



# Drie strategieën om SEO blijvend en krachtig in te zetten

Door:

webtexttool.

# Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	03
2. Bij het begin beginnen: Een definitie.....	04
3. De kracht van consistentie in SEO.....	12
4. Drie strategieën om SEO blijvend en krachtig in te zetten.....	14
5. Samenvatting.....	20
6. Over webtexttool.....	21

# 1. Inleiding

Tekstschrijver, blogger, marketeer of webshop eigenaar? Dan hoeven we je niet te vertellen dat zoekmachine optimalisatie, oftewel SEO (Search Engine Optimization), belangrijk is. Met SEO bedoelen we alle activiteiten waarmee je hoger in de resultaten van zoekmachines komt om zo meer verkeer naar jouw website te krijgen.

Er zijn veel factoren, op je website en daarbuiten, die je kunt optimaliseren. SEO is veelomvattend en wordt daarom vaak als complexe materie beschouwd. Het doel van webtexttool is om het tekstschrijven als onderdeel van SEO simpeler en toegankelijk te maken voor alle content makers.

We zien vaak dat SEO wordt gezien als een eenmalig project. Bij enkele onderdelen van SEO is dat ook zo. Alleen geloven we dat door een consistente en structurele aanpak van SEO je steeds meer en blijvend resultaat kunt behalen.

In deze white paper leggen we uit:

- Hoe SEO werkt
- Waarom je SEO structureel zou moeten inzetten
- Hoe je dit kunt doen



## 2. Bij het begin beginnen: een definitie

Zoekmachine optimalisatie omvat alle activiteiten die bijdragen aan het verhogen van het organische verkeer naar een website vanuit de zoekmachines zoals Google, Bing en Yahoo. Organisch verkeer is verkeer vanuit organische zoekresultaten en worden ook wel niet betaalde zoekresultaten of natuurlijke zoekresultaten genoemd. In Google zien deze eruit zoals in het blauwe kader in afbeelding 1.1 op de volgende pagina.

SEO gaat niet alleen over het optimaliseren van jouw website voor zoekmachines. Het gaat ook over het aantrekkelijker en toegankelijker maken van jouw website voor echte personen, je toekomstige website bezoekers. Deze principes gaan wat ons betreft hand in hand.

Een voorbeeld: optimalisatie laat je nadenken over gebruiksvriendelijkheid van de website en ‘dwingt’ je om content met een bepaalde kwalitatieve waarde te schrijven. Content omvat de tekstuele en (audio)visuele inhoud van een pagina.

Voor een zoekmachine is de content op een webpagina bij voorkeur geoptimaliseerd voor één zoekwoord en heeft een bepaalde lengte. Voordeel voor de lezer: gestructureerde teksten over één onderwerp zijn makkelijk te lezen en er is voldoende diepgang over een onderwerp. Kortom: relevante en interessante content voor de lezer.

schoenen kopen  

[Alle](#) [Shopping](#) [Afbeeldingen](#) [Video's](#) [Nieuws](#) [Meer ▾](#) [Zoekhulpmiddelen](#)

Ongeveer 2.870.000 resultaten (0,35 seconden)

**wehkamp.nl - Schoenen**  
**Adv.** [www.wehkamp.nl/Schoenen](http://www.wehkamp.nl/Schoenen) ▾  
 Ruime keuze Schoenen. Shop nú. Snel thuisbezorgd & Gratis retour!

**Sarenza schoenen online - De nieuwe collectie is binnen**  
**Adv.** [www.sarenza.nl/](http://www.sarenza.nl/) ▾  
 4,2 ★★★★★ beoordeling voor sarenza.nl  
 Gratis 24u bezorging + retour!  
 luxe schoenen · We love shoes · afhaalpunten · de laatste fashion  
 Herenschoenen - Damesschoenen - Tassen & Accessoires - Nieuwe collectie


**Mooie Schoenen Kopen? - Schuurman-Schoenen.nl**  
**Adv.** [www.schuurman-schoenen.nl/](http://www.schuurman-schoenen.nl/) ▾  
 Bekijk onze Voorjaarscollectie! Gratis Bezorgd en Snelle Levering.  
 Snel thuis bezorgd · Niet goed = Geld Terug · Meer dan 80 A-Merken!  
 Alle Top Schoenmerken - Opruiming Schoenen - Onze Schoenenwinkels

**Koop eerlijke schoenen - rankabrand.nl**  
**Adv.** [www.rankabrand.nl/schoenen](http://www.rankabrand.nl/schoenen) ▾  
 Hoe verantwoord zijn schoenmerken? Bekijk de verrassende ranglijst!

**Schoenen online kopen | Gratis verzending | ZALANDO**  
<https://www.zalando.nl/schoenen/> ▾  
 Schoenen online shop ✓ Geen verzendkosten ✓ Snelle levering ✓ Veilig betalen ✓  
 Bestel je schoenen online op Zalando.nl.  
 Damesschoenen - Herenschoenen - Kinderschoenen - Sneakers

**Herenschoenen online kopen | Gratis verzending | ZALANDO**  
<https://www.zalando.nl/herenschoenen/> ▾  
 Natuurlijk: ogen en een glimlach zijn belangrijk bij een eerste indruk. Maar mensen  
 kijken twee tellen later hoogst waarschijnlijk ook naar je schoenen! Zaak dus ...

Google



Afbeelding 1.1 - Google zoekresultaten

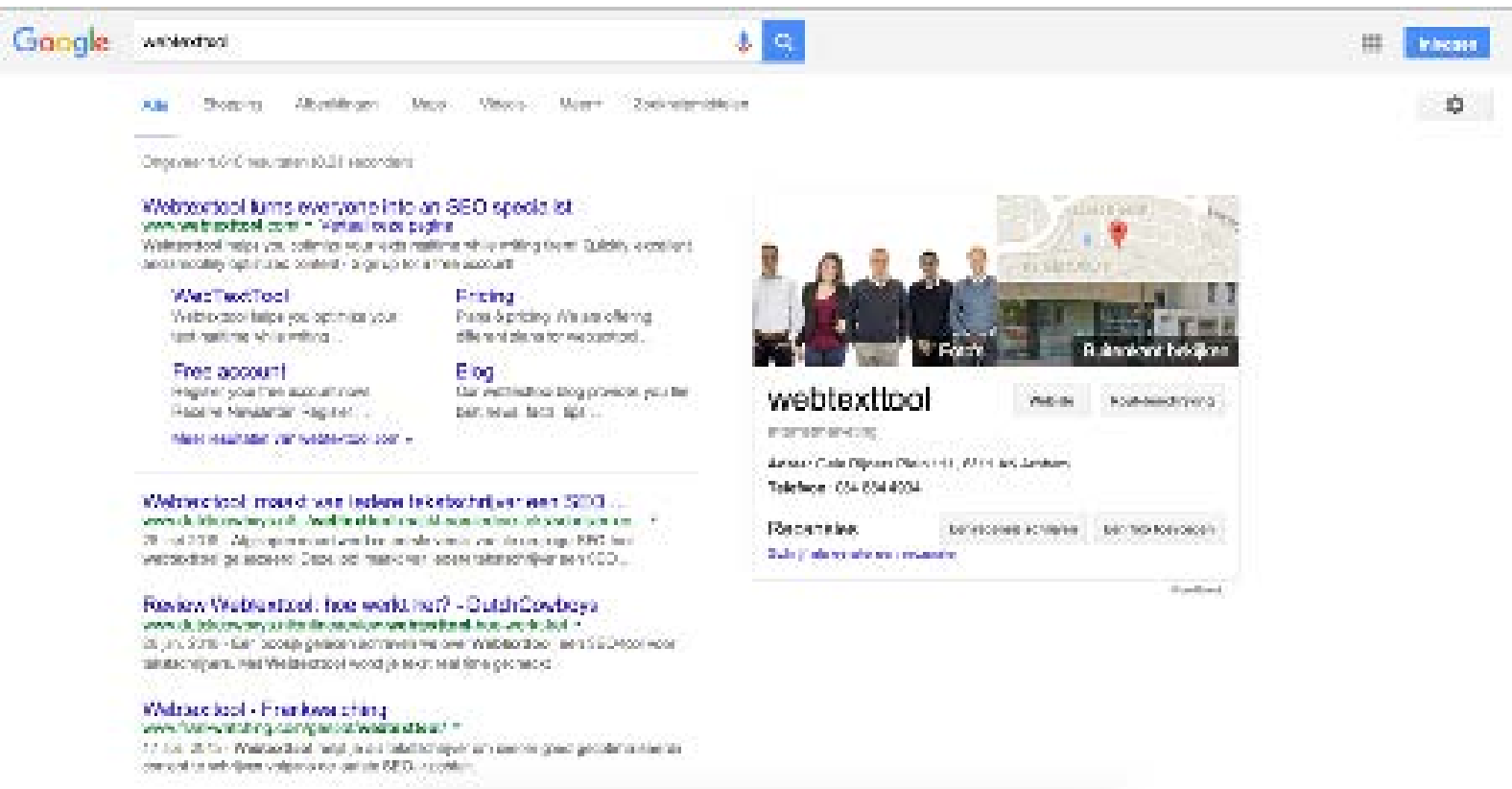
# SEO zorgt voor meer organisch verkeer

---

Wereldwijd ontvangt Google ongeveer 40.000 zoekopdrachten per seconde. Dat komt neer op 3,5 biljoen zoekopdrachten per dag. Dit zijn allemaal zoekopdrachten van personen die in Google op zoek zijn naar informatie. Het doel van een zoekmachine is om de zoeker het beste te helpen bij zijn of haar informatiebehoefte door hem de meest relevante websites aan te bieden. Het is dus erg belangrijk dat jouw pagina voorkomt in de zoekmachine resultaten!

Door in te zetten op zoekmachineoptimalisatie probeer je de ranking van jouw website in de zoekmachines te verbeteren. Ranking betekent je positie in de zoekmachines bij bepaalde zoektermen die zoekmachinegebruikers typen. In het Engels afgekort als SERP (Search Engine Ranking Page). Bijvoorbeeld bij het zoekwoord webtexttool, staat webtexttool op de eerste positie in de zoekmachines. Deze eerste positie is de ranking in de zoekmachine.

Een goede ranking kan veel invloed hebben op het (organische) verkeer naar je website. Tussen een eerste en een derde positie in de organische zoekresultaten van Google zit een verschil van 25% zoekers dat doorklikt naar jouw website. Dit is een percentage genomen van alle mensen die via een zoekmachine zoeken naar dezelfde zoekterm.



Afbeelding 1.2 - Webtexttool in de zoekresultaten



Tabel 1.1 - Zoekverkeer in kaart

Naast een hogere ranking investeer je met SEO in de kwaliteit van je website en draagt SEO bij aan het behalen van jouw online doelen in de vorm van lezers, leads of verkopen.

### Een voorbeeld:

*In de tabel 1.1 is te zien bij welke organische positie gemiddeld op welk percentage van het zoekverkeer men kan rekenen.*

*Stel: maandelijks zoeken 50.000 personen naar 'rode schoenen' in een zoekmachine. Jouw website staat op de derde plek in de zoekmachine. Dan kun je gemiddeld genomen rekenen op 5.000 bezoeken naar jouw website. Zou je, door te werken aan SEO, stijgen naar de eerste positie dan zou je 35% van het zoekverkeer (17.500 bezoeken) naar jouw website genereren. Een groot verschil dus!*

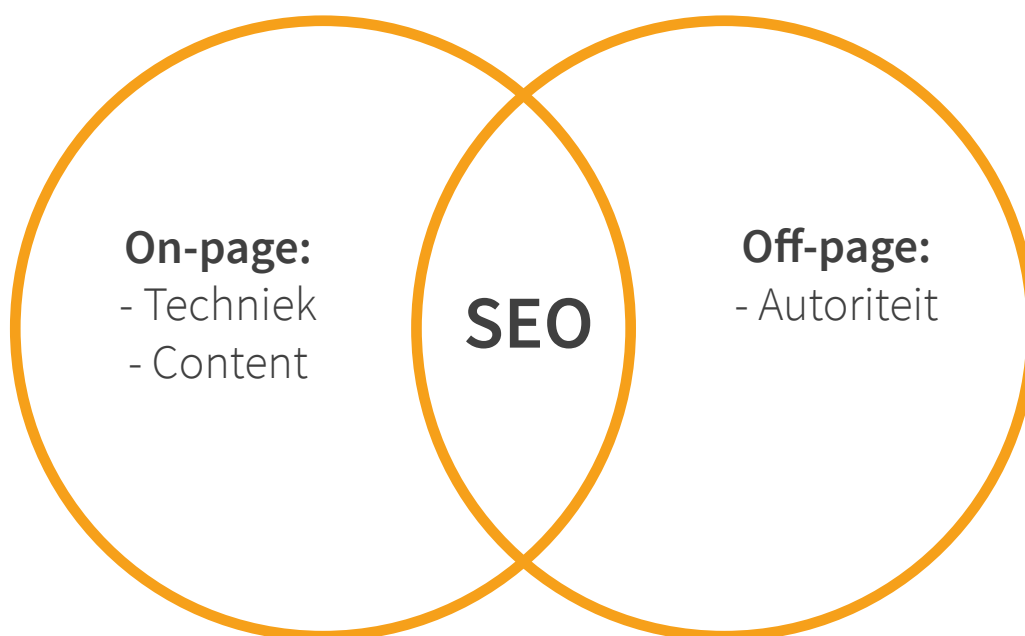


# Factoren waarmee je SEO bedrijft

Je weet nu dat SEO belangrijk is! Er zijn enkele factoren waarmee je de positie van jouw website in de zoekresultaten kunt beïnvloeden, namelijk:

1. Techniek
2. Autoriteit
3. Content

Er wordt ook vaak gesproken van on-page en off-page SEO. On-page SEO staat voor alle factoren die je zelf binnen je website kunt aanpakken. Technische factoren en content vallen hiervoor een groot gedeelte onder. Autoriteit valt bijvoorbeeld onder off-page SEO. In het onderstaande model worden de drie factoren schematisch weergegeven.



Model 1.1 - Factoren binnen SEO

**Techniek:** Dit heeft betrekking op zaken zoals de snelheid van jouw site en of de site goed leesbaar is op mobiele apparaten. Dit zijn factoren die voor Google erg belangrijk zijn.

**Autoriteit:** Autoriteit draait om de externe autoriteit van een website, oftewel het aantal inkomende links (backlinks). Hierbij worden het aantal backlinks en de kwaliteit van de websites waar de links op staan als graadmeter gebruikt.

**Content:** Een zoekmachine moet goed kunnen begrijpen waar jouw pagina's en website over gaan. Je kunt zoekmachines hierbij helpen door een pagina duidelijk te structureren en te schrijven "voor" een zoekterm/woord.

Door op een juiste manier het zoekwoord in jouw content te verwerken, wordt het voor de zoekmachine sneller duidelijk waar jouw content over gaat. En dus kan een zoekmachine jouw pagina als goed resultaat gaan zien voor een zoekopdracht op dat zoekwoord.



**Bekijk onze video over zoekwoorden:**  
<https://www.youtube.com/watch?v=Uns5pcqNElc>

# Content is key, king, queen en master

---

Content is dus een essentieel onderdeel van SEO. Met content voorzie je mensen die via zoekmachines op jouw website terecht komen in hun informatiebehoefte. Of dat nu productinformatie is, prijzen vergelijken of inspiratie opdoen, het draait om relevante content voor jouw gebruiker.

Met content geef je ook context aan waarmee je zoekmachines helpt om jouw website te begrijpen. Stel dat je een website hebt over bankstellen waarop je vaak schrijft over “bank”. Door de juiste content ‘leert’ een zoekmachine dat jouw website gaat over een bank om op te zitten, en niet een bank als financiële instelling.

Wanneer je goede, waardevolle content produceert zullen mensen er vrijwillig naar linken. Deze links worden ook wel backlinks genoemd. De hoeveelheid backlinks naar een pagina wordt door een zoekmachine gezien als graadmeter voor de relevantie van jouw website. Het principe van links ‘verdienen’ wordt ook wel linkearning genoemd en draagt bij aan de autoriteit van jouw website.

Google heeft de Google Webmaster Guidelines gepubliceerd waarin kwaliteitsrichtlijnen staan waarmee Google websites op de juiste wijze kan vinden, indexeren en rangschikken. In deze guidelines wordt belang van relevante content ook aangestipt:

- Maak een site die informatie bevat waar de mensen wat aan hebben en schrijf pagina’s waarin die informatie op een heldere en correcte wijze wordt weergegeven.
- Denk na over de woorden die gebruikers kunnen opgeven om de door u geboden informatie te vinden en zorg ervoor dat die woorden daadwerkelijk op uw site worden gebruikt.

De gehele Google Webmaster Guidelines zijn te lezen via [deze link](#).

# 3. De kracht van consistentie in SEO

Je weet nu dat SEO belangrijk is en dat content een belangrijk daarvan onderdeel is. Het kan zijn dat je al resultaten boekt wanneer je SEO als eenmalig project uitvoert. Echt krachtig wordt het wanneer je een consistente strategie uitvoert en die actief opvolgt, meet en bijstuurt. Zoekmachines zitten niet stil. Jouw concurrenten ook niet. Er verandert continu van alles in het omliggende SEO-landschap van jouw website. Het is belangrijk om hiervan op de hoogte te blijven én erop in te spelen. Vier redenen waarom je SEO consistent moet uitvoeren.

## **Zoekmachines houden van actuele content**

Zoekmachines houden van actuele, relevante en kwalitatief goede content. Nieuwe content wordt sneller getoond in de zoekresultaten. Daarnaast gaat nieuwe en kwalitatief goede content steeds zwaarder wegen voor zoekmachines. Het kan zelfs meer voor je betekenen dan de hoeveelheid backlinks naar je website. De kwaliteit van de websites waarop een link naar jouw website wordt geplaatst wordt steeds belangrijker voor zoekmachines.

## **Je concurrenten zitten niet stil**

Je concurrenten willen ook hoog ranken op belangrijke zoekwoorden. Ook zij zullen bezig zijn om zowel hun eigen website als buiten hun website te optimaliseren. Als zij een plaats stijgen, kan het zijn dat jouw website een plaats zakt. Naast on-page optimalisatie zijn jouw concurrenten mogelijk ook op andere vlakken bezig met SEO, bijvoorbeeld met linkbuilding (het 'verzamelen' van links naar hun website). Het is dus belangrijk om je SEO-activiteiten te blijven onderhouden en uit te bouwen om voorop te blijven lopen.

## **Algoritmes veranderen regelmatig**

Zoekmachines, zoals Google, veranderen hun algoritme regelmatig. Algoritmes zijn regels die door zoekmachines worden gebruikt om websites te vinden, indexeren en rangschikken in de organische zoekresultaten. Vaak zijn het kleine veranderingen, maar twee keer per jaar zijn er grote updates. Deze veranderingen kunnen een grote invloed hebben op jouw ranking. Dat betekent dat als je deze maand goed scoort in Google, je volgende maand niet automatisch nog steeds goed scoort. Het is dus belangrijk dat je deze ontwikkelingen goed in de gaten houdt.

## **Met SEO investeer je in een sterke basis**

Bovenin de zoekresultaten getoond worden kan natuurlijk ook door te adverteren. Heb je hier voldoende budget voor dan is dit voor de korte termijn is dit een goede oplossing. Interessant om te weten is dat ongeveer 75% van de zoekmachinegebruikers, die actief zoeken, op organische resultaten klikt. Een kwart op betaalde resultaten. Voor een langdurig effect is SEO effectiever. Al jouw SEO-activiteiten dragen bij aan de steeds sterker wordende basis die voor het organische verkeer naar jouw website zorgt. Zoekmachineoptimalisatie is een vorm van pull-marketing. Hierbij 'push' je jouw producten of diensten niet maar geven zoekmachinegebruikers zelf aan waar zij behoefte aan hebben.

# 4. Drie strategieën om SEO blijvend en krachtig in te zetten

Omdat SEO veel factoren omvat zijn er ook veel verschillende manieren om SEO te integreren in je marketingactiviteiten. In dit hoofdstuk werken we drie krachtige en tegelijk praktische strategieën uit.

## 1. Maak een content strategie

De content van jouw website moet overeenkomen met wat jouw websitebezoekers willen weten en verwachten wanneer zij op jouw website komen. Content kun je zien als een brug tussen klantwensen en de doelen van jouw website. Een contentstrategie is een plan waarin je bepaalt hoe je content met een bepaalde waarde voor een publiek kan helpen bij het bereiken van jouw doelen.

Door het maken van een contentstrategie ga je nadenken over de inhoud, verspreiding en gewenste effect van de content die je maakt. Als je hier consistent mee aan de slag gaat zorg produceer je steeds nieuwe content. Publiceer je dit op jouw website dan hou jij je website steeds up to date. Je hebt net geleerd dat geüpdatete websites sneller in de zoekresultaten wordt getoond.

Een contentstrategie hoort de volgende vragen te beantwoorden:

1. Welke content je moet maken (wat, voor wie, wanneer, etc.)
2. Waarom je juist die content moet maken (doelen, doelgroepen, etc.)
3. En hoe je kunt bepalen of die content goed is (meten, testen, verbeteren)

## Contentstrategie Canvas

Wie ben je?																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th style="padding: 2px;">Doelstellingen</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Wat zijn je doelen?</p> <p>Hoe ga je deze bereiken?</p> <p>Hoe maak je de doelen meetbaar?</p> </td> </tr> </table>	Doelstellingen	<p>Wat zijn je doelen?</p> <p>Hoe ga je deze bereiken?</p> <p>Hoe maak je de doelen meetbaar?</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th style="padding: 2px;">Intern</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Wie ben je/wat doe je?</p> <p>Tone of voice:</p> <p>Centrale boodschap:</p> </td> </tr> </table>	Intern	<p>Wie ben je/wat doe je?</p> <p>Tone of voice:</p> <p>Centrale boodschap:</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th style="padding: 2px;">Doelgroep</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Wie is je doelgroep?</p> </td> </tr> </table>	Doelgroep	<p>Wie is je doelgroep?</p>											
Doelstellingen																			
<p>Wat zijn je doelen?</p> <p>Hoe ga je deze bereiken?</p> <p>Hoe maak je de doelen meetbaar?</p>																			
Intern																			
<p>Wie ben je/wat doe je?</p> <p>Tone of voice:</p> <p>Centrale boodschap:</p>																			
Doelgroep																			
<p>Wie is je doelgroep?</p>																			
Wat ga je doen?																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="padding: 2px;">Omschrijving content typen</th> <th style="padding: 2px;">Acties</th> <th style="padding: 2px;">Kanalen</th> <th style="padding: 2px;">Doelgroep(en)</th> <th style="padding: 2px;">Promotie</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Contenttype 1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Contenttype 2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Omschrijving content typen	Acties	Kanalen	Doelgroep(en)	Promotie	Contenttype 1					Contenttype 2								
Omschrijving content typen	Acties	Kanalen	Doelgroep(en)	Promotie															
Contenttype 1																			
Contenttype 2																			
Hoe ga je dit doen?																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th style="padding: 2px;">Bronnen</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Wie gaat het doen?</p> <p>Kosten:</p> </td> </tr> </table>	Bronnen	<p>Wie gaat het doen?</p> <p>Kosten:</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th style="padding: 2px;">Content management</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Hoe ga je content produceren?</p> <p>Hoe ga je de content verspreiden?</p> <p>Hoe ga je de content inplannen?</p> </td> </tr> </table>	Content management	<p>Hoe ga je content produceren?</p> <p>Hoe ga je de content verspreiden?</p> <p>Hoe ga je de content inplannen?</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #f4a460;"> <th style="padding: 2px;">Content governance</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Hoe bewaak je de kwaliteit?</p> </td> </tr> </table>	Content governance	<p>Hoe bewaak je de kwaliteit?</p>											
Bronnen																			
<p>Wie gaat het doen?</p> <p>Kosten:</p>																			
Content management																			
<p>Hoe ga je content produceren?</p> <p>Hoe ga je de content verspreiden?</p> <p>Hoe ga je de content inplannen?</p>																			
Content governance																			
<p>Hoe bewaak je de kwaliteit?</p>																			

Download dit canvas via [deze link](#).

**Tip!** Voor de concrete invulling van je content kalender kun je deze bronnen gebruiken:

- Je eigen (marketing)kalender
- Issue kalender – hierin staan alle belangrijke dagen en feestdagen die je kunt gebruiken voor je content kalender. <http://www.issuekalender.nl/>
- Days of the year – Website met alle bijzondere dagen over de hele wereld. <https://www.daysoftheyear.com/>

**Tip!** We hebben een content kalender template gemaakt die je hiervoor kunt gebruiken. Deze kun je gratis downloaden via [deze link](#).

## 2. Doe regelmatig een SEO-concurrentieanalyse

Een concurrentieanalyse is een analyse waarin je de sterke en zwakke punten en de kansen en bedreigingen van je concurrenten op het gebied van SEO in kaart brengt.

Doel van deze analyse is om inzicht te krijgen in jouw eigen positie ten opzichte van de concurrenten en de kansen te ontdekken waarop jij kunt excelleren. We raden onze gebruikers aan om minimaal eens in de drie maanden een SEO-concurrentieanalyse uit te voeren.

Bij een concurrentieanalyse kun je kijken naar verschillende SEO factoren van je concurrenten:

1. Wie zijn je concurrenten
2. Content
3. Ranking van je concurrenten
4. Benchmark (naast je eigen zoekwoord onderzoek / aantal backlinks leggen)



Een format die je kunt gebruiken om een concurrentieanalyse te doen vind je hier onder:

webtexttool.

## SEO concurrentieanalyse Canvas

Aantal Backlinks						
	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni
Eigen website						
Concurrent 1						
Concurrent 2						
Concurrent 3						
Concurrent 4						
Concurrent 5						

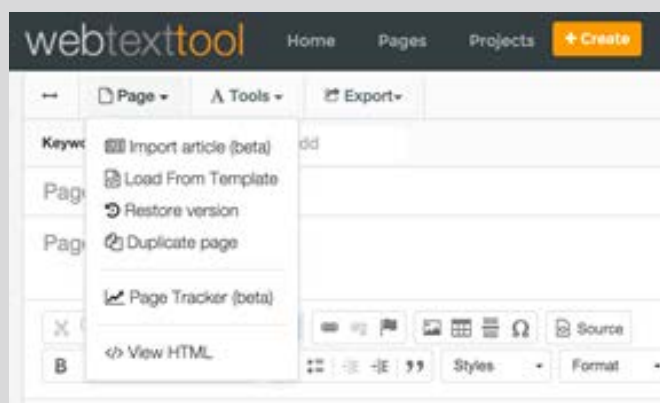
Ranking Zoekwoorden						
Zoekwoorden	Eigen ranking	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3	Concurrent 4	Concurrent 5
Zoekwoord 1						
Zoekwoord 2						
Zoekwoord 3						
Zoekwoord 4						
Zoekwoord 5						
Zoekwoord 6						
Zoekwoord 7						

Tip! Kijk met regelmaat naar alle zoekwoorden waar jouw concurrenten op ranken.  
Het kan zijn dat hier ook interessante zoekwoorden voor jou bij zitten!

Download dit canvas via [deze link](#).

**Tip!** De ranking van je concurrenten kun je checken via de Page Tracker Widget in webtexttool. Je vindt deze widget in de editor onder 'pagina'.

Om het aantal backlinks in te zien kun je gebruik maken van een gratis tool van Moz: <https://moz.com/tools>



### 3. Volg het nieuws rondom de veranderende algoritmes

Google hanteert ongeveer 200 factoren om zoekresultaten op waarde te bepalen. Zoals we eerder schreven veranderen zoekmachines hun algoritmes wel 500 – 600 keer per jaar. Doel van deze updates is om zoekmachinegebruikers de kwalitatief beste content aan te bieden die zo goed mogelijk aansluit bij de zoekopdrachten.

Vaak zijn dit kleine veranderingen. Twee keer per jaar vindt er een grote update plaats. Bekende grote updates zijn de Panda update en de Penguin update. De Panda update heeft als doel: websites van lage kwaliteit en weinig toegevoegde waarde in de content weren om websites van hoge kwaliteit hoger in Google te krijgen. Dit gebeurt door een complexe filter die is ontwikkeld waarbij de kwaliteit van een website wordt getoetst aan een aantal factoren.

De Penguin update 'straft' zogenaamde 'black hat SEO' technieken af. Black hat SEO is een vorm van zoekmachineoptimalisatie waarbij de voorschriften van Google niet gerespecteerd worden. Google Penguin deelt penalty's uit aan websites die deze verkeerde SEO-technieken gebruiken. Een penalty betekent dat jouw website uit de top 100 van Google wordt geweerd.

Ben je niet op de hoogte van deze updates dan kan dit veel invloed hebben op je ranking. Daarom is het belangrijk om op de hoogte te blijven van de veranderingen die grote zoekmachines zoals Google uitrollen.

Je kunt op de hoogte blijven van deze updates door de grotere SEO-blogs te blijven volgen of SEO uit te besteden aan experts die alle updates op de voet volgen. Websites die je hiervoor kunt volgen zijn: [moz.com](http://moz.com) en [searchenginewatch.com](http://searchenginewatch.com). Op deze blogs wordt snel na de update geschreven over de gevolgen van zo'n update en wat je als website eigenaar moet doen.

**Tip!** Webtexttool update de SEO-regels maandelijks. Gebruik je webtexttool om jouw content te optimaliseren dan weet je zeker dat jouw web teksten altijd up to date zijn.

# 5. Samenvatting

Zoals je hebt gelezen is SEO een veelomvattend onderwerp. Er zijn veel factoren waar je rekening mee kunt houden om jouw website te optimaliseren. Maar, dat is het zeker waard. Je investeert hiermee voor de lange termijn in jouw website.

Van alle SEO factoren is content een van de belangrijkste om rekening mee te houden. Na de laatste updates van Google wordt steeds meer duidelijk dat relevante en kwalitatief goede content steeds zwaarder weegt voor zoekmachines. Een logische ontwikkeling, gezien zoekmachines hun gebruikers altijd wil voorzien van content die het beste aansluit bij hun informatiebehoefte.

Wij geloven dat het belangrijk is om SEO structureel te doen en dan met name te integreren in je dagelijkse werkzaamheden rondom het schrijven van content. Hiermee blijf je een sterke positie ten opzichte van je concurrenten behouden. Investeer tijd in het routine maken van deze extra punten zodat je altijd aan de organische basis van jouw website werkt.

We hebben je drie strategieën meegegeven waarmee jij jouw SEO consistent en krachtig kunt inzetten. Om deze strategieën concreet in te kunnen vullen bieden we je ook drie downloadables aan:

- Contentstrategie canvas
- SEO-concurrentieanalyse canvas
- Contentkalender canvas

## 6. Over webtexttool

*“Wij geloven dat iedereen in een handomdraai zoekmachinevriendelijke teksten kan schrijven, zonder achteraf te herschrijven. Met webtexttool maken we de complexe materie van SEO toegankelijker en geven we internetschrijvers handvatten om, zonder technische kennis, direct geoptimaliseerde web teksten te schrijven.”*



Foto: Kyrill Poelmans (CEO) & Marcel Leeman (CEO)

## **Concessies op content**

“Zou het schrijven van creatieve, zoekmachinevriendelijke teksten niet veel simpeler kunnen?” vroegen de oprichters van webtexttool zich af. Vanuit hun vakgebied waren zij vaak betrokken bij de realisatie van websites en merkten dat dat het schrijven van web teksten vaak meer tijd en inspanning kostte dan verwacht. Tel daarbij de vaak strakke deadlines op en er worden al snel concessies gedaan op de content, terwijl dit juist een belangrijk onderdeel is.

## **Traditionele on-page optimalisatie**

Daarnaast is het ‘traditionele’ on-page optimalisatieproces lang. Vaak wordt er eerst een tekst geschreven en daarna geoptimaliseerd. Er gaat tijd overheen om het effect in de zoekresultaten te zien. Op basis hiervan optimaliseer je de tekst nog verder en gaat er weer tijd overheen om het effect daarvan te zien. Kortom: een inefficiënt proces van steeds weer optimaliseren en bijsturen.

## **Makkelijker en sneller**

Om het optimalisatieproces makkelijker en sneller te maken heeft Maarten Vink het concept voor webtexttool bedacht en dit samen met Marcel Leeman en Kyrill Poelmans ontwikkeld. Met webtexttool optimaliseer je jouw creatieve tekst direct. De tool helpt bij het vinden van het beste zoekwoord en geeft tijdens het schrijven tips en suggesties die je direct kunt toepassen om je web tekst SEO-vriendelijk te maken. De online tool is in april 2015 gelanceerd en heeft inmiddels meer dan 3.500 gebruikers.

# webtexttool.

Deze whitepaper wordt aangeboden door webtexttool – jouw content gemakkelijk en snel SEO-proof  
[www.webtexttool.com](http://www.webtexttool.com) | [info@webtexttool.com](mailto:info@webtexttool.com) | (026) 80 80 191