

Hoe optimaliseer ik mijn website voor Google?



Iedereen wil graag gevonden worden in Google. In Nederland worden 93% van de zoekopdrachten ingegeven in Google. Om goed naar voren te komen in de zoekresultaten moet je website voldoen aan een aantal voorwaarden. In dit artikel bespreek ik welke aanpassingen je aan kunt brengen aan je bestaande site, of waar je van meet af aan rekening mee moet houden bij het creëren van een nieuwe site.

Bedenk eerst op welke zoektermen je gevonden wilt worden

Voordat je een begin kunt maken met het optimaliseren van een website voor Google is het belangrijk om eerst te definiëren waarop je gevonden wilt worden. Als voorbeeld nemen we een website van een tandartsenpraktijk in Den Bosch. Het is evident dat mensen uit Groningen en Maastricht er niet bij gebaat zijn om naar Den Bosch te reizen voor een afspraak bij de tandarts. Mensen woonachtig in Den Bosch en Rosmalen vormen een logisch doelgroep. Als deze tandartsenpraktijk gunstige tarieven heeft dan zijn mensen uit Oss of misschien zelfs Tilburg ook wel bereid om wat extra kilometers te maken. Dat moeten we dus eerst goed in kaart brengen, een handige manier is om dat te doen met behulp van het Google **hulpprogramma voor zoekwoorden**. Met deze Google keyword tool kun je goed in kaart brengen welke zoektermen het interessantst zijn voor jouw website.

Pagina optimalisatie

Na het zoekwoordenonderzoek heb je wellicht een hele waslijst gevonden met relevante termen. Het is niet mogelijk om met één webpagina hoog te scoren in Google voor 100 verschillende zoekwoorden. Een realistischer getal is zo'n drie tot vier zoekwoorden per pagina. Bij een nieuwe SEO campagne is het verstandig om in te zetten op maximaal tien zoekwoorden.

Waarom dan?

Om dat te begrijpen moeten we eerst kijken naar hoe de googlebot (het algoritme van Google dat continu het internet afstruikt en webpagina's indexeert) onze pagina ziet:



De googlebot kijkt naar de volgende elementen:

- URL naam
- Pagina titel
- Metabeschrijving
- Headings
- Body tekst
- Inkomende en uitgaande links

De URL

Als we een nieuwe site maken en we hebben bedacht dat we ons specifiek gaan richten op Den Bosch dan zou de volgende URL geschikt zijn: <http://www.tandarts-DenBosch.nl>. Nu zit er gelijk in de domeinnaam al een zoekwoord verwerkt. Stel dat er al een bestaande website is, bijvoorbeeld: <http://www.janssen-en-janssen-tandartsen.nl>, dan kan de domeinnaam niet worden veranderd, maar er kunnen wel nieuwe pagina's worden gemaakt in de trant van: <http://www.janssen-en-janssen-tandartsen.nl/tandarts-DenBosch.html>

Pagina titel

De googlebot kijkt ook naar de **pagina titel** deze zien we in onze browservensters links bovenin. Bij Infonu is dat op de homepage: **InfoNu.nl - Een Online Bibliotheek met Informatie van A tot Z**. In de pagina titel is het verstandig om zo veel mogelijk zoekwoorden te verwerken, let wel: de pagina titel kan niet langer zijn dan 65(!) karakters (inclusief spaties) want de googlebot leest niet verder dan dat. In principe mag de titel zo lang zijn als je wilt maar vanuit zoekmachine perspectief is het belangrijk dat de zoekwoorden voorkomen in de eerste 65 karakters. Vandaar mijn eerdere opmerking dat je per pagina voor maximaal drie tot vier zoekwoorden kunt optimaliseren. Misschien dat dit in de toekomst verandert, maar de pagina titel is een van de zwaarst wegende factoren die Google meeneemt bij het bepalen van de relevantie van een website voor een zoekwoord.

Metabeschrijving

De metabeschrijving wordt niet door de googlebot meegenomen bij het beoordelen van de relevantie van de website. Desalniettemin is ook deze tekst zeer belangrijk. Als je website wordt vertoond in de zoekmachine resultaten dan staat er onder de link naar de site ook altijd een beschrijvend tekstje. Heel vaak pakt Google daarvoor de aangeleverde metabeschrijving. Deze tekst kan 165 karakters (inclusief spaties) lang zijn. Alles daarna wordt wederom afgekapt en niet vertoond. Als er zoektermen zijn verwerkt in de metabeschrijving dan worden deze in **bold** weergegeven, wat de kans vergroot dat mensen op jouw link klikken.

Headings

De headings worden ook gebruikt door Google om de relevantie van een website te beoordelen. Hierbij weegt de H1 het zwaarst en worden de kleinere headings steeds minder waard. Wie denkt slim te zijn en alleen maar H1's gebruikt op de webpagina komt bekocht uit. De googlebot registreert alleen de eerste H1 die hij tegenkomt. De headings zijn geschikte elementen om zoekwoorden in terug te laten komen, met name als er geen plaats was in de pagina titel.

Body tekst

In de body tekst van de pagina is het belangrijk dat ook hier de zoektermen in terugkomen. Ook hier moet je opletten dat je niet puur en alleen een verhaal schrijft voor de googlebot maar ook voor de menselijke lezer. Pas er voor op dat je niet teveel focust op het plaatsen van keywords, her en der een vermelding in de body tekst is prima, zolang het leesbaar blijft.

Links

De inkomende links is een aspect wat niet hier behandeld wordt aangezien dit een aspect is van linkbuilding . Wat wel nog interessant is zijn de uitgaande links. De googlebot beoordeelt ook de relevantie van je site op basis van links die jezelf plaatst naar andere relevante sites. Dus op onze tandarts site zou een aantal links naar bijvoorbeeld leveranciers van kunstgebitten en beugels niet misstaan.

Conclusie

Al met al is het belangrijk om al deze aspecten te optimaliseren voor de googlebot, zolang er ook rekening wordt gehouden met de menselijke bezoeker, die haakt namelijk af als de site puur en alleen draait om keywords en het is juist de bedoeling om mensen vast te houden *als* ze eenmaal de site gevonden hebben.