

Linkbuilding Masters

Linkbuilding Uitbesteden

# 8 praktische SEO tips



# Inhoudsopgave

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Tip 1: Focus op kwaliteit .....               | 3  |
| Tip 2: Zorg voor kwalitatieve backlinks. .... | 7  |
| Tip 3: Gebruik de juiste zoektermen. ....     | 10 |
| Tip 4: Verhoog je CTR.....                    | 11 |
| Tip 5: Verleg je focus naar mobiel. ....      | 20 |
| Tip 6: Maak een duidelijke hiërarchie. ....   | 23 |
| Tip 7: Verbeter de snelheid .....             | 26 |
| Tip 8: Voeg afbeeldingen en video's toe.....  | 29 |

## Tip 1: Focus op kwaliteit

Tot een aantal jaar geleden werd er bij het schrijven van websiteteksten voornamelijk aandacht besteed aan zoektermen. De teksten stonden hier vol mee en zinnen liepen soms niet lekker. Er werd veel minder gefocust op de kwaliteit van de teksten.

Sinds enkele jaren zien we hier een duidelijke verandering in. Ondernemers en marketeers zien het belang in van kwalitatieve content. Hiermee straalt je professionaliteit uit. Bezoekers lezen de teksten en blijven langer op je website. Ze zijn dan ook eerder geneigd om een aankoop te doen of een afspraak te maken.

## Dwelltime

Maar dat is niet de enige reden waarom er steeds meer aandacht wordt besteed aan de kwaliteit van de content. Het is namelijk ook







heel goed voor je SEO! De dwelltime – de tijd die bezoekers op je website doorbrengen voordat ze terugkeren naar de zoekresultaten - wordt namelijk gemeten door Google. Als de gemiddelde dwelltime hoog is, ziet de zoekmachine dat je pagina relevant is. Je website zal dan sneller bovenaan de zoekresultaten komen te staan.

## Zoektermen

Het is dus belangrijk om echt voor mensen te schrijven, maar je wilt natuurlijk ook dat de chatbots je teksten begrijpen. Daarom blijft het van belang om zoektermen aan je teksten toe te voegen. Dit kan echter ook anders. Je hoeft de teksten niet meer vol te proppen met keywords, want dit jaagt bezoekers weg en wordt tegenwoordig zelfs afgestraft door de zoekmachines.

Natuurlijk wil je wel op verschillende zoektermen vindbaar zijn, maar je kunt er dan beter voor kiezen om meerdere blogs te

schrijven. Aan elk blog kun je enkele relevante zoektermen toevoegen én je expertise laten zien aan je websitebezoekers.

## Kromme zinnen

Stel dat je het zoekwoord 'lamp auto repareren' in een zin wilt verwerken. In het verleden moest je deze drie woorden voor goede SEO-resultaten achter elkaar zetten en werd de zin bijvoorbeeld: "Bij ons kunt u de lamp auto repareren". Door de Google BERT-update hoeft dat niet meer. Je kunt hier nu van maken: "Bij ons kunt u de lamp van uw auto laten repareren". De update zorgt ervoor dat Google beter begrijpt waar de tekst over gaat. Er wordt niet alleen gekeken naar de zoekterm, maar ook naar de context.

*De Google BERT-update is op dit moment alleen in de VS volledig uitgerold. In Nederland wordt deze update nu enkel op Featured snippets toegepast. De BERT-update zal echter op termijn wel worden uitgerold in alle landen waarin Google actief is. Bereid je hier daarom nu alvast op voor!*



# Stappenplan

## Stap 1: Bepaal je onderwerpen met een zoektermenonderzoek

Voordat je een tekst gaat schrijven kun je het beste eerst een zoektermenonderzoek doen. Natuurlijk denk je hierbij ook aan de bezoeker. Welke onderwerpen zijn voor jouw websitebezoekers echt interessant en welke zoektermen passen hierbij? Aan de hand hiervan kun je onderwerpen kiezen en pakkende titels bedenken.

## Stap 2: Schrijf artikelen gericht op de bezoeker

Richt je bij het schrijven van de artikelen echt op de bezoeker. De zoektermen kun je in je achterhoofd houden en zo nu en dan toevoegen (zonder kromme zinnen te maken). Focussen op kwaliteit en het leveren van meerwaarde zijn het belangrijkste.

## Stap 3: Voeg extra zoektermen toe

Na het schrijven van het artikel kun je nog wat extra zoektermen toevoegen. Het is aan te raden om de belangrijkste zoekterm in ieder geval in de titel en eventueel ook nog in een tussenkopje te verwerken. Maak het echter niet te bont en zorg ervoor dat de tekst goed leesbaar blijft. Lees hem na het toevoegen van zoektermen nog een keer na en kijk of de tekst fijn is om te lezen.



## Tip 2: Zorg voor kwalitatieve backlinks

Content is enorm belangrijk voor je SEO, maar backlinks zijn ook onmisbaar! Een backlink is een link vanaf een andere website naar jouw website. Zoekmachines zien een backlink als een soort stem. Aan de hand van je backlinkprofiel wordt bepaald hoe belangrijk en populair jouw website en specifieke pagina's op jouw website zijn.

### Kwaliteit

Zoekmachines worden steeds beter in het analyseren van backlinks. In het verleden kon je nog bovenaan de zoekmachines komen te staan door een grote hoeveelheid backlinks te verzamelen van sites met weinig waarde. Inmiddels kan dat niet meer en helpen slechte backlinks je eerder omlaag dan omhoog.





Bij het aanvragen van backlinks is het daarom belangrijk dat je let op de kwaliteit van de websites. Hoe lang bestaan ze en hoe populair en belangrijk zijn ze? Wat zijn de DA, PA, TF en CF van deze websites \*? Kijk daarnaast ook naar de relevantie. Een link van een site gerelateerd aan het onderwerp van jouw site heeft meer waarde. Heb je een lokaal bedrijf? Dan is het ook aan te raden om te zorgen voor backlinks vanaf lokale websites.

*\* Dit zijn waarden die vaak worden gebruikt om de kwaliteit, autoriteit en betrouwbaarheid van websites te meten. DA en PA zijn waarden van Moz en TF en CF zijn waarden van Majestic.*

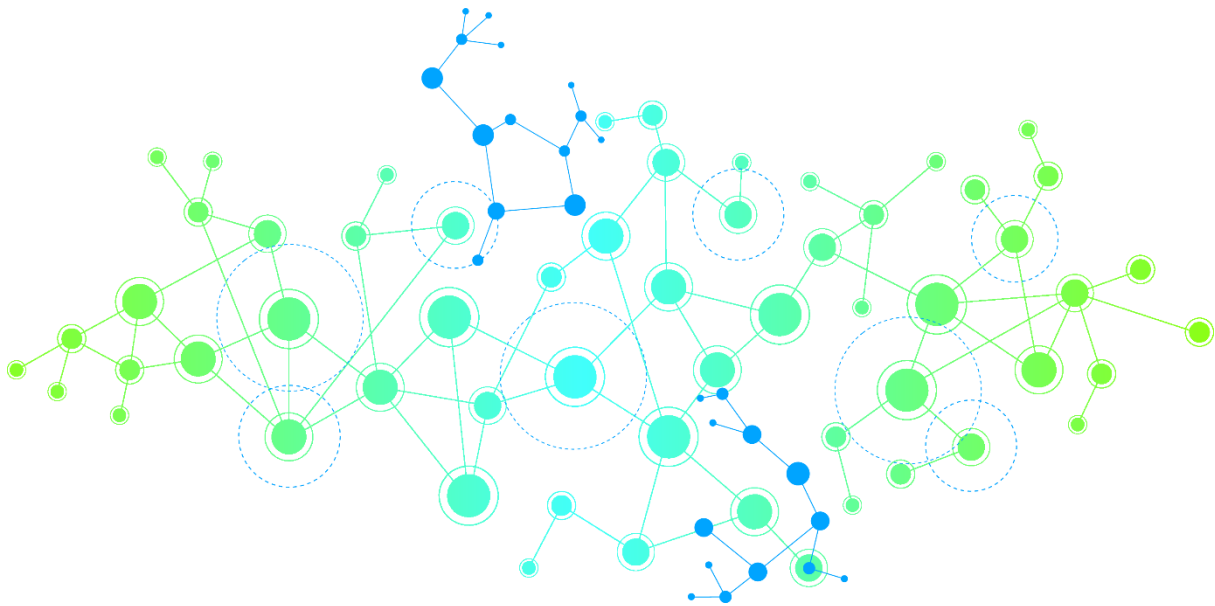
## Gevarieerd

Verder is het van belang om een gevarieerd linkprofiel op te bouwen en niet honderden backlinks tegelijk te laten plaatsen. Zoekmachines willen namelijk niet dat je vals speelt en zien graag alleen links die op natuurlijke wijze zijn geplaatst. Toch heeft het aanvragen of kopen van backlinks zeker nog zin, zolang je dit op de juiste manier doet. Als je niet teveel links in één keer aanvraagt of koopt, maandelijks zorgt voor nieuwe links en een gevarieerd



linkprofiel opbouwt, lijkt dit natuurlijk en heeft het een zeer positief effect op je SEO.

Een gevarieerd backlinkprofiel bestaat uit links van startpagina's, bedrijfswebsites, blogs en hoog aangeschreven websites. Ook is het belangrijk dat er voldoende variatie zit in de anchor tags (de teksten waaronder de links staan).



## Linkbuildingpakketten

Je kunt natuurlijk zelf op zoek gaan naar kwalitatieve websites die relevant zijn en hier links aanvragen. Hier gaat echter vaak veel tijd in zitten en je krijgt lang niet altijd een positief antwoord. Gelukkig heeft JG Webmarketing het makkelijker voor je gemaakt!

Wij bieden kant-en-klare linkbuildingpakketten aan met een variatie aan kwalitatieve backlinks die relevant zijn voor jouw sector. De pakketten bestaan zowel uit content als losstaande backlinks en wij voorzien ze van goede anchor tags. [Bekijk onze linkbuildingpakketten ->](#)

**Linkbuilding Masters**

Linkbuilding Uitbesteden

## Bouw een kwalitatief linkprofiel op

Ontvang nu **30% korting** op onze  
linkbuildingpakketten en laat je website  
stijgen in de zoekmachines.

Bestel nu jouw  
linkbuildingpakket met kortingscode:

**Welkom30**

**BESTEL NU**

*De kortingscode geldt op al onze linkbuildingpakketten  
en alleen op de eerste bestelling.*

## Tip 3: Gebruik de juiste zoektermen

Zoals we eerder hebben aangegeven blijven zoektermen belangrijk. Maar wat zijn nu de juiste zoektermen voor jouw website? Het is aan te raden om niet zomaar wat zoektermen te bepalen, maar hier echt over te brainstormen en onderzoek naar te doen.

### Brainstormsessie

Tijdens je brainstormsessie schrijf je alle termen op waar jij denkt dat jouw potentiële klanten op zouden kunnen zoeken. De zoektermen kunnen te maken hebben met jouw diensten, jouw stad of regio en vragen die klanten hebben. Je kunt ook gebruikmaken van Google Suggest om relevante zoektermen te vinden.







## Voice search

Inmiddels wordt er steeds vaker gezocht door middel van voice search. Naar verwachting zal dit in de toekomst nog veel meer voorkomen. Het is daarom belangrijk om je zoektermen hierop aan te passen. Voice search zoekopdrachten zijn namelijk vaak langer en specifiek.

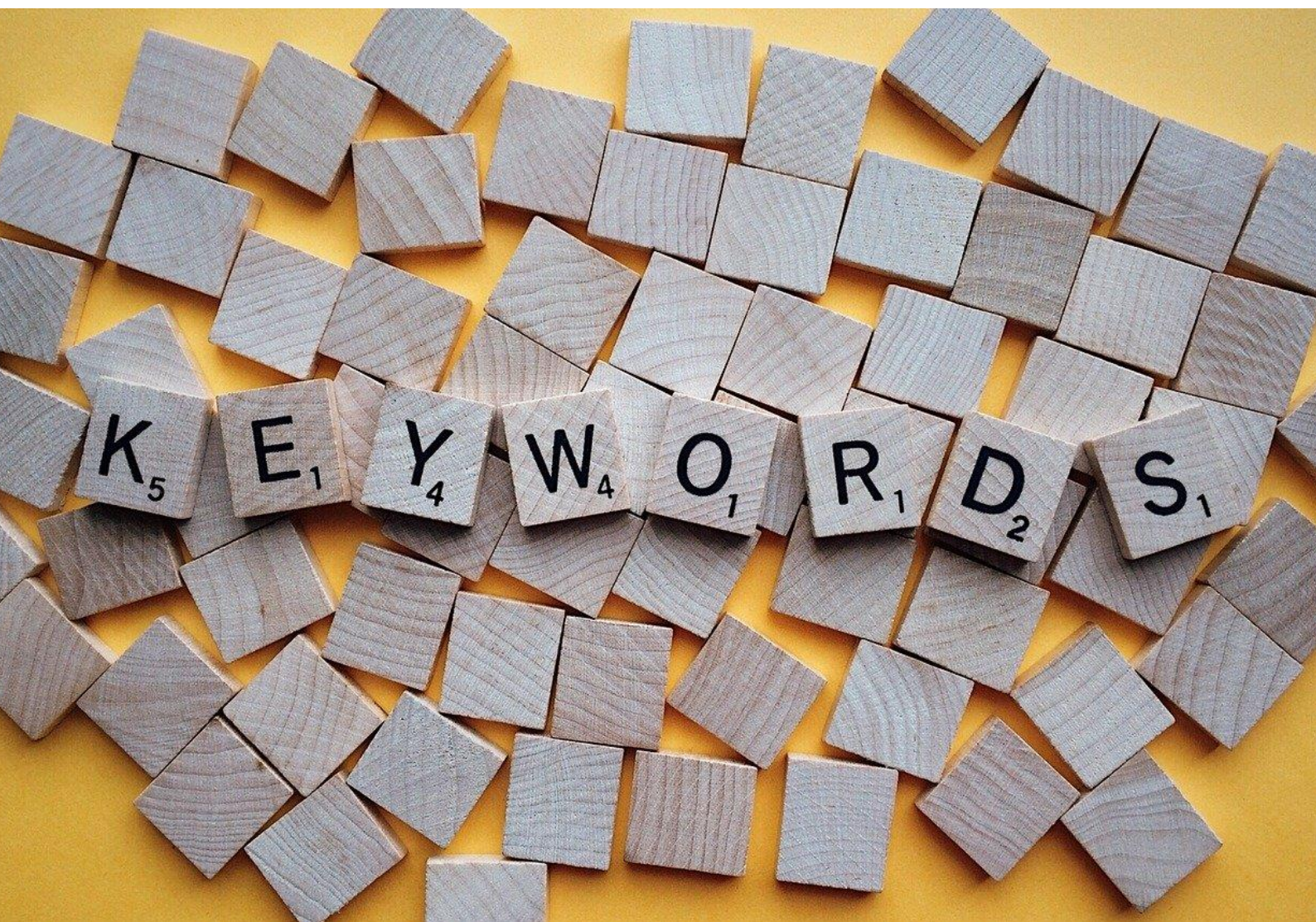
Denk daarom niet alleen na over zoektermen van twee tot drie woorden, maar bedenk ook langere zoektermen. Veel voice search zoekopdrachten zijn vragen. Vraag jezelf daarom af op welke vragen jouw potentiële klanten zouden zoeken. Heb je wat extra inspiratie nodig? Probeer dan eens de tool Answer the Public.



## Zoektermenonderzoek

Na het opstellen van een lijst met zoektermen ga je op onderzoek uit. Hoeveel mensen zoeken maandelijks op deze zoektermen? Hoeveel concurrentie is er? Gemakkelijke tools waarmee je dit kunt onderzoeken zijn de Google Keyword Planner en KWFinder. Je voert een zoekterm in en krijgt te zien hoe vaak hierop wordt gezocht en hoe groot de concurrentie is. Ook krijg je direct een lijst te zien met relevante zoektermen inclusief zoekvolumes en concurrentie.

Wil je meer nauwkeurige resultaten? Dan kun je beter gebruikmaken van de SEO tool Ahrefs. Bij deze tool krijg je bij de zoektermen ook te zien hoe vaak er wordt doorgeklikt.





# Stappenplan

## Stap 1: Brainstorm

Bedenk zoveel mogelijk zoektermen waar jouw potentiële klanten op zouden kunnen zoeken. Vraag jezelf af welke zoektermen relevant zijn voor jouw bedrijf. In welke regio of stad ben je gevestigd? Welke zoektermen omschrijven jouw diensten het beste? Welke combinaties kun je maken van deze zoektermen? Vraag jezelf ook af op welke vragen jouw potentiële klanten zouden zoeken.

Om extra inspiratie op te doen kun je gebruikmaken van Google Suggest. Voer in Google een zoekterm in en scroll naar beneden om relevante zoektermen te bekijken. Answer the Public is een andere handige tool die je goed kunt gebruiken voor het vinden van relevante langere zoektermen en vragen.

Het is ook altijd slim om aan anderen te vragen waar zij op zouden zoeken. Dit kun je vragen aan vrienden, familie en kennissen, maar het is nog beter om deze vraag voor te leggen aan (potentiële) klanten.

## Stap 2: Onderzoek de zoektermen

Nu je een lijst hebt opgesteld met relevante zoektermen moet je gaan onderzoeken welke zoektermen het meest effectief zijn. Maak gebruik van de Google Keywords Planner, KWFinder en/of Ahrefs om de zoekvolumes en de concurrentie te bepalen. Kies de zoektermen uit met de hoogste zoekvolumes en de laagste concurrentie.

## Stap 3: Bepaal welke teksten je gaat schrijven

Je hebt nu waarschijnlijk een hele lijst met zoektermen. Highlight de belangrijkste zoektermen en bedenk welke websiteteksten en blogartikelen je hierover kunt schrijven. Kijk vervolgens naar de andere zoektermen en onderzoek welke zoektermen je kunt gebruiken in de teksten die je gaat schrijven. Houd ongeveer twee tot drie redelijk belangrijke zoektermen aan per tekst en verwerk er eventueel nog sporadisch enkele minder belangrijke zoektermen in.



## Tip 4: Verhoog je CTR

Als je website hoger in de zoekresultaten staat, wordt de CTR vaak automatisch al hoger. Je kunt de CTR echter nog meer verhogen door een goede meta title en meta description aan de pagina toe te voegen.

### Meta title

De meta title van een pagina is de titel die je in Google ziet staan. Zorg ervoor dat de meta title opvalt en aantrekkelijk is. Het is slim om een cijfer in je titel te gebruiken, want mensen houden van lijstjes. Voorbeeld: '10 tips voor een schoner huis'.

Heb je een lang en diepgaand artikel geschreven? Maak dit dan duidelijk via de meta title door hier woorden in te verwerken als 'onderzoek', 'compleet' of 'stappenplan'.

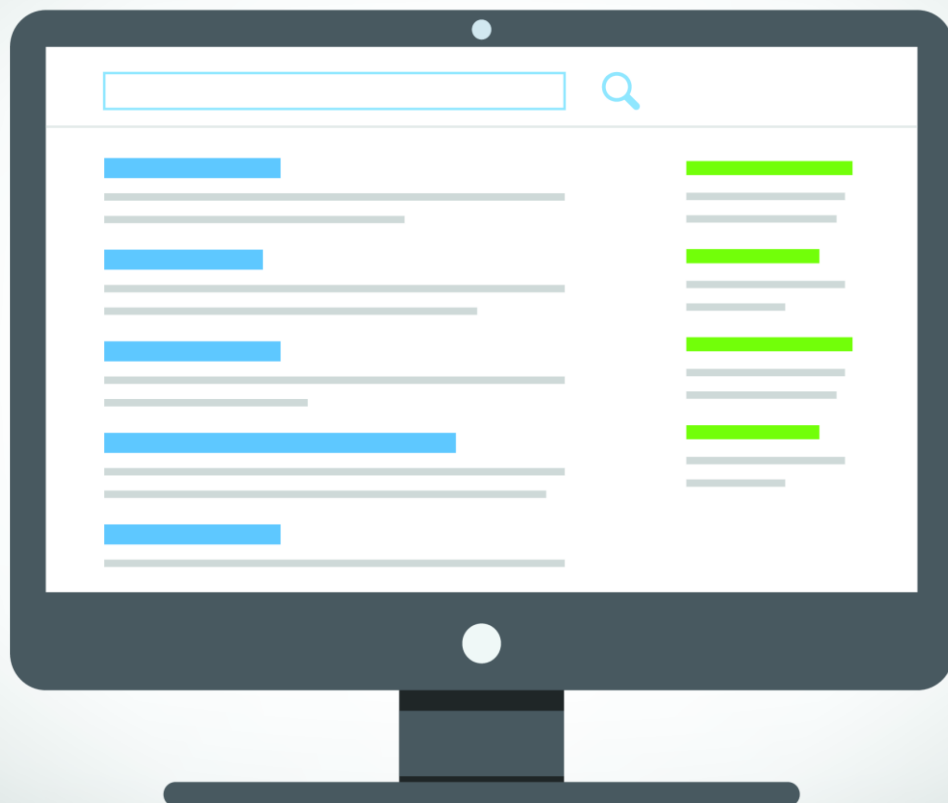
Verder willen we tegenwoordig alles sneller hebben. We willen snel

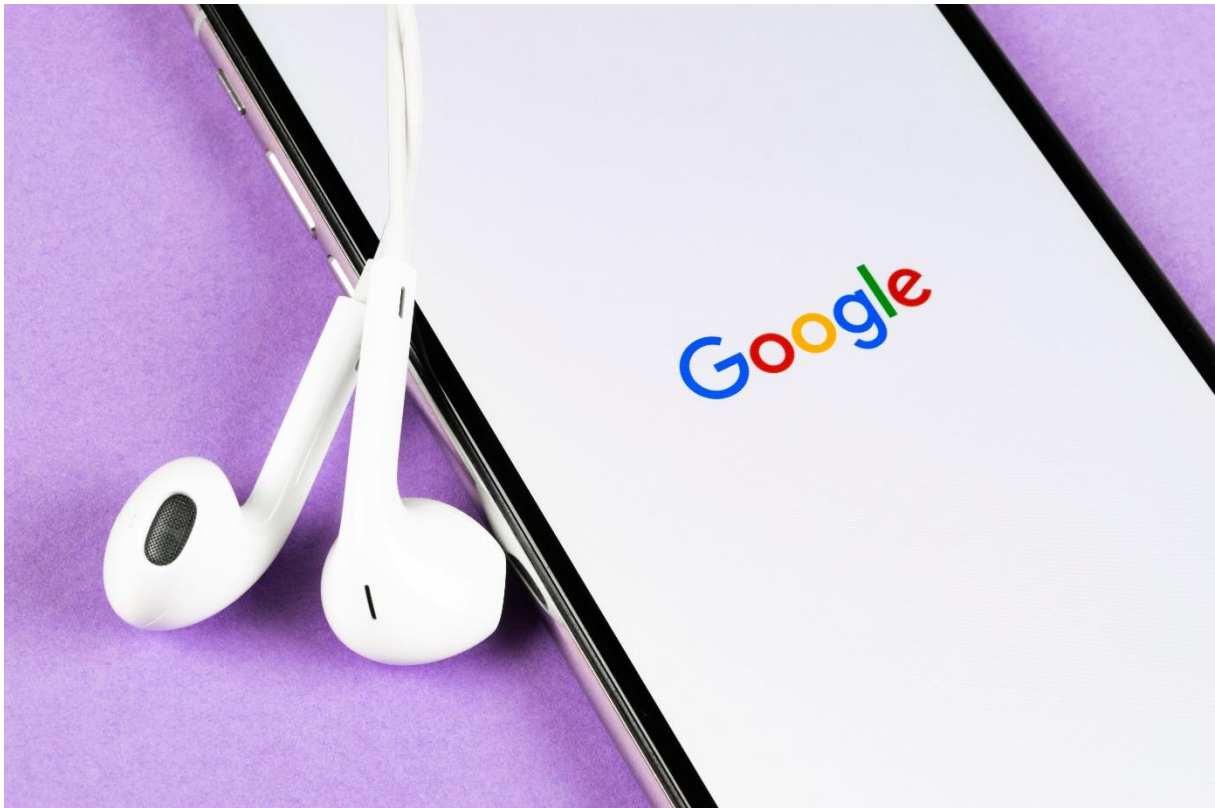


een product in huis hebben of binnen enkele minuten alle info kunnen lezen. Lever je snel of heb je een kort artikel geschreven? Gebruik dan woorden als 'snel', 'in ... minuten / dagen' of 'nu' in je meta title.

## Meta description

Een goede meta description is uniek en relevant. Je kunt natuurlijk voor elke pagina dezelfde meta description gebruiken, maar dit is niet relevant genoeg. Als iemand doorklikt naar het artikel of product en ziet dat dit niet relevant is aan de beschrijving, is de kans groot dat hij of zij direct weer teruggaat naar de zoekresultaten. Dat is natuurlijk niet wat je wilt en dit verhoogt je dwelltime, dus zorg ervoor dat je meta description relevant is.





Besteed aandacht aan het schrijven van je meta descriptions en zorg ervoor dat ze interessant zijn om te lezen. Zo nodigen ze mensen ook uit om te klikken en verder te lezen. Wees specifiek, benoem de voordelen en gebruik actieve zinnen. Maak de beschrijvingen ook actiegericht, zodat het duidelijk is wat iemand op de pagina kan doen (lezen, inschrijven, bestellen).

Verder is het belangrijk dat je je niet volledig focust op het aantal tekens dat je in de beschrijving kunt verwerken. De relevantie en kwaliteit van je meta description zijn het belangrijkste. Wordt een zin dan in het midden afgebroken door Google? Dit hoeft helemaal niet te betekenen dat je CTR lager wordt. Er is zelfs een onderzoek naar gedaan en hieruit is gebleken dat de CTR van meta descriptions met een afgebroken zin zelfs hoger is!

## Zoektermen

Je wilt gevonden worden op de zoektermen die je hebt verwerkt in je artikel. En je wilt natuurlijk graag dat de mensen die hierop zoeken snel zien dat jouw pagina hierover gaat en doorklikken.

Zorg er daarom voor dat je de belangrijkste zoektermen uit je artikel ook in de meta title en meta description zet. Als iemand op een bepaalde zoekterm zoekt en deze zoekterm ook in jouw meta title of meta description staat, wordt deze term door Google namelijk vetgedrukt. Zo valt jouw pagina extra op in de zoekresultaten en zien mensen direct dat jouw pagina relevant is

## Rich snippets

Google laat niet alleen de meta title en meta description in de zoekresultaten zien, maar ook de zogenaamde rich snippets. Dit zijn aanvullende stukjes informatie, zoals prijzen, beoordelingen, data, recepten en evenementen. Een zoekresultaat met rich snippets valt extra op en is specifiek. Het toevoegen van rich snippets kan daarom zeker helpen om je CTR te verhogen.

Wel is het belangrijk om te weten dat rich snippets niet altijd worden getoond in de zoekresultaten. Toch is het aan te raden om ze alsnog in te stellen, want dit zou je wel eens veel extra verkeer kunnen opleveren.



# Stappenplan

## Stap 1: Bedenk een meta title

Je kunt de titel van je pagina of blogartikel als meta title gebruiken, maar kijk wel of dit relevant en opvallend genoeg is. Pas dit anders aan. Voeg bijvoorbeeld cijfers toe en gebruik woorden als 'compleet', 'stappenplan', 'nu' of 'snel'. Zorg ervoor dat de titel pakkend is.

## Stap 2: Schrijf een meta description

Maak een meta description die duidelijk laat zien waar de pagina over gaat. Verwerk hier de voordelen in en een call-to-action. Zorg ervoor dat de beschrijving specifiek, relevant en interessant is.

## Stap 3: Voeg rich snippets toe

Doe dit bij elke pagina of blog van je website en voeg er zoveel mogelijk toe (maar blijf relevant!). Je kunt ze zelf eenvoudig instellen met behulp van de Google Highlighter Tool.



## Tip 5: Verleg je focus naar mobiel

Steeds meer mensen maken gebruik van internet op hun smartphone. Zeker in vergelijking met het internetgebruik van computers en laptops is het internetgebruik op smartphones de laatste jaren enorm gestegen. Dit geldt voornamelijk voor consumenten.

Heb je een B2C business? Dan is het enorm belangrijk dat je website mobile responsive is. Veel consumenten zoeken namelijk steeds vaker via hun smartphone. De B2B business loopt hierin nog achter, maar naar verwachting zullen bedrijven in de toekomst ook steeds meer via smartphones gaan zoeken.

## Mobiele versie belangrijk voor ranking

Ook de zoekmachines spelen in op deze trend. De ranking van een pagina wordt inmiddels voornamelijk beoordeeld aan de hand van de mobiele versie. Daarbij verschillen de zoekresultaten op mobiel en desktop. Zoek je op een bepaalde zoekterm op je mobiel? Dan zul je grotendeels andere zoekresultaten zien dan wanneer je op je desktop op dezelfde zoekterm zoekt. Gemiddeld gezien verschillen de eerste twintig zoekresultaten van mobiel en desktop bijna 50% met elkaar.

Niet alleen voor je bezoekers is een mobielvriendelijke website dus belangrijk. Het kan ook je ranking beïnvloeden. Zorg er daarom voor dat je website mobielvriendelijk is.

## Snelheid

Je mobiele website moet daarnaast ook snel zijn. Mobiele gebruikers zijn nog gevoeliger voor laadtijden dan desktopgebruikers en klikken ook sneller weg. Je kunt de snelheid van je mobiele website gemakkelijk optimaliseren door AMP te implementeren. Dit is een open-resource initiatief van Google. Je bouwt hiermee een soort light-variant van de pagina, waardoor de pagina een stuk sneller laadt.





Google geeft qua ranking (nog) geen specifieke voorkeur aan AMP-pagina's. Wel kunnen AMP-pagina's er indirect voor zorgen dat je website hoger in de zoekresultaten komt te staan door de snellere laadtijd en het (waarschijnlijk) lagere bouncepercentage.

## Stappenplan

### Stap 1: Optimaliseer je website voor mobiel

Je kunt de Google Resizer gebruiken om te zien hoe je website er nu uitziet op verschillende beeldformaten. Als je je website nog niet hebt geoptimaliseerd voor mobiel, zul je waarschijnlijk zien dat het er niet altijd even goed uitziet.

Pas formaten van elementen op je website aan, zodat alle elementen goed zichtbaar zijn op mobiel. Zorg ervoor dat teksten goed leesbaar zijn en dat alle klikbare elementen gemakkelijk aan te klikken zijn. Verder kun je kolommen die op desktops naast elkaar staan op mobiel soms beter onder elkaar plaatsen.

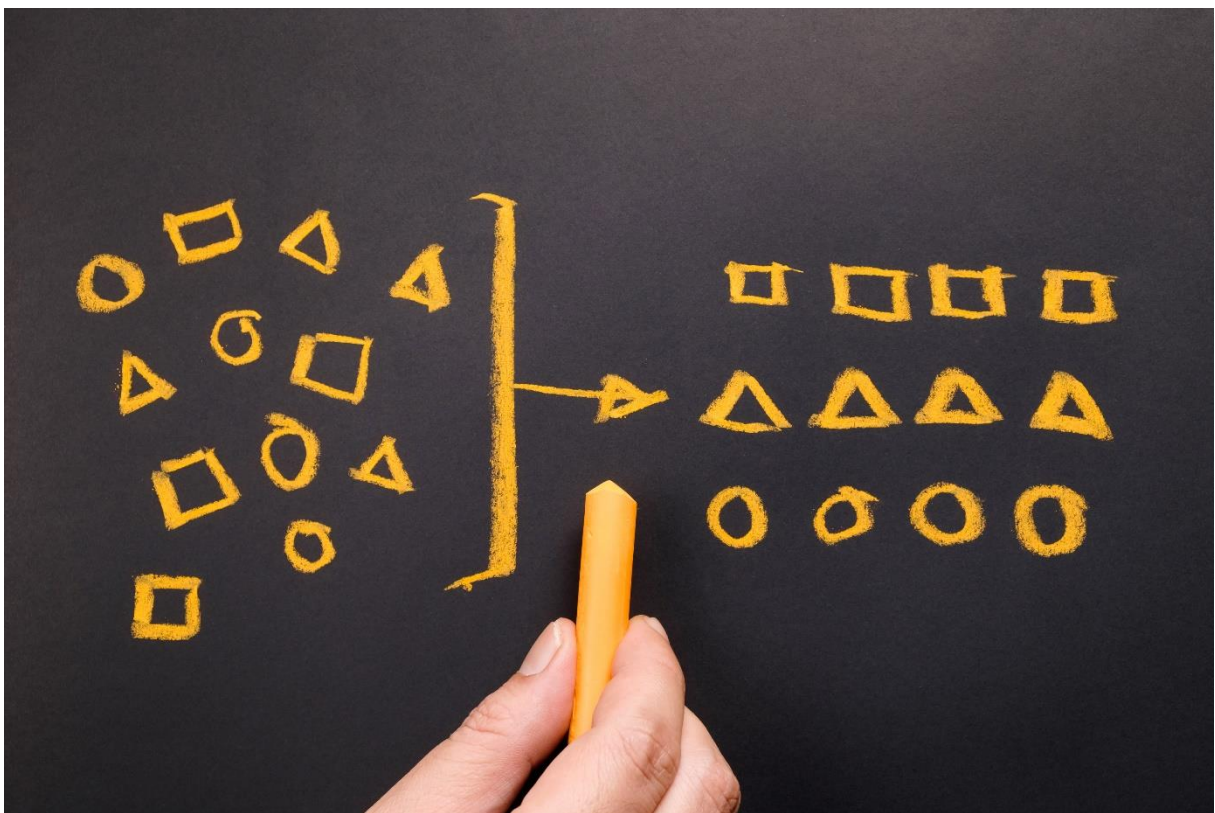
### Stap 2: Maak je website sneller

Om je website nog gebruiksvriendelijker te maken voor mobiele gebruikers moet je er ook voor zorgen dat de laadtijd zo kort mogelijk is. Verderop in dit e-book in hoofdstuk 7 vind je een aantal tips om je laadtijd te versnellen.

Specifiek voor mobiel gebruik kun je AMP implementeren om je website sneller te maken. Er is steeds meer mogelijk met AMP, maar niet alle pagina's komen er even mooi uit. Zo is het soms niet aan te raden om AMP-varianten van je productpagina's te maken, maar het is wel slim om in ieder geval van je blogartikelen AMP-pagina's te maken.

## Tip 6: Maak een duidelijke hiërarchie

Zowel gebruikers als zoekmachines moeten makkelijk door je website kunnen navigeren. Ze moeten weten hoe je website in elkaar zit en wat er onder welke categorie valt. Ook wil je natuurlijk dat alle pagina's en artikelen goed vindbaar zijn. Daarom is het zo belangrijk om te zorgen voor een duidelijke hiërarchie.



### Indelen in categorieën

Zowel je producten als je blogartikelen kun je onderverdelen in categorieën. Zorg ervoor dat dit een logische indeling is die bezoekers ook begrijpen. Ook is het slim om de categorieën toe te voegen aan het hoofdmenu van je website.

## Interne links

Niet alleen het indelen in categorieën kan helpen om dezelfde producten of blogartikelen met elkaar te verbinden; je kunt ook gebruikmaken van interne links! Het beste is uiteraard een combinatie van beiden. Met interne links kun je relevante artikelen aan elkaar verbinden en bezoekers verwijzen naar andere pagina's.

## Cornerstone content

Je kunt ook hiërarchie aanbrengen door gebruik te maken van cornerstone content. Dit is een stuk tekst over een belangrijk onderwerp van je website. Hierin wordt dit onderwerp helemaal uitgediept. Vaak bevatten dit soort pagina's tussen de 2.000 en 10.000 woorden.

De pagina van het cornerstone artikel kun je eigenlijk vergelijken met een categorie. Door vanaf dit artikel weer te linken naar alle pagina's en blogartikelen die over dit onderwerp gaan én vanuit deze pagina's weer terug te linken, breng je hiërarchie aan. Je laat zien dat alle andere pagina's die je nu gekoppeld hebt onder het cornerstone artikel vallen en over dit onderwerp gaan.





# Stappenplan

## Stap 1: Deel je pagina's in categorieën in

Om een duidelijke hiërarchie te creëren voor je bezoekers en zoekmachines deel je de pagina's van je website eerst in categorieën in. Maak een aantal relevante productcategorieën aan en enkele blogcategorieën. Voeg vervolgens alle relevante pagina's toe aan deze categorieën.

Je kunt er ook voor kiezen om cornerstone content te creëren en je pagina's hieraan te koppelen. Kies dan relevante onderwerpen uit voor de content en verwerk hier ook belangrijke zoektermen in.

## Stap 2: Verwerk interne links in je teksten

Interne links kun je het beste in de hoofdtekst van een pagina plaatsen (in plaats van in de header, footer of sidebar). Links in de hoofdtekst worden namelijk als relevanter gezien en bezoekers zullen hier waarschijnlijk ook eerder op klikken.

Link naar de categorie waaronder het product of artikel valt en naar relevante producten of artikelen in diezelfde categorie. Dit versterkt de hiërarchie die je hebt aangebracht. Plaats ook vaker interne links naar pagina's die belangrijker zijn. Deze pagina's krijgen dan namelijk de meeste aandacht van zoekmachines en je bezoekers zullen ze dan ook vaker bezoeken. Dit kunnen pagina's zijn van producten die goed lopen, categoriepagina's of pagina's met een diepgaand artikel met belangrijke zoektermen.

Houd er verder rekening mee dat de anchortekst wel bij de bestemmingspagina past. Google let hier namelijk op en ook voor je bezoekers is het fijn als de pagina relevant is aan de tekst waar ze op hebben geklikt. Als laatste is het belangrijk dat je broken links (links die niet meer werken) zoveel mogelijk voorkomt. Dit gaat namelijk de gebruiksvriendelijkheid tegen en er wordt vermoed dat zoekmachines hier ook op letten.



## Tip 7: Verbeter de snelheid

We hebben het eerder al gehad over de snelheid van je mobiele website. Voor mobiele gebruikers is het snel laden van een website nog belangrijker dan voor desktopgebruikers, maar ook desktopgebruikers vinden het natuurlijk fijn als de website snel laadt. Daarom is het belangrijk dat je de snelheid van je website verbetert voor zowel mobiele als desktopgebruikers.

### Google Pagespeed Insights

Een handige tool die je kunt gebruiken om te meten hoe lang je website erover doet om te laden is Google Pagespeed Insights. Je kunt in deze tool ook zien wat er precies langzaam laadt en waarom. Daarnaast zie je ook aanbevelingen die je zou kunnen opvolgen om de laadtijd te verbeteren.

# Stappenplan

## 1. Meet je laadtijd met Google Pagespeed Insights

De laadtijd van je website kun je heel eenvoudig analyseren met behulp van Google Pagespeed Insights. Je hoeft hier enkel de url in te voeren en vervolgens wordt er een complete analyse uitgevoerd. Google laat eerst de analyse voor mobiel zien. Je kunt de analyse voor desktop bekijken door op het tabblad hiervoor te klikken.

Zoals je ziet vind Google de snelheid voor mobiele gebruikers ook belangrijker dan de snelheid voor desktopgebruikers. Begin dan ook eerst met het optimaliseren voor mobiele gebruikers.

Wil je de laadtijd van je site graag nog beter analyseren? Gebruik dan naast Google Pagespeed Insights ook de tool GTmetrix.

## 2. Verklein je foto's

Foto's kunnen soms erg groot zijn en daardoor zorgen voor extra laadtijd. Het is daarom altijd aan te raden om de foto's te comprimeren naar een kleinere variant met mindere KB's. Dit kun je zelf doen en vervolgens de foto's op je website plaatsen, maar je kunt hier vaak ook plugins of extensies voor gebruiken.

## 3. Laad verborgen afbeeldingen pas later

Een andere manier om je laadtijd snel en gemakkelijk te verminderen is het later inladen van verborgen afbeeldingen. Dit zijn afbeeldingen die pas verderop op de pagina staan en dus eigenlijk niet direct geladen hoeven te worden. Je kunt het laden van deze afbeeldingen uitstellen door een lazy load plugin of extensie te installeren.



#### 4. Maak gebruik van browser caching

Bij browser caching worden bepaalde bestandstypen (afbeeldingen, HTML en CSS) van een pagina in de browser van je bezoekers opgeslagen. Als een bezoeker dezelfde pagina nog eens bezoekt, worden de opgeslagen bestandstypen uit de browser geladen. Een deel van de pagina hoeft dan niet geheel opnieuw in te laden, waardoor de laadtijd korter wordt. Als je gebruik wilt maken van browser caching, kun je hiervoor het beste een plugin of extensie downloaden.

Er zijn nog veel meer dingen die je kunt doen om de laadtijd van je website te verbeteren. Dit zul je waarschijnlijk ook terugzien in Google Page Insights. De vier bovengenoemde punten gaan je echter al enorm helpen en zijn het gemakkelijkst om uit te voeren zonder veel technische kennis.



## Tip 8: Voeg afbeeldingen en video's toe

Waarschijnlijk heb je aan de meeste pagina's wel een afbeelding toegevoegd. Echter kan het soms goed zijn om meer afbeeldingen en video's toe te voegen. Hiermee vul je de tekst goed aan en dit verbetert de gebruikerservaring. Bezoekers blijven waarschijnlijk ook langer op je site als stukken tekst af en toe met afbeeldingen of video's worden afgewisseld.



### Alt-teksten

Je kunt je afbeeldingen ook een korte beschrijving meegeven. Dit wordt ook wel een alt-tekst genoemd. Dit is heel effectief voor bezoekers met een visuele beperking. Zij kunnen dan namelijk horen wat de afbeelding inhoudt. Je verbetert zo de toegankelijkheid van de website en zoekmachines waarderen dit ook.

# Stappenplan

## Stap 1: Plaats meer afbeeldingen en video's

Je tekst aanvullen met afbeeldingen of video's lijkt heel makkelijk, maar dat is het niet altijd. Een afbeelding moet echt een aanvulling zijn op de tekst en het moet voor bezoekers duidelijk zijn waarom je hiervoor hebt gekozen. Het is nog beter als de afbeelding of video ook echt helpt om de tekst beter te begrijpen.

In plaats van een foto zou je daarom ook een afbeelding van een relevante grafiek, tabel of stappenplan kunnen toevoegen of een video met uitleg. Zoek dus niet even snel afbeeldingen en video's bij de tekst, maar zorg ervoor dat ze echt een betekenis hebben.

## Stap 2: Voeg alt-teksten toe aan je afbeeldingen

Een goede alt-tekst geeft dus een beschrijving van de afbeelding. Maar daarnaast is het ook goed om te kiezen voor een alt-tekst die te maken heeft met het onderwerp van de pagina. Daarbij kun je het beste ook een zoekterm in een alt-tekst verwerken om hem nog meer te optimaliseren voor de zoekmachines. Overdrijf dit echter niet. Gebruik ook eens andere relevante termen die te maken hebben met het onderwerp van de pagina, zodat het niet gaat opvallen bij de zoekmachines.

Het verduidelijken van een afbeelding moet echter altijd het belangrijkste doel van de alt-tekst zijn. Zorg ervoor dat de alt-tekst de afbeelding echt beschrijft. Is het een algemene afbeelding? Dan kun je ook een beschrijving voor de pagina gebruiken. Is de afbeelding een logo of een icoon dat naar een andere pagina verwijst? Geef dit dan aan in de omschrijving, zodat dit voor personen met een visuele beperking ook duidelijk is.



# Linkbuilding Masters

Linkbuilding Uitbesteden

- ✓ Kwalitatieve backlinks van hoge waarde
- ✓ Professionele linkbuildingcampagnes & linkbuildingpakketten
- ✓ Hoger scoren dan je concurrenten

**BEZOEK ONZE WEBSITE**