt te zien in de zoekresultaten. Handig hé?

Zo zie je o.a.:

- of de titel de juiste lengte is
- omschrijving het zoekwoord bevat
- zoekwoord uniek is op de site
- zoekwoord in de URL voorkomt
- afbeelding het zoekwoord bevat

De kleur van de rondjes, in dit geval groen, geeft aan in hoeverre je nog punten moet verbeteren. De plugin geeft je ook suggesties wat je moet verbeteren.

Zolang je de belangrijkste punten toepast die je eerder in dit boek hebt gelezen dan ben je al goed op weg.

Yoast SEO Premium

Hide sidebar

Leesbaarheid Social Media afmetin... + Trefwoord toevoegen

Snippetvoorvertoning

Social Media afmetingen 2018 – Hét complete overzicht
https://allesovermarketing.nl/blog/social-media-afmetingen-2018/ -
Op zoek naar het meest complete overzicht van social media afmetingen 2018? Zoek dan niet verder. Check hier de afmetingen van de meest gebruikte social media platformen. Ben je geen held in het opmaken van afbeeldingen? Geen probleem, vergeet dan vooral niet de unieke tip onderaan het blog te lezen.

Snippet bewerken

SEO-titel
Social Media afmetingen 2018 – Hét complete overzicht

Slug
social-media-afmetingen-2018

Meta-omschrijving
Op zoek naar het meest complete overzicht van social media afmetingen 2018? Zoek dan niet verder. Check hier de afmetingen van de meest gebruikte social media platformen. Ben je geen held in het opmaken van afbeeldingen? Geen probleem, vergeet dan vooral niet de unieke tip onderaan het blog te lezen.

Snippet-editor sluiten

Foocustrefwoord
Social Media afmetingen 2018

HEADER TAGS

Headertags zijn een formele manier om belangrijke delen van een webpagina aan te geven. Zoekmachines gebruiken deze headers als indicatie waar de pagina over gaat. Als je de zoekwoorden waarop je gevonden wilt worden verwerkt in deze headertags, dan heb je een iets grotere kans dat je verschijnt in de zoekresultaten.

Natuurlijk heeft deze ranking factor ertoe geleid dat sommige hier helemaal los op gaan. Ze plaatsen hele alinea's in header-tags. Dat helpt niet! Headertags zijn evenzeer bedoeld om inhoud gemakkelijk leesbaar te maken voor gebruikers als voor zoekmachines. Houd je content dus zo natuurlijk mogelijk en schrijf voor de bezoeker en niet voor de zoekmachines!

Headertags zijn handig wanneer ze de logische structuur van een pagina weergeven. Als je een hoofdkop hebt, gebruik je een H1-tag. Relevante subkoppen moeten een H2-tag krijgen en de steeds minder relevante subkoppen een H3, H4 tag.

De H1 tag (kopstekst 1 in WordPress) is bestemd voor de titel van de pagina. Plaats hier dus een beschrijving van de inhoud van de pagina en neem hierin ook het zoekwoord op waarop je gevonden wilt worden. Zorg ervoor dat je slechts één H1-header per pagina hebt.



De H2 tag kan worden gebruikt voor de titels van de hoofdsecties op je pagina. Ze kunnen ook het zoekwoord bevatten dat je target is (waar mogelijk) en het is ook een goede plaats om extra (longtail) zoekwoorden op te nemen waarvoor je wilt rangschikken.



Elke keer dat je een stap verder gaat gebruik je de volgende header tag. Dit is hoe een goed gestructureerde inhoud eruit moet zien. Als voorbeeld mijn homepage:

- H1: Hoger in Google komen met je website
- H2: Ik help je aan meer bezoekers, klanten en omzet
- H3: Abonnement
- H3: SEO analyse

ZOEKWOORDEN

Waar je in het verleden nog beloofd werd met het zo vaak mogelijk noemen van een zoekwoord in de tekst, is dat vandaag de dag allang niet meer het geval. Sterker nog, Google zou je hierdoor lager kunnen ranken omdat het gezien wordt als spam. Stop hier dus meteen mee. Het overmatig gebruik van zoekwoorden wordt "Keyword Stuffing" genoemd.

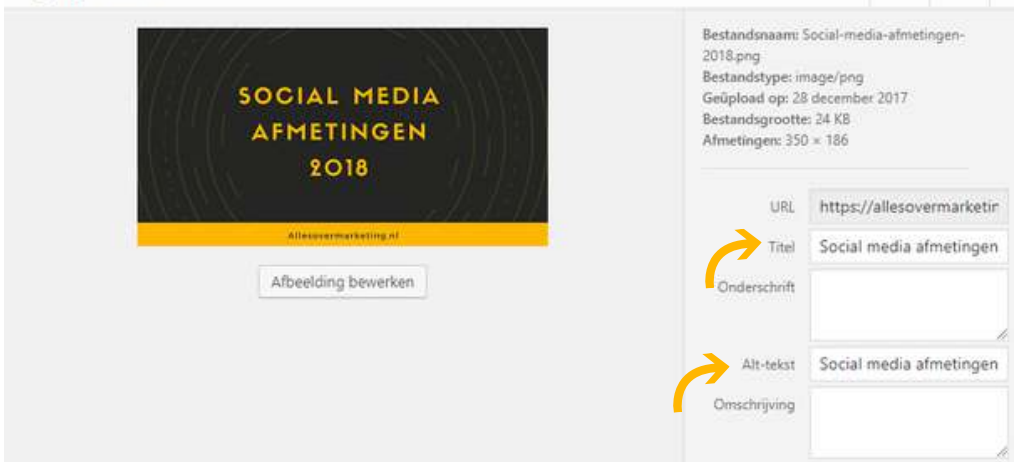
Maar hoe vaak mag je dan een zoekwoord opnemen waarop je gevonden wilt worden? Daar zijn de meningen nogal over verdeeld. Zelf probeer ik het zoekwoord 1x in de introductie, 1x in het midden en 1x op het einde te plaatsen. Daarnaast helpt het ook om het zoekwoord in de introductie dik te drukken.

ALT TAG

Het gebruik van rijke content (zoals afbeeldingen en video's) wordt steeds belangrijker voor de ranking in de zoekmachines. Maar hoe zorg je ervoor dat jouw afbeelding getoond wordt in de zoekresultaten? Google kan namelijk niet de inhoud van een afbeeldingen lezen.

Dit los je op door het zoekwoord waarop je gevonden wilt worden op te nemen als ALT Tag, oftewel de Alternative Tekst. In WordPress ziet dat er als volgt uit

Bijlagedetails



The screenshot shows the WordPress media details interface for an image. On the left, there is a preview of the image: a dark background with concentric circles and the text "SOCIAL MEDIA AFMETINGEN 2018" in yellow. Below the image is a button labeled "Afbeelding bewerken". On the right, the media details are listed:

- Bestandsnaam: Social-media-afmetingen-2018.png
- Bestandstype: image/png
- Geüpload op: 28 december 2017
- Bestands grootte: 24 KB
- Afmetingen: 350 × 186

Below the details, there are fields for metadata:

- URL: <https://allesovermarketir>
- Titel: Social media afmetingen
- Onderschrift: (empty field)
- Alt-tekst: Social media afmetingen
- Omschrijving: (empty field)

Red arrows point from the "Titel" and "Alt-tekst" labels to their respective input fields.

INHOUDSOPGAVE

Net zoals bij een boek is het bij grote online blogs en artikelen prettig als er een inhoudsopgave is opgenomen. De bezoeker heeft hiermee in één oogopslag een goed beeld over de onderwerpen.

Het is niet alleen voor de bezoeker ideaal maar dus ook voor Google. Weet je het nog? Google probeert de bezoeker de beste zoekresultaten te tonen en de beste ervaring te geven. Een inhoudsopgave zal hier dus zeker aan bijdragen.

Social Media afmetingen 2018

28 december 2017 in [Social Media](#)

Op zoek naar het meest complete overzicht van **social media afmetingen 2018**?

Zoek dan niet verder. Hieronder zie je een handig overzicht met de meest gebruikte social media platformen.

Ga snel naar

1. Facebook afmetingen 2018
2. Twitter afmetingen 2018
3. Google + afmetingen 2018
4. Instagram afmetingen 2018
5. Pinterest afmetingen 2018
6. YouTube afmetingen 2018
7. LinkedIn afmetingen 2018
- 7.1. LinkedIn Bedrijfspagina afmetingen
8. Canva
9. Hulp nodig met je Social Media strategie?



Zelf gebruik ik de plugin Tabel of Contents:



Table of Contents Plus

Een krachtige en gebruikersvriendelijke plugin die automatisch een inhoudsopgave maakt. Kan ook een sitemap maken...

Door Michael Tran

Actief

[Meer details](#)

★★★★★ (85)

200.000+ actieve installaties

Laatst bijgewerkt: 2 jaar geleden

Niet getest met jouw WordPress versie

DUBBELE CONTENT

Beter goed gejat dan slecht bedacht?

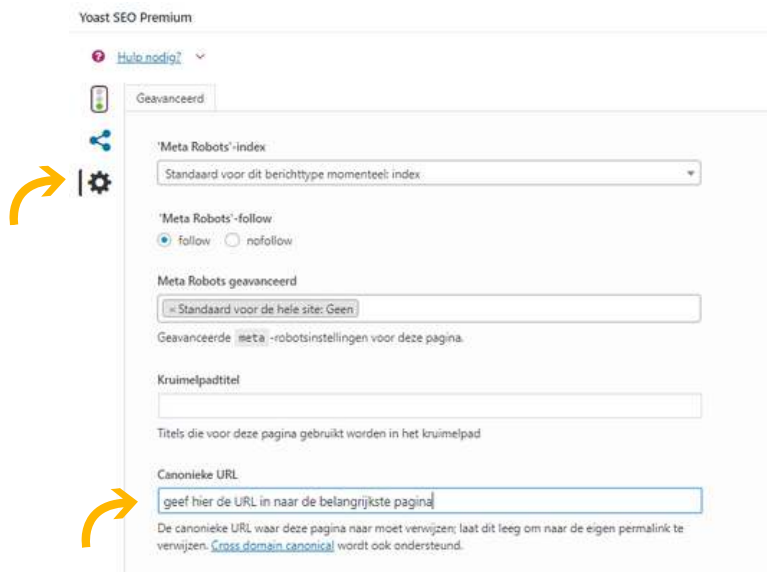
Ja, in sommige gevallen kom je hiermee weg. In het geval van het kopiëren van webteksten niet! Wanneer je gekopieerde teksten van bestaande websites op je eigen website gebruikt is dit bijna het slechtste wat je kunt doen voor een goede ranking. Google bestraft dit zwaar! Doe dit dus niet!

Dubbele content op je eigen website kan ook schadelijk zijn voor je ranking. Dit kun je oplossen door het toepassen van de canonical tag. Met de canonical tag wordt duplicate content voorkomen.

Indien een URL via meerdere varianten bereikbaar is, kan het voorkomen dat pagina's dubbel worden geïndexeerd, waardoor zoekmachines in de war kunnen raken bij het vaststellen welke variant nou de juiste versie is.

Er is maar één van de pagina's het belangrijkste en alle ander duplicate pagina's krijgen ook een canonical tag die verwijzen naar de belangrijkste versie.

Met de Yoast SEO plugin kun je heel gemakkelijk een canonical tag instellen. Ga naar de pagina die het minst relevant is van de twee (of meerdere). Klik op het tandwielletje en vul hier de canonieke URL in. Klaar is kees.

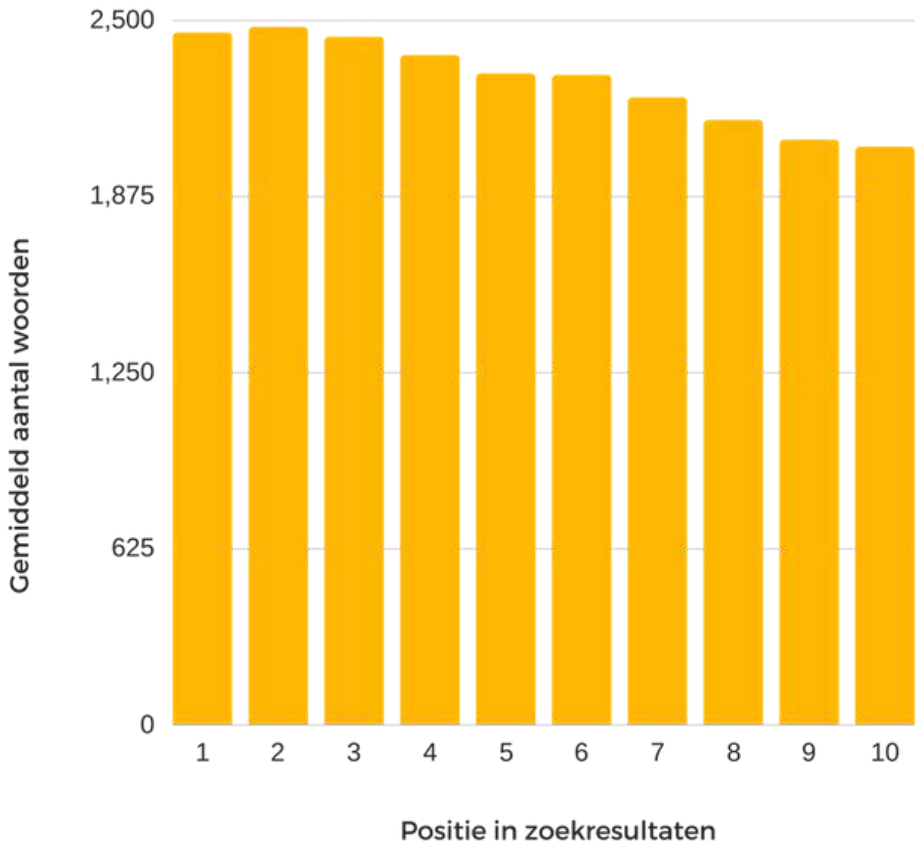


The screenshot shows the Yoast SEO Premium settings for a page. The 'Geavanceerd' (Advanced) tab is selected. The 'Meta Robots' section is expanded, showing the 'index' dropdown menu. Below it, the 'follow' radio button is selected. The 'Meta Robots geavanceerd' section shows the 'Standaard voor de hele site: Geen' dropdown. The 'Kruimelpadtitel' (Breadcrumb title) field is empty. The 'Titels die voor deze pagina gebruikt worden in het kruimelpad' (Titles used for this page in the breadcrumb) field is empty. The 'Canonieke URL' (Canonical URL) field is highlighted with a red arrow and contains the text 'geef hier de URL in naar de belangrijkste pagina'. Below this field, there is a note: 'De canonieke URL waar deze pagina naar moet verwijzen; laat dit leeg om naar de eigen permalink te verwijzen. [Cross domain canonical](#) wordt ook ondersteund.'

MEGA BLOGS

Uit recent onderzoek is gebleken dat artikelen die meer dan 2000 woorden bevatten het beste ranken in de zoekresultaten. Zoveel? Ja, het is echt zo. Een best lastige opgave om dit voor elkaar te krijgen. Inspiratie nodig? Duik hiervoor weer even in je zoekwoordenonderzoek.

Top 10 positie in zoekresultaten



Plaats in je mega blog ook video's en afbeeldingen. Google loves rich content!

An illustration of a desk setup. In the top right, a white laptop is partially visible with a dark screen and a keyboard. In the center, a bright yellow book cover is the main focus, featuring the text 'ALLES OVER MARKETING' at the top and 'Techniek' in a large, bold font in the middle, separated by two horizontal lines. To the bottom left, there is a white coffee cup filled with brown coffee on a matching saucer. To the bottom right, a black pen with a yellow grip lies diagonally. The entire scene is set against a light blue background.

ALLES OVER
MARKETING

Techniek



STRUCTURED DATA

Wat als je zoekmachines zou kunnen vertellen de inhoud van jouw pagina over gaat in hun eigen taal? Achter de schermen kunnen sites gebruikmaken van specifieke markup (code), structured data genoemd, waarmee zoekmachines de details van de pagina-inhoud en -structuur gemakkelijk kunnen begrijpen.

Het resultaat van gestructureerde gegevens vertaalt zich vaak in wat Google een "rich snippet" noemt, een zoekresultaat met extra toeters en bellen die het aantrekkelijker en nuttiger maken voor gebruikers. De meest voorkomende rich snippet die je waarschijnlijk zult tegenkomen zijn beoordelingen of reviews met de bekende Google sterren. Hierover later meer.

ADRESGEGEVENS

Wanneer je enkel alleen je contactgegevens als tekst plaatst op je website is het in eerste instantie alleen te begrijpen voor je bezoekers. Voor Google blijft het gewoon platte content en dus is het raadzaam om deze gegevens te coderen in je website.

Dit klinkt moeilijker dan het is. Met de juiste mark up (code) begrijpt Google wat de betekenis is van deze gegevens. Hieronder een voorbeeld van de mark up van mijn adresgegevens op de website.

```
<div itemscope itemtype="http://schema.org/LocalBusiness">
  <span itemprop="name">Alles Over Marketing</span>
  <span itemprop="streetAddress">Krabbelaar 45</span>
  <span itemprop="postalCode">3362 WG</span>
  <span itemprop="addressLocality">Sliedrecht</span>
  <span itemprop="addressCountry">Nederland</span>
  <span itemprop="telephone">0184 - 777 510</span>
  <a href="mailto:info@allesovermarketing.nl" itemprop="email">
    info@allesovermarketing.nl</a>
</div>
```

Plaats deze code in de footer van je website.

Heb je hier hulp bij nodig? Laat het mij weten. Ik help je graag.



Ga naar <https://schema.org/localbusiness> om je eigen code op te halen.

FEATURED SNIPPETS

De kans dat bezoekers op jouw zoekresultaat klikken kun je aanzienlijk vergroten.

Google heeft zijn status als de grootste en meest gebruikte zoekmachine voor een groot gedeelte te danken aan klantvriendelijkheid. De zoekmachine doet er alles aan om de zoekende gebruiker binnen een zeer kort tijdsbestek tevreden te stellen met relevante informatie die aansluit op de zoekvraag.

Hiervoor kijkt Google onder andere naar de eerder bezochte pagina's en de locatie van de gebruiker.

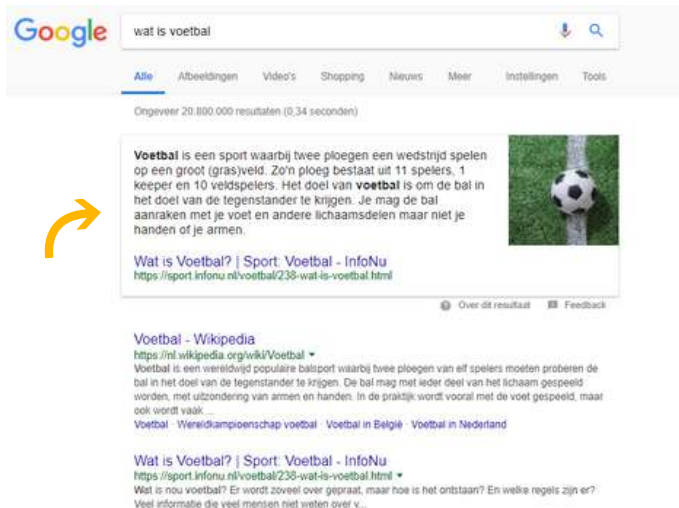
VOORBEELD

Om de gebruiker nog sneller van dienst te zijn, laat Google uitgelichte zoekresultaten zien: de featured snippets. Deze featured snippets staan gekaderd, bovenaan de zoekresultaten vermeld en geven direct antwoord op een informatieve zoekopdracht.

Met deze omschrijving geeft Google meteen al antwoord op de zoekvraag, waarbij ook de link naar de betrouwbare website wordt weergegeven. De featured snippets hebben in dat opzicht dus een dubbele functie.

Featured snippets worden ook wel "answer boxes" genoemd en staan op de zogenaamde #0 positie, onder de advertenties. Zie hieronder een voorbeeld van een Featured Snippet.

Zo zie je dat een relatief onbekende website zelfs boven het kennisportaal Wikipedia staat.



The image shows a Google search interface for the query "wat is voetbal". The search results show approximately 20,800,000 results in 0.34 seconds. A featured snippet is displayed at the top, which is a boxed summary of the answer. The snippet text reads: "Voetbal is een sport waarbij twee ploegen een wedstrijd spelen op een groot (gras)veld. Zo'n ploeg bestaat uit 11 spelers, 1 keeper en 10 veldspelers. Het doel van voetbal is om de bal in het doel van de tegenstander te krijgen. Je mag de bal aanraken met je voet en andere lichaamsdelen maar niet je handen of je armen." To the right of the text is a small image of a soccer ball on a grass field. Below the snippet is a link to "Wat is Voetbal? | Sport-InfoNu" with the URL "https://sport.infonu.nl/voetbal/238-wat-is-voetbal.html". A yellow arrow points from the left towards the featured snippet. Below the snippet are two more search results: "Voetbal - Wikipedia" and "Wat is Voetbal? | Sport-InfoNu".

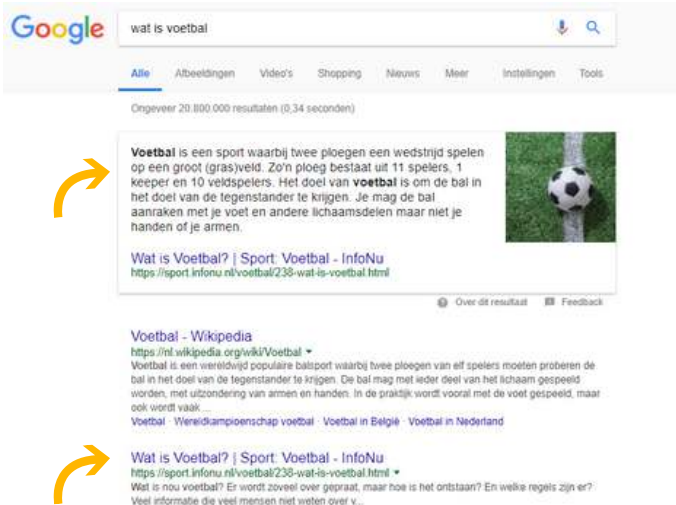
AUTORITEIT

De websites die op deze positie terecht komen zijn autoriteiten in een niche die een duidelijk antwoord geven op informatieve zoekopdrachten (die vaak beginnen met de woorden "wat" en "hoe").

Dit hoeft dus niet de website te zijn die op de eerste plaats staat in de organische zoekresultaten.

Als een website (vaak binnen de top 5) relevantere informatie verstrekt, zal de informatie van deze site gebruikt worden als featured snippets. Voor websites is dit een goede kans om op te vallen in de organische zoekresultaten.

De site heeft immers 2 opvallende posities in de zoekresultaten zoals je hieronder ziet.



The screenshot shows a Google search for "wat is voetbal". The search bar is at the top with the Google logo on the left and search icons on the right. Below the search bar are tabs for "Alle", "Afbeeldingen", "Video's", "Shopping", "Nieuws", "Meer", "Instellingen", and "Tools". The search results show "Ongeveer 29.800.000 resultaten (0,34 seconden)".

The first result is a featured snippet for "Voetbal" with a small image of a soccer ball on a grass field. The snippet text reads: "Voetbal is een sport waarbij twee ploegen een wedstrijd spelen op een groot (gras)veld. Zo'n ploeg bestaat uit 11 spelers, 1 keeper en 10 veldspelers. Het doel van voetbal is om de bal in het doel van de tegenstander te krijgen. Je mag de bal aanraken met je voet en andere lichaamsdelen maar niet je handen of je armen." Below the snippet is a link to "Wat is Voetbal? | Sport - Voetbal - InfoNu" with the URL "https://sport.info nu/voetbal/238-wat-is-voetbal.html".

The second result is "Voetbal - Wikipedia" with the URL "https://nl.wikipedia.org/wiki/Voetbal". The snippet text reads: "Voetbal is een wereldwijd populaire balsport waarbij twee ploegen van elf spelers moeten proberen de bal in het doel van de tegenstander te krijgen. De bal mag met ieder deel van het lichaam gespeeld worden, met uitzondering van armen en handen. In de praktijk wordt vooral met de voet gespeeld, maar ook wordt vaak..." Below the snippet is a link to "Wat is Voetbal? | Sport - Voetbal - InfoNu" with the URL "https://sport.info nu/voetbal/238-wat-is-voetbal.html".

Red arrows point to the featured snippet and the second search result.

Een gestructureerde kennisbank kan helpen om deze positie te verwerven. Hoe je deze opzet zal ik je later in dit boek vertellen.

HOE KUN JIJ OP POSITIE #0 KOMEN?

- Start een kennisbank met daarin relevante weetjes voor jouw doelgroep
- Gebruik een duidelijke linkstructuur op de website
- Begin het artikel met de vraag die jij beantwoordt. Bijvoorbeeld: "Wat zijn Featured Snippets?"
- Geef zo uitgebreid mogelijk antwoord op de vraag aangevuld met rijke media zoals afbeeldingen en eventueel video's.



RICH SNIPPETS

Naast de featured snippets die antwoord geven op een vraag bestaan er ook nog rich snippets. Je hebt ze vast weleens gezien wanneer je zoekt naar een recept, evenement of een nieuwe telefoon. Eén van de meest gebruikte snippets zijn de gele review sterren onder de zoekresultaten.

Om deze rich snippets te 'activeren' voor jouw website zul je een stukje code, structured data genoemd, moeten installeren op je website. Afhankelijk van wat voor soort bedrijf je hebt bestaan er verschillende soorten rich snippets zoals:

RECEPTEN - BEOORDELINGEN

Kruidkoek van Oma Lubje - Recept - Allerhande - Albert Heijn
 <https://www.ah.nl/allerhande/recept/R.../kruidkoek-van-oma-lubje> 
★★★★★ Beoordeling: 4 - 174 reviews - 1 uur - Calorieën: 175
Een lekker hollands recept. Het vegetarische nagerecht bevat de volgende ingrediënten: zelfrijzend bakmeel (gezeefd), donkerbruine basterdsuiker, gemalen kaneel, gemalen kruidnagel, nootmuskaat (gemalen), melk, gedroogde abrikozen (in stukjes), ongezouten pistachenoten (gepeld (bakafdeling, 55 g)), ...

EVENEMENTEN- DATUM

Evenementen Archief | Festival Overzicht Amsterdam

<https://festivaloverzichtamsterdam.nl/festivals/> 
Wonderland Festival Indoor 2018 Wonderland Festival Indoor 2018: de indoor editie zal plaatsvinden op het Thuishaven terrein en Warehouse Elementenstraat. vier uitverkochte edities is ook de indoor versie van Wonderland Festival een echte aanrader als opwarmertje voor de zomer editie. Ze beginnen deze magische ...

za 17 feb.	Wonderland Festival Indoor 2018	Amsterdam
za 3 mrt.	ZeeZout Winter Festival 2018	Amsterdam
vr 23 mrt.	Woodstock openingsweekend ...	Amsterdam

PRODUCTEN - PRIJS

Apple iPhone 6 - Vergelijk uitvoeringen - Tweakers
 <https://tweakers.net/product/398702/apple-iphone-6/> 
★★★★★ Beoordeling: 4 - 77 stemmen - € 313,39 tot € 1.508,66
Bekijk en vergelijk Smartphones, zoals de Apple iPhone 6. Alle informatie over de verschillende uitvoeringen van de Apple iPhone 6 vind je op Tweakers.

De integratie van de rich snippets zorgen ervoor dat:

- hogere doorklikratio naar je website, dus meer websitebezoekers
- een effectieve eyecatcher in de zoekresultaten



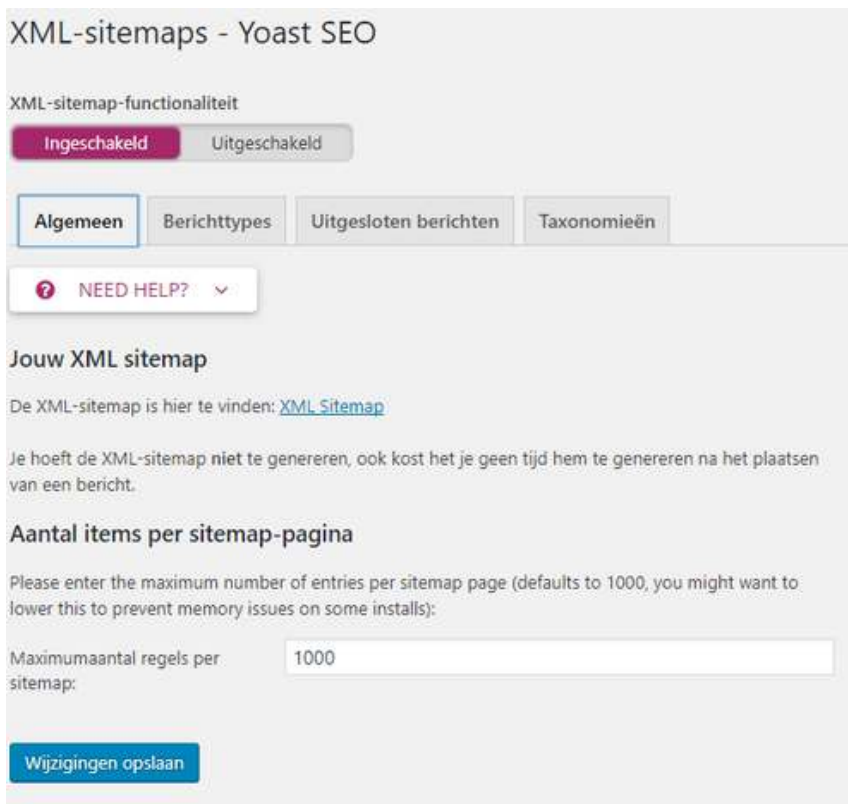
Wist je dat het gebruik van rich snippets tot 25% meer bezoekers oplevert?

SITEMAP

Een Xml-sitemap is een bestand dat speciaal gemaakt is voor de zoekmachines en alleen gebruikt wordt door de zoekmachines. Je geeft hierin alle belangrijke pagina's en categorieën op de website aan. Voordeel hiervan is dat zoekmachines sneller nieuwe pagina's kunnen ontdekken en indexeren.

ZO MAAK JE EEN SITEMAP

Zelf gebruik ik het liefst de plugin Yoast SEO. Zo kun je zelf bepalen welke pagina's, blogs en andere items van je website wilt laten indexeren en dus tonen in de zoekresultaten.



XML-sitemaps - Yoast SEO

XML-sitemap-functionaliteit

Ingeschakeld Uitgeschakeld

Algemeen Berichttypes Uitgesloten berichten Taxonomieën

? NEED HELP? ▾

Jouw XML sitemap

De XML-sitemap is hier te vinden: [XML Sitemap](#)

Je hoeft de XML-sitemap niet te genereren, ook kost het je geen tijd hem te genereren na het plaatsen van een bericht.

Aantal items per sitemap-pagina

Please enter the maximum number of entries per sitemap page (defaults to 1000, you might want to lower this to prevent memory issues on some installs):

Maximumaantal regels per sitemap:

Wijzigingen opslaan

SEARCH CONSOLE

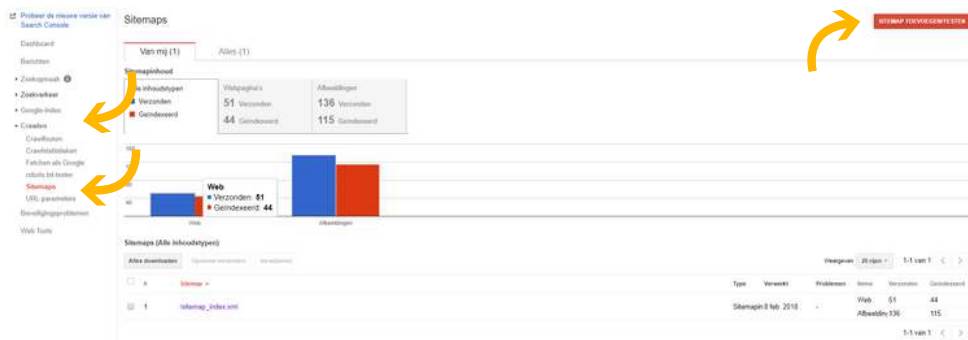
Google Search Console (GSC) is toch wel één van de fijnere (gratis) SEO-tools. Waar Google Analytics je inzicht geeft in gebruikersstatistieken op de website. Geeft GSC ons inzicht in de statistieken van onze website in de zoekmachine (Google). Dit levert bijzonder interessante data op.

Zoals de zoekopdrachten waarmee jouw website wordt gevonden. Of de gemiddelde positie van een bepaalde zoekwoord. Maar je krijgt ook inzicht in de prestaties van jouw website in de zoekmachine. Zijn er pagina's die fouten veroorzaken of pagina's die niet geïndexeerd kunnen worden.

SITEMAP KOPPELEN GOOGLE SEARCH CONSOLE

Nu de sitemap is aangemaakt dien je deze nog te koppelen in Google Search Console om kenbaar te maken aan Google waar de Sitemap gevonden kan worden.

- Open Google Search Console (<https://www.google.com/webmasters/tools>)
- Ga naar het menu Crawlén -> Sitemaps
- Klik rechts bovenin op de rode knop 'Sitemap toevoegen'
- Je domein staat er al, het enige wat je nog moet ingeven is: `sitemap_index.xml`
- Klik op 'verzenden'



Soms duurt het een aantal dagen voordat je pagina's geïndexeerd zijn. Dit heeft onder andere met het crawl budget te maken. Alle nieuwe pagina's die je aanmaakt worden automatisch in de sitemap opgenomen. Je hebt hier dus geen omkijken meer naar.

CRAWLBUDGET

Het Crawl budget staat voor het aantal keer per periode dat jouw websitepagina's worden geïndexeerd door Google. Dit wordt uitgevoerd door een robot die vervolgens alle data van jouw website opslaat in een index. Je kunt zelf weinig invloed uitoefenen op de hoogte van het crawl budget omdat dit externe factoren zijn, namelijk de autoriteit van je website.

ROBOTS.TXT

Met de robots.txt geef je aan welke pagina's en onderdelen van je website getoond mogen worden in de zoekresultaten. Dit bestandje kun je vinden in je installatiefolder, meestal in de beheer module van je website.

Check of er een robots.txt actief is en of dat deze de juiste informatie bevat. Dit kun je checken door naar je eigen website te gaan en achter de website URL robots.txt te plaatsen. Voorbeeld:



```
User-agent: *
Disallow: /wp-admin/
Allow: /wp-admin/admin-ajax.php
Sitemap: https://allesovermarketing.nl/sitemap_index.xml
```

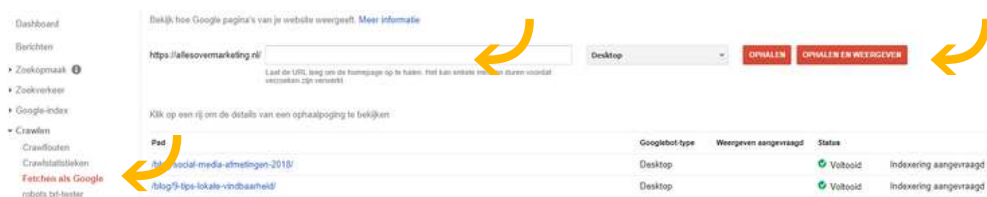
Zoe zie je in mijn robots.txt dat ik de inlogpagina van mijn WordPress omgeving (/wp-admin) heb uitgesloten. Deze zal dan ook niet zichtbaar zijn in de zoekresultaten.

Vermeld in de robots.txt ook de locatie van je sitemap. Hiermee help je Google jouw website beter te indexeren. Een win-win situatie dus.

SNELLER INDEXEREN PAGINA'S

Heb je net een super gaaf blog geschreven? Dan wil je dat Google deze zo snel mogelijk toont in de zoekresultaten. Je kunt Google een handje helpen door pagina's handmatig te laten indexeren.

1. Ga naar het menu Crawlen → Fetchen als google
2. Geef in de balk de pagina op welke je wilt indexeren
3. Klik op "Ophalen"



Pad	Googlebot-type	Weergeven aangevraagd	Status
/wp-social-media-aftelingen-2018/	Desktop		✓ Voltooid
/blog?tips-lokale-visibility	Desktop		✓ Voltooid



KENNISBANK

Hoe overzichtelijker de structuur van je website is, hoe beter Google deze begrijpt.

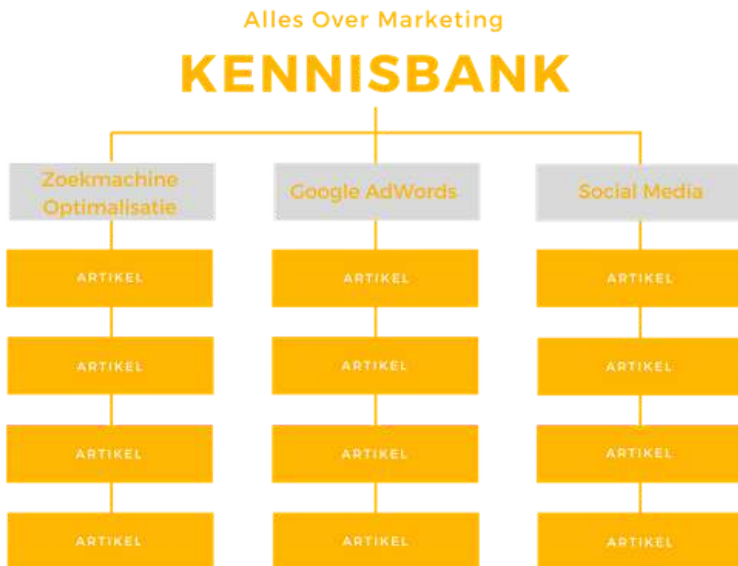
Je kunt het zien als een piramide. De homepage staat helemaal bovenaan. Hierna komen de belangrijkste landingspagina's zoals je producten. Onder deze producten kun je dan weer uitgebreide artikelen schrijven die verdere uitleg geven over wat het is of doet.

INTERN LINKEN

Het intern linken, verwijzen van artikel a in artikel b bijvoorbeeld, op je website zorgt ervoor dat zoekmachines jouw website beter en sneller kunnen "lezen". Telkens als ik een interne link plaats versterk ik daarmee de achterliggende pagina. Wanneer ik constateer dat ik op bepaalde zoekwoorden traffic krijg (zie ik in Google Analytics) zorg ik ervoor dat ik vaker naar dat artikel toe link.

VOORBEELD KENNISBANK

Hieronder zie je een voorbeeld van hoe mijn kennisbank in elkaar zit. Een heldere oplopende structuur waarbij het voor de bezoeker ook duidelijk is over welk onderwerp het gaat.



Ga snel aan de slag met een gestructureerde kennisbank.
Dit is één van de grootste kansen om te scoren in de zoekmachines.

An illustration of a desk setup. In the top right, a white laptop with a black keyboard is partially visible. In the center, a bright yellow book cover is the main focus, featuring the text 'ALLES OVER MARKETING' at the top and 'SEO KANSEN' in large, bold letters in the middle, separated by two horizontal lines. To the bottom left is a white coffee cup filled with brown coffee on a matching saucer. To the bottom right, a black pen with a yellow grip lies diagonally. The entire scene is set against a light blue background.

ALLES OVER
MARKETING

SEO KANSEN



TRENDS

Wat staat ons te wachten op SEO gebied? Ik heb de belangrijkste ontwikkelingen voor je op een rijtje gezet:

- User experience
- Lokale zoekresultaten
- Snelheid
- AMP
- Mobiel
- Voice search
- Linkbuilding
- Veiligheid
- Machine learning

USER EXPERIENCE

Google laat weten dat de gebruikerservaring (user experience) op je website nog veel belangrijker gaat worden. De focus op je website moet absoluut bij de bezoeker liggen en het is onverstandig om je website alleen maar te optimaliseren voor Google.

HOE HERKEN JE SLECHTE GEBRUIKERSERVARING?

Check regelmatig de bouncerate van je site!

Het bounce percentage is het percentage van het aantal bezoekers dat direct je website weer verlaat zonder een andere pagina van je website te bezoeken dan waar ze op zijn binnengekomen.

Je begrijpt dat een hoog percentage dan ook een negatieve invloed heeft op de ranking binnen de zoekresultaten.

Maar...het hangt er natuurlijk wel een beetje vanaf wat voor soort website en pagina's het zijn. Een hoog percentage hoeft natuurlijk niet altijd slecht te zijn.

Voor een blogpagina of een contactpagina is het helemaal niet vreemd als het bouncepercentage wat hoger ligt, aangezien bezoekers meestal alleen even langskomen om informatie te verzamelen en daarna de site weer verlaten.

WAT EEN SLECHTE USER EXPERIENCE VEROORZAAKT

- Trage website
- Niet goed te lezen op mobiel
- Irritante pop-ups
- Niet de juiste bezoeker

LOKALE RESULTATEN

Wanneer je een bedrijf hebt dat zich richt op een lokale doelgroep, is het aan te raden om aan de slag te gaan met voor je lokale vindbaarheid. Je wilt tenslotte gevonden worden door potentiële klanten uit je eigen omgeving. Met de volgende tips vergroot je de kans dat jouw website getoond wordt in de zoekresultaten.

Google baseert de zoekresultaten grotendeels op basis van de locatie van de bezoeker. Het is dan ook belangrijk dat je Google laat weten waar jouw bedrijf zich bevindt. Voorbeelden van ondernemers waar lokale seo goed voor werkt zijn kappers, boekhouders, schilders en loodgieters.

Hieronder volgen 4 tips om je lokale SEO te verbeteren:

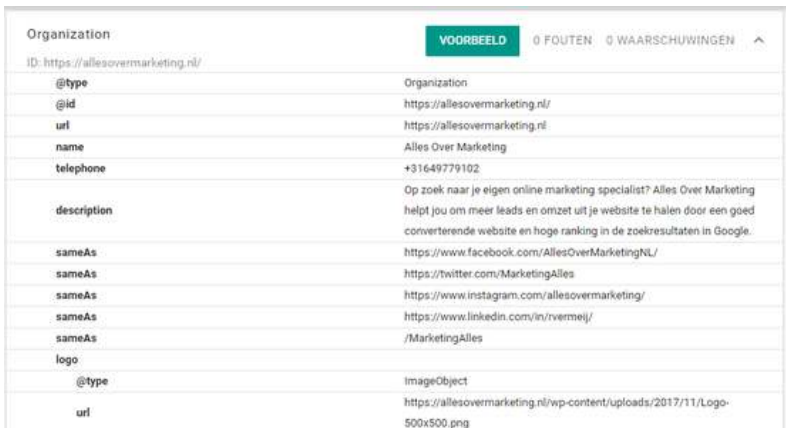
TIP 1: CODEER JE CONTACTGEGEVENS

Zorg dat de contactgegevens (naam, adres, woonplaats, telefoonnummer etc.) op elke pagina van je website staan. Plak dit niet als platte tekst, maar gebruik hiervoor structured data zoals je eerder hebt gelezen.

Met deze markeringen geef je de zoekmachine aan wie je bent en wat voor soort bedrijf je hebt. Het toevoegen van een eenvoudige bevestiging van wie je bent lijkt misschien overbodig, maar vergeet niet dat Google een machines is.

Als er iets is dat machines graag willen, is het de bevestiging van informatie in gestructureerde taal (hun moedertaal). De meeste websites plaatsen de markup in het <head> -gedeelte.

Zie hieronder een voorbeeld van mijn markup:



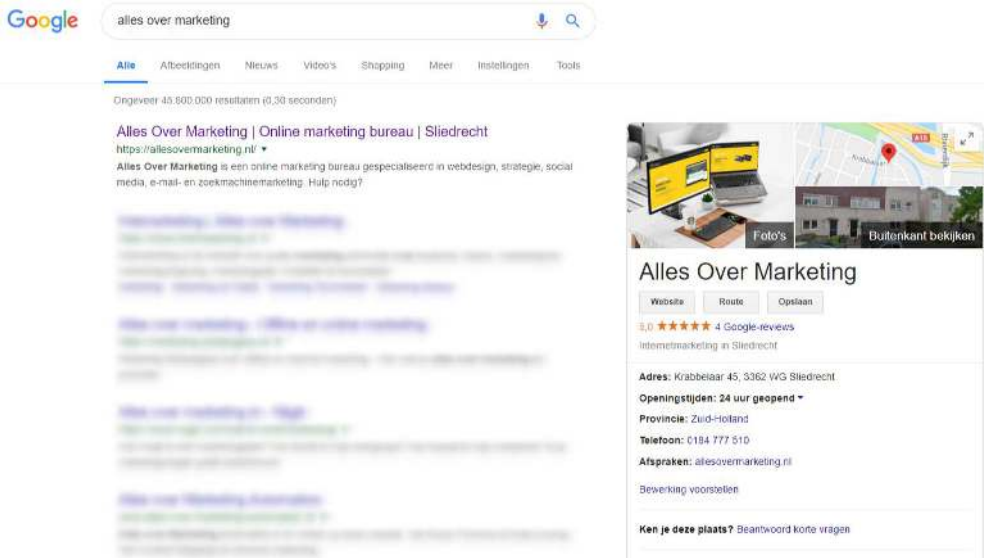
Organization	
ID:	https://allesovermarketing.nl/
@type	Organization
@id	https://allesovermarketing.nl/
url	https://allesovermarketing.nl
name	Alles Over Marketing
telephone	+31649779102
description	Op zoek naar je eigen online marketing specialist? Alles Over Marketing helpt jou om meer leads en omzet uit je website te halen door een goed converterende website en hoge ranking in de zoekresultaten in Google.
sameAs	https://www.facebook.com/AllesOverMarketingNL/
sameAs	https://twitter.com/MarketingAlles
sameAs	https://www.instagram.com/allesovermarketing/
sameAs	https://www.linkedin.com/in/rvermeij/
sameAs	/MarketingAlles
logo	
@type	ImageObject
url	https://allesovermarketing.nl/wp-content/uploads/2017/11/Logo-500x500.png

TIP 2: GOOGLE MIJN BEDRIJF

Het hebben van een Google Mijn Bedrijf pagina is essentieel voor de lokale vindbaarheid. Mocht je deze nog niet hebben dan is dit één van de belangrijkste punten om mee te beginnen.

Het aanmaken van een Google Mijn Bedrijf pagina is kosteloos en brengt geen verdere verplichtingen met zich mee. De bedrijfspagina wordt getoond bij relevante lokale zoekopdrachten, het is dus van belang dat je de juiste adresgegevens en contactgegevens registreert bij je Google Mijn Bedrijf pagina.

Nu de adresgegevens zowel op je website staan als in de Google Bedrijfspagina heb je kans dat je bedrijf getoond wordt in de lokale zoekresultaten van Google zoals hieronder.

Google

alles over marketing

Alle Afbeeldingen Nieuws Video's Shopping Meer Instellingen Tools

Ongeveer 45.600.000 resultaten (0,30 seconden)

Alles Over Marketing | Online marketing bureau | Sliedrecht
<https://allesovermarketing.nl/>

Alles Over Marketing is een online marketing bureau gespecialiseerd in webdesign, strategie, social media, e-mail- en zoekmachinemarketing. [Hulp nodig?](#)

Alles Over Marketing

3,0 ★★★★★ 4 Google-reviews
 Informatiemarketing in Sliedrecht

Adres: Krabbelaar 45, 3362 WG Sliedrecht
Openingstijden: 24 uur geopend
Provincie: Zuid-Holland
Telefoon: 0184 777 510
Afspraken: allesovermarketing.nl

Bewerking voorstellen

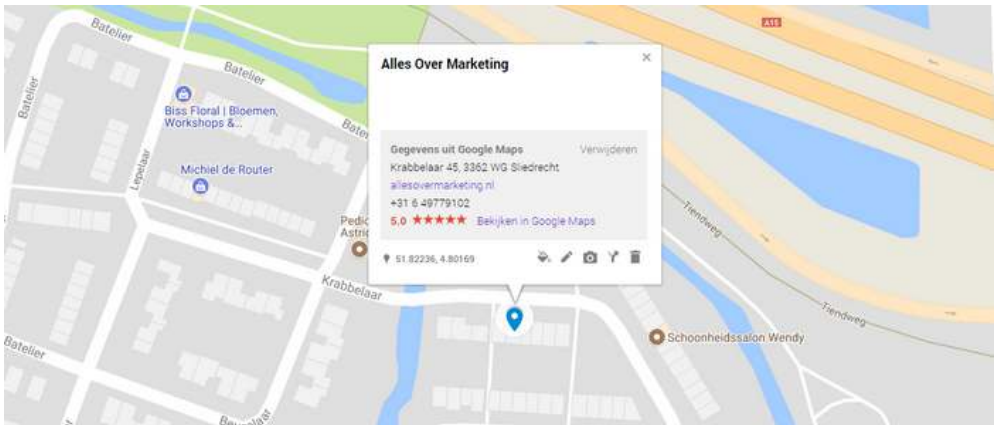
Ken je deze plaats? Beantwoord korte vragen

TIP 3: GOOGLE MAPS OP JE WEBSITE

Nu je een eigen Google Bedrijfspagina hebt kun je deze ook op toevoegen aan je eigen website. Laten we beginnen met het plaatsen van een Google Maps kaart.

Deze kaart kun je gemakkelijk aanmaken via de volgende URL:
<https://www.google.com/maps/d/u/0/>

Je ontvangt een link die je kunt embedden op je website.



TIP 4: VRAAG KLANTEN OM REVIEWS

Zoals je in bovenstaande afbeelding kunt zien zijn er ook beoordelingen zichtbaar. De kracht van reviews wordt naar mijn mening nog vaak onderschat. Vraag je klanten om jouw dienstverlening te beoordelen. Zo kun je potentiële klanten die nog twijfelen overtuigen, ook wel social proof genoemd.

Reviews vertrouwt een bezoeker sneller dan dat een bedrijf zelf beweert de snelste of de beste te zijn. Vraag daarom regelmatig aan klanten om een review achter te laten via Google + of review tool. Plaats de reviews op een prominente plek op je website zodat deze goed zichtbaar zijn voor de bezoeker.



SNELHEID

De grotere zoekmachines zoals Google, Bing en Yahoo houden al langere tijd rekening met de laadsnelheid van pagina's in hun algoritme voor het rangschikken van websites. Google heeft begin dit jaar aangekondigd om in juli een grote update uit te rollen voor mobiele websites, de Page Speed Update.

Google gaat mobiele websites 'straffen' die niet goed presteren qua snelheid en gebruikerservaring. Dit heeft er alles mee te maken dat Google de bezoekers een zo fijn mogelijke ervaring wil bieden.

Zo kan het dus zijn dat jouw website zal kelderen in de zoekresultaten. Wat betekent minder bezoekers, minder klanten en dus minder omzet.

WAAROM EEN TRAGE WEBSITE SLECHT IS

Gebruikers kunnen jouw site verlaten als ze zelfs maar een paar seconden extra moeten wachten voordat een pagina is geladen.

Dat zou niet ten goede komen van :

- de verblijfstijd op je website
- je bouncepercentage zal verhogen
- en het aantal bekeken pagina's zal verminderen.

Dit alles zou je SEO-ranking kunnen schaden. Zonde natuurlijk. Geen paniek, er zijn veel manieren om de laadsnelheid van de pagina te verhogen.

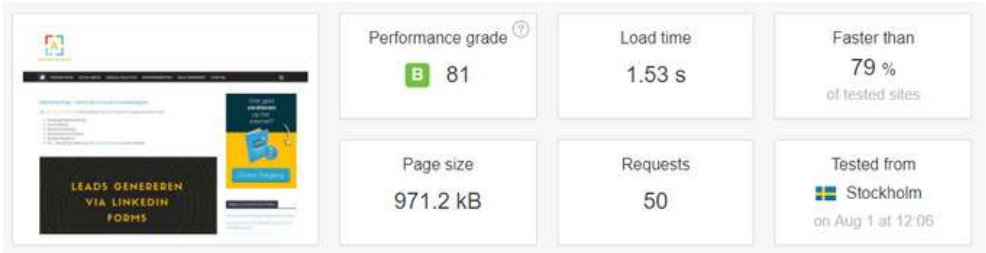
HOE SNEL IS JOUW WEBSITE?

Er zijn best wel wat online tools die je gratis kunt gebruiken om te testen hoe snel jouw website is. Test dit gewoon eens voor de gein. Ik ben benieuwd waar je op uitkomt. Deze gratis tools geven je ook advies wat je moet verbeteren om je website sneller te krijgen. Welke tools kun je het beste gebruiken:

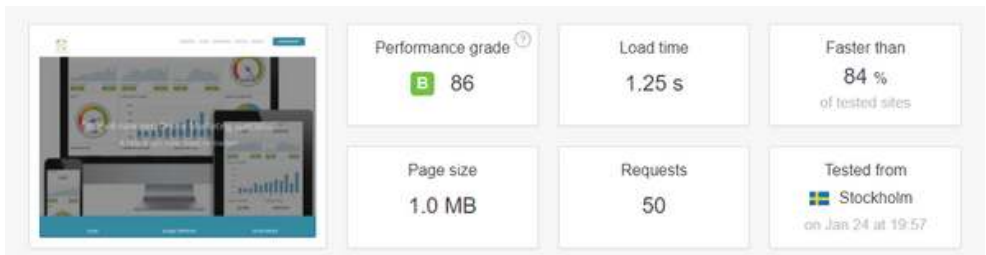
Op de volgende pagina's leer je 4 tips om jouw website sneller te maken!

Zelf heb ik ook wat testjes uitgevoerd voor en na het toepassen van de tips. En zoals je ziet heeft het geholpen. Nu jouw website nog!

Voor tips:



Na tips:



TIP 1: GEBRUIK BROWSECASHING

Gebruik je WordPress? Dan adviseer ik je de plugin W3 total cache te gebruiken. Deze plugin comprimeert en toont gecashde content aan je bezoekers. Je kunt dit zien alsof de plugin een screenshot van jouw hele website maakt en dit toont aan je bezoekers. Dit zal de laadtijd van je website aanzienlijk verlagen.

Heb je wijzigingen doorgevoerd op je website dan kun je de cache met 1 simpele druk op de knop verversen zodat je bezoekers ook je nieuwe content te zien krijgen.

TIP 2: VERKLEIN AFBEELDINGEN

Grote afbeeldingen vertragen de laadtijd enorm. Dit zorgt niet alleen voor irritatie bij je bezoekers die je website direct verlaten maar het komt ook niet ten goede voor je ranking in de zoekmachines. Gelukkig bestaan er een aantal plugins om afbeeldingen te verkleinen.

Zelf gebruik ik de plugin WP Smush. Deze plugin optimaliseert en verkleint afbeeldingen zonder dat de kwaliteit hiervan verloren gaat waardoor het er toch nog goed uit ziet voor je bezoekers. Je kunt tot 50 afbeeldingen tegelijk optimaliseren.

TIP 3: GEBRUIK BROWSECASHING

Plugins zijn enorm handig. Je kunt het zo gek niet bedenken of er is wel een plugin voor gemaakt. Plugins worden door allerlei verschillende ontwikkelaars gemaakt. Hierdoor kan het voorkomen dat de plugin van ontwikkelaar A problemen veroorzaakt bij plugin B. Ze houden namelijk geen rekening met elkaar bij het ontwikkelen van hun eigen plugin.

Ergens wel logisch natuurlijk. Het is wel iets om in je achterhoofd te houden. Installeer dus niet zomaar alle plugins die je tegenkomt. Check altijd eerst de volgende tips:

- Wanneer is de plugin voor het laatst is bijgewerkt
- Bekijk reviews van andere
- Is de laatste versie compatibel met jou WordPress versie

TIP 4: ACCELERATED MOBILE PAGES

Eén van de grootste kansen die voor het oprapen ligt in 2018!

Wat is AMP? AMP staat voor Accelerated Mobile Pages en is een project van Google. Google stuurt steeds meer op het verbeteren van de gebruikerservaringen voor mobiele gebruikers. Om deze reden hebben ze het project AMP in het leven geroepen.

AMP is een uitgekilde variant van je website. Deze pagina's worden vrijwel onmiddellijk geladen en geven gebruikers een soepele en boeiendere ervaring zonder al te veel poespas eromheen zoals grote afbeeldingen of video's.

In het volgende hoofdstuk zal ik uitleggen hoe jij ook AMP kunt installeren op je site.



AMP

Deze AMP worden steeds vaker getoond in de zoekresultaten van mobiele gebruikers. Ze zorgen nu eenmaal voor een fijne en snelle gebruikerservaring en dat is waar Google graag op stuurt.

Een goed voorbeeld van websites die AMP al volledig omarmd hebben zijn nieuwswebsites. De AMP kun je herkennen aan de bliksemschicht voor de pagina.

Zo zie je hiernaast dat mijn blog 'Social Media afmetingen 2018', mede door het toepassen van AMP en de juiste optimalisatie, op de eerste pagina van de zoekresultaten staat. Omdat het relevant en een hot item is zorgt dit voor veel (nieuwe) websitebezoekers.



WORDPRESS PLUGIN AMP

Zelf ben ik nog een beetje terughoudend in het toepassen van AMP op websites. Er zijn al best wel wat plugins beschikbaar maar deze staan nog een beetje in de kinderschoenen en het gaat ook nog niet altijd vlekkeloos. Wil je het toch proberen? Gebruik dan de volgende plugin:

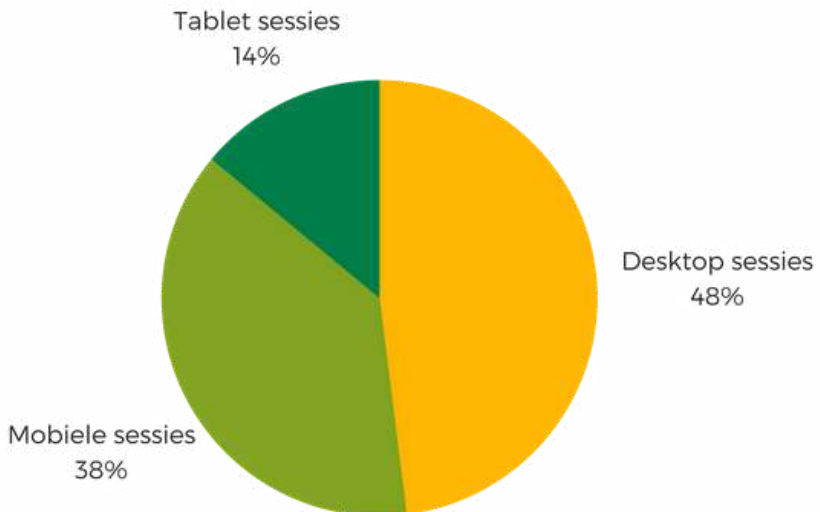


Dit is een vrij simpele plugin die voor jou de AMP code op de website plaatst. Vervolgens kun je zelf aangeven wat voor soort content als AMP geïndexeerd dienen te worden. Denk aan je blogs en nieuwsberichten.

MOBIEL

De Google mobiele zoekindex is een steeds belangrijkere factor voor de vindbaarheid van een website. Dit is een logisch effect op het gedrag van de gebruiker, die steeds meer gebruik maakt van mobile devices om de zoekmachine te raadplegen.

Deze vlucht heeft Google doen besluiten om de rangschikking van de zoekresultaten aan te passen op de mobiele gebruiksvriendelijkheid van websites, hetgeen een grote impact heeft op de mobiele zoekindex van de zoekmachine. De sessie verdeling anno 2018:



PRIORITEIT AAN MOBIEL

Door de toename van het mobiele gebruik, gaat Google logischerwijs de prioriteit aan mobiel geven en hier de zoekindex op aanpassen (de Mobile First Index). Bezoekers zullen een slechte mobiele ervaring immers steeds minder gaan accepteren als er prima alternatieven voorhanden zijn.

Websites die niet mobiel vriendelijk zijn (responsive heeft hierin de duidelijke voorkeur ten opzichte van dynamische websites en individuele mobiele websites), zullen bijna niet meer voorkomen op de eerste pagina's van de zoekmachines. Weet je het nog? De Page Speed Update die in juli uitgerold wordt?

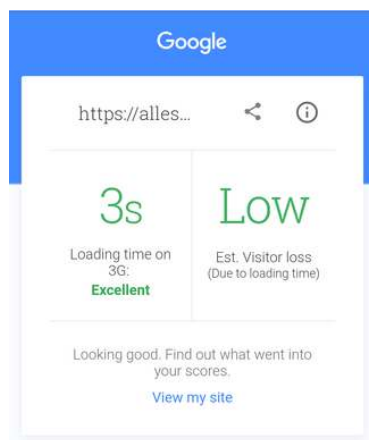
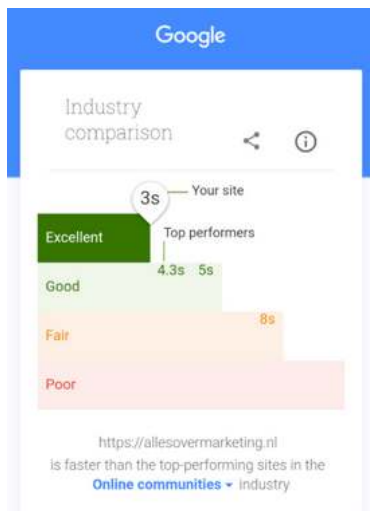
GEVOLGEN MOBIELE ZOEKINDEX

Het gevolg van deze wending is dat de huidige posities, die ooit gebaseerd waren op het laptopgebruik, niet meer gegarandeerd zijn. Websites die niet mobiel geoptimaliseerd zijn zullen zeker plaatsen verliezen maar andersom is dit natuurlijk ook het geval.

We kunnen in dit opzicht praten over een kans, maar eigenlijk is mobiele optimalisatie meer een "must do" om in beeld te blijven bij de gebruiker. De mobiele versie van de site wordt immers gebruikt voor de ranking.

HOE PRESTEERT JOUW MOBIELE WEBSITE?

Eerder heb ik je een aantal tips gegeven om de snelheid van je website te verbeteren. Deze tips hebben vanzelf ook invloed op de mobiele website. Met de Google Mobile Friendly test is het direct te zien hoe "mobiel vriendelijk" een webpagina is. Jouw website kan hierop pagina voor pagina getest worden.



PAS CONTENT AAN VOOR MOBIEEL

De mobiele wending heeft ook grote gevolgen voor de inhoud van de website. Het is niet alleen verstandig om de gestructureerde data in de mobiele versie mee te nemen, maar ook de andere content heeft wellicht een aanpassing nodig.

Een site die prima is geoptimaliseerd voor de laptop kan mobiel volledig de slag missen. Aandacht voor de grote impact van de Google mobiele zoekindex is dan ook zeer aan te raden.

VOICE SEARCH

Voice search geeft je de mogelijkheden om de zoekmachine door middel van gesproken woorden naar je zoekopdracht te laten zoeken. Het is een belangrijke ontwikkeling om zeker rekening mee te houden in je SEO-strategie.

SNELLE OPMARS

Er komen steeds meer apparaten beschikbaar die door middel van spraak kunnen worden aangestuurd. Denk bijvoorbeeld aan:

- Siri van Apple
- Alexa van Amazon
- Google Now

De verwachting is dat de huidige trend zich voortzet en dat er steeds meer gebruik gemaakt wordt van voice search. Belangrijk aspect hierin is natuurlijk de spraakherkenning (voice recognition) dat door slimme softwaretoepassingen steeds geavanceerder wordt en de foutmarge bijna op hetzelfde niveau zit als twee mensen die face to face met elkaar praten.

Wereldwijd wordt voice search steeds meer gebruikt. Het is immers een gemakkelijke, efficiënte en steeds specifiekere manier van het gebruik van de zoekmachine.



IN GESPREK MET DE ZOEKMACHINE

Hoewel je hier in eerste instantie niet aan zult denken, zit er een behoorlijk verschil in een geschreven en een gesproken zoekopdracht. De gesproken zoekopdracht worden gevormd door veel meer zinnen in plaats van korte (letterlijke) opdrachten.

Vraagwoorden zoals wie, wat, welke, waar, wanneer, hoe, waarmee, waarvan en hoeveel vormen in veel gevallen een onderdeel van "het gesprek met de zoekmachine".

Doordat voice search zo sterk in opkomst is, is het interessant om hier je SEO strategie op aan te passen. Hierbij moet je vooral denken aan je zoekwoorden en je content. Het gebruik van een kennisbank of een lijst met veelgestelde vragen kan hierbij uitstekend aansluiten.

Featured snippets kunnen hierbij immers uitstekend van pas komen doordat de zoekmachine (Google, Bing, Yahoo) in het gesprek snel één antwoord geeft en hierbij zal kiezen voor deze featured snippets. Daarbij zijn rich snippets, de extra toevoegingen aan de zoekresultaten, ook interessant voor de extra attentiewaarde wat wellicht precies aansluit op het gesproken verzoek.



LINKBUILDING

Je hebt al gelezen dat je op veel SEO factoren invloed kunt uitoefenen. Bij backlinks is dit een ander verhaal. Backlinks zijn links op externe websites die verwijzen naar jouw website. Backlinks behoren tot de belangrijkste rangorde-factoren.

De autoriteit van de site en de pagina die verwijst naar jouw website heeft invloed op hoe waardevol die link is. Stel Marketingfacts besluit om een link naar één van mijn blogs op te nemen op hun website dan weegt dit zwaarder dan een link op een kleine website met minder autoriteit.

Dat komt omdat zoekmachines weten dat Marketingfacts een gezaghebbende website is over marketing aangezien er duizenden andere websites zijn die ernaar verwijzen.

Er bestaan best wel wat methodes om backlinks te genereren, zoals:

- Het aanmelden van jouw website bij trefwoordrelevante webgidsen
- Het uitwisselen van links (linkruil)
- Het doen van een interview op een externe website
- Het verspreiden van artikelen en persberichten
- Het schrijven van artikelen op websites van anderen (guest writing)
- Het laten schrijven van artikelen door bloggers (bijvoorbeeld een productbeoordeling)

Ben je eruit op welke site je graag jouw link wilt plaatsen? Bezoek dan deze site en zoek naar de contactgegevens. Stuur de eigenaar een vriendelijke e-mail met de vraag of ze jouw blog/artikel willen lezen.

Als ze het waardevol genoeg vinden zullen ze jouw link opnemen op hun website.

WIE HEEFT EEN LINK NAAR JOUW WEBSITE

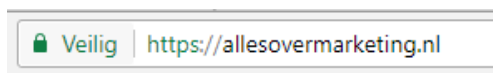
Wil je weten welke site jouw links heeft geplaatst? Check dan even onderstaande tools:

- Backlink Watch
- SEO Profiler
- Open Site Explorer
- Ahrefs (meest complete tool)



VEILIGHEID

Heeft jouw website een SSL-certificaat? Dit betekent dat jouw website-URL begint met HTTPS:// www in plaats van HTTP:// www. Heel eenvoudig: als je naar een website zonder SSL gaat, krijg je steeds vaker een bericht in de zoekbalk met de melding 'niet beveiligd'. Dit betekent dat Google bezoekers op de hoogte brengt dat hun informatie kan worden misbruikt.



SSL CERTIFICAAT

Een SSL creëert een beveiligde tunnel waardoor informatie, inclusief gebruikersnamen, wachtwoorden, creditcardnummers en meer, veilig kunnen worden ingegeven. Wanneer een bezoeker een met SSL beveiligde website invoert, maakt jouw SSL-certificaat automatisch een veilige, gecodeerde verbinding met zijn browser.

Google geeft de voorkeur aan SSL-sites en zal niet-SSL-websites minder gaan ranken. Heb je nog geen SSL-certificaat? Maak dit één van je top prioriteiten. Een SSL-certificaat kun je aanvragen via je hostingpartij.



DE TOEKOMST

Google Rankbrain is onderdeel van het zelflerend vermogen waar Google gebruik van maakt om het algoritme te bepalen. Rankbrain is een belangrijke factor bij het samenstellen van zoekresultaten. Het is onderdeel van het proces waarin Google moeilijke zoekopdrachten beter kan begrijpen en verwerken, om de gebruiker nóg beter van dienst te zijn. Dit is vooral een verbetering voor zoekopdrachten die uit veel woorden bestaan.

HUMMINGBIRD

Het doel van het algoritme van Google is het zo juist mogelijk interpreteren van de zoekopdracht, om op basis hiervan de juiste zoekresultaten te presenteren. Het algoritme waar Google gebruik van maakt met betrekking tot Google Rankbrain heeft de naam Hummingbird meegekregen, refererend aan de snelle en nauwkeurige verwerking van de informatie.

Met de introductie van Hummingbird werd het voor Google mogelijk om niet alleen gelijke woorden en woordcombinaties in een verband te zien, maar ook gerelateerde woorden en uitdrukkingen. Relevantie werd door de komst van Hummingbird van grote waarde.

RELEVANTIE

Het bepalen van relevantie en onderlinge verbanden is echter lastig voor een zoekmachine als een zoekopdracht voor het eerst wordt ingevoerd. Dit is dagelijks in maar liefst 15% van de zoekopdrachten het geval.

Om hiervoor de juiste relevante zoekresultaten te kunnen tonen heeft een zoekmachine dan ook langer de tijd nodig. Hiervoor heeft Google een nieuw systeem ontwikkeld waarmee het kennisniveau van Google zich in een zeer hoog tempo verder ontwikkeld.

GOOGLE RANKBRAIN

Google Rankbrain is in staat om door middel van "artificial intelligence" zichzelf te ontwikkelen. Hierdoor gaat het systeem de zoekopdrachten steeds beter begrijpen doordat het naast relevantie ook verschillende patronen kan onderscheiden.

Als Google Rankbrain een onbekende zoekopdracht krijgt, kan het systeem sneller inschatten welke woorden en zinnen hetzelfde betekenen of hieraan gerelateerd zijn. De zoekresultaten zijn onderdeel van het "leermoment", waarbij het systeem ook monitort hoe de gebruiker reageert op de getoonde zoekresultaten en hieruit conclusies trekt.

MACHINE LEARNING

De ontwikkeling die google hierbij doormaakt kunnen we het beste omschrijven als machine learning. Google is hierin een snelle leerling die continu kennis tot zich neemt. De doelstelling hiervan is dat Google ook bij een unieke zoekopdracht snel met de juiste zoekresultaten komt.

Google Rankbrain bepaalt dus zijn eigen algoritme en wordt dus steeds beter in het op waarde schatten van je website en het inrichten van zoekresultaten, waarbij het systeem kijkt naar het totaalplaatje van de website.



COMPUTER SLIMMER DAN DE MENS?

Als je je realiseert hoeveel dagelijkse zoekopdrachten wereldwijd worden uitgevoerd die door de algoritmes van Google Rankbrain beoordeeld worden, zal het je niet verbazen dat Rankbrain een mega ontwikkeling doormaakt. Machines stoppen namelijk niet met leren.

Volgens sommige experts zullen de robots in het jaar 2020 slimmer zijn dan de mens.

Bizar toch?



In de steeds verder digitaliserende wereld is een goede website vandaag de dag essentieel. Niet alleen het uiterlijk is belangrijk maar ook de vindbaarheid in de zoekmachines. Ben jij op zoek naar een (nieuwe) website die voldoet aan alle wensen van een moderne bezoeker? Dan heb ik dé oplossing voor je!

FRIS, BETAALBAAR EN GOED VINDBAAR!

Het Alles Over Marketing Theme is gebouwd op het meest gebruikte CMS platform ter wereld: WordPress. Het theme staat bekend om haar gebruiksvriendelijkheid en eenvoud. Het maakt dus niet of je een doorgewinterde WordPress gebruiker bent of net begint.

IDEAAL VOOR ZZP-ERS EN MKB. WAAROM?

- Binnen **3 tot 4 weken** staat je nieuwe website online
- Ik zorg voor de **techniek**, jij de inhoud
- Website geheel in **jouw huisstijl**
- **Perfect design** op mobiel en tablets
- Maak **binnen 2 minuten** een nieuwe pagina door 10-tallen sjablonen
- **Geen omkijken** meer naar hosting, updates en back-ups
- Vast bedrag per maand, **geen verassingen** achteraf
- Plugins t.w.v. **€ 299,-**

BEKIJK MOGELIJKHEDEN



Robin Vermeij
Alles Over Marketing

"Ik ben echt onwijs blij met mijn nieuwe site. De site levert niet alleen lovende reacties op, maar ook nieuwe opdrachten en dat is natuurlijk de bedoeling. Robin heeft niet alleen mij maar ook mijn product supergoed neergezet. Er is veel aandacht besteed aan details en het juist verwoorden van producten en diensten.

De website was snel klaar en toch waren al mijn wensen verwerkt. Ook extra vragen en kleine aanpassingen waren zo klaar. Ik kon dus snel de lucht in met mijn nieuwe site! Superfijn!"

Jeltje Meijvogel
MissBrownpaper