

Goed gevonden worden met Google

Deel 2: Slimme titels en tekst-tips

Dit is het tweede deel van een reeks tips en trucs om uw website beter vindbaar te maken in zoekmachines zoals Google.

Ondanks dat we ons vooral zullen richten op Google, zijn vrijwel alle tips in de komende reeks ook van toepassing voor Bing!, Yahoo Search en andere internetzoekmachines.



Verder waar we gebleven waren

In het vorige deel hebben we uitgelegd hoe u een lijst kunt samenstellen met sleutelwoorden die de inhoud van uw website beschrijven. Vandaag gaan we op dat punt verder.

Behalve deze woorden toe te passen als keyword of als korte samenvatting, kunnen we nog veel meer leuks doen met deze woorden.

We sloten het vorige hoofdstuk af met de regel dat meer altijd beter is. Hoe vaker een woord (op verschillende plaatsen) voorkomt, des te zwaarder het weegt voor zoekmachines.

Wat is er nog meer?

We hebben eerder al verteld dat het slim plaatsen van zoekwoorden het beste op meer plaatsen kan gebeuren. We hebben algemene sleutelwoorden, omschrijvingen en pagina-specifieke sleutelwoorden en samenvattingen behandeld.

Wat ook belangrijk is, is de titel van een pagina, maar ook de menuknop en de inhoud van de pagina zelf. In dit deel zullen we deze onderdelen uitdiepen.

Titels als krantenkoppen

Hoewel de naam van een menu-item en de titel van de bijbehorende pagina erg veel met elkaar te maken hebben, dienen ze allebei een ander doel m.b.t. vindbaarheid. Ook voor uw (menselijke) bezoekers.

Over deze pagina	
Valt onder pagina:	- Deze pagina is zelf een hoofdpagina - *
Naam menu-item	Fietsreparaties *
Titel van de pagina	Uw fiets snel en vakkundig gerepareerd *
Korte samenvatting:	Voor fietsreparaties zit u goed bij Erite *

Houdt het menu-item kort, maar zorg dat het goed de inhoud van de pagina omschrijft. Probeer, als het kan, de gehele pagina samen te vatten in een woord. Dit houdt de navigatie op uw website helder en overzichtelijk en zorgt ervoor dat bezoekers (en zoekmachines) snel vinden waar ze naartoe moeten.

De titel van de pagina mag wat spannender zijn. We kunnen het niet vaak genoeg zeggen, kies slimme zoekwoorden die passen bij de inhoud van de pagina, en formuleer deze tot een lopende zin. De titel wordt onder andere weergegeven in de topregel van de browser, maar belangrijker: Zoekmachines zijn dol op titels.

In bovenstaand voorbeeld ziet u een goed voorbeeld van de titel en het menu-item. Zonder dat u de daadwerkelijke inhoud van de pagina ziet, valt door het menu-item wel te raden waar de pagina over zal gaan.

De titel is een speelse zin die vol staat met belangrijke zoekwoorden: *fiets, snel, vakkundig, gerepareerd*.

Wees creatief en vooral eerlijk. Zolang u eerlijk blijft, kunt u weinig verkeerd doen.

Tekst accentueren? Dat is vet!

Als de titel en het menu-item in orde zijn, is het hoog tijd om de tekst van de pagina te bekijken. Uiteindelijk is dat de informatie waar het om draait.

Een trucje wat vrij bekend is, maar toch weinig gebruikt wordt, is het toepassen van vetgedrukte woorden in een tekst.

Door op deze manier de aandacht te vestigen op de belangrijkste sleutelwoorden in de tekst, trekt u de aandacht van bezoekers (en zoekmachines) naar die woorden. Snel, safe en simpel!

Intern en extern linken

Een andere belangrijke tip is het plaatsen van links in uw tekst, zowel binnen uw website als naar buiten.

Open bijvoorbeeld eens een pagina op Wikipedia. Hoewel daar wel erg veel links in de tekst voorkomen, biedt het een duidelijk beeld van wat de bedoeling is.

Zoekmachineoptimalisatie (Engels: *search engine optimization* of **SEO**¹¹) is een onderdeel van zoekmachinemarketing en kan worden gedefinieerd als het geheel aan activiteiten bedoeld om een webpagina hoog te laten scoren in de organische zoekresultaten van een zoekmachine, op de voor die webpagina relevante trefwoorden, trefwoordcombinatie(s) casu quo zoekterm(en). Aangezien een vermelding in die organische resultaten gratis is, vormen deze zoekresultaten een interessant alternatief voor zoekmachineadvertenties.

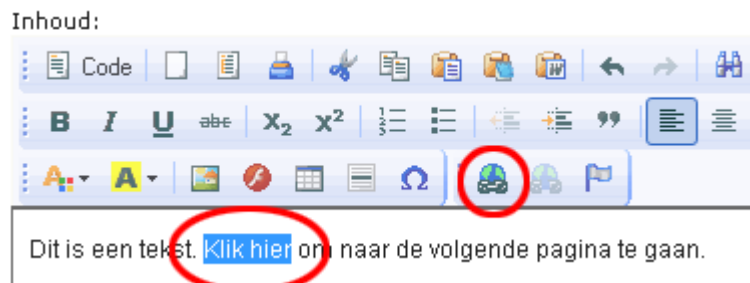
In Nederland wordt de markt voor zoekmachinemarketing vertegenwoordigd door de IAB Taskforce Search, waaraan vrijwel alle zoekmachinemarketingbureaus deelnemen. Zij onderschrijven daarmee tevens de in 2009 geïntroduceerde "Gedragscode Zoekmachinemarketing".

De gedachte erachter is dat bezoekers niet snel uitgekeken raken op uw website. Zorg dat iedere tekstpagina naar tenminste één andere pagina op uw website linkt.

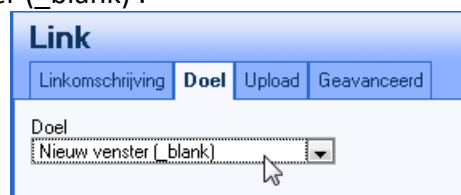
Extern linken is net zo belangrijk. Merknamen zijn bijvoorbeeld door te linken naar de merkwebsite. Zoekmachines zien het als 'sociaal' dat u uw bezoekers doorverwijst naar andere websites, in plaats van dat u ze voor zichzelf houdt.

Er zit echter wel een addertje onder het gras: de tekst-tot-link-verhouding. Pagina's die eruit zien als Startpagina.nl, scoren vaak niet hoog op zoekmachinegebied. Voor zoekmachines lijkt het alsof deze sites (link-farms genaamd) misbruik willen maken van bovengenoemde sociaal-gedrag regel.

Links maken doet u als volgt: Selecteer het woord of de woorden die 'klikbaar' moeten worden en klik vervolgens op het wereldbol-icoon:

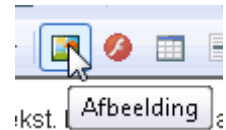


Het Link-dialogvenster wordt geopend. Vul het webadres in waar de link naartoe moet verwijzen. Wilt u dat de link in een nieuw venster geopend wordt? Ga dan naar het tabblad 'Doel' en kies 'Nieuw venster (_blank)':



Laat hulpteksten u helpen (Gevorderd)

Veel knopjes op uw scherm laten een hulptekstje zien als u er met de muis bovenzweeft. Dit kunt u ook op uw links en afbeeldingen toepassen.



Dit heeft enerzijds het voordeel dat u uw bezoekers vooraf uitlegt waar een link naartoe gaat, maar ook dat zoekmachines wat meer te weten komen over een afbeelding of een link.

Hiervoor gelden dezelfde regels als voor website-omschrijvingen: Gebruik als het kan een volzin die goed omschrijft waar de afbeelding over gaat of waar de link naartoe leidt. Vergeet hierbij niet om slim gebruik te maken van zoekwoorden.

Hulptekst bij afbeeldingen

In het dialoogvenster voor afbeeldingen kunt u de hulptekst invullen bij 'Alternatieve tekst':

Dit is bij het invoegen van een afbeelding een kleine moeite om in te vullen. Voor zoekmachine-optimalisatie van uw website is het echter heel belangrijk.

Hulpteksten bij links

Bij links werkt het iets ingewikkelder. Het principe is echter hetzelfde.

Ga in het link-dialoogvenster naar het tabblad Geavanceerd. Vul vervolgens de hulptekst in bij 'Aanbevolen titel':

Klaar voor de start

Met de vorige en deze reader heeft u mogelijkheden van de Montay SiteManager gezien om uw website Google-vriendelijker te maken. Neem er de eerste keer vooral de tijd voor, u zult merken dat u het sneller onder de knie heeft dan u denkt.

Als u het 'voorwerk' uit het eerste deel een keer goed aanpakt, is het daarna vooral een kwestie van uw website bijhouden. Plan een uurtje in de week, om de week of per maand in om dit te doen.

Hoe nu verder?

In een enkel geval kan het gebeuren dat Google de weg naar uw website niet weet te vinden. Zelfs als u al onze adviezen heeft opgevolgd. Google weet dan waarschijnlijk nog niet van uw bestaan af.

Wat dan helpt is uw website handmatig aan te melden bij Google. Dit kan op http://www.google.nl/submit_content.html. Binnen enkele weken zal Google uw website bezoeken. Als u onze tips goed opvolgt, zal Google regelmatig terugkeren en zult u uw website met sprongen omhoog zien schieten in de zoekresultaten.

De positie in uw zoekresultaten zegt alleen niet alles. Iedere andere zoekopdracht zal een andere positie opleveren. Houdt daarom vooral uw statistiekenpagina in de gaten. Met name de 'Visits'-kolom is hierin van belang.

De statistieken die Montay u aanbiedt, zijn echter redelijk eenvoudig. Op verzoek installeren we Google Analytics voor u. Analytics vergt wat inzicht, maar dat wordt in een volgend deel nog uitgebreid behandeld.

Wat kunt u verder nog verwachten:

- Slimme domeinnamen en ludieke acties (virals)
- Do's en don'ts van Adwords en betaald adverteren
- Haal het maximale uit de Montay Tekst-editor