

SEO OF SEA VOOR EEN BETERE ONLINE VINDBAARHEID?

WHITEPAPER 2016

- Webdesign
- PHP
- Big Data
- Webschrijven
- Internet Marketing
- Grafische Vormgeving

The logo for Eduvision, featuring a stylized lowercase 'e' in a light blue color followed by the word 'eduvision' in a white, sans-serif font, all set against a dark blue background.

eduvision

Eduvision Opleidingen

Telefoon: +31 (0)88 0444222

E-mail: info@eduvision.nl

Website: www.eduvision.nl

SEO of SEA voor een betere
online vindbaarheid?



marketing
link

INHOUD

- 03 INTRO
- 04 WAT IS SEO?
- 05 HOE WERKT SEO ?
- 06-07 RELEVANTE INHOUD
- 08 TECHNISCHE OPTIMALISATIE
- 09 LINKBUILDING
- 10 VOORDELEN SEO
- 11 NADELEN SEO
- 12 HOE WERKT SEA ?
- 13 VOORDELEN VAN SEA
- 14 NADELEN VAN SEA
- 15 CONCLUSIE
- 16 ALFABETISCHE WOORDENLIJST

SEO of SEA voor een betere online vindbaarheid ?

U bent als ondernemer steeds op zoek naar nieuwe klanten. Al is het tegenwoordig eigenlijk andersom. Klanten gaan op zoek naar u en doen dat vaak via het Internet door gebruik te maken van zoekmachines zoals Google. Net daarom is het best belangrijk dat uw website bovenaan de zoekresultaten verschijnt en meteen in het oog van de potentiële klant springt.

Hoe u dat realiseert? Door in te zetten op SEO of SEA bijvoorbeeld....

Kort samengevat kunnen we SEO (Search Engine Optimization) vergelijken met zoekmachineoptimalisatie door tekstuele en technische verbeteringen aan uw website en SEA (Search Engine Advertising) met betalend adverteren in zoekmachines.

Verderop in deze white paper lichten we beide principes nader toe.

Veel leesplezier !

Wat is SEO?



Zoekmachines zoals Google doen er alles aan om relevante resultaten weer te geven voor hun gebruikers. Dat doen ze door te bekijken welke websites het betrouwbaarst zijn en het meest relevant voor de zoekterm die de gebruiker heeft ingegeven.

Elke website en webpagina krijgt een score (page rank) toegekend op basis van verschillende criteria. Hoe hoger de score, hoe hoger de website/webpagina in de organische zoekresultaten zal verschijnen. Die organische zoekresultaten omvatten alle webpagina's die op "natuurlijke wijze" scoren en worden weergegeven onder de betalende advertenties.

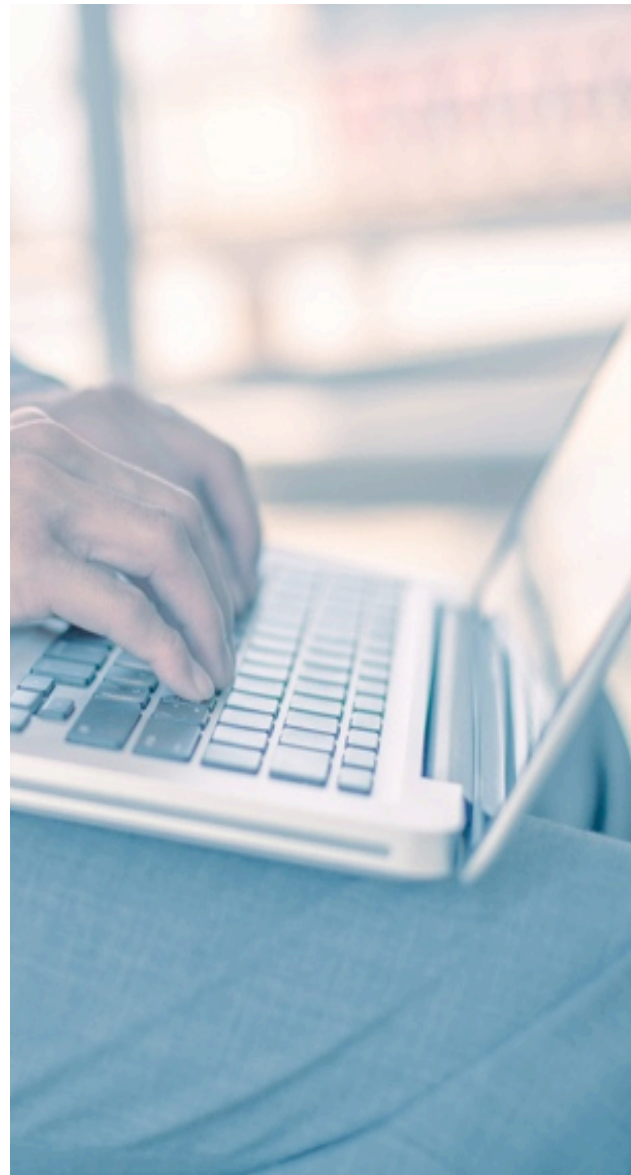
Welke criteria (algoritmes) de zoekmachines precies hanteren, weten uiteraard enkel de zoekmachineontwikkelaars maar de grote lijnen zijn publiek geheim. U kan de page rank score dus in zekere mate zelf beïnvloeden via SEO optimalisatie.

De zichtbaarheid van uw website in de organische zoekresultaten verhogen, is gratis. Om uw online vindbaarheid te verhogen, dient u namelijk enkel uw website zoekmachinevriendelijk te maken.

Hoe werkt SEO ?

Voor zoekmachineoptimalisatie zijn 3 zaken bijzonder belangrijk:

1. Relevante inhoud
2. Technische optimalisatie
3. Linkbuilding



1 : Relevante inhoud



Zoekmachines “lezen” een webpagina aan de hand van een code. Die code bevat al uw teksten en de meta data (info over de data zeg maar). Met die meta data geeft u zelf aan de zoekmachines mee waarover uw pagina precies handelt.

De meta data bestaan onder meer uit:

- Pagina trefwoord of keyword: het woord of de woorden die surfers letterlijk in het zoekvenster van een zoekmachine intypen en waarop u met de betrokken pagina gevonden wil worden.
- Meta title: de titel van uw webpagina en de tekst die Google als blauwe titel in de zoekresultaten weergeeft (afbeelding voorzien).
- Meta Description: 2 tekstregeltjes ter verduidelijking van de meta titel (grijze tekstregels onder de blauwe titel in Google).
- Alt tag of alt tekst: een soort trefwoord voor de afbeeldingen, daarmee vertelt u zoekmachines wat er op de afbeelding te zien is.



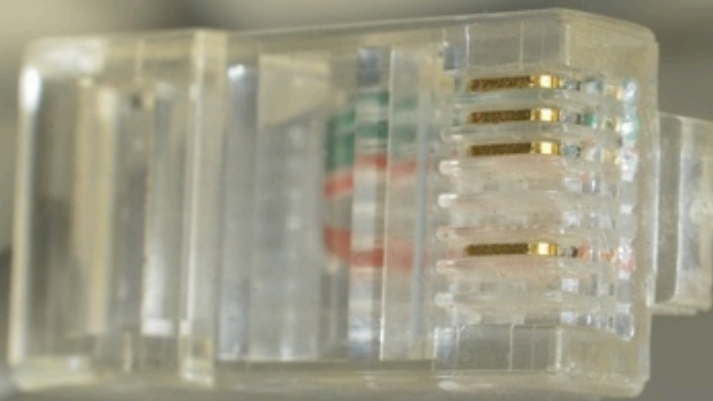
Zoekmachines bekijken uw website niet zoals natuurlijke webbezoekers dat doen. Ze scannen de code achter elke webpagina en onderzoeken of, waar en hoe vaak het paginatrefwoord in de meta data en in de teksten voorkomt. Het is daarom erg belangrijk dat uw teksten op de juiste manier zijn opgebouwd (voldoende lang, voldoende trefwoordichtheid, titelgebruik, etc...), dat de informatie op de pagina ook echt relevant is en aan het trefwoord gerelateerd.

***Tip:** Zoekmachines zijn slimmer dan u denkt en zullen geforceerde optimalisatie snel opmerken, zoals het té veel verwerken van zoekwoorden in de tekst of een trefwoord 2 keer verwerken in de meta data. Enige voorzichtigheid is dus zeker aan de orde.*

2 : Technische optimalisatie

Om de betrouwbaarheid van een website na te gaan, worden ook enkele technische criteria onderzocht. Laadt de site voldoende snel, zijn er sitemaps voorzien, is het webdesign ook aangepast voor weergave op mobiele apparaten zoals tablets en smart phones (responsive design), etc...

Enkel websites die voldoende relevante inhoud hebben én technisch correct zijn opgebouwd, zullen hoog scoren!



3 : Linkbuilding



Hyperlinks zijn verwijzingen naar andere webpagina's. Een link op uw eigen website kan naar een andere pagina binnen uw website verwijzen (interne links) of naar een andere website of sociale media pagina (externe links).

Zoekmachines zullen het zeker appreciëren dat uw website enkele interne en externe links bevat, maar overdrijf daar niet mee.

Nog interessanter wordt het als andere websites naar uw site verwijzen via links, buttons of advertenties met doorklikmogelijkheid. We spreken dan van linkbuilding en dat is een erg goede zaak voor uw online vindbaarheid. ! Dit is echter enkel doeltreffend als die andere website ook als betrouwbaar, relevant en technisch correct wordt beschouwd door de zoekmachine in kwestie.

Linkjes “creëren” en daarbij afspraken maken om elke uitgaande hyperlink meteen weer te laten terug linken naar de pagina (backlink) van uw collega ondernemer is niet aan te raden. Zoekmachines zoals Google vinden de kwaliteit van links tegenwoordig belangrijker dan het aantal links dat naar uw site verwijst. Sommige inkomende linkjes zullen zelfs als “harmful backlinks” worden beschouwd en meer kwaad dan goed doen voor uw online vindbaarheid. “Less is more” in dit geval!

Voordelen van SEO

- SEO is gratis.
- U bepaalt zelf op welke trefwoorden u uw webpagina's gevonden wil laten worden en zo kan u een specifiekere doelgroep bereiken.
- Meer tijd investeren in SEO optimalisatie loont snel de moeite. U ziet de bezoekersaantallen op uw website (en hopelijk ook de offerte aanvragen) gestaag stijgen.
- SEO heeft een relatief langdurig effect t.o.v. bijvoorbeeld een betalende SEA campagne.
- Webbezoekers vinden de organische zoekresultaten doorgaans betrouwbaarder dan de betaalde advertenties en zullen eerder hierop doorklikken.



Nadelen van SEO

- Googlevriendelijke teksten schrijven is niet eenvoudig, behoorlijk technisch en best tijdrovend. Als u een SEO copywriter inschakelt om zoekmachinevriendelijke teksten te schrijven, moet u die uiteraard wél betalen. Doet u dit liever zelf, dan is uw tijd ook geld waard natuurlijk.
- Zoekmachines bepalen de regels en die kunnen wel eens veranderen. Aan u om uw webteksten dan weer aan te passen.
- Niet elke webdesigner is voldoende op de hoogte van de technische vereisten voor SEO en aanpassingen achteraf kunnen duur uitvallen. Best de juiste webdesigner kiezen dus.
- Geen resultaatgaranties helaas. Hoe hoog u zal scoren, hangt niet alleen van uw inspanningen af, maar ook van die van uw concurrenten. Schrijven zij meer of betere pagina's rond hetzelfde trefwoord, dan zal uw pagina wat zakken ten voordele van de concurrent. Posities in zoekresultaten schommelen voortdurend.



Hoe werkt SEA ?

SEA zijn de zoekresultaten die helemaal bovenaan of onderaan de pagina worden weergegeven (vaak met een geel vlaggetje of "ADV" afkorting). Om hier te verschijnen, heeft u een betalende SEA campagne (bij Google heet dit Google Adwords) nodig.

U geeft aan op welke trefwoorden u weergegeven wil worden en betaalt per klik (de zogenoemde **Cost Per Click**). Hoeveel deze CPC-kost bedraagt, hangt af van verschillende factoren:

- De populariteit van het trefwoord: hoe meer aanvragen, hoe duurder.
- De regio en tijdsspanne waarin u weergegeven wil worden. Enkel wanneer er gezocht wordt in "pagina's uit België", of bijvoorbeeld enkel tussen x en x uur?



Voordelen van SEA



- Maximale zichtbaarheid bovenaan de pagina (boven de organische zoekresultaten) of onderaan de pagina.
- Meteen resultaat. Van zodra u uw campagne instelt, worden de advertenties weergegeven.
- Grote impact: doorgaans leveren SEA advertenties onmiddellijk meer webbezoeken en conversie op.
- Direct aanpasbaar: levert een advertentie te weinig respons op, dan kan u de tekst of de doelgroep onmiddellijk wijzigen.
- Meetbare resultaten: bijvoorbeeld via Google Analytics kan u permanent opvolgen welke impact uw SEA campagne heeft.
- U bepaalt zelf hoeveel u maximum per woord, per dag of per maand wil betalen.

Nadelen van SEA



- SEA zonder SEO is zonde van het geld. Als u op organische wijze bovenaan verschijnt op een bepaald trefwoord, wil u er vast geen SEA budget aan spenderen.
- Stoppen met betalen = stop met de zichtbaarheid.
- Een doeltreffende SEA campagne opzetten en beheren, is behoorlijk complex en tijdrovend. U schakelt best een specialist met kennis van zaken in en ook die werken niet gratis.
- U bepaalt zelf hoeveel u maximum per advertentie wil betalen, maar als uw concurrent meer biedt, wordt uw advertentie in dat geval gewoon niet meer vertoond.
- De verleiding is erg groot om steeds meer te investeren. Een maximumbudget vastleggen is zeker aangeraden.

Conclusie

Doorgaans raden we aan om eerst in te zetten op SEO en pas daarna een SEA campagne op te zetten. Enkel door uw SEO resultaten grondig te analyseren, kan u immers bepalen aan welke trefwoorden u best wel of best geen SEA budget spendeert. Het heeft geen zin om te betalen voor een advertentie met een bepaald trefwoord als u op dat woord al bovenaan de organische zoekresultaten verschijnt, toch?

Nog vragen?, De Marketing Link kan u perfect adviseren. Even mailen of bellen volstaat om te ontdekken of SEO en / of SEA ook voor u interessante opportuniteiten kunnen opleveren.

De Marketing Link helpt u graag verder. Voor meer info www.marketinglink.be



Françoise Cornette, Zaakvoerder van de 'Marketing Link'.

"Heel wat kmo's en middelgrote bedrijven hebben niet de nodige tijd vrij om de voortdurende evoluties in online marketing op te volgen. Toch kunnen ook bedrijven die niet over een in-house marketing afdeling beschikken, profiteren van de eindeloze opportuniteiten die digitale marketing te bieden heeft. Wat uw marketing ambities ook inhouden, met de Marketing Link heeft u een ervaren en gespecialiseerde partner gevonden om u deskundig te adviseren. "

ALFABETISCHE WOORDENLIJST

ALGORITMES

Zoekmachines zoals Google bepalen aan de hand van diverse criteria hoe hoog of laag websites in de zoekmachines worden weergegeven. Deze criteria worden ranking factoren genoemd. Algoritmes bij Google zijn een optelling van verschillende ranking factoren.

ALT TAG

Zoekmachines kunnen niet "zien" wat er op een afbeelding staat. Om zoekmachines mee te geven waarover de afbeelding in kwestie handelt en de relevantie ervan te benadrukken, wordt een Alt Tag of Alt Tekst omschrijving aan een afbeelding toegevoegd.

KEYWORD

Een keyword wordt ook wel zoekterm of trefwoord genoemd. Dit woord (of woordgroep) is wat bezoekers letterlijk in het zoekscherm van zoekmachines intypen om bepaalde informatie te vinden.

META DATA

De meta data ofwel "info over de data" verklaren aan zoekmachines waarover uw pagina handelt. De Meta Data bestaan onder meer uit de Meta Title en Meta Description. De meeste zoekmachines gebruiken de teksten in de meta data velden bovendien voor de beknopte weergave in de zoekresultaten (in Google: de blauwe titel en de 2 tekstlijntjes er net onder).

META TITLE

Een erg korte titel die het paginatrefwoord bevat.

META DESCRIPTION

Een korte omschrijving ter verduidelijking van de meta title. Deze omschrijving geeft zoekmachinegebruikers een eerste indruk van de informatie die op de achterliggende webpagina gevonden kan worden.

ALFABETISCHE WOORDENLIJST

PAGE RANK

Google geeft websites een algemene score die aangeeft hoe betrouwbaar de site in kwestie wordt geacht. Die cijfers variëren tussen 0 en 10. Hoe hoger, hoe beter.

RESPONSIVE WEBDESIGN

Een responsive design past zich automatisch aan de schermgrootte van diverse mobiele apparaten (bv. smart phones en tablets) aan. Zowel voor zoekmachines als voor de surfers die uw website op diverse apparaten bekijken, is zo'n responsive design erg belangrijk.

SITEMAPS

Een sitemap is een soort inhoudstafel of wegwijzer van uw website. Er bestaan user site maps (voor de webbezoeker en doorgaans onderaan de pagina in de footer opgenomen) en Search Engine Site maps. Die laatste zijn xml bestanden die door de zoekmachines gebruikt worden om de weg te vinden binnen uw website.

ZOEKMACHINES

Een zoekmachine is een interactieve website die gebruikers in staat stelt om door middel van een zoekopdracht resultaten op het internet te vinden. Google, Bing en Yahoo zijn de meest gekende, maar er zijn nog vele andere. Welke zoekmachine het meest gebruikt wordt, hangt af van land tot land.