

Keywords, metatags, wie is er niet groot mee geworden? Maar net als met pindakaas wil ook Google af en toe weleens wat anders. Naast SEO-klassiekers moet elke site-eigenaar dus ook nieuwe trucs toepassen. Hieronder komen ze hapklaar aan bod, geleverd door drie experts op het gebied van zoekmachine-optimalisatie.

DOOR KAREL KOLB

Uw maandelijkse seo-checkup

De basis

1 Zorg dat elke pagina van uw site een unieke, beschrijvende titel heeft. En dat alle pagina's voor zoekrobots beschikbaar en doorzoekbaar zijn. Schotel daarbij bezoekers en zoekmachines dezelfde content voor. Die content is bij voorkeur voorzien van <h> tags (om koppen te maken) en niet overdeven veel keywords die voor uw site of business van belang zijn.

Welke woorden zijn key?

2 Die woorden die verkeer opleveren (check uw stats) en waarmee hoog scoren in Google mogelijk is. Doe dus zoekwoordonderzoek. Verwerk ze in koppen, titels en broodtekst en gebruik synoniemen ter afwisseling. Een al wat oudere SEO-regel luidt trouwens dat zeven keywords op elke honderd woorden optimaal is.

Overdrijf het niet

5 We vroegen de experts ook welke zaken anno 2009 echt niet meer kunnen. Webteksten volstoppen met keywords is uit den boze ('Harry Potter? Alles over Harry Potter en de avonturen van Harry Potter vindt u op onze Harry Potter site!'). Algemeen: waak voor overoptimalisatie, onplezierig voor Google en vaak ook voor uw bezoekers. Punt van discussie is de metatag keywords, daar zijn de experts het niet helemaal over eens. Hou het maar op 'baat het niet, dan schaadt het niet'.

Over links

4 Naast de anchor tekst heeft de ideale backlink (een link naar uw site) ook een title attribuut. Dit is de tekst die verschijnt als iemand met z'n muis op de link 'leunt'. Dit attribuut wordt vaak vergeten of staat default op 'Klik hier!' in het CMS. Een gemiste kans volgens de experts. Tik ook eens link:www.uwconcurrent.nl in op Google, ziet u gelijk welke backlinks ook naar uw site zouden moeten verwijzen.

En niet vergeten

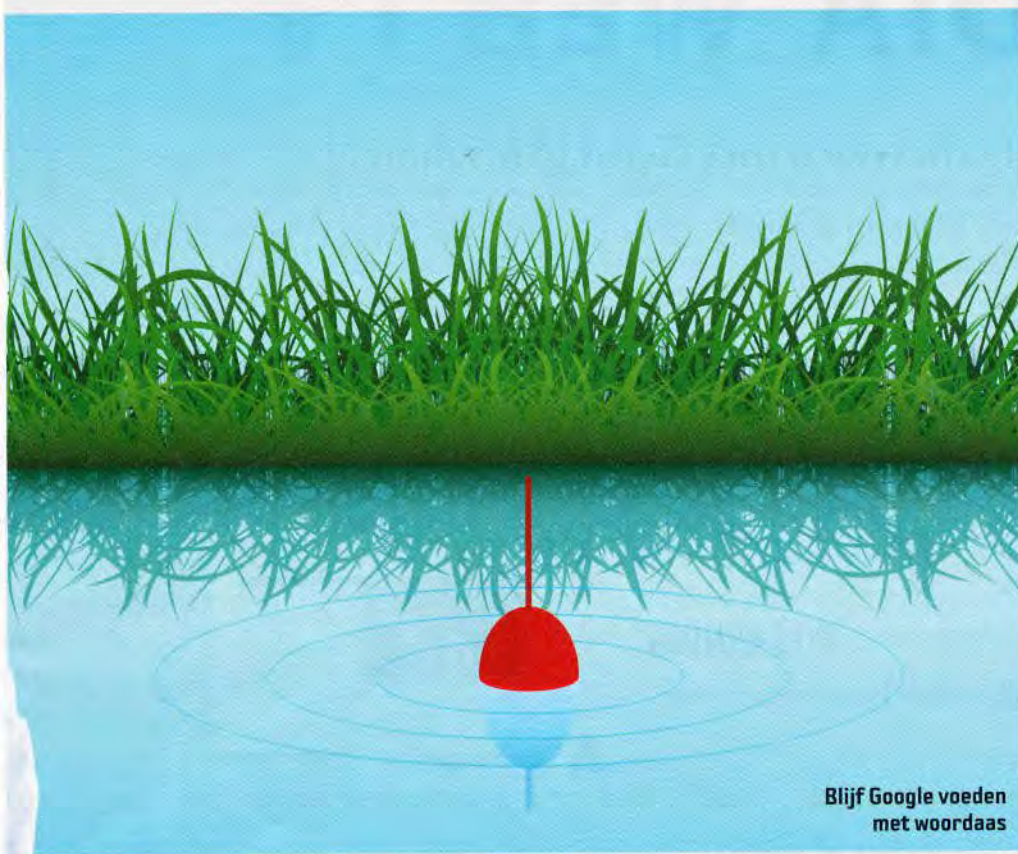
3 Inkomende links zijn en blijven van levensbelang voor een goede (zoekmachine) vindbaarheid van uw site. Maak werk van inkomende links vanaf relevante websites. U doet het helemaal goed als de anchor tekst (dat is de linkbeschrijving) ook betekenisvol is. Help linkers naar uw site op dat gebied door ze een voorbeeldtekst voor de link aan te bieden.

En die andere metatag?

6 Hoewel ook de metatag description betere tijden heeft gekend is het toch verstandig om hem wel te gebruiken. Het is immers vaak de tekst die in Google tussen de zoekresultaten opduikt. Goed voor Google én uw bezoekers dus. Als u deze tag wervend opstelt, kan het zelfs een goeie 'call to action' vanuit zoekmachines zijn.

Hoe zit 't met de PageRank?

7 PageRank (PR), het Google rapportcijfer voor uw site, heeft volgens kenners z'n beste tijd gehad. Een hoge PageRank is geen garantie (meer) voor topposities in Google. Veel zoekmachinetoppers hebben tegenwoordig een lage of zelfs geen PR meer. Desondanks moet u (interne) links nog steeds zo toepassen dat de PR die u heeft niet onnodig 'verwatert'.



Blijf Google voeden met woordaas

Wie blogt rockt

9 Door blogs, fora en tools als Twitter worden bedrijven gedwongen transparant en eerlijk te communiceren, merken worden persoonlijkheden. Dat is voor u niet alleen een nood, maar ook een deugd. Als u op uw bedrijfssite regelmatig posts plaatst waarin u de lezer een blik in de keuken gunt is dat twee keer goed. Eén keer voor uw imago, en twee keer voor het woordaas waarmee u Google voedt.

Social networks

8 Zet sociale netwerken in als 'linkaas'. Als u actief bent op LinkedIn of Facebook vergroot u de kans op buzz rond uw merk of bedrijf. Met een beetje mazzel volgen daar weer links uit naar uw website. Twitteraars dropen regelmatig hyperlinks in hun tweets: opgepikt door Google en followers zorgt dit voor extra verkeer naar uw homepage. Overigens telt Google dit meestal niet als backlinks.

Huiswerk

10 Wat moet u elke maand even doen om uw SEO-strategie in topconditie te houden? Hou altijd uw stats in de gaten: zo ziet u waar uw bezoekers vandaan komen en constateert u fouten in uw site-navigatie. Vraag ook eens een klant om naar uw site te kijken en te zeggen wat hij of zij mist. Het antwoord is vaak meteen een SEO-kans.

Stats: zoekwoorden

12 Kijk ook naar het soort zoektermen dat voor verkeer vanuit Google zorgt. Zijn dit algemene woorden of hebben ze te maken met uw bedrijf of merk? En hoe is dan de verhouding 'merkgereleerd verkeer' versus 'algemeen verkeer'? De antwoorden hierop geven weer aanwijzingen of en hoe u uw webteksten aan moet passen.

Stats: verkeer

11 Check verder regelmatig de belangrijkste zoektermen in Google die u verkeer opleveren. Ook goed om te meten: welk percentage van zoekers op een term komt naar uw site (traffic share)? Om dit te achterhalen kunt u uw eigen cijfers vergelijken met een module als de Google AdWords verkeerschatting (<https://adwords.google.nl/select/TrafficEstimatorSandbox>).

Aan dit artikel werkten mee: **Keesjan Deelstra** (InternetEffect), **Eduard Blacquièr** (Outrider) en **Wiep Knol** (Tribal Internet Marketing)