
Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Introductie Visual Steps™	6
Nieuwsbrief	6
Wat heeft u nodig?	7
Hoe werkt u met dit boek?	7
Uw voorkennis	8
De website bij het boek	8
Toets uw kennis	8
Voor docenten	8
De schermafbeeldingen	9
1. Zoekresultaten in Google	11
1.1 Zoekresultaten in <i>Google</i>	12
1.2 Betaalde en natuurlijke zoekresultaten	13
1.3 Een zoekresultaat beter bekeken	14
1.4 Google.nl versus Google.com	15
1.5 Andere soorten zoekresultaten	19
1.6 Stappenplan voor uw eigen website	21
1.7 Achtergrondinformatie	22
1.8 Tips	24
2. Uw website aanmelden	27
2.1 Uw website aanmelden	28
2.2 Uw aanmelding controleren	28
2.3 Wat ziet de zoekmachine	29
2.4 Stappenplan voor uw eigen website	30
2.5 Achtergrondinformatie	31
2.6 Tips	32
3. Zoekwoorden	33
3.1 Uw bedrijfsnaam	34
3.2 Zoekwoorden vinden	34
3.3 Zoekwoordvolume	42
3.4 Concurrentie	46
3.5 Stappenplan voor uw eigen website	49
3.6 Achtergrondinformatie	50
3.7 Tips	52
4. Zoekwoorden op uw website	55
4.1 Websitetekst bekijken	56
4.2 Zoekwoordtekst schrijven	63
4.3 Verbeteringen doorvoeren	65
4.4 Stappenplan voor uw eigen website	67
4.5 Achtergrondinformatie	68
4.6 Tips	70
5. Technische problemen herkennen en oplossen	71
5.1 Heeft <i>Google</i> uw website gezien?	72

5.2 Dubbele inhoud	74
5.3 Redirects	76
5.4 Javascript en meer	77
5.5 Stappenplan voor uw eigen website	82
5.6 Achtergrondinformatie	83
5.7 Tips	85
6. Populariteit	87
6.1 De ankertekst	88
6.2 Hyperlinken binnen uw website	89
6.3 Hyperlinken met anderen	90
6.4 De <i>Google Toolbar</i>	93
6.5 <i>Google</i> PageRank	96
6.6 Stappenplan voor uw eigen website	99
6.7 Achtergrondinformatie	100
6.8 Tips	101
7. Google webmasterhulpprogramma's	103
7.1 Uw website toevoegen	104
7.2 Uw website-instellingen	108
7.3 Uw website op internet	109
7.4 Diagnose	114
7.5 Stappenplan voor uw eigen website	117
7.6 Achtergrondinformatie	118
7.7 Tips	119
8. Google AdWords	121
8.1 Aan de slag met <i>Google AdWords</i>	122
8.2 Uw eerste campagne maken	124
8.3 Een advertentie maken	127
8.4 Advertentiegroepen maken	133
8.5 Factuurgegevens doorgeven	134
8.6 Stappenplan voor uw eigen website	138
8.7 Achtergrondinformatie	139
8.8 Tips	141
9. Google Analytics	145
9.1 Aanmelden bij <i>Google Analytics</i>	146
9.2 <i>Google Analytics</i> rapporten	151
9.3 Instellingen in <i>Google Analytics</i>	160
9.4 Stappenplan voor uw eigen website	165
9.5 Visual Steps-website en Nieuwsbrief	166
9.6 Achtergrondinformatie	167
9.7 Tips	168
Bijlage A. Google-account maken	171
Bijlage B. Index	173

Hoe werkt u met dit boek?

Dit boek is geschreven volgens de Visual Steps™-methode. U legt het boek naast uw computer en voert alle opdrachten direct uit op uw computer. Door de duidelijke instructies en de vele schermafbeeldingen weet u precies wat u moet doen. Zo leert u vlot en zonder problemen werken met de toepassingen.

In dit Visual Steps™-boek ziet u verschillende tekens. Die betekenen het volgende:

Handelingen

Dit zijn de tekens die een handeling aangeven:



De muis geeft aan dat u iets met de muis moet doen.



Het toetsenbord betekent dat u iets moet typen op het toetsenbord.



De hand geeft aan dat u hier iets anders moet doen, bijvoorbeeld de computer aanzetten, of een reeds bekende handeling uitvoeren.

Naast deze handelingen wordt op sommige momenten extra hulp gegeven om met succes dit boek door te werken.

Hulp

Extra hulp vindt u bij deze tekens:



De pijl waarschuwt u voor iets.



Bij de pleister vindt u hulp bij veelgemaakte fouten.

U vindt in dit boek ook veel algemene informatie en tips. Deze informatie staat in aparte kaders.

Extra informatie

De kaders zijn aangeduid met de volgende tekenjes:



Bij het boekje krijgt u extra achtergrondinformatie die u op uw gemak kunt doorlezen. Deze extra informatie is echter niet noodzakelijk om het boek door te kunnen werken.



Bij een lamp vindt u een extra tip.

1. Zoekresultaten in Google



Google is verreweg de meest gebruikte zoekmachine in Nederland. De website www.google.nl bereikt ongeveer 97% van alle Nederlandse internetgebruikers. In dit boek leert u hoe *Google* uw website vindt en hoe uw website beter gevonden kan worden in de zoekresultaten.

U gebruikt waarschijnlijk zelf regelmatig een zoekmachine voor het vinden van informatie op het internet. In dit hoofdstuk bekijkt u de zoekresultaten die *Google* toont na uw zoekacties. U leert onderscheid maken tussen betaalde en natuurlijke zoekresultaten.

In dit hoofdstuk leert u:

- de verschillende opties van het zoekvenster gebruiken;
- betaalde en natuurlijke resultaten onderscheiden;
- het verschil tussen Google.nl en Google.com;
- andere soorten zoekresultaten herkennen.





Let op!

Websites op internet zijn voortdurend in ontwikkeling. Het is daarom mogelijk dat het venster of de knoppen op uw beeldscherm er iets anders uitzien dan de schermafbeeldingen in het boek. Ga in dat geval altijd eerst op zoek naar een vergelijkbare knop of functie.

1.1 Zoekresultaten in Google

U wilt graag dat uw website goed gevonden wordt in *Google*. Daarom is het belangrijk dat u begrijpt wanneer en hoe zoekresultaten getoond worden. Dit gaat u in dit hoofdstuk bekijken. Ook leert u welke zoekresultaten het populairst zijn. U gaat aan de hand van een voorbeeld bekijken hoe de zoekresultaten in *Google* getoond worden:

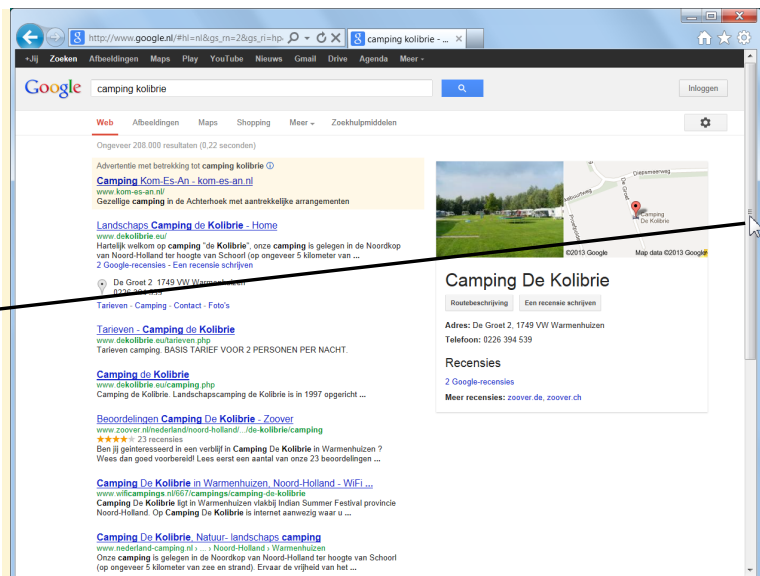
 **Open de webpagina www.google.nl**

 **Laat *Google* zoeken naar: camping kolibrie**

U ziet een aantal zoekresultaten:



Sleep het schuifblok omlaag



Afhankelijk van uw beeldscherminstelling ziet u ongeveer vijf zoekresultaten op uw beeldscherm. De zoekresultaten die u ziet zonder dat u het schuifblok hoeft te gebruiken, worden ook wel *boven de vouw* genoemd. Zoekresultaten *boven de vouw* worden veel beter bekeken dan zoekresultaten *onder de vouw*. De bovenste drie zoekresultaten worden in ongeveer 95% van de gevallen bekeken. Het bovenste zoekresultaat wordt ook wel *positie 1* genoemd, het zoekresultaat eronder *positie 2*, enzovoort.



Let op!

U ziet waarschijnlijk niet precies dezelfde zoekresultaten als in het voorbeeld. Dit komt doordat het internet en ook de zoekresultaten continu veranderen.

Als u het schuifblok omlaag heeft geslept, ziet u de onderste zoekresultaten op de eerste zoekpagina:

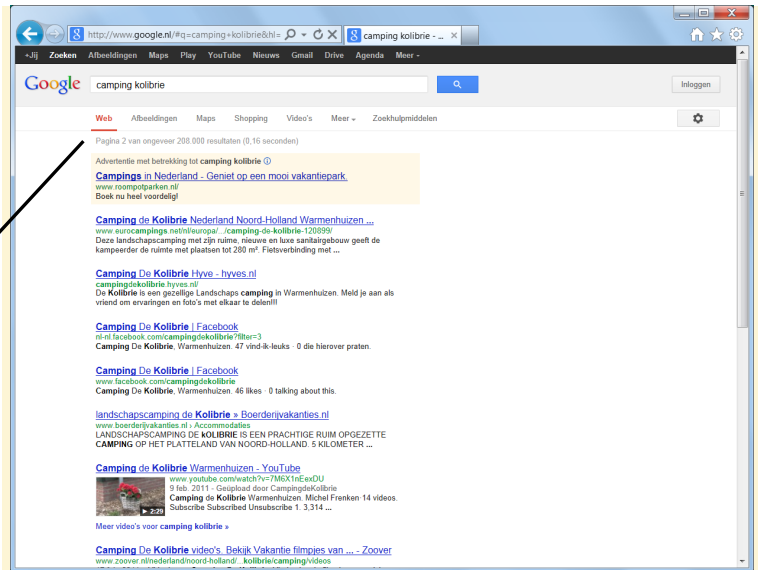


Klik op 2




U ziet de tweede pagina met zoekresultaten:

Net onder het zoekvak ziet u het paginanummer en ook het totaal aantal zoekresultaten:



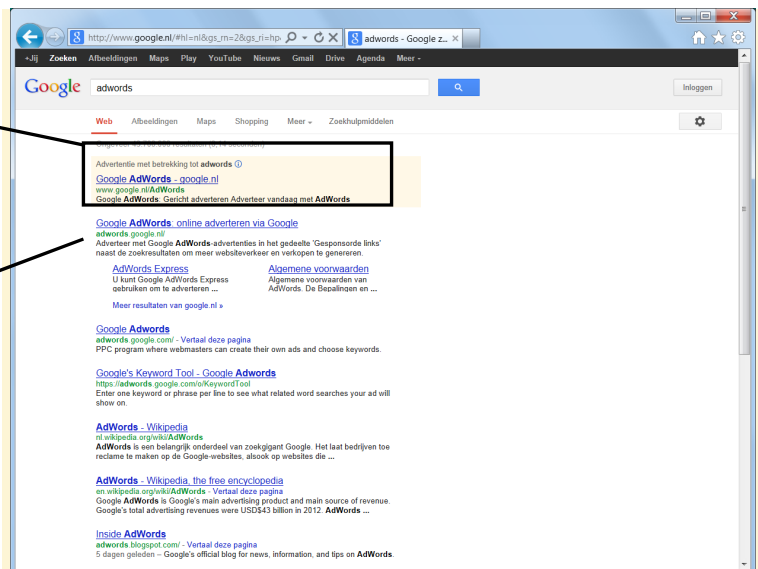
1.2 Betaalde en natuurlijke zoekresultaten

Tot nu toe heeft u alleen natuurlijke zoekresultaten bekeken. Natuurlijke zoekresultaten zijn de zoekresultaten in *Google* waarvoor niet betaald kan worden. De positie van uw website wordt bepaald aan de hand van relevantie. Het streven van *Google* is om zoekresultaten te tonen die het meest passen bij de zoekvraag.

 **Laat Google zoeken naar:** adwords

U ziet nu boven in het venster de betaalde zoekresultaten:

Daaronder ziet u de natuurlijke zoekresultaten:



 **Sleep het schuifblok omlaag**

Onder op de pagina ziet u ook betaalde zoekresultaten:



Betaalde zoekresultaten zijn te herkennen aan de toevoeging **Advertenties**:

Advertenties met betrekking tot adwords ⓘ

Adword?
www.adwordsspecialist.nl/
 € 289,- per maand, inclusief kliktegoed. Ervaring Sinds 2004!

Adwords Uitbesteden?
www.digitalpromotion.nl/
 Betere Adwords Resultaten Nodig? Nu 3 Maanden Proef. Sinds 2004!


Adwords
www.iclicks.nl/Google-AdWords
 Nu 100 euro AdWords cadeau! Heeft u vragen? Bel 0800-4254257.

Betaalde zoekresultaten komen uit *Google AdWords*, het advertentieprogramma van Google. In *Hoofdstuk 8 Google AdWords* leert u meer over dit programma.

Let op!

Ondanks dat betaalde zoekresultaten soms boven de natuurlijke resultaten verschijnen, zijn de natuurlijke resultaten toch populairder. De meeste mensen hebben meer vertrouwen in de natuurlijke resultaten dan in advertenties.

 **Laat Google zoeken naar:** hypotheek

 **Bekijk de zoekresultaten**

 **Ga na of u betaalde zoekresultaten ziet**

Hier ziet u mogelijk ook betaalde zoekresultaten rechts in het venster, naast de natuurlijke zoekresultaten.

1.3 Een zoekresultaat beter bekijken

Een zoekresultaat bestaat uit drie onderdelen. Elk van de onderdelen kunt u als website-eigenaar proberen relevanter en aantrekkelijker te maken voor uw eigen website. Als dit lukt kunt u meer bezoekers op uw website verwachten.

Een (natuurlijk) zoekresultaat bestaat uit de volgende onderdelen

De *titel*:  [9292 reist met je mee](https://9292.nl/)
9292.nl/
Gratis planner voor een reis met het Nederlandse openbaar vervoer - trein, bus, tram en metro. Verder nieuws en actuele informatie over openbaar vervoer.

De titel van het zoekresultaat komt overeen met de titel van de gevonden webpagina. Een aantrekkelijke titel zorgt voor meer mensen die klikken op de link en dus naar uw website gaan. In *Hoofdstuk 4 Zoekwoorden op uw website* leert u hoe u titels op uw website kunt aanpassen.

Het *webadres*:  [9292 reist met je mee](https://9292.nl/)
9292.nl/
Gratis planner voor een reis met het Nederlandse openbaar vervoer - trein, bus, tram en metro. Verder nieuws en actuele informatie over openbaar vervoer.

Het *webadres* is het internetadres van de gevonden webpagina.


De *beschrijving*:  [9292 reist met je mee](https://9292.nl/)
9292.nl/
Gratis planner voor een reis met het Nederlandse openbaar vervoer - trein, bus, tram en metro. Verder nieuws en actuele informatie over openbaar vervoer.


De beschrijving geeft kort weer waar uw website over gaat. Met een aantrekkelijke beschrijving trekt u meer bezoek naar uw website. De beschrijving stelt *Google* samen uit de tekst op uw website. Soms wordt ook de beschrijving van uw webpagina gebruikt.

De zoekwoorden op de gevonden webpagina die overeenkomen met de zoekvraag zijn dikgedrukt in de zoekresultaten. Dit kan zowel in de titel, de beschrijving als in het webadres voorkomen.

 **Laat Google zoeken naar:** D-reizen

U ziet het zoekresultaat en het zoekwoord 'D-reizen' drie keer dik gedrukt:  [D-reizen - Wikipedia](https://nl.wikipedia.org/wiki/D-reizen)
nl.wikipedia.org/wiki/D-reizen
D-reizen is een landelijke keten van reisbureaus in Nederland met het hoofdkantoor in Heerladorp. De keten is onderdeel van de Samenwerkende Dirk van den ...

 **Laat Google zoeken naar uw eigen bedrijfsnaam of websitenaam**

 **Bekijk uw titel en omschrijving in de zoekresultaten**

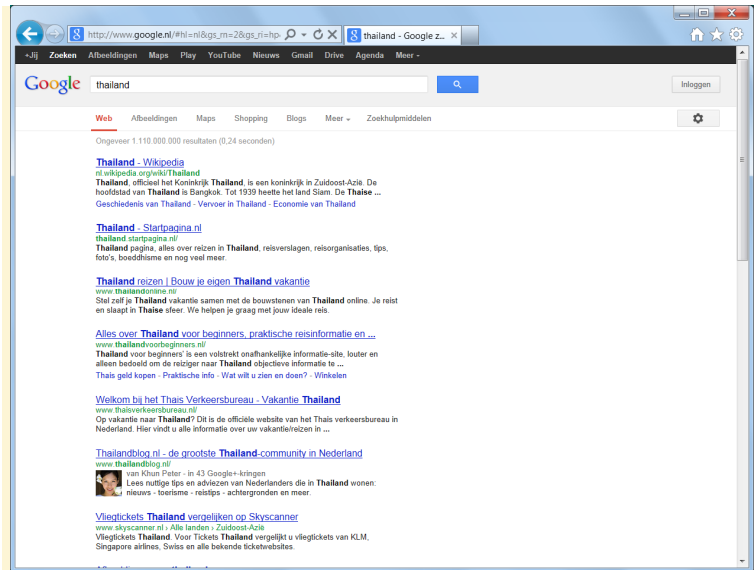
Een aantrekkelijke titel en beschrijving die aanspoort tot het bezoeken van uw website is erg belangrijk. Als een zoekresultaat vaak wordt bezocht, gaat *Google* ervan uit dat uw website relevant is en dat is weer goed voor uw positie in de zoekresultaten.

1.4 Google.nl versus Google.com

De zoekresultaten in Google.nl en Google.com verschillen van elkaar. Ook hebben uw zoekinstellingen invloed op de getoonde zoekresultaten in *Google*. U leert nu deze verschillen herkennen en uw zoekinstellingen aanpassen:

 **Laat Google zoeken naar:** thailand

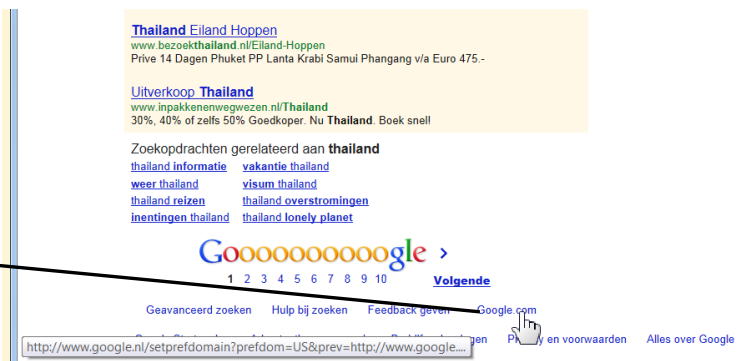
U zoekt met Google.nl, dus u krijgt voornamelijk Nederlandse zoekresultaten:



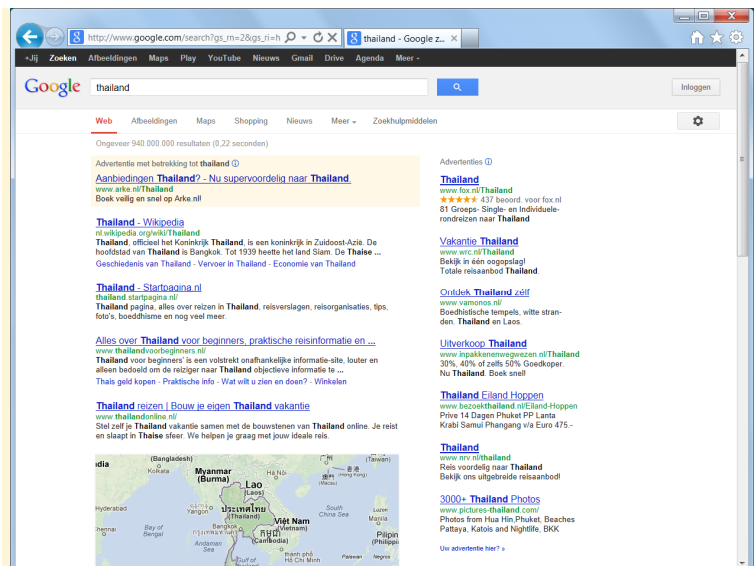
U opent nu Google.com:

 **Sleep het schuifblok omlaag**

 **Klik op** 



U ziet mogelijk een aantal Engelse, maar voornamelijk Nederlandse zoekresultaten:



HELP! Ik krijg alleen Engelse resultaten

De meeste mensen hebben hun zoekinstellingen op Nederlands staan. Als dit bij u niet het geval is, ziet u waarschijnlijk alleen Engelse resultaten.



Ga verder met de volgende handelingen