



# Checklist SEO schrijven

Qon-art  
ONLINE MARKETING

# Checklist SEO schrijven. Het schrijven voor Google wordt een stuk gemakkelijker.

## Woord vooraf

Het schrijven van pagina's voor SEO is niet meer zoals vroeger. Ging het vroeger om het optimaal vullen van pagina's en voorzien met heel vaak je belangrijkste zoekwoord, vandaag de dag wordt er veel meer van de tekst verwacht. De tijd van onleesbare teksten met veel zoekwoorden kan echt niet meer.

Google is aanzienlijk meer 'sophisticated' geworden, toch werken nog steeds een aantal old-school tactieken.

Al 11 jaar help ik ondernemers en al vaak heb ik nummer 1 posities voor mijn teksten bereikt. Graag neem ik jullie mee hoe ik het aanpak. Op de volgende pagina's tref je een checklist / stappenplan aan, voorzien van diverse praktische tips.

Ik wens je veel leesplezier,

Hans Keeren  
SEO-expert

## Wat kun je verwachten

Weet je wie je doelgroep is? .....	3
Weet je op welke zoekwoorden de pagina is gericht? ...	3
Hoe staat het met <i>EAT</i> .....	3
Tuurlijk is je content uniek ☺ .....	4
Wat doen mijn concurrenten? .....	4
Hoe vaak vermeld je een zoekwoord in de tekst? .....	4
Zoekwoord in de eerste alinea? .....	5
H1, de hoofdkop .....	5
De H2, H3 t/m H6 .....	5
Bodytekst .....	6
Staan de zoekwoorden dicht bij elkaar .....	7
Contextuele zoekwoorden .....	7
Vetgedrukte woorden .....	7
Schuingedrukte woorden .....	7
Lees je geschreven tekst hardop voor .....	7
Title tag .....	8
Meta description .....	8
Goede content heeft interne links naar andere pagina's .....	8
Interne anchortekst .....	8
URLs .....	8
Alt tags .....	9
Snelheid .....	9
Mobiel .....	9
Video's .....	9

## Voor wie maak je jouw content.

### Weet je wie je doelgroep is?

Het is belangrijk om te weten op wie je je tekst richt. Verdiep je goed in de behoefte van je klant. We noemen dit persona maken. Probeer eens de volgende vragen te beantwoorden:

- ✓ Wensen/ behoeften
- ✓ Koopmotieven
- ✓ Angsten
- ✓ Wat weet hij van jouw business

Het helpt als je er een persona van maakt. Hiernaast een voorbeeld.



### Weet je op welke zoekwoorden de pagina is gericht?

Er moet wel iets van een zoekwoordenonderzoek worden gedaan voordat je gaat schrijven. Al is het maar een kleintje. Denk (even) goed na wat je belangrijkste zoekwoord is. Dan kun je de pagina gaan schrijven met het zoekwoord in gedachte.

Als je bijvoorbeeld een tandarts bent dan is het prettig om een idee te hebben over welk zoekwoord een pagina gaat. Denk als tandarts dan aan zoekwoorden als 'tandarts Amsterdam of tandarts Amsterdam zuid'.

### Hoe staat het met EAT

EAT staat voor expertise, authoritativeness and trust ofwel expertise, autoriteit en vertrouwen. Je content moet hieraan voldoen. Enkele zaken om rekening mee te houden bij het bepalen van EAT.

Zorg dat je wordt gezien als een expert. Plaats een bio onder artikelen die je schrijft met opleiding en specificaties waarom je een expert bent. Hoe lang zit je al in het vak?

Zorg voor reviews op Google Maps en betrouwbare platformen. Reviews van Trustpilot, klantenvertellen.nl en soortgelijke sites worden door Google gezien als 'self serving' en dus niet serieus genomen. En tot slot, zorg dat andere experts naar je verwijzen en dat je wordt gezien als een autoriteit.

## Tuurlijk is je content uniek 😊

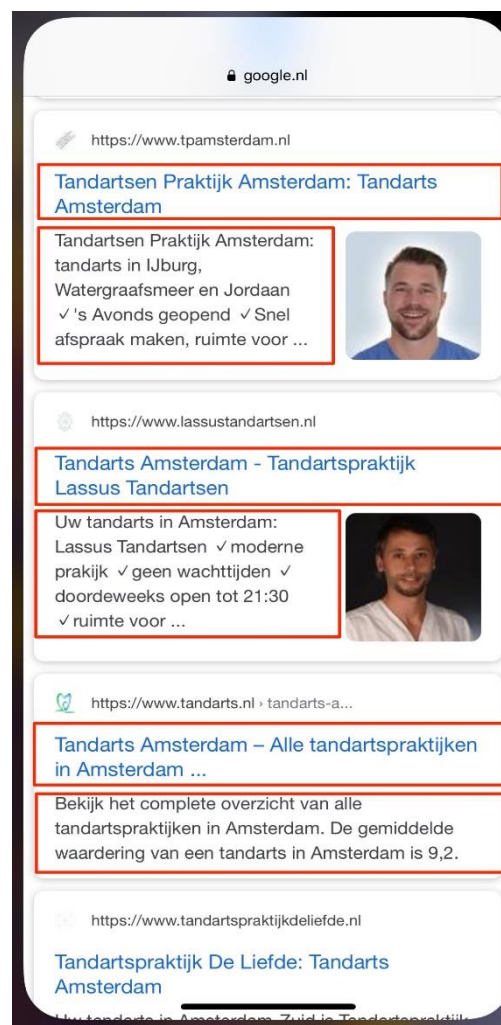
Zorg dat je geen content kopieert van andere pagina's of websites. Dat komt omdat het dan niet uniek is en je daardoor misschien uit de zoekresultaten wordt verwijderd. Er zijn natuurlijk regels hoe je hiermee omgaat. Die leg ik je graag uit tijdens mijn cursus SEO-schrijven.

## Wat doen mijn concurrenten?

Wat ik altijd doe bij het beoordelen van het speelveld waarin ik actief ben is het bekijken van mijn concurrenten in Google. Je zoekt in Google op een woord en je kijkt wie er bovenaan staan. Je kijkt dan speciaal naar de titels en de beschrijvingen die je ziet bij de topposities van je concurrenten. Daar kun jij wat van leren.

## Hoe vaak vermeld je een zoekwoord in de tekst?

Zoekwoorden in de tekst vermelden is nog steeds belangrijk. Ik doe het al 11 jaar SEO en hoewel Google slimmer is geworden, je moet de zoekmachine houvast bieden. Kijk daarom altijd bij de top 3 hoe vaak zij het zoekwoord vermelden in relatie tot de lengte van de content. Houd dit aan als leidraad voor jouw tekst.



## De basisopmaak van je tekst

### Zoekwoord in de eerste alinea?

Zet je zoekwoord altijd minimaal 1x in de eerste alinea. Als je concurrenten dit vaker doen dan kun jij dit ook doen.

### H1, de hoofdkop

De H1 is nog steeds belangrijk voor hoge scores in Google. Met een H1 zonder zoekwoorden verlies je posities. Zet je zoekwoord altijd in de H1. De H1 is de hoofdtitel van een webpagina.

### De H2, H3 t/m H6

De H2, H3 t/m H6 zijn de subkopjes of sub-subkopjes van een webpagina. Waar de H1 de hoofdtitel is vallen de H2 t/m H6 daar hiërarchisch onder. Het is belangrijk om je pagina in titels en subkopjes in te delen omdat Google dit begrijpt. Daarnaast leest het ook voor mensen prettig op deze manier.

**H1: Tandarts Amsterdam**

**H2: Soorten behandelingen**

**H3: Mondhygiëne**

**H3: Implantaten**

**H2: Onze tandartspraktijk**

**H3: Waar zijn we gevestigd in Amsterdam?**

**H3: Spoedgevallen**

## Bodytekst

Moet een tekst kort zijn? Niet per sé. Bodytekst is nog steeds belangrijk voor SEO. Wil je het aantal woorden weten dat in een tekst moet komen? Kijk dan bij je concurrenten en boots de posities na die het hoogste staan in Google. Over het algemeen zul je zien dat topposities veel content hebben. Een goede tool om het aantal woorden op een pagina te checken is SEO Quake. SEO Quake is een Google Chrome plugin die makkelijk te gebruiken is.

SEO Quake interface showing keyword density analysis for the URL <https://www.tandzorg.nl>. The tool displays a table of keywords with columns for Keyword, Found in, Repeats, Density, and Prominence. A red arrow points to the 'Total words: 1427' statistic.

Keyword	Found in	Repeats	Density	Prominence
een		35	2.45%	46.61%
onze		23	1.61%	59.08%
rotterdam	<a href="#">D</a> <a href="#">H</a> <a href="#">I</a>	22	1.54%	57.43%
tandarts	<a href="#">T</a> <a href="#">D</a> <a href="#">H</a> <a href="#">I</a>	21	1.47%	46.22%
kralingen	<a href="#">T</a> <a href="#">D</a> <a href="#">H</a> <a href="#">I</a>	21	1.47%	51.63%
van		20	1.40%	50.87%
tandzorg	<a href="#">T</a> <a href="#">D</a>	20	1.40%	51.78%
met		16	1.12%	40.22%
voor	<a href="#">D</a>	15	1.05%	53.71%
kunt		14	0.98%	52.38%
het		12	0.84%	55.09%
tanden		11	0.77%	66.69%
meer		10	0.70%	48.77%
voorschoterlaan		10	0.70%	54.78%
facings		10	0.70%	73.01%
tandartspraktijk		9	0.63%	45.91%

Additional information from the screenshot:

- Total words: 1427
- 2-word phrases: 134
- 3-word phrases: 63
- 4-word phrases: 31
- Page Title: Tandarts Rotterdam: Tandzorg |
- Meta keywords: Meta Tandarts in Rotterdam Kralingen
- Meta description: Kralingen Algemene en cosmet tandheekunde Geen wachtlijst ruimte voor nieuwe patiënten
- Keywords cloud: een onze rotterdam tandarts k



## Nu gaan we de relevantie voor Google vergroten.

### Staan de zoekwoorden dicht bij elkaar

Staan je zoekwoorden dicht bij elkaar? Zoekwoorden horen dicht bij elkaar te staan. Het is beter dat er 'Slotenmaker Amsterdam' in je tekst staat dan 'Slotenmaker in Amsterdam'.

### Contextuele zoekwoorden

Contextuele zoekwoorden wil zeggen dat er woorden in je tekst staan die automatisch bij het hoofdzoekwoord horen.

Voorbeeld: je schrijft een pagina over ziekenhuizen. Daar horen de contextuele woorden ziekenwagen, dokter, eerste hulp etc. bij.

Hoe weet je de contextuele woorden voor je content? Kijk daarvoor bij je concurrenten die op 1,2 of 3 staan. Je kunt ook een tool zoals Tagcrowd gebruiken. Die laat ongeveer zien welke woorden je nodig hebt. Je maakt dan zelf een inschatting of het woord een ondersteuning is voor het hoofdzoekwoord.

### Vetgedrukte woorden

1 of 2 keer je belangrijkste zoekwoord vetgedrukt maken is nog steeds een positief signaal voor Google. Hoewel het een héél klein signaal is, is het iets om mee te nemen in je SEO-schrijverij.

### Schuingedrukte woorden

1 of 2 keer je belangrijkste zoekwoord schuingedrukt maken is nog steeds een positief signaal voor Google. Hoewel het een héél klein signaal is, is het iets om mee te nemen in je SEO-schrijverij.

### Lees je geschreven tekst hardop voor

Lees het hardop na. Als het niet lekker loopt doe het dan opnieuw.



Gary "懿理 / 경리" Illyes  
@methode

DYK if you read out loud the text on your page and it doesn't sound natural, that piece of text may weigh much less during ranking

[Tweet vertalen](#)



## Hoe presenteert je jouw tekst bij een zoekopdracht. En nog wat techniek.

### Title tag

De title tag is erg belangrijk om hoog te scoren in Google. Vul hem met de juiste zoekwoorden. Kijk voor een goede title tag altijd bij je concurrenten op de eerste 3 posities van Google.

### Meta description

Is de meta description nog belangrijk? Google negeert hem steeds vaker en verzint hem zelf. Toch kun je nog steeds zelf de meta omschrijving schrijven in de hoop dat Google hem publiceert in haar zoekresultaten.



### Goede content heeft interne links naar andere pagina's

Interne links kunnen een gebruiker voorzien van extra informatie. Om die redenen kun je ze in een tekst plaatsen. Daarnaast hebben interne links een hele belangrijke SEO-waarde. Zorg er dus voor dat je interne links plaatst op je site.

### Interne anchortekst

Je pagina moet ergens een link hebben anders is hij niet bereikbaar. De anchortekst is de tekst van een link. Zorg ervoor dat deze link een anchortekst met zoekwoorden bevat. Waar hij ook staat. Soms is dat moeilijk maar probeer dit te doen waar je kunt.

Voorbeeld: op een tandarts-website kwam ik een link met anchortekst "vervolgbehandeling" tegen. Die link verwees naar de pagina over vervolgbehandelingen. Deze anchortekst is voor zowel bezoekers als voor Google belangrijk.

### URLs

Vul je URL bij voorkeur met je belangrijkste zoekwoord.



## Alt tags

Alt tags zijn belangrijk en vertellen iets over de plaatjes die op je webpagina staan. Vul de alt tags altijd zoveel mogelijk in.

## Snelheid

Snelheid heeft niks te maken met SEO-schrijven. Snelheid is iets technisch. Maar als je pagina te langzaam is dan scoort slechter in Google. Het beste is om dit te checken zodat je aan een webbouwer kunt aangeven dat de site sneller moet.

## Mobiel

Google indexeert als eerste de mobiele versie van een website. Zorg dus dat de pagina die je schrijft ook bereikbaar is op mobiel. Ik heb al een aantal keren gemerkt dat sommige pagina's in een menu op mobiel niet bereikbaar zijn. Test dit dus goed.

## Video's

Heb je video's nodig op je pagina? Als je hoogste concurrenten het doen dan wel. Probeer zoveel mogelijk video's uit Youtube te 'includen' op je pagina. Youtube is van Google en zoals je wellicht weet krijgt Youtube voorrang van Google en de zoekresultaten. Waarom dan niet op een webpagina? Ik weet dit niet 100% zeker maar het is een manier die ik zelf altijd gebruik.

## Over de auteur:

Mijn naam is Hans Keeren, SEO-trainer en SEO expert. Ik ben inmiddels 11 jaar online ondernemer en toen zomaar toevallig in SEO gerold. Toen ik voor het eerst met SEO in aanraking kwam was ik verkocht, en geobsedeerd.

Ik help MKB bedrijven en ZZP-ers door SEO trainingen en advies aan meer omzet en meer bezoekers. Mijn passie is bedrijven te helpen om de volgende stap te zetten met SEO, om ze te laten scoren in Google en om ze aan meer klanten en aanvragen te helpen.

Dat doe ik door het geven van strategiedagen, trainingen en SEO advies. Heb je interesse om een keer met een SEO specialist van gedachte te wisselen? Neem dan contact met mij op.

Wil je meer weten? Of zoek je support. Je kunt mij mailen op:

**hkeeren@qonvert.com**  
**of bellen op: 06-14370277.**