

KINSTA



Scan de QR code voor de laatste versie van dit e-book, of ga naar: kinsta.com/nl/ebooks/



Kinsta's ultieme gids voor het verbeteren van SEO

Kinsta's ultieme gids voor het verbeteren van SEO

Inhoud

Inleiding	7
HOOFDSTUK 1	
Wat is zoekmachineoptimalisatie?	8
Hoe werken zoekmachines?	8
HOOFDSTUK 2	
De analytics van je site begrijpen	10
SEO tools	10
SEO metrics	11
HOOFDSTUK 3	
Een solide basis leggen met deze site-brede SEO tips	16
Opzetten van je webtools	16
Een kort merkdomein gebruiken	16
Jouw gewenste domein kiezen	17
Een WordPress SEO plugin installeren	20
Een SSL certificaat installeren	22
Vriendelijke permalinks instellen	23
Een XML sitemap opzetten	25
De snelheid van je website optimaliseren	28
Zorgen dat je site mobiel responsief is	29
Berichtcategorieën indexeren	31
Een professionele sitefooter maken	30
De belangrijkste pagina's maken om je geloofwaardigheid	24
op te bouwen	

HOOFDSTUK 4

De zoekmachines helpen je site te crawlen	36
Je XML sitemap indienen bij Google en Bing	36
Crawling aanvragen voor snellere indexering	38
Schema markup toepassen	39
Je content optimaliseren voor de featured snippets van Google	42
Je content optimaliseren voor Google sitelinks	43
Je content optimaliseren voor Google Discover	46

HOOFDSTUK 5		
Je content optimaliseren met zoekwoorden 48		
Zoekwoordonderzoek doen	48	
Gebruik altijd een focuszoekwoord	50	
Zoekwoordkannibalisatie vermijden	51	

HOOFDSTUK 6

Je pagina-brede SEO verbeteren	55
Je focuszoekwoord aan je titeltag toevoegen	55
Meta-omschrijvingen schrijven om je click-through rate te	56
verhogen	
De juiste headingtags gebruiken	59
Korte URL's gebruiken	60
Let op het aantal woorden	63
Anchorlinks opnemen bij langere content	63
Een interne linkstrategie maken	65

HOOFDSTUK 7			
Je content bijhouden	66		
Oude content updaten en je richten op evergreencontent	66		
Snoeien van content	67		
Dode links repareren	68		
Dubbele content de-indexeren	69		

HOOFDSTUK 8

De media van je site optimaliseren	72
Afbeeldingen van hoge kwaliteit gebruiken	72
Je afbeeldingen optimaliseren voor prestaties	72
Alt-tekst toevoegen aan je afbeeldingen	74
Titletags toevoegen aan afbeeldingen	79
Je afbeeldingen een logische naam geven	80
Ervoor zorgen dat je afbeeldingen toegankelijk zijn als je een CDN	81
gebruikt	
Pagina's voor afbeeldingsbijlagen niet indexeren	82
Profiteren van video's	83

HOOFDSTUK 9Geloofwaardigheid opbouwen met backlinks en gesponsorde content85Sterke backlinks bouwen85Focussen op externe links met een hoge domeinautoriteit86Het verschil tussen links kennen: nofollow, dofollow,87gesponsord en UGC links90Rekening houden met negatieve SEO91

HOOFDSTUK 10	
Lokale SEO implementeren	93
Registreren bij Google My Business	93
Je Google My Business optimaliseren	96
Registreren bij Bing Places	96

HOOFDSTUK 11	
Sociale media gebruiken om meer verkeer te genereren	97
Je sociale profielen claimen	97
Sociale signalen gebruiken	98
Sociale markup specificeren	100

Conclusie

Inleiding

Zoekmachine-optimalisatie, in het Engels ook wel Search Engine Optimalisation (SEO) genoemd, is een belangrijk marketingonderdeel van elke site. SEO genereert ongeveer 93% van al het websiteverkeer, dus het is geen understatement dat focussen op SEO enorme resultaten kan opleveren. Het is een manier om je concurrenten voorbij te snellen, je organisch verkeer te vergroten, de gebruikerservaring te verbeteren en nog veel meer.

Voor Kinsta heeft SEO zonder twijfel zijn vruchten afgeworpen. De tips die we in dit e-book met je zullen delen, hebben ervoor gezorgd dat ons organisch verkeer elk jaar met meer dan 123% groeide!

Lees dit e-book om het volgende te ontdekken:

- Hoe SEO werkt vanuit het perspectief van een zoekmachine
- Tools en analytics om je vooruitgang en prestaties te monitoren
- Site-brede SEO tips
- Hoe je je content en media optimaliseert en bijhoudt
- Lokale SEO tips
- En meer!

En het mooiste van dit alles? Wat investering betreft kost het alleen tijd, want al deze tips kunnen gratis worden toegepast.

HOOFDSTUK 1

Wat is zoekmachineoptimalisatie?

SEO is het proces van het verbeteren van je website zodat je een hogere ranking krijgt in de zoekresultaten van zoekmachines voor bepaalde zoekwoorden. Het draait er in feite om dat je mensen naar je website krijgt zonder te betalen voor advertenties.

Hoe werken zoekmachines?

Door je site te optimaliseren zorg je voor betere resultaten bij alle zoekmachines, maar omdat Google meer dan 69% van het marktaandeel van zoekmachines in de VS in handen heeft, is het over het algemeen het slimste om de best practices van Google op te volgen.

Om de SEO technieken te begrijpen die we in de komende hoofdstukken uit de doeken doen, moet je eerst snappen hoe Google kijkt naar online zoeken. Google beschrijft dit beter in hun Search Mission, maar het volstaat om te weten dat Google probeert om op een duidelijke en georganiseerde manier het beste antwoord te vinden op een vraag van de gebruiker.

Google vindt deze informatie door **crawlen** en **indexeren**. Allereerst gaan hun websitecrawlers (bekend onder de verzamelnaam Googlebot) langs websites om onderzoek te doen naar content, nieuwe sites of pagina's, wijzigingen aan bestaande content, dode links en meer. Deze informatie wordt vervolgens geïndexeerd om te worden gepresenteerd bij de volgende relevante zoekopdracht.

Doordat Google's zoekindex honderden miljarden webpagina's bevat, kan het best een opgave lijken om ervoor te zorgen dat je website opvalt. Maar als je de tips uit de volgende hoofdstukken toepast, beloven we dat je resultaat zal zien. HOOFDSTUK 2

De analytics van je site begrijpen

Voordat we ons met SEO taken bezig gaan houden, is het goed om nu een momentopname van je site te maken. Dit doen we omdat we zo beter de verbeteringen kunnen meten die we in verloop van tijd kunnen waarnemen en om te bepalen welke gebieden we als eerste moeten aanpakken.

SEO tools

Er zijn drie hoofdtools waarmee je veranderingen in je SEO kan volgen: **Google Search Console, Google Analytics** en **Bing Webmaster Tools**. En ze zijn allemaal gratis te gebruiken!

Google Search Console is een verzameling tools die ervoor zorgen dat je website gezond en Google-friendly is. Gebruik dit platform om technische SEO problemen te diagnosticeren, je meest populaire pagina's te analyseren en om te kijken op welke plek je rankt, om zo je organisch verkeer te vergroten.

Google Analytics is een gratis rapportagedienst die wordt aangeboden door Google om websiteverkeer te tracken. Je kan Google Analytics gebruiken om de prestaties van je pagina's te monitoren en om meer te weten te komen over de mensen die je site bezoeken, samen met hun browsegedrag. Opmerking: Het is belangrijk om je Google Analytics account te koppelen aan je Google Search Console account om de meest accurate rapportagestatistieken te krijgen. Om dit te doen klik je op **Admin** onderaan het linkermenu en vervolgens op **Property Settings**. Het dashboard zou je vanaf daar door de rest van het proces moeten leiden.

Bing Webmaster Tools is een dienst van Microsoft die je kan gebruiken om te monitoren en bij te houden hoe Bing je site ziet. Zie Bing Webmaster Tools als de Bing versie van Google Search Console.

SEO metrics

Zodra je Google Search Console en Google Analytics hebt ingesteld, is het tijd voor een snelle SEO audit die je als benchmark kan gebruiken bij het bijhouden van je voortgang in de loop van de tijd. Hier volgen een paar statistieken die je kan overwegen:

Core Web Vitals

De Core Web Vitals vertegenwoordigen een groep van meetbare prestatie-indicatoren die analyseren hoe goed je website functioneert vanuit het perspectief van de gebruikerservaring. Dit is belangrijk omdat een slechte gebruikerservaring een negatieve invloed kan hebben op je SEO.

Je kan in Google Search Console het Core Web Vitals rapport gebruiken om te checken hoe goed je pagina's presteren, waarbij de pagina's beoordeeld worden als "Good", "Needs Improvement" of "Poor". Het rapport levert resultaten voor zowel mobiel als desktop, zodat de je prestaties kan beoordelen op basis van de ervaring van je gebruikers op verschillende apparaten. Als je op beide vlakken een goede score hebt, dan zorgt dit voor een hogere ranking voor alle bezoekers.

Het rapport bestaat uit 3 factoren:

- Largest Contentful Paint (LCP) die de tijd meet die nodig is om de hoofdcontent op een webpagina te laden.
- First Input Delay (FID) die de tijd meet die gebruikers nodig hebben om te communiceren met elementen op je webpagina.
- Cumulative Layout Shift (CLS) die analyseert hoe je pagina's precies worden geladen en of tijdens het laden verschuivingen in de lay-out optreden waardoor mensen per ongeluk op verkeerde elementen binnen je pagina klikken.

Het Core Web Vitals rapport gebruikt algemene data om de paginaprestaties weer te geven en is dus gebaseerd op daadwerkelijke gebruikersgegevens. Zoals bij alle rapporten die beschikbaar zijn in Google Search Console, wordt er slechts een klein deel van de URL's weergegeven. Toch zou je dit een redelijk goed idee moeten geven van de soorten pagina's die problemen ondervinden.

Zoekwoorden

We gaan in hoofdstuk 5 dieper in op dit onderwerp, maar voor nu is het goed om te weten dat het monitoren van je zoekwoordrankings essentieel is voor je zoekwoordstrategie en -onderzoek.

Binnen Google Search Console kan je onder **Performance** > **Search results** informatie vinden over de zoekwoorden waar jouw website al een score voor heeft.

Een andere geweldige tool om te kijken hoe je in bepaalde landen en op verschillende apparaten rankt, is Accuranker. Ook bij Kinsta gebruiken we deze tool om essentiële zoekwoorden te tracken waar we ons op richten. Met AccuRanker kunnen we de zoekwoorden van een blogartikel tracken, een notitie toevoegen van wat we hebben geoptimaliseerd en later terugkeren om te zien hoe onze rankings werden beïnvloed door de veranderingen.

Organisch verkeer

Met Google Analytics kan je ook bijhouden hoe je SEO in de loop der tijd verandert. **Overview** > **Acquisition** zal de kanalen highlighten die verkeer naar je site leiden, inclusief organisch zoeken. Klik op het **Organic Search** rapport om meer gedetailleerde informatie te zien over verkeer dat afkomstig is van Google, Bing, Yahoog en andere zoekmachines. Door te kijken naar welk percentage van bezoekers via elk kanaal je site betreedt, krijg je een goed idee van de effectiviteit van je huidige SEO inspanningen.

Dwell-tijd

Dwell-tijd, of dwell time, verwijst naar hoe lang bezoekers doorbrengen op een site die ze via een SERP (een vermelding in de zoekmachine) hebben gevonden, voordat ze terugkeren om andere resultaten te bekijken. Hoewel Google heeft ontkend dat deze verblijfstijd een directe rankingfactor is, is het natuurlijk wel een duidelijk teken of een gebruiker het antwoord op een vraag heeft gevonden.

Het verhogen van de dwell-tijd van je pagina's doe je niet zomaar even, maar er zijn verschillende strategieën die je kan proberen.

Plaats om te beginnen de belangrijke informatie "above the fold", wat betekent dat ze de info meteen te zien krijgen en niet hoeven te scrollen om de rest van je content te zien. Zorg er vervolgens voor dat je navigatie duidelijk en gemakkelijk te begrijpen is en voorkom afleiding die gebruikers mogelijk als vervelend ervaren, zoals pop-ups en automatisch startende video's. Beantwoord tot slot de vragen waar je gebruikers naar zoeken.

Bouncepercentage

Als het om websites gaat, betekent "bouncen" dat een gebruiker een pagina van je site opent, maar er vervolgens onmiddellijk van weg navigeert. Je kan in Google Analytics de bouncepercentages van je pagina's zien door naar **Behavior** > **Overview** te gaan en de hoofdgrafiek te bekijken. Bouncepercentage is niet een directe rankingfactor voor Google of andere zoekmachines. Toch wordt een hoog bouncepercentage vaak als een slechte zaak beschouwd, omdat het betekent dat bezoekers niet lang genoeg blijven hangen om te converteren. In sommige gevallen is een hoog bouncepercentage echter volkomen normaal, vooral wanneer gebruikers het antwoord op hun zoekopdracht krijgen zonder verdere actie (klikken op nieuwsartikelen, blogposts, enz.).

Gebruikers bouncen om veel verschillende redenen. Soms komt het doordat de pagina niet voldoet aan de behoeften van de gebruiker. Ook kan het te wijten zijn aan verwarrende sitenavigatie, misleidende koppen of links, te veel advertenties of zoiets stoms als dat bezoekers per ongeluk op een link of knop klikken. HOOFDSTUK 3

Een solide basis leggen met deze site-brede SEO tips

Hier lees je hoe je de basis legt die van je site een SEO succesverhaal gaat maken.

Opzetten van je webtools

We hebben dit in het vorige hoofdstuk besproken, maar hier is een korte herinnering. Er zijn drie hoofdtools die je op weg helpen om de gouden standaard in SEO te bereiken: **Google Search Console**, **Google Analytics** en **Bing Webmaster Tools**.

Als je het nog niet gedaan hebt: loop de voordelen van elk platform nog eens na en gebruik de links om te leren hoe je ze voor jouw site kan instellen.

Een kort merkdomein gebruiken

Het domein van je website vertegenwoordigt je merk en is van invloed op de eerste indruk die een gebruiker heeft van je site.

We hebben een heel artikel geschreven over het kiezen van je domein. Dit zijn de belangrijkste punten:

- Kies iets relatief kort en gemakkelijk te onthouden.
- Gebruik zoekwoorden als dit zinvol is.
- Laat je domein klinken als een merknaam.
- Vermijd het gebruik van Exact Match Domains (EMD's).

Deze laatste tip is met name belangrijk voor de SEO van je site. EMD's zijn domeinen die exact overeenkomen met het zoekwoord waarop de site probeert te ranken.

Als wij bijvoorbeeld een EMD zouden gebruiken, dan was ons website-adres waarschijnlijk iets als managedwordpresshosting. com. Hoewel dit vroeger een effectieve SEO strategie was, zorgde het voor veel problemen. Sites konden de top van de SERP's bereiken omdat hun domeinen aangaven dat ze zeer relevant waren voor de zoekopdrachten van gebruikers, maar de kwaliteit van veel van die sites was erg laag.

Om hier wat tegen te doen, bracht Google wijzigingen aan in het platform zodat het hebben van een EMD alleen nuttig is als je site tegelijkertijd ook content van hoge kwaliteit heeft.

Jouw gewenste domein kiezen

Als je eenmaal een kort merkdomein hebt geselecteerd, zijn er nog een paar andere dingen waar je rekening mee moet houden.

www vs. niet-www

Wanneer je je site lanceert, word je geconfronteerd met de beslissing om www op te nemen (of niet op te nemen) in je domein.

Vanuit SEO perspectief heeft het geen voordeel om www in je domein te hebben.

Hoewel het gebruik van www als onderdeel van je domein niet langer standaard is, wil dat niet zeggen dat je nooit www moet gebruiken. Een van de redenen waarom je nog steeds sites tegenkomt die ze gebruiken, is omdat het wijzigen ervan ingewikkeld kan zijn en problemen kan veroorzaken. Om die reden blijven vooral oudere merken het dus gewoon gebruiken.

Grote bedrijven met veel verkeer willen misschien www gebruiken vanwege de Domain Name System (DNS) records. Naakte (niet-www) domeinen kunnen technisch gezien geen CNAME record bevatten die wordt gebruikt om verkeer om te leiden voor failovers. Er zijn echter oplossingen voor dit probleem.

Welke versie je ook kiest, stel redirects in zodat er meer één versie toegankelijk is. Als je bijvoorbeeld www.kinsta.com bezoekt, wordt deze eenvoudig doorverwezen naar kinsta.com.

Dubbele URL's vermijden

Zoals hierboven vermeld, zou je slechts één versie van je URL's moeten toestaan, waarbij je redirects gebruikt om gebruikers en crawlers om te leiden naar de juiste URL.

Er zijn andere manieren waarop je per ongeluk dubbele URL's kan hebben. De volgende URL's zullen bijvoorbeeld waarschijnlijk dezelfde content laden, maar vanwege problemen met hoofdletters kunnen zoekmachines ze beide indexeren als twee afzonderlijke pagina's:

```
kinsta.com/about-us/
```

```
kinsta.com/About-Us/
```

Hetzelfde geldt voor URL's die eindigen met en zonder een schuine streep:

```
kinsta.com/about-us/
```

kinsta.com/about-us

En ook op basis van het protocol:

```
https://kinsta.com/about-us/
http://kinsta.com/about-us/
```

Dit is slecht voor SEO omdat elke dubbele versie in feite concurreert met het origineel. Door een dubbele URL om te leiden naar het origineel zorg je ervoor dat alle rankingsignalen naar één enkele versie worden gestuurd. Dit zou je kansen moeten vergroten om in de zoekresultaten te verschijnen.

Redirectregels zorgen ervoor dat iedereen die de verkeerde versie wil bezoeken, wordt omgeleid naar de juiste versie.

In deze video wordt uitgelegd hoe je redirects aan je WordPress site kan toevoegen:



Een WordPress SEO plugin installeren

Een kale WordPress installatie is al behoorlijk goed als het gaat om SEO. Toch raden we je aan om een SEO plugin te installeren, zodat je volledige controle hebt over het optimaliseren van wat Google van je site ziet.

Er zijn een paar opties om uit te kiezen, maar de gratis Yoast SEO plugin is de meest populaire.



De Yoast SEO WordPress plugin

Met Yoast SEO kan je:

- Betere content schrijven dankzij pagina- en zoekwoordanalyse.
- Je titeltags en meta-omschrijvingen bewerken.
- Automatisch XML sitemaps genereren.
- Breadcrumbs inschakelen.
- Sociale en Schema markup toevoegen.

Om Yoast SEO te installeren, dien je de gratis plugin te downloaden vanuit de WordPress bibliotheek om deze vervolgens te activeren binnen je WordPress dashboard. Eenmaal geactiveerd, verschijnt er een nieuwe SEO sectie in je zijbalk, die je kan gebruiken om je site te optimaliseren.

Ø Dashboard	General - Yoast SEO	
→ Posts 91 Media	Dashboard Features Webmaster Tools	Yoast recommendations for you
Pages Comments	NEED HELP?	Upgrade to Yoast SEO Premium + Rank better with synonyms & related
 Appearance Plugins 	First-time SEO configuration ✓ Get started quickly with the Yoast SEO <u>configuration witard</u> !	keyphrases + Preview your page in Facebook and Twitter + Get real-time suggestions for internal links
 ▲ Users ✓ Tools ☑ Settings 	 Problems (0) 	 No more dead links a.k.a. 404 pages 24/7 email support No ads!
🕅 seo 🧯	Good job! We could detect no serious SEO problems.	Get Yoast SEO Premium >
General Search Appearance	 Notifications (0) 	Extend Yoast SEO
Search Console Social	No new notifications.	Be found on Google Maps! Our Local SEO plugin will help you rank in Google Maps and
Premium	You have 1 hidden notification:	Iocal results.
Collapse menu	Credits See who contributed to Yoast SEO.	Make sure your videos rank and are easy to share with our Video SEO plugin.

De Yoast SEO instellingen in het WordPress dashboard

Een SSL certificaat installeren

Google stelt dat HTTPS een rankingfactor omdat beveiliging bij hun een topprioriteit is.

HTTPS (Hyper Text Transfer Protocol Secure) is een mechanisme waarmee jouw browser of webapplicatie veilig verbinding kan maken met een website. Het is een van de maatregelen die ervoor zorgen dat men veilig kan browsen. Sterker nog, wanneer iemand in Chrome, Firefox of een andere browser een site zonder HTTPS wil bezoeken, dan krijgt deze vaak een waarschuwing dat de verbinding met de site onveilig is.



Een voorbeeld van een browser die de gebruiker op de hoogte stelt van een onbeveiligde verbinding

Om van HTTP naar HTTPS te migreren en te profiteren van verbeterde beveiliging en ranking, moet je een SSL (Secure Sockets Layer) certificaat op je site installeren.



Een SSL certificaat brengt je een stap dichter bij een beveiligde site. Download ons gratis e-book voor nog meer manieren om het risico op hacks of beveiligingsinbreuken te beperken.

Download De ultieme gids om sites van klanten te beveiligen »

Vriendelijke permalinks instellen

Een permalink is de link die wordt gebruikt om toegang te krijgen tot een specifiek stuk content op je site. Elke pagina op je site (inclusief berichten, pagina's, archiefpagina's en andere pagina's zoals de 404 pagina) heeft zijn eigen permalink.

Standaard maakt WordPress rommelige permalinks met een structuur die de datum en de naam van het bericht of de pagina bevat. Bijvoorbeeld:

```
https://kinstalife.com/2021/03/31
/voorbeeldartikel/
```

Google geeft meestal de voorkeur aan URL's die zijn gebaseerd op de titel en/of zoekwoorden van je content, en kortere URL's zijn over het algemeen beter. We raden aan om de permalink-instelling **Post name** te gebruiken, omdat dit er niet alleen strak uitziet maar ook de SEO van je site ten goede kan komen:

https://kinstalife.com/voorbeeldartikel/

Je kan de permalinkstructuur op **Post name** zetten door naar **Permalinks** te gaan in het **Settings** menu van je WordPress dashboard.

Selecteer Post name en klik op Save Changes:

Common Settings			
🔿 Plain	https://kinstalife.com/?p=123		
O Day and name	https://kinstalife.com/2020/02/24/sample-post/		
O Month and name	https://kinstallfe.com/2020/02/sample-post/		
O Numeric	https://kinstalife.com/archives/123		
Post name	https://kinstalife.com/sample-post/		
Custom Structure	https://kinstalife.com //postnawsk/ [] Analabie tags: Sywark Komenthaumik Nalayie Tonaurik Sminutarik Secondrik Speat, Jotk Maestaamerik Nacategoryik Sacategoryik Sacategoryik Sacategoryik		

Wijzigen permalinks in WordPress

Opmerking: Het kan voorkomen dat links niet meer werken als je de permalinkstructuur wijzigt wanneer een artikel al is gepubliceerd. Als je de permalinkstructuur van een oudere site wijzigt, gebruik dan de redirects feature van MyKinsta om de oude URL's te redirecten naar de nieuwe, of gebruik een externe plugin als Permalink Manager Lite.

Bekijk hoe gemakkelijk het is om de redirects feature van MyKinsta te gebruiken met onze gratis demo. »

Een XML sitemap opzetten

Een XML sitemap is een lijst met URL's die je openbaar beschikbaar wil maken. Zoals de naam al doet vermoeden, is het een kaart (Engels: map) van je content die zoekmachines helpt je site beter te crawlen en de hiërarchie en structuur van je WordPress site te begrijpen. Een XML sitemap kan de crawlbaarheid verbeteren door:

- **Snellere crawltijden:** Met sitemaps kunnen zoekmachinerobots sneller je content doorzoeken dan zonder. Dit kan er ook toe leiden dat je content sneller wordt geïndexeerd.
- **Geprioriteerde crawls:** Met sitemaps kan je Google vragen prioriteit te geven aan bepaalde pagina's van je site door metadata toe te voegen.
- Meer informatie uit content met veel media: Als je veel video's en afbeeldingen gebruikt, dan kan Google aanvullende informatie uit sitemaps halen om de zoekresultaten te verbeteren.

De Yoast SEO plugin biedt de mogelijkheid om automatisch je sitemapbestanden voor je te genereren. Je kan deze feature als volgt inschakelen of verifiëren:

Stap 1: De XML sitemap-instelling aanzetten

Binnen Yoast SEO ga je naar **SEO** > **General** in je WordPress dashboard. Zet de schakelaar voor **XML sitemaps** aan. Dit zou automatisch je sitemap moeten maken zonder dat je hier verder iets voor hoeft te doen.



De Yoast SEO XML sitemapinstellingen

Stap 2: Je sitemap testen

Het is altijd verstandig om te controleren of de automatisch gegenereerde bestanden inderdaad zijn aangemaakt. Je kan je sitemapindex bekijken door **sitemap_index.xml** toe te voegen aan je domein, zoals:

https://domain.com/sitemap_index.xml

Het resultaat zou hierop moeten lijken:

XML Sitemap

Generated by YoastSEO, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org.

This XML Sitemap Index file contains 14 sitemaps.

Sitemap	Last Modified
https://kinsta.com/post-sitemap.xml	2021-02-12 12:45 +00:00
https://kinsta.com/page-sitemap.xml	2021-02-12 12:01 +00:00
https://kinsta.com/affiliate-academy-sitemap.xml	2021-01-31 17:02 +00:00
https://kinsta.com/knowledgebase-sitemap.xml	2021-02-12 12:42 +00:00
https://kinsta.com/learn-sitemap.xml	2021-02-12 11:23 +00:00
https://kinsta.com/case_studies-sitemap.xml	2021-01-31 16:35 +00:00
https://kinsta.com/client_quotes-sitemap.xml	2021-02-12 04:16 +00:00
https://kinsta.com/partner-sitemap.xml	2021-01-30 19:29 +00:00
https://kinsta.com/feature-updates-sitemap.xml	2021-01-28 13:17 +00:00
https://kinsta.com/tool-sitemap.xml	2019-08-13 14:37 +00:00
https://kinsta.com/ebook-sitemap.xml	2020-12-29 21:29 +00:00
https://kinsta.com/webinar-sitemap.xml	2021-01-18 16:26 +00:00
https://kinsta.com/video-sitemap.xml	2021-01-18 16:17 +00:00
https://kinsta.com/author-sitemap.xml	2021-02-05 11:04 +00:00

Voorbeeld van de sitemap die we gebruiken bij Kinsta

Je kan vervolgens op een van de sitemaps in je index klikken, zodat je de URL's kan zien waarnaar in elk bestand wordt verwezen.

In het volgende hoofdstuk leer je hoe je dit bestand kan indienen bij Google en Bing voor snellere indexering en crawling.

De snelheid van je website optimaliseren

Websitesnelheid is superbelangrijk als het gaat om WordPress SEO. Al in 2010 verklaarde Google dat dit je rankings beïnvloedt.

En paginasnelheid is natuurlijk ook belangrijk voor je bezoekers zelf. Hier zijn een paar statistieken om dit punt te bewijzen:

- Eén op de vier bezoekers verlaat een website als het langer dan vier seconden duurt om te laden.
- Bijna 70% van de consumenten zegt dat de paginasnelheid van invloed is op hun plannen om online aankopen te doen.
- De hoogste e-commerce conversiepercentages doen zich voor wanneer pagina's minder dan 2 seconden nodig hebben om te laden.

Een aantal manieren waarop je de snelheid van je site gemakkelijk kan verbeteren, is door een CDN te implementeren, een snel thema te gebruiken en je site op de juiste manier te optimaliseren.

Ook je webhost speelt een grote rol in de snelheid van je site, dus investeren in een goede managed WordPress provider is essentieel. Bij Kinsta zagen sommige van onze klanten een toename van 200% in sitesnelheid nadat ze de overstap hadden gemaakt.

Ontdek onze pakketten. »



Hierboven hebben we een aantal manieren besproken waarop je je WordPress site kan versnellen. Bekijk ons gratis e-book voor meer dan 200 tips om je performance te verbeteren.

> Download Zo versnel je je WordPress site »

Zorgen dat je site mobiel responsief is

In 2016 kondigde Google aan dat ze hun mobile-first index aan het testen waren. De rankingsalgoritmes van Google gebruiken momenteel voornamelijk de mobiele versie van de content van een site om de pagina's te ranken. Dit is een enorme verandering in de manier waarop Google content indexeert.

Als je nog geen responsieve site hebt, stop dan meteen met waar je mee bezig bent en ga hiermee aan de slag. Je kan de Mobilefriendly Tool van Google gebruiken om te zien of je huidige WordPress site de test doorstaat.



Kinsta's website in de Mobile-friendly Test van Google

Een andere optie is om Google AMP te implementeren, een open framework waarmee websites lichtgewicht webpagina's kunnen bouwen. Hoewel het ons niet veel verbeteringen bood, zagen sommige bedrijven zoals The Washington Post, Gizmodo en Wired wel degelijk significante verbeteringen. Lees onze casestudy om meer te weten te komen over waarom we hebben besloten om Google AMP van onze site te verwijderen.

Het is ook slim om Google Analytics te checken om te zien hoeveel verkeer je site ontvangt vanaf mobiele apparaten. Als je een klant van Kinsta bent, kan je ook mobiel- vs desktopverkeer bekijken in MyKinsta Analytics en deze tool gebruiken om te bepalen hoeveel prioriteit je moet geven aan responsiviteit.



MyKinsta Analytics mobiel- vs desktopverkeer rapport

Maak een proefrit met onze gratis MyKinsta demo om te zien welke andere analytics-opties er zijn. »

Berichtcategorieën indexeren

Deze strategie is optioneel, maar het indexeren van categorieën in Google kan de relevantie van je content vergroten om zo je paginaranking te verhogen, je verkeer te vergroten en je WordPress SEO te verbeteren.

Veel WordPress thema's laten categoriebeschrijvingen niet standaard zien. Volg de onderstaande stappen om je categorieën te indexeren en ze op je site weer te geven.

Categorie-indexering inschakelen in Yoast

Het eerste wat je wil doen is naar **SEO** > **Search Appearance** gaan en daar op het **Taxonomies** tabblad klikken. Controleer vervolgens of de optie **Show Categories in search results** is ingeschakeld. Hiermee wordt ook een categorie-sitemap toegevoegd aan je XML Sitemap index, zodat crawlers je categoriepagina's gemakkelijk kunnen vinden en crawlen.

Ph. Daebhoard	0		
E Duanoouru	Search Appearance - Yoast SEO		
📌 Posts	General Content Types Media Taxonomies	Archives Breadcrumbs RSS	Yoast recommendations for you
91 Media			
📕 Pages	Categories (category)		Upgrade to Yoast SEO Premium
Comments	Categories (Category)		 Rank better with synonyms & related keyphrases
Appearance	Show Categories in search results?		 Preview your page in Facebook and Twitter
🖆 Plugins	Yes No		+ Get real-time suggestions for internal links
🛓 Users			+ No more dead links a.k.a. 404 pages
Tools على	SEO title	O Insert snippet variable	+ 24/7 email support
E Settings	Term title Archives Page Separator Site title		+ No ads!
V SEO			Get Yoast SEO Premium >
	Meta description	Insert snippet variable	
General	Modify your meta description by editing it right here		
Search Appearance			Extend Yoast SEO
Search Console			Be found on Google Manel
Social	Yoast SEO Meta Boy		Our Local SEO plugin will help
Tools			you rank in Google Maps and
Premium	Show Hide		local results.
Collapse menu			Rank in Google Video Make sure your videos rank

De Yoast Show Categories in search results instelling

Categoriebeschrijvingen schrijven

Voer je categoriebeschrijving in onder de specifieke berichtcategorie die je wilt indexeren. Je kan dit doen door te navigeren naar **Posts > Categories** en vervolgens op **Edit** te klikken onder de betreffende taxonomie. Vergeet niet om op **Update** te drukken als je klaar bent.



Een categoriebeschrijving toevoegen

Een professionele sitefooter maken

Als je naar de onderkant van je WordPress site scrolt, vind je mogelijk een aantal credits die je daar niet hebt geplaatst. Een daarvan is waarschijnlijk de standaard "Powered by WordPress" link die je vindt bij elke standaard WordPress site. De andere is vaak een verwijzing naar de site van de themaontwikkelaar.



Neve | Powered by WordPress

en themaverwijzing en de "Powered by WordPress" link in een footer

Hoewel deze links niet met slechte bedoelingen zijn toegevoegd, zien ze er niet bijzonder professioneel uit. En omdat links een aanzienlijke impact hebben op je WordPress SEO, raden we aan ze te verwijderen.

Bekijk onze handleiding voor het verwijderen van de "Powered by WordPress" link uit je footer. Wat de themaverwijzing betreft die mogelijk ook in je footer staat, kan je deze waarschijnlijk verwijderen via de Customizer.



De themaverwijzing verwijderen in de Customizer

Als alternatief kan je deze link mogelijk verwijderen door het **footer. php** bestand van je thema te bewerken. Dit kan iets lastiger zijn, dus het is het beste om indien mogelijk dit via de Customizer te doen.

De belangrijkste pagina's maken om je geloofwaardigheid op te bouwen

Deze tip slaat niet rechtstreeks op een rankingfactor, maar is nog steeds belangrijk.

Er zijn een paar belangrijke pagina's die elke goede en geloofwaardige website zou moeten hebben:

- Een "About" pagina: In het Nederlands ook wel een "Over ons" pagina genoemd. Deze deelt basisinformatie over je merk, je missie en wat je bezoekers te bieden hebt. Het helpt vaak om deze content in te kaderen als een verhaal, bijvoorbeeld door te beschrijven hoe je merk is ontstaan.
- Een "Contact" pagina: Hier deel je het fysieke adres (als je bedrijf er een heeft), telefoonnummer, e-mailadres, en andere relevante contactgegevens om gebruikers te laten zien dat er een persoon van vlees en bloed achter je site zit. Tegelijkertijd maakt een dergelijke pagina het je bezoekers makkelijk om contact met je op te nemen met vragen of je producten of diensten, wat je helpt met je sales.
- "Privacybeleid", "Algemene voorwaarden" en andere juridische pagina's: De juridische pagina's die jouw site nodig heeft, kan variëren afhankelijk van het soort content dat je aanbiedt. Als je bijvoorbeeld advies geeft (zoals in blogposts) of affiliatelinks opneemt, dan is een "Disclosure" pagina ideaal. Elke site die gebruikersgegevens verzamelt, moet voldoen aan AVG en/of CCPA. Als je online producten of diensten verkoopt, moet je je algemene voorwaarden vermelden.

Reverse Engineered



Jon Penland sprak met Donata Stroink-Skillrud, voorzitter van Termageddon en vicevoorzitter van de American Bar Association, over waarom bedrijven een privacybeleid nodig hebben.

Luister naar Donata's podcastaflevering »

Naast deze pagina's kan het toevoegen van *sociaal proof* aan je site helpen om je betrouwbaarheid te vergroten. Links naar je sociale media-accounts en getuigenissen en beoordelingen van klanten, cliënten, of gebruikers zijn hiervoor ideaal. HOOFDSTUK 4

Help zoekmachines je site te crawlen

Zoals we al hadden gezegd in hoofdstuk 1, gebruiken zoekmachines bots om je site te crawlen en indexeren. Hoewel dit automatisch gebeurt, zijn er een paar manieren waarop je deze bots kan helpen de gewenste informatie te vinden. Deze tips helpen je tegelijkertijd om optimaal gebruik te maken van de features die Search Engine Result Pages (SERP) te bieden heeft.

Je XML sitemap indienen bij Google en Bing

In het vorige hoofdstuk hebben we uitgelegd hoe je een XML sitemap maakt. Nu gaan we bespreken hoe je deze opstuurt naar zoekmachines.

Google

Klik in Google Search Console op **Sitemaps** onder de sectie **Index**. Voer vervolgens de locatie van je sitemapbestand in en klik op **Submit**.

Je ziet dan hoeveel pagina's/berichten er zijn ingediend en hoeveel er daadwerkelijk zijn geïndexeerd. Google zal je sitemapbestand nu automatisch regelmatig crawlen.
3 https://kinsta.com/ - Sitemaps				1					
b Overview L URL Inspection reference	Add a new sitemap https://kinsta.com/Enter-sitemap	ur.	Ľ			SUB	мт		
y Search results - Discover 3 Google News	Submitted sitemaps						Ŧ		
dex ^	Elemap	Тури	Submitted 4	Last read	Status	Discovered URLs			
Coverage	/es/sitemap.index.xml	Sitemap index	Dec 3, 2020	Feb 12, 2021	Success	1,140	8		
Sitemaps	/K/sitemap_index.sml	Sitemap index	Dec 1, 2020	Feb 12, 2021	Success	914			
Removals	/dk/sitemap_index.ml	Sitemap index	Dec 1, 2020	Feb 12, 2021	Success	587	8		
ancements ^	/se/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 17, 2020	Feb 11, 2021	Success	632	8		
Core Web Vitals	/jp/shemap_index.xml	Sitemap index	Oct 16, 2020	Feb 12, 2021	Success	549	8		
Mobile Usability	/de/sitemap_index.uml	Sitemap index	0(116,2020	Feb 11, 2021	Success	1,033	8		
FAQ	/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 16, 2020	Feb 12, 2021	Success	1,285	8		
Sitelinks searchbox	/pt/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 15, 2020	Feb 12, 2021	Success	1,048			
Videos	/h/sitemag_index.sml	Stremap index	Oct 15, 2020	Feb 11, 2021	Success	1,151			
curity & Manual Actions	(ni)silaman index yml	Graman index	0415 2020	Eab 12 2021	Garrages	812	-		
way tools and second a	100 000 000 000 000	and the second second		100 10,0001		012	-		

Een sitemap indienen bij Google Search Console

Bing

Ook is het aan te raden om je sitemap in te dienen bij Bing Webmaster Tools.

Klik in het zijmenu op **Sitemaps** nadat je bent ingelogd, en klik vervolgens op de **Submit** knop en voeg de index URL van je sitemap toe.

🔡 📲 Microsoft Bing						
kinsta.com/		Sitemaps				Submit sitemap
 in Home ✓ Search Performance ✓ URL Inspection 		Known sitemaps 35	Sitemaps with errors 9	Stermaps with warnings		Total URLs discovered 13 231
Site Explorer	-	Situmop det Type: All	Submit sitemap	×		🛓 Download all
URL Submission		Site	https://kinsta.com/sitemap_index.xml ormats: XMI, RSS 2.0, mRSS (Media RSS), Atom 0.3 &	x 1.0 and text files.	Status	URLs discovered
SEO Configuration		http he/f			Error	0 :
Tools & Enhancements Security & Privacy		http Sitemap		Cancel Submit	Warning	0 :

Een sitemap indienen bij Bing Webmaster Tools

Crawling aanvragen voor snellere indexering

Googlebot is redelijk goed om zelf nieuwe pagina's te ontdekken door middel van crawlen en XML sitemaps. Dit proces kan enkele minuten tot uren of dagen duren. Hoewel hun automatische crawling in de meeste gevallen aan je behoeftes voldoet, kunnen er gevallen zijn waarin je zelf indexering wil aanvragen.

Dit is waar de Request Indexing tool in Google Search Console van pas komt. Deze tool kan handig zijn bij het testen van hoe je pagina's ranken nadat een pagina is bijgewerkt. Het is belangrijk om op te merken dat er vaak een vertraging is, dus verwacht niet dat je bijgewerkte pagina's onmiddellijk worden geïndexeerd.

Klik binnen Google Search Console in de zijbalk op de optie **URL Inspection** onder **Overview** en voer de URL in van de pagina waarvoor je indexering wil aanvragen.

Hier zou je een vak moeten zien dat aangeeft of de URL die je hebt opgegeven, beschikbaar is in Google. Daaronder bevindt zich een knop met de naam **Request Indexing**. Klik hierop om een crawl voor deze URL aan te vragen.

	Q Inspect any URL in "https://kinsta.com/"		o & 🕯 🖩 🦚
teps://kinsta.com/ ~ https:/	/kinsta.com/blog/wordpress-clear-cache/		
Overview URL Q UBL inspection	Inspection		TEST LIVE URL
Performance ^ G Search results	URL is on Google R can appear in Google Search results requestly with all relevant enhancement	(of not subject to a manual action or removal file. Learn more	
Discover Google News	VIEW CRAINLED PAGE	Page changed RE	JOUEST INDEXING
Index ~	O Coverage S	lubmitted and indexed	~
Eg Sitemaps	Enhancements		
Q Renovals	Mobile Usability F	age is mobile friendly	5
Erhascements ~	Sitelinks searchbox 1	valid item detected	>
Mobile Usability KAQ Tradicite searching	Videos 1	valid item detected	>

De URL Inspection tool in Google Search Console

Als Google om de een of andere reden geen toegang tot je pagina heeft, zie je mogelijk een foutmelding. Het is verstandig om periodiek de belangrijkste pagina's te checken met behulp van de URL Inspection tool om indexeringsfouten te identificeren en ervoor te zorgen dat je pagina's correct kunnen worden getoond in de zoekresultaten.

Schema markup toepassen

Schema markup is een type metadata (ook wel microdata genoemd) die zoekmachines helpt meer en betere data aan bezoekers te leveren. Het wordt toegevoegd aan de HTML binnen de pagina's op je site om afzonderlijke elementen extra eigenschappen te geven, zoals wat voor soort informatie ze bevatten en wat de context is.

Voorbeeld van Schema markup

Als we zoeken naar "WordPress login URL" als videozoekopdracht in Google, dan zie je dat onze blogpost bovenaan wordt gerankt, met een video over dit onderwerp. Door "structured data" toe te voegen, konden we Google instructies geven over hoe de video moet worden weergegeven. Denk hierbij aan het leveren van de thumbnail-afbeelding, video URL, duur van de video en meer.



Het VideoObject schema gebruiken om de Google zoekresultaten te beïnvloeden

ls je de Kinsta website door Google's Structured Data testtool haalt, dan zal je zien dat onze site nog meer microdata bevat.



Kinsta's Structured data schema

(Ook vind je hier een best wel coole easteregg in de vorm van ons logo en andere grafische informatie, weergegeven als code!)

Als je de resultaten van deze data-testtool inspecteert, dan zie je welke Schema markup datatypes worden gebruikt, waaronder:

- @type: WebPage
- publisher @type: Organization
- **publisher sameAs:** https://www.facebook.com/kinstanederland (ook is er data voor Instagram, Twitter, en andere sociale mediakanalen)
- isPartOf name: Kinsta Managed WordPress Hosting

Over het algemeen wil je geen fouten zien en iets van output aan de rechterkant van het scherm. Als het helemaal leeg is, betekent dit dat er geen Schema markup aan je WordPress site is toegevoegd. Dit is slechts een voorbeeld van microdata die over Kinsta wordt verstrekt. Je kan de rest vinden via de Google Structured Data testtool.

Schema markup toevoegen aan je WordPress site

Er zijn verschillende manieren waarop je de schema.org markup kan toevoegen.

Je kan een thema installeren dat al Schema markup bevat. Zoek op "schema" binnen de WordPress themabibliotheek om de verschillende opties te zien.



Zoekresultaten Schema thema

Schema markup toevoegen via een speciale WordPress plugin

Als je geen nieuw thema wil downloaden, kan je een Schema markup plugin gebruiken. Yoast SEO voegt automatisch wat structured data toe aan je pagina's, en ze bieden (tegen betaling) extra features aan om je inhoud verder te verrijken.

Vind hier een complete lijst met SEO plugins.

Je content optimaliseren voor de featured snippets van Google

Een featured snippet (ook wel een positie nul resultaat) is een korte samenvatting van een antwoord op een vraag van een gebruiker. Ze zijn misschien een van de meest waardevolle SERP features.

Featured snippets worden bovenaan de zoekresultaten weergeven en worden van een webpagina gehaald. Het doel is om gebruikers snel en direct antwoord te geven op hun vraag zonder dat ze door hoeven te klikken naar een specifiek zoekresultaat/website.



Google voorbeeld featured snippet

Omdat featured snippets veel meer ruimte innemen dan de combinatie van een blauwe link plus beschrijving, heeft dit positieve gevolgen voor het aantal clicks dat je pagina kan ontvangen. Het verdienen van featured snippets is een geweldige manier om meer verkeer naar je site te leiden.

Er is geen magisch recept om je content in featured snippets te krijgen, maar uit onze persoonlijke ervaring hebben we ontdekt dat het volgende kan helpen:

- Richt je op zoekwoorden waarvoor je al rankt op de posities 1 tot 10. Hoe meer vertoningen elke zoekopdracht heeft, hoe meer verkeer je waarschijnlijk krijgt als je deze positie nul bemachtigt.
- Voeg Schema markup toe om Google te helpen begrijpen waar je content over gaat en hoe deze past in je website.
- Gebruik headertags (<H1> <H6>), lijsten met opsommingsteken en genummerde lijsten, op een effectieve manier.
- Structureer je artikelen op een georganiseerde manier.
- Houd je alinea's kort. Featured snippets zijn meestal tussen de 40 en 50 woorden lang.
- Gebruik vragen als kopjes en beantwoord ze eronder (vragen leiden vaak tot featured snippets).
- Gebruik afbeeldingen en video's van hoge kwaliteit.

Je content optimaliseren voor Google sitelinks

Google sitelinks verschijnen onder het eerste zoekresultaat op een resultatenpagina. Ze zijn interne links naar de website, gepresenteerd met een korte beschrijving. Sitelinks worden vaak getoond wanneer gezocht wordt naar een merk, en ze helpen de gebruiker om door je site te navigeren.



Google sitelinks in SERP's.

Google sitelinks verbeteren je click-through rate (CTR), bouwen vertrouwen en geloofwaardigheid op, vergroten de naamsbekendheid van je merk en product en stellen gebruikers in staat om meer uitgebreid door je site te bladeren.

Helaas zijn sitelinks niet iets dat je kan inschakelen, activeren of waarvoor je je simpelweg kan aanmelden. Google bepaalt voor elke website of de site genoeg autoriteit heeft voor een bepaalde zoekopdracht.

Gelukkig zijn er een paar dingen die je kan doen om je kansen op sitelinks te vergroten.

Een unieke websitenaam kiezen

Sitelinks vind je in Google Search voornamelijk wanneer er specifiek naar een merk wordt gezocht, dus het hebben van een unieke merknaam helpt je om te ranken voor de eerste positie.

Een generieke naam als "The Digital Agency" zal problemen opleveren bij het ranken, omdat het moeilijk voor Google is om onderscheid te maken tussen een gebruiker die een algemeen digitaal bureau zoekt of dit specifieke bedrijf.

Dubbelzinnige bedrijfsnamen kunnen soms goed scoren in de juiste omstandigheden. Als je bijvoorbeeld zoekt op "Apple" dan zal dit resultaten opleveren voor de techgigant in plaats van voor het fruit, omdat Google de bedoeling van een gebruiker begrijpt.

Maar zonder een ongelooflijk sterke merkaanwezigheid is het moeilijk om te ranken voor een dergelijke generieke naam.

Voor positie #1 ranken voor je merknaam

Google sitelinks worden alleen toegewezen aan het eerste zoekresultaat, dus je moet op nummer 1 staan als je kans wil maken op die sitelinks.

Structured data gebruiken

Structured data, zoals de Breadcrumbs Schema, helpt Google en andere zoekmachines om je website beter te begrijpen. Schema hebben we een aantal pagina's terug besproken.

Een duidelijke structuur en navigatie voor je site gebruiken

Websites met ingewikkelde of onduidelijke structuren zijn moeilijker voor zoekmachines om te crawlen en moeilijk voor gebruikers om te navigeren.

Zorg ervoor dat je homepagina de hoofdpagina van je website is en dat alle andere pagina's van daaruit vertakken. Gebruik duidelijke koppen en een intuïtieve structuur om je pagina's te ordenen en waar mogelijk alles op te delen in relevante subcategorieën.

Zoals we in hoofdstuk 3 hebben gezien, is het ook goed om de "standaard" webpagina's te hebben, zoals Over ons, Contact en Producten/Diensten. Ze zijn gemakkelijk te begrijpen voor zowel Google als gebruikers en ze vormen geweldige landingspagina's vanuit de SERP's.

Je content optimaliseren voor Google Discover

Google Discover is de content-suggestiedienst van Android. Het is in feite een feed met content waarvan Google denkt dat gebruikers ze relevant zullen vinden, op basis van hun zoekgeschiedenis en andere content die ze hebben gelezen. Zoals we eerder vermeldden, groeit mobiel verkeer als een gek, dus het optimaliseren van je berichten voor dit platform kan je alleen maar helpen.

Aangezien Google Discover niet op zoeken is gebaseerd, zullen zoekwoordonderzoek en -optimalisatie je niet helpen je berichten in de feeds van gebruikers te krijgen. Er zijn echter verschillende bruikbare stappen die je kan nemen om je kansen te vergroten:

- Maak content van hoge kwaliteit.
- Gebruik afbeeldingen en video's in je berichten.
- Maak met regelmatige tussenpozen evergreencontent (meer hierover in hoofdstuk 7) evenals nieuwe, actuele artikelen.
- Bouw vertrouwen op met je content door social proof op te nemen.
- Vertaal je content.

Als het gaat om de afbeeldingen die je in je berichten opneemt, kan je overwegen om het gebruik van grote afbeeldingen voor Google Discover in te schakelen. Statistieken tonen aan dat dit leidt tot een verhoging in CTR, de duur dat een pagina wordt bekeken en de gebruikerstevredenheid.

Je kan bijhouden hoeveel verkeer Google Discover naar je website stuurt en welke pagina's verschijnen, door naar het **Discover** rapport te gaan in Google Search Console.

Je content optimaliseren met zoekwoorden

In hoofdstuk 1 maakte je al kort kennis met zoekwoorden als een metric waarmee je rekening moet houden bij het optimaliseren van je site voor SEO.

Zoekwoorden zijn woorden of woordgroepen die aangeven waar de content van je site over gaat. Ze worden door zoekmachines gebruikt om relevante inhoud naar de zoekopdrachten van gebruikers te brengen.

Voordat je meteen allerlei zoekwoorden aan je content gaat toevoegen, volgen hier een paar strategieën die je moet overwegen om het meeste uit je inspanningen te halen.

Zoekwoordonderzoek doen

Zoekwoordonderzoek is het vinden en doorlichten van zoekwoorden die je in een SEO campagne kan targeten.

Dit wordt met behulp van een aantal gratis en/of betaalde tools gedaan, die je laten zien waarnaar mensen binnen Google en andere zoekmachines zoeken. Enkele van onze favorieten zijn KWFinder, SEMrush en Ahrefs.

Google • wordprei	is hosting	United States		982 / 1,000 monthly SERP updates left @			
Overview Ads history ^{sets} Keyword Ideas Matching terms Related terms Search suggestions Traffic share By domains By pages	Overview: wordpress hosting How to use SERP & KD updated 11 hours ago. Update						
	Keyword difficulty 🖯	Volume @ CPC @ 35K \$30.00 Volume trend 	Clicks © CPS © RR © 40K 1.15 1.27 Searches without clicks 23% Paid clicks only 12% © Paid & organic clicks 81%	Global volume ⊕ 78K ■ United States	35K 44%		
	87 Super hard	205	• Organic clicks only 57%	100% India India India	8.7K 11% 7.3K 9% 2.4K 3%		
Keywords lists YouTube Tutorials K 2 APM 46 PHP 75 JAMetack 14 Lonnel 95	We estimate that you'll need backlinks fro ~569 websites to rank in the top 10 for this keyword	o Sep 2015 — Mar 2021	Sep 2015 — Dec 2019	o% Germany	2.1K 2% 2.0K 2%		
	Parent topic wordpress hosting Search volume 35K	41 result for parvent topic Note to Chockson the Back WordPress Hooting in 2021 Interface water approach to the second press - hosting * Todal wafe: 191K					
	Keyword ideas						
	Terms match @	Questions (i)	Also rank for	Also talk about 🛞			
	wordpress hosting	35K what is wordpress hosting 50	0 wordpress	720K wordpress	720K		
	best wordpress hosting	19K what is managed wordpress hosting 8	0 bluehost	316K free	542K		
	best hosting for wordpress	tex what is wordpress hosting? 4	0 siteground	159K best	372		
	managed wordpress hosting 8	.0K what is the best hosting for 4	ecommended	138K web	218K		

Een zoekopdracht naar "WordPress hosting" in Ahrefs

Waarom is zoekwoordonderzoek belangrijk?

De kwaliteit van je zoekwoorden is hét verschil tussen een succesvolle marketingcampagne en tijdverspilling. Waarom? Als je je namelijk op de verkeerde zoekwoorden richt, dan kun je de boeiendste content maken en de allerbeste links bouwen die je op nummer 1 van de Google ranking zetten, maar nog zal je hier nul profijt van hebben in termen van bedrijfsgroei of omzet.

Hoe zoekwoordonderzoek te doen

Hier volgt een korte samenvatting van hoe je kunt bepalen op welke zoekwoorden je je moet concentreren:

 Vind zoekwoordideeën op basis van belangrijke termen, gerelateerde zoekopdrachten, long-tail zoekwoorden en LSI (Latent Semantic Indexing, ook wel bekend als synoniemen of gerelateerde zoekwoorden).

- Controleer de echte zoekwoordmoeilijkheid en het zoekvolume
- 3. Bepaal de intentie van de gebruiker.

Vind hier meer gedetailleerde instructies over zoekwoordonderzoek.

Gebruik altijd een focuszoekwoord

Je moet zeker schrijven voor je bezoekers en klanten, maar schrijf slim.

Een focuszoekwoord is precies wat je denkt dat het is: het is het centrale zoekwoord binnen een pagina van je site waarmee je rekening moet houden bij het schrijven van content.

In de Yoast SEO plugin, vul je het focuszoekwoord in waarover je wil schrijven. Voor deze <u>blogpost over SEO</u> hebben we bijvoorbeeld het focuszoekwoord "WordPress SEO" gebruikt. Je kan zien dat Yoast SEO de zoekwoorddichtheid analyseert en meldt dat deze aan de lage kant is:



Voorbeeld van een focuszoekwoord

Ook is het verstandig om je focuszoekwoord op te nemen in je titeltag, H1 header, in de eerste alinea, in de alt-tekst van afbeeldingen en afbeeldingsbestandsnamen indien mogelijk, en in je meta-omschrijving.

Zoekwoordkannibalisatie vermijden

Zoekwoordkannibalisatie vindt plaats wanneer twee of meer pagina's van je WordPress site vechten om hetzelfde zoekwoord. Hoewel dit er soms toe kan leiden dat beide pagina's worden gerankt, is het meestal makkelijker om al je inspanningen op één pagina te concentreren, in plaats van de pagina-autoriteit uit te smeren over meerdere pagina's. In theorie zal dit ervoor zorgen dat de enkele versie van de pagina nog beter rankt. Mocht je toch meer dan één paginaranking hebben in de eerste twee posities, dan kan je van geluk spreken en kan je doorgaan met het beoordelen van een ander zoekwoord.

In het onderstaande voorbeeld zien we de Yoast ranking met twee resultaten. Door deze twee pagina's en de signalen die daarbij horen te combineren, kunnen ze een grotere kans maken om hoger in de ranking te komen:



Zoekwoordkannibalisatie kan ook leiden tot onstabiele rankings, waardoor de posities van je pagina's fluctueren. Het kan voor zoekmachines onduidelijk zijn welke pagina het meest relevant is. Dit bekent dat de ene pagina een paar dagen lang goed scoort en dat daarna de andere pagina de plek inneemt, maar op een lagere positie.

Hoe te checken op zoekwoordkannibalisatie

Er zijn verschillende manieren om te controleren of zoekwoordkannibalisatie problemen veroorzaakt op jouw WordPress site. Met behulp van een tool als Ahrefs kan je controleren of er meer dan één pagina rankt voor de zoekwoorden waar je je op richt.

Je kan bijvoorbeeld snel zien of er plotselinge wisselingen in ranking optreden, waarbij verschillende pagina's fluctueren in ranking.



Voorbeeld van zoekwoordkannibalisatie in Ahrefs

Ook kan je Google Search Console gebruiken om te zien wanneer pagina's voor dezelfde zoekwoorden ranken.

In de sectie **Search Results** selecteer je het tabblad **Queries**, en vervolgens filter je de **rijen** op **Position** waar **Position** kleiner is dan **20**. Hierdoor worden de eerste twee pagina's in de resultaten van Google weergegeven.

Selecteer vervolgens **Clicks**, **Impressions** en **Average Position** en bekijk vervolgens de zoekwoorden die veel vertoningen hebben met een positie groter dan **1**.

Door op elk zoekwoord te klikken en het **Pages** tabblad te selecteren, kan je zien of meer dan één pagina op je site rankt voor de geselecteerde zoekopdracht.

Het kan slim zijn om bovenaan te filteren op het land waar je je op richt, vooral als je je content in andere talen laat vertalen.

Door de **Position** en **Clicks** voor elke pagina te bekijken, kan je snel situaties ontdekken waarin pagina's sterk fluctueren in ranking als gevolg van zoekwoordkannibalisatie.



Zoekwoordkannibalisatie in Google Search Console

HOOFDSTUK 6

Je pagina-brede SEO verbeteren

Een duidelijk idee hebben van op welk(e) zoekwoord(en) je je moet concentreren, is slechts de eerste stap. Vervolgens moet je je berichten en pagina's zo structureren dat zoekmachines begrijpen op welk zoekwoord ze zich moeten concentreren.

Hier zijn een aantal manieren waarop je de SEO van pagina's kan verbeteren.

Je focuszoekwoord aan je titeltag toevoegen

Titeltags zijn een van de belangrijkste manieren waarmee Google kan begrijpen waar je pagina over gaat.

Titeltags worden vaak verward met de headers (kopteksten) die je op een pagina ziet. Hoewel ze vaak dezelfde inhoud hebben, speelt de HTML erachter verschillende rollen in zoekmachines. Dit is hoe de titeltag van deze blogpost over WordPress en Drupal eruit zou zien in HTML

```
<title>WordPress versus Drupal -
Welke is beter?</title>
```

En dit is hoe de eerste header van de pagina, "WordPress versus Drupal - Welke is beter? (voor- en nadelen)" eruitziet in HTML:

<hl>WordPress versus Drupal - Welke is beter? (voor- en nadelen) </hl>

Ten slotte zie je hier hoe de blogpost wordt weergegeven in Google - zoals je kan zien, is de titeltag het meest opvallende deel van het zoekresultaat:

https://kinsta.com > blog > wordpress-vs-drupal

WordPress vs Drupal - Which One is Better in 2021?

Jul 9, 2021 — **Drupal** Advantages · Custom content types and views – while **WordPress** does offer custom post types, most people consider **Drupal's** custom content ...

Zo verschijnt een titeltag in de zoekresultaten van Google

Houd rekening met de lengte bij het schrijven van je titeltags. Wat Google laat zien varieert, maar een goede vuistregel is 55-60 tekens of 600 pixels. Hier vind je een handige SERP previewtool om ervoor te zorgen dat je titeltags niet te lang zijn.

Zorg dat je focuszoekwoord in de titel staat, maar houd het natuurlijk. Het is vaak het eerste wat mensen zien in de zoekresultaten, dus maak een goede indruk en moedig ze aan om door te klikken om zo meer te lezen op je site.

Meta-omschrijvingen schrijven om je clickthrough rate te verhogen

Als de titeltag de kop van je pagina is, dan is de meta-omschrijving de samenvatting van één regel die mensen aanspoort om verder te lezen.

Meta-omschrijvingen hebben geen directe invloed op je SEO, maar wel op je CTR. Hoe hoger je CTR, hoe relevanter Google je content zal zien, waardoor je pagina hoger rankt. Dus in zekere zin kunnen meta-omschrijvingen indirect je rankings beïnvloeden.

Je kan je meta-omschrijving handmatig invoeren in de Yoast SEO plugin door op de knop **Edit Snippet** te klikken onder de editor.



Meta-omschrijving in de Yoast SEO plugin

Vroeger bestond er een limiet van 156 tekens voor metaomschrijvingen. Google heeft dit echter in december 2017 uitgebreid naar 320 tekens, maar heeft de wijziging vervolgens teruggezet naar 150-170 tekens. Alles daarboven is mogelijk niet zichtbaar binnen de zoekresultaten.

Ook is het slim om je focuszoekwoord op te nemen in je metaomschrijving. Google markeert de zoekterm namelijk vetgedrukt bij het tonen van je pagina in de zoekresultaten, zoals je in deze zoekopdracht naar alternatieve zoekmachines kan zien:

kinsta.com > blog > alternative-search-engines 💌

21 Alternative Search Engines To Use in 2020 - Kinsta

Feb 13, 2020 - Google isn't the only search engine out there. Check out the best alternative search engines for encrypted data, more privacy, and cool search ...

Vetgedrukt zoekwoord in de meta-omschrijving



Zo schrijf je betere meta-omschrijvingen:

De juiste headingtags gebruiken

Googlebot checkt HTML headertags zoals H1, H2, H3, enzovoort om de relevantie van de inhoud van je site te bepalen. Het is over het algemeen het beste om één H1 tag per bericht of pagina te hebben, en daaronder meerdere H2's en H3's.

Headertags kunnen worden gezien als een hiërarchie van belangrijkheid. De H1 tag is je belangrijkste header en zou je focuszoekwoord moeten bevatten. De overige headers kunnen ook andere zoekwoorden of long-tailvarianten erop bevatten.

Dat gezegd hebbende, houd er rekening mee dat headers alleen moeten worden gebruikt om je content op te splitsen om de leesbaarheid te bevorderen - niet als een middel om zoekwoorden op prominente plaatsen binnen je pagina's te proppen.

De meeste WordPress thema's, indien correct gecodeerd, zullen automatisch de titel van je pagina of bericht toewijzen als de H1 header. Je kan vervolgens zelf de H2, H3, H4 en andere headers toewijzen binnen je bericht of pagina.

Je kan in de Klassieke Editor headers maken met behulp van het drop-downmenu in de visuele editor.



Een header toevoegen in de Klassieke Editor

Hiermee wijs je automatisch de HTML tags toe aan de geselecteerde tekst die Google nodig heeft om je headers te lezen. In de Block Editor kan je Header blocks gebruiken om hetzelfde effect te bereiken.



Een header toevoegen in de Block Editor

Korte URL's gebruiken

Google houdt van sites die strak, georganiseerd en gestructureerd zijn. Korte URL's kunnen ook je CTR verbeteren.

Helaas zijn de automatisch gegenereerde slugs en permalinks van WordPress niet altijd ideaal.

In dit blogartikel over URL's zou de standaard permalinkinstelling van WordPress er ongeveer dit van maken:

https://kinsta.com/blog/what-is-a
-url-explained-learn-how-to-get-mostout-your-sites-url

Deze link is veel te lang en wat delen en SEO betreft niet ideaal. Om hier wat aan te doen, hebben we gekozen voor een kortere URL:

```
https://kinsta.com/blog/what-is-a-url
```

Ga als volgt te werk om je URL voor een WordPress bericht of pagina in te korten:

Stap 1: De permalink-instellingen vinden

In zowel de Classic Editor als de Block Editor vind je permalinkinstellingen waarmee je de slug van je berichten kan bewerken, het gedeelte van de URL dat verschijnt na de laatste schuine streep (/). In de Classic Editor vind je deze direct onder de titel van het bericht.



De permalink-instellingen in de Classic Editor

Klik op de **Edit** knop om het slug-veld in te schakelen.

In de Block Editor kan je deze optie vinden in het **Document** tabblad in de rechterzijbalk, onder **Permalink** of bovenaan je Heading block.



De permalink-instellingen in de Block Editor

Het benodigde tekstveld zal al zichtbaar zijn.

Stap 2: De slug van je bericht bewerken

Typ vervolgens simpelweg de nieuwe slug voor je bericht. Vergeet niet om de woorden te scheiden met koppeltekens en kleine letters te gebruiken.

Elk bericht en elke pagina op je site moet een unieke URL hebben, dus je kan dezelfde slug niet twee keer gebruiken. Doe je dit wel, dan zal WordPress automatisch "-1" toevoegen om onderscheid aan te brengen in de twee entry's.

Let op het aantal woorden

Het oude gezegde "Content is King" geldt nog steeds. Google én bezoekers houden van content van hoge kwaliteit.

Lange content heeft keer op keer bewezen dat ze het beter doen in de pagina's met zoekresultaten van zoekmachines (de SERP's).

Een ander voordeel van langere content is dat je na verloop van tijd ook begint te ranken voor andere (long-tail) varianten dan je focuszoekwoord. Dit kan zomaar betekenen dat je voor honderden populaire zoektermen en woordgroepen begint te ranken.

Anchorlinks opnemen bij langere content

Bij langere content is het het beste om ook anchorlinks op te nemen.

У	
f	Inhoudsopgave
in	→ Wat zijn Google Search operators?
P	→ Hoe gebruik ik Google Search operators?
<i>[*</i>	→ Lijst met Google Search operators
W	\rightarrow Zo combineer je verschillende operators voor zoekopdrachten in
♦>>	Google
\geq	→ <u>40 gevorderde Google Search operators</u>

Wat zijn Google Search operators?

Operators voor Google zoekopdrachten (soms ook geavanceerde of gevorderde Google zoekoperators of Google zoekcommando's genoemd) zijn speciale commando's die de mogelijkheden voor zoekopdrachten in Google flink uitbreiden.

Anchorlinks in een Kinsta blogpost

Anchorlinks zijn uitstekend geschikt voor het verbeteren van de gebruikerservaring, omdat ze lezers in staat stellen direct de antwoorden te vinden waarnaar ze op zoek zijn. In een lang artikel waar sommige lezers misschien maar een deel van de informatie nodig hebben die jij hebt opgeschreven, zijn anchorlinks zeer nuttig en voorkomen ze dat te veel moeten scrollen.

Bovendien kunnen anchorlinks ook in de SERP's verschijnen onder titels van je artikelen in de vorm van Google Site Links, zoals hieronder te zien is:

People also ask	
Can you add fonts to WordPress?	~
How do you change the font in WordPress?	~
Can you use Google fonts in WordPress?	~
	Feedback
kinsta.com > blog > wordpress-fonts 🔻	
WordPress Fonts: Everything You Need to Know (2020 E	Edition)
Mar 4, 2020 - But to give you an idea, here are the five major types of font styles	you might want
to use on your site: Script. Script font example (Image source: Cadillac) Display.	Display font
example (Image source: Disney) Modern. Modern font example (Image source: V	/ogue) Serif.
Serif font example (Image source: T-Mobile) Sans	_
Most Common Font Styles Why WordPress Font . How to Gather Inspiration	1

Why WordPress Font . Most Common Font Styles

Door deze extra informatie te bieden, kan je ervoor zorgen dat je meer organisch verkeer genereert.

Een interne linkstrategie maken

Interne links zijn links die van de ene pagina op je site verwijzen naar een andere pagina op je site. Ze zijn niet alleen essentieel voor SEO, maar ook voor sitenavigatie.

Je kan interne links opnemen wanneer je bijvoorbeeld verwijst naar andere content die je hebt geschreven of wanneer je naar je eigen landingspagina's linkt.

Moz heeft een geweldig artikel geschreven over waarom interne links zo belangrijk zijn, maar in het kort:

- Ze helpen gebruikers bij het navigeren op je website, wat ertoe kan leiden dat er meer van je content wordt geconsumeerd en dat er meer tijd op je site wordt doorgebracht.
- Ze helpen bij het opzetten van een sitestructuur en hiërarchie van informatie.
- Ze helpen de autoriteit van je site te vergroten door waarde door te geven via links.

We raden aan om minimaal 3-5 interne links toe te voegen aan elk bericht of elke pagina die je schrijft. Afhankelijk van de lengte van je content, kan je nog meer toevoegen.

Om interne links toe te voegen aan je content, markeer je het woord of de woorden waaraan je je link wil toevoegen. Dit wordt je anchortekst. Gebruik vervolgens de hyperlinktool om je link te plakken of zoek ernaar.

Opmerking: Voeg geen interne links toe die niet logisch zijn. Zorg dat er een directe correlatie is tussen de link en de anchortekst die je kiest. HOOFDSTUK 7

Je content onderhouden

Eerder heb je geleerd dat je content relevant, vermakelijk en boeiend moet zijn en dat het iets van waarde moet bieden aan de lezer. Niet alleen zorgt high-quality content voor meer siteverkeer, maar het zorgt ook dat je site autoriteit opbouwt.

Maar je kan niet zomaar content publiceren en er vervolgens niet meer naar omkijken. Net als de rest van je site, is onderhoud noodzakelijk.

Oude content updaten en je richten op evergreencontent

Bij het ranken van zoekresultaten is "versheid" een factor bij Google, dus het kan je zichtbaarheid aanzienlijk vergroten als je af en toe je berichten doorneemt en wijzigingen aanbrengt om veranderingen in je sector beter weer te geven.

Evergreencontent is content die altijd relevant is, ongeacht wanneer je deze leest.

Een van de grote voordelen van evergreencontent is dat je deze keer op keer kan delen, en dat je kan blijven bouwen aan backlinks (meer over backlinks in hoofdstuk 9) en sociale signalen.

Hoewel het altijd nodig zal blijven om ze bij te werken, simpelweg omdat geen enkele sector stilstaat, is het onderhoudsniveau dat nodig is voor evergreencontent veel lager dan bij regulier nieuws. Als je de keuze hebt tussen het publiceren van evergreencontent of gewoon nieuws, dan is het verstandig om voor de lange termijn te gaan.

Snoeien van content

Het snoeien van content houdt simpelweg in dat je verouderde content van je site verwijdert als deze niet kan worden bijgewerkt of verbeterd.

Hoewel het best lastig kan zijn om content te verwijderen waarvan het maken veel moeite kostte, is het beter om minder content te hebben die allemaal van hoge kwaliteit is, dan veel artikelen die geen waarde bieden aan je bezoekers.

Ook maak je zo beter gebruik van je "crawlbudget", dat wil zeggen het aantal pagina's op je site dat Google binnen een bepaalde periode crawlt.

Het snoeien van content is een ware kunst. We raden dan ook af om meteen de helft van je berichten in één keer te verwijderen. Lees ter inspiratie eens deze casestudy waarin HubSpot beschreef welke taken ze uitvoerden voordat ze 3.000 berichten van hun blog verwijderden.

Als je besluit om content te verwijderen, maak dan 301 redirects, zodat bezoekers en pagina-autoriteit niet verloren gaan.

Dode links repareren

Doodlopende links zijn om verschillende redenen slecht voor je WordPress site:

- Dode links hebben een negatieve invloed op de gebruikerservaring.
- Ze verspillen je crawlbudget dat je bij Google hebt. Voor elke 404 pagina die een Googlebot tegenkomt als gevolg van een kapotte link, had Google een werkende pagina kunnen crawlen.
- 3. Ze bieden niet de SEO voordelen die je zoekt in een interne linkstrategie.

Om doodlopende links te vinden in Google Search Console, navigeer je naar de **Coverage** sectie. Hier zie je een rapport met pagina's op je site die fouten en waarschuwingen opleveren, naast content die ongeldig of uitgesloten is.



Coverage rapport in Google Search Console

Als je op het vak **Error** klikt en beneden naar de sectie **Details** scrolt, dan zie je een lijst met problemen die Google tegenkwam tijdens het crawlen van je site. Hieronder vallen ook 404 fouten, die meestal duiden op doodlopende links.

Hoewel er plugins bestaan om dode links op te sporen, raden we deze niet aan, omdat ze vaak ten koste gaan van de algehele prestaties van je site.

Andere SEO tools zoals Ahrefs kunnen je ook helpen om dode links op te sporen, zowel op jouw sites als die van andere websites.

Dubbele content de-indexeren

Het klinkt misschien onwaarschijnlijk dat je twee identieke kopieën hebt van dezelfde content, maar het komt vaker voor dan je zou denken. Een veelvoorkomende reden hiervoor is wanneer een testsite wordt geïndexeerd door Google.

Als meerdere exemplaren van je content worden geïndexeerd, kan dit leiden tot ernstige SEO problemen. Hoewel Google je formeel niet bestraft voor het hebben van dubbele berichten of pagina's, kan het toch een impact hebben op je rankings.

Het grootste probleem is dat wanneer twee identieke stukken content worden gepresenteerd, Google niet weet welke wel en welke niet moet worden gerankt. Het zou dus voor kunnen komen dat je testsite zal verschijnen in plaats van je daadwerkelijke site, wat op zijn zachtst gezegd nogal onhandig zou zijn.

In dit geval is de eenvoudigste manier om dit probleem op te lossen het de-indexeren van je testsite.

Met WordPress kan je dit eenvoudig doen. Navigeer naar **Settings** > **Reading** op je testsite en schakel het selectievakje **Discourage** search engines from indexing this site.

2 Dashboard	Reading Settings		Help 🔻
 ✤ Posts ✿] Media ■ Pages ➡ Comments ♠ Appearance 	Your homepage displays	Your latest posts A static cape (refect below) Homepage: Select - v Posts page: Select - v	
⊯ Plugins			
📥 Users	Blog pages show at most	10 posts	
Et Settings	Syndication feeds show the most recent	10 items	
Writing Reading Discussion	For each post in a feed, include	Full text Summary	
Media Permalinks Privacy	Search Engine Visibility	Your theme determines how content is displayed in browsers. Learn more about feeds.	
SEO Collapse menu	Save Changes	It is up to search engines to honor this request.	

Een WordPres site de-indexeren

Als je een Kinsta testomgeving gebruikt, kan je er zeker van zijn dat deze automatisch wordt ingesteld om niet te worden geïndexeerd door zoekmachines.

Andere voorbeelden van dubbele content zijn www versus niet-www (zoals te zien in hoofdstuk 3), evenals het gebruik van parameters in URL's. De algemene regel om dit soort dubbele content te voorkomen, is om op elke pagina een canonical tag te gebruiken die naar zichzelf verwijst. Een canonical tag markeert jouw voorkeursversie van je URL's. Deze blogpost over SEO bevat bijvoorbeeld de volgende canonical tag in de <head> :

<link rel="canonical" href="https://
kinsta.com/blog/wordpress-seo/">

Je kan ook redirectregels toevoegen aan je WordPress **.htaccess** bestand om ervoor te zorgen dat gebruikers en bots altijd worden omgeleid naar de juiste URL's. HOOFDSTUK 8

De media van je site optimaliseren

Media, zoals afbeeldingen, video's en eigenlijk elke visual op je site, kunnen een saaie site omtoveren tot een boeiende site. Zo optimaliseer je je media om alle SEO voordelen te ontvangen.

Afbeeldingen van hoge kwaliteit gebruiken

Het toevoegen van afbeeldingen en andere grafische elementen aan je content, komt je site op een aantal manieren ten goede:

- De afbeeldingen zelf kunnen ranken in Google Image Search, waardoor er meer organisch verkeer naar je site wordt gegenereerd.
- Afbeeldingen kunnen helpen de relevantie van je artikelen aan te tonen bij crawlers van zoekmachines.
- Visuals maken je content interessanter, aantrekkelijk en lezersvriendelijker.

In de volgende sectie leer je hoe je deze afbeeldingen kan optimaliseren, zodat ze je site niet vertragen.

Optimaliseer je afbeeldingen voor prestaties

Afbeeldingen maken gemiddeld 21% uit van het totale gewicht van een webpagina. Grote afbeeldingen vertragen je website waardoor je bezoekers een minder prettige ervaring hebben.
Het optimaliseren van afbeeldingen voor prestaties is het proces van het verkleinen van hun bestandsgrootte. Dit kan worden gedaan voordat afbeeldingen naar WordPress worden geüpload in een tool zoals Adobe Photoshop of Affinity Photo. Het kan ook worden uitgevoerd met behulp van plugins. Het einddoel bij het formatteren van afbeeldingen is om de juiste balans te vinden tussen de laagste bestandsgrootte en een acceptabele visuele kwaliteit.

We behandelen afbeeldingsoptimalisatie uitgebreid op onze blog, maar hier zijn enkele algemene best practices:

- Kies je ervoor om een plugin te gebruiken, ga dan voor een plugin die afbeeldingen op hun server comprimeert en optimaliseert. Hierdoor wordt jouw site zo min mogelijk belast.
- Gebruik waar mogelijk vectorafbeeldingen.
- Gebruik een CDN om afbeeldingen snel aan bezoekers van over de hele wereld te tonen
- Verwijder onnodige afbeeldingsgegevens of metagegevens.
- Snijd de witte ruimte bij en gebruik CSS om de lege ruimte op te vullen.
- Gebruik zoveel mogelijk CSS3 effecten in plaats van JavaScript.
- Sla je afbeeldingen op in de juiste afmetingen (maar vergeet niet dat WordPress nu responsieve afbeeldingen ondersteunt om ze weer te geven zonder het formaat ervan met CSS te wijzigen).
- Gebruik altijd de **.ico** bestandsindeling voor je favicon.
- Gebruik webfonts in plaats van tekst in afbeeldingen te gebruiken.

- Gebruik rasterafbeeldingen alleen als je veel vormen en details wilt laten zien.
- Verklein de bit-diepte naar een kleiner kleurenpalet.
- Gebruik waar mogelijk lossy-compressie.
- Gebruik gecomprimeerde GIF's voor animatie.
- Gebruik PNG als je veel details en hoge resoluties nodig hebt.
- Gebruik JPG voor normale afbeeldingen en screenshots.
- Automatiseer het proces zoveel mogelijk.
- In sommige gevallen kan het lazy-loaden van afbeeldingen een uitkomst bieden, omdat de pagina sneller geladen wordt.
- Sla afbeeldingen op met de instelling "Optimized for web" in tools als Photoshop.
- Gebruik WebP in Chrome om kleinere afbeeldingen weer te geven.



Als je je afbeeldingen hebt geoptimaliseerd maar nog steeds last hebt van een trage site, kunnen er andere problemen spelen. Ontdek andere manieren om de prestaties te verbeteren in ons gratis e-book.

> Download Zo versnel je je WordPress site »

Alt-tekst toevoegen aan je afbeeldingen

Alt-tekst verwijst naar het alt-attribuut, of alternatieve tekst, dat wordt toegepast op afbeeldingen op je site. Alt-tags worden gebruikt door schermlezers voor visueel gehandicapte gebruikers en bieden extra context bij afbeeldingen. Als iemand bijvoorbeeld de Dragon Naturally Speaking software zou gebruiken, dan zou alt-tekst kunnen helpen om beter door de pagina te navigeren.

Deze stukjes beschrijvende tekst worden ook gebruikt door zoekmachines om een beter begrip te krijgen van de inhoud van een afbeelding en hoe zich deze verhoudt tot de content eromheen.

Wanneer je de HTML van je site bekijkt, kan je de alt-attributen vinden tussen de tags, zoals:

```
<img src="afbeelding.jpg"
alt="beschrijving afbeelding"
title="titel afbeelding"/>
```

Je moet altijd alt-tekst aan je afbeeldingen toevoegen. Als je dat nog niet hebt gedaan, doe het dan meteen.

In WordPress hoef je geen code te kennen om alt-tekst toe te voegen. Je kan het simpelweg toevoegen door een afbeelding te selecteren in je <u>Mediabibliotheek</u> of door op een afbeelding binnen de WordPress editor te klikken.

In de Block Editor vind je het **Alt Text (Alternative Text)** veld in het **Block** tabblad van de zijbalk, onder **Image Settings**.



Alt-tekst toevoegen in de Block Editor

Om alt-tekst toe te voegen in de Classic Editor, volg je de onderstaande stappen.

Stap 1: De afbeeldingsinstellingen openen

Open je bericht of pagina in de Classic Editor. Klik vervolgens op de afbeelding waaraan je de alt-tekst wil toevoegen. Nu zie je erboven een werkbalk verschijnen.



Het openen van de afbeeldingsinstellingen in de Classic Editor

Klik op het potloodpictogram om de afbeeldingsinstellingen te openen.

Stap 2: Alt-tekst toevoegen aan het relevante veld

Als je de nieuwste versie van WordPress gebruikt, dan moet je het veld **Alternative Text** als eerste zien in dit venster.

Image Deta	ils	×
Image Deta Atternative Text Caption DISPLAY SETTING Align Size Link To ADVANCED OPTIO	ils Describe the nurnose of the image. Leave empty if the image is purely decorative. Left Center Right None Custom Size Width Height 1000 K 651 Image size in pixels None N5	Edit Original Replace
		Update

Alt-tekst toevoegen in de Classic Editor

Klik op de blauw **Update** knop wanneer je klaar bent.

Het kan handig zijn om je focuszoekwoord toe te voegen als dit van toepassing is op de afbeelding. Voeg echter niet zomaar je focuszoekwoord toe aan de alt-teksten van al je afbeeldingen. Zoals met alles wat met SEO te maken heeft, doe het met mate. Google houdt niet van spammers.

Titletags toevoegen aan afbeeldingen

De titeltekst van de afbeelding heeft geen invloed op je SEO en wordt niet gecrawld door Google of Bing, maar een afbeelding op de juiste manier een titel weergeven, kan wel de gebruikerservaring verbeteren.

Gebruikt de titeltekst van een afbeelding om tooltips aan afbeeldingen toe te voegen. Dit kan een geweldige manier zijn om een call-to-action (CTA) op te nemen wanneer iemand over je afbeelding beweegt op je site.

Net als bij alt-tekst, hoef je geen code te kennen om titeltekst toe te voegen in WordPress. Je kan het toevoegen via de Mediabibliotheek door op een afbeelding te klikken en het **Title** veld in te vullen.



Het titelattribuut van de afbeelding toevoegen aan de mediabibliotheek.

Je kan ook in de Classic Editor een titeltag aan je afbeeldingen toevoegen door het drop-downmenu **Advanced Options** te openen en tekst toe te voegen in het veld **Image Title Attribute**.

Je afbeeldingen een logische naam geven

Afbeeldingsbestanden zijn belangrijker dan de meeste websiteeigenaren denken. Door een paar van de beste WordPress SEO practices toe te passen, kan je een mooie boost verwachten, zowel in de SERP's als in Google Image Search.

Enkele richtlijnen zijn:

- Geef je afbeeldingsbestanden altijd een naam met woorden die verband houden met je content voordat je ze uploadt naar WordPress. Geef de afbeelding bijvoorbeeld in plaats van DC0000.jpg de naam wordpress-seo.jpg.
- Gebruik altijd koppeltekens tussen woorden in de namen van afbeeldingsbestanden. Bestandsnamen zoals **wordpress_seo. jpg** of **wordpressseo.jpg** zijn niet leesbaar voor Google.
- Voeg indien van toepassing je focuszoekwoord toe.
- Neem altijd je focuszoekwoord op in de uitgelichte afbeelding.
- Houd de bestandsnamen in kleine letters. Dit houdt de URL's van je afbeeldingen strak en zorgt voor consistentie voor al je URL's.

Ervoor zorgen dat je afbeeldingen toegankelijk zijn als je een CDN gebruikt

Het verkeer van afbeeldingen kan in de loop van de tijd oplopen, dus het is belangrijk om te controleren of je afbeeldingen kunnen worden gecrawld door zoekmachines.

Als je een CDN gebruikt zorg er dan voor dat je afbeeldingen niet worden geblokkeerd door de **robots.txt** van je CDN provider.

Als je de Yoast SEO plugin gebruikt, voeg dan de volgende code toe aan de onderkant van je **functions.php** bestand (vergeet natuurlijk niet om het domein en CDN domein om te wisselen met die van jou):

```
function wpseo_cdn_filter( $uri ) {
return str_replace( `http://yourdo-
main.com', `http://cdn.yourdomain.
com', $uri );
}
add_filter( `wpseo_xml_sitemap_img_
src', `wpseo cdn filter' );
```

Bekijk onze Gids voor afbeeldingsoptimalisatie voor meer informatie over hoe je kan zorgen dat je afbeeldingen worden weergegeven in de zoekresultaten.

Ook raden we aan om deze Search Central Lightning Talk van John Mueller van Google te bekijken, die veel nuttige tips heeft over hoe je afbeeldingsoptimalisatie goed aanpakt.

Pagina's voor afbeeldingsbijlagen niet indexeren

Elke keer wanneer je een afbeelding uploadt naar WordPress en deze binnen een bericht of pagina toevoegt, wordt er een aparte bijlagepagina gemaakt waarop de afbeelding zich bevindt. Als je niet oppast, kan het voorkomen dat Google deze pagina's zelfs gaat indexeren. Maar omdat ze niets toevoegen aan je site, kan het een verspilling zijn van je crawlbudget.

Bovendien, als iemand op een pagina met afbeeldingsbijlagen in zoekresultaten klikt, zien ze alleen de afbeelding en niet de inhoud van het bericht. Dit gebrek aan context zal je bouncepercentage verhogen.

Als je dit opmerkt op je WordPress site, weet dan dat de Yoast SEO plugin een redirectmogelijkheid bevat die dit rechtzet. Ga simpelweg naar **SEO** > **Search Appearance** en klik op het tabblad **Media**.



De redirect-instellingen voor bijlages van Yoast SEO

Schakel nu de optie "**Redirect attachment URLs to the** attachment itself" in.

Je kan checken hoe goed je afbeeldingen presteren in Google Image Search door in Google Search Console het **Image** zoekfilter te bekijken in het **Search Results** rapport.

Profiteren van video's

Er zijn twee manieren waarop je het meeste uit je video kan halen. We zullen beide hier bespreken.

Geschreven content hergebruiken in video's

ledereen heeft een eigen favoriete manier om content te consumeren. Sommigen lezen graag lange blogposts, terwijl anderen liever videocontent bekijken. Als je je gebruikers beide opties biedt, kan je je op een breder publiek richten.

YouTube is een platform dat eigendom is van Google en dat de afgelopen jaren snel is gegroeid en is gestegen naar de tweede plaats in de lijst met de 100 meest bezochte websites op basis van zoekverkeer. Dit betekent als je videoversies van je content maakt en deze daar toevoegt, je je richt op nieuwe bezoekers via een nieuw kanaal.

Het optimaliseren van video's voor YouTube (ook wel YouTube SEO genoemd) is een heel andere discipline waar je meer over kunt lezen in onze gids voor YouTube SEO.

Video's optimaliseren voor videozoekopdrachten

Het Google tabblad **Video** kan je gebruiken om te zoeken naar videocontent. Hoewel Google van zichzelf al redelijk goed is in het ophalen van video's uit webpagina's, kan je Google aanmoedigen om je video's (of de video's van andere mensen die je hebt ingesloten op je pagina's) op te nemen door meer context te bieden. Dit kan je doen met behulp van VideoObject schema.

Zoals we eerder al zeiden, kan je VideoObject schema gebruiken om Google meer informatie te geven over je video's, inclusief de titel, de beschrijving en de thumbnail-afbeelding.

Wij constateerden dat de video's die we hierin opnemen, samen met de structured data, vaak goed presteren in de videoresultaten van Google, met name voor de zoekwoorden waarvoor we ook goed scoren in Google Search.

Je kan controleren hoe goed je video's presteren in de Google zoekconsole door het filter **Video** te selecteren in het **Search Results** rapport, en door **Videos** te selecteren in het tabblad **Search Appearance** onder het zoektype **Web**.

Geloofwaardigheid opbouwen met backlinks en gesponsorde content

We hebben het in hoofdstuk 6 gehad over interne linkstrategieën. Nu is het tijd om links naar jouw site geplaatst zien te krijgen in externe content. Deze worden backlinks genoemd.

Sterke backlinks bouwen

Backlinks zijn belangrijk omdat ze je geloofwaardigheid vergroten, verkeer naar je site leiden en je kunnen helpen als tool om je reputatie te beheren.

Over het algemeen is het een goed teken als je een stijgende lijn ziet in het aantal sites dat vanuit hun domeinen naar die van jouw linken. Dit betekent dat in de loop van de tijd steeds meer websites een link plaatsen naar die van jou.

Ahrefs kan een overzicht geven van je backlinkprofiel. Je kan het totale aantal backlinks naar je site, het aantal verwijzende domeinen, organische ranking-zoekwoorden en meer zien. Ook de backlinknotificaties van dit platform zijn nuttig.

Korte tip: Deel de pagina's die naar jouw site linken op je sociale media. Dit helpt hun bij het opbouwen van sociale signalen op hun pagina, wat op zijn beurt weer kan leiden tot meer bekendheid en meer links, wat de pagina-autoriteit kan vergroten. Links van sites met een hogere pagina-autoriteit zijn ook gunstig voor jouw WordPress SEO, wat het een win-winsituatie maakt.

Focussen op externe links met een hoge domeinautoriteit

Als het goed is, heb je interne links aan je pagina's toegevoegd. Het is echter ook belangrijk om externe links toe te voegen aan je pagina's naar sites met een hoge domeinautoriteit. Hiermee laat je Google zien dat je doorlinkt naar content van hoge kwaliteit die relevant is voor jouw eigen content. Bovendien verbetert het de gebruikerservaring door je bezoekers/gebruikers van aanvullende informatie te voorzien.

Het kan ook een geweldige manier zijn om gesprekken met andere merken op gang te brengen. Als je in een artikel naar een ander bedrijf linkt, stuur ze dan na publicatie een korte e-mail of tweet en vraag om een share.

Bij het toevoegen van externe links is er een leuke truc om meer mensen op je site te houden: namelijk de link in een nieuw tabblad of venster openen.

Sommige mensen beweren misschien dat ze dit niet leuk vinden, maar het kan gebruikers aanmoedigen om later terug te komen en op je site te bladeren wanneer ze je anders misschien zouden zijn vergeten.

In de Block Editor kan je op de volgende manier instellen dat een link zich opent in een nieuw tabblad: je klikt erop, vervolgens klik je op het pijltje van het drop-downmenu en schakel je de schakelaar om.



In Block Editor een link instellen zodat hij in een nieuw tabblad opent

In Classic Editor open je de linkinstellingen en selecteer je het vakje **Open link in a new tab**.

Hiermee voeg je een target="_blank" element toe aan de HTML tag van de link. Het resultaat zal er als volgt uitzien:

Kinsta

Het verschil tussen links kennen: nofollow, dofollow, gesponsord en UGC links

Op internet zijn er verschillende basistypen links als het gaat om SEO.

Dofollow links

Standaard is elke link die je in WordPress maakt een dofollow link. Google crawlt dit soort links bij het analyseren van je site. Ze helpen met het bouwen van autoriteit en zijn van invloed op je rankings, omdat "link juice" wordt doorgegeven vanuit de pagina die linkt. Je hebt misschien wel eens gehoord dat mensen zeggen dat je meer backlinks nodig hebt. Als dat zo is, dan verwijzen ze waarschijnlijk naar dofollow links van andere sites met een hoge autoriteit.

Nofollow links

Nofollow links bevatten het rel attribuut van nofollow, zoals hieronder te zien is:

```
<a href="https://kinsta.com"
rel="nofollow">my link</a>
```

Nofollow links vertellen crawlers van zoekmachines om ze te negeren. Dat wil echter niet zeggen dat nofollow links niet belangrijk zijn. Ze kunnen nog steeds verkeer genereren, zelfs als ze de autoriteit niet doorgeven en je rankings beïnvloeden. Je kunt onze tutorial lezen over verschillende manieren om nofollow links toe te voegen in WordPress.

Nofollow links worden vaak gebruikt wanneer op verzoek van de gelinkte website een link wordt geplaatst. Dit komt omdat links normaal gesproken waarde doorgeven tussen pagina's, wat natuurlijk zou moeten moeten gebeuren. Het manipuleren van sites om naar je te linken is in strijd met de richtlijnen van Google, dus als je dit negeert, kan je site worden bestraft.

Over het algemeen bevat een natuurlijk backlinkprofiel een goede verhouding tussen dofollow en nofollow links.

Gesponsorde links

Gesponsorde links bevatten het rel attribuut van sponsored, zoals hieronder te zien is. Dit wordt gebruikt om aan te tonen dat een link gesponsord is.

mijn link

Gesponsorde links worden vaak gebruikt als onderdeel van betaalde campagnes, waarbij het doel van de gesponsorde link moet zijn om verkeer te genereren in plaats van waarde door te geven van de linkpagina. Het is in strijd met de richtlijnen van Google om te betalen voor links die waarde doorgeven, dus het is belangrijk om ervoor te zorgen dat gesponsorde links het kenmerk sponsored link gebruiken.

Door gebruikers gegenereerde links

UGC links, of User Generated Content links, bevatten het rel attribuut van ugc, zoals hieronder te zien is:

```
<a href="https://kinsta.com"
rel="ugc">mijn link</a>
```

UGC links worden gebruikt om te laten zien wanneer een link door gebruikers is gemaakt, bijvoorbeeld wanneer links zijn opgenomen in het reactiegedeelte onderin een blogbericht.

"Sponsored" attribuut toevoegen in affiliatelinks

Veel WordPress bloggers en bedrijven gebruiken affiliatelinks op hun websites. Affiliatelinks worden over het algemeen gebruikt wanneer je een commissie of verwijzing van een product of aanmelding tussen websites wilt tracken.

Helaas is WordPress geen fan van affiliatelinks als ze niet juist zijn ingesteld. Sommige sites zijn zelfs gestraft voor het hebben van veel affiliatelinks. Om affiliatelinks veilig te gebruiken, moeten ze altijd het sponsored attribuut bevatten.

Een geweldige manier om je affiliatelinks bij te houden en er altijd voor te zorgen dat ze het sponsored attribuut gebruiken, is door een affiliatelink-plugin te gebruiken, zoals Pretty Links of ThirstyAffiliates.

Met Pretty Links kan je eenvoudige en korte affiliatelinks maken die het sponsored attribuut bevatten en ook omleiden met een 301. Ga simpelweg naar **Pretty Links** > **Options** in je WordPress dashboard om deze instellingen in te schakelen.



De Pretty Links Options pagina

Je kan het relevante redirect-type selecteren in de drop-down, en de **Enable No Follow** en **Enable Sponsored** selectievakjes inschakelen zodat al je affiliatelinks de attributen nofollow en sponsored bevatten. De toevoeging van het nofollow attribuut zorgt ervoor dat alle zoekmachines begrijpen dat het geen natuurlijke link is.

Kinsta's affiliateprogramma

Als je een klant bent bij Kinsta of simpelweg een online ondernemer die op zoek is om de inkomstenstromen te diversifiëren, dan is <u>Kinsta's affiliateprogramma</u> een geweldige manier om extra geld te verdienen en WordPress hosting van topniveau aan te bevelen.

Afhankelijk van het pakket, kunnen Kinsta affiliates tot wel \$500 USD verdienen met elke verwijzing. Daarbovenop ontvangen ze een extra maandelijkse commissie van 10% voor de levensduur van de doorverwezen klant. Met een verlooppercentage van minder dan 4%, kunnen Kinsta affiliates genieten van een consistent maandelijks terugkerend inkomen via hun verwijzingen.

> Leer meer over Kinsta's affiliateprogramma »

Rekening houden met negatieve SEO

Negatieve SEO is een onderwerp waarvan veel mensen niet weten hoe ze er goed mee moeten omgaan.

Zoals we al eerder in dit hoofdstuk aangaven, helpen backlinks met het verbeteren van je SEO. Helaas zijn er ook mensen met slechte bedoelingen die willen zorgen dat Google je site straft. Dit doen ze door backlinks naar je site te sturen vanuit ongepaste of spam-achtige sites.

Niet alleen is dergelijk gebruik van backlinks in strijd met de richtlijnen van Google, het kan er voor zorgen dat je site verkeer verliest en mogelijk wordt uitgesloten van zoekresultaten.

Om te voorkomen dat je verstrikt raakt in het web van een dergelijke campagne, is het zaak je backlinkprofiel regelmatig te controleren. Als je plotselinge pieken ziet in backlinks of links met een ongebruikelijke ankertekst met een "volwassen" tekst, onderzoek deze dan snel.

Q All link types ~								→ Export ~	
Link text (60)	Total backlinks *	Juicy links	Notollow links	Toxic links	Linking domains	Linking pages	.EDU	.GOV	
* buy viagra uk	191 • 14	171 🕈 9		10%	36	191	-		
💌 viagra	94 🛎 10	69 \$ 17		26%	34	94			
cialis 20mg	90	72 1		20%	37	90			
* viagra online	87 4 2	53 🔹 🕈		39%	39	87			
• cheap viagra	82	54 4 10		34%	34	82			
• generic cialis	82 • 1	59 + 3	-	28%	36	82	-		
🕐 viagra for sale	82 * 1	52 ♦ 8		36%	35	82		-	
+ buy cialis online	80 # 2	55 47	-	31%	34	80	-		
• generic viagra online	79 +1	53 + 9		32%	34	79			
* natural viagra	78 ± 1	49 8 6		37%	36	78			
🕐 cialis dosage	77 ♦ 2	50 4 12		35%	33	77	-		
* ed pills	77 👫	58 + 7		24%	32	77			
eanadian pharmacy	76 🛊 4	58 \$7		23%	36	76			

Dit is bijvoorbeeld waar een marketeer op een ochtend mee wakker werd:

Spam-achtige links

Om getroffen sites te helpen, heeft Google de Disavow tool gemaakt. Hiermee kan je een lijst maken met URL's en domeinen waarvan je wil dat Google deze negeert. Dit kan je site beschermen tegen een SEO daling, maar gebruik het met zorg, want je wil niet dat je legitieme links blokkeert die je SEO ten goede komen. HOOFDSTUK 10

Lokale SEO implementeren

Lokale SEO is uiterst belangrijk, vooral voor kleine bedrijven met een lokale aanwezigheid. Als je een bedrijf hebt waarin je mensen persoonlijk ziet, dan wil je zeker een Google My Business en een Bing Places account aanmaken.

Registreren bij Google My Business

Google My Business is een gratis dienst die je kan gebruiken om je bedrijf te promoten in Google Search en Google Maps. Gebruik ze om klanten eenvoudig toegang te geven tot je openingstijden, adres, telefoonnummer, website, diensten en meer. En net als alle Google producten wordt het geleverd met handige analyses om te zien hoe klanten omgaan met je profiel.

Hoe helpt dit jouw bedrijf? Het groeien van je lokale leads en je Google My Business profiel gaan hand in hand. Wanneer mensen zoeken naar een product of dienst bij hen in de buurt, willen ze meestal iets kopen.

wwekklopheme.com - location - new-yok. * New York - Krispy Kreme - Doughnut Stores Doughnuts Near Krispy Reven New York - Penn Statio, Coper at 6:00 AAL Order New Order New, shop de banner, New York - Penn Station, Two Penn Paza Antoak Level.	Hail	Perspirate States
krispykrema.com i location i new-york-6th-ave =		
New York 6th Ave - Krispy Kreme - Doughnut Stores		
Krispy Kreme New York 6th Ave. Opens at 8.00 AM. Order Now Order Now. shop detail ba	nner.	Krispy Kreme
New York 6th Ave. 904 6th Ave. New York, NT 10018. Make My		Waballa Directions Save
Decele also colo		43 **** 1233 Google reviews
People also ask		£ · Doughnut Shop
Does New York have Krispy Kreme?	~	
When did Krispy Kreme open in New York?	~	Longtime chain serving a variety of donut flavors & shapes, plus coffee & frozen drinks.
Miles did Maines Mennes James Mars Mark/R		× Dine-in · ~ Takesway · ~ Delivery
why dra kingly kieling leave new tork?		Located In: 34 Street-Pern Station
Does 7 Eleven sell Krispy Kreme donuts?	~	Address: Two Penn Plaza Amtrak Level, New York, NY 10001,
	Feedback	United States
		Hours: upen 1 Cases bins 1 See more hours
ny.eater.com - krispy-kreme-times-square-location *	A mours or services may differ	
Krispy Kreme to Upen New New York City Location in Times		Menuc Krispykreme.com
10 Jun 2019 - The new outpost, located at 1601 Broadway at West 48th Street, is expected	Order: krispykreme.com	
open in early 2020 and will make doughnuts on-site within view of		Phone: +1 212-695-0428

Een voorbeeld van een Google My Business vermelding

Zo stel je de jouwe op:

Stap 1: De officiële Google My Business site bezoeken

Ga naar de officiële Google My Business pagina en klik op de knop Manage Now.

Als je nog niet bent aangemeld bij je Google account, word je nu gevraagd om in te loggen om verder te gaan. Tip tussendoor: Zorg ervoor dat je bent ingelogd op het account dat je wil koppelen aan de Google My Business vermelding die je aan het maken bent.

Stap 2: Je bedrijf vinden of een nieuw bedrijf aanmaken

Zoek naar de naam van je bedrijf, zelfs als je zelf nog geen vermelding hebt opgesteld. Het is niet ongebruikelijk dat iemand anders je bedrijf al heeft aangemeld. Als er nu niks verschijnt, klik je op **Add your business to Google**.

Stap 3: Je naam en categorie instellen

Voeg je bedrijfsnaam toe en selecteer vervolgens een categorie die jouw bedrijf het beste beschrijft. Vanuit SEO perspectief is deze stap belangrijk als je op de resultatenpagina van Google wil verschijnen wanneer klanten op zoek zijn naar een product of dienst die je aanbiedt.

Stel je primaire en secundaire categorieën in of profiteer van de automatisch gegenereerde suggesties van Google als je niks weet.

Stap 4: Het adres van je bedrijf instellen

Deze stap helpt Google onderscheid te maken tussen bedrijven met fysieke locaties en bedrijven zonder persoonlijke service. Kies degene die het beste bij jouw bedrijf past. Opmerking: zelfs als je geen persoonlijke diensten levert, kan je nog steeds een locatie selecteren van waaruit je je klanten bedient. Dit helpt je om nieuwe relevante klanten naar je bedrijf te halen.

Stap 6: Contactgegevens toevoegen

Help klanten contact met je op te nemen door contactgegevens aan je vermelding toe te voegen. Het toevoegen van je website aan je Google My Business profiel kan een klant naar je site leiden, waar je ze gemakkelijker kan converteren. Ook een telefoonnummer helpt je klanten met een manier om rechtstreeks contact met je op te nemen.

Stap 7: Je bedrijf voltooien en verifiëren

Zodra je de relevante informatie hebt ingevuld, kan je je vermelding indienen.

Om je Google My Business vermelding weer te geven, moet je deze verifiëren. Dit kan een paar dagen duren, maar je kan de vermelding optimaliseren terwijl je wacht.

De meest gebruikelijke manier om je bedrijf te verifiëren is per post - je ontvangt een briefkaart met een verificatiecode. We raden je ten zeerste aan om gedurende deze periode geen wijzigingen aan te brengen in je bedrijfsnaam, adres, bedrijfscategorie of een nieuwe code aan te vragen, omdat dit je verificatieproces kan vertragen.

Afhankelijk van het type bedrijfsvermelding dat je probeert te beheren of vermeld te krijgen, krijg je mogelijk ook de optie om te verifiëren per telefoon of e-mail, of om de onmiddellijke of bulkverificatiesystemen van Google te gebruiken.

Je Google My Business optimaliseren

Nu je je account hebt ingesteld, kan je het optimaliseren om het rendement op je investering te verhogen. Dit doe je door:

- Je vermeldingsgegevens up-to-date te houden
- Foto's te uploaden bij je vermelding
- Informatie toe te voegen aan je producten/diensten
- De FAQ tool van je profiel uit te bouwen
- Google posts te publiceren
- Recensies van klanten te krijgen

Tip tussendoor: Download de gratis mobiele app van Google My Business, erg handig om snel wijzigingen aan je profiel aan te brengen.

Registreren bij Bing Places

Met Bing kan je nu je Google My Business informatie gebruiken om een Bing Places account te maken, waardoor je veel tijd bespaart en er geen enkele reden meer is om je voor beide diensten aan te melden.



Een voorbeeld van een vermelding in Bing Places

Sociale media gebruiken om meer verkeer te genereren

Sociale media hebben mogelijk geen directe invloed op de SEO ranking van je site, maar ze zijn wel nuttig om de reputatie van je merk te verbeteren en content te verspreiden.

Je sociale profielen claimen

Het is verstandig om al je sociale-mediaprofielen zo snel mogelijk te claimen, zelfs als je je bedrijf nog niet hebt opgericht. De meeste backlinks van sociale-mediaprofielen zijn nofollow (zie hoofdstuk 9), wat betekent dat ze je SEO niet helpen, maar je er toch veel verkeer van kan krijgen.

Een ander groot voordeel van deze strategie is dat profielpagina's van sociale media vaak erg goed kunnen ranken in SERP's. Dit kan enorm handig zijn voor je branding, omdat je hierdoor meer controle hebt over de eerste zoekresultaten die je bezoekers te zien krijgen.

Laten we Kinsta eens als voorbeeld gebruiken.

Als je googelt op "Kinsta", dan zie je dat onze Twitter, Facebook, LinkedIn, en YouTube profielen allemaal op de eerste pagina staan. Als je erg actief bent op Twitter, kom je mogelijk ook in aanmerking voor een speciaal zoekresultaat met daarin je 3 meest recente tweets, zoals je kan zien in de SERP's van het Kinsta merk.

Het gebruik van sociale-mediaprofielen kan je merk rechtstreeks ten goede komen, en vereist zeer weinig inspanning.



SERP van het Kinsta merk

Sociale signalen gebruiken

"Sociale signalen" zijn alle online activiteiten rond je merk die niet op je WordPress site zelf plaatsvinden. Hieronder vallen tweets, shares, upvotes en andere soortgelijke indicaties van de kwaliteit van je merk.

Hebben sociale signalen invloed op SEO? Het antwoord is helaas niet rechtlijnig.

In het verleden hebben we gezien dat trending berichten op deze sites onmiddellijk begonnen te ranken op pagina één van Google. Nadat ze niet langer trending zijn, hebben de rankings van deze berichten de neiging om te fluctueren en uiteindelijk terecht te komen op een plek waar ze op de lange termijn blijven.

Wat zorgt ervoor dat dit gebeurt? Onze theorie is dat de combinatie van de massale hoeveelheid verkeer en sociale signalen ervoor zorgt dat Google deze berichten als zeer relevant beschouwt, waardoor ze hoog in de SERP's worden weergegeven. Veel SEO specialisten zullen het niet met ons eens zijn, maar we hebben dit een aantal keren uit de eerste hand zien gebeuren.

Hieronder vind je een voorbeeld van iets dat we schreven met een aanzienlijk zoekwoordvolume dat de volgende dat enorm omhoogschoot in de SERP's. Het lijkt erop dat dit gebeurde omdat we er veel sociaal verkeer naar hebben kunnen genereren:

KEYWOR	D		LOCATION	RANK ^	+/-	URL	SEARCHES ?	VISITORS ?	POTENTIAL ?	TIME AGO
seo	Tags	 SE	0	<	↑ ↓	0	•	>		
long-tail	variation 1	ĢG	-	12	1 254	≣ /domain.co 😡	720	0		7 hours
long-tail	variation 2	₽G	-	12 +	↑ 2	🛒 /domain.co 📀	260	0		7 hours
focus ke	yword	ĢG	-	19	1 63	≓ /domain.co 😧	1,900	0		7 hours

Verkeer sociale signalen

De les die je hieruit kan trekken, is dat shares, sociale signalen en meer verkeer waarschijnlijk je rankings op de een of andere manier beïnvloeden. Het creëren van reuring rond een stuk content helpt om het door meer mensen bekeken te laten worden, wat er ook weer toe leidt dat meer links ontstaan, doordat anderen naar je content verwijzen vanuit hun eigen content. We raden dus aan om zoveel mogelijk gebruik te maken van sociale media.

Sociale markup specificeren

Met de Yoast SEO plugin kan je ook sociale markup toevoegen. Dit helpt Google om je sociale-mediaprofielen aan je site te koppelen, waarmee je je vermelding in Google kan verrijken.

Zorg er simpelweg voor dat je sociale-mediaprofielen in de lijst staan, zodat ze met structured data aan je website gekoppeld kunnen worden.

Dashboard	Social - Yoast SEO	
🖈 Posts	Accounts Facebook Twitter Pinterest	Yoast recommendations for you
역) Media መ Pages	Organization social profiles	Upgrade to Yoast SEO Premium
Comments	Facebook Page URL	+ Rank better with synonyms & related keyphrases
Appearance	Twitter Username	 Preview your page in Facebook and Twitter
🖉 Plugins	Instagram URL	 Get real-time suggestions for internal links
🛓 Users	Linkedin URL	+ No more dead links a.k.a. 404 pages
F Tools Settings	MySpace URL	+ 24/7 email support + No ads!
🕅 SEO 🖣	Pinterest URL	Get Yoast SEO Premium >
General Search Appearance	Wikipedia URL	Extend Yoast SEO
Search Console Social	Save changes	Be found on Google Maps! Our Local SEO plugin will help you rank in Google Maps and
Premium	Upgrade to Yoast SEO Premium	Anter a start star

De sociale instellingen van Yoast SEO

Conclusie

SEO is cruciaal voor het succes van elk bedrijf. SEO is een marathon, geen sprint. Maar het doornemen van dit e-book zal je zeker een stap dichterbij de felbegeerde toppositie van SERP's brengen.

Ten slotte kunnen we niet genoeg benadrukken hoe serieus Google paginasnelheid neemt vanwege de invloed die dit kan hebben op de gebruikerservaring van je site. Wist je dat:

- 1 op de 4 bezoekers een website verlaat als het langer dan 4 seconden duurt om te laden
- 46% van de gebruikers slecht presterende websites niet opnieuw bezoekt
- Website-eigenaren slechts 5 seconden hebben om bezoekers te boeien voordat ze overwegen om te vertrekken

Bij Kinsta gebruiken we state-of-the-art technologie zoals Nginx, PHP 8.0, LXD softwarecontainers, MariaDB en computeoptimized VM's om ervoor te zorgen dat je website in een oogwenk wordt geladen.

Dus als je de snelheid van je site wil verhogen en je SEO inspanningen wil maximaliseren, kies dan Kinsta als je hostingprovider.

Ontdek waarom Kinsta de juiste managed hostingprovider voor jou is »





