

# Wat is de ideale linkvariatie – deel 1

In een vorige artikel besprak ik het concept [linkvariatie](#). In het kort samengevat: bij het plaatsen van backlinks is het belangrijk om een natuurlijk linkprofiel te creëren. Dat houdt in dat de links naar je website een combinatie moeten zijn van [NoFollow](#), DoFollow, van sites met een hoge PageRank maar ook van sites met lage PageRank, links met relevante anchor tekst maar ook een paar links met niet relevante teksten eraan gekoppeld en ten slotte een aantal links met het webadres (de URL) zelf.

## Wat is nou de ideale combinatie?

Een jaar geleden was het de norm om vooral keyword links te bouwen met *exact* dezelfde anchor tekst als de zoektermen waarvoor men wilde ranken in Google. Voor de vorm werden er dan ook een paar linkjes toegevoegd met afwijkende anchor tekst voor de variatie. Als je hoog wilde scoren in Google voor de term ‘herenschoenen’ dan bouwde je misschien 95 links met die exacte tekst en 5 linkjes met termen als ‘mooie herenschoenen’ of ‘bruine herenschoenen’. Als linkbuilder had je het gevoel dat dit weggegooide links waren aangezien dit niet de exacte keywords waren waarvoor je aan het optimaliseren was.

Nu denkt men hier heel anders over in de SEO branche. Diverse studies hebben laten zien dat variatie in anchor tekst erg belangrijk is. Een [studie](#) liet zien dat websites waarvan de meeste backlinks exact dezelfde anchor tekst hadden het veel slechter in de Google rankings deden dan websites met backlinks die juist heel gevarieerde anchor teksten hadden. In een [andere studie](#) werd berekend dat de meest succesvolle sites slechts 20% backlinks hadden met de exacte keywords als anchor tekst.

## Wat betekent dit nou voor linkbuilders in de praktijk?

Het betekent dat we met terugwerkende kracht moeten gaan kijken naar de ratio van backlinks met exacte anchor tekst en gevarieerde anchor tekst. Willen we optimaliseren voor ‘herenschoenen’ en gaan we 100 links plaatsen dan is het verstandig om 20 links te bouwen met de exacte anchor tekst ‘herenschoenen’ en 80 andere links met variaties hierop zoals ‘bruine herenschoenen’, ‘stijlvolle herenschoenen’, ‘schoenen voor heren’, ‘mannenschoenen’ etc etc. Het kan zijn dat sommige keywords die het een jaar geleden nog goed deden in de rankings al geruime tijd aan het zakken zijn. Om dit te onderzoeken is het belangrijk om te kijken naar het totaal aantal backlinks dat is gebouwd voor een project en de bijbehorende anchor teksten.

Daarvoor heb je als linkbuilder een strak georganiseerde linkdatabase nodig. Het is verstandig om een spreadsheet (excel of Google docs) te gebruiken die iedere keer wanneer er nieuwe backlinks zijn gebouwd wordt ge-update. Relevante data zijn:

- URL van de backlink
- PageRank van de pagina waarop de backlink staat
- Status (live, verwijderd, wacht op moderatie etc)
- Anchortekst
- Datum waarop de backlink is geplaatst

Als bepaalde keywords niet verder stijgen in de rankings of zelfs zakken terwijl er wel nieuwe backlinks worden geplaatst dan is het de moeite waard om eens te kijken naar de verhouding tussen keywords met exacte anchortekst en keywords met variatie in anchortekst. Als deze verhouding bijvoorbeeld 50/50 is dan verklaart dit misschien het uitblijven van de resultaten.

### **Wat kunnen we hier nou aan doen?**

Een mogelijkheid is door de anchortekst van een aantal van de backlinks die we in het verleden hebben gebouwd aan te passen. Soms kan dat, op bijvoorbeeld forums en artikelensites waar we accounts op hebben aangemaakt en waar je je eigen bijdragen aan kunt passen. Vaak is het echter zo dat we na het plaatsen van een backlink er niet meer bij kunnen, of dat je moet betalen om een link aan te laten passen. Als de verhouding tussen de exacte anchortekst backlinks en die met variatie in de anchorteksten nog steeds niet goed is na het aanpassen van de backlinks waar we nog toegang tot hadden dan zit er niets anders op dan meer links te bouwen met gevarieerde anchorteksten totdat de ratio 20/80 is.

### **Conclusie**

Variatie in de anchorteksten van backlinks lijkt een zeer sterke factor te zijn geworden bij het bepalen van de keyword rankings door Google. Linkbuilders moeten nauwkeurig bijhouden hoe vaak en welke anchorteksten zij gebruiken bij het plaatsen van backlinks. Het is misschien nodig om terug te gaan naar oude backlinks om deze aan te passen.

Dit artikel behandelde slechts een aspect van linkvariatie namelijk de variatie in anchorteksten van backlinks. Er zijn echter andere aspecten waar we ook rekening mee moeten houden. Het is bijvoorbeeld ook niet goed als een website alleen maar backlinks ontvangt van social media sites of directory sites. De andere aspecten van linkvariatie worden in een volgend artikel besproken.

*Auteur: Alexander van Aken*

Alexander van Aken is onafhankelijk SEO consultant voor Oban Multilingual en internetmarketing bureau [WWW-Weavers](http://WWW-Weavers), daarnaast is hij directeur van [SEO advies](#) bureau Soecken.

