



Stappenplan SEO

Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Blauwdruk SEO	3
Wanneer je een nieuwe website start	4
Stap 1: Je domeinnaam bepalen	4
Stap 2: Je zoekwoord analyse.....	5
Braindump	5
Gebruik maken van Google	5
De zoekwoord planner tool.....	6
Stap 3: De inhoud van je website plannen.....	6
Stap 4: De inrichting van je website	7
De structuur.....	7
Het structureren van je artikelen	7
Het gebruik van metatags	8
Verrijk je artikel	8
Zoekwoorden verwerken in je artikel	8
Stap 5: Verder optimaliseren van je website	9
Interne links.....	9
Voorkom dubbele content	9
User Generated Content	9
Stap 6: Verhoog de reputatie van je website	9
Zorg voor backlinks.....	9
Social Media	10
Stap 7: Meten	10
Google Webmaster Tools.....	10

Google Analytics	10
Wanneer je al een website hebt	10
Stap 1: Je zoekwoorden analyse	11
Stap 2: De structuur van je website plannen	11
Stap 3: De inrichting van je website	11
Stap 4: Verder optimaliseren van je website	11
Stap 5: Verhoog de reputatie van je website	11
Stap 6: Meten	11

Inleiding

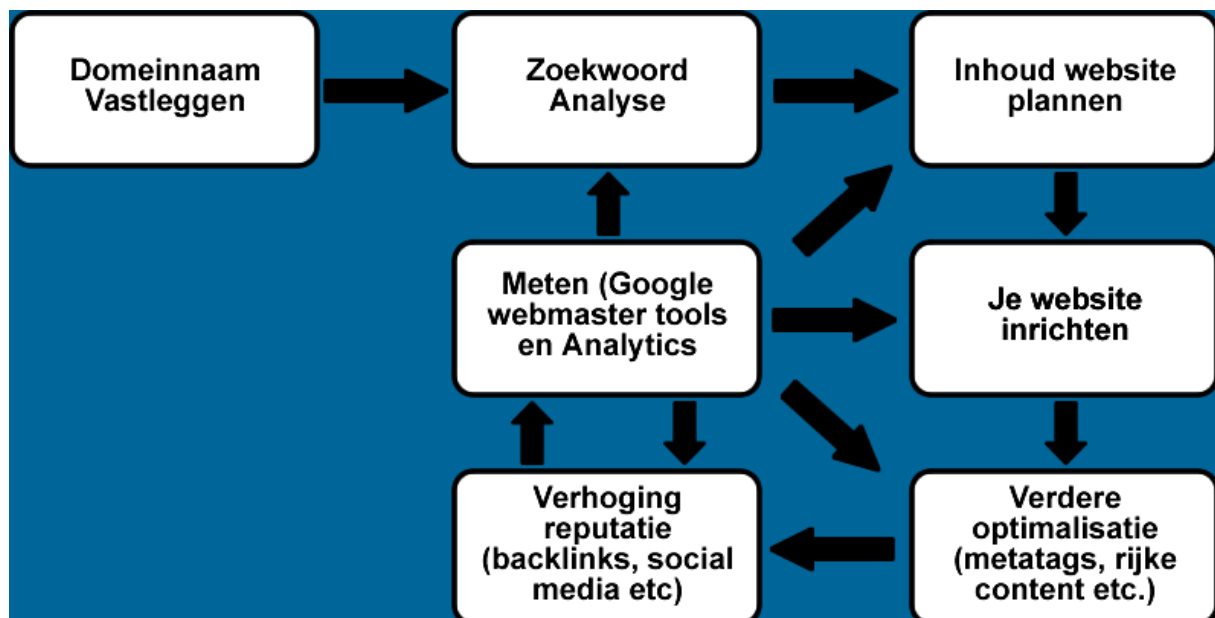
In de Online Workshop Joomla SEO vind je een hele lading informatie in video's over het optimaliseren van je Joomla website voor Google. Dit document dient als leidraad bij al deze video's.

In dit document vind je een blauwdruk voor SEO en een stappenplan voor zowel nieuwe als bestaande websites.

Gebruik dit document naast de video's die je vindt in de online workshop, zodat je steeds een beeld hebt bij welke stap je bent in het SEO proces, en je dus de video die je bekijkt in de juiste context kunt plaatsen.

Blauwdruk SEO

Hieronder zie je een blauwdruk voor de zoekmachine optimalisatie van je website.



SEO is een voortdurend proces van "Plan → Do → Check → Act". Het doel van dit proces is een voortdurende kwaliteitsverbetering.

- Je ziet dat de blauwdruk start bij het vastleggen van een domeinnaam. Dit geldt uiteraard alleen voor nieuwe websites.
- Daarna volgt de zoekwoord analyse, dus op welke zoektermen kan en wil je gevonden worden en wat worden dus de onderwerpen op je website.
- Vervolgens plan je de inhoud van je website en richt je je website daarop in.
- Na de inrichting van je website, doe je allerlei zaken om je website verder te optimaliseren (dus gebruik van metatags, rijk content, reacties op je site mogelijk maken, duplicate content vermijden of verwijderen etc etc). Dit zijn de zogenaamde "**on page factoren**".
- Daarna ga je de reputatie van je website verhogen via backlinks, social media etc. De zogenaamde "**off page factoren**".
- Daarna meet je de resultaten van al je acties. Op basis van de meetgegevens, kun je al je acties bijstellen, dus je zoekwoord analyse, de inhoud van je website, alle optimalisatieslagen

op je website, de backlinks en social media strategie. Misschien moet je één van deze zaken bijstellen, misschien alle zaken.

Het aanpassen, meten en vervolgens weer aanpassen is dus een voortdurend proces met als doel: **“het trekken van steeds meer bezoekers uit Google”**

De stappen die je in bovenstaande blauwdruk ziet, worden verder behandeld in onderstaand stappenplan.

Wanneer je een nieuwe website start

Wanneer je een nieuwe website start, dan staat in principe alles nog open. Behalve het hoofdonderwerp van je website, als het goed is weet je wat dat is (anders zou er immers weinig reden zijn om een website te starten).

Wanneer je een nieuwe website opstart, dan is het van groot belang om bij alles wat je doet rekening te houden met zoekmachine optimalisatie.

De eerste stap die je dient te nemen, is het vastleggen van een goede domeinnaam en het uitkiezen van een goede webhoster.

Stap 1: Je domeinnaam bepalen

De eerste stap ten aanzien van SEO is het bepalen van je domeinnaam. Heb je een merknaam of bedrijfsnaam, dan is het uiteraard belangrijk om hiervoor een domeinnaam vast te leggen. Mijn eigen bedrijf heet Netspecialist, vanzelfsprekend is de domeinnaam van mijn website dan ook Netspecialist.NL.

In het begin zal er nog niet vaak op je bedrijfs- of merknaam gezocht worden, maar naarmate je meer bekendheid krijgt, zullen steeds meer mensen erop zoeken. Handig dus om je merk- of bedrijfsnaam te verwerken in je domeinnaam. Als men dan zoekt op je naam, dan wordt in ieder geval ook je website gevonden.

Wanneer je je domeinnaam vastlegt, leg dan niet alleen de .nl domeinnaam vast, maar ook de .com domeinnaam en eventueel de .be domeinnaam. Wanneer deze domeinnamen al geregistreerd zijn, dat is dan jammer maar niet onoverkomelijk. Eventueel zou je de eigenaar van de .com en .be domeinnamen kunnen benaderen om ze over te nemen.

Lukt het niet om de .com en .be domeinnamen te krijgen, dan is dat helaas niet anders.

Wanneer je überhaupt geen domeinnaam kunt vastleggen waarin je merk- of bedrijfsnaam is verwerkt, probeer dan een domeinnaam te registreren waarin het onderwerp van je website naar voren komt. Helemaal mooi is het, wanneer je het nummer 1 zoekwoord waarop je gevonden wilt worden, kunt verwerken in je domeinnaam.

Stel dat je een website gaat bouwen over koken, probeer dan een domeinnaam vast te leggen waarin de zoekterm “koken” voorkomt. Bijvoorbeeld www.allesoverkoken.nl.

Mocht je nou geen goede domeinnaam kunnen verzinnen voor jouw onderwerp of voor een zoekwoord dat belangrijk zal zijn voor je, kijk dan eens op <http://www.webchamp.nl>. Je kunt daar de “creatieve domeinnaam tool” vinden. Hier vul je je onderwerp of zoekwoord in en vervolgens worden er allerlei vrije domeinnamen voor je gegenereerd.

Naast een domeinnaam heb je ook hosting nodig voor je website. De hosting is erg belangrijk voor je zoekmachine optimalisatie. Google kijkt onder andere naar de snelheid waarmee je website geladen kan worden. Wees dus zorgvuldig bij het selecteren van een webhoster, bekijk veel reviews en kijk hoe goed de webhosters functioneren en hoe snel hun servers zijn.

Stap 2: Je zoekwoord analyse

Wanneer je een domeinnaam hebt vastgelegd en webhosting hebt geregeld, dan ben je klaar om online te gaan met je website. Je kunt Joomla installeren en een goed template gaan gebruiken.

En dan komt het belangrijkste gedeelte van je website, de inhoud. Het is van groot belang om kwalitatief goede en waardevolle inhoud op je website te zetten. Trap dus niet in de valkuil van de meeste mensen die een website bouwen. De meeste mensen zijn namelijk voornamelijk bezig met het uiterlijk van de website en op het laatst moet er nog wat tekst op.

De standaard teksten als “welkom op deze website” en “wij zijn een bedrijf dat is opgericht in de jaren 50 en hebben kwaliteit hoog in het vaandel staan” zullen je geen goede positie opleveren in Google.

Denk dus eerst heel goed na over welke inhoud je op je website gaat plaatsen. Om een goed idee te krijgen over welke onderwerpen je informatie op je website kunt plaatsen, doe je eerst een zoekwoord analyse.

Met een zoekwoord analyse noteer je alle zoektermen op die relevant zijn voor jouw website en waar je dus graag op gevonden wilt worden.

Maak het jezelf niet te gemakkelijk bij je zoekwoorden analyse. Veel mensen denken dat het onderwerp van hun website erg statisch is en er dus weinig inhoud op de website te plaatsen is. Reken maar dat dergelijke websites nooit veel bezoekers uit Google gaan trekken.

Braindump

Neem deze stap dus uitermate serieus en neem er de tijd voor. Maak eerst een braindump. Ga op een rustig plekje zitten en schrijf alle woorden op die je te binnen schieten als je denkt aan het onderwerp van je site. Dit kunnen losse woorden zijn, maar ook hele zinnen. Stel dat je een boekhouders kantoor hebt en daarvoor een website wilt maken, dan kun je allemaal losse woorden opstellen, maar denk ook na over vragen die aan een boekhouder gesteld kunnen worden. Bijvoorbeeld: “wanneer moet ik het lage btw tarief berekenen en wanneer het hoge? “.

Wanneer je klaar bent met je braindump, vraag dan zoveel mogelijk mensen uit je omgeving om ook alles op te schrijven waar ze aan denken bij je onderwerp. Je zult zien dat je dan al een hele lijst met onderwerpen bij jouw hoofdonderwerp zult hebben.

Gebruik maken van Google

Als je een mooi lijstje met onderwerpen hebt, ga dan eens in Google zelf zoeken. Zoek op je hoofdonderwerp en bekijk onderaan de zoekresultaten de gerelateerde zoekopdrachten. Mogelijk dat daar weer interessante onderwerpen en zoekwoorden bij zitten.

Op deze gerelateerde zoekopdrachten en onderwerpen kun je ook weer zoeken en weer meer gerelateerde zoekwoorden vinden.

Zoek daarom ook in Google op zoveel mogelijk zoektermen van het lijstje dat je inmiddels hebt samengesteld.

De zoekwoord planner tool

Na de braindump van zowel jezelf als je omgeving en na het verder zoeken in Google, kun je gebruik gaan maken van de zoekwoord planner tool. In deze tool kun je zoekwoorden opgeven, je ziet dan bij dat zoekwoord hoe vaak erop gezocht wordt en wanneer er veel op gezocht wordt. Deze informatie kan je een goed inzicht geven welke zoekwoorden je veel bezoekers kunnen opleveren.

Ook zie je bij de zoekwoorden weer gerelateerde zoekwoorden die ook erg goed van toepassing voor je kunnen zijn.

Zorg dus dat je een hele lijst met zoekwoorden (en dus onderwerpen) krijgt. Herhaal deze zoekwoord analyse regelmatig, ook wanneer je website al online is.

Stap 3: De inhoud van je website plannen

Je hebt nu een hele lijst van onderwerpen bij het hoofdonderwerp van je website. Nu is het zaak om hierin structuur aan te brengen.

Probeer een onderverdeling te maken van hoofdonderwerpen en sub onderwerpen. Ga niet dieper dan dit. Maak deze verdeling van hoofd- en sub onderwerpen in een schema of sitemap.

Wanneer je zo'n sitemap hebt, denk dan na over het soort informatie wat je aan gaat bieden. Je zou een knowledge base op je website kunnen zetten, met daarin allerlei kennis items. Of een nieuwspagina met daarin allerlei nieuws items. Ook een blog zou je op je website kunnen plaatsen, met daarin allerlei artikelen waarin je je mening verkondigt over zaken die met je onderwerp te maken hebben. En daarbij kun je uiteraard de gewone inhoud op je website zetten.

Om dit eens met een voorbeeld te verduidelijken, stel je hebt een website over koken. Je kunt bij het koken een koken kennisbank maken, met daarin de categorieën:

- Soorten pannen
- Soorten ingrediënten
- Kruiden
- Kook gereedschap

In deze categorieën kun je dan de kennisartikelen over deze onderwerpen zetten.

Verder kun je een nieuws categorie maken met daarin de categorieën:

- Nieuws over bekende koks
- Nieuws over eten en gezondheid
- Nieuwste kooktrends

In deze categorieën plaats je dan je nieuws artikelen. Het betreft hier dus puur nieuws, niet je mening.

In je blog kun je de volgende categorieën plaatsen:

- Koken en gezondheid
- Bekende koks
- Koken op TV

In deze categorieën zet je dan je blog posts, waarin je je mening geeft, reageert op nieuws, reageert op andere blogs etc.

En dan heb je uiteraard nog de gewone informatie over je onderwerp, bijvoorbeeld:

- Recepten
- Vegetarisch koken
- Gezond koken
- Het beste keukengerei
- De beste ingrediënten

En in deze categorieën plaats je dan informatieve artikelen of bijvoorbeeld recepten.

Wanneer je zo een goed schematisch overzicht hebt van de inhoud van je website, dan ben je klaar voor het inrichten van je website.

Stap 4: De inrichting van je website

Google vindt een logische indeling van je website, waarin informatie goed zichtbaar en toegankelijk is, erg belangrijk. Verder vindt Google kwaliteit en waarde van informatie erg belangrijk.

Je eerste prioriteit bij het inrichten en vullen van je website is: “een zo hoog mogelijke kwaliteit van informatie leveren”.

Naar aanleiding van je zoekwoorden analyse en de planning van de inhoud van je website, heb je nu genoeg munitie om heel veel waardevolle content te maken voor op je website.

De structuur

Breng nu eerste de structuur aan op je website. Maak dus de benodigde categorieën, menu items en modules aan om de informatie op je website toegankelijk en zichtbaar te maken. Vul daarna de categorieën met artikelen.

Nogmaals, zorg voor de hoogst mogelijke kwaliteit van je artikelen.

Het structureren van je artikelen

Wanneer je een eerste versie van een artikel hebt gemaakt, doe dan de volgende dingen:

- Controleer of je echt de hoogst mogelijke kwaliteit levert in je artikel
- Ga na wat het hoofdonderwerp en de sub onderwerpen zijn in je artikel
- Zorg dat de titel van je artikel ook het hoofdonderwerp is van je artikel
- Als er verdere hoofdonderwerpen zijn in je artikel, geef deze dan een “heading2” (h2) titel mee (eigenlijk zijn hoofdonderwerpen H1, maar Joomla geeft alle artikel titels een H2 mee, waarmee ze als het ware een sub onderwerp worden bij het hoofdonderwerp van je website)
- Van sub onderwerpen maak je een H3 titel, van sub-sub onderwerpen een H4 titel, en eventueel kun je zo doorgaan tot en met H6
- De teksten behorende bij de onderwerp titels zijn alinea teksten (paragraph of <p>)

Wanneer je je teksten zo opzet, dan ziet Google heel goed de structuur in je teksten. Google krijgt dan heel snel een goed idee wat de (hoofd)onderwerpen in de tekst zijn. Hierdoor wordt het voor Google veel gemakkelijker je teksten op waarde te schatten.

Daarbij, je tekst wordt zo veel beter leesbaar voor mensen. En omdat het voor mensen beter leesbaar is, is het voor Google ook weer beter toegankelijk en zichtbaar.

Het gebruik van metatags

Als je artikel klaar is, zorg dan dat je alle metatags goed invult, dus de metatag voor de beschrijving, de titel metatag etc. Bepaal voor welke zoekterm je artikel het meest relevant is, en verwerk dit zoekwoord (of een combinatie van zoekwoorden) in de metatags (niet over optimaliseren).

Verrijk je artikel

Kijk of je je artikel verder kunt verrijken met afbeeldingen, PDF documenten, video's etc die echt van toegevoegde waarde zijn voor je artikel. Rijke content scoort over het algemeen beter in Google dan gewone tekst.

Je kunt ook de video's en afbeeldingen weer gebruiken om relevante zoekwoorden te verwerken (bijv. in de titel van een afbeelding).

Zoekwoorden verwerken in je artikel

Als je artikel nu echt klaar is, het is kwalitatief top, je hebt alle metatags ingevuld en je tekst verrijkt met afbeeldingen, video's etc, kijk dan waar je eventueel nog relevante zoekwoorden kunt verwerken, zonder je artikel onnatuurlijk te laten worden.

Misschien kun je in de titel van het artikel een zeer relevant zoekwoord verwerken. Het mooiste zou zijn om dit zoekwoord vooraan in de titel te zetten. Maar nogmaals, het moet wel natuurlijk lijken. Als de titel hierdoor minder goed leesbaar wordt, doe het dan vooral niet.

Hetzelfde geldt voor de artikel tekst. Als je er zoekwoorden in kunt verwerken, terwijl de kwaliteit en leesbaarheid even hoog blijft, dan is het prima. Zorg er voor dat Google niet het idee krijgt dat je bewust zoekwoorden verwerkt om je artikel te optimaliseren.

Stap 5: Verder optimaliseren van je website

Als je de content op je website hebt geplaatst (en als het goed is, is dat een klusje dat nooit af is, en zul je continu je blog, kennisbank, nieuwsrubriek etc uitbreiden), kun je andere zaken op je site uitvoeren om deze te optimaliseren voor Google.

Als het goed is, heb je de informatie op je website al zichtbaar en toegankelijk gemaakt via menu items en modules naar categorieën. Er zijn meer zaken die je kunt doen.

Interne links

Interne links kunnen enorm bijdragen aan je SEO. Stel dat je een heel goed en informatief artikel hebt over bijvoorbeeld een braadpan (om bij het voorbeeld over koken te blijven). Zorg er dan voor dat elke keer als het woord braadpan voorkomt op je website, dit automatisch doorlinkt naar dat artikel over de braadpan.

Zo'n interne link is erg relevant, biedt extra waarde aan je bezoeker en maakt je informatie weer veel beter toegankelijk en zichtbaar.

Voorkom dubbele content

Dubbele content kan erg nadelig zijn voor je score in Google. Als je een paar keer dezelfde informatie op je website hebt, dan is dat niet zo heel erg. Komt het vaak voor dat er informatie op meerdere plaatsen op je website te vinden is, onderneem dan zeker actie.

User Generated Content

Kwalitatief goede en waardevolle content is erg belangrijk voor je SEO. Veel content zul je zelf moeten aanmaken, maar je kunt ook content door je bezoekers laten aanmaken.

Als je het mogelijk maakt dat mensen kunnen reageren op je website artikelen, dan krijg je extra tekst op je website, waarvoor je zelf niets hoeft te doen.

Google vindt dergelijke interactie belangrijk, en het mooie is, omdat men reageert op specifieke artikelen, zullen de reacties ook relevant zijn voor het onderwerp van dat artikel.

Stap 6: Verhoog de reputatie van je website

Nadat je je website zo goed en waardevol mogelijk hebt gemaakt, is het tijd voor de volgende stap: het verhogen van de reputatie op je website.

Zorg voor backlinks

Om de reputatie te verhogen, dien je links naar jouw website vanaf andere websites te krijgen. Die andere website moet dan wel heel relevant zijn voor jouw onderwerp en zelf een hoge reputatie hebben. Kijk dus welke sites goed scoren in Google op jouw onderwerp en benader de eigenaren van deze sites en vraag of ze een link naar jouw site willen plaatsen

Social Media

Mensen delen wat ze ervaren, en dat geldt zeker op social media. Geef mensen daarom ook zeker de mogelijkheid via social media op je site te reageren. Laat mensen dus likes achterlaten op je websites, laat mensen tweeten over je website, laat ze Google + geven op je website.

Hoe meer mensen een positieve ervaring melden over jouw website in de social media, hoe belangrijker Google je website zal vinden en hoe hoger je reputatie wordt

Stap 7: Meten

Zoekmachine optimalisatie is geen klus die je één keer uitvoert, waarna het voor de rest van je leven geregeld is. Als je een website hebt, zul je continu bezig moeten zijn met SEO. Blijf dus voortdurend waardevolle content op je website plaatsen.

Uiteraard is het belangrijk om te weten of je inspanningen resultaat hebben, dus zul je moeten gaan meten.

Google Webmaster Tools

Maak een Google webmaster tools account aan en voeg je website toe. Bestudeer dan in de webmaster tools bij welke zoekwoorden je site getoond wordt, hoeveel mensen daadwerkelijk klikken op je site en hoe lang ze op je website blijven.

Kijk op welke zoekwoorden je goed scoort, en op welke je minder goed scoort. Pas de artikelen op je website aan over de onderwerpen waarop je minder goed scoort, en meet na een tijdje opnieuw. Dit is de zogenaamde “plan -> do -> check -> act” cirkel, een continu proces om de kwaliteit steeds verder te verhogen.

Google Analytics

Maak uiteraard ook een account aan in Google Analytics. Het belangrijkste waar je hier naar moet kijken, is het aantal bezoekers dat je krijgt via de organische zoekresultaten. Zie je een stijging, dan weet je dat je SEO activiteiten effect hebben.

Bekijk verder alle informatie en voer daarop weer de benodigde aanpassingen door op je website.

Wanneer je al een website hebt

Als je al een website hebt, dan heb je een andere startpositie van wanneer je een nieuwe website start.

Toch komen de meeste stappen wel overeen. Ik zal dan ook de stappen in dit stappenplan kort houden, voor meer informatie bekijk de stappen uit het stappenplan voor nieuwe websites.

Hieronder het stappenplan bij een bestaande website

Stap 1: Je zoekwoorden analyse

Je hebt al een website en dus ook al content op je website. Toch is het belangrijk om een gedegen zoekwoord analyse te doen.

Wanneer je je analyse hebt gedaan, leg dan je lijst met onderwerpen en zoekwoorden tegen je website inhoud aan en controleer of je over alle onderwerpen inderdaad pagina's op je website hebt

Stap 2: De structuur van je website plannen

Maak uit je zoekwoord analyse een structuur aan voor je website. Maak deze in een schematische weergave, dus een soort van sitemap.

Kijk dan of je website inderdaad is opgezet volgens deze structuur

Stap 3: De inrichting van je website

Indien nodig, herstructureer de inhoud van je website. Het kan zijn dat na deze herstructurering sommige URL's op je website niet meer kloppen. Maak daarom redirect 301's aan om je bezoekers automatisch naar de juiste (nieuwe) locatie te leiden. Tevens geef je hiermee bij Google aan waar de verplaatste content nu te vinden is.

Vul je site verder met alle blog artikelen, nieuws items, kennisbank items en overige informatie die je maar kunt aanmaken.

Volg verder voor de inrichting van je website alle stappen die in het stappenplan voor nieuwe websites worden genoemd.

Stap 4: Verder optimaliseren van je website

Zie dezelfde stap in het stappenplan voor nieuw websites

Stap 5: Verhoog de reputatie van je website

Zie dezelfde stap in het stappenplan voor nieuw websites

Stap 6: Meten

Zie dezelfde stap in het stappenplan voor nieuw websites