

SPIEKBRIEF

Kernbegrippen uit dit boek

- » **SEO** Dit is een afkorting voor de Engelse term Search Engine Optimization. Hiermee wordt bedoeld het optimaliseren van je website voor een goede vindbaarheid in zoekmachines.
- » **Googlebot** Een zoekmachinerobot van Google die het internet afstruimt om websites te indexeren.
- » **Google** 's Werelds meest gebruikte zoekmachine.
- » **Meta-tags** Meta-tags geven additionele informatie over een webpagina weer in de broncode van een webpagina. Deze informatie is onder andere bedoeld voor zoekmachines en is meestal niet direct zichtbaar op de webpagina zelf.
- » **SEF** Deze afkorting staat voor de Engelse term Search Engine Friendly. Een zoekmachinevriendelijke URL is een webadres dat door de naamgeving iets zegt over het onderwerp dat op de website is te vinden.
- » **Linkbait** Dit is content op het internet dat zo interessant of leuk is dat gebruikers van het internet deze content spontaan gaan promoten door met links op andere sites naar deze content te verwijzen.
- » **Duplicate content** Dit is inhoud op een webpagina die in exact dezelfde vorm op meerdere webpagina's is te vinden.
- » **Linkbuilding** Het vergaren van links op andere websites naar de eigen website.
- » **Webmaster** De beheerder van een website. Dit is de persoon die de website beheert en is in de meeste gevallen de contactpersoon voor vragen met betrekking tot de website.
- » **Organische zoekresultaten** Deze worden ook wel niet-betaalde zoekresultaten genoemd. Dit zijn de zoekresultaten in Google waarvoor je niet betaalt. Google bepaalt wie bovenaan komt te staan.
- » **Google-algoritme** Een set van wiskundige criteria die samen bepalen of een website wel of niet hoog scoort in Google.
- » **Ranking factor** Dit is een van de criteria die van belang is als het gaat om een goede positie van je website in zoekmachines.
- » **Website-optimalisatie** Het optimaliseren van je website voor een betere positie in zoekmachines.
- » **Google Analytics** Dit is een zeer geavanceerde statistiekenverzamelaar van Google die op websites geplaatst kan worden, waardoor je ontzettend veel inzicht krijgt in het gedrag van de bezoekers op jouw website.



De kleine SEO

voor
dummies[®]

Mark Jansen

2e editie



BBNC
uitgevers

Amersfoort, 2019

ISBN: 978-90-453-5646-4

NUR: 802 Marketing

BISAC: COM060080

Thema: KJSG Webmarketing

Trefw.: zoekmachinemarketing, internet, adverteren, Google

Dit is een uitgave van BBNC uitgevers bv, Amersfoort

www.bbnc.nl

www.dummies.nl

Redactie & zetwerk: Imago Mediabuilders, Amersfoort

Omslag: BBNC uitgevers bv, Amersfoort

Druk- en bindwerk: Ten Brink bv, Meppel

© Copyright 2019 BBNC uitgevers bv, Amersfoort voor de Nederlandstalige editie.

Deze uitgave is tot stand gekomen in overeenkomst met John Wiley & Sons, Inc. For Dummies®, Voor Dummies®, Dummies Man® en gerelateerde kenmerken zijn handelsmerken of geregistreerde handelsmerken van John Wiley & Sons, Inc. in de Verenigde Staten en/of andere landen. Gebruikt met toestemming.

Published by arrangement with John Wiley & Sons, Inc. For Dummies®, Dummies Man® and related trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley & Sons, Inc. in the United States and/or other countries. Used by permission.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatie- of andere werken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de uitgever te wenden. Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kunnen noch de redactie, noch de auteurs, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave. De uitgever heeft getracht alle rechthebbenden van fotomateriaal te bereiken. Zij die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich tot de uitgever wenden.

Inhoud

Inleiding	11
Hoofdstuk 1: SEO	15
Wat is SEO?	16
Waarom SEO?	16
Het verschil tussen SEA en SEO	19
Hoe werkt een zoekmachine?	21
Indexeer mijn website	22
Hoofdstuk 2: Google	25
Het geheim van Google	25
De populairste zoekmachine	29
Google en de mobiele revolutie	31
Google-algoritme	33
Google PageRank	33
Google Sandbox	34
Trucs	35
Malware	35
Niet aanmelden bij zoekmachines	39
HTTPS	39
Hoofdstuk 3: Zoekwoorden	41
Op zoek naar de juiste woorden	41
Niches	44
Hulpprogramma's	44
Hoofdstuk 4: Website-optimalisatie	47
Snel betekent hoger	48
Afbeeldingen sneller maken	48

De betekenis van SEO**Waarom SEO belangrijk is****Hoe een zoekmachine werkt****Hoe websites in zoekmachines terechtkomen**

Hoofdstuk 1

SEO

Een website bouwen is tegenwoordig relatief eenvoudig. Ook zonder technische kennis is het mogelijk om websites te maken. Het wordt pas lastig wanneer jouw website online staat en je ontdekt dat er geen bezoekers op jouw site komen.

Om meer bezoekers te krijgen, is het van groot belang dat jouw website zichtbaar is in zoekmachines. De vindbaarheid van jouw website kan meestal aanzienlijk verbeterd worden door gebruik te maken van verschillende technieken.

Als je jouw website goed zichtbaar wilt maken, is het belangrijk om te weten hoe zoekmachines precies werken. Pas dan kun je beginnen met het optimaliseren van jouw website voor een betere vindbaarheid in zoekmachines.

Wat is SEO?

SEO is de Engelse afkorting voor *Search Engine Optimization*. Dit betekent vrij vertaald het optimaliseren van websites voor zoekmachines. In de beginperiode van internet was het vrij gemakkelijk om informatie te vinden. Dit kwam doordat er niet al te veel websites waren. Het was toen relatief eenvoudig om een index te bouwen met daarin alle websites.

Nu is dat wel even anders. Het aantal websites is explosief gestegen. Voor elk denkbaar onderwerp is wel een website te vinden en voor populaire onderwerpen zijn zelfs duizenden of tienduizenden websites online beschikbaar.

Er zijn tegenwoordig zo veel websites dat het onmogelijk is om deze allemaal zichtbaar te maken met een eenvoudige directory. Een *directory* is een online variant van de Gouden Gids. Op basis van dit soort directory's werd de eerst zoekmachine geboren. Een zoekmachine stelt je in staat om door middel van het invoeren van trefwoorden relevante websites te vinden. Dit in tegenstelling tot een directory waar je door categorieën kunt bladeren om websites over een bepaald onderwerp te vinden.

Waarom SEO?

Wat kun je nu als website-eigenaar doen om zichtbaar te worden in de (relevante) zoekresultaten van een zoekmachine? Zeker als er veel websites zijn die over hetzelfde onderwerp gaan, is dat nog niet zo eenvoudig.



Iemand die een zoekmachine gebruikt, klikt meestal op de eerste zoekresultaten. Een gebruiker van een zoekmachine klikt pas op de lager gepositioneerde zoekresultaten, wan-

neer de opgevraagde informatie niet op topposities beschikbaar is.

Het is daarom belangrijk dat een website hoog scoort voor relevante zoekopdrachten in zoekmachines. Is jouw website pas zichtbaar aan de onderkant van de lijst met zoekresultaten of pas op de tweede of – nog veel erger – op de derde pagina en verder, dan kost je dat veel bezoekers.



Het is zaak om de zoekmachines ervan te overtuigen om jouw website hoog in de zoekresultaten te plaatsen. Je moet je website hiervoor zoekmachinevriendelijk maken. Door zo goed mogelijk aan zoekmachines te ‘vertellen’ waar jouw website over gaat, maak je meer kans op een hoge positie.

Hoe meer concurrentie, des te moeilijker dit is. Er zijn immers in de meeste gevallen meer websites dan dat er goede plekken in zoekmachines beschikbaar zijn.

Het simpelweg hebben van een website is daarom niet meer voldoende. Om bezoekers op jouw website te krijgen, is het noodzakelijk dat deze niet alleen vindbaar is in zoekmachines, maar ook hoog scoort in de zoekresultaten.

Er zijn heel veel zoekmachines, maar één daarvan wordt uitzonderlijk veel gebruikt en dat is de zoekmachine van Google. Lang niet altijd was Google de grootste zoekmachine. Vele andere zoekmachines waren in de begindagen van het internet veel groter. Google is relatief jong en is de onbetwiste marktleider.

De zoekmachine van Google kenmerkt zich door een eenvoudige vormgeving en goede relevante resultaten voor zoekopdrachten. Dit heeft ervoor gezorgd dat Google in korte tijd een groot marktaandeel veroverde. In Nederland heeft Google zelfs een markt-

aandeel van meer dan 95 procent. Ook in de meeste andere landen van de wereld is het marktaandeel van Google erg groot. Behalve in China en enkele andere Aziatische landen, daar heeft Google geen dominante positie. Dit heeft verschillende oorzaken. Een reden is bijvoorbeeld dat Google last heeft van censuur en andere beperkingen die worden opgelegd door de lokale overheden. Een andere reden is dat Aziatische internetgebruikers anders met internet omgaan dan internetgebruikers uit het Westen.

Wanneer we praten over een goede zichtbaarheid in zoekmachines bedoelen we dus eigenlijk: goed gevonden worden in Google. Er zijn duizenden zoekmachines, maar omdat vrijwel iedereen gebruikmaakt van Google is het dus erg belangrijk om de website zo in te richten dat deze in Google goed vindbaar is. Een website die hoog scoort in Google, scoort meestal ook goed in andere zoekmachines, al is dit niet altijd het geval.

Hoe zorg je ervoor dat jouw website goed zichtbaar is in Google? Om hierachter te komen is het belangrijk om te weten hoe zoekmachines werken. Als je weet hoe zoekmachines bepalen welke websites bovenaan komen te staan, is dit een fluitje van een cent. Helaas is Google niet bereid om deze informatie met je te delen, omdat het vaak voorkomt dat websites worden gemanipuleerd om hoog te eindigen in de zoekresultaten. Dit zijn meestal niet de meest relevante websites om in de zoekresultaten weer te geven en daarom blijven de criteria geheim.

Toch is het wel degelijk mogelijk om zelf een aantal zaken toe te passen die ervoor zorgen dat jouw website hoger scoort in zoekmachines zoals die van Google.



TECHNISCHE
INFO

THE GREAT FIREWALL OF CHINA

Dat Google geen dominante marktpositie heeft verworven in China betekent nog niet dat Google dit niet heeft geprobeerd. Google heeft als bedrijfsmotto '*Don't be evil*'. Dit motto botst hevig met de internetcensuur van de Chinese overheid. Sommige diensten van Google zijn om die reden nog steeds niet beschikbaar in China.

Het verschil tussen SEA en SEO

Google is de laatste jaren een stuk commerciëler geworden. Als beursgenoteerd bedrijf heeft Google te maken met aandeelhouders en die willen geld zien. Alles draait om plekken waar Google relevante advertenties kan weergeven. Voor Google zouden zoekresultaten natuurlijk het liefst allemaal betaald zijn.

Adverteren in de zoekmachines en op andere netwerken van Google is een kunst op zich. Dit wordt ook wel SEA genoemd, wat staat voor *Search Engine Advertising*. Een van de nadelen van SEA is dat je altijd geld moet betalen om zichtbaar te zijn met jouw website in Google. Omdat je met het slim toepassen van SEA veel geld kunt besparen, is dit onderwerp beslist een eigen boek waard, en dat is er dan ook: *De kleine Google Ads voor Dummies*. Daarom gaan we hier niet verder in op SEA. Wij concentreren ons op SEO, de niet-betaalde zoekresultaten in Google. Het voordeel van SEO is dat dit slechts tijd kost en geen geld.

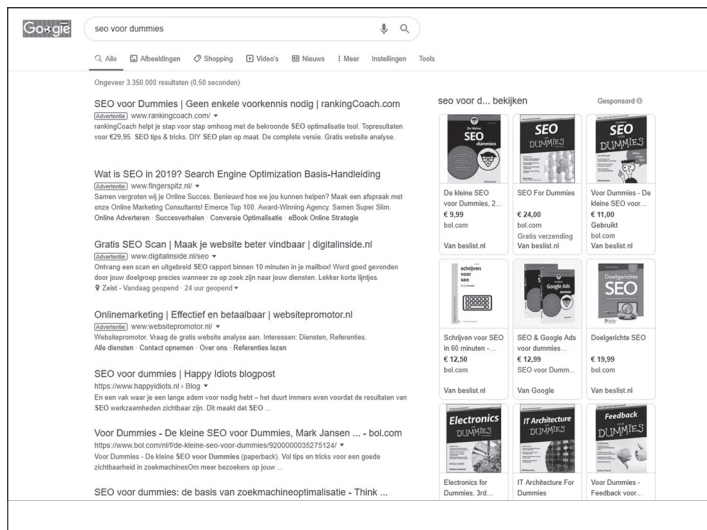


BELANGRIJK

Een ander groot voordeel van het toepassen van SEO is dat je altijd zichtbaar bent wanneer je eenmaal bovenaan staat, dit in tegenstelling tot SEA. Wanneer het beschikbare bud-

get van SEA op is, ben je niet meer zichtbaar totdat het budget weer is aangevuld.

Een nadeel van SEO is dat je nooit gegarandeerd bovenaan komt te staan en dat een behaalde positie in de zoekresultaten geen garantie is voor de toekomst.



FIGUUR 1.1: Voorbeeld van betaalde en niet-betaalde posities in de zoekresultaten van Google.



Betaalde zoekresultaten domineren steeds meer de posities 'boven de vouw'. Dit zijn de posities in de zoekresultaten die direct zichtbaar zijn zonder te hoeven scrollen. Op mobiele apparaten is dit wegens gebrek aan ruimte nog meer van toepassing.

Voor Google is het belangrijk dat het zijn dominante marktpositie behoudt. Voor ons gebruikers komt dit niet slecht uit. Indien het marktaandeel versnipperd zou zijn tussen honderden verschillende zoekmachines, zou het optimaliseren van websites voor een goede zichtbaarheid een stuk ingewikkelder worden. De meeste zoekmachines gebruiken immers verschillende criteria en technieken om de positie van websites te bepalen in de zoekresultaten. Het is om die reden onmogelijk een website te bouwen die goed scoort in alle zoekmachines.

Het nadeel is dat je te maken hebt met veel concurrentie, aangezien een groot deel van de concurrenten hun website tegenwoordig ook voor optimale zichtbaarheid in Google inricht.

VEEL GELD VERDIENEN MET GOOGLE



Wie goed scoort in Google voor woorden met een hoge commerciële waarde kan hiermee veel geld verdienen. Woorden met een hoge commerciële woordwaarde zijn zoektermen die relevant zijn voor producten die gemakkelijk via internet verkocht kunnen worden zoals vakanties, vliegtickets, verzekeringen, hypotheken en Viagra.

Hoe werkt een zoekmachine?

Om jouw website hoog te laten scoren, is het belangrijk om te weten hoe zoekmachines precies werken. Wanneer je dat weet, is het gemakkelijker te begrijpen waarom de ene website beter scoort dan de andere.

Een zoekmachine struikt het internet af en volgt elke link die zij tegenkomt. Dit gebeurt met zoekmachinerobots. Deze robots, ook wel *spiders* genoemd, doen niets anders dan links volgen. Wanneer een zoekmachinerobot een nieuwe link tegenkomt, slaat hij deze op in de database van de zoekmachine. Om gevonden te kunnen worden, moet jouw website dus in ieder geval zijn bezocht door de zoekmachinerobot vanaf een link op een andere website. Jouw website wordt dan opgenomen in de database en is vanaf dat moment geïndexeerd in de desbetreffende zoekmachine.



BELANGRIJK

Elke zoekmachine heeft zijn eigen zoekmachinerobots. Wanneer je wilt dat jouw website wordt geïndexeerd in Google, moet deze zijn bezocht door de zoekmachinerobot van Google.



TECHNISCHE
INFO

De zoekmachinerobots van Google worden Googlebots genoemd.

Indexeer mijn website

Hoe zorg je ervoor dat jouw website wordt bezocht door de zoekmachinerobots? Dit kan op twee manieren. Je kunt jouw website aanmelden bij de zoekmachines. Dit is echter niet aan te bevelen en vaak onnodig. Het is beter om ervoor te zorgen dat jouw website zelf wordt gevonden door de zoekmachinerobots. Dit kan door het hebben van links op andere websites. Je kunt dit bereiken door een link naar je eigen website op een andere, liefst drukbezochte, website aan te vragen. Het is ook mogelijk om jouw website aan te melden bij diverse directory's.

Het hebben van links op andere websites is niet alleen noodzakelijk om geïndexeerd te worden in zoekmachines. Het is ook een

zeer belangrijke ranking-factor die bepaalt of jouw website hoog of laag eindigt in zoekmachines! Hierover later meer.



Een ranking-factor is een onderdeel van een grotere hoeveelheid criteria die samen de positie van een website in Google bepalen.