

LEAD ON ACADEMY

Hoger ranken in Google 2026



Wat is SEO en waarom is het belangrijk?

Wat is SEO?

SEO is de afkorting voor Search Engine Optimization, of ook zoekmachine optimalisatie. Het is het verbeteren van een website met als doel een hogere positie te verkrijgen in de organische zoekresultaten van zoekmachines. Hoe hoger je scoort in de zoekmachines, hoe groter de kans is dat gebruikers jouw website bezoeken.

Waarom is het belangrijk?

Door te starten met SEO en jouw website te optimaliseren, kan je hoger scoren in de organische zoekresultaten. Voor bedrijven is het een must om meer gevonden te worden, meer bezoekers naar de website te krijgen en meer leads of verkopen binnen te halen. Dit kan je allemaal bereiken als je een hogere positie hebt in Google. De beste positie daarvoor is zo hoog mogelijk op de eerste pagina in de zoekresultaten.

Hoe kom je daar?

In deze downloadable leer je alles over hoe je jouw website kan optimaliseren en wat belangrijke factoren zijn.

Enkele SEO tools die je moet hebben:



SURFER



Screeamingfrog



Factor #1 : Content

1 Tekst relevantie

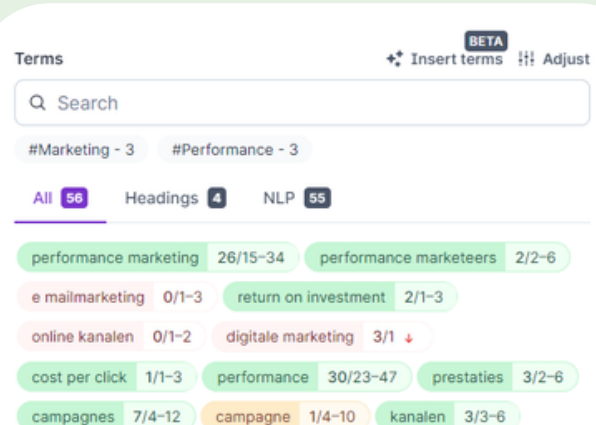
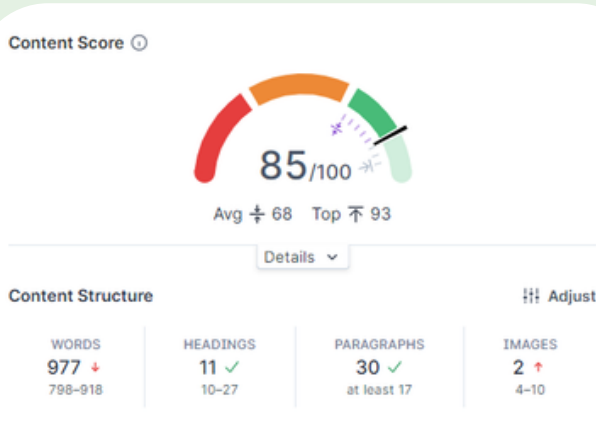
- Dé belangrijkste factor om goed te scoren in zoekmachines.
- Zorg ervoor dat de content op een bepaalde pagina relevant is voor het zoekwoord (of de zoekwoordengroep) waar de pagina op richt en voor de zoekintentie van de gebruiker.

Als je nog geen focus zoekwoord per pagina hebt, is het zeker een must om een zoekwoordenonderzoek te doen en te onderzoeken op welke zoekwoorden je al rankt in zoekmachines. Aan de hand van deze resultaten kan je per pagina het juiste focus zoekwoord bepalen.

2 Content kwaliteit

- Het is belangrijk om relevante woorden te gebruiken in jouw tekst. Gebruik het focus zoekwoord en hulp zoekwoorden die te maken hebben met het focus zoekwoord, synoniemen van het zoekwoord en andere belangrijke woorden.
- Maar zorg altijd dat de content altijd relevant is voor de bezoeker.

Gebruik een tool zoals Surfer SEO om de content te schrijven. Zo krijg je op basis van het focus zoekwoord aanbevelingen qua termen, lengte, aantal afbeeldingen, etc. om jouw teksten te optimaliseren.



Factor #1 : Content

3 Keyword coverage & placement

- Dek meer dan alleen het focus zoekwoord in de tekst. Gebruik ook synoniemen en andere hulp zoekwoorden.
- Vermeld de zoekwoorden op de juiste plaatsen in de content.

Op deze plaatsen moet het focus zoekwoord vermeld worden:

- Titel (H1)
- In de eerste 150 woorden
- In subheadings (H2, H3, ...)
- alt text van afbeeldingen
- URL

4 Topical authority

- De topical authority verwijst naar de mate waarin een website wordt beschouwd als een autoriteit over een specifiek overwerp.
- Zorg voor voldoende content over de thema's die je aankaart op je website, zo verhoog je de topical authority van je website.

Creëer hoogwaardige content die informatief en relevant is voor de doelgroep.

Specialiseer je in een specifieke niche en concentreer op de onderwerpen binnen die niche. Zo kan je bepaalde onderwerpen dieper uitwerken en als expert worden erkend.

Schrijf gastartikelen voor andere websites binnen jouw niche. Dit zal de zichtbaarheid vergroten en als expert positioneren.

Blijf op de hoogte van nieuwste trends en ontwikkelingen en speel in op deze content op jouw website.



Extra tips om de content te verbeteren

Gebruik afbeeldingen of video's op jouw pagina's. Zo zal je de pagina aantrekkelijker maken en zorgen voor een betere gebruikerservaring waardoor de bezoeker langer op de website blijft.

Geef deze afbeeldingen en video's ook goede alt-tags. Zo kan je ook gevonden worden in de Google Images en zal je meer verkeer naar je website sturen.

Als je blogs voorziet op jouw website is het een must om de auteur te vermelden. Zo ga je aan zoekmachines tonen dat de blog geschreven is door een expert in het vak en worden ze als betrouwbaar beschouwd.

Per auteur kan je een specifieke pagina voorzien op jouw website. Zo kan je wat meer vertellen over wie hij/zij is, wat ze doen, etc.

Google gebruikt het EEAT om de expertise van een pagina te controleren.

- E → Experience
 - Heeft de auteur ervaring met het onderwerp?
- E → Expertise
 - Is de auteur of website een expert?
- A → Authoritativeness
 - Wat is de algemene reputatie van de auteur of website in de sector?
 - Worden ze gezien als een autoriteit in dit onderwerp?
- T → Trustworthiness
 - Is de auteur of website betrouwbaar?

Verbeter de time on site en verhoog de engagement. Dit kan je doen door een tool zoals Clarity te installeren op je website. Zo kan je het gebruikersgedrag analyseren en optimalisaties uitvoeren.

Zorg ervoor dat een hoofdpagina minimum 600 woorden heeft en een subpagina minimum 400 woorden. Zo kan je genoeg content voorzien voor de websitegebruiker.

Factor #2 : Autoriteit

- 1** **Hoge domein autoriteitsscore**
- Hoe hoger deze score, hoe hoger je waarschijnlijk zal ranken in zoekmachines.
 - Deze is gebaseerd op verschillende factoren, waaronder het aantal kwalitatieve links naar de website, de algemene linkscore en andere relevante factoren.

Hoe kan je deze score verhogen?

1. Zorg voor **kwalitatieve backlinks** van relevante websites. (Kwaliteit boven kwantiteit!)
2. Heb een duidelijke en logische **interne linkstructuur**. Deze helpen zoekmachines om de hiërarchie van je website te begrijpen en waar bepaalde pagina's over gaan.
3. Voorzie je website van relevante en **informatieve content**.
4. Verbeter de **gebruikerservaring** van je website. Zorg voor een snelle laadsnelheid, mobielvriendelijke website en een duidelijke navigatie.
5. Optimaliseer de **on-page elementen**. Gebruik relevante zoekwoorden in titels, meta-beschrijvingen, koppen en gebruik zoekmachinevriendelijke URL-structuren.
6. Delen van de content van je website op sociale media zorgt ervoor dat je meer zichtbaarheid krijgt en meer verkeer naar de website waardoor je ook meer potentiële backlinks kan verkrijgen.

Factor #2 : Autoriteit

2

Hoge pagina autoriteitsscore

- Vergelijkbaar met domein autoriteitsscore maar richt zich op individuele pagina's in plaats van het volledige domein.
- De factoren die hier invloed op hebben zijn hetzelfde als bij het domein.

Hoe kan je deze score verhogen?

Deze score kan je verhogen net zoals bij de domein autoriteitsscore, juist ga je deze elementen toepassen op één specifieke pagina.

Domeinen & pagina's met een hoge autoriteitsscore worden als betrouwbaar beschouwd en de uitgaande links worden als waardevol gezien. Deze zijn gebaseerd op 3 factoren:

- Link power
 - Het aantal backlinks en de kwaliteit ervan.
- Organisch verkeer
 - De gemiddelde hoeveelheid maandelijkse bezoekers.
- Spam factoren
 - Indicatie van spam of link manipulatie op de website.



Extra tips om de autoriteitsscore te verhogen

Hoe je het aantal relevante backlinks kan verhogen?

1. Maak linkable content zoals een uitgebreide gids, checklist, calculator, simulator, infographic, etc.
2. Doe manuele outreach naar relevante websites en vraag of je een guestpost kan doen zodat zij kunnen linken naar jouw website.
3. Je kan ook links kopen om zo je score te verhogen, maar de natuurlijke manier is nog steeds de beste!

In Semrush kan je via de backlinks analytics zien hoeveel domeinen naar jouw website verwijzen, de autoriteitsscore, hoe 'giftig' bepaalde backlinks zijn, etc.

Referring Domains	Backlinks	Monthly Visits	Organic Traffic	Outbound Domains	Overall Toxicity Score
229K <small>-1%</small>	912M <small>-4%</small>	181M	168M <small>▼</small>	1.3K	n/a <small>▼</small>

Factor #3 : Technisch

1 Crawling, rendering & indexing

- Crawling: proces waarbij zoekmachines automatisch websites doorzoeken en pagina's ontdekken.
- Rendering: proces waarbij de HTML-, CSS- en JavaScript-code omgezet wordt naar een visuele weergave op de website.
- Indexing: proces waarbij zoekmachines de informatie van pagina's gaat verzamelen, opslaan en organiseren zodat ze snel kunnen worden opgehaald en weergegeven wanneer gebruikers relevante zoekopdrachten uitvoeren.

Voorzie een XML-sitemap van je website en dien deze in bij de zoekmachines. Zo weten ze wat er op jouw website te vinden is.

Gebruik een robots.txt bestand op je website om zoekmachines te vertellen welke delen van ze wel of niet moeten crawlen.

2 Website structuur

- Deze beïnvloed de manier waarop zoekmachines de content van je website begrijpen en indexeren.

Zorg voor een duidelijke en leesbare URL structuur. Gebruik ook relevante zoekwoorden. Korte en beschrijvende URL's zijn beter voor zoekmachines maar ook voor websitebezoekers.

Creëer een duidelijke en logische hiërarchie van de pagina's op je website. Gebruik interne links om gerelateerde content te koppelen.

Goede prestaties op mobiele apparaten is heel belangrijk. Zorg dus voor een mobielvriendelijke website.

Zorg ervoor dat je website via HTTPS wordt geladen. Dit doe je met een SSL-certificaat. Dit is goed voor de beveiliging van je website en voor zoekmachines.

Factor #3 : Technisch

3

Core Web Vitals & Pagespeed

- Aan de hand van de Core Web Vitals wordt de gebruikerservaring op een website gemeten. Deze is gericht op laadsnelheid, interactiviteit en visuele stabiliteit.

LCP - Largest Contentful Paint

- Deze factor meet de laadsnelheid en geeft aan hoe snel de grootste content op de pagina wordt geladen.
- Een goede LCP-tijd is minder dan 2.5 seconden.

FID - First Input Delay

- Dit meet de interactiviteit van een pagina door te kijken naar de tijd die het kost voordat een gebruiker kan interageren met een pagina nadat deze is geladen.
- Een goede FID-tijd is minder dan 100 milliseconden.

CLS - Cumulative Layout Shift

- Deze meet de visuele stabiliteit van een pagina en kijkt naar onverwachte layoutverschuivingen tijdens het laden.
- Een goede CLS-score is minder dan 0.1.



Extra tips om de technische SEO te verbeteren

Met een canonical tag vertel je aan zoekmachines welke versie van een pagina als originele moet worden beschouwd. Dit is vooral handig wanneer er meerdere versies van dezelfde content beschikbaar zijn op verschillende URL's, want duplicate content wordt afgestraft door zoekmachines.

Structured data is de manier om gestructureerde informatie toe te voegen aan pagina's zodat zoekmachines beter begrijpen waar de inhoud over gaat. Met deze data kunnen zoekmachines gegevens effectiever interpreteren en vertonen in de zoekresultaten.

Ankerteskt distributie verwijst naar de wijze waarop je hyperlinks gebruikt en de tekst die je kiest om naar andere pagina's te linken. Dit is belangrijk voor zowel SEO als voor de gebruikerservaring.

Zorg ervoor dat pagina's bereikbaar zijn met maximum 3 klikken. Hoe meer mensen moeten klikken, hoe sneller ze zullen afhaken.

Hreflang-tags zijn HTML tags die worden gebruikt om zoekmachines te informeren over de taal en geografische targetting op een specifieke pagina. Deze tags helpen zoekmachines om de meest relevante versie van een pagina aan gebruikers te tonen op basis van hun locatie en taalvoorkeur.

Zorg voor een sterke interne linkstructuur. Pagina's met meer interne links zullen door zoekmachines als belangrijk worden beschouwd.

Tip:

Zorg voor minstens 5 interne links per pagina.

LEAD ON ACADEMY

Time to Lead Online!

Heb je nood aan persoonlijk advies om jouw website te optimaliseren voor zoekmachines? Of heb je meer vragen omtrent andere performance marketing zaken? Aarzel niet om contact met ons op te nemen! Wij helpen je graag verder.

Contacteer ons

