



# CHECKLIST SEO OPTIMALISATIE VAN JOUW CONTENT

Om met jouw content bovenaan in de resultaten van zoekmachines (vooral Google) te komen is zoekmachineoptimalisatie (SEO) onmisbaar. Maar welke SEO informatie heb je nodig bij het maken en publiceren van nieuwe content?

Dit template helpt je om van tevoren na te denken over alle SEO informatie die je nodig hebt. Voor content zoals blogs, klantverhalen en persberichten. Maar ook voor de tekst rondom contentvormen zoals video's, webinars, infographics en whitepapers. Want met het optimaliseren van deze begeleidende tekst zorg je ervoor dat niet-tekstuele content, die zoekmachines moeilijk kunnen 'lezen', ook hoger in de randschikking terecht komen.

Met onderstaand template maak je content die leesbaar en compleet is, en daardoor vindbaar!



BAGGR

## LEESBAARHEIDSCONTROLE



1

CONTENT BEVAT:	WAT/HOE:
<b>TITEL</b>	Titel bevat iets dringends, is uniek/ongekend, praktisch en eenvoudig. Voorbeeld: "Infographic: 9 tips die van jouw webinar een succes maken"
<b>EERSTE ALINEA</b>	Bestaat uit maximaal 4 zinnen. Bevat de belangrijkste zoekwoorden. Zie uitleg hierover in blok 2.
<b>TUSSENKOPPEN</b>	Gebruik minimaal 3 tussenkoppen, daardoor is de tekst makkelijker te scannen.
<b>TEKSTLENGTE</b>	Voor een goede indexatie door zoekmachines gebruik minimaal 300 tekens. Schrijf blogs en klantverhalen van 500-2000 woorden, maar staar je niet blind aan het aantal tekens, het gaat om de inhoud.
<b>OVERGANGSWOORDEN</b>	Gebruik overgangswoordjes als 'vooral', 'omdat', 'daarom' of 'daarnaast' om je tekst verbinden.
<b>BEGIN VAN DE ZIN</b>	Houd de zinnen altijd gevarieerd. Vermijd dezelfde beginwoorden bij opeenvolgende zinnen.
<b>ALINEALENGTE</b>	Houd de alinea's kort en plaats een witregel tussen de alinea's.
<b>ZINLENGTE</b>	Gebruik maximaal 20 woorden per zin.
<b>ACTIEVE SCHRIJFSTIJL</b>	Schrijf zo veel mogelijk in de tegenwoordige tijd. Gebruik geen onnodige stopwoorden (bijvoorbeeld: dus, ook en nog). Schrap zullen, kunnen, willen en worden waar het kan. Spreek je doelgroep aan, en stel eens een vraag!



BAGGR

## VISUALISATIE

CONTENT BEVAT:	WAT/HOE:
<b>HOOFDAFBEELDING</b>	Dit is de afbeelding bovenaan de pagina, op de verzamelpagina, in de home-slider of op sociale media. Gebruik goede kwaliteit, maar niet te groot en te zwaar waardoor de sitesnelheid vertraagt. Als vuistregel: zet niet meer dan 100 kB aan illustraties op 1 pagina. De meest gangbare verhouding voor een hoofdafbeelding is 4:3 of 16:10. Gebruik een eigen, unieke foto!
<b>AFBEELDING TITEL</b>	Titel van de afbeelding die te zien is op de website (vakje wat zichtbaar wordt). Kies een beschrijvende titel met (een van) de zoekwoorden of relevante woorden.
<b>AFBEELDING OMSCHRIJVING</b>	Geef jouw afbeeldingen een passende omschrijvingen bij het uploaden. Deze worden gelezen door Google en geven een tekstuele beschrijving van wat er op die afbeelding staat. Deze omschrijving bevat (een van) de zoekwoorden. Maar gebruik bij meerdere afbeeldingen synoniemen voor de gebruikte zoekwoorden.



BAGGR

## VINDBAARHEID



3

CONTENT BEVAT:	WAT/HOE:
<b>ZOEKWOORD(EN)</b>	Beschrijf in 1 tot 3 woorden waar de content over gaat. Wees niet te algemeen, maar specifiek en uniek. Maar let op: deze kun je voor maximaal 1 content/artikel per website gebruiken! Bedenk: op welke termen zoekt jouw doelgroep om bij jouw artikel uit te komen? De zoekwoorden moet 4 tot 8x terugkomen in de content: in de URL, titel, eerste alinea en enkele keren in hele tekst of in de tussenkoppen.
<b>AANGEPASTE SEO TITEL</b>	Dit is de titel die je in de Google zoekresultaten ziet. Begint de titel van jouw content niet met (een van) de zoekwoorden? Maak dan een aangepaste titel voor Google. Deze titel is kort, krachtig en helder en bevat (een van) de zoekwoorden.
<b>CONTENT OMSCHRIJVING</b>	De omschrijving die je in de Google zoekresultaten ziet, onder de titel. Deze tekst is ongeveer 100-130 tekens, daarna wordt deze afgebroken.
<b>INTERNE LINKS</b>	Gebruik minimaal 1 interne link in je content. Dit is een link naar een andere pagina op je website. Google volgt links om inhoud op de website te ontdekken. Hoe meer relevante links hoe hoger jouw positie is op Google.
<b>UITGAANDE LINKS</b>	Gebruik minimaal 1 link naar een externe website. Beschrijf je een voorbeeld voeg dan de link naar de betreffende website toe. Als je een onderzoek gebruikt, link dan naar de bron.

