

DE 5 SEO- FOUTEN DIE IEDEREEN MAAKT.

(EN DIE JE IN EEN MIDDAG FIXT.)

Je bent goed in je vak. Je website ziet er prima uit. En toch komt er niemand. Grote kans dat het aan deze vijf dingen ligt, en het goede nieuws is dat je ze bijna allemaal zelf kunt oplossen.

WAT JE HIER VINDT

- | | | |
|----|-------------|-------------------------|
| 01 | De 5 fouten | met de fix per fout |
| 02 | Zelfcheck | vink af wat jij herkent |
| 03 | Actieplan | wat je deze week doet |

JE PAGINA GAAT OVER ALLES TEGELIJK.

Je hebt één pagina waarop je je diensten uitlegt, je verhaal vertelt, je prijzen noemt én je contactgegevens kwijt wilt. Alles op één hoop, want het is toch allemaal belangrijk.

Alleen: Google moet begrijpen waar een pagina over gaat. Praat je over vijf onderwerpen tegelijk, dan concludeert Google dat je pagina nergens echt over gaat. Je wordt een beetje van alles, en dus niks in het bijzonder.

DE FIX

Eén pagina, één onderwerp, één hoofdvraag. Wil je over vijf dingen schrijven? Maak dan vijf pagina's.

VOELT ENG. WERKT WEL.

ZELFCHECK

- ☐ Mijn belangrijkste pagina behandelt maar één onderwerp
- ☐ Elke dienst heeft een eigen pagina
- ☐ Ik weet per pagina wat de hoofdvraag is

JE META DESCRIPTIONS ZIJN SAAL.

De meta description is dat kleine stukje tekst onder je link in Google. Het is in feite je advertentie: het bepaalt of iemand op jou klikt, of doorscrollt naar je concurrent.

En wat doen de meeste ZZP'ers ermee? Niks. Ze laten hem leeg, of ze schrijven 'Welkom op de website van [bedrijf], wij zijn een gepassioneerd team'. Waar nog nooit iemand op heeft geklikt, in de hele geschiedenis van het internet.

DE FIX

Schrijf per belangrijke pagina een korte, pakkende beschrijving. Wat heeft de bezoeker eraan? Schrijf het alsof je het hardop tegen een klant zegt.

DIT IS JE ADVERTENTIE. GEDRAAG JE ERNAAR.

ZELFCHECK

- ☐ Elke belangrijke pagina heeft een eigen meta description
- ☐ Ze zijn tussen de 120 en 155 tekens
- ☐ Er staat in wat de bezoeker eraan heeft

JE SCHRIJFT OVER JEZELF IN PLAATS VAN JE KLANT.

'Wij zijn een gepassioneerd bureau met jarenlange ervaring.' 'Kwaliteit staat bij ons voorop.' 'Welkom op onze website.'

Ik snap waar het vandaan komt, echt. Je wilt jezelf goed presenteren. Maar niemand ligt 's nachts wakker van jouw passie. Je klant ligt wakker van zijn eigen probleem, en hij zoekt op dát probleem, niet op jouw oplossing.

DE FIX

Draai het om. Begin bij hun vraag, hun zorg, hun frustratie. En laat dan zien dat jij precies degene bent die dat oplost.

SCHRIJF VANUIT HUN STOEL, NIET DIE VAN JOU.

ZELFCHECK

- ☐ Mijn pagina begint met het probleem van de klant
- ☐ Ik gebruik de woorden die mijn klant zelf gebruikt
- ☐ Er staat een concreet resultaat, geen vage belofte

JE HEBT GEEN INTERNE LINKS.

Interne links zijn gewoon links van de ene pagina op je site naar de andere. Van je blog naar je dienst, van je dienst naar een relevant artikel. Simpel dus.

Google gebruikt die links om je hele website te ontdekken en te snappen hoe alles samenhangt. Geen interne links betekent dat je pagina's als losse eilandjes ronddobberen, moeilijk vindbaar voor Google en voor je bezoeker net zo goed.

DE FIX

Maak een web, geen archipel. Verwijs vanuit je blogs naar je diensten en vanuit je diensten naar je artikelen. Kost je tien minuten.

KLINKT TECHNISCH. VALT REUZE MEE.

ZELFCHECK

- ☐ Elke blog verwijst naar minstens één dienstpagina
- ☐ Mijn dienstpagina's verwijzen naar relevante artikelen
- ☐ Geen enkele pagina staat helemaal op zichzelf

JE GEBRUIKT SEARCH CONSOLE NIET.

Google geeft je een gratis tool die precies vertelt op welke zoekwoorden je gevonden wordt, hoeveel mensen je zien, hoeveel er klikken en welke pagina's er niks van bakken.

En de meeste ZZP'ers gebruiken het niet. Ze weten niet eens dat het bestaat. Dat is alsof je een winkel runt en nooit naar je kassabonnen kijkt: geen idee wat verkoopt, wat blijft liggen, of wie er binnenkomt.

DE FIX

Ga naar search.google.com/search-console, voeg je site toe, kijk er maandelijks even naar. De data vertelt je precies waar je kansen liggen.

GOKKEN IS GEEN STRATEGIE.

ZELFCHECK

- ☐ Search Console staat ingesteld voor mijn site
- ☐ Ik weet op welke zoekwoorden ik nu gevonden word
- ☐ Ik kijk er minstens één keer per maand naar

WAT JE DEZE WEEK DOET.

NIET ALLES TEGELIJK. GEWOON BEGINNEN.

MAANDAG

30 min

Herschrijf de opening van je belangrijkste pagina. Begin met het probleem van je klant, niet met jezelf.

DINSDAG

20 min

Stel Google Search Console in. Gratis, en je hebt het in twintig minuten staan.

WOENSDAG

30 min

Schrijf meta descriptions voor je drie belangrijkste pagina's.

DONDERDAG

20 min

Voeg interne links toe: van je blogs naar je diensten en terug.

VRIJDAG

40 min

Check of elke pagina één duidelijk onderwerp heeft. Zo niet: splits hem.

NOG VRAGEN?

Luister naar aflevering 5 van The Gabriëllaverse Podcast, waarin ik alle vijf de fouten uitgebreid met je doorloop.

LUISTER NU

ELKE DINSDAG EEN NIEUWE AFLEVERING.