

# De kracht van woorden

Zakendoen zonder website? Dat lukt niet meer. Maar hoe zorg je ervoor dat die website ook veel bezoekers trekt? Hoog eindigen in de rangschikking van Google is al een goede eerste stap. En om dat te bereiken, kun je een beroep doen op SEO of Search Engine Optimization.

TEKST FREDERIC PETITJEAN

**S**earch Engine Optimization (SEO) kun je omschrijven als de ‘kunst’ om je website zo goed mogelijk zichtbaar te maken voor zoekmotoren op het internet, wat in de praktijk vooral neerkomt op Google. Hoe je hoger je website namelijk staat in de Google-ranglijst, hoe groter de kans dat surfers ernaar zullen doorklikken. Daarmee vormt SEO een interessant (want gratis) alternatief voor internetreclame.

**WANNEER GOOGLE EEN** website doorzoekt, gebeuren er in principe drie dingen: de site wordt onderzocht op sleutelwoorden, die woorden worden geïndexeerd en daarna wordt de relevantie van de site bepaald. Hoe geloofwaardig is deze webstek en met hoeveel ‘autoriteit’ spreekt ze? Een belangrijke factor om dat te bepalen, is de hoeveelheid andere websites die naar jouw site verwijzen.

**EEN BELANGRIJKE STAP** in SEO is dus het kiezen van de sleutelwoorden waarmee je gevonden wilt worden door internetsurfers. “Je moet je afvragen welke zoekwoorden mensen zouden ingeven om jouw product te vinden”, zegt Gregory Liénard van het Antwerpse webagentschap @iPower. “In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt, is dat niet zozeer je bedrijfsnaam. Nieuwe klanten kennen die immers vaak nog niet.”

**BELANGRIJK DAARBIJ IS** vooral om je goed in te leven in het gedachten-

patroon van je klant. Wie grasmachines verkoopt, gebruikt dus best niet enkel ‘grasmaaier’ op zijn site, maar ook bijvoorbeeld ‘grasmachine’, ‘tuinmachine’ of pakweg ‘zitmaaier’ en mogelijke relevante combinaties zoals ‘goedkope grasmachine’. Google zelf heeft ook een eigen gratis tool waarmee ondernemers kunnen controleren hoe vaak en in welke regio’s er op bepaalde woorden wordt gezocht, de zogenaamde Keyword Planner. Want soms komen er ook culturele verschillen bij kijken. Liénard: “Wij gebruiken bijvoorbeeld de term ‘zwangerschapskleding’. Dat woord kennen Nederlanders niet, daar heet dat ‘positiekleding’.”

**DAARNA KOMT HET** er op aan om de juiste sleutelwoorden op je site te gebruiken, niet te veel, maar ook niet te weinig. “Per woord kunnen we analyseren hoeveel keer Google het wil zien, waar het moet staan en hoeveel gerelateerde woorden je mag gebruiken”, legt Liénard uit. “Het is een soort puzzel om alle woorden zo goed mogelijk en zo leesbaar mogelijk in te zetten.”

**NAAST HET JUIST** kiezen van sleutelwoorden zijn er trouwens nog wel enkele zaken die de rangschikking van je site beïnvloeden. Dennis Nicholls van het digitale marketingbureau Queromedia uit Kontich: “Technische parameters bijvoorbeeld, zoals de laadsnelheid en de sitedoelstructuur, maar vooral ook de ‘autoriteit’ van je

site.” Dat lijkt iets wat je moeilijk zelf in de hand hebt, maar je kunt het toch beïnvloeden. “Vraag aan gerelateerde sites of aan je leveranciers om op hun site naar jouw site te verwijzen”, zegt Liénard. “En er zijn ook gespecialiseerde bedrijven die dit soort backlinks kunnen aanmaken.” Met die laatste truc moet je wel omzichtig omspringen, want Google ziet zoiets niet graag gebeuren. Deze werkwijze ondermijnt immers het idee dat de website met de meeste verwijzingen ook het meeste autoriteit heeft. Als er op honderden obscure andere sites naar jouw site verwezen wordt – eventueel zelfs tegen betaling –, gaat er bij Google een rood lichtje branden.

**DAARNAAST IS HET** ook heel belangrijk om voortdurend nieuwe en goede content op je site te plaatsen en sociale media in te zetten. “Op die manier wordt je site vaak gedeeld op Facebook of Twitter”, weet Nicholls. “Ook dat speelt mee om je autoriteit te bepalen.”

**BLIJFT NATUURLIJK DE** vraag: wat kost een SEO-interventie en het opschonen van je website als je het door specialisten laat uitvoeren? “Dat is lastig te bepalen”, zegt Nicholls, “omdat alles maatwerk is. Wil je alleen een technische optimalisatie? Moet de bestaande content verbeterd worden? Moet er content toegevoegd worden? En zo ja, eenmalig of regelmatig? Je kunt er zo ver in gaan als je wilt.”

Ook sociale media zijn belangrijk om je site autoriteit te geven: hoe meer ze gedeeld wordt, hoe beter

- Dennis Nicholls

