

De kleine SEO voor Dummies

Spiek
Brief

Kernbegrippen uit dit boek:

SEO Dit is een afkorting voor de Engelse term Search Engine Optimization. Hiermee wordt bedoeld het optimaliseren van je website voor een goede vindbaarheid in zoekmachines.

Googlebot Een zoekmachinerobot van Google die het internet afstruint om websites te indexeren.

Google 's Werelds meest gebruikte zoekmachine.

Meta-tags Meta-tags geven additionele informatie over een webpagina weer in de broncode van een webpagina. Deze informatie is onder andere bedoeld voor zoekmachines en is meestal niet direct zichtbaar op de webpagina zelf.

SEF Deze afkorting staat voor de Engelse term Search Engine Friendly. Een zoekmachinevriendelijke URL is een webadres dat door de naamgeving iets zegt over het onderwerp dat op de website is te vinden.

Linkbait Dit is content op het internet dat zo interessant of leuk is dat gebruikers van het internet deze content spontaan gaan promoten door met links op andere sites naar deze content te verwijzen.

Duplicate content Dit is inhoud op een webpagina die in exact dezelfde vorm op meerdere webpagina's is te vinden.

Linkbuilding Het vergaren van links op andere websites naar de eigen website.

Webmaster De beheerder van een website. Dit is de persoon die de website beheert en is in de meeste gevallen de contactpersoon voor vragen met betrekking tot de website.

Organische zoekresultaten Deze worden ook wel niet-betaalde zoekresultaten genoemd. Dit zijn de zoekresultaten in Google waarvoor je niet betaalt. Google bepaalt wie bovenaan komt te staan.

Google-algoritme Een set van wiskundige criteria die samen bepalen of een website wel of niet hoog scoort in Google.

Ranking factor Dit is een van de criteria die van belang is als het gaat om een goede positie van je website in zoekmachines.

Website-optimalisatie Het optimaliseren van je website voor een betere positie in zoekmachines.

Google Analytics Dit is een zeer geavanceerde statistiekenverzamelaar van Google die op websites geplaatst kan worden, waardoor je ontzettend veel inzicht krijgt in het gedrag van de bezoekers op jouw website.

Inhoud



Inleiding	11
Wat je eerst moet lezen	12
Pictogrammen die in dit boek gebruikt worden	12
Hoofdstuk 1: SEO	15
Wat is SEO?	15
Waarom SEO?	16
Het verschil tussen SEA en SEO	18
Hoe werkt een zoekmachine?	20
Indexeer mijn website	21
Hoofdstuk 2: Google	23
Het geheim van Google	23
Het succes van Google	27
Google en de mobiele revolutie	28
Google-algoritme	30
Google PageRank	31
Google Sandbox	31
Trucs	32
Malware	33
Niet aanmelden bij zoekmachines	36
Hoofdstuk 3: Zoekwoorden	37
Op zoek naar de juiste woorden	37
Niches	39
Hulpprogramma voor zoekwoorden	40
Hoofdstuk 4: Website-optimalisatie	43
Snel betekent hoger in Google	44
Afbeeldingen sneller maken	44

Video op de website	46
Geluid uit!	47
Javascript.....	48
Flash.....	48
Webhosting.....	49
HTML & CSS.....	49
Verbeteringen voor jouw website signaleren.....	50
De laadsnelheid testen.....	52
De zoekmachine ziet het anders dan wij.....	53
Meta-tags	55
Keyword-tag.....	57
Title-tag.....	58
Description-tag.....	58
Alt-tags	59
Domeinnaam.....	61
Domeinextensies	63
Een domein is net als wijn: hoe ouder, hoe beter	64
De URL.....	64
SEF.....	65
Zoekmachinevriendelijk content management systeem.....	66
Koppelteken en underscore.....	67
Bestandsstructuur	68
Sitemap.....	69
Niet indexereren a.u.b.....	70
Content is King.....	71
MFA (Made for AdSense).....	73
AdSense-advertenties.....	73
Made for AdSense herkennen	73
De opbouw van teksten op de website.....	74
Duplicate content	74
Duplicate content op de eigen website	75
De canonical-tag.....	75
Hoofdstuk 5: Links	79
Wat zijn links?.....	79
Linkbuilding	80
Interne links	81
Externe links.....	81

Reciprocal-links.....	82
Betaalde links	83
No-follow-tag.....	84
Comment-spam.....	84
Linkbuildingstrategieën	85
Laaghangend fruit	86
DMOZ.org.....	87
Volg de links naar je concurrenten	88
Goede content schrijven.....	89
Plekken om te publiceren	90
Article submission	91
Linkbait	91
Liveblogging.....	93
Humor	93
Social media is een SEO-factor	93
Ingekorte URL's.....	94
Welke social media?.....	94
Google+.....	95
Hoofdstuk 6: Google Analytics.....	97
Google Analytics geeft inzicht in SEO-resultaten.....	97
Hoe zet je Google Analytics op jouw website?.....	98
Google Analytics en Google AdWords.....	99
Verkeersbronnen	100
Twitterverkeer	100
Direct verkeer	100
Zoekwoorden uit niet-betaalde zoekopdrachten in Google identificeren ..	101
Google Analytics-data analyseren!	101
Bouncerate.....	103
Snelheid.....	105
Hoofdstuk 7: Mobiele SEO	107
Een aparte website voor mobiele apparatuur scoort!.....	108
Manieren om jouw website mobiel te maken.....	109
Mobiele webshops.....	112
Een blik in de toekomst.....	112

Hoofdstuk 8: Local Search	115
Zichtbaar in Google voor locals	115
Google Places	116
De perfecte Google Places-vermelding	117
Hoofdstuk 9: De Panda- en Pinguïnupdates	119
Panda's lijken lief, maar pas op!	119
Pinguïn-update	122
Hoofdstuk 10: De laatste ontwikkelingen volgen	123
Matt Cutts	124
Seomoz.org	124
Search Engine Land	124
Search Engine Watch	125
Mashable	125
Nederlandstalige SEO-websites	126
Wij van Google adviseren Google!	126
Google Webmaster Central Blog	127
Google AdWords Blog	127
Google Analytics Blog	127
Hoofdstuk 11: Webmaster Central van Google	129
De mogelijkheden van Webmaster Central	130
Dashboard	131
Configuratie	132
Gezondheid	133
Verkeer	134
Optimalisatie	134
Labs	136
Hoofdstuk 12: SEO zoals het niet moet	137
Wat echt niet mag	137
Voorbeelden van illegale toepassingen	138
Gebruik je gezonde verstand	140
Hoofdstuk 13: De tien meest gemaakte fouten op gebied van SEO	143
Geen toegevoegde waarde	143
SEO als basis voor de content op je website	144

Alle SEO-trends volgen.....	145
Stoppen met verbeteren van de website na oplevering	146
Sites bouwen die Google niet kan vinden	146
Verkeerde zuinigheid.....	147
Zoekmachines misleiden	147
De concurrentie kopiëren.....	148
Social media negeren.....	148
Ongeduld	149
Index.....	151

Hoofdstuk 1

SEO

.....

In dit hoofdstuk:

- ▶ De betekenis van SEO
 - ▶ Waarom SEO belangrijk is
 - ▶ Hoe een zoekmachine werkt
 - ▶ Hoe websites in zoekmachines terechtkomen
-

Een website bouwen is tegenwoordig relatief eenvoudig. Ook zonder technische kennis is het mogelijk om websites te maken. Het wordt pas lastig wanneer jouw website online staat en je ontdekt dat er geen bezoekers op jouw website komen.

Om meer bezoekers op jouw website te krijgen is het van groot belang dat jouw website zichtbaar is in zoekmachines. De vindbaarheid van jouw website in zoekmachines kan meestal aanzienlijk verbeterd worden door gebruik te maken van verschillende technieken.

Om jouw website goed zichtbaar te maken in zoekmachines is het belangrijk om te weten hoe zoekmachines precies werken. Pas dan kan er worden begonnen met het optimaliseren van jouw website voor een betere vindbaarheid in zoekmachines.

Wat is SEO?

SEO is de Engelse afkorting voor Search Engine Optimization. Dit betekent vrij vertaald het optimaliseren van websites voor

zoekmachines. In de beginperiode van het internet was het vrij gemakkelijk om informatie te vinden. Dit kwam door het feit dat er niet al te veel websites waren. Het was in de beginperiode van het internet relatief eenvoudig om een index te bouwen met daarin alle websites.

Nu is dat wel even anders. Het aantal websites is explosief gestegen. Voor elk denkbaar onderwerp is wel een website te vinden en voor populaire onderwerpen zijn zelfs duizenden of tienduizenden websites online beschikbaar.

Er zijn tegenwoordig zo veel websites dat het onmogelijk is om deze allemaal zichtbaar te maken met een eenvoudige directory. Een directory is een onlinevariant van de Gouden Gids. Op basis van dit soort directory's werd de eerst zoekmachine geboren. Een zoekmachine stelt je in staat om door middel van het invoeren van trefwoorden relevante websites te vinden. Dit in tegenstelling tot een directory waar je door categorieën kunt bladeren om websites over een bepaald onderwerp te vinden.

Waarom SEO?

Wat kun je nu als website-eigenaar doen om zichtbaar te worden in de zoekresultaten van een zoekmachine, die relevant zijn voor het onderwerp van jouw website? Zeker als er veel websites zijn die over hetzelfde onderwerp gaan, is dat nog niet zo eenvoudig.

Iemand die een zoekmachine gebruikt, klikt meestal op de eerste paar zoekresultaten. Een gebruiker van een zoekmachine klikt pas op de lager gepositioneerde zoekresultaten, wanneer de opgevraagde informatie niet op topposities beschikbaar is. Het is daarom belangrijk dat een website hoog scoort voor relevante zoekopdrachten in zoekmachines. Is jouw website pas zichtbaar aan de onderkant van de lijst met

zoekresultaten of pas op de tweede of nog veel erger op de derde pagina en verder, dan kost je dat veel bezoekers.

Het is zaak om de zoekmachines ervan te overtuigen jouw website hoog in de zoekresultaten te plaatsen. Je moet je website hiervoor zoekmachinevriendelijk maken. Door zo goed mogelijk aan zoekmachines te ‘vertellen’ waar jouw website over gaat, maak je meer kans op een hoge positie.

Hoe meer concurrentie, des te moeilijker dit is. Er zijn immers in de meeste gevallen meer websites dan dat er goede plekken in zoekmachines beschikbaar zijn.

Het simpelweg hebben van een website is daarom niet meer voldoende. Om bezoekers op jouw website te krijgen is het noodzakelijk dat deze niet alleen vindbaar is in zoekmachines, maar ook hoog scoort in de zoekresultaten.

Er zijn heel veel zoekmachines, maar één daarvan wordt uitzonderlijk veel gebruikt en dat is de zoekmachine van Google. Lang niet altijd was Google de grootste zoekmachine. Vele andere zoekmachines waren in de begintagen van het internet veel groter. Google is slechts veertien jaar oud.

De zoekmachine van Google kenmerkt zich door een eenvoudige vormgeving en goede relevante resultaten voor zoekopdrachten. Dit heeft ervoor gezorgd dat Google in korte tijd veel marktaandeel veroverde. In Nederland heeft Google zelfs een marktaandeel van meer dan 95 procent. Ook in de meeste andere landen van de wereld is het marktaandeel van Google erg hoog. Behalve in China en enkele andere Aziatische landen; daar heeft Google geen dominerende positie. Dit heeft verschillende oorzaken. Een reden is bijvoorbeeld dat Google last heeft van censuur en andere beperkingen die worden opgelegd door de lokale overheden. Een andere reden is dat Aziatische internetgebruikers nu eenmaal anders met internet omgaan dan internetgebruikers uit het Westen.

Wanneer we praten over een goede zichtbaarheid in zoekmachines bedoelen we dus eigenlijk: goed gevonden worden in Google. Er zijn duizenden zoekmachines, maar omdat vrijwel iedereen gebruikmaakt van Google is het dus erg belangrijk om de website zo in te richten dat deze in Google goed vindbaar is. Een website die hoog scoort in Google, scoort meestal ook goed in andere zoekmachines, al is dit lang niet altijd het geval.

Hoe zorg je ervoor dat jouw website goed zichtbaar is in Google? Om hierachter te komen is het belangrijk te weten hoe zoekmachines werken. Als je weet hoe zoekmachines bepalen welke websites bovenaan komen te staan, is dit een fluitje van een cent. Helaas is Google niet bereid om deze informatie met je te delen, omdat het vaak voorkomt dat websites worden gemanipuleerd om hoog te eindigen in de zoekresultaten. Dit zijn meestal niet de meest relevante websites om in de zoekresultaten weer te geven en daarom blijven de criteria geheim.

Toch is het wel degelijk mogelijk om zelf een aantal zaken toe te passen die ervoor zorgen dat jouw website hoger scoort in zoekmachines zoals die van Google.

De great firewall of China

Dat Google geen dominante marktpositie heeft verworven in China betekent nog niet dat Google dit ook niet heeft geprobeerd. Google heeft als bedrijfsmotto 'Don't be evil'. Dit mot-

to botst hevig met de internetcensuur van de Chinese overheid. Sommige diensten van Google zijn om die reden nog steeds niet beschikbaar in China.

Het verschil tussen SEA en SEO

Google is de laatste jaren een stuk commerciëler geworden. Als beursgenoteerd bedrijf heeft Google te maken met aandeelhouders en die willen geld zien. Alles draait om plekken waar Google relevante advertenties kan weergeven. Voor

Google zouden zoekresultaten natuurlijk het liefst allemaal betaald zijn.

Adverteren in de zoekmachines en op andere netwerken van Google is een kunst op zich. Dit wordt ook wel SEA genoemd, wat staat voor Search Engine Advertising. Een van de nadelen van SEA is dat je altijd geld moet betalen om zichtbaar te zijn met jouw website in Google. Omdat je met het slim toepassen van SEA veel geld kunt besparen, is dit onderwerp beslist een eigen boek waard. Daarom gaan we hier niet verder in op SEA. Wij concentreren ons nu op SEO, de niet-betaalde zoekresultaten in Google. Het voordeel van SEO is dat dit slechts tijd kost en geen geld.

Een ander groot voordeel van het toepassen van SEO is dat je altijd zichtbaar bent wanneer je eenmaal bovenaan staat, dit in tegenstelling tot SEA. Wanneer het beschikbare budget van SEA op is, ben je niet meer zichtbaar totdat het budget weer is aangevuld.

Nadeel van SEO is dat je nooit gegarandeerd bovenaan komt te staan en dat een behaalde positie in de zoekresultaten geen garantie is voor de toekomst.

Figuur 1.1:
Overzicht van de betaalde en niet-betaalde posities in de zoekresultaten van Google

