

SEO CHECKLIST



Hi ondernemer, blogger of website eigenaar,

Mijn naam is Gery Stevens. Ik ben momenteel vier jaar aan de slag als SEO Specialist en Websitecoach. Dat betekent dat ik tientallen klanten help/heb geholpen met het vindbaar maken van de website + het binnenhalen van orders uit websites/webshops.

Ik heb meer dan 4000 SEO teksten (duizenden uren ervaring) geschreven, geplaatst en geoptimaliseerd in de afgelopen jaren onderwerpen als isolatie, schuttingen, keukens, paarden, burnout, persoonlijke ontwikkeling, SEO, boekhouding, marketing, HRM, tuinen, beplanting, verkoop van huizen, systeemplafonds, hooggevoeligheid (HSP), triggerpoints en brandhout.



over
Hi, ik ben Gery

En nu deel ik deze kennis met jou! Met deze SEO Checklist help ik je om jouw website te optimaliseren. Ik hoop oprecht dat je er iets aan hebt.

Gery

De URL

(op dit adres staat je website)

De URL van je blog moet goed in elkaar zitten.

Niet: domeinnaam.nl/09/categorie/15/appels

Wel: domeinnaam/appels of

domeinnaam.nl/appelbomen/appels

- Woorden als de, het en een heb je uit de URL gehaald
- Je gebruikt zoekwoorden in de URL, de kernwoorden dus
- Je gebruikt streepjes tussen de woorden (-)
- Je houdt de URL zo kort mogelijk

OPMAAK

Voor je bezoekers moet je blog goed leesbaar

zijn, let dus op de juiste opmaak

- Gebruik je voldoende witruimte in je teksten
- Gebruik je voldoende tussenkopjes voor een prettige leesbaarheid



H1 OF KOP 1

(titel van je tekst)

De H1 is de hoofdtitel van je tekst.

Let wel, het is niet de Google Titel

- De H1 staat maar 1x in de tekst
- Het zoekwoord staat zo ver mogelijk naar voren in de H1
- De H1 is uniek (niet eerder gebruikt op de site)

EERSTE ALINEA

Het is belangrijk dat je in de eerste alinea het zoekwoord gebruikt (of de zoekterm) waar het artikel/blog om draait.

- Het zoekwoord staat in de eerste alinea
- Het zoekwoord staat zo ver mogelijk naar voren

Juiste URL

Kop 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

H2 OF KOP 2

(tussenkoppen in de tekst)

De H2 of de kop 2 zijn de tussenkoppen die je gebruikt in je blogs

- In de H2 gebruik je synoniemen en zoekwoorden
- De H2 is grafisch duidelijk te onderscheiden van de gewone tekst
- Gebruik je tussenkopjes om de 8-10 regels?

AFBEELDINGEN

Afbeeldingen moet je een naam geven anders snapt Google niet wat er op staat (en je helpt blinde en slechtziende mensen enorm) Twee dingen zijn belangrijk: de alt tekst en de bestandsnaam.

- Heb je de afbeelding verkleind (zeker niet groter dan 1 MB. (Tip: gebruik de site tinypng)

Juiste URL

Kop 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Kop 2

Ik vergelijk het optimaliseren van blogs altijd met autorijden. Wil je auto leren rijden dan moet je gewoon weten dat je op het gaspedaal moet trappen om vooruit te komen.

**Wanneer je dit 1x weet
vergeet je het nooit
weer!**

Voor je blogs geldt dit net zo. Wanneer je de regels van optimalisatie/SEO kent kun je deze toepassen op elk blog wat je schrijft.

Bestandsnaam

(de naam van de foto op je computer)

Je slaat de foto op jouw computer op met de juiste bestandsnaam (gebruik hier de zoekwoorden passend bij het blog).

Goed is: seo-checklist.jpg. Fout is: 001.jpg

- Je gebruikt zoekwoorden die passen bij je blog
- Je gebruikt geen lidwoorden zoals de, het of een
- Je gebruikt dit (-) streepje tussen verschillende woorden. Niet ()

Alt Tag

(de naam van de foto voor Google)

De Alt Tag of Alt Tekst vul je in wanneer je de foto in de site zet.

- Je gebruikt een Alt Tekst waarin je omschrijft waar de foto om draait.
- Bij meerdere Alt Teksten varieer je in de tekst die je gebruikt.

Juiste URL

Kop 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Kop 2

Afbeelding



INTERNE LINKS

(linkjes binnen je eigen site)

Interne link zijn linkjes binnen de eigen site. Dus in je eigen blogs verwijst je met linkjes naar andere artikelen in je eigen site. Voor de bezoekers is het makkelijker navigeren. Google snapt de structuur beter en je wordt beter vindbaar.

- Link je naar blogs die gerelateerd zijn aan het blog wat je schrijft?
- Gebruik je beschrijvende links (geen klik hier)

CALL TO ACTION

Met een call to action zet je een bezoeker aan tot actie.

- Eindig je jouw blog met een call to action?
- Verwijs je naar de diensten die je aanbiedt met interne links?

Juiste URL

Kop 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Alinea 1

Kop 2

Afbeelding



Interne links

Call to Action

GOOGLE TITEL EN METADESCRIPTION

(hier zie je een voorbeeldje van een zoekopdracht in Google. De titel die je hier ziet is de Google Titel. Daaronder zie je de metadescription)

Sitemap toevoegen aan Google Webmastertools? - Geryaal

<https://geryaal.nl> › Artikelen › Google Webmastertools ▼

28 sep. 2017 - Sitemap toevoegen aan Webmastertools of Search Console? Je vindt hier een super praktisch stappenplan. Wil je meer weten?

GOOGLE TITEL

(de titel die je in Google ziet)

De Google Titel is de titel die je in Google ziet staan, zie het voorbeeld met de sitemap hierboven.

- Lengte titel is tussen de 66-70 tekens (anders breekt Google 'm af)
- Bedrijfsnaam achterin de Google Titel?
- Zoekwoord zover mogelijk naar voren in Google Titel?
- Gebruik je een scheidingsteken tussen de titel en de bedrijfsnaam?

GOOGLE TITEL



METADESCRIPTION

METADESCRIPTION

(de kans om je bezoeker naar de site te halen)

De metadescription is de omschrijving die Google laat zien wanneer je zoekt. Hier kun je invloed op uitoefenen door deze in te vullen in de site. Recent wijzigde Google de lengte van de descriptions, deze verschillen nu voor desktops en mobiele apparaten.

- Lengte metadescriptions gemiddeld 210 tekens?
- Eindig je de metadescription met een call to action
- Staat het zoekwoord zo ver mogelijk naar voren in de metadescription



GOOGLE TITEL

METADESCRIPTION

Kijken of de metadescription en de Google Titel passen in Google?
Installeer de SEO Yoast Plugin of maak gebruik van de site SEO MOFO
(zie: <http://www.seomofocom/snippet-optimizer.html>)

LENGTE BLOGS OF ARTIKELEN

In basis adviseerde Google een tijdje terug om zeker 300 woorden te schrijven om vindbaar te worden in Google.

Inmiddels is dit alweer wat achterhaald. Dit omdat Google steeds meer waarde hecht aan langere en waardevolle content.

Gemiddeld gezien zie je de laatste tijd steeds vaker artikelen van pakweg 2000-2500 woorden op de topposities in Google.

MIJN ADVIES

Mijn advies is om langere en kortere artikelen af te wisselen. Het hangt er namelijk ook vanaf wat voor artikel je schrijft.

ZELF SEO LEREN?



Meld je aan voor de **gratis online training**:
ontdek het geheim van een vindbare
website

Ja, ik doe mee!