

OPTIMALISEER & OVER OM DOOR TE KLIKKEN

SEO-tips voor Badkamerklik.nl

De SEO-dokters Eduard Blacquièrè, Dylan Mouthaan en Joost de Valk geven u, door middel van SEO site clinics, advies op het gebied van zoekmachine-optimalisatie. Meerdere webshops hebben zich gemeld voor controle.

In dit artikel leest u de adviezen van de SEO-dokters voor één van de aanmeldingen: Badkamerklik.nl.

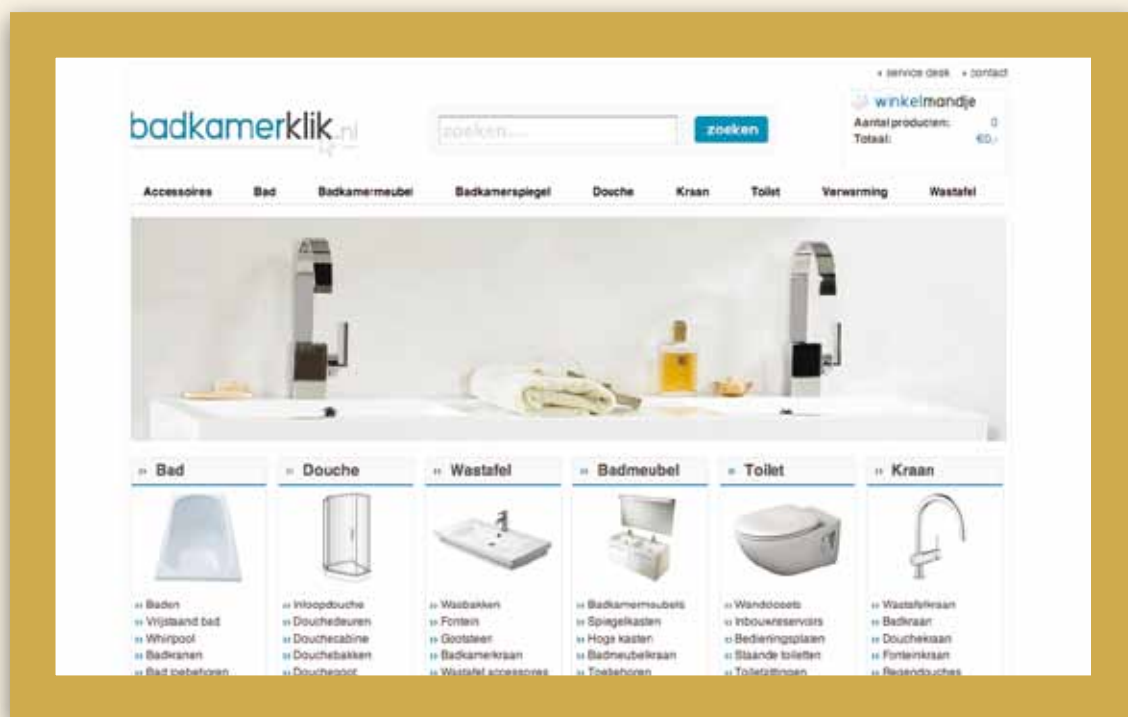
Tekst: Eduard Blacquièrè, Dylan Mouthaan en Joost de Valk
Beeld: Twinkle/BBP

De adviezen van de SEO-dokters zijn gericht op een specifieke website, maar de tips zijn doorgaans ook toepasbaar op andere sites. U kunt de aanbevelingen dus gebruiken voor uw eigen webshop.

Website:
Badkamerklik.nl

Overtuigen

Na het stellen van een vraag door middel van een zoekopdracht, bekijkt een



Het is belangrijk een 'call-to-action' te verwerken in de meta tag description

zoeker de zoekresultaten. Dat is de plek waar u een zoeker moet overtuigen dat uw website een beter antwoord geeft dan andere zoekresultaten. Dit doet u met het hele zoekresultaat: een combinatie van de paginatitel, de meta description en de url.



Afbeelding 1: Zoekresultaat Badkamerklik.nl in Google.nl

Paginatitels

De paginatitel speelt een grote rol bij zoekmachineoptimalisatie. Het beschrijft de pagina waarmee zoek-



TUIG DE ZOEKER

machines het onderwerp kunnen vaststellen en het wordt een-op-een overgenomen in de zoekresultaten. De paginatitels voor de productpagina's van Badkamerklik.nl zijn in de basis goed opgesteld, maar er zijn nog verbeteringen mogelijk. Nu is een paginatitel namelijk opgebouwd uit: Productnaam - artikelnummer - Badkamerklik.nl. Zie afbeelding 2 hieronder.



Afbeelding 2: Voorbeeld paginatitel

Een productnaam is heel waardevol, maar deze kunt u nog aanvullen met een (sub)categorie. Het artikelnummer kan worden verwijderd. Hier zoeken bezoekers nauwelijks naar en het helpt zoekmachines niet te bepalen waar de pagina over gaat. De uiteindelijke paginatitel kan er dan zo uit zien: Novellini Lunes glaswand - Inloopdouche - Badkamerklik.nl. Zorg ervoor dat de paginatitel uniek is en niet langer dan zeventig karakters, inclusief spaties. Is de titel wel langer, dan breken Google en andere zoekmachines deze in de zoekresultaten af.

Meta tag description

De meta tag description wordt gebruikt om de pagina te beschrijven voor zoekmachines. Tegenwoordig wegen zoekmachines dit onderdeel niet meer mee om hoger te scoren voor zoektermen. Wel nemen zoekmachines de meta tag description vaak over in de zoekresultaten. In het geval van Badkamerklik.nl is deze niet gevuld. Hierdoor vult Google dit automatisch in met tekst van de pagina (zoals goed is te zien in afbeelding 1). Ook wel bekend als *snippet*. In de meeste gevallen is dit niet relevant en is de bezoeker op basis hiervan dan ook niet geneigd om door te klikken. Het is daarom belang-

rijk een 'call-to-action' te verwerken in de meta tag description. Probeer in maximaal 150 tekens de betreffende pagina te beschrijven en verwerk hierin wat Badkamerklik.nl onderscheid van andere aanbieders. Bijvoorbeeld: Badkamerklik.nl biedt een ruim assortiment in badkamer en sanitair. Bestel nu vertrouwd met iDeal en wij installeren hoogstpersoonlijk uw bestelling. Met deze aanpassing vergroot u de kans op een doorklik naar de site.



Afbeelding 3: meerdere h1-koppen

Html-sitemap

Een html-sitemap is een overzicht met links naar alle webpagina's in de site.

te genereren en aan te melden bij het Google Webmaster Hulpprogramma via Google.com/webmasters/tools/. Daar geeft Google aan welke pagina's wel en niet opgenomen zijn in de zogeheten index, van waaruit Google alle pagina's doorzoekbaar maakt.

Bij wie koop ik?

Op de homepage van Badkamerklik.nl wordt alleen het huidige assortiment gepresenteerd. Een waardevolle toe-

Voor de productpagina is de productnaam de enige juiste plaats voor de h1-kop

Koppen structureren

Het gebruik van koppen (headings genaamd in html) is belangrijk voor zoekmachines om te bepalen wat de structuur van de content is. Dit doet u door middel van het maken van kopjes. Met deze 'header tags' kunt u in de html aangeven wat de hiërarchie, en dus de prioriteit, is voor de content. De belangrijkste html-header tag is de h1 (of kop 1), gevolgd door de h2 tot en met h6. Elke pagina dient slechts eenmaal de h1-kop te bevatten. De overige (sub)koppen kunnen vaker worden gebruikt. Badkamerklik.nl gebruikt op alle pagina's meerdere keren de h1-kop. Zo wordt er bijvoorbeeld op de productpagina een h1 gebruikt voor 'winkelwagen' en 'opties'. De zoekmachine wordt hierdoor misleid en kan het onderwerp van de pagina niet goed vaststellen. Voor de productpagina is de productnaam de enige juiste plaats voor de h1-kop.

Hoewel deze belangrijk is voor bezoekers en zoekmachines, wordt deze vaak over het hoofd gezien. Wegens het ruime assortiment is een html-sitemap een waardevolle toevoeging voor Badkamerklik.nl. Zowel bezoekers als zoekmachines kunnen zo in twee stappen elke pagina op de webshop vinden.

Xml-sitemap

Naast de html-sitemap bestaat er de xml-sitemap. Een xml-sitemap is ook een overzicht van alle webpagina's op een site, maar dan alleen bedoeld voor zoekmachines. Het toevoegen van een xml-sitemap heeft geen directe invloed op posities in de zoekresultaten, maar heeft het nut dat zoekmachines weten waar ze welke pagina's kunnen vinden. Dit is vooral een voordeel voor grootschalige sites met een ruim productaanbod. Het lijkt erop dat Badkamerklik.nl geen xml-sitemap gebruikt. Advies is deze automatisch

voeging is om meer achtergrondinformatie over de webshop te presenteren of sneller toegankelijk te maken. Waarom zou ik bij Badkamerklik.nl kopen? Dit heeft geen groot effect op de vindbaarheid, maar meer op de gebruikerservaring. En dat is natuurlijk waar het uiteindelijk om draait. *i*

Eduard Blacquièrre, Dylan Mouthaan en Joost de Valk zijn werkzaam als SEO-specialisten bij OrangeValley.

Uw webshop laten nakijken?

Wilt u dat de SEO-dokters uw webshop nakijken en praktische verbetertips geven? Meld uw webshop dan nu aan via: redactie@twinklemagazine.nl.