



STAPPENPLAN

Vindbare content op je website

Verbeter je vindbaarheid en trek
relevante bezoekers



Vindbare content maken

Met onderstaande stappen kun je de vindbaarheid van je website enorm verbeteren en relevante bezoekers naar je site trekken die daar gaan doen wat je wilt dat ze doen.

1 Kies zoekopdrachten die echt van belang zijn

1. Kijk gerust naar het zoekvolume, maar bedenk dat meer zoekers niet altijd beter is.
2. Check concurrentie: kun je voor deze opdracht een goede positie krijgen?
3. De sites die je nu ziet scoren geeft je een beeld van wat mensen echt zoeken. Kun jij een nog beter antwoord op deze zoekvraag geven?
4. Wat is de achterliggende intentie van de zoeker? Commercieel of informatief? Welke zoekopdrachten van kopers kun je koppelen aan jouw aanbod?
5. Zijn de mensen achter deze zoekopdracht echt jouw doelgroep?
6. Waar wordt je concurrent op gevonden? Geeft dat nog ideeën?

Met deze zes vragen kun je een lijst met zoekopdrachten maken waarop je gevonden wilt worden en hierin prioriteiten aangeven.

2 Optimaliseer op de iedere pagina

Google moet kunnen begrijpen waar een webpagina over gaat. Zorg daarom dat de zoekopdracht waarvoor je optimaliseert te vinden is in:

- De titel (H1) en url
- Een of meer subkoppen (H2)
- De inleiding of eerste alinea
- De tekst
- De metadescription
- Alt tekst van (ten minste) een afbeelding

Blijf daarbij wel schrijven voor mensen en zorg dat je tekst prettig leesbaar blijft. Optimaliseer je voor een langere zoekopdracht van bijvoorbeeld twee of drie woorden, dan kun je de volgorde van die woorden rustig variëren als dat beter is voor de leesbaarheid. Google begrijpt prima wat er staat en om die reden kun je zeker ook synoniemen van woorden in je zoekopdracht gebruiken. Sterker nog, dat maakt de pagina alleen maar beter.

Het stappenplan over on-page seo geeft hier nog iets meer informatie over. Die vind je in de gratis [Content Kennisbank](#).

3 Zorg voor een logische interne linkstructuur

Zorg dat artikelen en pagina's die inhoudelijk met elkaar te maken hebben ook echt naar elkaar linken. Zo geef je de bezoeker meer te lezen en snapt Google beter waar je website over gaat. Vanuit een nieuw artikel linken naar een oud artikel is snel gedaan, maar vergeet niet om het ook andersom te doen!

4 Realiseer inkomende links vanaf andere sites

Als andere websites naar jouw content linken, is dat een teken dat hier iets van waarde staat. Inkomende links komen deels vanzelf als je content goed is, maar je kunt het stimuleren. Benader daarvoor andere sites voor wie jouw content echt relevant is.

5 Toon de expertise van je bedrijf op je site

Google moet snappen op welk onderwerp jij relevante en betrouwbare informatie hebt te bieden. Je expertise wordt duidelijk als andere sites met vergelijkbare of verwante expertise naar jouw site linken, de onderwerpen op je site onderling een logische samenhang hebben en samen een volledig beeld geven. Een lange verblijfsduur van bezoekers op je website bevestigt je expertise ook.

6 Laat je expertise en autoriteit overal zien

Google kijkt niet alleen jouw site, maar kijkt ook elders online om je expertise en autoriteit in te schatten. Zorg dus dat jouw expertise, die van je bedrijf of van medewerkers ook buiten jouw site(s) zichtbaar is. Bijvoorbeeld op social media of omdat je bedrijf of medewerkers elders online als (gast)auteur, expert, deskundige of positief voorbeeld genoemd worden.

7 Zorg voor een betrouwbare indruk

Google wil weten of je site een betrouwbare informatiebron is. De stappen hiervoor helpen daarbij. Andere factoren die je betrouwbaarheid ondersteunen zijn positieve reviews op social media en externe sites, net als duidelijke contactinformatie op de site en een privacyreglement. Verwijs vanuit de content op je site naar goede externe bronnen. Dat is eveneens een belangrijke indicatie dat je informatie betrouwbaar is.

8 Let op de technische kant van je site

Je site moet voldoende beveiligd zijn, snel werken en op alle apparaten goed te gebruiken zijn. Mensen moeten gemakkelijk kunnen navigeren en de site moet visueel stabiel zijn. Content die bijvoorbeeld schuift omdat er steeds nieuwe onderdelen geladen worden op een webpagina is bijvoorbeeld niet gebruikersvriendelijk. Google noemt dat de Core Web Vitals. Check eventueel bij degene die je site onderhoudt of daar verbeteringen wenselijk zijn.

Over Sstroop Contentmarketing

Sstroop is gespecialiseerd in de combinatie van contentstrategie en thoughtleadership. Door content strategisch in te zetten bouw je namelijk gericht en gestaag aan je expertmerk:

- Jij en je expertise worden beter zichtbaar en vindbaar
- Je doelgroep herkent én erkent je expertstatus
- Je aanbod is op het juiste moment zichtbaar

Gratis Content Kennisbank

In de gratis [Content Kennisbank](#) vind je behalve deze checklist nog veel meer: checklists, stappenplannen, best practices, tools, tutorials en meer. Alles om je te helpen bij het maken van doeltreffende content.

Expertmerk Academie

De [Expertmerk Academie](#) bevat online masterclasses die je gericht helpen bij specifieke acties. Denk aan het tonen van je expertise op LinkedIn of op je website, het realiseren van een onderscheidende expertpositie of om effectiever te bloggen.