



Studiomedes
GRAFISCH ONTWERP • WEBDESIGN

Bent u de kosten van Add-Word campagnes ook zo zat?

Regelmatig krijgen wij van bedrijven te horen dat ze veel kosten per maand kwijt zijn aan Add Word campagnes. Dit werkt zeker en het is een rekensom hoeveel extra omzet u maakt, maar wat als de kosten te hoog worden en u stopt met de Add Word campagnes? Dan staat u weer op null en zijn alle investeringen niet blijvend geweest.

Het is heel goed mogelijk door middel van uitgekende trefwoorden en combinaties daarvan **ZONDER ADD WORD CAMPAGNES** **toch** goed gevonden te worden. Dit vereist een goede trefwoord /website inventarisatie en het opzetten van landingspagina's met de juiste teksten en meta-tags. Door hier tijd in te steken en dit degelijk op te zetten kunt u uw investering **BLIJVEND MAKEN!**

Organisch in zoekmachine gevonden worden dat is waar het omgaat!

Als uw website organisch in de zoekmachines gevonden worden bent u geen kosten kwijt meer aan Add Words. U wordt gewoon gevonden op de door u uitgekozen trefwoorden. Dus eenmalig implementeren en daarna geen kosten meer. De resultaten zullen veel langer blijven staan en uiteindelijk levert dit u veel meer op.

Ben je tekstschrijver, dan wordt de vraag of je SEO-teksten schrijft ongetwijfeld regelmatig aan je gesteld. SEO, zoekmachineoptimalisatie, is hot en als organisatie met een eigentijdse website ontkom je niet aan het verbeteren van de vindbaarheid. Anders doet de concurrent het wel en loop je bezoekers en opdrachten mis.

Wil je zelf aan de slag met het schrijven van zoekmachinevriendelijke teksten, maar weet je niet hoe je dit aanpakt? Volg dit uitgebreide stappenplan en het kan niet mis gaan.

Stap 1: Denk helemaal niet aan zoekmachines

Bij het schrijven voor zoekmachines is het verleidelijk je meteen te verliezen in de techniek. Waar plaats je keywords, hoe zat het ook alweer met zoekmachinevriendelijke url's en hoe kom je hemelsnaam aan de 500 woorden die kennelijk verplicht zijn? Ho, stop, wacht. Doe even een stapje terug.

Een goede SEO-tekst schrijf je op de eerste plaats voor bezoekers. Stel jezelf daarom eerst deze vragen:

1. Wat is het doel van de pagina?
2. Voor wie schrijf ik hem?
3. Wat hoop ik dat de lezer na afloop doet?
4. En als hij of zij dat niet doet, wat is dan het plan b?

Door hier vooraf goed over na te denken schrijf je betere teksten, die aanslaan bij lezers en eerder gedeeld worden via social media en andere websites. En dat is weer goed voor SEO.

Vestiging

Gomarusstraat 38
9746 BC Groningen
Nederland
M 06 205 777 03

Betaalgegevens

IBAN NL25 INGB 000 96 99 667
BIC INGBNL2A
KvK 020 77 244
BTW 1078.23.044.B01

Online contact

E info@studiomedes.nl
I www.studiomedes.nl

Voor meer informatie over
onze dienstverlening
kijkt u op studiomedes.nl



Stap 2: Bepaal zoekwoorden

Zoekwoorden zijn de woorden die mensen intikken in zoekmachines. Op basis van deze woorden bepaalt Google wie in de top 10 verschijnt en wie niet.

Bij SEO-schrijven verwerk je zoekwoorden strategisch in je tekst, zodat je zoekmachines signalen geeft dat jouw tekst precies gaat over de woorden waar een potentiële bezoeker mee zoekt. Vraag en aanbod sluiten op die manier goed mogelijk op elkaar aan.

Over het bepalen van goede zoekwoorden kun je een boek vol schrijven. Lees ook het artikel 'De keywordpiramide als basis van je SEO' hierover.

De snelste manier om zelf zoekwoorden te vinden is Google Suggest. Typ een hoofdterm in Google, en de zoekmachine vult hem aan met veelgebruikte suggesties.

Stap 3: Schrijf een steengoede tekst

Het voordeel van het vooraf bepalen van een zoekwoord is dat je rekening kunt houden met de intentie waarmee mensen zoeken. Je kijkt een beetje in hun hoofd en kunt hier rekening mee houden bij het schrijven van je tekst. Doe je dit niet, dan loop je de kans dat je hoog scoort op een bepaalde combinatie, maar lezers afhaken omdat de tekst hun vraag niet beantwoordt.

Met deze kennis in het achterhoofd is het de hoogste tijd voor het schrijven van een ijzersterke tekst. Denk even niet aan SEO, maar concentreer je volledig op je boodschap, je doelgroep en de actie die je wilt dat lezers ondernemen.

Hoog scoren in Google is aardig, maar als bezoekers niets op je site doen heb je er weinig aan. Schrijf dus echt een steengoede tekst, van minimaal 350 woorden. Korter kan, maar zoekmachines zetten graag hun tanden in langere teksten en je kunt er vaker zoekwoorden en synoniemen in verwerken.

Belangrijke teksten schrijf ik vaak met pen en papier, omringd door uitgeprinte aantekeningen. Hierdoor werk ik geconcentreerder en laat ik me niet afleiden door social media, de nukken van Word, het switchen tussen browservensters of binnenkomende mailtjes. Het kriebelschrift moet ik na afloop wel overtikken, maar dat is een kleine moeite. Een alternatief is dat je internet tijdelijk afsluit, of – als je online aantekeningen wilt inzien – gebruik maakt van een programma als Cold Turkey om tijdverslindende websites als Facebook of Twitter tijdelijk te blokkeren.

Stap 4: Gebruik copywriting-technieken

Is je tekst klaar, dan is het in veel gevallen slim om gebruik te maken van copywriting-technieken. Een copywriter is – zo omschreef iemand ooit treffend – een verkoper achter een toetsenbord. En wat doet een verkoper? Overtuigen en drempels wegnemen.

Op internet lezen mensen slecht: als ze 20 tot 25 procent van een tekst tot zich nemen is het veel. Gebruik daarom overtuigende argumenten om mensen tot een bepaalde actie aan te sporen en ze vast te houden op de pagina. Denk daarbij aan:

Schrijven in voordelen, in plaats van specificaties

Social proof en testimonials: laat gebruikers de voordelen van een product of dienst benoemen (kan ook met video's)

Zo goed mogelijk omschrijven van 'het probleem' in de woorden van klanten

Bepalen van een unique selling point en dat benadrukken: waarin ben je anders en beter?

Omschrijven welk probleem het product of de dienst oplost

Geven van eventuele garanties

Het verwerken van dit soort punten werkt vooral goed bij commerciële teksten, maar ook op bijvoorbeeld een diensten- of Over ons-pagina. Mensen kiezen op basis van emotie en daar kun je gebruik van maken. Waarom moeten ze met jullie in zee gaan en niet met de concurrent? En wat is voor de bezoeker de belangrijkste taak op de pagina? Benadruk dat, in tekst en vormgeving. Zo vergroot je de kans dat lezers de gewenste actie ondernemen.

Vestiging

Gomarusstraat 38
9746 BC Groningen
Nederland
M 06 205 777 03

Betaalgegevens

IBAN NL25 INGB 000 96 99 667
BIC INGBNL2A
KvK 020 77 244
BTW 1078.23.044.B01

Online contact

E info@studiomedes.nl
I www.studiomedes.nl

Voor meer informatie over
onze dienstverlening
kijkt u op studiomedes.nl



Stap 5: Optimaliseer de tekst met zoekwoorden

Je hebt een goede pakkende tekst geschreven en geoptimaliseerd voor conversies. Nu zijn eindelijk de zoekmachines aan de beurt. SEO-schrijven klinkt misschien ingewikkeld, maar het valt mee. Zoekmachines zijn geen mensen en ze hebben signalen nodig om een tekst te doorgronden. Die signalen geef je door zoekwoorden op strategische plaatsen te verwerken, zodat Google en consorten direct oppikken waar de pagina over gaat.

Titel

Schrijf zoekwoorden bij voorkeur aan het begin van de titel. Als het eerste woord van de titel een zoekwoord is, snapt een zoekmachine direct waar de pagina over gaat.

Bij veel cms'en kun je aangepaste titels opgeven voor zoekmachines en bezoekers. Zo schrijf je een prettig leesbare titel voor bezoekers en een extra geoptimaliseerde voor zoekmachines. De titel mag 77 karakters lang zijn, daarna kapt Google hem af.

Meta-description

De meta-description is een korte omschrijving van een webpagina. Google toont hem in negen van de tien gevallen bij de zoekresultaten. Voor SEO telt hij niet meer mee, maar je kunt hem beschouwen als advertentie bij de resultatenpagina. Als de omschrijving opvalt, klikt een gebruiker er misschien eerder op, ook als je niet op de eerste plek staat. Bij de meta-omschrijving mag je speciale tekens gebruiken, websites als Zalando en Wehkamp doen dat dan ook veelvuldig. De meta-description mag 156 tekens lang zijn, daarna breekt Google hem af.

Uri

Door zoekwoorden in de url te verwerken, maak je een zoekmachine duidelijk waar een pagina over gaat. Het is bovendien een voordeel als iemand de url rechtstreeks op een andere website – zoals een forum – plaatst. De tekst die een link bevat telt mee voor SEO en als hier zoekwoorden in staan, is dat een pre. Bij een zoekmachinevriendelijke url is dat automatisch het geval.

Inleiding

Maak zoekmachines zo snel mogelijk duidelijk waar de pagina over gaat. Schrijf je belangrijkste zoekwoorden daarom, als het even kan, in de eerste tien woorden van de pagina. Bijvoorbeeld in een korte inleidende zin.

Tussenkoppen

Een tussenkop is voor een zoekmachine nog belangrijker dan reguliere tekst. Verwerk hier ook zoekwoorden in en maak ze op als H1 tot en met H6. De titel van de pagina is bij de meeste templates en themes tegenwoordig al H1 en de H2 t/m H6 kun je bij de meeste editors opgeven (kop 2, kop 3 en zo verder).

Afsluitende alinea

Als je een tekst afsluit met de belangrijkste woorden waarop je gevonden wilt worden, maak je nogmaals duidelijk waar de pagina over gaat. Het is een laatste signaal dat de tekst precies gaat over de woorden die een potentiële lezer intikt in een zoekmachine.

Links

Plaats je een link onder bepaalde zoekwoorden, dan snapt een zoekmachine waar de ontvangende pagina over gaat. Helemaal als je die optimaliseert voor exact die combinatie. Plaats daarom strategisch interne links op je website, waarin je verwijst naar gerelateerde artikelen. Zorg dat de woorden waarop je gevonden wilt worden in de gelinkte tekst staan.

Stap 6: Besteed aandacht aan de opmaak

Indirect belangrijk voor een goede SEO-tekst, is de opmaak. Je kunt een tekst volledig optimaliseren voor zoekmachines, maar dat doen concurrenten waarschijnlijk ook. Hoe bepaalt Google nu wie er op de eerste plek komt te staan? Dat is afhankelijk van ruim 200 factoren, waarvan autoriteit en links naar de pagina belangrijke zijn. Je hebt dus links nodig naar je tekst en het liefste vanaf externe websites.

Een website die er grafisch goed en betrouwbaar uitziet en probleemloos werkt op mobiele apparaten, krijgt die linkjes sneller. Bovendien werkt het in je voordeel als je gerelateerde partijen benadert voor het plaatsen van een link. Een professionele uitstraling verdient zich terug. Sowieso is een professioneel ogende website prettiger voor lezers en nodigt hij sneller uit tot interactie en delen via social media en andere websites. Dit is weer goed voor de vindbaarheid.

Vestiging

Gomarustraat 38
9746 BC Groningen
Nederland
M 06 205 777 03

Betaalgegevens

IBAN NL25 INGB 000 96 99 667
BIC INGBNL2A
KvK 020 77 244
BTW 1078.23.044.B01

Online contact

E info@studiomedes.nl
I www.studiomedes.nl

Voor meer informatie over
onze dienstverlening
kijkt u op studiomedes.nl



Studiomedes
GRAFISCH ONTWERP • WEBDESIGN

Stap 7: Investeer tijd in contentpromotie

Als je je best doet om een inhoudelijk sterke tekst te schrijven voor je doelgroep, is het fijn als ze die ook lezen. Besteed daarom minstens zoveel tijd aan de promotie van je content.

Promotie kan door het te verspreiden via social media, maar denk ook aan het deelnemen en informatie delen op forums (niet spammen!) en het benaderen van andere webmasters. Dit levert als je het goed aanpakt links op naar de geoptimaliseerde pagina, wat voor Google weer een signaal is dat de pagina relevant en populair is. Hij verschijnt hoger bij de zoekresultaten.

Alle ingrediënten voor een hoge positie bij de zoekresultaten

Bij SEO-schrijven verwerk je zoekwoorden strategisch in een tekst. Een goede SEO-tekst is echter meer dan een geoptimaliseerde pagina om zoekmachines te behagen. Door vooraf goed na te denken over je doel, doelgroep en gewenste acties sla je twee vliegen in een klap. Je bedient de lezer op zijn wenken met een verhaal dat aansluit op zijn behoefte en geeft zoekmachines volop aanknopingspunten voor het indexeren en duiden van de tekst.

Bemachtig je daarnaast relevante links naar de pagina, dan zijn alle ingrediënten aanwezig voor een hoge positie bij de zoekresultaten en gratis bezoekers naar je site.

Vestiging

Gomarusstraat 38
9746 BC Groningen
Nederland
M 06 205 777 03

Betaalgegevens

IBAN NL25 INGB 000 96 99 667
BIC INGBNL2A
KvK 020 77 244
BTW 1078.23.044.B01

Online contact

E info@studiomedes.nl
I www.studiomedes.nl

Voor meer informatie over
onze dienstverlening
kijkt u op studiomedes.nl