

Digital Climax

SEO handleiding

✓ Praktische tips
✓ Bewezen technieken

Jouw partner voor betere rankings & meer verkeer

Het resultaat na het implementeren van deze tips



Torenstraat 59, 2243 Pulle | info@digital-climax.be | 0476 24 71 35

SEO: hoger scoren in Google

Dat willen we allemaal. Want het is cruciaal voor jouw bedrijf. Maar hoe pak je dat aan? Dat ontdek je in dit artikel. Je krijgt een onmiddellijk toepasbaar stappenplan. Volg je dat? Dan scoor je hoger in Google en andere zoekmachines. Je krijgt ook SEO best practices en de exacte werkwijze. Zo kun je meteen aan de slag!

Nog niet vertrouwd met SEO?

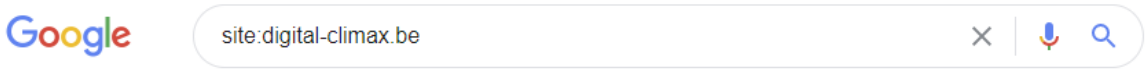
Lees dan eerst onze SEO voor beginners tips. Hierin kom je alles te weten over de basis van SEO. Inclusief de begrippen die met Search Engine Optimisation te maken hebben: SEO, SEA, Black Hat, … En hoe je SEO in WordPress gebruikt.

1) website-analyse

Allereerst moet je weten hoe je website in elkaar zit. Want een correct en logisch opgebouwde website-architectuur is de basis voor elke goede website. Moet je dat allemaal zelf uitzoeken? Nee, er bestaan voldoende tools en best practices voor SEO die je kunt gebruiken. Begin met een indexatie van je site.

Bekijk je website door de ogen van Google

Zoek in Google naar 'site:jouw-website.be' (zie afbeelding hieronder). Google toont je welke pagina's de zoekmachine indexeert.

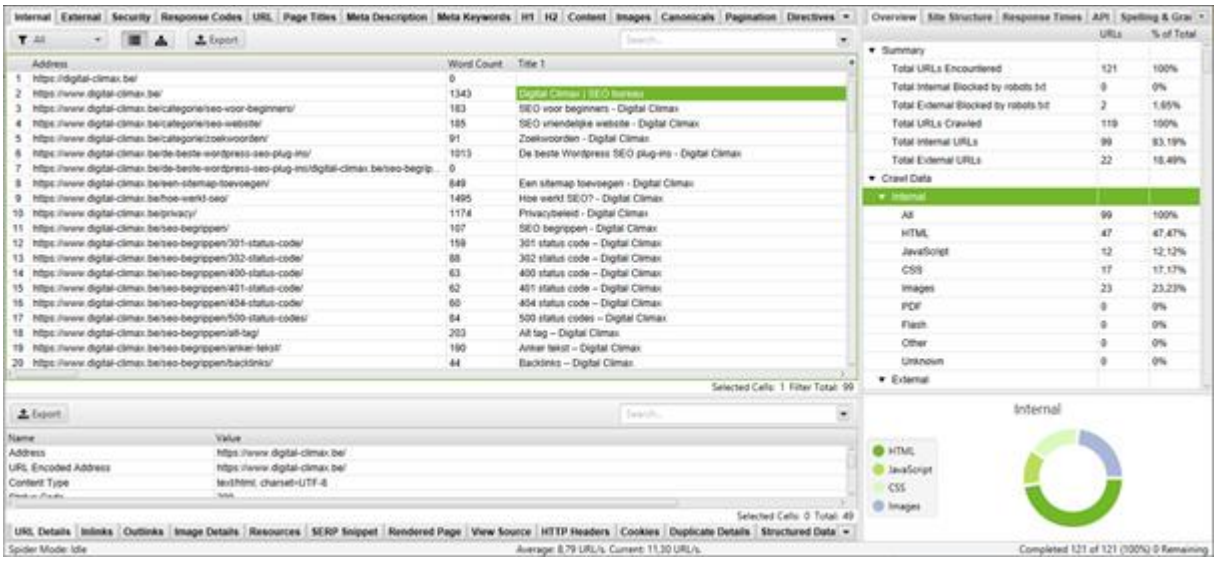


Bepaal je nulpunt.

Breng je huidige situatie in kaart: dat is je nul- of startpunt. Dat heb je nodig om te meten of je vooruit gaat. Wat neem je hierin op? Aantal bezoekers, zoekwoorden met positie, geïndexeerde pagina's, fouten, …

Screaming frog: spoor je fouten op

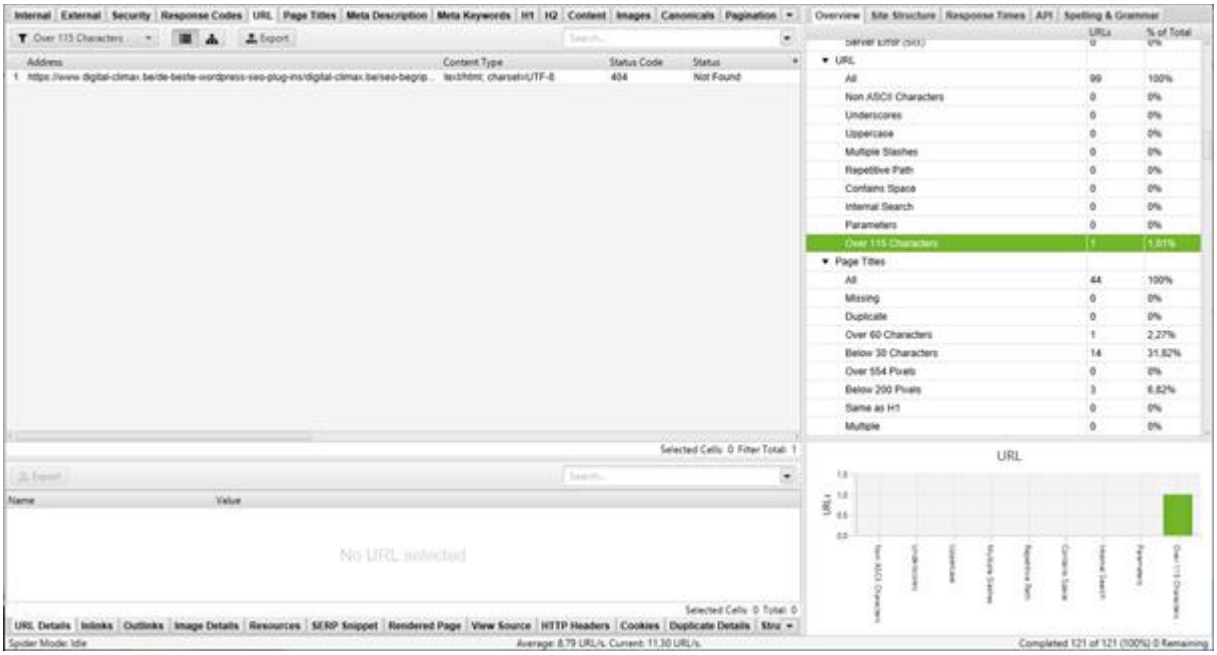
Een handige tool om je website snel te analyseren is Screaming Frog. Die indexeert, net zoals de Google crawlers, de volledige inhoud van je website.



Een snelle website-analyse geeft de gezondheid van je site weer. Je ziet meteen wat er hapert. Dankzij Screaming Frog los je kleine SEO-fouten snel op. Dat is je eerste stap naar een hogere Google-ranking. Vooral de rechterkolom is daarvoor interessant.

All	99	100%
Non ASCII Characters	0	0%
Underscores	0	0%
Uppercase	0	0%
Multiple Slashes	0	0%
Repetitive Path	0	0%
Contains Space	0	0%
Internal Search	0	0%
Parameters	0	0%
Over 115 Characters	1	1,01%
▼ Page Titles		
All	44	100%
Missing	0	0%
Duplicate	0	0%
Over 60 Characters	1	2,27%
Below 30 Characters	14	31,82%
Over 554 Pixels	0	0%
Below 200 Pixels	3	6,82%
Same as H1	0	0%
Multiple	0	0%

Daar zie je bijvoorbeeld of je URL's en titels de juiste lengte hebben. Hier is 1 URL te lang. Daar houden de zoekmachines niet van. Je krijgt de pagina die niet voldoet op een presenteerblaadje voorgeschoteld. Kort de URL in tot de maximaal aanbevolen lengte van 115 karakters.



404-code

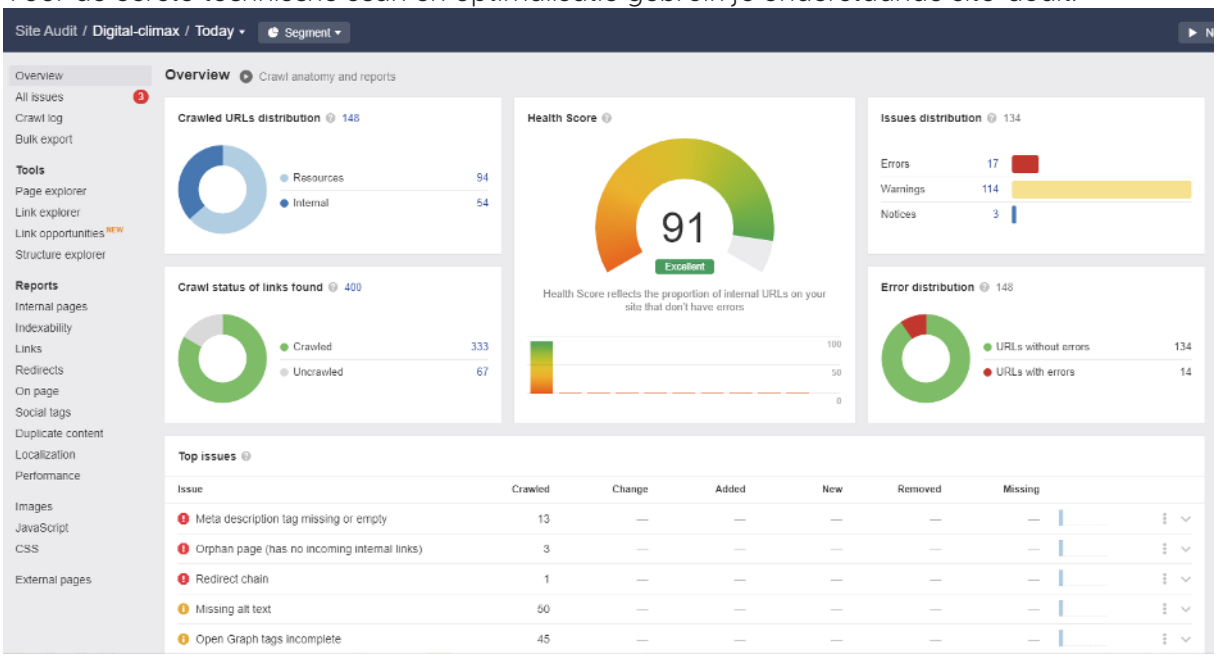
Hierboven zie je dat 1 URL een 404-code teruggeeft. Dat betekent dat er ergens op de website een fout staat. In dit geval gaat het om een link naar een onbestaande pagina. De snelle analyse werpt dus al onmiddellijk vruchten af. Op minder dan 5 minuten!
In de rechterkolom zie je dus het overzicht van de meest voorkomende fouten en jouw score daarop. Kleine regeltjes waarmee je best rekening houdt. Zo optimaliseer je je website om hoger te scoren in Google. Doorloop je het hele menu? Dan creëer je met een minieme inspanning een grote meerwaarde.

Ahrefs analyse

Ahrefs is een andere tool om je website te controleren. De site-audit geeft je snel inzicht in de algemene gezondheid van je website. Ahrefs labelt fouten in functie van belangrijkheid. Je ziet meteen welke pagina's je nog eens onder handen moet nemen.

Ahrefs is ook een dankbaar instrument om jouw website te vergelijken met die van je concurrentie. Of om in te zetten bij je zoekwoordenonderzoek. Meer info daarover verderop in dit artikel.

Voor de eerste technische scan en optimalisatie gebruik je onderstaande site-audit.



Los de aangegeven problemen zo snel mogelijk op. Waarom? Zij zijn de basis van je website en SEO-strategie. Heb je een stevige basis? Dan realiseer je SEO-groei voor de lange termijn.
Nog niet gestart met je website?
Houd dan vanaf het begin rekening met de SEO-basisregels (best practices).

SEO best practices

Waarop moet je letten als je wilt scoren in Google en andere zoekmachines?
Een gouden regel: maak het je bezoeker zo gemakkelijk mogelijk.

Snelle https-verbinding

Zorg voor een snelle https-verbinding. Jouw bezoeker heeft weinig tijd. Duurt het opladen van jouw website te lang? Dan is hij weg. En pas op: dit gaat om fracties van een seconde!

URL

Hou je website-architectuur in je achterhoofd en gebruik leesbare URL's. Leesbaar voor mens én machine (crawler).

- Leesbaar: https://www.digital-climax.be/de-beste-wordpress-seo-plug-ins/
- Niet leesbaar: https://www.digital-climax.be/2020/11/10/post?=1050

Tip: Optimaliseer je WordPress website voor SEO

Keep it short
Gebruik korte beschrijvende URL's van maximaal 115 karakters. En zie erop toe dat ze werken, dus een statuscode 200 teruggeven. Foutcodes als 404 en 500 zijn uit den boze.
Ook 301 en 302 vermijd je best. Komen die toch voor? Los ze dan snel op.

Géén hoofdletters in je URL
Een URL schrijf je in kleine letters. Want afhankelijk van de server zijn URL's hoofdlettergevoelig. Zo komt bijvoorbeeld digital-climax.be/Contact daardoor niet altijd op de contactpagina terecht. digital-climax.be/contact wel. Het domein zelf (digital-climax.be) is trouwens nooit hoofdlettergevoelig. Neem het zekere voor het onzekere en kies altijd en overal kleine letters.
Verwerk je je zoekwoord in de URL? Top! Jij wilt echt dat Google je vindt.

Titels

De paginatitel (page title) is de titel die bovenaan in je browser verschijnt. Die titel is zichtbaar in Google, bevat je zoekwoord en is best tussen de 30 en 60 karakters lang. Beheer je paginatitels in WordPress met de SEO plug-in. Die wijst je de weg in de best practices, en geeft je onmiddellijk feedback op je aanpassingen.

Eén H1-titel per pagina

Elke pagina bevat **één** H1-titel. Nooit, never, nunca meer dan één! De H1-titel geeft het algemene onderwerp van de pagina aan. De H1-titel is uniek en gebruik je voor een enkele pagina. Want in principe heeft elke pagina een ander hoofdonderwerp.
Heb je toch twee pagina's over hetzelfde onderwerp? Voeg ze samen tot één groot kwaliteitsartikel. En ook hier geldt: verwerk je zoekwoord in de H1-titel.

Gebruik tussentitels

Structureer je content. Waarom? Een goede structuur leidt je bezoeker door je site. Je wijst hem de weg naar datgene wat hij zoekt. Hoe doe je dat? Werk met niveaus en gebruik tussentitels (H2, H3, …) Die maken je pagina leesbaar en overzichtelijk. Ze delen je content op. Zo maak je het je bezoeker gemakkelijk: je pagina is scanbaar en hij vindt snel wat hij zoekt.

Metabeschrijving (meta description)

De metabeschrijving heeft geen directe invloed op je ranking. Toch helpt die je om beter te scoren. Hoe? Een goede meta description nodigt de bezoeker uit om jouw website te bezoeken. De beschrijving bevat je zoekwoord en een CTA (call to action). Daarmee creëer je een betere CTR en die kliks waardeert Google wel. Zo helpt een goede meta description je dus onrechtstreeks aan een hogere ranking.

Afbeeldingen

Bestandsgrootte van je afbeelding

Beperk de bestandsgrootte van de afbeelding. Hoe groter je bestand, hoe trager het laadt. En de snelheid van je site draagt bij aan je algemene SEO-score: hoe sneller, hoe beter.
De snelheid van je website controleren? Gebruik de Pagespeed Insights tool van Google.

Leesbare naam

Geef je afbeelding een leesbare naam. Hier geldt hetzelfde principe als voor een leesbare URL: Leesbaar voor mens én machine (crawler). Voorbeeld:

- Leesbaar: digital_climax_googlescore.jpg
- Niet leesbaar: afb15438452.jpg

Alt-tekst
Voeg een alt-tekst (alternatieve tekst) toe aan je afbeelding. Die geeft weer wat er op de afbeelding te zien is, waarover die gaat. De alt-tekst was oorspronkelijk bedoeld voor blinden en slechtzienden. Google gebruikt ze nu om afbeeldingen beter te begrijpen.
Heb je afbeeldingen zonder alt-tekst? Daarvoor krijgt je site een minpuntje. Want voor Google doet dat afbreuk aan de kwaliteit van je site. Maar verwerk je een zoekwoord in je alt-tekst? Dan scoor je dubbel.

Tip: pas op voor zoekwoord dichtheid en keyword stuffing

Content

Vul je site met kwalitatieve content. Hoe doe je dat? Schrijf voor mensen, niet voor machines. Geef met je content je bezoeker een meerwaarde (added value). Vooral meerwaarde ten opzichte van huidige top 10 in Google is super belangrijk. Met meer van hetzelfde maak je het verschil niet.

Update je content
Werk je content regelmatig bij. Waarom? Verouderde content scoort minder, zeker in continu evoluerende sectoren. En gebruik je zoekwoord(en) in je copy. Hoe hoger in de pagina je die inzet, hoe beter. Dat vergroot de impact op SEO.

Blogs en nieuwsberichten
Vul je content aan via een blog en nieuwsberichten. Schrijf over een (onderdeel van) je product of dienst en ga er verder op in.

Tip: let op voor duplicate content

Tip: kondig je blog of nieuwsbericht aan via je sociale media (klik, klik!)

Linkbuilding in je content
Verwerk interne links in je webteksten. Hoe? Werk met de juiste anker tekst. Gebruik zo weinig mogelijk ‘klik hier’ of ‘meer info’. Verwerk je zoekwoord (het onderwerp waar je naar linkt) in je ankertekst. Op die manier geef je je bezoeker de mogelijkheid om zich verder te verdiepen in het onderwerp.

Zoekwoordenanalyse

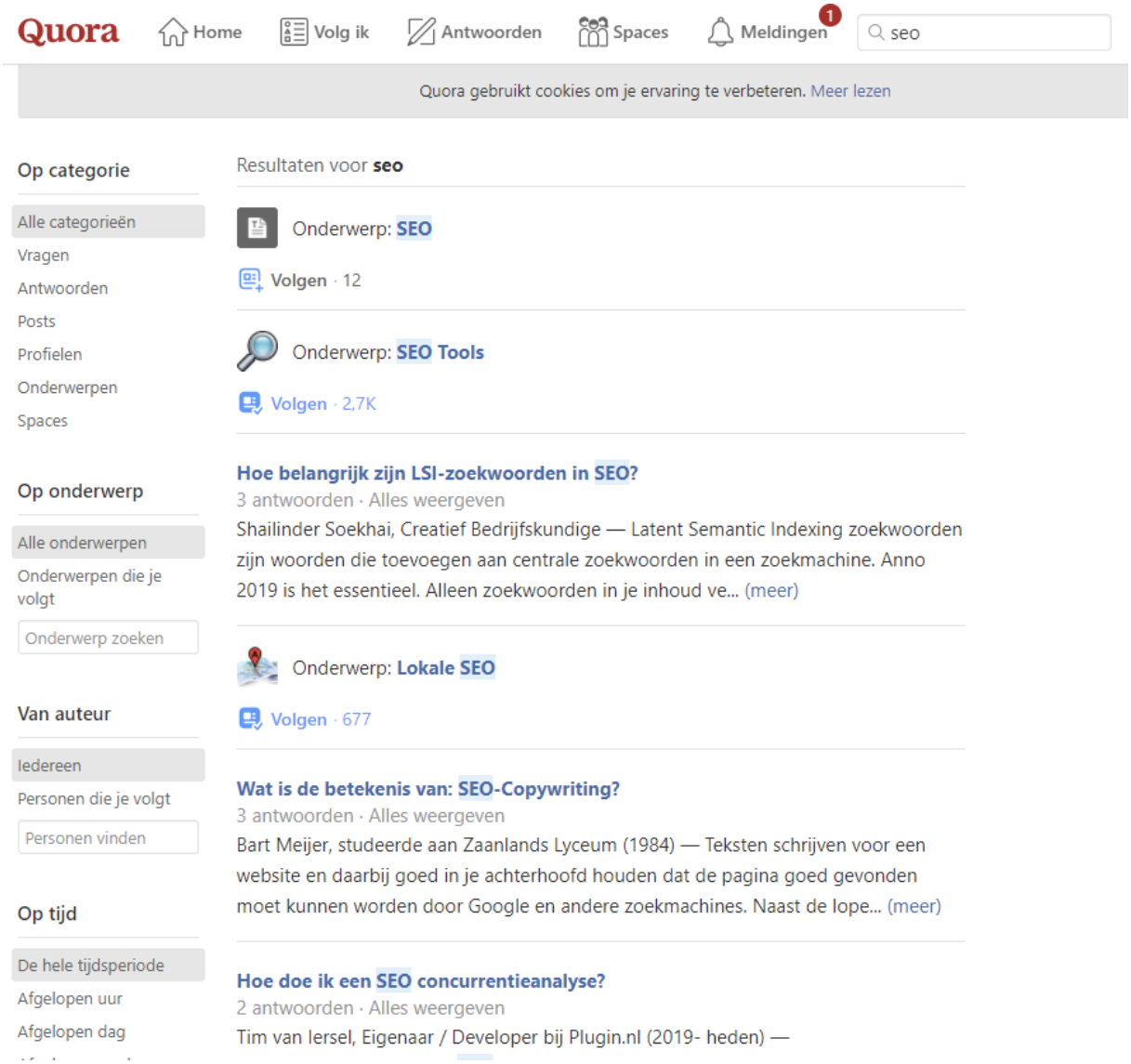
Hoe begin je aan een zoekwoordenanalyse? Je hebt verschillende mogelijkheden. We overlopen speedstorm, Quora, Answer the public, Ahrefs, Ubersuggest en Google adwords zoekwoordenplanner.

1) Organiseer een speedstorm

Daarmee verzamel je veel ideeën op korte tijd.
Wat is een speedstorm?
Klaar? Dan heb je nu 75 content ideeën op 25 minuten! Het proberen waard!

2) Raadpleeg Quora

Quora is een digitaal forum waarop je vragen stelt en antwoorden krijgt. Op Quora ontdek je wat er leeft in bij jouw doelpubliek. Je vindt er contentideeën voor je website. En je kunt er natuurlijk ook zelf vragen beantwoorden.

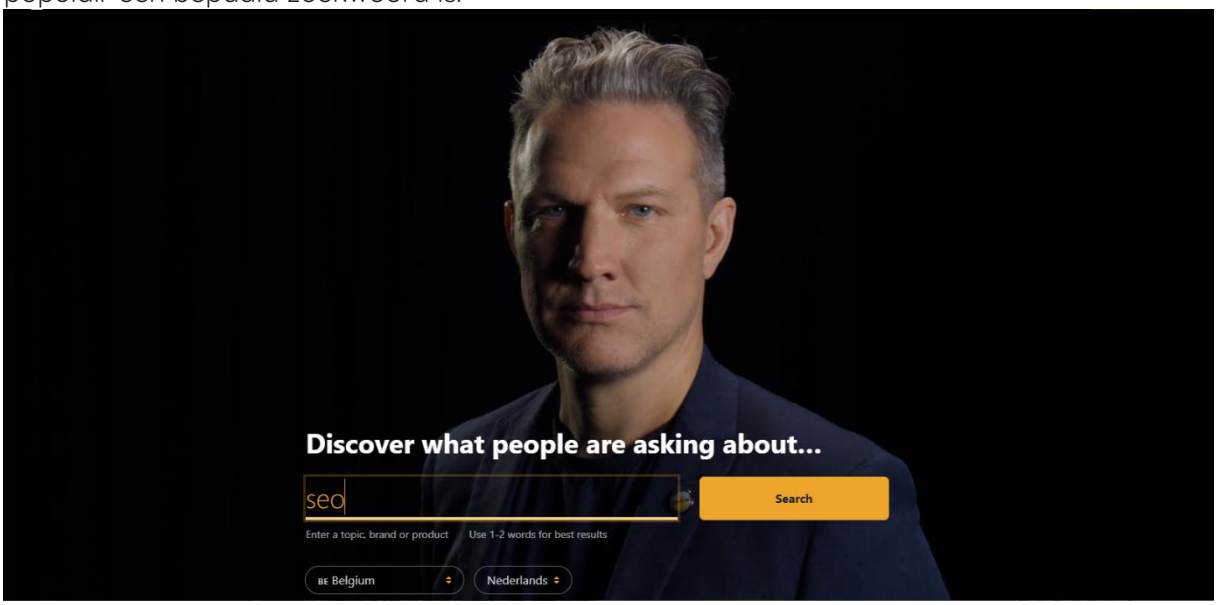


3) Answer the public

Deze tool geeft veelgestelde vragen over bepaalde zoekwoorden. Hoe werkt het? Je geeft een zoekwoord in en de tool toont je vragen die over dat onderwerp gesteld worden.

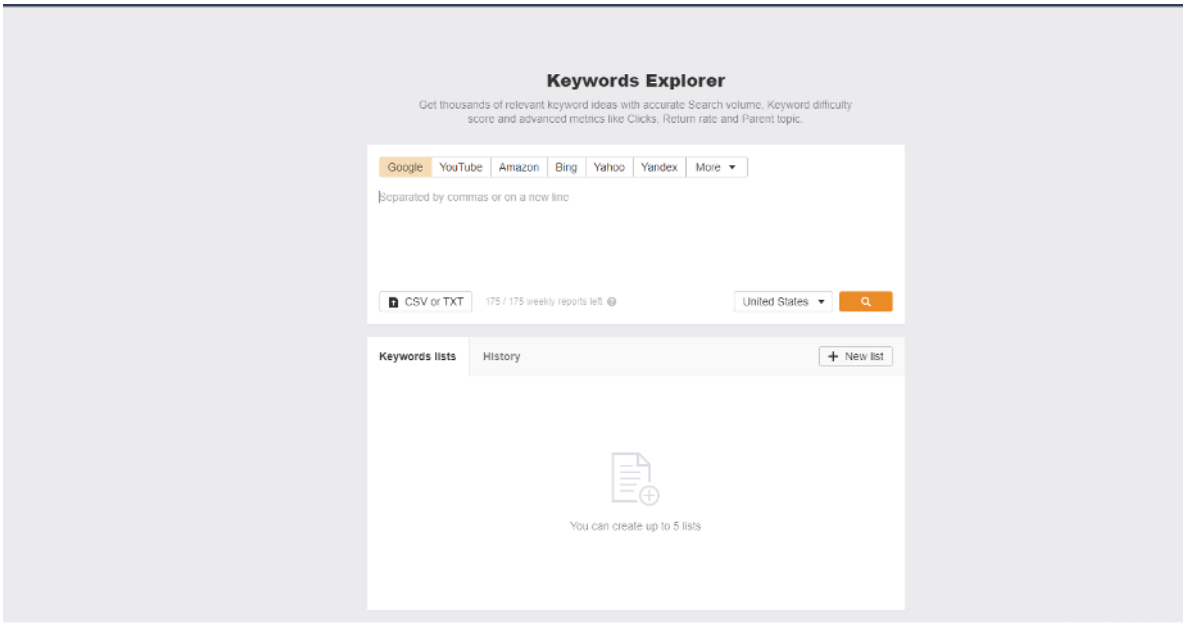
Tip: Voer dit al eens uit voordat je je speedstorm start. Zo weet je snel of de vragen van je team overeenkomen.

Answer the public geeft geen data van maandelijkse zoekopdrachten. Je weet dus niet hoe populair een bepaald zoekwoord is.



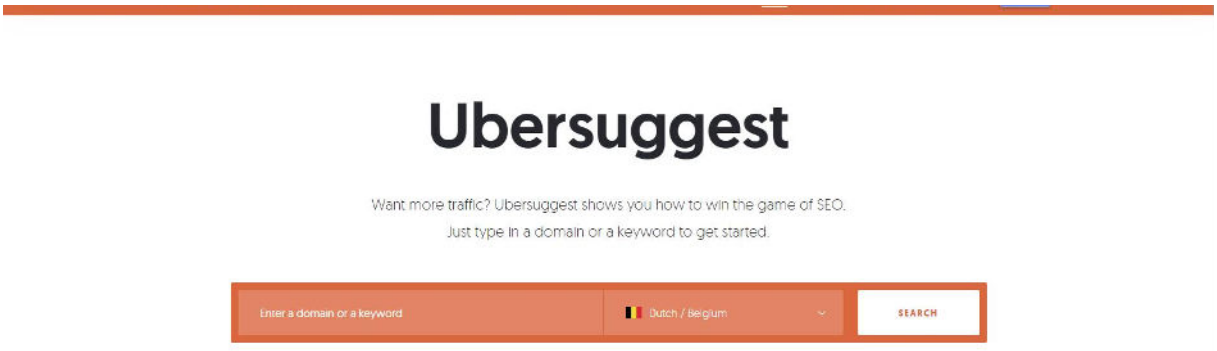
4) Ahrefs

Ahrefs geeft je meer informatie over je zoekwoord. Hoe werkt het? Je geeft je zoekwoord in en het land waarin je het wilt onderzoeken. Enkele kliks later verschijnt het maandelijkse zoekvolume, de keyword difficulty (KD geeft aan hoe moeilijk het is om met dat keyword hoog te scoren) en aan je zoekwoord gerelateerde vragen. Je ontdekt hoe de SERP er momenteel uit ziet: welke concurrent scoort er nu? Wat is zijn domeinautoriteit? En hoeveel backlinks heeft hij?



5) Ubersuggest

Ubersuggest van Neil Pattel geeft je gelijkaardige informatie als Ahrefs. Je checkt je zoekwoorden op maandelijks zoekvolume en keyword difficulty. En ook hier krijg je een overzicht van gelijkaardige zoekwoorden en vragen gerelateerd aan het zoekwoord.



6) Google adwords zoekwoordenplanner

Wil je snel en gemakkelijk zoekvolumes opzoeken? Ga dan via de zoekwoordenplanner van Google adwords. De tool is gratis, je hebt alleen een Google ads account nodig. De Google adwords zoekwoordenplanner geeft je geen zicht op de concurrentie.

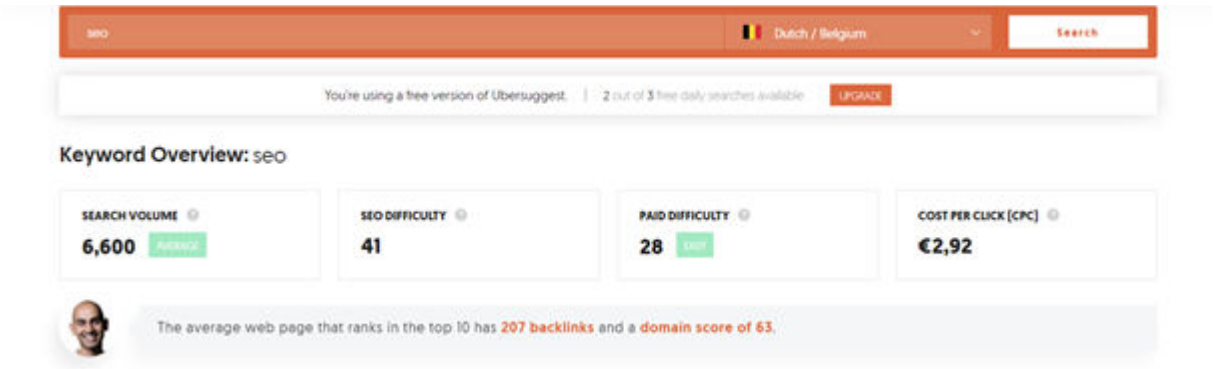
Tip: Alle tools werken met schattingen. Start je voor jouw zoekwoorden een SEA-campagne op? Dan krijg je echt inzicht in hoe vaak een zoekwoord gezocht wordt.

Het voordeel van SEA? De advertentie is onmiddellijk zichtbaar.
Verschil SEA en SEO? SEA heeft effect op de korte termijn terwijl SEO een instrument is voor de lange termijn.

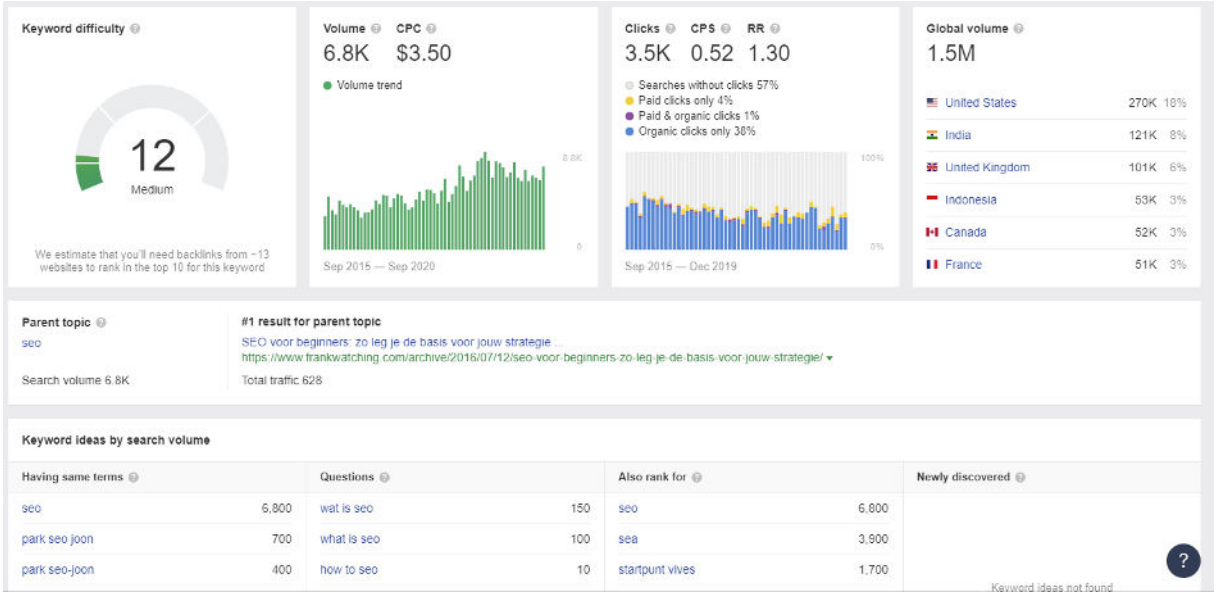
Heb je hulp nodig bij je SEA-campagne? Neem contact met ons op.

Datavergelijking voor SEO-zoekwoord

Ubersuggest



Ahrefs



Het aangegeven volume is altijd een schatting
En die schatting verschilt per platform. Het is een indicatie en dus geen exacte data. Let daarom vooral op de verhouding tussen de verschillende zoekwoorden. Die komt meestal wel overeen. Op het ene woord wordt vaker gezocht dan op het andere.

Keyword difficulty
Hoe moeilijk is het om met je zoekwoord te scoren? Of: hoe groot is de kans dat je scoort met je zoekwoord? Dat berekent elk platform op zijn eigen manier. Vaak is die berekening uitsluitend gebaseerd op backlinks. Ook hier geen exacte cijfers, wel schattingen. In bovenstaand overzicht zie je dat de score voor het zoekwoord SEO 12 is. De score is op 100, en hoe hoger het getal, hoe moeilijker om te scoren.

Keyword difficulty in Ahrefs
De Keyword Difficulty baseert zich in de meeste gevallen, bij Ahrefs zeker, alleen op het aantal backlinks. Hier zie je dus een indicatie van hoeveel backlinks je nodig hebt voor welke moeilijkheid.
Let er dus op dat je niet alleen uitgaat van de aangegeven moeilijkheid. Maak hierin een eigen analyse van de beschikbare content. Kan jij betere content ontwikkelen? Doe dat dan. Je maakt het internet een betere plaats en wie weet pikt het algoritme je wel op. Over het algemeen is de keyword difficulty een heel betrouwbare metric om zoekwoorden te selecteren.



Concurrentieanalyse

Welke websites scoren op belangrijke zoekwoorden?
Wil je op een bepaald zoekwoord scoren? Dan is het belangrijk om te weten:

- wie er met dat zoekwoord scoort
- hoe groot de concurrentie op dat zoekwoord is

Op het voorbeeld hierboven zie je dat op het moment van het onderzoek, het artikel 'SEO voor beginners' van frankwatching het beste scoort.
Ook de keyword difficulty zegt iets over de concurrentie. Is het moeilijk om met een zoekwoord te scoren? Dan heb je veel concurrentie.

Ahrefs domain comparison

Wil je de websites van je concurrenten vergelijken? Ahrefs domain comparison levert een snelle domeinvergelijking op belangrijke punten. Waarom is een sitevergelijking interessant? Je ontdekt hoe jij het doet ten opzichte van je concurrenten: wat doe jij goed? Op welke zoekwoorden scoor je gemakkelijk, welke zijn moeilijker? Maar ook en vooral: wat doen zij beter? Wat kan je van hen leren?

Ga met die resultaten aan de slag om je site te optimaliseren. Ze zijn ook nuttig om een prioriteitenlijst op te stellen.



Belangrijke factoren

DR = Domain rating

Domain rating geeft het backlinkprofiel van je website aan. Kijk hier naar de verhouding tussen jou en je concurrent. Heb jij een DR van 30 en heeft je concurrent een DR van 50? Dan scoort je concurrent beter. Heeft je concurrent een DR van 90? Dan is het vrijwel onmogelijk om daar tegenop te boxen met je huidige DR. Momenteel is dit dus geen concurrent.
Verhoog eerst je eigen DR. Op termijn verbeter je jouw score en kan je de concurrentie aangaan met websites met een hogere DR. Focus je op wat haalbaar is met je huidige DR.

AR = Ahrefs rank

Ahrefs rank is een nauwkeurigere maatstaf dan de DR. Elke website wordt gerankt. Hoe lager de AR hoe beter de website. Dankzij deze metric onderscheid je je van een site met dezelfde DR.

Referring domains

Referring domains zijn andere domeinen die naar de website linken. Ze worden aangegeven met een getal.

Organic traffic & keywords

Organic keywords geeft aan op welke zoekwoorden je concurrenten scoren. Organic traffic geeft aan hoeveel verkeer die naar hun websites leiden.

Kapotte URL's van je concurrenten opsporen

Zowel met Ahrefs als met Screaming frog spoor je kapotte backlinks op de website van je concurrent op. Hij heeft die pagina verwijderd maar andere websites linken er nog wel naar. So what? Grote opportuniteit voor jou! Leid de backlinks om naar jouw site.

Onthoud

Een goede analyse zorgt voor een vlotte start:

- Je weet waar je moet beginnen
- Je kent je concurrentie
- Je weet ook wat je niet moet doen (bijv. te veel concurrentie op zoekwoord)

2) Optimalisaties

Website-architectuur

Waarom is een SEO-vriendelijke website-architectuur belangrijk?
Met een goed opgebouwde site scoor je beter en Google. Hoe doe je dat? Met SEO-proof inhoud, alt tags voor je afbeeldingen, zoekmachinevriendelijke URL's (leesbaar, kort), interne linkbuilding en logische navigatie.

Snelheid

Kies voor een snelle website. Trage websites creëren ontevreden bezoekers. Zorg dus voor een geoptimaliseerde website.

Let op volgende snelheids punten:

- Maak afbeeldingen zo klein mogelijk (bestandsgrootte)
- Implementeer lazy loading
- Vermijd redirect lussen
- Installeer caching
- Kies voor kwalitatieve SEO-hosting

Duplicate content

Inzicht

Duplicate content wordt nog vaak aanzien als een mythe. Google straft je niet echt voor dubbele content binnen je eigen website. Denk bijvoorbeeld aan landingspagina's per regio waarin je in essentie enkel de regio wijzigt.

Deze manier van werken is niet altijd even gebruiksvriendelijk maar kan je wel resultaten opleveren. Dat staat recht tegenover de adviezen van Google en heel wat experts. Let hier wel mee op want je ranking kan wel plots dalen.

Wij vinden het alvast een discutabel gegeven. Ben je niet vertrouwd met duplicate content? Blijf dan weg van deze dunne lijn tussen goed en kwaad.

Artikels van andere websites zomaar kopiëren en op jouw website plakken is natuurlijk uit den boze. Je schaadt de copyright. Hiervoor krijg je al snel een echte penalty. Die maakt het je in de toekomst extreem moeilijk om hoger te scoren.

Onthoud
De basis om hoger te scoren in Google? Een website in topconditie! Veel kleine foutjes hebben samen veel impact. Respecteer de best practices. Los elke fout zo snel mogelijk op. Zo vermijd je een achterstand nog voor je begonnen bent.

3) Opvolging

Content creatie

Schrijf voor mensen niet voor zoekmachines
Ja, je copy heeft een invloed op je score in Google. En ja, je moet je zoekwoorden verwerken in je tekst. Toch schrijf je in de eerste plaats voor je bezoeker, je klant, je prospect. Die moet je overtuigen van jouw product of dienst, niet de zoekmachines. Goede SEO-copy doet geen afbreuk aan de inhoud. Die zorgt er juist voor dat jouw teksten geen overbodige bagage meeslepen en dat je je bezoekers op hun wenken bedient.

Overzicht en structuur
Structureer je tekst zodat je bezoeker snel vindt wat hij zoekt (hij scant de pagina). Werk met tussentitels en korte alinea's.

Context
Google kijkt niet meer uitsluitend naar welke zoekwoorden je gebruikt. Ze worden steeds slimmer en begrijpen jouw content alsmaar beter. Hoe zit de context van je pagina en website in elkaar? Waarover gaat het artikel in het algemeen? Welk probleem lost het op? Ook dat gaan ze na. Geef extra informatie over jouw product of dienst. Schets een context waarin jouw bezoeker zich herkent.

Kwaliteitsvolle inhoud
Content is er in hopen. Ga voor het koren, niet voor het kaf. Geef jouw bezoekers wat ze zoeken. Zorg ervoor dat ze graag lezen wat je te vertellen hebt, dat jouw inhoud er voor hen toe doet. Ook Google houdt van volledige antwoorden. Treed in detail, zolang het maar gaat over jouw business en het interessant blijft voor jouw lezer. Verveel ze niet en laat ze evenmin op hun honger zitten.

Zoek naar de intentie
Wat is het verschil tussen "blauwe broek" en "blauwe broek kopen"?
Met "blauwe broek" geef je informatie over de broek: die is blauw. Met "blauwe broek kopen" zorg je voor een transactie, en die zorgt voor opbrengst.
Beide kunnen. Denk gewoon goed na over jouw intentie: wat wil je bereiken? En die van je bezoeker: wat zoekt hij of zij?

Content achter de schermen
Vul in je CMS de SEO-page titles en metadescriptions in. Die zie je niet op je site maar wel in Google. Ze helpen je om hoger te scoren in de zoekmachines. Altteksten voor je afbeeldingen vallen daar ook onder.

Structured data is een extra waarmee je beter kan opvallen in de zoekresultaten. Iets technischer maar dankzij onze structured data generator kunnen zowel beginners als experts er mee aan de slag.

Content gap analyse
Analyseer je content en ga na of je niks vergeten bent. Er zijn drie thema's om rekening mee te houden.

- Zijn er onderwerpen waarover jouw concurrenten praten en jij zwijgt? Kruip meteen in je pen.
- Staat er oude en achterhaalde content op je site? Fris de tekst op en vul aan met nieuwigheden.
- Heb je meerdere artikels over hetzelfde onderwerp? Voeg ze samen en behoud de URL van het artikel dat het beste scoort.

Hoe voer je een uitgebreide content gap analyse uit? Met Ahrefs.

Promoot je content

Zomaar in het wildeweg een blog schrijven heeft geen effect. Daar komt meer bij kijken. De juiste analyses, inschattingen, zoekwoorden, … Het heeft ook geen zin blogs te schrijven en ze niet te delen.

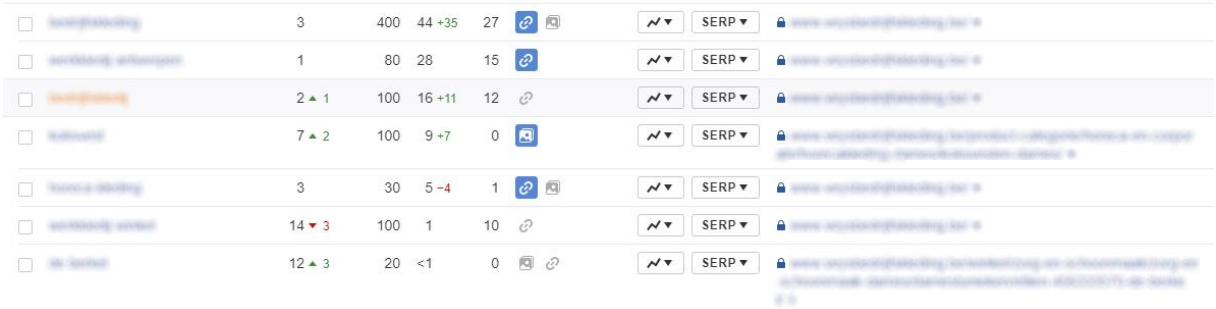
Toch gebeurt het vaak. Je stop heel wat moeite in een blog, plaatst hem op je website en daar stopt het. Terwijl sociale mediakanalen als Facebook (groepen), LinkedIn, Instagram, … en advertenties voor je neus liggen.

SEO speelt op lange termijn. Een blog die je vandaag online zet, brengt pas later resultaat op. Wil je dat proces versnellen? Promoot dan je content!

Content opvolgen en bijsturen

Ahrefs heeft een automatische follow-up en geeft je meldingen over stijgingen en dalingen. Je krijgt ook een goed zicht op de positie van je website en zoekwoorden, en hoe aanpassingen die beïnvloeden.

Zie je dalingen, stijgingen of geen veranderingen? Dan weet je wat te doen. Bijsturen, optimaliseren of afwachten.



Link building

Zodra je content online staat en je website geoptimaliseerd is, kan je aan de slag met linkbuilding.

Wat is linkbuilding?
Dat is de techniek om links (back-links) van andere websites naar jouw websites te krijgen. Het doel van linkbuilding is meer bezoekers naar jouw site leiden.

Niet enkel via de websites van anderen maar ook door een hogere positie in Google. Het aantal backlinks is namelijk een factor waarmee Google rekening houdt om jouw positie te bepalen.

Belang van backlinks
Hoe meer relevante links, hoe beter. Voor Google zijn links zoiets als likes op de sociale media. Verwijzen veel websites naar jou? Dan moet jouw site wel interessant en waardevol zijn. Backlinks zijn dus een belangrijk SEO-instrument.

Kwaliteit van backlinks
Begin nu niet als een gek je website op 100 forums en Youtube videos te posten. Het is de bedoeling dat je deze links op een natuurlijke wijze krijgt. Dat anderen vrijwillig linken naar jouw site. Backlinks kopen? Dat is een gekende black hat SEO techniek.

De makkelijkste manier om backlinks te verwerven? Ontwikkel en promoot kwalitatieve content. Verder in dit artikel bespreken we nog een paar andere tactieken.

Tools die je helpen met linkbuilding

- Pitchbox
- Buzzstream

Wat doen Pitchbox en Buzzstream voor je?

- Ze geven jou de websites die naar jouw site kunnen linken
- Ze zoeken de contactgegevens van die websites voor je op
- Ze versturen e-mails naar je contacten

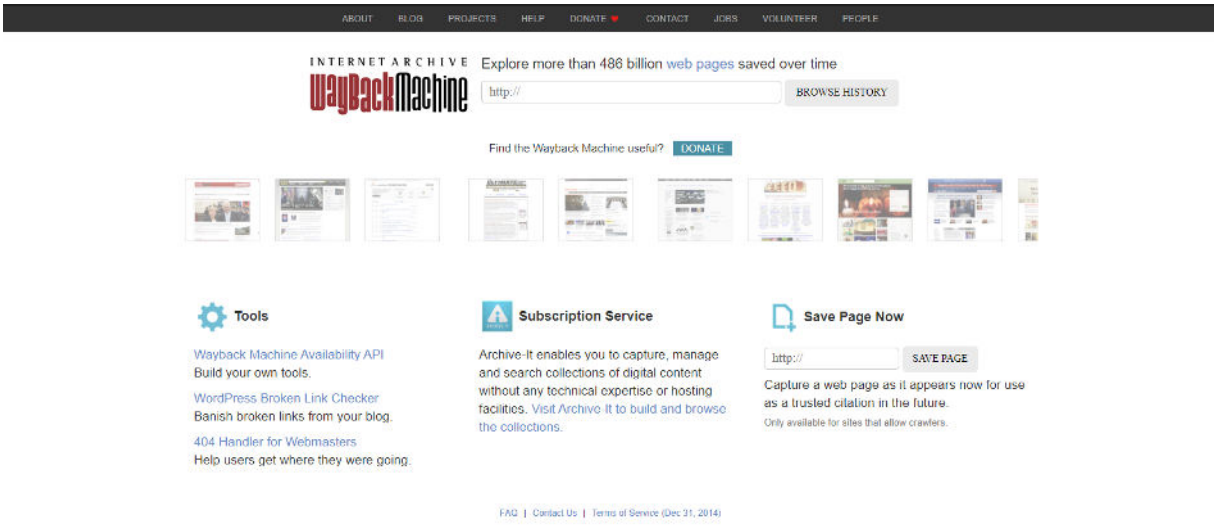
Waarom is dat beter?
Het opsporen van websites die voor jou de moeite waard zijn om mee te linken, en het opzoeken van de contactgegevens is een arbeidsintensief karwei. Die tools doen dat voor jou. Zo kan jij je focussen op je content en het schrijven van een goede e-mail.

De **automatische follow-up** door Pitchbox en Buzzstream is een absolute meerwaarde. Zomaar een e-mail sturen heeft weinig effect. De echte kracht zit in de opvolging van je voorstel om te linken.

Broken link building

Een effectieve methode om snel meer linkbuilding te creëren is broken link building. Broken links leiden naar een 404-pagina: een foutmelding. De link bestaat niet meer. Heb jij een relevant alternatief voor dezelfde inhoud? Neem dan contact op met het bedrijf of de organisatie met deze broken links. Stel hen jouw site voor met de link die wel naar de juiste content leidt. Veel bedrijven zijn hier meteen voor te vinden omdat je hen helpt hun website te onderhouden.

De originele inhoud van de broken link check je met Waybackmachine. Geef de link in die niet meer werkt en deze tool toont je wat er ooit te zien was. Zo weet je waarnaar er origineel gelinkt werd. Daarmee kan je aan de slag om gelijkaardige content te ontwikkelen.



Hoe vind je broken links?

Je kan verschillende tools inzetten die razendsnel broken links voor jou opsporen.

- **Ahrefs**

  Werkt via een geïntegreerde in chrome extensie.

- **Linkminer**

  Een handige chrome extensie die snel & gratis links op een pagina kan analyseren.

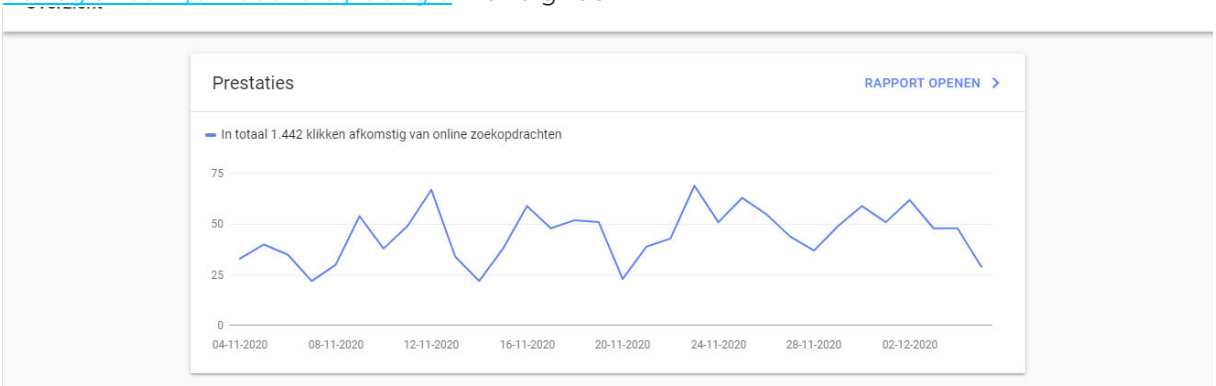
Google search console

Deze handige, gratis tool helpt je bij het opvolgen van je SEO resultaten. Je krijgt statistieken over hoe je website scoort, op welke zoekwoorden en ziet de gemiddelde positie.

De voordelen van de search console

- Statistieken en inzichten in je SEO
- Vraag manuele indexering van je (nieuwe) pagina's aan
- Dien een sitemap in om de structuur van je website te tonen
- Volg eventuele SEO fouten op

Je registreert je website bij Google. Handig toch?



Onthoud

De opvolging van je website, content, backlinks en alle andere SEO factoren is even belangrijk als de ontwikkeling ervan. Misschien zelfs belangrijker. SEO is geen sprint. Het is een marathon.

Je traint maanden aan een stuk om resultaat te halen. Je schrijft content, promoot die, gaat op zoek naar relevante en kwalitatieve backlinks, … En uiteindelijk ben je klaar om de marathon te lopen. Toch zijn er zelfs dan nog momenten waarop je wilt opgeven.
Dat zou jammer zijn. Daarom:

- stel realistische doelen op
- stuur bij waar nodig
- en vier tussentijdse successen!

4) Herhaal

Is je website van top tot teen SEO-geoptimaliseerd? Dan kom je in een flow die je constant blijft herhalen: de SEO-loop.

SEO-loop

- Doe een zoekwoordenonderzoek
- Creëer je content
- Promoot je content
- Verzamel backlinks
- Volg je content op
- Update je content regelmatig

Onthoud
SEO is als fitnessen. Sla je een enkele keer een training over? Dan blijft je conditie nog wel op peil. Stop je volledig? Dan gaat die snel achteruit.

Dat geldt ook voor je SEO. Heb je je website geoptimaliseerd? Blijf hem voeden en onderhouden. Doe je dat niet? Dan waren je inspanningen tevergeefs en gaat je resultaat verloren.

Update je website en je CMS regelmatig. Google wijzigt de algoritmes dagelijks. Meerdere keren per jaar gaat het om grote wijzigingen met veel impact. Blijf op de hoogte en stuur bij waar nodig.

Maak gebruik van gespecialiseerde tools of SEO experts. Die werken accuraat en jij houdt tijd over voor andere dingen.

Google beoordeelt je site op inhoud. Help jij met je content jouw bezoekers echt vooruit? Dan heb je altijd een streepje voor.

Wil jij hoger scoren in Google en meer verkeer?



Dan zit je goed.
Wij optimaliseren websites,
creëren content en zetten alles op alles om jou te laten scoren.

Ontvang jouw offerte

Op 2 minuten, no strings attached

Voor wie?

Ondernemers met een missie. SEO is niet voor iedereen. Het is een investering op lange termijn. Dag op dag verschil zien bestaat niet.
Wij ondersteunen ondernemers die **een echte impact willen maken**. Met SEO ondersteunen we hen met beter rankings, meer verkeer en een betere website. Als einddoel stellen we uiteraard meer omzet in.

Hoe?

- Eerlijkse analyses
- Sterke content
- Kwalitatieve backlinks
- Conversie optimalisatie

Zo werken we aan top posities in Google.