

# Zoekmachineoptimalisatie: 10 grote en kleine tips voor de webschrijver

## 1. Google ♥ content

Niets is belangrijker voor een zoekmachine dan goede content. Google heeft er belang bij om de zoekmachinegebruiker een betrouwbaar resultaat te bieden. Niet voor niets wordt bijna dagelijks het algoritme aangepast. Een relevante Search Engine Results Page



(SERP) garandeert een goede toekomst voor het advertentiebedrijf van Google. De [Panda-update](#) (voorjaar 2011) toont aan dat de voorkeur van Google ligt bij oorspronkelijke, betrouwbare content, geschreven door experts. De focus van Google op kwaliteitscontent sluit commerciële doelstellingen niet uit, maar '[contentfarms](#)' zoals [eHow](#) en [About.com](#) (en in Nederland [infonu.nl](#) en [beslist.nl](#)) hebben hun verkeer via zoekmachines drastisch zien afnemen. Het omgekeerde gebeurde bij kwaliteitscontent: hogere rankings waren er voor zowel goede weblogs als traditionele (vak)publicaties online. Kortom: schrijf zelf! Schrijf goed!

## 2. Hyperlinks: geven en nemen

Hyperlinks behoren sinds de oprichting van Google tot de kern van het algoritme. De ranking van een pagina op de SERP wordt voor een belangrijk deel bepaald door het aantal sites dat naar die pagina linkt. **Hoe zorg je ervoor dat je gelinkt wordt vanaf andermans site? Door kwaliteit te bieden.** Wees onontkoombaar in je vakgebied, branche of specialisme.

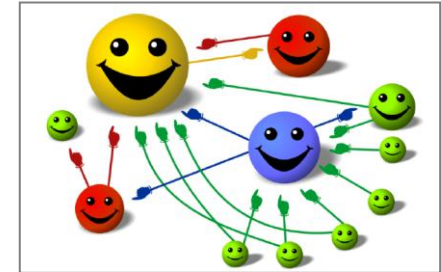
Wil je meer inkomende links? Wees voorzichtig: voor 'link buying' wordt bestraft, ruilen kost energie die je beter kunt besteden aan het verbeteren van je content.

**Interne links** zijn vooral zinvol om de [site-architectuur](#) te versterken, minder om SEO te boosten.

**Ankertekst** (anchor text): de tekst waaraan je een hyperlink 'bevestigt'. Zorg dat de anker tekst informatie biedt over de pagina waarheen de hyperlink verwijst.

Dus niet 'Mark Rutte [beweert...](#)', maar '[Mark Rutte](#) beweert...'

**Alttekst:** Zorg ervoor dat iedere hyperlink voorzien is van een **alttekst**. Dit is het gele vlaggetje dat verschijnt als je met de muis beweegt over de hyperlink. Veel CMS'en bieden bij het plaatsen van een hyperlink een veld waar je de alttekst kan invullen.



## 3. Besteed aandacht aan keywords

Er bestaat een correlatie tussen vindbaarheid en het gebruik van keywords in de eerste 100 woorden van je paginacontent, vond [SEOMoz](#) uit. Verhalen over trefwoordpercentages of keyword ratio's, waarbij minimaal een bepaald deel van je webpagina zou uit trefwoorden moeten bestaan, zijn niet op feiten gebaseerd. Tegelijkertijd zou geen goede contentmaker zichzelf toestaan af te wijken van het hoofdonderwerp van een pagina. Als je alert bent of de pagina 'to the point' is, wees dan ook alert op de zoekterm waarmee je gevonden wilt worden.

De [Google Adwords Keyword Tool](#) is hierbij erg handig. Of kijk eens in de statistieken van je pagina op welke zoekwoorden deze erg goed (of niet goed genoeg) gevonden wordt. Onderzoek ('[Online language pathways](#)') laat zien dat het woordgebruik van zoekmachinegebruikers (de 'zoektaal') kan variëren ten opzichte van de behoefte.

## 4. Wees sociaal

Is het vanuit SEO-oogpunt goed om druk hyperlinks te Twitteren, blogreacties achter te laten of Facebook-likes te oogsten? Daarop zijn twee antwoorden mogelijk:

- Nee, want veel sociale netwerken en blogwebsites geven een nofollow-attribuut (zie 9.) mee aan alle hyperlinks die je bij hen plaatst. Het genereren van inkomende links via sociale netwerken is dus een hopeloze zaak.
- Ja, want Google gaat content die jij of je vrienden persoonlijk gedeeld hebt via Twitter, Google+, Wordpress, Blogger of een andere sociale webapplicatie opnemen in de publieke zoekresultaten. Dit kun je gerust een revolutie noemen.

## 5. Gebruik afbeeldingen

Een afbeelding met een **betekenisvolle naam** vergroot de vindbaarheid van je content via de afbeeldingenzoekmachine. Een afbeelding van Mark Rutte noem je dus niet

'mr1234' maar 'Mark\_Rutte' of 'Mark-Rutte'.

Zorg ervoor dat iedere afbeelding voorzien is van een **alttekst**. Dit is het gele vlaggetje dat verschijnt als je met de muis over een afbeelding beweegt. Als de afbeelding onverhoopt niet getoond wordt, staat daar altijd nog de alttekst. Veel Content Management Systemen bieden bij het uploaden van een afbeelding een veld 'titel' of 'toelichting' waar je de alttekst kan invullen.

Maakt het uit SEO-oogpunt verschil welk **afbeeldingsformaat** je gebruikt? Gebruik JPG voor foto's en PNG of GIF voor overige afbeeldingen. PNG zorgt voor een langere laadtijd van de pagina; dat is een SEO-minpunt.



## 6. Zorg voor orde en overzicht

Een ordelijke website is eenvoudiger te indexeren door de [Googlebot](#). Zorg ervoor dat je **sitemaps** (zie hieronder) in orde zijn. Zorg voor een **gestructureerde URL**, waaruit niet alleen een zoekmachine, maar ook een bezoeker kan concluderen op welke plaats hij zich in de website bevindt.

Ook de **navigatiestructuur** van de site is belangrijk voor zoekmachines. Plan deze vanuit de homepage.

Houd je tot slot aan de regels voor webschrijven: val met de deur in huis, gebruik opsommingstekens en tussenkoppen.

## 7. Instrueer je sitebouwer of webmaster

Steekwoorden die iedere sitebouwer of webmaster anno 2011 moet begrijpen:

**Sitemaps:** voorzie je website van een HTML-sitemap voor de bezoekers en een XML-sitemap voor de zoekmachine.

**Heading tags:** geven een hiërarchische structuur aan een pagina. Dit maakt het voor de Googlebot en voor de gebruiker makkelijker om door de inhoud te navigeren.

**Nofollow-attribuut:** zijn er links op je pagina die je niet wilt laten volgen door de Googlebot? Plak dit attribuut aan de linkcode en voila.

**Robots.txt:** Een robots.txt-bestand laat zoekmachines weten of ze toegang

hebben tot onderdelen van uw site en deze mogen crawlen.

## 8. Schrijf zelf je paginatitel en -omschrijving

Een onderbelicht SEO-element is je verschijning op de SERP. Evenals inkomende hyperlinks behoort dit aspect tot '**off-page SEO**': je hoeft er geen rekening mee te houden op de specifieke pagina die je wilt optimaliseren. De paginatitel (page title) en -omschrijving (meta description) zijn de twee belangrijkste elementen van een zoekresultaat op de SERP. Temidden van alle andere zoekresultaten vormen de blauwe regel

[Het Taalcongres](#)

[www.hettaalcongres.nl/](http://www.hettaalcongres.nl/)

Op 14 februari 2012 organiseert [De Redactie] Trainingen [**Het Taalcongres**], een dag vol workshops en lezingen over taal, tekst en professioneel schrijven.

(max. 70 tekens) en de zwarte tekst (max. 170 tekens) jouw mogelijkheid om op te vallen. Het zijn twee ultrakorte reclamespots die potentiële bezoekers verleiden je website te bezoeken. Benut deze mogelijkheid door in je CMS de velden in te vullen die hiervoor (vaak standaard) aanwezig zijn. Doe het handmatig, en doe het zelf: niemand kan een tekst beter samenvatten dan de auteur ervan.

## 9. Publiceer meerdere soorten content

In dezelfde categorie als punt 9: je verschijning op de SERP. In tien jaar is de zoekresultatenpagina veranderd van een simpel lijstje paginatitels in een compleet overzicht met nieuwscontent, video's, afbeeldingen, landkaarten en nog veel meer soorten content. Kun je je content in één of meer van deze vormen verpakken? Doe het dan. Het geeft je een extra kans op het speelveld van de zoekresultatenpagina.

## 10. Hou vol



Afbeelding: [Rand Fishkin](#)

Advies, optimalisatie of een training op maat? <http://hugolouter.wordpress.com>