

DOORDACHT SITEBEHEER LEIDT TOT EEN HOGE RANKING IN ZOEKRESULTATEN

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) CREEERT INZICHT IN ONLINEPRESTATIES

Consumenten zoeken constant naar informatie op zoekmachines zoals Google, Bing en Yahoo. Het is daarom interessant om als onderneming hoog te scoren in deze resultaten, zodat deze consumenten op uw site terechtkomen en ze dus potentiële klanten kunnen worden. Om u een inzicht te verschaffen in de wondere wereld van Google en om u te laten kennismaken met technieken en methoden om uw website in enkele stappen op een hogere plaats in de zoekresultaten van Google te laten voorkomen, had Sanilec een gesprek met Lieven Buyse, docent E-marketing bij Expert Academy.

Door Bart De Moor

AANWEZIGHEID ONLINE

Welke onderneming ondersteunt de marketingactiviteiten niet via een website? Een website is immers een visitekaartje van de onderneming. Het kan een bezoeker overtuigen om te kiezen voor uw product of dienst. Het is daarom belangrijk om in de eerste plaats bezoekers naar uw website te leiden, en ze daar dan daadwerkelijk te houden. Alles staat of valt bij een uitgekien- de strategie en een strak, overzicht- elijk ontwerp van uw website. In dit artikel worden enkele belangrijke werkingsprincipes over zowel zoekmachines als het optimaliseren van een website verklaard.

ZOEKMACHINE

Werkingsprincipe

Een zoekmachine schuimt het internet af met een bepaald algoritme dat alle webpagina's

indexeert. Dit algoritme is een complexe wiskundige formule met als taak het tonen van webpagina's waarvan de gebruiker de zoek- criteria heeft opgegeven. Het doel van een zoekmachine is immers om zo relevant mogelijke resultaten te tonen.

Google

Google staat bij internetgebruikers bekend als dé zoekmachine bij uitstek. Onderzoek wijst uit dat Google een marktaandeel heeft van 97,82% (bron: Statcounter.com) en dus duidelijk de meest gebruikte zoekmachine op het web is. Het is daarom dus niet vreemd dat heel wat bedrijven een strategie ontwikkelen om meer zichtbaarheid te krijgen in de resultaten van deze zoekmachine. Zo kan er gebruik- gemaakt worden van Google AdWords, een betaalde dienst waarbij u advertenties kunt plaatsen bij bepaalde zoekresultaten. Maar de eigenlijke zoekresultaten, de



SEO of Search Engine Optimization staat voor het optimaliseren van een website om zo hoger te scoren in de Google zoekresultaten

organische zoekresultaten zijn natuurlijk het belangrijkste. Het is een must als bedrijf zo hoog mogelijk in deze ranking aanwezig te zijn.

WEBSITE

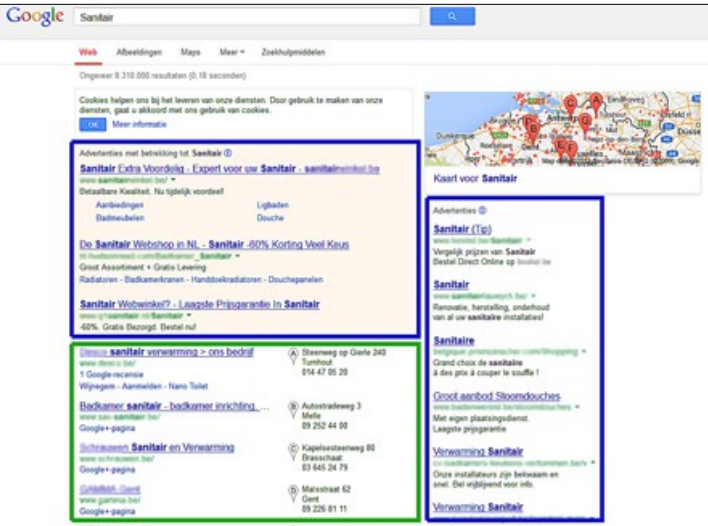
Ontwerp

“Een bezoeker beslist binnen de 7 seconden of hij de informatie op de website interessant vindt of niet”, legt Buyse uit. Om een website te laten opmerken op het web bestaan heel wat technieken en methoden. Vooral deze uit de doeken te doen, beginnen we bij de basis: de website. “Een doordacht ontwerp is immers cruciaal om zowel bezoekers naar de site te leiden als ze op je site te houden.” Enkele belangrijke tips voor een zoekmachinevriendelijke website:

- **Structureer de lay-out:** zet het navigatiemenu onderaan in de HTML-code zodat de bodytekst als eerste kan worden gelezen door de zoekrobot. Zo kunnen

zoekwoorden die in de tekst voorkomen, eerst worden gelezen door de zoekmachine.

- **Gebruik afbeeldingen die relevant zijn voor de tekst op een pagina:** gebruik de 'alt tekst'-omschrijving met een relevante omschrijving die mogelijke zoekwoorden bevat.
- **Gebruik hoofdingen op de pagina die zoekwoorden bevatten.**
- **Vermijd het gebruik van Flash:** zoekmachines vinden moeilijk websites die gedeeltelijk of volledig gemaakt zijn in Flash. Wanneer Flash wel gebruikt wordt, kan dit bijvoorbeeld voor de header, maar zeker niet in de body van de pagina.
- **Ontwerp je site niet met tabellen en frames:** dit zijn verouderde technieken en kunnen meestal niet geïndexeerd worden door de zoekrobot. Gebruik CSS (Cascading Style Sheets) om de lay-out van je site te ontwerpen.



ADVERTENTIES – GOOGLE ADWORDS

Dit zijn betaalde advertenties die getoond worden wanneer bepaalde zoekresultaten worden ingegeven. Google biedt tools waarmee u uw AdWords campagnes kunt monitoren en bijsturen waar nodig. Om dit aan te maken, heeft u een account bij Google nodig. U bepaalt een vooropgesteld budget, maakt de advertenties aan, bepaalt bij welke zoekwoorden deze worden getoond, en volgt vervolgens alles op.

GRATIS OF ORGANISCHE ZOEKRESULTATEN IN GOOGLE

Voor deze resultaten moet u uiteraard niet betalen. Onderzoek wees uit dat men slechts aandacht geeft aan de resultaten uit de eerste twee pagina's. Wanneer u over een Google account beschikt en ingelogd bent, dan toont Google de resultaten die het dichtst bij u in de buurt zijn. Zo kunt u bijvoorbeeld als zoekterm 'installateur' ingeven en alle bedrijven die met deze term verwant zijn als resultaat krijgen.



Figuur 1: de relatie tussen zoekfrequentie en concurrentiële zoekresultaten

LINKBUILDING

Lieven Buyse: “Een tweede mogelijkheid om je positie te verbeteren is via linkbuilding. Dit bestaat uit het verkrijgen van backlinks (externe links) die naar de website verwijzen. Google en ook andere zoekmachines gebruiken het aantal backlinks immers als waardemeter voor een website.”

Niet enkel het aantal backlinks is belangrijk, ook de kwaliteit ervan. “Wanneer de link op een gespecialiseerde portaalsite van bijvoorbeeld sanitair wordt geplaatst, zal Google er meer waarde aan hechten dan wanneer de link op een amateuristische en/of niet relevante site staat. Hoe meer kwalitatieve links, hoe meer vertrouwen de zoekmachines stellen in een site, en hoe hoger de plaats ervan in de zoekresultaten. Let op: té veel backlinks werken overrechts. Te veel backlinks voor een site waarvan Google vindt dat deze site dit niet verdient, kan een negatief effect hebben op de ranking binnen de zoekresultaten. Laat linkbuilding over aan een specialist. Het is als leek erg tijdrovend en men moet over de nodige kennis beschikken om een kwalitatieve linkbuildingcampagne op touw te zetten. Mocht dit niet zo zijn dan zou dit opgelost zijn met het leggen van overdreven veel links naar de website, om zo goed te kunnen scoren binnen de Google zoekresultaten. Dit is dus niet het geval. Sociale media zoals Facebook en Twitter kunnen de

bekendheid en het aantal kwalitatieve links omhooghalen. Ze zorgen ervoor dat bepaalde interestgroups de weg vinden naar de website.”

CONTENT

“Tenslotte het belangrijkste onderdeel van het SEO-proces: de content van de website. Dit is immers de informatie die de internetgebruiker zoekt. Daarom is er nood aan structuur en overzicht”, verklaart Buyse.

Zoekwoorden – keywords

Zoals eerder werd aangehaald, kan de positie van een website in de zoekresultaten bepaald worden door naar relevante zoekwoorden of keywords op zoek te gaan die op de desbetreffende pagina worden vermeld.

“Hoe specifieker bepaalde woorden in de tekst worden aangehaald, des te specifieker de zoekresultaten zullen zijn.”

In **figuur 1** wordt de relatie beschreven tussen de zoekfrequentie (specifieke zoektermen) en het aantal spelers die worden weergegeven.

Analyse

“Het is belangrijk om eerst deze vraag te stellen: wil ik als bedrijf of ondernemer dat mijn website als zoekresultaat wordt weergegeven? Dit is cruciaal om een duidelijke analyse te maken en zich de vraag te stellen welke 'begrippen' er relevant zijn.”

Zoekwoordplanner

Met de zoekwoordplanner toont Google welke zoekwoorden het meest frequent worden gekozen. **Figuur 2** toont de gerelateerde zoekwoorden van de zoekopdracht. Het toont welke zoekresultaten verwant zijn met het woord 'verwarming'. Bijvoorbeeld 'centrale



Lieven Buyse, Docent E-marketing, Expert Academy

Zoektermen	Gem. maandelijkse zoekopdrachten (7)	Concurrentie (7)
verwarming	5.400	Hoog
Zoekwoord (op relevantie)	Gem. maandelijkse zoekopdrachten (7)	Concurrentie (7)
elektrische verwarming	4.400	Hoog
verwarming ontluchten	2.900	Laag
centrale verwarming	3.600	Hoog
fenestra verwarming	3.600	Laag
verwarming berekenen	390	Normaal
centrale verwarming aanleggen	260	Hoog

Figuur 2: screenshot van de zoekwoordplanner

verwarming', 'elektrische verwarming', 'verwarming ontluchten' en ook wat de gemiddelde maandelijkse zoekfrequentie is. Deze tool kan u helpen bij het zoeken naar de juiste zoekwoorden.”

Implementatie

“Google schuimt websites af naar woorden of relevante termen die overeenkomen met de zoekopdracht. Het is daarom belangrijk dat die woorden regelmatig in de tekst op de webpagina voorkomen.”

Enkele tips:

- **Laat keywords voorkomen in de titelbalk van de webpagina:** bijvoorbeeld op een webpagina die handelt over de installatie van warmtepompen zal vanzelfsprekend het woord 'warmtepomp' opgenomen worden.
- Ook wanneer het bedrijf enkel warmtepompen installeert, is het een must dit een vaste plaats te geven in de titelbalk.



- **Laat keywords regelmatig voorkomen in de bodytekst:** tracht het zoekwoord of keyword voldoende te herhalen in de tekst. Natuurlijk niet in overdaad, want dit zal door Google gezien worden als spamming.
- **Laat keywords opvallen in de tekst:** zet keywords in het vet of onderlijn ze, zo worden ze beter opgemerkt.
- **Geef elke pagina een unieke titel en omschrijving:** deze titel en omschrijving worden gebruikt om de inhoud van de pagina te beschrijven.
- **Geef elke pagina een meta-tag:** Google zoekt altijd een stukje tekst op de webpagina om weer te geven als beschrijving onderaan het zoekresultaat. Dit wordt een 'snippet' genoemd. Wanneer Google geen relevante beschrijving op de webpagina vindt, gebruikt het de metatag. Zoekwoorden die in snippets of metatags voorkomen, worden in het vet gezet.

GOOGLE ADWORDS

Lieven Buyse: “Dit zijn betaalde advertenties gebaseerd op zoekwoorden, gedefinieerd door de adverteerder. Als er dus op één van de opgegeven zoekwoorden wordt gezocht, dan verschijnt de advertentie boven de organische zoekresultaten. Adwords maakt gebruik van het pay-per-clicksysteem. Dit betekent dat de adverteerder betaalt voor elke klik op de advertentie. Als adverteerder kan je zelf bepalen wat je maximumbedrag is dat je wilt betalen per klik op de advertentie. “Als er verschillende adverteerders zijn voor hetzelfde zoekwoord, dan wordt diegene die het meest betaalt per klik, bovenaan geplaatst. Op basis van het aantal zoekwoorden maakt Google een schatting van de prijs per klik.”

Doelgerichtheid

Lieven Buyse: “De adverteerder kan zelf bepalen welke zoekwoorden aan zijn advertentie worden gelinkt. Hierdoor wordt de advertentie enkel getoond aan mensen die interesse hebben in het onderwerp. Om nog gericht te adverteren biedt Google ook de mogelijkheid om op regio te selecteren. Zo kan de adverteerder aangeven dat enkel personen die in de desbetreffende regio wonen de advertentie kunnen zien. Wanneer men dus in Kortrijk woont en op zoek is naar een installateur, is het voor hem minder relevant om zoekresultaten met installateur te krijgen uit Leuven.”

Google webtools

Lieven Buyse: “Als adverteerder krijg je heel wat tools ter beschikking om je AdWords campagne te monitoren. Een van de belangrijkste is Google Analytics, dat het verkeer op de website in kaart brengt. Deze tool kan overigens ook gebruikt worden bij een site die niet in een AdWords campagne werd opgenomen. Naast deze tool bestaan er nog verschillende hulpprogramma's voor het analyseren van campagnes.”

Met dank aan: Lieven Buyse, docent E-marketing aan Expert Academy