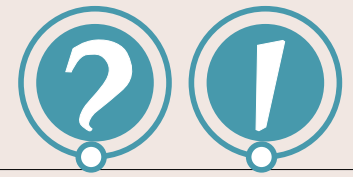


# In tien stappen scoren bij Google



## Hoe kom ik in de top 10 van Google?

Zoekmachinemarketing bestaat uit twee delen: betaalde en niet-betaalde zoekresultaten bestaan uit URL's, plaatjes, video's en nieuws. Betaalde resultaten bestaan in Google uit tekstadvertenties. Hoog in deze resultaten staan is essentieel. Heel veel mensen kijken nooit verder dan de eerste tien zoekresultaten. Hoe komt uw site daartussen?

1. Bepaal uw doelen. Logisch, maar vaak overgeslagen of niet goed doordacht. Wilt u met uw aanwezigheid op het web vooral uw merk versterken? Wilt u directe verkopen realiseren? Of verkoopt u zelf advertentieruimte op uw site en wilt u dus zoveel mogelijk bezoekers ontvangen?

2. Doe kanalenonderzoek. Voor-

dat u klakkeloos investeert in zoekmachinemarketing is het nuttig te onderzoeken welke kanalen u wilt inzetten. Zoekmachineoptimalisatie kost weinig en levert op de middellange termijn effect op. Systemen als Adwords leveren direct resultaat op en kosten meer. Beide hebben een laag risico en zijn goed in het genereren van bezoekers, maar minder goed in merkontwikkeling.

3. Doe zoekwoordonderzoek. Als u dan kiest voor zoekmachinemarketing moet u onderzoeken welke zoektermen uw doelgroep intikt in Google om uw website te vinden. Dit leert u om in de huid van uw klant te kruipen, en niet in de valkuil van vakjargon te trappen. Zo zoeken mensen veel meer naar 'goedkoop' dan naar 'voordelig'. Brainstorm hierover met medewerkers met klantcontacten.

4. Richt uw website zó in dat deze aansluit bij doelstelling en gekozen zoekwoorden. Nu u weet welke woorden en thema's mensen zoeken kunt u de site-structuur van uw website maken. Jazeker: u moet 'vangnetjes' maken voor alle belangrijke zoektermen en hun variaties.

5. Sluit u aan bij het zoekwoordgebruik van uw doelgroep. Schrijf in de taal van uw doelgroep. Daarnaast dienen de zoektermen verspreid op de pagina voor te komen, in ieder geval in de html-titel en de koppen.

6. Installeer Google Analytics of

**Ga dus niet van start met 'fietsen' als u alleen bakfietsen verkoopt**

een ander analysepakket. Stel doelen in op de website die voor u van belang zijn.

7. Zet uw Adwords-campagne op. Adwords heeft een biedingssysteem voor zoekwoorden. U bepaalt de prijs die u per klik wilt betalen. Google bepaalt de positie van de advertentie op basis van een aantal kwaliteitskenmerken en uw bod. Begin met zeer specifieke zoektermen. Ga dus niet van start met 'fietsen' als u alleen bakfietsen verkoopt. Hoe specifieker, hoe lager de prijs, hoe beter de doorklikratio en hoe beter de conversie.

8. Zet sociale media zo in dat anderen naar uw site gaan verwijzen. Start een blog, maak video's en plaats deze op YouTube die u 'embed' op uw site. Publiceer onderzoeken waar anderen over gaan discussiëren. Maak een bedrijfskanaal aan op Hyves,

Youtube, LinkedIn, Twitter en Facebook. Stimuleer stemmen op uw site op 'NuJij' en 'Ekudos'.

9. Analyseer de meetresultaten. Alhoewel Google Analytics gratis is, is de analyse dat niet. Laat het aan een specialist over om de cijfers te analyseren en te interpreteren.

10. Zet vervolgstappen. Zoekmachinemarketing is een integraal onderdeel van uw online aanwezigheid. Dit houdt in dat u de interpretaties uit stap 9 uitvoert, nieuwe ontwikkelingen in de gaten houdt en daarop inspringt.

**In de rubriek Expertpanel antwoorden specialisten op actuele vragen van ondernemers. Keesjan Deelstra schreef het handboek Zoekmachinemarketing en is eigenaar van zoekmachinemarketing bureau Interneteffect.com.**

