

STARTEN

VAN BASIS TOT GEVORDERDE

MET

IN MENSENTAAL

SEO



Thomas Brasseur

Een klare kijk op SEO met de beste tips & tricks.

Starten met SEO.

Van basis tot gevorderde
in mensentaal.

Thomas Brasseur



Starten met SEO.	2
Van basis tot gevorderde	2
in mensentaal.	2
Inleiding	6
SEO voor beginners	7
Wat is SEO?	7
Het belang van SEO	8
SEO regeltjes	11
Hoe start je met SEO?	13
SEO jargon in klare taal	15
De drie pijlers van SEO	19
Website Techniek	20
Content	21
Autoriteit	23
Is SEO de juiste investering voor mij?	25
Hoe weet ik of mijn klanten Google	
gebruiken?	27
Hoe snel werkt SEO?	29
SEO en SEA	31
Welke tools kan ik gebruiken om te starten	
met SEO?	32
Google	33
Google Analytics	34
Google Search Console	35
Google my Business	36
Answer the public	38



Ubersuggest	39
Yoast	40
MozBar	42
SEOquake	43
Screaming Frog	44
De beste SEO tips en tricks	47
Website techniek	48
SSL certificaat	48
Kapotte links herstellen	50
Website snelheid	51
Afbeelding optimalisatie	51
Video optimalisatie	52
Goede hosting	53
Intern linken	54
Meta-titels	55
Meta beschrijving	57
On-site Content	59
Zoekintentie	59
Headings en tussentitels	60
H1 titel tag	61
Andere headings en h-tags	63
Afbeeldingen optimaliseren voor SEO	64
Alt tags	65
Afbeelding benamingen	66
Zoekwoorden optimalisatie	67
Leesbaarheid	69
Autoriteit	71
Link building	71



Vraag partners of leverancier om een link	71
Maak een social media profiel aan	72
Schrijf fantastische content	74
Gebruik unieke afbeeldingen en infographics	74
Anchor text	77
Start zelf met SEO	79



Inleiding

SEO, het lijkt soms wel een mystiek en magisch woord te zijn.

Voor velen is het bijna als een sausje.

Eenmaal je website klaar is giet je het gewoon eroverheen. En poef... honderden bestellingen meer per week en een grotere omzet. Want dat is toch wat SEO doet?

In de realiteit is het echter niet zo makkelijk als het soms kan lijken. Misschien is het net daarom dat je hier terecht bent gekomen. Om er achter te komen hoe het in elkaar steekt.



SEO voor beginners

In dit ebook neem ik je mee van het begin tot het einde en leg ik je elk aspect uit om een goede basiskennis te krijgen van SEO, én hoe je deze zelf kan toepassen.

Omdat deze blog geschreven is voor startende SEO's, gaan we er dus ook vanuit dat er geen budget is voor professionele SEO & marketing tools. Elke tool die we je aanraden is helemaal **gratis**.

Wat is SEO?

SEO of **search engine optimization** (zoekmachine optimalisatie in het Nederlands) is het optimaliseren van je online aanwezigheid.

Het doel is om je makkelijk vindbaar te maken voor zoekmachines zoals Google. Zo scoor je hoger op de lijst en bereik je meer klanten die op zoek zijn naar een bedrijf of website zoals de jouwe.



Naast SEO is er ook SEA. Deze zijn voor beginners vaak moeilijk uit elkaar te houden. SEA is het adverteren van je bedrijf op zoekmachines terwijl SEO de focus legt op organische groei en vindbaarheid.

Het belang van SEO

We leven in een wereld waar bijna alles digitaal gebeurt. Als we naar iets op zoek zijn of we hebben iets nodig, nemen we er het internet bij.

Als je zelf een website of product hebt is het dus van belang dat je met je website je doelgroep bereikt. Zo geef je aan hun een duidelijk signaal dat je bestaat en kan helpen.

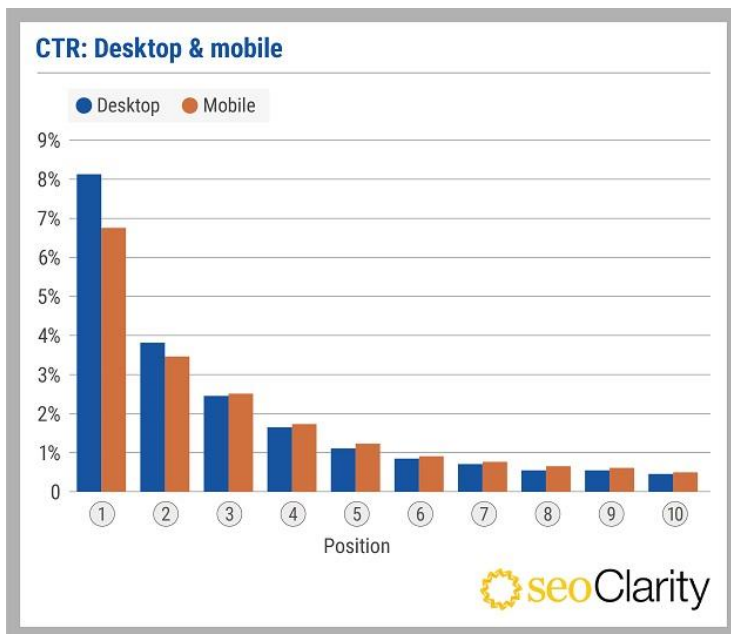
Als je eenmaal te vinden bent op Google is het ten tweede ook belangrijk dat je zo hoog mogelijk komt te staan in de zoekresultaten. Je bent waarschijnlijk ook niet de enige dat verschijnt in deze zoekopdracht.

Hoe hoger je op de lijst staat, hoe hoger je click-through-rate (CTR).



Een ideale positie op Google is de eerste pagina met resultaten. Want als we eerlijks zijn, hoe vaak klikken we door naar de tweede pagina? Bijna nooit.

Als je eenmaal op de eerste pagina staat ontvang je gratis en voor niks een pak verkeer naar je website. Dit is een groot verschil met advertenties waar je betaald om bovenaan te komen.



Uit een [onderzoek uit 2021](#) door Seo Clarity is te



zien hoe hoog die CTR (is het niet duidelijk wat CTR precies is? Scrol dan even door naar beneden. Daar verklaar ik elke SEO term voor jou.) is voor de top tien resultaten op Google. Je ziet hier duidelijk dat de top resultaten een veel hogere CTR hebben dan alle andere resultaten.



SEO regeltjes

Google is een grote machine die constant evolueert. Het algoritme van deze zoekmachine wordt vaak geupdatet en aangepast. Terwijl je vroeger op de eerste pagina kon terecht komen als je gewoon je zoekwoord genoeg herhaalde, kan dit nu niet meer.

Keyword Stuffing

Wat is **keyword stuffing**?

Wel, **keyword stuffing** is een absurd SEO fenomeen.

Je herkent **keyword stuffing** als je **keyword stuffing** ziet.

Keyword stuffing is de term die we gebruiken als je té veel dezelfde zoekwoorden toevoegt aan je tekst. Je moet dus ten allen tijde vermijden dat je **keyword stuffing** toepast.

Keyword stuffing heeft namelijk een slechte invloed op SEO en **keyword stuffing** zorgt voor een slechte gebruiks ervaring zoals je hier duidelijk kan zien.

De **keyword stuffing** specialist.

Tegenwoordig is de beste regel die zelf kan toepassen kwaliteit leveren. Google kijkt namelijk naar hoe goed je je bezoekers kan helpen met de gezochte term. Blijven bezoekers lang op je pagina

en krijgen ze wat ze zoeken. Dan zal Google je belonen met een hogere plaats.

Verlies dus nooit uit het oog dat je je website maakt voor mensen en niet voor zoekmachines. Dit wordt uiteindelijk toch achterhaald.



Hoe start je met SEO?

Wanneer je zelf wil starten met SEO is het belangrijk dat je niet te snel van stapel loopt. Ga even zitten en begin bij de allereerste stap. Doe je dit niet kan je soms meer kwaad dan goed doen.

Stap 1: Lees door tot het einde. Zo weet je wat je te wachten staat en zet je geen stap in het onbekende.

Stap 2: Maak een plan met een duidelijk overzicht voor jezelf wat je moet gaan controleren om beter te ranken.

Stap 3: Download of verzamel de online tools die voor jou website relevant zijn.

Stap 4: Controleer je website en inhoud met de tools die je gedownload hebt en noteer in je plan wat je allemaal moet aanpassen.

Stap 5: Pas je website aan met de onderzocht puntjes en verbeter zo je SEO score.



Onthoud steeds dat SEO aanpassingen tijd vragen. Het process duurt wat langer en het kan soms ook best even duren voor je resultaten ziet. SEO is een lange termijn strategie en zal je geen succes brengen binnen de 24 uur. Maar als je het goed doet zal je zien dat je op lange termijn grote vooruitgang zal boeken.



SEO jargon in klare taal

In te veel blogs en artikelen gebruiken SEO-experts vakjargon. Dit kan erg intimiderend werken en kan je misschien afschrikken om het zelf te doen. Ik geef je alvast een lijst met veelgebruikte termen en hun uitleg.

Alt-tekst: dit is de tekst dat je toevoegt aan een afbeelding in de vorm van een stukje code in je website's HTML-bestand. Meestal kan je dit makkelijk aanpassen door de afbeelding te bewerken in je website bouwer. Dit stukje tekst kan niet gelezen worden door mensen maar wel door zoekmachines. Zoekmachines kunnen namelijk geen afbeeldingen "zien". Voeg dus altijd alt-tekst toe.

Anker-tekst: Anker tekst is de eigenlijke tekst die gebruikt wordt voor te linken naar een andere pagina. In veel gevallen is deze text blauw en onderlijnd of paars als je de link al bezocht hebt. De tekst die gebruikt wordt is relevant voor de pagina waar deze naar linkt.



Backlink: Een link naar je webpagina of website dat van een andere website komt.

Bounce rate: Het aantal mensen dat wegklikt van je website die enkel één pagina gezien hebben. Meestal blijven ze slechts enkele seconden op je site.

CTR / Click Through Rate: Dit is een ratio die toont hoe vaak je listing of advertentie getoond wordt en hoeveel mensen effectief doorklikken. Bijvoorbeeld: 100 mensen zien je listing waarvan 28 mensen doorklikken. Je CTR is dus 28%.

Meta-titel / meta-beschrijving: Dit is een beknopte beschrijving en een titel die achterliggend gebruikt wordt om de pagina te omschrijven. Dit kan je dus niet op je pagina aflezen, enkel in de code. Dit is de titel en beschrijving dat zoekmachines lezen en weergeven op de zoekresultatenpagina.

Query: Dit is de term dat een internetgebruiker ingeeft om een zoekopdracht te beginnen.



Makkelijker gezegd: dit is wat je intikt op Google als je wat wil vinden.

SERP: Afkorting voor Search Engine Results Page of zoekresultaten pagina in het Nederlands. Deze krijg je te zien nadat je een zoekopdracht hebt uitgevoerd.

Sitemap: Dit is een online document gecreëerd door software of een developer en brengt je volledige website in kaart. Het geeft een duidelijke weergaven van alle pagina's op je website en zorgt er voor dat een zoekmachine je makkelijk kan indexeren.

URL: of Uniform Resource Locator in het lang. Dit is het online adres van een bepaald document of bestand op het internet. Dit kunnen webpagina's en afbeeldingen zijn. Elke individuele pagina of afbeelding heeft een eigen unieke url. Een voorbeeld van een url is:

www.een-website.be/een-url



Zoekwoord / Keyword: Dit is het woord dat een internet gebruiker ingeeft om naar iets te zoeken op het internet.



De drie pijlers van SEO

Het grootste doel van Google is dus om zo relevant mogelijke content voor te schotelen aan mensen die naar iets op zoek zijn. Want als mensen tevreden zijn met hun zoekopdracht komen deze terug om Google weer te gebruiken.

Het is dus in het belang van een zoekmachine om dit zo goed mogelijk te doen. Om te bepalen hoe relevant en gebruiksvriendelijk jou pagina is, kijkt het achterliggende algoritme naar drie belangrijke onderdelen. Deze onderdelen worden ook wel de **drie pijlers** van de SEO genoemd.

Je kan dus zeggen dat SEO vooral om deze drie dingen draait:

- Website techniek
- Content
- Autoriteit



Website Techniek

Website techniek is de achterliggende motor waar alles op gebaseerd is. De techniek van je website heeft invloed op op twee grote onderdelen.

De eerste grote reden om je techniek onder de loep te nemen is omdat Google enkel het beste wil voor de gebruiker. Als de zoekmachine een van de gebruikers doorverwijst naar jouw website willen ze dat ze goed en snel geholpen worden.

Een efficiënte, snelle en gebruiksvriendelijke website is dus een absolute must.

Het tweede grote onderdeel waarom dit van belang is, is omdat het ook een invloed heeft op je indexatie en hoe zoekmachines je website lezen en doorbladeren.

Het is dus belangrijk voor veel verschillende redenen dat je website onder andere:

- Snel laadt
- Een goede url structuur heeft
- Een goede linkstructuur heeft



- Dat je “robot-txt” juist staat
- Een SSL certificaat heeft
- Snel en correct laadt op elk toestel.

Dit zijn gelukkig allemaal zaken dat je vrij snel en makkelijk kan controleren en nakijken. Als je eenmaal weet hoe het moet en waar je moet zoeken natuurlijk. Maar daar komen we later op terug in detail.

Content

Content is makkelijk samen te vatten als de inhoud van je website. Alles wat geschreven staat, foto's, video's en audiobestanden behoren allemaal tot je content.

Het belang van dit onderdeel is van onschatbare waarde voor je website. Want hoe duidelijker het is waar je expertise ligt, hoe makkelijker het is om jou website aan te bieden aan de juiste gebruiker.

Veel is afhankelijk van waar je klanten naar op zoek zijn vooraleer ze terecht moeten komen op je



website. Dit wordt ook wel de zoekintentie genoemd.

Stel: je bent een tuinman en hebt een website. Een gebruiker geeft het zoekwoord “bedrijf tuinaanleg in de buurt” in. Je kan dus zeggen dat de zoekintentie van deze gebruiker als volgt is: Ik wil mijn tuin laten aanleggen door een specialist uit de buurt.

Het is dus erg belangrijk om je website content te optimaliseren voor deze intenties. Een aantal zaken waar je onder andere naar kan kijken zijn:

- Zijn mijn teksten relevant voor het onderwerp en zoekintentie?
- Gebruik ik op elke pagina goede titels en tussentitels?
- Heb ik meta titels en beschrijvingen en zijn deze geoptimaliseerd?
- Gebruik ik te moeilijke woorden of te lange zinnen?



- Zijn mijn afbeeldingen relevant en hebben ze alt-tekst?

Autoriteit

De vorige twee punten zijn zaken die de kwaliteit van je website rechtstreeks zullen beïnvloeden. Maar wat als verschillende bedrijven binnen dezelfde branche of niche hun SEO optimaliseren?

Dan komt de derde pijler aan bod. Autoriteit is een grote factor dat je website kan boosten. Autoriteit betekent eigenlijk gewoon dat Google jou ziet als expert binnen een bepaald onderwerp of een bepaalde niche.

Google berekent autoriteit door middel van inkomende links naar je website te scannen en te kijken hoe relevant en kwalitatief deze zijn. Heb je een hoog aantal links naar jou website of pagina dan denk Google dat jij **dé expert** bent over dit onderwerp. De beste en meest kwalitatieve links zijn die die komen van een webpagina binnen jouw branche en vakgebied.



Goede links kan je binnenhalen door schitterende content te schrijven en dan hopen dat andere mensen gaan linken naar je content, of door actief op zoek te gaan naar links om je website een handje te helpen. Beter bekend als link-building.



Is SEO de juiste investering voor mij?

Je weet ondertussen al was SEO precies inhoud. Nu je dit weet zijn de belangrijkste vragen dat je jezelf kan stellen:

- gebruiken mijn klanten Google of andere zoekmachines om diensten en producten zoals de mijne terug te vinden?
- Zoeken mensen gerelateerde vragen op die verwant zijn aan het product of de dienst dat ik aanbied?

In 2022 is de kans dat je nee antwoord op beide vragen eerder klein. Is dit toch het geval, dan kan je beter investeren in iets anders. Dit kan zeer afhankelijk zijn van je doelgroep. Dus het belangrijkste is om te weten waar je klanten uithangen en hoe ze bij jou terecht komen.

Is het antwoord op beide vragen ja, dan is SEO een zeer goede optie om je bedrijf een grote boost te



geven. Je kan je zaak online laten groeien en zo de klanten bereiken die je het liefste wil bereiken.



Hoe weet ik of mijn klanten Google gebruiken?

Nu allemaal goed en wel, maar hoe kan je nu peilen of je klanten notabene wel gebruik maken van zoekmachines? Want deze kennis staat niet gewoon in het Google overzicht.

Er zijn gelukkig een paar makkelijke methodes om er achter te komen als mensen op zoek zijn naar jou services of niet. Het begint allemaal met een eenvoudig zoekwoord.

Stel: Je bent een tuinman (om binnen het thema te blijven) en begint een kleine webshop naast je ander werk. Je wil bloemzaad beginnen verkopen.

De eerste stap die we dan zetten is zoeken naar het zoekwoord “Bloemzaad kopen”.

Zie je hier talloze resultaten van bedrijven die bloemzaad verkopen dan is dit al een goede



indicator. Dit is het eerste grote teken dat dit kan werken.

Een tweede methode dat je kan toepassen om te kijken of mensen dit zoekwoord zoeken, is de Keywords Everywhere extensie voor de Chrome browser downloaden. Deze extensie zal je aan de rechterkant tonen in een grafiek hoe de belangstelling is voor deze term.

En tot slot kan je ook je zoekwoord plakken in de Ubersuggest tool. Als je je zoekwoord hier opgeeft krijg je een uitgebreid voorbeeld plus het aantal keren dat dit wordt opgezocht per maand.

Met deze kennis kan je dus al een heel eind vooruit. Zo weet je ongeveer wat je kan verwachten en hoe je je concurrentie kan inschatten.



Hoe snel werkt SEO?

SEO is geen kant en klare cocktail dat direct een oplossing biedt aan een probleem. Het duurt vaak wel even voor dit allemaal resultaat geeft. Google moet namelijk eerst je website vinden, crawlen en indexeren (kijk hier om meer te weten te komen over [hoe Google werkt](#)).

Als je website eenmaal is opgeslagen door de zoekmachine moet deze ook nog vergeleken worden met alle gelijkaardige websites. Hier is er wat tijd voor nodig. Zeker als je veel concurrentie hebt.

SEO is dus een lange termijn strategie. Je werkt letterlijk aan de toekomst. Als je dus een aantal aanpassingen doet geef je dit best even de tijd om de effecten hiervan te zien. Daarna kan je kijken naar de resultaten en weer aanpassen om beter te scoren.

Een goede SEO zal altijd proberen spelen op zowel korte en lange termijn. Zo kan je op enkele weken



of maanden al wat goede resultaten boeken en verder aanpassen om de groei aan te houden.

Heb je veel concurrentie binnen je niche laat je dan niet afschrikken. SEO kan er soms drie maanden, zes maanden of een jaar over doen om resultaten te boeken. Hoe goed je ook je best doet, **Google** is degene die **beslist** wie er bovenaan de resultatenpagina komt.

Er bestaat dus **geen** vaste handleiding over hoe je dit dus stap voor stap het beste doet. Er is geen recept met garantie op succes. Het is aanpassen en data analyseren om daarna weer aan te passen. Enkel zo (en door de Google updates te volgen) zal je SEO succesvol zijn.

Let dus goed op voor SEO's die snelle resultaten beloven. Dit is jammer genoeg niet mogelijk als je het op de juiste manier wil doen.

Wil je snelle resultaten, dan ben je misschien beter dat je ineens gaat adverteren. Hier hoeft je niet te wachten en betaal je gewoon per klik.



SEO en SEA

SEO en **SEA** zijn twee onafscheidelijke broertjes van elkaar. Terwijl zoekmachine optimalisatie (SEO) zorgt voor de organische groei, kan je met zoekmachine advertenties (SEA) betalen om bovenaan de zoekresultaten te komen.

Een van de **beste methodes** naar succes is dan ook de **combinatie** van de twee. Door ze alle twee in te schakelen kunnen ze elkaar positief beïnvloeden. Het biedt ook een oplossing voor het lange termijn SEO plan.

SEO komt wat trager op gang. Door in je eerste jaar SEO te combineren met SEA zorg je er voor dat je meer bezoekers krijgt en hoef je hier niet te wachten op de organische resultaten.



Welke tools kan ik gebruiken om te starten met SEO?

Als je wil starten met je eigen SEO of je wil gewoon even een kijkje nemen achter de schermen van je site, dan zijn **tools niet optioneel**. Deze zijn broodnodig om de juiste informatie te krijgen. Want binnen de SEO is de slogan: meten, is weten.

Omdat ik dit geschreven heb voor beginners, gaan we het dan ook niet hebben over betaalde tools. Enkel over krachtige, essentiële **gratis** tools die in de vaste lijst staan van elke professional.



1. Google

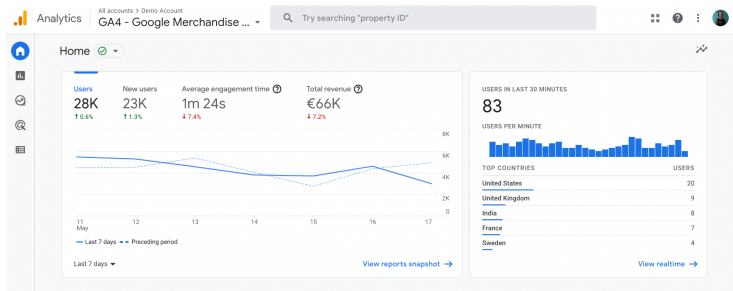


Google zelf is een krachtige tool die je kan gebruiken in je voordeel. Het biedt je de perfecte kans om zoekwoorden onderzoek te doen en te kijken waar de mensen naar op zoek zijn.

Door een relevante zoekterm in te geven voor jou bedrijf kan je kijken welke andere zoektermen Google automatisch voorstelt. Zo krijg je een idee welke andere gerelateerde zoektermen mensen opzoeken als ze op zoek zijn naar een bedrijf zoals dat van jou.



2. Google Analytics



Google analytics is een uitgebreide en krachtige, gratis tool waar je veel informatie uit kan halen.

Zo krijg je inzichten over:

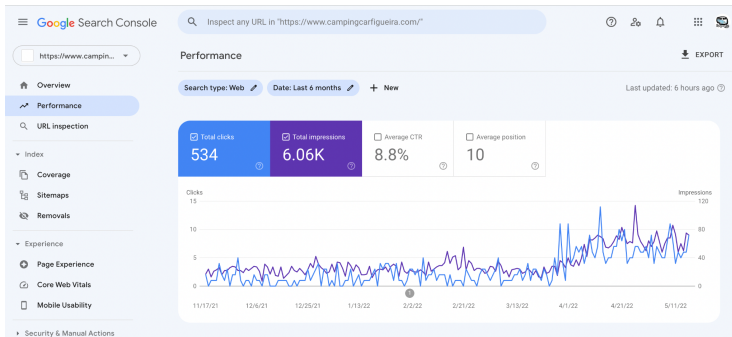
- Welk apparaat je gebruikers gebruiken
- Waar je gebruikers zich bevinden
- Welke pagina's het meest bezocht worden
- Hoe lang mensen op je website blijven

En nog veel, véél meer.

Google biedt daarnaast ook gratis cursussen aan om de tool te leren beheersen en er het maximum uit te halen. De hoeveelheid aan informatie en data dat je kan verzamelen met deze onmisbare tool is van onschatbare waarde voor je SEO.



3. Google Search Console



De ultieme goudmijn voor elke SEO is GSC of Google Search console. Het geeft je inzichten over belangrijke technische aspecten en helpt je om je site te optimaliseren.

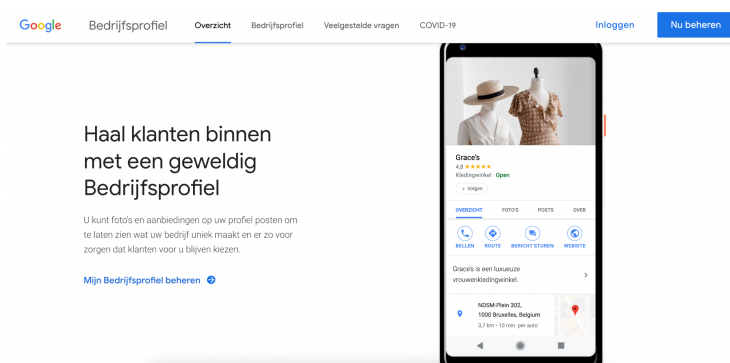
Zo kan je bijvoorbeeld:

- Controleren welke pagina's in Google te vinden zijn en welke niet.
- Zoekwoorden krijgen die gebruikers gebruiken om jou website vinden.
- Nieuwe of niet geïndexeerde pagina's laten indexeren.
- Controleren op technische fouten.



Google Search Console geeft je dus de perfecte omgeving om te kijken hoe je website presteert en als dit enigszins effect heeft op je SEO.

4. Google my Business



Heb je een bedrijf dat locatiegebonden is zoals een winkel, loodgieter of bouw bedrijf? Dan is Google my business dé local SEO tool bij uitstek.

Google mijn bedrijf zorgt er eigenlijk voor dat jou bedrijf letterlijk op de kaart gezet wordt. Zo vinden mensen je erg makkelijk vanuit de zoekresultaten of als ze bij jou in de buurt zijn.

De voordelen van deze tool zijn:

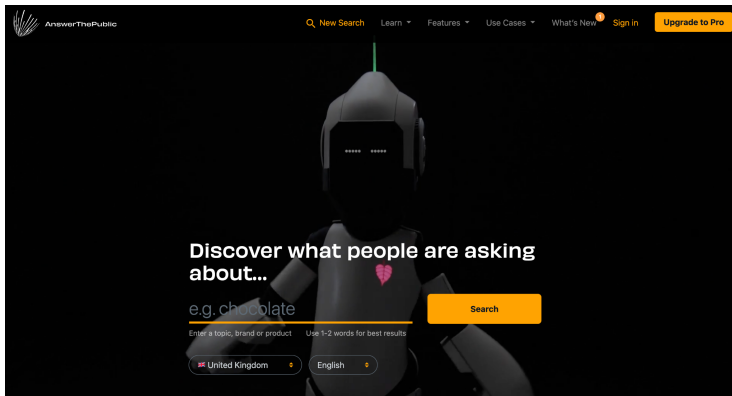


- Kom in de zoekresultaten en op de kaart terecht
- Klanten kunnen rechtstreeks contact opnemen
- Klanten kunnen makkelijk met de GPS navigeren naar jouw bedrijf
- Toon je services, werk of menu's met foto's
- Klanten kunnen makkelijk reviews achterlaten.

Google mijn bedrijf is dus een erg krachtige tool dat van onschatbare waarde is voor elk bedrijf. Je verhoogt zo je vindbaarheid en de doorstroom van klanten naar je website of shop.



5. Answer the public



Bij het schrijven van content of het opstellen van webpagina's is het goed om te weten wat mensen zoal opzoeken over een onderwerp. Answer the public is dan een erg handige tool om al die vragen gratis en voor niets te krijgen.

Het werkt vrij makkelijk en het zoeken is recht door zee. Je geeft gewoon je zoekwoord in en de tool geeft je alle gerelateerde vragen en zoektermen over dat onderwerp. Alle gerelateerde termen worden ook vanzelf opgedeeld in verschillende thema's en categorieën.



6. Ubersuggest

The screenshot shows the Ubersuggest website. At the top is an orange navigation bar with the text 'NEILPATEL' and a dropdown arrow, followed by links for 'Blog', 'Pricing', 'Training', 'Tools' (which is underlined), 'Consulting', 'Contact', and a 'Sign in' button. The main heading is 'Ubersuggest' in a large, bold, black font. Below it is a subheading: 'Want more traffic? Ubersuggest shows you how to win the game of SEO. Just type in a domain or a keyword to get started.' This is followed by a search bar with the placeholder text 'Enter a domain or a keyword', a language selector showing 'English / United States' with a dropdown arrow, and a 'SEARCH' button. Below the search bar is a 'Domain Overview' section. It includes a cookie consent message: 'This site uses cookies to improve your user experience.' with 'ACCEPT' and 'Read More' buttons. To the right of the message is a table with four columns: 'RELATED KEYWORDS', 'NEW KEYWORDS', 'TOTAL TRENDS', and 'NEW ON LIST'. The first row of data shows '12 10K', '4K', '12 10K', and '632 12K' respectively. There is also a small 'Filter' button to the right of the table.

RELATED KEYWORDS	NEW KEYWORDS	TOTAL TRENDS	NEW ON LIST
12 10K	4K	12 10K	632 12K

Nog een goede tool om je te helpen bij het onderzoeken van content en zoekwoorden is Ubersuggest. Naast gerelateerde zoekwoorden en termen geeft deze tool je ook het zoekvolume (de hoeveelheid dat deze term wordt opgezocht).

Met deze tool kan je:

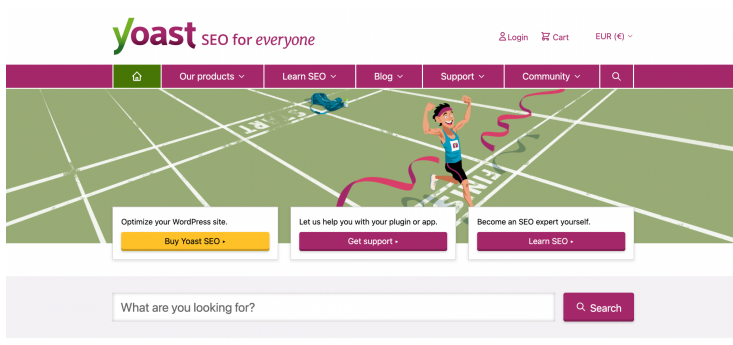
- Zoekwoorden sorteren
- Zoekwoorden filteren en uitsluiten
- Nieuwe zoekwoorden en gerelateerde zoekwoorden vinden



Deze tool is zeer goed maar de volumes zijn slechts een schatting van wat het complete volume echt is. Wil je dieper ingaan op zoekwoorden onderzoek dan raad ik je aan meer dan enkel deze bron te raadplegen.

Je kan bijvoorbeeld kiezen voor een betaalde tool zoals AHREFS of Semrush of je kan werken met een aantal gratis chrome-extensies zoals Keywords Everywhere.

7. Yoast



Heb je een website op Wordpress dan is Yoast de oplossing om te starten met SEO. Deze gratis



plug-in (je kan ook betalen voor de pro versie) heb je al een heuse stap vooruit.

Yoast helpt je bij de belangrijkste zaken om je website te optimaliseren. Zowel op technisch als inhoudelijk vlak kan je steeds rekenen op Yoast.

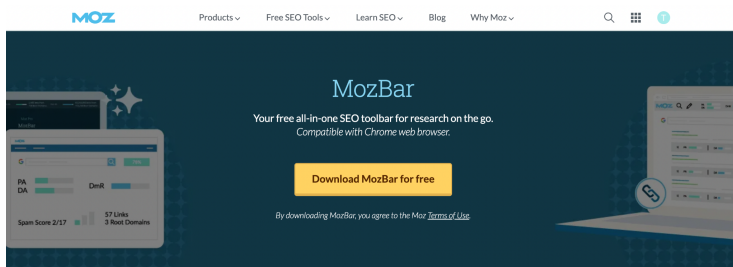
Wat je kan verwachten van deze tool:

- Sitemap van je website
- Content analyse met optimalisatie tips
- Meta titel en beschrijving ondersteuning
- Schema toevoegen aan je pagina's
- Controle van je linken

Yoast is dus een erg complete en krachtige tool die je volledig gratis kan gebruiken. Heb je een Wordpress website dan is dit de eerste stap naar succes.



8. MozBar

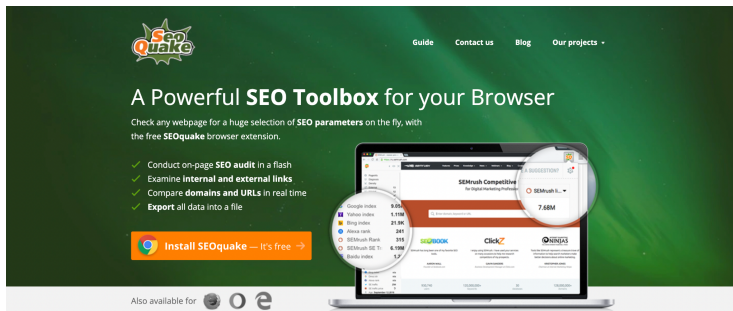


De Mozbar is een van de enige gratis tools die je toestaat Autoriteit van een website en pagina te testen. Het geeft je twee scores van 1 tot 100 die weergeven wat je autoriteit is.

Je kan de twee verschillende autoriteit scores aflezen in de bar. PA (pagina autoriteit) en DA (domein autoriteit - dit is de complete website). Met deze informatie kan je onder andere aan de slag voor je linkbuilding strategie.



9. SEOquake



SEOquake is een gratis chrome-extensie die je makkelijk een heleboel informatie kan geven over de belangrijkste SEO factoren van een webpagina of website.

Deze tool toont je:

- URL score
- Meta informatie
- Aanwezigheid van schema, alt tekst
- Linkstructuur van de pagina
- Zoekwoord dichtheid op de pagina

Het is dus een erg complete samenvatting van alle belangrijke informatie dat je nodig hebt om je

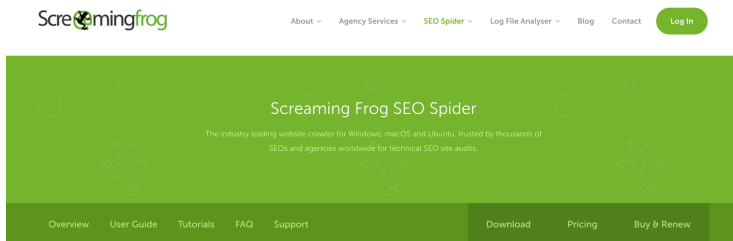


webpagina's te kunnen optimaliseren. Een compleet overzicht van de juiste informatie.

Er zijn nog andere extensies die je kan gebruiken die erg gelijkaardige dingen kunnen. Het is altijd goed om je pagina's te testen met verschillende tools.

Een aantal andere goede tools zijn bijvoorbeeld [SEO Minion](#) en [SEO Meta in 1 Click](#). Deze twee zijn ook erg goede tools voor het bijwerken en optimaliseren van je pagina's.

10. Screaming Frog



Elke website heeft wel ergens een foutje of een gebroken pagina. Gelukkig is er een gratis tool dat je hier verder mee kan helpen.



Screaming Frog is een programma dat je download op je computer. Als je je website url ingeeft in deze tool zal deze volledig je website scannen (crawlen). Dit kan wel even duren afhankelijk van hoe groot je website is.

Eenmaal deze gescand is krijg je een compleet overzicht met een rijkdom aan informatie. Je krijgt ook een overzicht van welke pagina's niet meer werken (bijvoorbeeld een 404 error pagina) en van je linkstructuur op je website.

Deze tool kan:

- Je links scannen
- Afbeeldingen en alt tekst scannen
- Dubbele pagina's weergeven
- Pagina's met weinig content vinden
- Vinden of je pagina's kunnen geïndexeerd worden

Deze tool is van de tien tools misschien wel de meest ingewikkelde, maar als je eenmaal weet hoe je hiermee kan werken is het van onschatbare waarde voor elke SEO. Het zal je werk veel



makkelijker maken eens je meester bent van het programma.

Screaming Frog is gratis voor alle websites met minder dan 500 pagina's. Eenmaal je website groter is moet je wel betalen voor deze tool. Maar voor een beginner in SEO denk ik niet dat dat nodig zal zijn.



De beste SEO tips en tricks

Seo is zeker niet het gemakkelijkste om te leren als beginner en kan vaak intimiderend zijn. Het kan ook werkelijk elke dag anders zijn en de online wereld verandert snel.

Hoewel er geen recept bestaat om de perfecte cocktail te maken zijn er toch heel wat goede richtlijnen en tips die kunnen zorgen voor een betere organische positie. Wil je **zelf SEO leren** en er aan beginnen? Blijf dan zeker **verder lezen** en probeer het uit!

In de vorige hoofdstukken zijn we dieper ingegaan op wat SEO is en inhoudt. In de volgende hoofdstukken overlopen we nu alle methodes waarop we elk onderdeel kunnen checken en verbeteren.



Website techniek

Het basis startpunt om te beginnen voor elke website is de website techniek. Dit vormt de volledige basis waar we de rest op zullen bouwen. Hier kijken we hoe goed je motor van je website draait volgens de regeltjes van Google. Het is als het ware een gezondheids checklist.

1. SSL certificaat

Een SSL-certificaat is een soort van versleuteling van alle informatie die bezoekers achterlaten op je website. Het zorgt er dus voor dat internetgebruikers een veilige verbinding kunnen maken.

Je kan een SSL-certificaat makkelijk herkennen door te kijken naar de URL van de website. Als deze een veilige verbinding heeft zal de URL beginnen met *https://*. Is de verbinding zonder certificaat, en dus niet veilig, zal de URL starten met *http://* (geen 's').



Tegenwoordig kan je dit ook makkelijk herkennen aan het slotje  dat wordt weergegeven in de adresbalk van je browser. Dit toont duidelijk aan dat het een veilige verbinding is. Zie je dit slotje niet of kleurt het rood, dan heeft die site geen SSL-certificaat.



Your connection is not private

Een SSL-certificaat is opgegeven door Google als een officiële ranking factor sinds 2014. Het zal dus een effect hebben op je ranking in de resultaten.

Sinds 2020 is een SSL-certificaat sowieso verplicht voor elke website. Heb je dit niet komt er een waarschuwingspagina tevoorschijn met een rode driehoek.

Om zo een SSL-certificaat in te stellen moet je er vaak wel even je hoofd bij houden. Afhankelijk van het platform dat je gebruikt en je hosting provider



zal dit makkelijk zijn of wat meer werk vragen. Bij twijfel ben je altijd het best dat je contact op neemt met je hosting provider.

2. Kapotte links herstellen

Een erg belangrijke factor om gebruiksvriendelijk te zijn, is er voor zorgen dat je geen broken links hebt op je website. Zo een kapotte of broken link is een link dat nergens heen gaat of doorverwijst naar een 404 error pagina.

Dit kan je testen op verschillende manieren. Zo kan je op elke link klikken op je website, wat niet de beste manier is. Of je gebruikt een gratis tool om je website links te checken.

Screaming Frog SEO Spider is de perfecte tool voor kleine websites (minder dan 500 pagina's). Deze toont je perfect waar je kapotte links hebt die doorverwijzen naar 404 fout pagina's. Eenmaal je weet welke de rotte appels zijn kan je deze gewoon aanpassen in je backend.



3. Website snelheid

De website snelheid is ook een belangrijke factor voor Google om je pagina aan te bieden. Niet alleen helpt dit voor de zoekmachines, maar ook om je bounce percentage (aantal bezoekers die wegklikt na slecht één pagina te zien in procent) naar beneden te krijgen.

Niet alleen je algemene website snelheid maar ook je mobiele website snelheid is sinds 2018 een directe ranking factor. Dit is de snelheid waarop je website laadt op een mobiel toestel, zoals een telefoon of tablet.

Je kan je website snelheid testen op de [Google page speed website](#). Zo zie je meteen hoe goed je het doet. Je zou altijd moeten mikken op 2 - 3 seconden laadtijd.

Afbeelding optimalisatie

Bij het optimaliseren van je website snelheid is het vaak het geval dat je afbeeldingen te groot zijn voor wat je maar nodig hebt. Dus een van de



meest effectieve manieren om je webpagina sneller te maken is door je afbeeldingen te verkleinen.

Gebruik geen grote PNG bestanden van 3MB maar gebruik JPG bestanden die kleiner zijn in formaat en grootte. Comprimeer je afbeeldingen gratis met de [TinyPng](#) website. Deze website zorgt er voor dat je afbeeldingen even groot blijven (in pixels) maar minder plaats in nemen.

Vergeet ook zeker niet te checken welke afmetingen je precies nodig hebt. Als je de richtlijnen volgt en geen te grote afbeeldingen gebruikt scheelt dat ook al een pak.

Video optimalisatie

Plaats je video's op je website, dan kan dit ook een erg nadelig effect hebben op de snelheid. Probeer deze dus altijd te optimaliseren voor je website.

Het is dus niet nodig om een video op je website te plaatsen dat in 4K wordt afgespeeld. Dit zal een grote last worden. De enige uitzondering op deze



regel is als het een pagina is van een videograaf die zegt dat zijn beelden in 4K worden opgenomen.

Een goed idee als je videos wil gaan gebruiken op je pagina is om deze op YouTube te uploaden en te embedden (insluiten) op je pagina. Door het te embedden kan je het afspelen op je website zonder dat je het bestand direct moet laden.

Als je pagina laadt toont het eigenlijk een foto (de thumbnail of een foto naar keuze) in plaats van een video als deze op je pagina is ingesloten. Als je er eenmaal op klikt, pas dan zal de video geladen worden, en pas daarna kan je op play klikken om af te spelen. Vernuftig!

Goede hosting

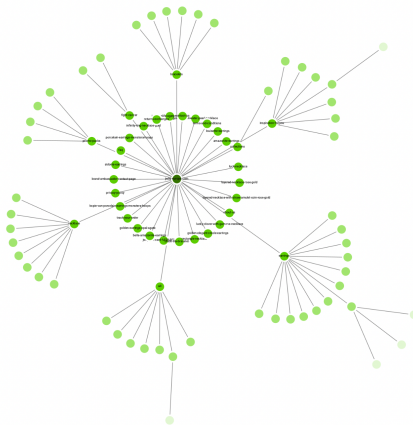
Een van de, of misschien wel het, belangrijkste is de hosting service waarmee je website werkt. Een goede hosting is steeds betrouwbaar en snel. Als gevolg krijgen je SEO en gebruiksgemak (UX - user experience) een boost.



Wees dus zeker voorzichtig en neem niet het goedkoopste hosting pakket dat je kan vinden. Dit is bijna altijd gedeeld (shared hosting) met andere websites. Dit zorgt voor trage pagina's en langere laadtijden.

4. Intern linken

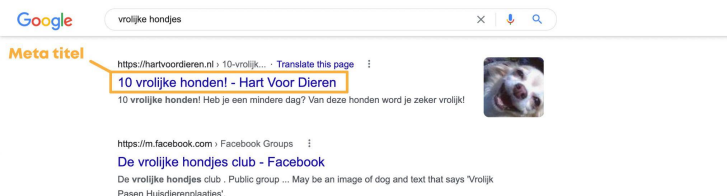
Een goede interne linkstructuur is van onschatbare waarde. Door je pagina's zo aan elkaar te linken geef je eigenlijk door aan zoekmachines wat verbonden is met elkaar. Je toont wat relevant is voor elk afzonderlijk onderwerp.



Een goede manier om hier een duidelijk overzicht van te krijgen voor je eigen website is via de Screaming Frog tool. Als je een complete scan hebt gemaakt van je website kan je een visuele representatie krijgen van je linkstructuur.

Probeer altijd te denken aan hoe je bijvoorbeeld relevante producten kan linken aan een bepaalde blog.

5. Meta-titels



Een meta titel is een van de belangrijkste stukjes informatie dat je doorgeeft aan een zoekmachine. Dit is de titel van je pagina dat aan zoekmachines doorgeeft waar je pagina precies over gaat met behulp van zoekwoorden.

Een meta title tag is in het beste geval 60 karakters lang of minder. Vaak kan je deze vinden



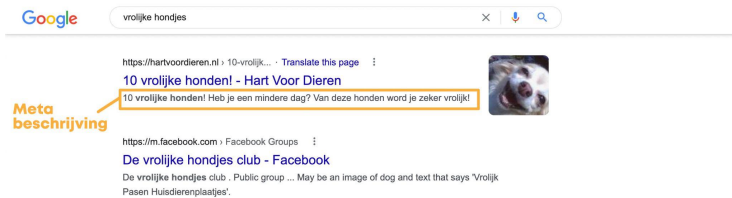
onder verschillende namen zoals HTML title tag, SEO titel, pagina titel en meta title tag. Al deze benamingen duiden op hetzelfde stukje code. Deze code of titel is meestal niet zichtbaar op je pagina.

Je meta titel kan dus maar 60 karakters lang zijn en de opbouw hiervan is van groot belang. Je moet proberen de juiste zoekwoorden te gebruiken en nog steeds klinken alsof het voor mensen geschreven is.

Tip: gebruik nooit hetzelfde zoekwoord in je meta titel. Probeer altijd voor synoniemen en verwante zoekwoorden te gaan als dat kan.



6. Meta beschrijving



Een meta beschrijving is een kort stukje tekst dat onder je titel wordt weergegeven op zoekmachines. Dit is na de titel, ook een van de grootste hulplijnen om te weten waar je pagina over gaat.

Het is een korte samenvatting van je pagina die verduidelijkt waar je pagina over gaat, en internetgebruikers aanzet om door te klikken. Een goed geschreven meta beschrijving kan dus een grote impact hebben op je CTR (Click through rate).

Een meta beschrijving is geen officiële ranking factor volgens Google, maar ze kunnen wel zorgen voor meer kliks. Het is zelfs zo dat Google niet altijd de geschreven meta beschrijving gebruikt.



Soms neemt de zoekmachine gewoon een snippet (stukje tekst) van je pagina.

Tip: Wij gebruiken vaak een korte vraag om onze meta beschrijving te beginnen. Dit trekt de aandacht en maakt mensen nieuwsgierig om door te klikken.



On-site Content

De effectieve content op de pagina is uiteraard ook belangrijk. Het moet aansluiten bij wat klanten zoeken (intentie). Daarnaast moet het ook nog meer duidelijkheid geven aan zoekmachines waar de pagina over gaat.

1. Zoekintentie

De allereerste vraag dat je je hier moet stellen is “Als ik mijn pagina op zoek met mijn main keyword, beantwoord ik dan de vraag die klanten hebben?”. Het kan dan een ietwat lastige vraag lijken, maar het is zowat de belangrijkste vraag die je jezelf kan stellen.

Een voorbeeld om te verduidelijken.

Stel je bent een tuinman (ik blijf in het thema hangen) en je wil een dienst aanbieden. Je noemt je dienst pagina “Gras afrijden”.



Hierop verkoop je je gazon onderhouds services aan je klanten.

Als je echter het zoekwoord “gras afrijden” intikt op Google, krijg je enkel en alleen blogs over hoe je je gazon zelf moet afrijden. Alles is dus zeer informatief en mensen zijn niet op zoek naar een service.

Doordat Google constant blijft testen, weet de zoekmachine dus perfect waar mensen naar op zoek zijn bij het gebruik van een bepaalde query (zoek term). Het is dus van essentieel belang dat je keywords aansluiten bij je zoekintentie.

Ga dus voor elke pagina van je website na of je keywords en content de juiste intentie hebben. Zo ben je zeker dat je klanten je vinden als ze je nodig hebben.

2. Headings en tussentitels

SEO is ook zorgen dat je pagina's de juiste structuur hebben. Dat wil zeggen dat je titels en



tussentitels juist gebruikt worden en logisch op elkaar volgen.

Door een goede structuur te geven aan je titels is het makkelijker om je pagina's te lezen. Zowel voor mensen als voor zoekmachines.

Headings of tussentitels worden ook wel H-tags genoemd. Dit verwijst naar de HTML benaming. Je belangrijkste H-tag is de H1, daarop volgt H2, H3, H4, H5 en tenslotte H6.

H1 titel tag

Dit is de eerste en de belangrijkste titel dat te vinden is op elke pagina. Elke pagina heeft er maar 1. Dus niet geen, ook geen twee, maar één.

Deze H1 tag staat gelijk aan het hoofdonderwerp van je pagina. Het vertelt Google wat het onderwerp is van de pagina. Deze heeft een gelijkaardige functie als de meta titel, enkel is een H1 titel zichtbaar aanwezig op je pagina.

Het is dus een goed idee om dezelfde keyword focus te gebruiken in beide titels. Zo geef je een



duidelijk signaal waar de rest van de content over zal gaan.

Een h1 tag kan je meestal ingeven als de zichtbare pagina titel of je kan kiezen om een heading-1 te gebruiken met een editor of drop-down menu. Gebruik je een code editor kan je het als volgt terugvinden:

```
<h1>Dit is een goede titel voor je pagina</h1>
```

Zet de belangrijkste titel (h1) ook steeds bovenaan je pagina, zodat dit het eerste is dat je leest.

Heb je geen idee hoe je te weten komt als je pagina's een h1 tag hebben, dan kan je dit op verschillende manieren testen. Je kan gebruik maken van Screaming Frog SEO Spider, SEOquake, SEO Minion of de developer tools van je browser.

Elk van deze tools geeft je een duidelijk overzicht van welke titels aanwezig zijn op je pagina. Ze tonen je vaak ook welke het zijn en hoeveel er van elk aanwezig zijn.



Andere headings en h-tags

Als je verschillende onderwerpen wil aanhalen over je hoofdonderwerp dan kunnen deze opgedeeld worden met H2 tags. Wil je die ook onderverdelen dan gebruik je H3 tags, daarna H4 en zo verder.

Het lijkt een beetje een waterval of piramide met steeds de belangrijkste titel op nummer 1. Een voorbeeld van een goede titelstructuur is:

```
<h1>  Tuin aanleg
      <h2>  Terrassen aanleggen
            <h3>  Tegels
                  <h4>  Beton tegels
                        <h5>  50x50
                        <h5>  30x30
                  <h4>  Keramische tegels
                        <h5>  50x50
                        <h5>  30x30
                  <h4>  Klinkers
```

** Elke tag met de <h...> notatie staat telkens voor de heading of tussentitel soort. Een <h2> is gelijk aan Heading 2 en zo*



voort. Dit is de HTML-notatie en kan je terug vinden in het HTML bestand van je website.

Om te weten te komen welke tussentitels je hebt op elke pagina kan je oftewel Screaming Frog gebruiken voor een compleet overzicht in een spreadsheet of een van de gratis browser extensies zoals de MozBar, SEOquake en SEO Minion.

3. Afbeeldingen optimaliseren voor SEO

Elke website, of toch bijna elke website, maakt gebruik van afbeeldingen. Deze afbeeldingen worden vaak vergeten als het gaat over SEO. Ze kunnen je een extra boost geven en meer context geven aan je pagina.

Hoewel Google al grote sprongen heeft gemaakt aan hoe content kan gelezen worden blijven afbeeldingen vaak moeilijk. Computers hebben geen ogen zoals ons en zijn afhankelijk van de stukjes data dat verbonden is met afbeeldingen.



Terwijl wij gewoon een foto zien is dat voor een zoekmachine helemaal anders. Als je website wordt gecrawld word een afbeelding weergegeven als een stukje code.

```

```

* Dit is hoe een zoekmachine een afbeelding ziet. Bron:
w3schools.com

Alt tags

Om er voor te zorgen dat een afbeelding kan gelezen worden door Google hebben we de alt-tag of alternatieve tekst. Dit is een stukje tekst dat vast zit aan onze afbeelding om deze te omschrijven.

Deze tekst wordt ook gebruikt om voor te lezen aan slechtzienden. Zo hebben ze een idee hoe de content er ongeveer uitziet op je website. Hetzelfde geldt voor zoekmachines.

Door een accurate beschrijving te geven en de juiste zoekwoorden te gebruiken verhoog je de



vindbaarheid van je afbeelding, en dus ook van je pagina.

Een alt-beschrijving maak je het best niet te lang en gebruik zeker geen keyword stuffing (steeds maar dezelfde zoekwoorden herhalen)! Hou het beschrijvend, kort en relevant.

Alt-text voeg je meestal toe door te navigeren naar je afbeelding opties. Dit is vaak ook de plaats waar je de grote en formaat kan aanpassen van je afbeelding.

Afbeelding benamingen

Dit is waarschijnlijk het meest vergeten onderdeel binnen de SEO. Maar je krijgt vaak een extra kans om hier zoekwoorden in te geven. Google leest namelijk je afbeelding bestandsnaam om context te krijgen.

Om je afbeeldingen zo goed mogelijk te benoemen zijn er aantal makkelijke tips die je kan gebruiken om ze te optimaliseren. Door te optimaliseren kan



een zoekmachine je afbeeldingen makkelijker lezen en verstaan.

Dit zijn de richtlijnen volgens Google:

- Gebruik enkel kleine letters
- Gebruik geen spaties maar een '-'
- Wees beschrijvend
- Plaats je afbeelding steeds bij relevante tekst

Een voorbeeld van hoe je dus je bestandsnamen het beste optimaliseert.

0003673849-8746388.JPG →
terras-met-beton-tegels.JPG

4. Zoekwoorden optimalisatie

Nu je al alle voorgaande informatie hebt is dit een wat makkelijkere stap. Je hebt ondertussen bepaald welk zoekwoord het beste is voor jou pagina. Je weet ook al wat de structuur moet zijn op je pagina.



Nu is het tijd om je zoekwoord op de juiste plaats te laten terugkeren. Zo is er geen twijfel mogelijk waar je pagina over gaat.

Je plaats je zoekwoord telken in:

- Je meta titel
- H1
- Enkele keren verspreid doorheen je tekst
- Een H2
- Als alt tekst bij een afbeelding
- een afbeelding bestandsnaam
- de url

Als je hier overal je zoekwoord aan toevoegt heb je al hele sprong vooruit gemaakt.

Belangrijk: onthoud steeds dat je voor mensen aan het schrijven bent. Maak dus geen onnatuurlijke zinnen, enkel en alleen om er een extra keyword in te passen. In eerste instantie is je content voor mensen bedoeld. Pas als tweede factor komt de zoekmachine optimalisatie.



5. Leesbaarheid

Dit puntje is uiterst geschikt voor zowel SEO als gebruiksgemak voor mensen die op je website aan het surfen zijn. De leesbaarheid van je content is letterlijk wat je denkt dat het is. De leesbaarheid van je tekst.

Zorg ervoor dat je altijd makkelijk onder woorden brengt wat je precies wil zeggen. Gebruik geen te lange zinnen en maak opsommingen waar mogelijk. Gebruik witruimte om grote blokken tekst te splitsen zo lezen mensen makkelijker door.

Een pagina met een lange tekst en grote paragrafen zal zonder twijfel steeds een hoge bounce rate hebben. Google merkt op dat er heel wat gebruikers pogosticken (eenmaal je pagina geladen is, direct terug naar de zoekresultatenpagina klikken) en besluit daaruit dat jou content niet relevant genoeg is.

Net omdat jouw content geen oplossing lijkt te bieden aan de vraag van de gebruiker, zal je pagina



wegzakken in de zoekresultaten als gevolg. Een vlot lezende tekst is dus een goede SEO techniek voor betere resultaten.



Autoriteit

Zoals ik eerder zei is autoriteit een van de drie pijlers van SEO. Een hoge autoriteit van je website is dus van groot belang. Dit krijg je door voldoende backlinks te verzamelen naar je website.

Link building

Een gezond backlink profiel krijg je niet zomaar vanzelf en vaak ben je afhankelijk van de gewilligheid en goedheid van anderen. Maar er zijn altijd wel een paar SEO trucjes die we kunnen gebruiken.

Link building is de overkoepelende term die we gebruiken voor het actief op zoek gaan naar backlinks voor je website. Er zijn een aantal makkelijke manieren waarop je dit kan doen.

1. Vraag partners of leverancier om een link

Werk je samen met bepaalde andere bedrijven of mensen met een website? Dan is het misschien



wel een goed idee om hun te vragen om te linken naar je website.

Kijk ook zeker eens op de website van je leverancier als ze geen partner pagina hebben. Hebben ze deze, stuur een mailtje om te zien als je ook in deze lijst terecht kan komen.

Het kan soms zo makkelijk zijn dat je het enkel moet vragen.

2. Maak een social media profiel aan

Meld je je aan als bedrijf op social media, dan heb je bijna altijd de optie om je website in te vullen. Ook dit is een backlink voor je profiel.

Hoewel deze links niet zo waardevol zijn als backlinks van grote en relevante websites binnen je niche, zijn deze toch onmisbaar.

Door een account aan te maken op een social media platform verhoog je je vindbaarheid en geloofwaardigheid. Door gebruik te maken van een link naar je website vergroot je dus ook je organische verkeer.



Wat ik je wel zou aanraden is om ook effectief actief te zijn op deze profielen. Het is dus een goede zaak om te weten waar je doelgroep uithangt.

Een paar goede voorbeelden van platformen die je kan gebruiken zijn:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- TikTok
- YouTube

Door actief te zijn op deze platformen verhoog je je autoriteit in de ogen van Google. Ook interactie op social media en doorverwijzingen kunnen hier meetellen. Een reden te meer om extra in te zetten op social media marketing.



3. Schrijf fantastische content

Goede content is sowieso een vereiste, fantastische content is nog beter. Door content te schrijven dat beter is dan alle andere content creëer je automatisch backlinks.

Mensen die je blog artikel zo goed vinden zullen uit zichzelf linken naar deze pagina om de kennis door te geven. Dit is een van de makkelijkste manieren om organische backlinks te creëren naar je website.

Hoe je fantastische content schrijft is dan weer een totaal ander onderwerp, maar dat is voor een andere keer.

De basis om goede content te schrijven is goed onderzoeken, weten waarover je praat en alle voorgenoemde SEO tips gebruiken en toepassen.

4. Gebruik unieke afbeeldingen en infographics

Nog een makkelijke manier om mensen te laten linken naar je profiel is door unieke afbeeldingen te gebruiken. Dit wil dus zeggen, geen stock



afbeeldingen. Zowel de betalende als de gratis stock afbeeldingen kan je meermaals terugvinden op het internet en hebben dus geen effect.

Door unieke afbeeldingen te gebruiken krijg je hetzelfde fenomeen als met de fantastische content. Mensen gaan dit willen delen en gebruiken.

Als een foto van jou gedeeld wordt op een andere website dan kan je die website sturen om naar jouw website te linken als bron. Zo bouw je een organisch backlink profiel op.

Hetzelfde geldt voor infographics. Een infographic is een visuele voorstelling van data. Deze geven een informatieve kijk op een bepaald onderwerp door middel van een afbeelding.

Zo een grafische voorstelling is makkelijk deelbaar en gaat na een tijdje een eigen leven leiden op het internet. Hierdoor kan je makkelijk op zoek gaan naar welke websites deze infographic gebruiken en hun vragen een link te voorzien naar jouw website.



Ik hoor je al denken, hoe vind ik dat nu als mensen mijn afbeeldingen delen?

Google heeft hier de perfecte oplossing voor. Je kan via Google zoeken op een afbeelding. Je sleept gewoon jouw afbeelding naar de zoekbalk en Google doet de rest van het werk voor jou. Zie je dat je afbeelding gebruikt wordt op een andere website? Dan is het gewoon een kwestie van door te klikken en de contactgegevens te vinden.



Anchor text

Naast het hele link gebeuren is er nog één iets wat een link nog beter kan maken. Dit is de anker tekst (of anchor text). Deze term duidt op de tekst die gebruikt wordt om te linken naar jouw site.

Er zijn verschillende soorten anker tekst.

- **Url:** Dit is een complete url die gebruikt wordt als link. <https://eengoedewebsite.be>
- **Branded:** Dit is een link die de merknaam gebruikt om te linken. [Een Goede Website](#)
- **Website:** Dit is bijna hetzelfde als de url maar de vereenvoudigde versie. [eengoedewebsite.be](#)
- **Pagina of blog naam:** Een pagina titel die gebruikt wordt als link. [Wat is een goede website?](#)
- **Generieke tekst:** Dit is tekst dat geen verband houdt met de pagina waar deze naar verwijst. [klik hier](#) of [lees meer](#)



- **Zoekwoord links:** Een link naar een website met de zoekwoorden of variaties daarvan in de link tekst. [fantastische online site](#)
- **Spamlinks:** Een link dat naar iets compleet anders verwijst om lezers op het verkeerde spoor te zetten. [Vrolijke puppies](#) (maar linkt naar iets compleet anders)

Bepaalde soorten anker tekst zijn dus beter voor je SEO resultaten dan andere. Je vermijdt het best de generieke links en spam links. Deze hebben weinig meerwaarde omdat deze geen extra context geven of hebben zelfs een negatief effect.

De beste links zijn zoekwoord links. Deze geven context waarover de pagina gaat en gaan vaker ook een beter effect hebben op je SEO prestaties van die pagina. Het is vaak ook gewoon duidelijker voor gebruikers waar deze link uiteindelijk naartoe zal leiden.



Start zelf met SEO

Je bent net door de eerste basics van je SEO verhaal geploegd. Je hebt een idee van wat de belangrijkste zaken zijn, hoe je deze moet terugvinden, hoe je ze kan aanpassen en met welke tools.

SEO stopt daar niet en er is uiteraard nog veel meer dat je kan leren over de techniek in SEO, hoe je content optimaliseert en over link building. Maar het is al zeker een goede start!

Onthoud steeds dat SEO tijd nodig heeft. Niet alleen om te werken maar ook om uit te voeren. Het vereist de juiste kennis, geduld en een sprankeltje passie en liefde.

Heb je toch nog vragen of kijk je graag eens wat ik voor je kan betekenen aarzel dan zeker niet om contact op te nemen. Ik help je graag verder met al je vraagstukken en marketing kwesties.



SEO Checklist

Als bonus bij dit e-boek krijg je ook een volledige SEO Checklist voor beginners. Met deze checklist help je je website hoger ranken op Google.

Met deze 31 punten en de gratis tools in dit boek vervul je makkelijk de SEO taken. Zo is de basis goed gelegd voor je website en heb je steeds een makkelijke hou vast om verder te optimaliseren.

De checklist is ook opgedeeld in 4 onderdelen en meer informatie kan je terugvinden in de gelijknamige hoofdstukken.

- Basis SEO
- Zoekwoorden
- Website techniek
- Website content
- Autoriteit

Door bij elk puntje de best-practices toe te passen maak je een grotere kans op een succesvolle SEO en een positief langetermijns traject.



SEO checklist

Basis SEO

- ☐ Stel Google Search Console (GSC) in
- ☐ Connecteer Google Analytics
- ☐ Genereer een sitemap voor je site
- ☐ Dien je sitemap in bij GSC
- ☐ Die je website in bij GSC voor indexatie

Zoekwoorden

- ☐ Ontdek je concurrentie
- ☐ Zoek naar gepaste zoekwoorden per pagina
- ☐ Ontdek de belangrijkste zoekwoorden
- ☐ Vind vragen met Answer the public
- ☐ Maak een spreadsheet voor je zoekwoorden
- ☐ Gebruik Ubersuggest om het zoekvolume te controleren van je zoekwoorden

Website techniek

- ☐ Heb je een SSL-certificaat
- ☐ Vind en fix gebroken links
- ☐ Check je laad snelheid
- ☐ Is je website mobiel vriendelijk?
- ☐ Bekijk je interne linkstructuur en diepte

- ☐ Heeft elke pagina een meta titel?
- ☐ Heeft elke pagina een meta beschrijving?

Website content

- ☐ Link een zoekintentie aan elke pagina
- ☐ Heeft elke pagina een H1?
- ☐ Geen de juiste structuur aan je tussentitels
- ☐ Optimaliseer je afbeeldingen
- ☐ Voeg alt-tekst toe aan elke afbeelding
- ☐ Verhoog je leesbaarheid van je pagina's

Autoriteit

- ☐ Analyzeer je concurrentie hun linkprofiel
- ☐ Stuur een email naar partners
- ☐ Meld je aan op socialmedia platformen
- ☐ Optimaliseer je content tot de beste op het web
- ☐ Gebruik unieke afbeeldingen
- ☐ Maak een Google My Business profiel aan
- ☐ Vind ongelinkte vermeldingen en zet ze om naar links



Starten met SEO.
Van basis tot gevorderde in mensentaal.

-

™ Seoptified 2022,
Thomas Brasseur

<https://seoptified.com>
thomas@seoptified.com



