

SEO / zoekmachine-optimalisatie

Tips voor SEO

1. Schrijf relevante, authentieke inhoud – levend, groeiend en regelmatig aangepast.
2. Voeg relevante page titles en meta descriptions toe aan elke pagina.
3. Meta keywords zijn onbelangrijk(er) geworden.
4. Gebruik URL's met tekst (keywords) i.p.v. met vreemde characters, cijfers of sessie ID's.
5. Navigatie in de site: via tekst en/of search engine friendly technology (dus geen grafische buttons of JavaScript)
6. Een XML sitemap verbetert de zoekranking niet, maar verzekert wel dat alle content gevonden wordt.
7. Voorzie Anchor Text met klikbare links en beschrijf de link met relevante keywords.
8. Geef beelden een relevante naam en voeg in de html-code een Alt tag toe.
9. Optimaliseer voor de zoektermen en woordenschat van uw doelgroep.
10. Voorzie inbound en outbound links. "Link and get linked."

Zoekmachine-optimalisatie

Zoekmachine-optimalisatie of SEO (Search Engine Optimization) is het optimaliseren van een website om een hoge rangschikking bij de zoekmachines te bekomen voor een bepaalde zoekterm of zoekwoord. Wat betekent dit nu concreet?

Wanneer je naar Google gaat en zoekt naar een bepaald onderwerp, dan verwacht je websites te vinden die relevant zijn voor dat onderwerp.

Als je zoekt naar appels dan verwacht je sites te vinden over die rode blinkende vruchten, of heel misschien over computers. Hoe weet Google waar hij moet zoeken naar deze sites? Zoekmachines gebruiken spiders (computerprogramma's die het internet afschuimen) die zoeken naar pagina's die relevant zijn voor de zoekterm die je hebt ingegeven. In feite is dit reeds op voorhand gedaan, zodat Google je resultaten sneller kan weergeven en niet bij elke zoekopdracht het internet moet gaan afzoeken naar relevante pagina's.

Deze pagina's zijn "geïndexeerd". De bedoeling van elke websitebouwer moet zijn om pagina's zo op te bouwen dat de zoekmachines deze snel en correct kunnen indexeren. Op die manier maak je de zoekmachines blij omdat ze relevante pagina's kunnen aanbieden aan hun "klant", de zoeker. De



zoeker is blij omdat hij gevonden heeft wat hij zocht. U, als website-eigenaar, bent blij omdat de zoekmachine een bezoeker naar uw website heeft doorgestuurd, die ook nog eens op zoek is naar wat uw site aan te bieden heeft. Het komt allemaal neer op één woord: relevantie.

Zoekmachine-optimalisatie heeft niet langer te maken met de zoekmachine "wijsmaken" dat uw site relevant is, een techniek die in het verleden succesvol was. Als u enige kennis heeft van de veranderingen die de zoekmachines de laatste tijd hebben doorgevoerd, dan heeft u vast verhalen gehoord over websites die de ene dag hoog gerangschikt waren en de volgende dag volledig uit de rangschikking verdwenen waren. Deze sites gebruikten meestal valse technieken en werden hierop uiteindelijk afgerekend.

Als uw site echt relevant is en aanbiedt wat "verwacht wordt", dan heeft u een grote kans om een goede rangschikking te bekomen.

Zoekmachine-optimalisatie is meer dan alleen een paar meta tags creëren en uw site aanmelden bij enkele zoekmachines. In feite gaat SEO verder dan de definitie waarmee dit artikel begint. Er zijn verschillende strategieën die momenteel meer kans geven om hoger gerangschikt te worden in de zoekmachineresultatenpagina's (SERPS - Search Engine Result Pages). Behalve geoptimaliseerde pagina's met relevante woorden en definities, spelen ook externe factoren een grote rol. Soms zijn deze factoren zelfs de meest belangrijke.

Factoren die een belangrijke rol spelen in de rangschikking van uw site zijn: binnenkomende links en de rangschikking van de site die deze links bevatten, opname door relevante directories en uiteraard de kwaliteit van de inhoud van uw eigen site.

Er is geen ontkomen meer aan: zoekmachine-optimalisatie is onmisbaar voor een succesvolle site.

Deze definitie van SEO klinkt misschien simpel, maar vergis u niet! Zoekmachine-optimalisatie is een mijnenveld, zelfs voor professionals, en mag zeker niet onderschat worden. Hieronder vindt u een samenvatting van de 10 belangrijkste SEO-fouten en hoe ze op te lossen

SEO is een constant proces en dient ook zo te worden behandeld. Voor een goede optimalisatie dient u links te krijgen van goede en relevante sites, en dat heeft tijd nodig

1. **Schrijf relevante, authentieke inhoud**

De inhoud van je site hou je best levend, groeiend en wordt regelmatig aangepast. Een goede website zal geleidelijk aan meer en meer pagina's krijgen met verse teksten. Zoekmachines zijn op zoek naar nieuwe en relevante informatie. Als uw site nooit iets nieuws te bieden heeft, zal u langzaam naar beneden zakken in de zoekmachine resultaten pagina's (SERPs = Search Engine Result Pages). Dankzij het gebruik van een web Content Management Systeem (CMS) kan u zelf een eenvoudige manier en op elk moment uw site up-to-date houden. Niet alleen de zoekmachines zullen hier blij mee zijn, maar bezoekers zullen ook terugkomen naar uw site om de nieuwe informatie te lezen.

2. Voeg relevante page titles en meta descriptions toe aan elke pagina

De page title is wat je ziet helemaal bovenaan je browser window. Google gaat er van uit dat de woorden in je titel zeer belangrijk zijn en geeft de titel dus meer gewicht wanneer de keyword ranking opgemaakt wordt op de pagina.

Sterker nog, de page title is wat door Google getoond wordt op de search results pagina. Op die manier wordt je page title, gecombineerd met je “meta description”, een kleine advertentie voor je website.

Een meta description is eenvoudig gezegd een omschrijving die je toevoegt in de HTML code van een pagina. HTML code is de “programma”-code die de structuur van een webpagina beschrijft. Dit is niet zichtbaar op de webpagina zelf maar het helpt Google en andere zoekmachines om uit te vinden waarover de inhoud van de pagina’s gaat.

Google gebruikt een gedeelte of de volledige meta description tekst als een samenvatting of fragment na de paginatitel in de search results pages. Beschouw het als een teaser na de hoofdboodschap die mensen aanzet op je link te klikken en naar je site te gaan.

Hoe zien een goede page title en meta description er uit?

- **Accuraat** – Probeer Google niet te slim af te zijn met keywords die niets van doen hebben met het onderwerp van je site pagina. Google zal je hiervoor waarschijnlijk straffen door een lagere ranking en zelfs al levert het je traffic op, is het niet het soort traffic dat je voor ogen had.
- **Specifiek** – Gebruik geen algemene titels of meta descriptions zoals “Site pagina #1”.
- **Uniek** – Gebruik niet enkel de naam van je logies als naam van de pagina. Dit zegt potentiële bezoekers van je site niets over wat ze kunnen verwachten te vinden en dus nodigt dit niet uit tot doorklikken. Bovendien kom je hierdoor niet hoger in de search ranking te staan.
- **Kort** – Ongeveer de eerste 65 karakters van een page title zijn zichtbaar op Google’s search results pagina’s. Alles wat daarna komt wordt afgekapt en niet meegenomen en brengt verwarring in je keyword omschrijvingen. Het zelfde geldt voor meta descriptions: beperk deze tot 156 karakters of minder.
- **Beschrijvend** – Belangrijk is om zo informatief mogelijk te zijn met de 65 karakters ter beschikking zodat je hogere doorklik rates krijgt. Er is wat meer ruimte met de meta description, maar niet veel dus kom ook daar onmiddellijk ter zake.

Tenslotte nog dit over meta description: Google gebruikt dit niet altijd. Soms neemt de zoekmachine een omschrijving van een andere bron of toont het een gedeelte van de concrete pagina inhoud. De befaamde-SEO-blog Search Engine Land suggereert het volgende:

“It’s most likely that the meta description will be used by default when the page doesn’t contain the user’s search term and is ranking primarily because of inbound links and their



anchor text. Here's a (perhaps obvious) tip: look at your web analytics for the top search terms driving traffic to the page and make sure these terms are present in that page's meta description."

3. **Meta keywords zijn onbelangrijk(er) geworden**

Hoeveel gewicht kent Google toe aan meta keywords? Geen, nada, zero, nul, niks te winnen hier. In vroegere dagen waren keyword omschrijvingen in meta descriptions nogal belangrijk voor SEO. Dit is niet langer het geval. Google gebruikt ze niet meer in hun search rankings. Keyword omschrijvingen zijn zo misbruikt door spammers in het verleden dat zoekmachines er meer en meer van afstappen om ze nog enig belang toe te kennen.

Hebt u er dus enig belang bij om een keyword lijst in te bouwen? Misschien daar Yahoo nog steeds meta keywords gebruikt. Maar ook zij zeggen dat ze de keywords minder gewicht geven dan wat ook.

4. **Gebruik URL's met tekst (keywords)**

Heb je ooit een web pagina URL zoals http://www.mijnlogies.be/nl/?page_id=5 gezien?

Vergelijk dit met: <http://www.mijnlogies.be/Kamers-MijnLogies-Stad-De-Rode-Kamer.asp>

De eerste zegt je total niets omtrent de inhoud. De tweede vertelt je dat gaat om jouw logies, in de stad en meer bepaald over de rode kamer. Alles in acht genomen, welke denk je dat meest aantrekkelijk is voor zoekmachines? Nummer 2? Bingo!

Google zelf zegt het volgende: "Relevante woorden in je URL bezorgen je bezoekers en zoekmachines meer informatie over een specifieke pagina dan een ID of een vreemde parameter."

Er is wel enige duiding nodig hier. Dynamische pagina's met URLs zoals www.mijnlogies.be/link.php?action=view&var=new&country=belgium waren vroeger slecht nieuws omdat search spiders niet wisten hoe om te gaan met links met een "?" in. Het resultaat was dat dynamische pagina's niet meegenomen en geïndexeerd werden. Die dagen zijn nu gelukkig voorbij. Google kan nu dynamische URLs volgen en de verschillende tekens interpreteren. Wel kunnen er problemen oprijzen als je je dynamische URLs er statisch wil laten uitzien door parameters te verstoppen voor de Google spider. Herformatteer een dynamische URL dus niet om hem er statisch te laten uitzien.

5. **Navigatie in de site: via tekst en/of search engine friendly technology**

Er zijn nogal wat goede tips voor navigatie, maar in verband met SEO zijn dit de belangrijkste:

- Enkel tekst – Probeer je echt te beperken tot text links voor je navigatie. Sexy grafische buttons zijn zeer aantrekkelijk, maar Google zal het makkelijker hebben om je site in kaart te brengen en te navigeren als je navigatie in HTML tekst is opgemaakt.
- Elegante subkeuzemenu's – Nogal wat mensen houden van het gemak van pulldown sub-navigation menus. Opgeliet, deze zijn veelal gebouwd met het aantrekkelijk JavaScript en zijn

daardoor moeilijk voor Google om te volgen. Zorg er in dat geval voor dat die dynamische menu's niet de enige manier om te navigeren zijn in je site.

- Alt tags – Als je absoluut grafische elementen voor de navigatie wil gebruiken, zorg er dan voor dat je het “alt” attribuut gebruikt in de code zodat Google een idee heeft waarnaar het grafische beeld linkt.

6. Een XML sitemap verbetert de zoekranking niet

Een XML Sitemap is een tekstbestand op je web server dat makkelijk vindbaar is door Google's spider. De XML Sitemap bevat informatie over elke link op je site waardoor Google ook alle inhoud kan lokaliseren en indexeren. Sommigen denken dat het hebben van een XML Sitemap hun ranking zal verbeteren, maar dat is niet waar. Als Google de pagina op zich vindt, zal het hebben van een XML Sitemap de ranking van de pagina niet verbeteren. Wel zorgt en XML sitemap er voor dat alle content gevonden wordt.

7. Voorzie Anchor Text met klikbare links en relevante keywords

Anchor text is een tekstgedeelte op een webpagina waarop kan geklikt worden en wat doorlinkt naar een andere URL of andere pagina in je site.

Zorg er echter voor dat de tekst waarop geklikt wordt relevant is. Veelal wordt “Klik hier” gebruikt om door te linken naar een andere pagina of site. Op dat ogenblik wordt die URL door Google gelinkt aan “Klik hier” keywords. Is dat wat je verwacht?

Beter is het om meer beschrijvende tekst als anchor text te gebruiken, vooral als je doorlinkt naar andere pagina's in je site. Zo zal “Meer info over de Rode Kamer” veel beter scoren dan “Klik hier” om naar de Rode Kamer te gaan.

8. Geef beelden een relevante naam en voeg in html-code een Alt tag toe.

Voor een zoekmachine is een foto of beeld een zwart gat. De zoekmachine kan er op geen enkele manier achter komen wat een beeld voorstelt en slechts inschatten wat een beeld voorstelt als u een handje helpt. Er zijn een paar manier om dat te doen.

In HTML worden beelden gepubliceerd met een tag. Dat ziet er zo uit:

```

```

Er zijn een paar zeer eenvoudige aanpassingen waardoor u duidelijk kan maken aan Google waarover het beeld gaat.

- a. Geef het beeld een beschrijvende naam. Als het een beeld is van de receptie van uw logies, noem het dan “Reception-MyHotel.jpg”.
- b. Voeg een “alt” attribuut toe aan de image tag. Bovenstaande code wordt dan `<imgsrc="http://www.mysite.com/myimage.jpg" alt="Reception of MyHotel">`. Het helpt Google niet alleen om te bepalen waarover uw site en de beelden gaan, maar helpt ook mensen die screen readers gebruiken en dus uw beelden niet kunnen zien.

Afbeeldingen en Flash zien er goed uit op een webpagina, maar hebben maar weinig waarde voor de zoekrobots. Zoekrobots zijn op zoek naar teksten, zoektermen en relevante inhoud

voor gebruikte zoektermen. Wij willen u zeker niet vertellen dat u geen afbeeldingen of Flash mag gebruiken op uw website, maar hou er rekening mee dat de relevante inhoud voor de zoekrobots enkel uit de gewone teksten moet komen. Dit betekent niet dat alle websites die in Flash gemaakt zijn slecht zijn. Er zijn sommige grote bedrijven die een Flash site hebben. Deze sites hebben dan meestal ook een standaard HTML versie beschikbaar met dezelfde inhoud, die wel door de zoekmachines gelezen kan worden. Zo'n website is zeker niet simpel om te maken en dit kan best door specialisten gedaan worden. Als u toch een Flash website wil, kan u dus best kiezen voor een hybride oplossing, waarin Flash en HTML gecombineerd worden.

9. **Optimaliseer voor de zoektermen en woordenschat van uw doelgroep**

De mensen die de zoekmachines gebruiken, zijn 'gewone' mensen die om te zoeken hoogstwaarschijnlijk niet de woorden gebruiken die in reclamebrochures gebruikt worden. Onderzoek hoe uw klanten vragen naar uw diensten of producten en gebruik deze woorden in de teksten op uw website. U zal waarschijnlijk verrast zijn door de woorden die effectief gebruikt worden.

10. **Voorzie inbound en outbound links. Link en wordt gelinkt**

Inkomende links naar uw website spelen een grote rol in de algoritmes van de belangrijkste zoekmachines en kunnen worden aanzien als een goedkeurende stem voor uw site. Als er echter naar uw site wordt gelinkt door websites die totaal niet relevant zijn voor de inhoud van uw website, dan wordt dat aanzien als een negatieve stem en zal dit uw site niet vooruit helpen in de zoekmachines. Verzeker u er van dat alle links naar uw website komen van relevante sites. Behoed u voor seo specialisten die het link netwerk van uw website uitbouwen met links van casino sites, sites die online geneesmiddelen verkopen of sites met pornografisch materiaal. Een link netwerk uitbouwen is een zeer belangrijk onderdeel van uw zoekmachine optimalisatie strategie en dient met de nodige zorg worden uitgevoerd.

Bronnen:

www.webbits.be

<http://blog.abstracledge.com/2010/10/9-steps-to-balanced-search-engine-optimization/>

Wikipedia