

# Waarom stijgen mijn rankings niet?

**Om gevonden te worden in Google is het noodzakelijk om je website te optimaliseren voor zoekmachines. Na een grondige zoekwoordenanalyse heb je een aantal relevante zoektermen gevonden waar veel op gezocht wordt. Vervolgens verwerk je deze termen in je website. Daarna begint het linkbuilding traject. Backlinks worden geplaatst op artikelsites en directories, je wordt actief op forums en sociale media en je benadert bloggers met het verzoek om een gastblog te mogen plaatsen. Je doet alles volgens het boekje en je houdt nauwkeurig de bezoekersaantallen en de keyword rankings bij. In plaats van meer bezoekers en betere rankings zie je het tegenovergestelde. Sinds je met je SEO campagne bent begonnen heb je minder bezoekers per maand en de keyword rankings lijken maar niet omhoog te gaan. Wat is er aan de hand?**

Veel websites van SEO bedrijven laten mooie grafieken zien van zoektermen die [hard stijgen in de rankings](#). Vaak gaat dit gepaard met mooie beloftes als 'wij brengen u gegarandeerd op de eerste pagina van Google'. Hiermee wordt de indruk gewekt dat je een stijging in de keyword rankings (en daarmee gepaard een stijging in bezoekersverkeer) kunt verwachten vanaf het moment dat je met een SEO campagne begint.

Dat hoeft helemaal niet zo te zijn. Figuur 1 laat de situatie zien voor een zoekterm met een hoge concurrentie (0.95 volgens de [google keyword tool](#)). Op de horizontale as wordt de tijd weergegeven en op de linker verticale as het bereik van de keyword rankings (van 100 tot 1 hier). Ieder cirkeltje op de grafiek is een keyword ranking gemeten op één dag. De grafiek laat het verloop van de rankings voor één keyword zien in de tijd (de rechter verticale as laat de schaal zien, in dit geval worden alle datapunten met waardes tussen de 100 en 1 vertoond). Deze resultaten zijn gemeten met [Advanced Web Ranking](#) (AWR), een professioneel SEO pakket dat door veel SEO bedrijven en consultants wordt gebruikt. Andere veelgebruikte pakketten zijn [Traffic Travis](#) en de [SEOMoz rank tracker](#). Wat je kunt zien is dat keyword rankings een heel grillig patroon kunnen vertonen in de tijd.

Het keyword voor dit project heeft een hoge concurrentie (het betreft een vastgoed term). Dat wil zeggen dat mensen bereid zijn veel te betalen om met deze term in [AdWords](#) vertoond te worden. In de praktijk betekent dit dat men ook bereid is om veel te betalen voor linkbuild uren om hoog te scoren in de organische rankings. De website in kwestie werd voor dit keyword niet vertoond binnen de eerste 500 resultaten. Na het optimaliseren van een van de webpagina's van deze site voor het keyword (dmv het aanpassen van de pagina titel en de tekst op de pagina) verscheen een paar dagen later de website in de rankings rond positie 100.

Op basis van [on-page optimalisatie](#) alleen verscheen de website in de keyword rankings. Na twee dagen begon de linkbuilding campagne wat in eerste instantie leidde tot een kleine stijging in de rankings. Succes!

Dat was van korte duur omdat vervolgens de pagina, die gekoppeld was aan dit keyword, 10 dagen lang helemaal nergens meer te bekennen was in de rankings. Er werd iedere dag een meting gedaan met AWR tot de eerste 500 resultaten, dus ofwel het keyword stond op een positie lager dan 500 of de webpagina stond helemaal niet meer in de Google index. **Hoe kan dat nou?**

Google voert een actief [anti-spam beleid](#) welke je in hun patenten terugvindt:

*During the transition from the old rank to the target rank, the transition rank might cause:*

- a time-based delay response,
- a negative response
- a random response, and/or
- an unexpected response

Oftewel, wanneer Google nieuwe backlinks aantreft naar je site volgt er een overgangperiode van de oude rankings naar de nieuwe rankings. In die periode kan er van alles gebeuren. Soms lijkt er niets te gebeuren, soms zak je heel sterk in de rankings, of verdwijnt je helemaal uit de index. Resultaten waar veel linkbuilders (en klanten) nogal eens van in paniek raken. **Wat moet je hier nu aan doen?**

Helemaal niets, gewoon wachten. Weersta de 'kneejerk' reactie om nog meer links te plaatsen want daarmee creëer je een nieuwe overgangperiode en duurt het *nog* langer. Google [houdt niet van linkbuilding](#) en de manier waarop het Google algoritme reageert op linkbuilding lijkt dan ook puur ontmoedigingsbeleid. Je plaatst backlinks en je rankings dalen (in eerste instantie) dan maar liever geen linkjes meer plaatsen, toch? Of je laat je uit de tent lokken en je plaatst *nog* meer links. Een andere quote van Google:

*The systems and methods may also observe spammers' reactions to rank changes caused by the rank transition function to identify documents that are actively being manipulated. This assists in the identification of rank-modifying spammers.*

Oftewel, het actief plaatsen van backlinks als een onmiddellijke reactie op een daling in de rankings zet jouw site alleen maar meer in the spotlight. Ergens valt ook wel te begrijpen waarom een linkbuilder toch de neiging heeft om meer links te plaatsen, zeker als de klant zich er mee gaat bemoeien:

“ Ik zie dat mijn rankings dalen, dat **KAN NIET** goed zijn, jij moet iets **NIET GOED** doen” .

Maar het is dus wel goed, Google neemt de tijd om de rankings voor een site te bepalen, dat kun je subtiel bijsturen met het strategisch plaatsen van goede kwaliteits backlinks maar je kunt de rankings niet zo naar de hand zetten zoals jij, of de klant, dat precies wil. Terug naar de figuur weer, **wat zien we nu eigenlijk gebeuren hier?**

De webpagina gekoppeld aan het keyword verscheen rond positie 100. Na het plaatsen van een aantal linkjes gebeurde er iets onverwachts, de webpagina verdween voor een dag of 10 uit de index en.....kwam weer terug, maar nu rond positie 80, een stijging dus. Waarom niet hoger? Hoogstwaarschijnlijk omdat dit een branche is met hoge concurrentie (vastgoed) en er 80 sites boven onze site staan waar allemaal SEO voor wordt bedreven. Vervolgens werden er weer wat links geplaatst en wederom een sterke stijging, richting positie 43, hoera. Vervolgens werd de site weer teruggedooit naar positie 80 wat weer gevolgd werd door een stijging naar positie 40, weer een stijging in vergelijking met ervoor. Dit patroon herhaalt zich een aantal keer, waarbij je iedere keer een beetje stijgt en tussendoor terug de diepte wordt ingegooid. Dit gaat zo door totdat het patroon verandert waarbij de rankings op een plateau fase blijven steken. Zie figuur 2 voor een vergelijkbaar patroon. (Om deze patronen überhaupt te kunnen zien is het noodzakelijk om de keyword rankings dagelijks te meten, in een ander artikel besteed ik meer aandacht aan het meten van rankings in [AWR](#)).

Dit zijn typische keyword ranking patronen voor zoektermen met hoge concurrentie. Je kunt verwachten dat je in het begin van de SEO campagne een enorm grillig patroon te zien krijgt welke gevolgd wordt door een plateau fase waarbij de stijging in de rankings heel gestaag verloopt met regelmatig een kleine terugval . Als je eenmaal in die plateau fase terecht komt dan zit je midden tussen de andere websites waar ook actief SEO voor wordt bedreven. **Wat is nou de beste aanpak?**

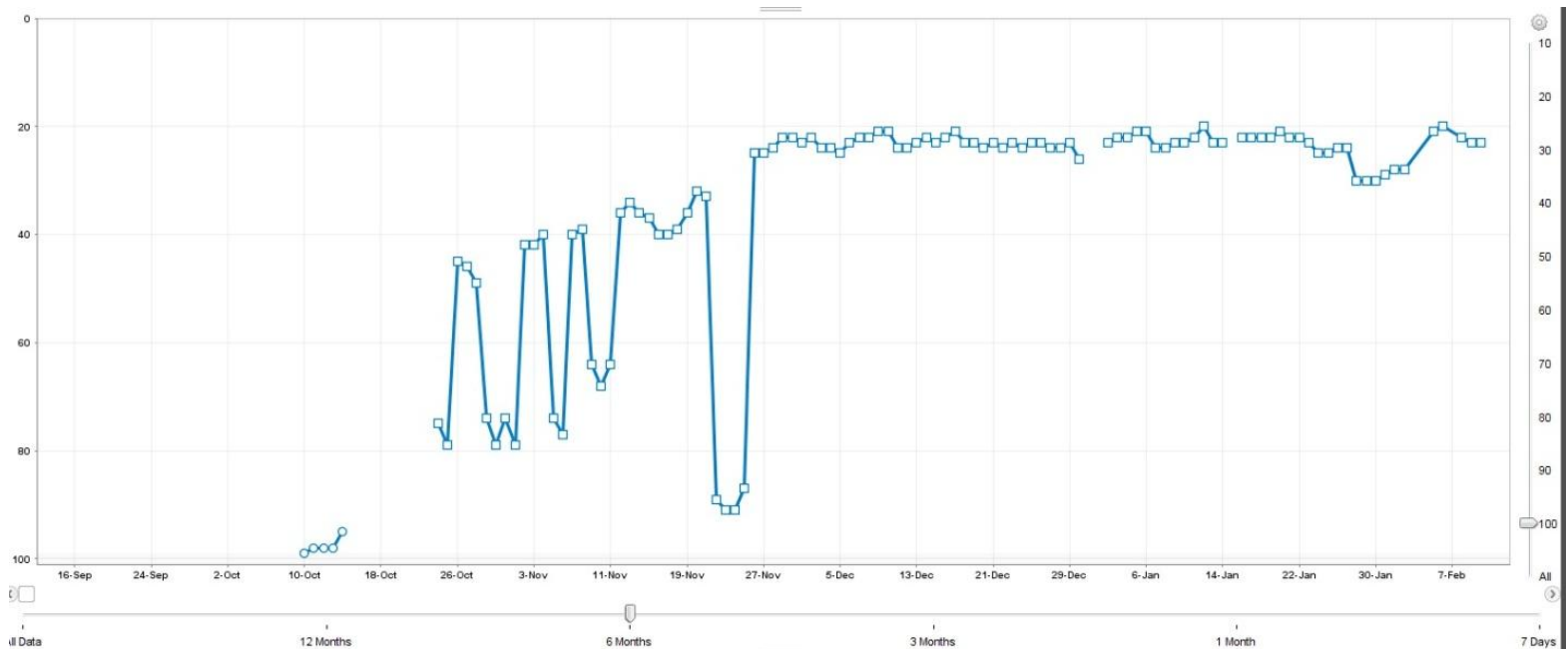
Gestaag, evenredig over de maand gespreid, goede kwaliteits backlinks bouwen. Op het moment dat je ziet dat je rankings sterk zakken (of als je verdwijnt uit de index) wachten totdat je ziet dat de rankings stabiel zijn voordat je weer links plaatst. Wek geen valse verwachtingen bij de klant en laat je ook niet opjagen. **Maar hoe zit het dan met die mooie grafieken die je zo vaak ziet?**

In figuur 3 zien we het patroon voor een keyword met een lage concurrentie. Hier lijkt het een heel ander verhaal te zijn. Hier kwam de site binnen op positie 39 en na het plaatsen van een paar backlinks schoot deze door naar positie 11. Vanaf dat moment waren de rankings vrij stabiel, af en toe een kleine terugval, maar langzaam maar gestaag stijgend om uiteindelijk op 4 terecht te komen binnen een tijdsbestek van 4 maanden. Hier zien we dus niet het grillige patroon zoals bij de hoge concurrentie zoekwoorden. In deze situatie waren er weinig andere websites die concurreerden voor de zoekterm, het was dus relatief makkelijk om relevanter te zijn dan die andere sites. De combinatie van goede content en een paar hoge kwaliteits backlinks waren voldoende. Het kostte amper werk, maar wel tijd. Het Google algoritme werd amper getriggerd omdat er maar weinig links werden geplaatst, het was puur en kwestie van af en toe een linkje plaatsen en wachten.

Bij een goede SEO campagne wordt er ingezet op een mix van moeilijke en makkelijke zoektermen. De makkelijke termen zijn vaak [long-tail](#) en hebben weinig maandelijks zoekvolume. Die leveren vervolgens dan ook niet zoveel bezoekersverkeer op maar maken de site wel relevanter voor je zoektermen.

Hiermee maak je het dus makkelijker om te scoren op de moeilijke zoektermen die doorgaans kort zijn en een hoog maandelijks zoekvolume hebben. Wil je scoren op termen met hoge concurrentie dan kun je daar rustig een half jaar voor uittrekken. Hiervoor zijn goede kwaliteits backlinks nodig en die moeten ook nog eens gestaag en evenredig gespreid geplaatst worden. Google laat zich niet haasten.

*Disclaimer – De resultaten gepresenteerd in deze grafieken zijn gemeten tussen najaar 2012 en begin 2013 en laten zien hoe het Google algoritme nu reageert op linkbuilding. Dat kan maar zo weer veranderen met de volgende Google update.*



-  Links
-  Social
-  Research
-  Reports
-  Alerts
-  Data
-  Project
-  Settings
- Last update  
Apr 18, 2013

