

SEO checklist om hoog in Google te komen

Als je website hoog in Google komt dan heeft dat vele voordelen. Je bent beter vindbaar, krijgt meer (gerichte) bezoekers.

En als je het goed aanpakt kun je die bezoekers omzetten in klanten.

Deze SEO checklist (incl. toelichting) kan je helpen om **binnen enkele minuten** je webpagina te optimaliseren zodat deze hoger in Google komt.

Jouw pagina wordt dus beter vindbaar en trekt meer gratis bezoekers uit Google.

Door de stappen in deze SEO checklist wordt het stukken eenvoudiger om beter vindbaar te worden. Je kunt de checklist gebruiken **voor nieuwe en bestaande artikelen**.

In beide gevallen raden we aan om één zoekterm te kiezen die de meeste gebruikers invoeren in Google. Daarnaast is het belangrijk dat de webpagina naadloos aansluit op de vraag van de gebruiker.

Het moet de **beste webpagina van de wereld** zijn.

Als dat in orde is kun je deze checklist gebruiken om de webpagina te optimaliseren voor Google.

Tip: Voor een optimaal resultaat, print deze checklist (Je kunt hier de pdf downloaden)

SEO Checklist:

- De titel
- Title meta tag
- Description meta tag
- Zoekmachine vriendelijke url
- Zoekwoord gebruik (keyword density)
- Begin artikel met een afbeelding
- De eerste alinea
- Tussenkoppen
- Tekst opmaak
- Interne links en externe links
- Multimediale website
- Categorie toevoegen
- Artikel plaatsen

Toelichting SEO checklist:

De titel van de pagina

De titel is het belangrijkste onderdeel van je pagina. Een goede titel kan je artikel maken of breken en maakt het verschil tussen er overheen lezen of aanklikken.

Het formuleren van een goede titel is zeer belangrijk voor jou als website eigenaar. Het artikel kan inhoudelijk nog zo sterk zijn, maar als de titel niet uitnodigt om te lezen, dan klikt de zoeker niet op jouw artikel.

Voorbeeld titel van een van mijn artikelen op Ompro.nl:

Meer bezoekers zonder 't toevoegen van nieuwe content (2 tips)



Wat me altijd opvalt bij **zoekmachine optimalisatie** is dat het vrijwel altijd gaat om het creëren van nieuwe content en doen aan content marketing.

We creëren artikelen, verspreiden het, zorgen dat het gedeeld wordt en dat er naartoe wordt gelinkt etc. etc.

Waarom zou je niet kijken naar de bestaande content?

In dit artikel leggen we je uit hoe je meer bezoekers kunt krijgen zonder nieuwe content toe te voegen. [Lees het artikel](#)

Een goede paginatitel kenmerkt zich door:

1. Aantrekkelijk te zijn voor de doelgroep
2. Begrijpbaar te zijn voor de lezer
3. Zo concreet mogelijk te zijn
4. Een belofte in te lossen, de lezer moet weten wat het oplevert voor hem. (what's in it for me?)

Ik heb geprobeerd om de bovenstaande titel aantrekkelijk te maken, door te stellen dat je "meer bezoekers kunt krijgen zonder 't toevoegen van nieuwe content".

Vaak denkt men namelijk dat dit alleen kan door het creëren van nieuwe content. De titel is begrijpbaar voor de lezer.

Door erachter te zetten "2 tips" is de titel nog concreter.

En er wordt een belofte ingelost. Namelijk je kunt meer bezoekers krijgen als je deze tips toepast.

Hoe zit het dan met de vindbaarheid? Hoe kun je die verhogen?

De titel is een belangrijk onderdeel voor Google om te beoordelen waar een pagina over gaat.

Door in de titel de belangrijkste zoekterm te verwerken, verhoog je de vindbaarheid voor die term in Google.

Vaak is de titel gelijk aan de H1 tag. Dit is een zogenaamde heading tag.

Hoe verder naar voren de zoekterm staat, des te meer SEO waarde wordt toegekend door Google.

Verwerk de zoekterm slechts één keer in de titel. Veel webmaster maken namelijk misbruik van de titel door deze vol te proppen met zoekwoorden. Dit gaat dan vaak ten koste van de leesbaarheid.

Daarnaast loop je het risico dat Google dit ziet als keyword spamming. Ga hier verantwoord mee om.

Meta title tag optimaliseren

We hadden het net over de paginatitel die zichtbaar is op de website zelf. Nu kijken we naar de titel die zichtbaar is in Google. Dit is de meta title tag, soms ook SEO titel genoemd.

De meta title is de blauwe link die wordt weergegeven in de zoekresultaten van Google. Zie het voorbeeld hieronder:



De meta title heeft als doel, lezers uit te nodigen om de pagina aan de klikken in de zoekresultaten.

Het is aan jou de taak om op te vallen tussen de andere resultaten.

De title tag is niet alleen belangrijk voor bezoekers maar ook voor de zoekmachines.

Omdat de woorden die erin staan voor een deel bepalen op welke zoektermen je website gevonden wordt in Google.

Vandaar dat het ook goed is om **zoekwoorden waar je op gevonden wilt worden** te vermelden in de title tag.

De positie van het zoekwoord in de meta SEO titel doet er ook toe. Hoe verder het zoekwoord naar voren staat, des te meer waarde wordt toegekend door Google. Varieer en test hier mee.

Leesbaarheid is altijd belangrijker dan zoekterm optimalisatie.

Wordt er in de zoekresultaten vaker op een bepaalde titel geklikt, dan neemt Google aan, dat de bezoeker die titel (of het zoekresultaat) waardevoller vindt dan de andere resultaten.

Vaak winnen dit soort titels terrein en plaatst Google ze hoger.

Moeten de titel en title tag hetzelfde zijn? In veel gevallen wel! Als je dit niet doet kan het verwarrend zijn voor de bezoeker. Uiteraard is er niets mis met kleine verschillen, zolang de kern maar hetzelfde blijft.

Heb je te maken met een (te) lange titel dan kun je de title tag wat inkorten.

Wat is de ideale lengte van de meta title? Tussen de 45 en 55 karakters. Google geeft namelijk niet meer dan 55 karakters weer in de zoekresultaten.

Description meta tag optimaliseren

De meta description tag is zichtbaar in de zoekresultaten van Google en beschrijft de inhoud van de pagina.

De description tag is niet alleen bedoeld voor Google maar geeft tevens de bezoeker een omschrijving van de inhoud van het artikel.



Voor de omschrijving gelden nagenoeg dezelfde richtlijnen als voor de title tag. Het enige verschil zit hem in de lengte.

Deze kun je het beste onder de 150 karakters houden. Google kijkt namelijk niet verder en toont dit ook niet.

Zoekmachine vriendelijke url

Een **zoekmachine vriendelijk url** is een url die bestaat uit zoektermen in plaats van tekens en symbolen. Deze url's zijn leesbaar voor bezoekers.

Bijvoorbeeld: <http://ompro.nl/zoekmachine-optimalisatie/hoger-in-google/>

Ook voor Google hebben ze een meerwaarde, omdat je kunt gaan scoren voor zoektermen die in de url zijn verwerkt. Een extra mogelijkheid tot keyword optimalisatie.

Te lange url's bestaande uit meer dan 7-8 woorden (exclusief homepage en categorie) kunnen worden ingekort.

Een **verkorte url** is eenvoudig te maken door bijvoorbeeld bepaalde lidwoorden weg te laten.

Je kunt ook kiezen om alleen de kern zoekwoorden in de url te vermelden.

De bovenstaande url bestaat uit: /hoger-in-google. Terwijl de titel is: "Zo kom je vandaag nog hoger in Google!"

Hoe stel ik deze url's in op mijn website? Bij veel opensource website software (bv. WordPress of Joomla) worden zoekmachine vriendelijke urls automatisch gegenereerd op basis van de titel.

Kijk dus ook hoe dit bij jouw website staat ingesteld.

Zoekwoord gebruik: Keyword density

Bezig zijn met keyword density is zoooo 2005... en is al lang geen ranking factor meer.

Tegenwoordig is het een riskante bezigheid. Over-optimalisatie kan je website reputatie in gevaar brengen., met als gevolg dat je site daalt in Google.

Het Google Panda algoritme zorgt ervoor dat over-geoptimaliseerde websites aan het licht komen.

Een paar keer het **keyword** gebruiken is goed
Keyword gebruik. Gebruik je het **keyword** te vaak dan is het verkeerd **keyword** gebruik. Gebruik je teveel **keywords** dan is het slecht **keyword** gebruik en **keyword** spamming. Slecht **keyword** gebruik, **keyword** herhaling, **keyword** spamming of te vaak een **keyword** gebruiken is slecht **keyword** gebruik.

Wat moet ik dan wel doen?

Verspreid de zoekterm gelijkmatig over de content. Eén keer in de titel, de title tag, de description tag, in een H2 header, in de eerste zin en het eind van pagina.

Bij langere artikelen (900+ woorden) kan de term ook nog verwerkt worden in het midden.

Pas altijd op voor over-optimalisatie! Google is genie in het ontdekken van onnatuurlijke optimalisatie.

Om zoekterm optimalisatie natuurlijker over te laten komen, kun je variëren met synoniemen, meervoud en enkelvoud etc. etc.

Hoe meet ik de keyword density? Niet doen!!

Wanneer je je gaat bezig houden met exacte keyword density percentages moet je je afvragen of je wel de juiste focus hebt.

Het optimaliseren van de keyword density mag niet ten koste gaan van de kwaliteit en leesbaarheid van de webpagina.

Begin met een afbeelding

Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Een afbeelding verleidt tot lezen.

Een afbeelding versterkt tevens de waarde van de tekst op de pagina en helpt de lezer sneller en beter te begrijpen waar de tekst over gaat. (denk aan de 2 seconden regel)

Om te zorgen dat de afbeelding ook hoog in Google afbeeldingen gaat scoren, doe je er goed aan de **afbeelding te optimaliseren** met de onderstaande stappen:

- Snijd overbodige witruimte weg
- Comprimeer de afbeelding
- Bestandsnaam (beschrijf de afbeelding)
- Voeg een relevante title tag toe (de pop up als je boven een afbeelding gaat staan)
- Werk met een relevante alt tag

De bovenstaande acties zorgen ervoor dat je website sneller laadt.

Daarnaast is Google beter in staat om de afbeeldingen te begrijpen, waardoor je beter gaat scoren in Google afbeeldingen.

De eerste alinea

Iets wat bezoekers altijd wel lezen is de 1e alinea omdat dit veel vertelt over de inhoud.

Maak deze zo aantrekkelijk mogelijk en zorg ervoor dat lezers gerust gesteld worden. M.a.w. laat merken dat "alles goed komt" en dat jij hen kunt helpen.

Verwerk ook de zoekterm in de eerst zin of in ieder geval in de eerste alinea. Dit versterkt de positie in Google.

Het kan ook helpen als de zoekterm eenmaal **vetgedrukt** wordt. Dit geeft een kleine stukje SEO meerwaarde.

Tussenkoppen

Koppen op een pagina worden in de SEO wereld, heading tags genoemd.

De H1 kop wordt vaak gebruikt voor de titel. (verwar deze niet met de meta title tag)

Je kunt de H1 kop zien als een hoofdstuk in een boek.

Gevolgd door de H2 tussenkop (paragraaf), en de H3 tussenkop (subparagraaf). Er zijn ook nog H4 koppen maar gebruik deze alleen bij lange pagina's.

De H1 kop is tevens de meest waardevolle voor Google en mag op iedere pagina slechts één keer gebruikt worden, de tussenkoppen vaker.

Hoe lager het nummer achter de H, hoe minder SEO waarde eraan wordt toegekend door Google.

Hoe optimaliseer je tussenkoppen?

Verwerk de belangrijkste zoekterm eenmaal in de H1 kop. Indien mogelijk ook eenmaal in een H2 kop. Onthoud dat leesbaarheid belangrijker is dan zoekwoord optimalisatie.

Tekst opmaak van een pagina

De meeste bezoekers scannen een pagina voordat ze beslissen of ze verder lezen.

Maak een tekst sexy door gebruik te maken van de verschillende opmaakeigenschappen zoals **vetgedrukt**, *cursief* en .

Deze functies bestaan uiteraard niet voor niets 😊

Dus.... Help je bezoekers om de content scanbaar en leesbaarder te maken.

Ook wij hebben ons best gedaan om dit artikel zo leesbaar mogelijk te maken.

Hoe maak je teksten aantrekkelijk?

- Maak korte alinea's van maximaal 2-3 regels
- Plaats **visuele content** (afbeeldingen en video's)
- Gebruik een goed leesbaar lettertype (12 punten of groter)

Interne links en externe links

Tegenwoordig is een goede interne link structuur belangrijker dan backlinks. Hoe natuurlijker je content gelinkt is des te hoe beter.

Interne links kunnen ervoor zorgen dat een bepaalde pagina op je website beter gaat scoren in Google.

Zo kom je "vandaag" nog hoger in Google!

Mark van Tuel 1 Reactie Zoekmachine Optimalisatie



Dus je wilt hoger in google komen? Het liefst zo vandaag nog zeker?

Dat kan gaan lukken, no worries ;-). Laten we beginnen bij het begin.

Pak de pagina erbij waarmee je **bovenaan in Google** wilt komen. Om hoog te scoren in Google dient de webpagina antwoord te geven op de vragen en problemen van de

gebruiker. Doet deze pagina dat of niet?

In de afbeelding hierboven is een artikel te zien waar het zoekwoord "**Bovenaan in Google**" in voorkomt. Op ompro.nl staat een artikel dat gaat over het bovenaan in Google komen.

Omdat het onderwerp relevant is aan de titel van die pagina is er intern gelinkt. Daarnaast ben ik trots op dit artikel en ik wil bezoekers dit niet onthouden 😊

De lezer kan zich nu extra verdiepen als hij dat wil.

Gebruik niet te vaak dezelfde ankertekst maar varieer met synoniemen of varianten. De ankertekst is de blauwe klikbare en zichtbare tekst van de link.

Voeg ook een title attribute toe aan je interne links. Hierin beschrijf je kort waar de link over gaat.

Ook **linken naar externe pagina's** (externe link of uitgaande link) op andere websites is goed.

Mits dit relevant is voor je bezoekers. Dit kan bijvoorbeeld wanneer een bron is geraadpleegd.

Let wel op dat je alleen naar websites linkt die toegevoegde waarde leveren voor je bezoekers en die een goede website reputatie hebben. Ook uitgaande links voorzie je van de juiste ankertekst en title attribute.

Content verrijken met media

Content is King, is een gezegde dat vaak wordt gebruikt in de wereld van zoekmachine optimalisatie. Dat is natuurlijk ook zo.

Ga je zelf eens na, hoe prettig is het als je op een website alles kunt vinden wat je op dat moment wilt weten?

Als je een duidelijk stappenplan vindt, waar afbeeldingen en een video het geheel nog duidelijker maken.

Content (vertaald: inhoud) kan bestaan uit alleen tekst maar onder content vallen ook afbeeldingen, video's, audio, pdf-jes of andere bestanden.

Bezoekers zijn gek op multimediale content, maar ook zoekmachines zien het graag. Google wordt ook steeds beter in het beoordelen van multimediale pagina's.

Pagina's die het best hoogst in Google komen zijn vaak uitgebreid en bestaan uit multimediale content.

Hoe kan ik mijn pagina's multimediaal maken?

Video is hot! Zeer hot!

Youtube is niet voor niets de op één na grootste zoekmachine van het web. Binnen enkele jaren zal Youtube, Google zelfs voorbij gaan.

Dus.. Maak je pagina's multimediaal. Dit is voor bezoekers prettig maar ook je pagina's gaan hoger in Google scoren.

Dit is een SEO checklist, ik heb daar afbeeldingen aan toegevoegd en heb van de pagina een PDF gemaakt, zodat je deze eenvoudig kunt printen. Dit alles om het je zo makkelijk mogelijk te maken 😊

Toevoegen aan een categorie

Werk met categorieën op je website. Categorieën zorgen voor een duidelijke website structuur, mits je het goed opzet uiteraard.

Ook maak je het bezoekers makkelijker om te navigeren. Ook orden je de informatie op je website zodat deze toegankelijker en meer gelezen wordt.

Artikel plaatsen (publiceren)

Zoooo.... Het artikel eindelijk online?

Eindelijk! Ben je er trots op?

Deel dit dan met de **social media** achterban via Facebook, Twitter of Google+.

Maar mijn content wordt niet vaak gedeeld 😞

Dit gaat uiteraard ook niet vanzelf! Wees brutaal en vraag het gewoon!

Het zal je verbazen hoeveel meer respons je krijgt als je het gewoon vraagt!

Wil jij mij ook helpen dit artikel te delen? Voor jou één simpele muisklik hiernaast, voor mij een zeer gewaardeerd cadeautje! 😊