



## **De werking van zoekmachines**

Waarom uw website niet altijd bovenaan zal staan

- Jop Brocker -



## Voorwoord

Dit eBook is bedoeld voor iedereen die meer inzicht wil krijgen in de werking van zoekmachines. Na het lezen zult u niet weten hoe u de eerste plaats kunt bereiken in de resultaten van zoekmachines, wel zult u in staat zijn uw positie te verbeteren, omdat u inzicht heeft in de werking van de zoekmachines. Daarnaast worden er meerdere tips en trucs belicht die bijdragen aan uw zoekmachine optimalisatie. Mocht u na het lezen nog vragen hebben, dan kunt u altijd contact opnemen.

Met vriendelijke groet,

Jop Brocker  
Yes2web – Internet Solutions



## Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Inleiding.....	5
Zoekmachines.....	6
Opkomst van de zoekmachine.....	6
Pagerank.....	6
De resultatenlijst.....	7
Reguliere resultaten.....	7
Commerciële resultaten.....	8
Zoekmachine Optimalisatie.....	9
Inleiding.....	9
Richtlijnen.....	9
Pagerank verhogen.....	10
Meer links.....	10
Meer pagina's.....	11
Hoger in resultatenlijst.....	11
Hoe vaak komt de zoekterm voor op de pagina?.....	11
In welke taal is de pagina geschreven?.....	11
Komt de zoekterm voor in de titel?.....	12
Komt de zoekterm voor in de domeinnaam?.....	12
Komt de zoekterm voor in één van de subtitels?.....	12
Gebruiken de verwijzende websites de zoekterm in de link?.....	12
Leeftijd van website.....	13
Kwaliteit van de hosting.....	13
Lengte van de pagina.....	13
Leesbaarheid van uw website.....	13
Laadtijd van de pagina.....	13
Betrouwbaarheid van de informatie op de pagina.....	14
Voldoet de pagina aan diverse standaarden?.....	14
Overige mogelijkheden.....	14
Google sitemaps en Yahoo URLs.....	14
Robot.txt.....	14
Conclusie.....	15
Zoekmachine Marketing.....	16
Achtergrond.....	16
Werking.....	16
Aanmelden.....	16
Prestaties van de campagne.....	17
Case.....	17
CTR verbeteren.....	17
Groepeer uw keywords naar onderwerp.....	18
Herschrijf uw advertenties.....	18
Verwijder slecht presterende keywords.....	18
Software toolkits.....	18
Landing pages.....	18
Effectiviteit meten van uw hele campagne.....	19
Conclusie.....	20



## Inleiding

Bijna dagelijks wordt mij de vraag gesteld of ik er voor kan zorgen dat website X op de eerste plaats in de resultaten van een zoekmachine kan krijgen. Helaas is dit niet mogelijk, anders had dat heel veel opdrachten opgeleverd. Omgedraaid, wanneer dit wel mogelijk zou zijn, dan zouden de zoekmachines hun geloofwaardigheid verliezen en dus hun marktaandeel. Zoekmachines doen er daarom alles aan om dit tegen te gaan.

Toch zijn er wel mogelijkheden om uw positie te verbeteren. Door te begrijpen hoe een zoekmachine naar uw website kijkt en door te weten welke factoren een rol spelen, kunt u dit beter beïnvloeden. Dit noemt men zoekmachine optimalisatie of Search Engine Optimisation (SEO).

In dit eBook wordt eerst ingegaan op de achtergrond en werking van zoekmachines. Daarna wordt gekeken naar de verschillende factoren die een rol spelen bij zoekmachine optimalisatie. Tot slot wordt nog ingegaan op de mogelijkheden om te adverteren bij zoekmachines. Omdat Google verreweg het grootste marktaandeel heeft in Nederland, wordt er vaak naar Google gerefereert in voorbeelden.



## Zoekmachines

### *Opkomst van de zoekmachine*

Al vanaf het begin van het internet zijn er zoekmachines geweest. Altavista en Yahoo! waren de eerste grote spelers. Deze zoekmachines functioneerde nog redelijk eenvoudig, er werd gekeken hoe vaak het gezochte woord voor kwam op een website en ordende de resultaten op basis hiervan. Helaas werkte dit misbruik in de hand, webdesigners stopten hun website vol met verborgen keywords om zo de resultaten te manipuleren.

Door de internet bubble rond de eeuwwisseling nam de omvang van het internet explosief toe. Daarmee ook de noodzaak van betrouwbare zoekmachines. Larry Page en Sergey Brin ontwikkelden een algoritme om websites te indexeren dat vele malen betrouwbaarder bleek dan de algoritmes die andere zoekmachines op dat moment gebruikten. Op het juiste moment introduceerden zij Google waarmee zij al snel marktaandeel begonnen op te bouwen. Google neemt niet alleen het aantal keer dat een zoekterm in de tekst voor komt in beschouwing, maar kijkt ook naar een door Google berekende waarde van de website.

Inmiddels is Altavista nagenoeg van het toneel verdwenen en hebben de andere zoekmachines een soortgelijk algoritme in gebruik genomen. Dit heeft er echter niet voor gezorgd dat het succes van Google uit bleef. Anno 2005 is Google een beursgenoteerd bedrijf geworden en marktleider op de zoekmachinemarkt. Dit alles hebben ze eigenlijk alleen te danken aan het feit dat zij de meest betrouwbare zoekresultaten presenteren. Dit verklaart ook waarom Google en consorten er alles aan zullen doen om de beste kwaliteit zoekresultaten te presenteren. Daarom zullen zij er ook alles aan doen om ervoor te zorgen dat een bepaalde website niet op nummer 1 komt te staan, als deze daar niet thuis hoort! De vraag is dus niet "Kan ik op de eerste plaats in de zoekresultaten komen te staan?" maar "**Hoe maak ik een website waarvan zoekmachines vinden dat deze op de eerste plaats thuis hoort?**". Meer hierover vindt u in het hoofdstuk Zoekmachine Optimalisatie. Voordat we hierop ingaan wordt er nog gekeken op welke manier een zoekmachine voor een bepaalde zoekterm tot een resultatenlijst komt.

### *Pagerank*

Het eerder genoemde algoritme van Google berust op Pagerank. Iedere pagina die in de Google index (de database met alle opgenomen websites) is opgenomen heeft een eigen Pagerank score. Door de Google toolbar<sup>1</sup> te installeren kunt u met eigen ogen voor iedere pagina zien hoe hoog deze Pagerank is. Laagste is een

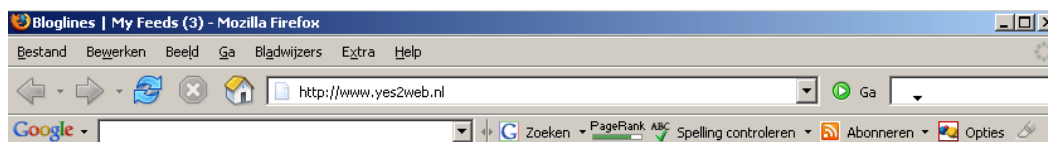
<sup>1</sup> <http://toolbar.google.com/>



## De werking van Zoekmachines

---

PageRank van 1, hoogste 10. Om een trede hoger te komen, zijn er echter steeds meer inkomende links nodig, om van PR 1 naar PR 2 te komen is dus veel makkelijker dan van PR 7 naar PR 8.



**Illustration 1: Google toolbar in Firefox**

Eens in de paar maanden berekent Google de Pagerank voor alle pagina's in de index. Voor iedere pagina wordt gekeken hoeveel websites ernaar verwijzen en hoe hoog de Pagerank van al deze websites is. Daarnaast wordt er ook gekeken naar het aantal uitgaande links. Hoe meer uitgaande links op een pagina, des te lager de Pagerank die per link wordt doorgegeven.

De berekening van de Pagerank voor al deze websites is heel complex. Het valt buiten het scope van dit artikel om hierop in te gaan. Mocht u hier echter meer over willen weten, dan kunt u het beste het volgende artikel van onze website downloaden:

“PageRank Uncovered”

<http://www.yes2web.nl/files/FILE/ebook/PageRank.pdf>

## *De resultatenlijst*

### **Reguliere resultaten**

Bij het bepalen van de volgorde van de resultatenlijst wordt met een complexe berekening een groot aantal factoren meegenomen. Om manipulatie tegen te gaan, worden deze factoren niet expliciet bekend gemaakt door de zoekmachines. Hieronder een lijst van elementen waarvan men een groot vermoeden<sup>2</sup> heeft dat deze meespelen:

- Pagerank van de pagina
- Hoe vaak komt de zoekterm voor op de pagina?
- In welke taal is de pagina geschreven?
- Komt de zoekterm voor in de titel?
- Komt de zoekterm voor in de domeinnaam?
- Komt de zoekterm voor in één van de subtitels?
- Gebruiken de verwijzende websites de zoekterm in de link?
- Leeftijd van website
- Kwaliteit van de hosting
- Lengte van de pagina
- Laadtijd van de pagina
- Betrouwbaarheid van de informatie op de pagina

---

<sup>2</sup> Google doet zelf geen uitspraken over het algoritme, experts kunnen daarom alleen vermoeden wat er wordt meegenomen in de ranking.



## De werking van Zoekmachines

- Voldoet de pagina aan diverse standaarden?

Deze lijst is niet compleet, maar geeft in ieder geval een goed idee hoe complex dit is. Ook wordt hiermee duidelijk dat Pagerank een grote rol speelt, maar dat men zich zeker niet moet blind staren op dit cijfer.

### Commerciële resultaten

Rechts naast de reguliere zoekresultaten ziet u resultaten met een andere opmaak. Dit zijn advertenties van andere webmasters. U kunt door middel van een veiling-systeem op zoektermen bieden. Het bedrag dat u biedt is het maximum wat u betaalt per bezoeker die op een link uit de advertentie klikt. Hoe dit in zijn werk gaat leest u in het hoofdstuk Zoekmachine Marketing

The screenshot shows a Google search interface with the search term 'boterbloem'. The search bar includes a 'Zoeken' button and links for 'Geavanceerd zoeken' and 'Vookeuren'. Below the search bar, there are radio buttons for search scope: 'het Internet', 'pagina's in het Nederlands' (selected), and 'pagina's uit Nederland'. The search results are displayed under the heading 'Het Internet' and show 'Resultaten 1 - 100 van circa 92.100 pagina's in het Nederlands voor boterbloem. (0,46 seconden)'. The results are categorized into 'Reguliere resultaten' and 'Commerciële resultaten'. The 'Reguliere resultaten' section includes a link to 'Boerderij De Boterbloem | Bed & Breakfast | Camping | Ballonvaren ...' with a snippet: 'Een onvergetelijke vakantie op boerderij 'De Boterbloem' ... Kamperen op minicamping 'De Boterbloem' is ideaal voor gezinnen met jonge kinderen. ...'. The 'Commerciële resultaten' section includes a link to 'Tuingereedschap' with a snippet: 'Als u kiest voor kwaliteit, kiest u voor State of Garden www.stateofgarden.nl'.

**Illustration 2: De zoekresultaten van Google**



## Zoekmachine Optimalisatie

### *Inleiding*

Al zolang er zoekmachines bestaan, worden websites geoptimaliseerd voor zoekmachines. Dit is een proces waarin de website zo wordt aangepast zodat deze op bepaalde zoektermen hoger in de resultatenlijst komen te staan. Er zijn inmiddels vele gespecialiseerde bedrijven die dit voor u aanbieden. De geboekte resultaten kunnen variëren, alsmede de door deze bedrijven berekende tarieven. Hoewel vaak anders beweert, is dit absoluut niet illegaal. Termen als "zoekmachine manipulatie" zijn vaak overdreven.

### *Richtlijnen*

Omdat het belang van een toppositie binnen de zoekmachines steeds groter wordt, hebben de zoekmachines richtlijnen opgesteld wat wel mag en wat niet. Websites die zich niet aan de richtlijnen houden lopen het risico uit de resultatenlijst te worden verwijderd. Dit zijn de richtlijnen zoals deze zijn opgesteld door Google<sup>3</sup>:

- Maak een website voor gebruikers, niet voor zoekmachines. Zet uw gebruikers niet op het verkeerde been en schiep zoekmachines niet op met andere inhoud dan de inhoud die u aan uw bezoekers voorschotelt (dit wordt ook wel 'cloaking' genoemd).
- Probeer niet via allerlei trucjes uw positie in de zoekresultaten op te schroeven. Een goede vuistregel is dat u zonder schuldgevoel zou moeten kunnen uitleggen wat u een concurrerende website heeft aangedaan. Een andere nuttige testvraag is 'Hebben de bezoekers van mijn site hier wat aan? Zou ik dit ook doen als er geen zoekmachines zouden bestaan?'
- Doe niet mee aan uitwisselingsprogramma's van koppelingen die zijn bedoeld om uw positie in de zoekresultaten of uw PageRank te verbeteren. Het is met name van belang dat u geen koppelingen aanbrengt naar webspammers of naar 'achterbuurten' van het internet, aangezien zulke koppelingen uw rangschikking negatief beïnvloeden.
- Gebruik geen illegale programma's voor het automatisch aanmelden van pagina's en het controleren van uw positie in zoekresultaten. Deze programma's leggen een onevenredig groot beslag op onze computerbronnen en zijn in strijd met onze algemene gebruiksvoorwaarden. Google raadt het gebruik van producten als WebPosition Gold™ af. Met zulke programma's worden zoekopdrachten automatisch samengesteld en naar Google verzonden.
- Vermijd verborgen teksten en verborgen koppelingen.

<sup>3</sup><http://www.google.nl/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35772&topic=8521>



- Laat u niet in met cloaking of met verborgen omleidingen.
- Bestook Google niet met automatische zoekopdrachten.
- Stop uw pagina's niet vol met irrelevante woorden.
- Maak geen extra pagina's, subdomeinen of domeinen om de inhoud van uw site te dupliceren.
- Maak geen 'doorway'-pagina's die alleen maar bedoeld zijn voor zoekmachines. Laat u ook niet in met 'cookie cutter'-benaderingen zoals 'affiliate programs'. Dit levert alleen maar sites op met weinig of geen relevante inhoud.

Hoewel deze richtlijnen glashelder zijn, zijn er toch “specialisten” die zich niet aan deze richtlijnen houden. In mei 2005 werden een aantal verzekeringsbedrijven uit Nederland verwijderd uit de Google index, omdat hun zoekmachine optimalisatie specialist zich gedurende lange tijd niet aan de gestelde richtlijnen hield, met als gevolg enkele miljoenen euro's schade. Vraag een specialist dan ook altijd of hij kan garanderen dat hij volgens de richtlijnen handelt en welke verantwoordelijkheden hij neemt indien hij de fout in gaat. Het is immers uw website die uit de index wordt verwijderd, niet die van de specialist.

### *Pagerank verhogen*

De Pagerank is op 2 manieren te verbeteren, u kunt voor meer inkomende links zorgen, of u zorgt voor meer content op uw website.

#### **Meer links**

Doordat er meer websites naar uw website verwijzen, neemt de Pagerank toe. U kunt andere webmasters vragen een link te plaatsen naar uw website, vaak vragen zij hier een link voor terug. Bedenk wel dat dit laatste u weer Pagerank kost, het is dus de vraag of dit zinvol is. Websites die gratis een link naar uw website plaatsen zijn bijvoorbeeld Startpagina of DMOZ<sup>4</sup>.

Er zijn echter ook websites puur gericht op het uitwisselen van links, om zo meer pagerank te vergaren. Dit valt onder de noemer Linkfarming, een praktijk die door de zoekmachines niet gewaardeerd wordt. Bij het aanvragen van een link op een website is het dus altijd belangrijk dat u zich af vraagt of de bezoekers van de website waar u een link op laat plaatsen, ook de bezoekers zijn die geïnteresseerd zijn in uw website. Is dit niet het geval, dan is link het niet waard.

Een betere manier om aan links te komen is het schrijven van waardevolle content. Wanneer u veel nuttige informatie op uw website plaatst, zullen er vanzelf mensen naar deze teksten gaan verwijzen. Het moge duidelijk zijn dat zoekmachines vele malen meer waarde hechten aan deze links.

---

<sup>4</sup><http://www.dmoz.org>



## **Meer pagina's**

Het schrijven van waardevolle content heeft nog een tweede positief effect. Wanneer u een pagina toevoegt aan uw website, dan verwijst u, als het goed is, door middel van het logo bovenaan de pagina naar de eerste pagina uit uw website. Hierdoor neemt de Pagerank van de homepagina toe, met iedere pagina die u toevoegt. Hoe beter de inhoud van de nieuwe pagina, des te meer links men naar uw pagina's plaatst, des te hoger de Pagerank van al uw pagina's en dus des te meer Pagerank er aan de homepagina wordt toegevoegd.

Terug naar de vraag:

Hoe maak ik een website waarvan zoekmachines vinden dat deze op de eerste plaats thuis hoort?

**Tip 1.** Voeg zoveel mogelijk pagina's toe met waardevolle content toe aan uw website om uw Pagerank te verhogen. Schrijf artikelen, schrijf analyses, publiceer nieuwsberichten en persberichten, plaats handleidingen online. Wees niet bang dat anderen ervandoor gaan met uw teksten, als u ze niet plaatst, is er wel iemand anders die ze plaatst.

## *Hoger in resultatenlijst*

Zoals reeds eerder genoemd is Pagerank niet het enige belangrijke bij het bepalen van de zoekresultaten. Voor alle punten genoemd in het hoofdstuk "De zoekresultaten" zullen hieronder tips gegeven worden hoe de resultaten positief te beïnvloeden.

## **Hoe vaak komt de zoekterm voor op de pagina?**

Het lijkt simpel, hoe vaker een zoekterm voorkomt op een pagina, des te relevanter de pagina voor de zoekterm. Probeer echter niet zoveel mogelijk keywords in een pagina te proppen. Probeer voor iedere belangrijke zoekterm een aparte pagina te schrijven. Op deze manier is het voor een zoekmachine makkelijker om de juiste pagina bij een zoekterm te vinden.

Ga in geen enkel geval zoektermen verstoppen in onzichtbare gedeelten of in dezelfde kleur als de achtergrond. Zodra dit opgemerkt wordt loopt u het risico uit de zoekmachine verwijderd te worden.

**Tip 2.** Schrijf voor iedere belangrijke zoekterm een aparte pagina.

## **In welke taal is de pagina geschreven?**

Een zoekmachine geeft bij voorkeur de websites weer in dezelfde taal als de computer van de bezoeker. Door uw website in meerdere talen uit te voeren is de kans groter dat uw website getoond wordt. Vergeet niet: meer talen, betekent meer content, betekent meer Pagerank.

**Tip 3.** Vertaal uw website in meerdere talen.



### **Komt de zoekterm voor in de titel?**

De titel van de website wordt in de blauwe balk boven in beeld weergegeven. Daarnaast gebruiken de zoekmachines de titel in hun resultatenlijst. Het is daarom belangrijk voor iedere pagina een eigen titel te schrijven, liefst met relevante keywords. Ga geen lijst met keywords in uw titel stoppen, dit werkt écht niet meer. Dit gaat alleen maar ten koste van de betrouwbaarheid van uw pagina.

**Tip 4.** Schrijf voor iedere pagina een eigen titel.

### **Komt de zoekterm voor in de domeinnaam?**

Wanneer een zoekterm in de URL voor komt, dan is de kans ook groot dat de pagina relevant is. De kans is echter groot dat uw domeinnaam bestaat uit uw bedrijfsnaam. Om toch keywords in de URL te verwerken is het belangrijk dat u met “pretty-urls” werkt.

Pretty: <http://www.uwbedrijf.nl/producten/productnaam/>

Niet Pretty: <http://www.uwbedrijf.nl/index.php?id=234&cat=6643>

Pretty-urls worden mogelijk gemaakt door een geavanceerd Content Management Systeem te gebruiken (let op, lang niet alle systemen ondersteunen pretty-urls) of door uw webdesign bureau hier expliciet om te vragen.

Belangrijke noot: het heeft vrijwel geen nut om een extra domeinnaam met keywords aan uw website te koppelen, zolang u niet van plan bent de oude domeinnaam te laten vervallen.

**Tip 5.** Gebruik pretty-urls en verwerk belangrijke zoektermen in de URL.

### **Komt de zoekterm voor in één van de subtitels?**

Een goede webpagina bevat niet 1 lange lap tekst, maar bestaat uit korte stukken tekst met kopjes. Deze headers geven structuur aan een pagina. Door naar de headers te kijken, ziet een zoekmachine waar het daar op volgende blok tekst over gaat. Zorg dus dat deze headers de relevante zoektermen bevatten.

**Tip 6.** Gebruik subtitels (headers) en verwerk belangrijke zoektermen hier in.

### **Gebruiken de verwijzende websites de zoekterm in de link?**

De websites die naar uw pagina's verwijzen, kunnen dit op verschillende manieren doen. Vaak gebeurt dit eenvoudig met de naam van uw bedrijf. Het kan ook zijn dat de tekst van de link bestaat uit het onderwerp waar uw pagina over gaat. In het slechste geval wordt er een tekst gebruikt als “Klik hier”. Een zoekmachine weet in dat laatste geval absoluut niet wat er onder de link te vinden is.



**Tip 7.** Vermijd links met als tekst “Klik hier” en probeer zoveel mogelijk de zoekterm in de link te gebruiken.

### **Leeftijd van website**

Een website die al lange tijd online staat wordt gezien als een betrouwbare bron. Plaats oudere pagina's en berichten daarom in een archief, zodat deze informatie niet verloren gaat.

**Tip 8.** Plaats oudere pagina's in een archief. Gooi geen content weg.

### **Kwaliteit van de hosting**

Wanneer uw website af en toe offline is, gaat dit ten koste van de betrouwbaarheid. Zorg dus voor een goed hostingcontract. Informeer naar uptime uit het verleden. Vraag uw hosting provider met hoeveel andere websites u de server deelt.

**Tip 9.** Zoek een betrouwbare hosting provider

### **Lengte van de pagina**

Afhankelijk van de Pagerank van een pagina, slaat een zoekmachine maar een beperkte hoeveelheid informatie op. Meestal ligt dit rond de 15Kb (= +/- 1 A4). U kunt dus beter de informatie spreiden over verschillende pagina's. Aan de technische kant is het belangrijk dat inhoud en opmaak gescheiden zijn. Een zoekmachine is namelijk alleen maar geïnteresseerd in content. Wanneer deze twee niet gescheiden zijn, wordt er door de zoekmachine ook code voor de opmaak opgeslagen. Als de pagina hierdoor over de limiet heen gaat, kan het zijn dat belangrijke content niet wordt opgeslagen. Informeer bij uw webdesign bureau of content en opmaak gescheiden zijn, wanneer ze geen idee hebben, kunt u beter op zoek gaan naar een professional.

**Tip 10.** Hou inhoud en opmaak gescheiden, hanteer een maximale pagina lengte van één a4 aan.

### **Leesbaarheid van uw website**

Zoekmachines kunnen niet zien wat er in een plaatje te zien is, dus ook niet zien welke tekst erop staat. Het is dus van belang dat uw website nog leesbaar is, wanneer plaatjes en flash uitgeschakeld zijn. Dit kunt u testen door Firefox<sup>5</sup> te downloaden. Deze browser geeft u de mogelijkheid afbeeldingen uit te schakelen, zodat u de website ziet door de ogen van een zoekmachine.

### **Laadtijd van de pagina**

Een zoekmachine is op zoek naar de beste kwaliteit, daar telt de laadtijd ook bij mee. De laadtijd is afhankelijk van 2 factoren, de snelheid van de server en de efficiency van de programmeercode. De

<sup>5</sup>[Http://www.firefox.com](http://www.firefox.com)



efficiency van de code is vooral afhankelijk van de kwaliteiten van uw webdesign bureau. Het vergt hogere technische kennis van programmeertalen om een website minimalistisch op te bouwen.

**Tip 11.** Zorg dat uw website snel laadt.

### **Betrouwbaarheid van de informatie op de pagina**

Een zoekmachine probeert de beste websites te vinden. Wanneer u uw teksten op uw pagina onderbouwt met verwijzingen naar erkende websites of naar wetenschappelijke artikelen, dan bevordert dit de betrouwbaarheid. Deze zijn veelal herkenbaar aan een domeinnaam eindigend op .edu of .org.

**Tip 12.** Verwijs (link) in uw tekst naar betrouwbare bronnen.

### **Voldoet de pagina aan diverse standaarden?**

Zoals er een standaard is voor CD's is er ook een standaard voor websites. Wanneer de CD producent zich niet aan de standaard houdt, zal de CD speler de CD niet af kunnen spelen. Wanneer uw website niet voldoet aan de standaard, zullen sommige browsers hem niet kunnen weergeven. Helaas zijn er ontzettend veel webdesigners die deze standaarden aan hun laars lappen. Om te controleren of uw website voldoet aan de webstandaard, gaat u naar de website van het W3C<sup>6</sup>.

**Tip 13.** Zorg dat uw website voldoet aan de W3C standaarden.

## *Overige mogelijkheden*

### **Google sitemaps en Yahoo URLs**

Google en Yahoo bieden geavanceerde mogelijkheden om pagina's op te laten nemen in hun index. Dit gebeurt door een los bestand op de webserver te plaatsen met daarin een overzicht van alle urls die op de website te vinden zijn. In sommige gevallen wordt dit door een Content Management Systeem automatisch gedaan, zodat u hier geen omkijken naar heeft.

**Tip 14.** Maak gebruik van de mogelijkheden om al uw pagina's automatisch op te laten nemen in de zoekmachines.

### **Robot.txt**

Het kan voorkomen dat u niet alle pagina's in een zoekmachine wilt laten opnemen. Om dit af te schermen kunt u gebruik maken van robot.txt. Dit bestand wordt op de server geplaatst en informeert de zoekmachines welke bestanden en mappen geïndexeerd mogen worden.

---

<sup>6</sup> <http://www.w3c.nl/validate/>



**Tip 15.** Scherm pagina's af van zoekmachines door middel van robots.txt.

### *Conclusie*

Bovengenoemde tips zijn een goed begin om aan uw positie in de resultatenlijst te gaan werken. Er zijn echter nog veel meer mogelijkheden, maar dit valt buiten het bestek van dit schrijven.

Wanneer u met uw website aan de slag gaat moet u zich altijd het volgende blijven afvragen:

Draagt dit bij aan de kwaliteit van de website, waardoor mensen (en dus zoekmachines) hier naar zullen refereren?



## Zoekmachine Marketing

### *Achtergrond*

Zoekmachine Marketing bestaat uit het adverteren via zoekmachines. In dit hoofdstuk zullen wij het vaak hebben over Google als voorbeeld, Yahoo en MSN bieden echter gelijksoortige diensten aan. In 2005 was Google echter de meest bezochte website in Nederland, zelfs boven startpagina en marktplaats. Uw zult dus door bij Google te adverteren de meeste klanten bereiken. Het grote voordeel van deze vorm van adverteren is dat u er zeker van kunt zijn dat de bezoeker ook daadwerkelijk op zoek is naar wat er op uw website te vinden is.

### *Werking*

Wanneer u bij Google een zoekterm invoert, ziet u rechts in de kantlijn een tweede lijst met resultaten staan. Dit zijn de zogenaamde Adwords<sup>7</sup> advertenties. Webmasters kunnen via het Adwords systeem van Google bieden op zoektermen die bezoekers van Google.nl intypen wanneer ze op internet willen zoeken. Het geboden bedrag wordt echter pas door de adverteerder betaald, op het moment dat de bezoeker op de advertentie klikt. Iedere cent die u aan deze campagne uitgeeft, garandeert dus in ieder geval een bezoeker. Het maakt niet uit of 1000 man naar uw advertentie kijken zonder erop te klikken, u betaalt echt alleen voor de clicks. Later zult u echter wel zien dat de positie van de advertentie (boven of onderaan) wel afhangt van de prestatie van uw advertentie.

De prijs die u voor een click betaalt noemt men Cost per Click (CPC). Het alternatief wat advertentiewebsites vaak bieden is Cost per Mille (CPM), oftewel, de kosten per 1000 impressies. Hierbij betaalt u voor iedere keer dat de advertentie (meestal een banner) wordt weergegeven, of de bezoeker nu klikt of niet.

### *Aanmelden*

Om van start te kunnen dient u zich eenvoudig aan te melden bij Google Adwords. Inschrijfgeld is slechts € 5,- en kan per creditcard voldaan worden. Daarna kunt u direct beginnen met het aanmaken van uw eerste campagne. Hoe dit allemaal in zijn werk gaat, valt buiten de strekking van dit paper. U kunt dit zelf uitzoeken (er is voldoende online hulp aanwezig), u kunt ook een Google Professional in de hand nemen. Door een bedrijf met deze certificering in dienst te nemen geeft u hen beperkt toegang tot uw campagnes. Vervolgens kunnen zij uw campagnes opstarten, beheren, verbeteren of analyseren. U herkent deze bedrijven aan het logo hiernaast.



<sup>7</sup> <http://adwords.google.nl>



## *Prestaties van de campagne*

Bij iedere campagne die u via Adwords voert, wordt een ClickThrough Rate (CTR) weergegeven. Dit percentage geeft aan hoeveel procent van de bezoekers niet alleen bekijkt, maar ook klikt. Dit percentage is belangrijker dan u in eerste instantie zult denken.

De lijst van Adword advertenties op de resultatenlijst van een zoekopdracht wordt namelijk gesorteerd op meerdere factoren. Van belang zijn onder andere: Het bedrag, de relevantie van de zoekterm, de prestatie van de advertentie op deze zoekterm. Hoe hoger de CTR, des te hoger eindigt uw advertentie in de resultaten.

## **Case**

Dit is als volgt te verklaren: Stel u adverteert op de zoekterm "tandenborstel" met een advertentie met als titel: "Tandpasta nodig?". Uw concurrent adverteert ook op "tandenborstel" maar heeft een advertentie met de titel "Tandenborstel nodig?". We gaan ervan uit dat beide bereid zijn € 0,50 te betalen voor een click. Nu zult u begrijpen dat men eerder geneigd is op de laatste advertentie te klikken, deze is namelijk relevanter voor de zoekterm. Als de tweede advertentie dus 2 x zo vaak wordt aangeklikt, verdient Google 2 x zo veel als beide advertenties even vaak worden weergegeven. Om dit te waarderen zet Google de tweede advertentie bovenaan de resultatenlijst.

U gaat hier tegenin door uw bod te verhogen naar € 0,75 cent, u bent dus bereid 50% meer te betalen voor een click dan uw concurrent. Helaas wordt de advertentie van de concurrent nog steeds 2 x zo vaak aangeklikt (2 x zo hoge CTR), wie kan rekenen ziet dat het nog steeds meer geld oplevert om de tweede advertentie bovenaan de resultatenlijst te zetten.

Conclusie: een verdubbeling van de CTR, betekent een halvering van de kostprijs. Indien u de kostprijs niet verlaagt, zal dit resulteren in een hogere positie in de resultatenlijst.

## *CTR verbeteren*

Om uw CTR te verbeteren kunt u een aantal stappen ondernemen:

- Groepeer uw keywords naar onderwerp en schrijf aparte advertenties voor ieder onderwerp
- Herschrijf uw advertenties
- Verwijder slecht presterende keywords



Adverteren bij een zoekmachine vergt continue aandacht, het is een iteratief proces van verbetering van uw campagne.

### **Gropeer uw keywords naar onderwerp**

Door keywords te groeperen naar onderwerp, kunt ook gerichtere advertenties schrijven. Hoe beter de advertentie aansluit op een groep keywords, des te hoger het resultaat. Doordat u nu per onderwerp adverteert, kunt u per onderwerp ook verschillende advertenties aanmaken. Hiermee zorgt u ervoor dat de advertentie beter aansluit op de zoektermen en zo op de zoekopdracht van de potentiële bezoeker.

### **Herschrijf uw advertenties**

Wanneer u een nieuwe advertentie aan een groep keywords toevoegt, dan heeft deze standaard dezelfde tekst als de best presterende advertentie. Dit is niet voor niets, het is namelijk zeer nuttig uw beste advertentie een klein beetje aan te passen. Google houdt vervolgens de CTR van beide advertenties bij, wanneer de aanpassing geleid heeft tot een verbetering in CTR, dan schakelt u de oorspronkelijke advertentie uit, zo niet, dan verwijdert u de nieuwe. Vaak is het veranderen van 1 woord al voldoende om de CTR significant te beïnvloeden.

### **Verwijder slecht presterende keywords**

Keywords die slecht presteren zijn vaak niet relevant (genoeg) voor de bijbehorende advertentie. U kunt deze beter uit de lijst verwijderen. Mocht het in uw ogen toch een belangrijk keyword zijn, maak dan een nieuwe groep keywords aan voor dit keyword. Schrijf een bijpassende advertentie en kijk of het keyword nu beter presteert.

### *Software toolkits*

Het bijhouden van uw campagnes is een tijdrovende klus. Om die reden zijn er diverse software pakketten beschikbaar die u hierbij helpen. Vaak zijn deze echter wel aan de prijzige kant, het is dus alleen rendabel als u een behoorlijk budget spendeert aan het adverteren. Zoekmachine marketing bedrijven gebruiken dezelfde software pakketten, maar omdat zij deze voor meerdere klanten inzetten, kunnen ze de kosten laag houden.

### *Landing pages*

Hoewel hiervoor kort is beschreven hoe u uw advertentie optimaliseert, is het net zo belangrijk dat de bezoeker, na een click op uw advertentie, vindt wat hij zoekt op uw website. Een zeer efficiënt hulpmiddel hiervoor zijn zogenaamde "landing pages". Dit zijn pagina's binnen uw website die niet gevonden worden door reguliere bezoekers, maar uitsluitend bedoeld zijn om bezoekers die op uw advertentie hebben geklikt, ontvangen worden op uw website. Hier geeft u meer informatie over het onderwerp waarop gezocht is (u



heeft de advertentie immers gegroepeerd op onderwerp). Daarnaast staan op deze pagina een aantal vervolgstappen die de bezoeker kan nemen, zoals: contact opnemen, een bestelling plaatsen, meer informatie inwinnen.

Een landing page laat u door uw webdesign bureau maken, of maakt u aan met uw Content Management Systeem. Zorg er in ieder geval voor dat u ook kunt meten hoeveel kliks er op deze pagina's komen, zodat u dit kunt vergelijken met de statistieken van de adwords.

### *Effectiviteit meten van uw hele campagne*

Behalve de CTR heeft Google nog een ander middel om de effectiviteit of het rendement te meten van uw campagne. Door een stuk programmacode aan uw website toe te voegen, kunt u ook meten hoeveel procent van de kliks daadwerkelijk tot een succes gerekend kunnen worden. Door deze code in de bevestigingspagina van een bestelprocedure of een offerteaanvraag te verwerken, vertelt Google u hoeveel deze "succesvolle kliks" gekost hebben. Aan de hand hiervan kunt u bepalen of de kosten opwegen tegen de opbrengsten. Het verwerken van de programmeercode in uw website is een taak waarbij uw waarschijnlijk de hulp nodig heeft van uw webdesign bureau. In het geval van een Content Management Systeem is het nog iets lastiger, slechts een beperkt aantal systemen heeft deze optie ingebouwd. Een voorbeeld hiervan is Publer<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup><http://www.publer.com>



## Conclusie

Het is belangrijk een website te maken die kwalitatief en inhoudelijk zo sterk is, dat zoekmachines deze hoog in de resultatenlijst plaatsen. Ga hierbij gedegen te werk en laat u niet verleiden tot illustere praktijken. Loop de genoemde 15 tips langs en kijk of deze nuttig voor u kunnen zijn.

Kies een webdesign bureau met diepgaande technische kennis en niet een bureau met praatjes en flitsende plaatjes. Wanneer uw website technisch niet goed in elkaar steekt, dan gaat dit gegarandeerd ten koste van de positionering. Wanneer u besluit daarnaast een bureau (of hetzelfde bureau) in te schakelen voor zoekmachine optimalisatie, verifieer dan zorgvuldig of zij zich aan de richtlijnen houden en of er in het verleden geen klanten van deze bedrijven uit de zoekmachines zijn verwijderd.

Is uw website eenmaal naar tevredenheid geoptimaliseerd, maar wilt u toch duidelijker aanwezig zijn in zoekmachines, kijk dan of adverteren via Adwords iets voor u is. De kosten kunt u zelf in de hand houden en u ziet direct resultaat. Wanneer goed toegepast, kan dit een zeer succesvolle methode zijn om meer bezoekers op uw website te krijgen. Zeker als uw omzet afhankelijk is van uw website, dan kunt niet om deze nieuwe manier van adverteren heen.