SEO-checklist

Digital Climax

SEO-tools installeren

- Zet een account op in Google Search Console en koppel je website (lees er alles over in onze Google Search Console gids).
- Koppel jouw Google Search Console met Google Analytics.
- Zet tracking op met Google Tag Manager op (lees alles over de Google Tag Manager).
- Analyseer jouw website met Screaming Frog
- Installeer Ahrefs en koppel jouw website (lees onze Ahrefs handleiding voor meer informatie)

Zoekwoordenonderzoek: tools

Start jouw SEO-actieplan altijd met een uitgebreid zoekwoordenonderzoek.
Zo weet je perfect op welke vragen jouw doelgroep een antwoord zoekt.

Gebruik voor je zoekwoordenonderzoek handige SEO-tools zoals:

- Answer The Public (lees onze Answer The Public handleiding)
- Ahrefs
- Google Search Console
- Google Trends
- Keyword planner
- SEMrush
- Ubersuggest (Ubersuggest handleiding)
- SE Ranking
- Keyword surfer
- Moz

Zoekwoordenonderzoek: stappenplan

- Een goede manier om te starten is tijdens een speedstorm. Schrijf (eventueel met je werknemers) zoveel mogelijk woorden op die te maken hebben met je bedrijf.
- Voer een concurrentieanalyse uit. Ga bij gerelateerde websites op zoek naar keywords die zij gebruiken. Welke heb jij nog niet opgenomen in je lijst van zoekwoorden? Welke zijn voor jou ook relevant?
- Typ de zoekwoorden die uit je speedstorm en concurrenten analyse zijn gekomen nu in in Google. De zoekmachine geeft je ook gerelateerde zoekopdrachten, gebaseerd op data van Google zelf.
- Analyseer in Google Search Console op welke zoekwoorden je momenteel al scoort, hoe vaak gebruikers doorklikken naar jouw website en op welke positie je staat.
- Herhaal je zoekwoordenonderzoek regelmatig en ga op zoek naar nieuwe opportuniteiten.

Architectuur opstellen

- Stel een duidelijke structuur op voor je website. Vinden bezoekers en zoekmachines eenvoudig hun weg? Zo niet, lees dan alles over het uitdenken van een SEO-vriendelijke website architectuur.
- Denk vooraf na over de content clusters van je website. Noteer over welke onderwerpen je zal schrijven. En voeg er ook meteen de synoniemen van je belangrijkste zoekwoorden aan toe.
- Zorg dat je een duidelijk zicht krijgt van het geheel van je website. Bouw jouw architectuur op met een bepaald plan voor ogen. Weet waar je naartoe werkt.
- Stel skeletten of een outline op als basis voor je verschillende pagina's. Deze vormen het uitgangspunt voor jouw teksten. Houd hierbij rekening met:
  Wat wil de bezoeker lezen?
  Wat wil Google lezen?
  Wat wil jij als bedrijf vertellen?

Pijler 1: Techniek

Crawl data

- Voeg je sitemap toe aan je website.
- Registreer jouw sitemap bij Google Search Console.
- Zorg voor voldoende relevante interne links.
- Verbind de verschillende pagina's van je website met elkaar via een content cluster?
- Zorg voor een beveiligde website met SSL-certificaat en HTTPS-verbinding.
- Stel een follow/nofollow tag of index/noindex tag in, zodat pagina's net wel of niet beschikbaar zijn voor de crawlers van de zoekmachines.

Robots.txt

Maak een robots.txt. Dit bestand is essentieel om het crawlverkeer van je website onder controle te houden.

3XX Redirects

- Is de SEO migratie van je oude website naar je nieuwe website correct uitgevoerd?
- Stuur jouw bezoekers op de correcte manier door via een redirect met een 301 status code.
- Of pas je interne links aan zodat ze rechtstreeks op de juiste pagina belanden, zonder onnodige tussenstappen.
- Voorkom redirect chains. Dit zijn meerdere redirects na elkaar.

4XX Errors

- Scan jouw website op alle mogelijke HTTP status codes.
- Vermijd dat gebruikers op een 404 status code terecht komen, door de juiste redirect in te stellen naar een andere relevante pagina.
- Pas de interne links van je bestaande pagina's aan zodat gebruikers meteen op de juiste plek belanden, zonder redirect.



Opbouw url's

- Stel een gebruiksvriendelijke url en domeinnaam in. Ontdek in onze domeinen gids waar je rekening mee dient te houden.
- Kies voor een korte domeinnaam die makkelijk te onthouden is.
- Vermijd cijfers en tekens zoals #{}]´[`~
- Vermeld je zoekwoord in je domeinnaam.



Meta Title

- Stel een meta title in van maximum 60 tekens, inclusief spaties en leestekens. Gebruik hiervoor onze handige SERP simulator.
- Zet jouw belangrijkste zoekwoord altijd vooraan.
- Het is niet nodig om de naam van je bedrijf te vermelden, dat doet de zoekmachine.
- Verwerk je USP's in je meta title om je bezoeker te overtuigen om op jouw website te klikken.



Meta Description

- Geef meer informatie over je pagina door een duidelijke meta omschrijving.
- Houd rekening met een maximumlengte van 164 tekens.
- Vermeld je zoekwoord, maar ook belangrijke synoniemen.
- Overtuig gebruikers door termen te gebruiken zoals 'voordelen', 'impact', 'soorten' of 'betekenis'.



Headers

- Zorg voor de juiste titelstructuur en headers op je pagina's.
- Stel slechts één H1 in per pagina. Hierin verwerk je jouw hoofdzoekwoord.
- Gebruik meerdere H2 en H3 titels in je teksten.
- Bouw een logische structuur op van titels.



Gebruikerservaring

- Optimaliseer de laadsnelheid van je website. Ontdek het belang van website snelheid en SEO.
- Voorzie een responsive website. Voeg de nodige CSS en <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0"> toe aan je webpagina's.



Alt tags afbeeldingen

- Optimaliseer jouw afbeeldingen voor SEO.
- Sla afbeeldingen correct op je computer op. Vermijd bestandsnamen zoals IMG_003577, maar verwerk het zoekwoord van je specifieke pagina.
- Stel de juiste alt + title tag in. Vermeld je zoekwoord en meer informatie over de afbeelding zelf.
- Gebruik geen afbeeldingen die groter zijn dan 1 MB.



Pijler 2: Content

Zoekintentie

- Onderzoek wat de zoekintentie van je gebruiker is.
- Schrijf je titels op basis van je zoekintentie en gebruik de juiste kernwoorden.
  - **Commerciële zoekintentie**: voordelen, troeven, laten installeren, laten plaatsen
  - **Informatieve zoekintentie**: gids, tips, handleiding
  - **Transactionele zoekintentie**: kopen, bestellen, aanschaffen
  - **Navigerende zoekintentie**: merk, locatie, organisatie, naam



Helpful content

- Schrijf SEO teksten die antwoord geven op de vragen van je gebruikers. Ontdek er alles over in onze helpful content gids.
- Leg je een interne link naar een andere pagina? Gebruik dan de juiste ankertekst die het zoekwoord van die pagina bevat.
- Vertrek altijd vanuit de zoekintentie van je doelgroep.
- Vermeld jouw expertise en jarenlange ervaring om gebruikers te overtuigen van jouw vakmanschap. Houd hierbij rekening met de kwaliteitsscore Google EEAT.
- Vermijd duplicate content, waarbij je op verschillende pagina's schrijft over hetzelfde onderwerp. Leg per pagina slechts de focus op 1 zoekwoord en bijhorende synoniemen.



Pijler 3: Autoriteit

Backlinks

- Zet in op kwalitatieve linkbuilding en backlinks. Zorg ervoor dat andere relevante websites een externe link leggen naar jouw pagina.



Off-page SEO

- Breid je netwerk van connecties uit.
- Zet in op andere kanalen om jouw online zichtbaarheid te vergroten. Denk bijvoorbeeld aan social media.
- Registreer jouw bedrijf bij Google Mijn Bedrijf, zeker wanneer je inzet op lokale SEO.

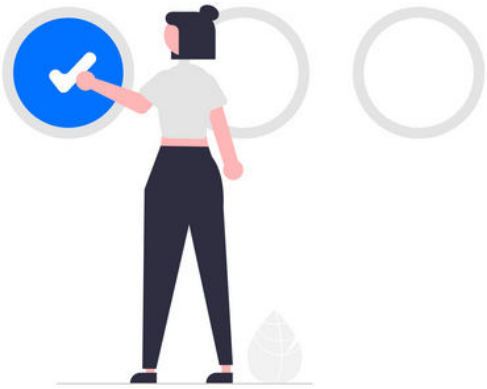


Doe de gratis SEO check

Ontvang concrete actiepunten

Benieuwd naar **mogelijke opportuniteiten van jouw website**? Sta je te popelen om aan de slag te gaan maar heb je geen idee waar te beginnen?

Ontdek onze gratis SEO check. Dankzij onze handige tool, ontvang jij meteen **actiepunten om jouw website stap voor stap te optimaliseren**. Krijg inzicht in wat wel werkt en vooral wat niet.



Gratis SEO check

Gratis SEO scan

Vertrouw op de expertise van Digital Climax

Benieuwd naar de huidige situatie van jouw website? Laat Digital Climax jouw pagina's onder de loep nemen. **Gratis en voor niks**.

Dit mag je verwachten:

- Een scan op techniek, content en autoriteit van je website
- Een duidelijk zicht op je prestaties van vandaag
- Een lijst van opportuniteiten en actiepunten
- Concrete inzichten en SEO-kansen



Vragen over onze SEO scan?
Neem contact op met onze experts. Wij staan voor je klaar.

Gratis SEO scan