

# SEO project management - Een kijkje achter de schermen bij een SEO bedrijf

Als kleine ondernemer met één website kun je kwa [online marketing](#) een heleboel zelf doen maar als het gaat om SEO voor meerdere websites dan wordt het al snel teamwork. Een SEO campagne voor een website kan in brede lijnen worden onderverdeeld in:

- Zoekwoorden onderzoek en concurrentie analyse
- On-page optimalisatie
- Linkbuilding
- SEO artikelen schrijven
- Meten van keyword rankings en bezoekertraffic
- Analyse van resultaten en SEO rapportages
- Blogger Outreach

Aan het begin van de SEO campagne wordt bepaald op welke [zoekwoorden](#) de website gevonden moet worden, hierbij wordt rekening gehouden met de maandelijkse zoekvolumes voor relevante zoektermen en hoe sterk de concurrentie is voor deze termen. Daarom is het heel belangrijk om te kijken bij concurrenten, op welke zoektermen zetten zij in? Zijn er relevante zoektermen die anderen hebben gemist? Wie staan er in de top 5 van de organische rankings voor een keyword en is het haalbaar om de concurrentie aan te gaan?

De volgende stap is de [on-page optimalisatie](#). De website wordt aangepast op basis van de zoekwoorden analyse. Google beoordeelt de relevantie van een website onder andere door te kijken naar de content van de webpagina's, zoals pagina titels, headings, de tekst op een pagina etc. Pagina optimalisatie van een website is een aanzienlijke klus.

Bij het beoordelen van de relevantie van een website voor een keyword kijkt Google ook naar de inkomende links. Het is dus zaak dat er links worden geplaatst op andere sites die naar onze site verwijzen, de zogenaamde [backlinks](#). Dit aspect van de campagne is het [linkbouwen](#). Dit is een lange termijn aanpak, iedere maand moeten er een x aantal links worden geplaatst om te kunnen stijgen in de google keyword rankings. Op het moment dat je stopt met linkbouwen zak je in de rankings omdat je concurrenten gewoon doorgaan met linkbuilding en ook omdat na verloop van tijd backlinks verdwijnen (een site gaat offline, een moderator verwijdert een link etc). Om dit effectief te doen moet er ook een [strakke linkbuild administratie](#) bij worden gehouden.

Het plaatsen van links zonder context werkte in het verleden heel goed om hoog te scoren in Google. Anno 2013 is het noodzakelijk om [goede content](#) te leveren, de link moet in een relevante context geplaatst worden. Daarvoor ben je aangewezen op de diensten van goede copy writers die gespecialiseerd zijn in het schrijven SEO artikelen.

[Blogger Outreach](#) is gerelateerd aan linkbuilding en SEO artikelen schrijven. Bij deze SEO methode worden bloggers benaderd met het verzoek om een gastblog artikel te plaatsen, in ruil voor een backlink. Dat houdt in dat de content wel van goede kwaliteit moet zijn, anders is het voor de blogger niet interessant. Dit kan gezien worden als een vorm van linkbuilding waarbij er overhandeld wordt over het plaatsen van de link. Het benaderen van en onderhandelen met bloggers kost tijd en vergt ook een zekere 'verkoop' skill.

Er moet ook nauwkeurig worden bijgehouden wat de resultaten zijn van de SEO campagne. Zoekwoordposities in Google moeten worden gemeten en gerapporteerd. Hiervoor zijn er diverse professionele SEO pakketten gebruikt zoals [Advanced Web Ranking](#) of de [SEOMoz online ranking tool](#). Ook is het nuttig om bezoekersaantallen te meten om de relatie te kunnen leggen tussen keyword rankings en het aantal kliks. Door regelmatig de data te analyseren kan worden bepaald of een campagne effectief is en of het misschien nodig is om de SEO strategie bij te stellen, er bestaat geen SEO auto-piloot.

Los van dit alles is het ook belangrijk dat een SEO bedrijf tijd en geld steekt in R&D. Google [verandert regelmatig haar algoritme](#), wat vorig jaar goed werkte is wellicht nu niet meer effectief. Het is essentieel om op de hoogte te blijven van de laatste ontwikkelingen door relevante [SEO blogs](#) en [forums](#) en [vakliteratuur](#) te lezen, de [google patenten](#) te bestuderen en kennis uit te wisselen met andere SEO consultants op [SEO conferenties](#). Daarnaast is het ook van belang om te experimenteren met SEO technieken op test sites voordat je ze loslaat op je eigen site.

Voor één website met een beperkt aantal pagina's is het als individu nog mogelijk om zelfstandig de SEO te doen door middel van het strategisch outsourcen van een aantal componenten denk daarbij in eerste instantie aan SEO copywriting via sites zoals <http://www.greatcontent.nl> of [marketingcollege](#)

Wanneer er SEO moet worden bedreven voor meerdere sites wordt het nagenoeg onmogelijk om dat nog alleen te doen. **Hoe moet het werk verdeeld worden?**

Voor een bedrijf waar de SEO in-house wordt gedaan zou het online marketing team er als volgt uit kunnen zien. Voor een SEO campagne heb je een account manager nodig die nauw samenwerkt met de web-developer(s) en de SEA expert. De SEO account manager coördineert de online marketing campagne samen met de SEA manager, samen delegeren zij alle subtaken.

Voor de subtaken heb je een poule van SEO 'researchers' welke inzetbaar zijn voor: zoekwoorden onderzoek (organische resultaten en/of AdWords), pagina optimalisatie en/of het samenstellen van [PPC ads](#) en linkbuilding. Het is verstandig om dezelfde persoon te betrekken bij alle drie de fasen omdat hij/zij dan goed bekend is met de materie en dat je vermijdt dat teveel mensen met elkaar het werk moeten afstemmen. De combinatie van deze 3 taken zijn voldoende om iemand aan het werk te houden als er meerdere SEO campagnes lopen.

Het schrijven van SEO content is een vak apart dat laat je doen door een ervaren copywriter die weet hoe je een goed verhaal schrijft om de keywords heen. Voor effectieve linkbuilding is continu nieuwe content nodig. Met name de Blogger Outreach vereist hoge kwaliteits artikelen. Nu is het vaak zo dat een linkbuilder bloggers benadert voor het plaatsen van een gastblog en na onderhandeling wordt de gastblog geschreven door een copywriter. Idealiter voltrekt de onderhandeling zich tussen de copywriter en de blogger zelf zodat er snel een optimale afstemming kan worden bereikt. Het 'scouten' voor geschikte blogs kan worden overgelaten aan bovengenoemde researcher.

De accountmanager ontwerpt de SEO campagne voor een site op basis van de informatie die hij/zij ontvangt van de researchers. Deze manager stuurt de researchers aan bij de pagina optimalisatie, het linkbuilden en de blogger outreach. Daarnaast moet ervoor worden gezorgd dat de copywriters weten welke content er moet worden geproduceerd en dat de artikelen op tijd bij de linkbuilders/blogbaiters terecht komt.

De resultaten van de SEO campagne (keyword posities, bezoekersaantallen, conversies) worden gemeten met behulp van [professionele SEO pakketten](#) zoals [Advanced Web Ranking](#) en applicaties van Google zelf, zoals [Google analytics](#) en [Google Webmaster tools](#). Op basis van regelmatige analyse van deze data kunnen de researchers en copywriters worden aangestuurd.

Een veelgemaakte fout is het inzetten van een SEO projectmanager voor uitvoerende taken zoals linkbuilding en [pagina optimalisatie](#). Natuurlijk kan het gebeuren dat deze persoon af en toe eens bij moet springen als de gedelegeerde taken niet naar tevredenheid worden uitgevoerd maar de voornaamste taak van de account manager is het managen van de SEO campagne.

Vaak wordt de inzet van sociale media campagnes niet meegenomen in een SEO campagne omdat de effecten van social media op keyword rankings niet zo makkelijk zijn te kwantificeren als bij traditionele linkbuilding, oftewel het vastzitten in een bepaalde methodiek en daarmee een gemiste kans.