

SEO GUIDE



Zoekwoord onderzoek wat zijn de 5 belangrijkste punten?

- Zoekwoord volume
- Potentieel volume
- Zakelijk potentieel
- Overeenkomen met zoekintentie
- Bepalen of je kunt ranken

1. Zoekwoord volume

Aantal keer dat het zoekwoord wordt gezocht.

2. Potentieel volume

Totaal aantal keer dat de pagina scorend op specifiek zoekwoord wordt bezocht.

3. Zakelijk potentieel

Kijk naar het zakelijk potentieel, is er intentie voor jouw diensten of producten als ze deze zoek term opzoeken. Voorbeeld voor een Biologische koffie retailer:

0. Starbucks in de buurt
1. Wat is biologische koffie?

2. Beste biologische koffie

3. Biologische koffie bestellen

4. Overeenkomen met zoekintentie

Reden achter zoekterm van zoeker

Om deze te achterhalen kijk je naar de best scorende pagina op deze zoekterm

Analyseer de best scorende pagina's op de 3 C's

Content type

- Blogs: informatieve artikelen die antwoorden geven op veelgestelde vragen.
- Video's: visuele content die uitleg geeft of laat zien hoe iets werkt.
- Productpagina's: Pagina's die gedetailleerde informatie geven over een specifiek product.
- Categoriepagina's: pagina's die een overzicht geven van meerdere producten of diensten binnen een bepaalde categorie.
- Landingspagina's: specifieke pagina's die zijn ontworpen om bezoekers te laten converteren, zoals een aanmeldpagina voor een nieuwsbrief of een verkooppagina.

Content indeling

- How-to guides: stapsgewijze handleidingen die laten zien hoe je iets doet.
- Step-by-step tutorials: gedetailleerde tutorials die elke stap van een proces uitleggen.
- Lijst Posts: artikelen die informatie opsommen in een gemakkelijk leesbaar formaat, zoals "Top 10 tips voor SEO".
- Tools en calculators: interactieve content die gebruikers helpt iets te berekenen of een probleem op te lossen.

Content invalshoek

- Voor beginners: content die is gericht op mensen die nieuw zijn in een onderwerp, zoals "SEO voor beginners".
- Versheid Invalshoek: content die de meest actuele informatie biedt, vaak aangeduid met een jaartal, zoals "SEO tips 2024".
- Deals en aanbiedingen: content die focust op het vinden van de beste deals, zoals "De beste aanbiedingen voor SEO tools".

Hoe vind je de juiste zoektermen?

Generen van zoektermen

1. Bedenk een lijst van basiszoektermen (brede zoektermen verwant aan jouw niche).

Bijvoorbeeld:

Koffie, Koffiebonen en Koffiemokken. Voer deze in een een zoekwoordentool (Ahref, Ubersuggest etc.)

2. Bepaal aan de hand van de 4 pijlers of deze geschikt zijn.

1. Zoekwoord volume -> Minimaal 100 zoekvolume
2. Potentieel volume
3. Zakelijk potentieel
4. Overeenkomen met zoekintentie -> aan de hand van 3 C's

On-page SEO

Het doel van de pagina's moet zijn om de zoekintentie te bevredigen. Doormiddel van de drie C's. De inhoud moet de dingen behandelen die de zoeker verwacht te zien.

De basis die goed moeten zijn:

- Titels
- Subkoppen
- Interne links
- Leesbaarheid
- De inhoud zelf

Inhoud check

Vraag: Waar moet ik precies over schrijven om aan de verwachting van zoekers te voldoen?

Antwoord: Leer van de pagina's van je concurrenten.

Bekijk de overeenkomsten van de best scorende pagina's die de zelfde intentie hebben. Maak een pagina met dezelfde opbouw en structuur.

Technische On-page SEO

1. Neem je zoekterm op in je titel wanneer dat zinvol is.
2. Gebruik een korte beschrijvende URL-slug.
3. Meta-omschrijving (worden niet gebruikt voor ranking, maar kunnen doorklikpercentages (CTR) beïnvloeden)
4. Voeg interne links toe naar en van je pagina's
5. Optimaliseer afbeeldingen
 - Geef afbeeldingsbestanden een passende naam
 - Gebruik beschrijvende alt-tekst
 - Comprimeer afbeeldingen
6. Tips om de leesbaarheid te verbeteren
 - Schrijf in korte zinnen en korte alinea's
 - Gebruik beschrijvende subkoppen
 - Gebruik een groot genoeg lettertype
 - Vermijd het gebruik van moeilijke woorden
 - Schrijf zoals je spreekt

Andere on-page optimalisaties

- Open Graph (OG) meta tags
- Schema markup <https://technicalseo.com/tools/schema-markup-generator/>

Link Building

Het proces van het ontwikkelen van relaties met andere relevante website beheerders die bereid zijn om naar jouw content te linken omdat dit ook hun eigen inhoud verrijkt.

3 verschillende manieren om backlinks te krijgen: zelf toevoegen, kopen en verdienen.

Zelf toevoegen aan:

- Directories
- Blogreacties
- Sociale media profielen

Dit is de makkelijkste variant maar ook het minst effectief dus de backlink is minder waardevol.

Kopen

Betaal webmasters of auteurs voor een backlink, kan heel effectief zijn maar kan er ook voor zorgen dat je pagina niet meer geïndexeerd wordt.

Verdien ze:

- Door email outreach
- Door een bron te worden voor online publicaties of mediakanaal
- Organisch backlinks verdienen

Wat maakt een backlink goed?

Relevantie

Een ideale link zou contextueel geplaatst zijn binnen de inhoud van de tekst, waar iemand letterlijk jou aanbeveelt of naar je verwijst.

Autoriteit

Linkkracht die een pagina heeft. DR-beoordeling / URL-beoordeling

Goede anchor text

Relevantie en context, kort, Beschrijvend, natuurlijk gebruik, vermijd algemene termen als klik hier en lees meer

Link plaatsing

Een link bovenaan in een opiniestuk is waardevoller dan een link in de footer

Link Building tactieken

Er zijn 3 verschillende fases in Link Building

Prospecting

Vinden van relevante pagina’s die je eventueel kunnen linken.

Verfijnen

Het proces van de lijst met prospects te verfijnen doormiddel van DR en aansluiten van content.

Email outreach

Pitch afmaken en email sturen naar lijst van vetted prospects

2 verschillende tactieken

Gastbloggen

Is wanneer je content maak voor andere websites. Twee manieren om opties te vinden:

- In google : intitle:”Schrijf voor ons” + Thema waar je over wilt schrijven.
- Of bekijk content ideeën in Ubersuggest of een andere Tool en schrijf deze websites aan.

The Skyscraper techniek

Vind content met heel veel links. Maak je eigen versie op dit onderwerp maar verbeter de oude versie. Schrijf de websites aan die linken naar dit stuk en vraag of ze jouw versie willen gebruiken.

Benaderen voor backlinks

Wie contacteren: Algemeen gesproken de auteur van de post maar bekijken of deze persoon wel werkt voor het bedrijf. Indien je de mail niet kan vinden kun je deze vinden met de volgende tool: hunter.io

Opbouw email

1. Introductie

Vertel waarom je mailt. Goal: dat de ontvanger het volgende stuk van de mail leest.

2. Kwalificaties en rechtvaardiging

Laten zien waarom je gekwalificeerd bent.Rechtvaardig de pitch die in het volgende stik komt. Waarom zouden ze jouw blog of link moeten toevoegen?

Ga door met het gesprek

Sluit niet af met de pitch

zouden ze jouw blog of link moeten toevoegen?

3. De pitch

Bevat je verzoek evenals je waardevoorstel.

4. Ga door met het gesprek

Sluit niet af met de pitch

Voorbeeld:

- Sta je hier voor open?
- Is er iets wat ik heb gemist?

SEO Checklist

Hoeveel zoekwoord volume is er?

Hoeveel zoekwoord potentieel is er? Kijk naar het aantal kliks op de best scorende pagina dus niet alleen op dat specifieke woord.

Op welke zoekwoorden scoren de best scorende pagina’s nog meer?

Is er voldoende zakelijk potentieel?

ja nee

Match de zoekintentie met?

Invullen voor Content type:

Invullen voor Content indeling:

Invullen voor Content invalshoek:

Kun je ranken?

Missen sommige pagina’s de zoekintentie?

Hoeveel backlinks moet je minimaal toevoegen?

Is je DR (Domain Rating) goed genoeg om te concurreren?

Heb je voldoende autoriteit t.o.v. van de concurrenten?

Waar ga je de benodige backlinks vandaan halen?