



SEOGuru  
Sarphatistraat 36-B  
1018GM Amsterdam  
BTW-nr: NL190985550B01  
KvK A'dam: 34269530

T 020-6755730  
M 06-17404731  
F 084-2288555  
E [info@seoguru.nl](mailto:info@seoguru.nl)  
I [www.seoguru.nl](http://www.seoguru.nl)

---

## SEO advies door SEOGuru

*Hoe met uw website hoger te scoren in Google*

---

## Inhoud

1. Werkwijze SEO advies .....	3
2. SEO advies volgens de SEOguru methode.....	4
3. Algemene opmerkingen .....	6
4. Aanvraag offerte.....	7

---

## 1. Werkwijze SEO advies

De website analyse en optimalisatie advisering vinden plaats op basis van de SEOguru-methode. Deze methode is ontstaan n.a.v. een veelheid aan analyses die in de periode 2004-2010 door SEOguru zijn uitgevoerd. Dit gecombineerd met een uitgebreide studie naar steeds de modernste SEO vakliteratuur op het Internet heeft geresulteerd in een methode voor webontwikkeling die de basis vormt voor de website analyse.

De methode is *white hat* (d.w.z. in overeenstemming met van de Google richtlijnen), omdat gestreefd wordt naar duurzame verbetering van de posities in de zoekresultaten. Ik wil bedrijven laten zien dat SEO tot minstens zulke goede resultaten kan leiden als black hat (dus illegale methodes), op langere termijn zelfs veel betere.

De analyse leidt tot een uitgebreid rapport met de beschrijving van de resultaten van de analyse aangevuld met heldere adviezen ter verbetering van de website. Het rapport wordt zo geschreven dat het goed leesbaar is voor de opdrachtgever, maar ook goed bruikbaar is voor de persoon die -of het bedrijf dat- de betreffende website onder handen heeft. Als SEO *guru* is mijn rol namelijk juist ook hierin gelegen niet alleen aanbevelingen tot verbetering te geven, maar zeker ook kennis over te dragen: ik wil mijn klanten iets leren, omdat dit op de langere termijn veel meer rendement zal opleveren. En SEO wordt daarmee bovendien ook veel interessanter.

Kenmerkend van SEO analyses door SEOguru is dat de adviesrapporten niet automatisch door één of andere tool worden gegenereerd. Natuurlijk gebruik ik zo veel mogelijk goede tools om belangrijke informatie overzichtelijk in beeld te krijgen, maar uiteindelijk is een werkelijk zinvol SEO advies handwerk. Het is er mij niet om te doen zo veel mogelijk adviesrapporten te maken, maar om adviezen te geven waar u als bedrijf werkelijk iets aan heeft. Het uiteindelijke rapport is een Word-document, bestaande uit zo'n veertig pagina's, met verwijzingen naar zo'n tien Excel-bestanden met overzichten van zoekwoorden, rankings, inkomende verwijzingen, etc.

SEOGuru is actief lid van de Taskforce Search van de branchvereniging het IAB ([http://www.iab.nl/Over\\_IAB\\_Nederland/Ledenlijst/Bedrijfsprofiel/SEOGuru](http://www.iab.nl/Over_IAB_Nederland/Ledenlijst/Bedrijfsprofiel/SEOGuru)) en onderschrijft de "Gedragscode Zoekmachinemarketing". De gedragscode is te vinden op de website van het IAB: [http://www.iab.nl/Taskforce\\_area/Search/gedragscode\\_zoekmachinemarketing](http://www.iab.nl/Taskforce_area/Search/gedragscode_zoekmachinemarketing).

---

## 2. SEO advies volgens de SEOguru methode

De SEOguru-methode bestaat uit zeven stappen. Iedere stap wordt in een hoofdstuk van het adviesrapport uitgewerkt.

### **Hoofdstuk 1: zoekwoord analyse**

Alvorens tot de concrete optimalisatie van een website over te kunnen gaan, is het allereerst van groot belang precies te weten op welke zoekwoorden er eigenlijk het beste geoptimaliseerd kan worden. In hoofdstuk 1 wordt daarom begonnen met een zoekwoord analyse. De beste zoekwoorden worden in een structuur geplaatst die straks als basis gaat dienen voor de optimalisatie van de website. Deze stap eindigt met een nulmeting, d.w.z. de bepaling van de huidige ranking in Google.nl van de belangrijkste uit deze analyse voortvloeiende zoekwoorden.

### **Hoofdstuk 2: concurrentie analyse**

Als bekend is wat de beste zoekwoorden zijn kunnen we kijken wie de belangrijkste concurrenten zijn en hoe sterk die concurrenten zijn. Dat zal ons een indruk geven wat de kansen zijn om met uw huidige website te gaan scoren. Daartoe wordt in dit hoofdstuk de concurrentie, op basis van een aantal globale maar belangrijke parameters, geanalyseerd en de resultaten ervan afgezet tegen uw website. Dit geeft een indruk waar uw website qua scoringspotentie op dit moment staat en waar deze in globale zin verbetering behoeft om de concurrentie beter aan te kunnen gaan.

### **Hoofdstuk 3: Site architectuur**

Onder 'site architectuur' versta ik het geheel aan url's (domeinnaam, directories en pagina's) en interne linkstructuur (d.w.z. de wijze waarop de pagina's binnen de website naar elkaar verwijzen). Deze architectuur moet gaan aansluiten bij de in hoofdstuk 1 gedefinieerde zoekwoordstructuur. In dit hoofdstuk wordt precies uitgelegd hoe dat kan plaatsvinden, d.w.z. op welke wijze de url's en de linkstructuur kunnen worden geoptimaliseerd.

### **Hoofdstuk 4: Techniek website**

In hoofdstuk 4 wordt de achterliggende code van de webpagina's geanalyseerd in combinatie met terugmeldingen vanuit Google via Webmaster Tools. Aan bod komen de head-sectie van de webpagina's en de 'spiderability' (d.w.z. de mate waarin de zoekrobot van Google overweg kan met de pagina's van de website).

---

### **Hoofdstuk 5: Content**

“Content is king” is niet alleen het basisparadigma van SEO, maar in toenemende mate voor Google van belang bij het bepalen van de posities in de zoekmachines van websites. Dat is logisch want Google wil haar klanten (de gebruikers van de zoekmachine) zinvolle websites aanbieden. Dat zijn websites met goede, unieke content. In hoofdstuk 5 wordt dit belangrijke aspect van uw website onder de loep genomen.

### **Hoofdstuk 6: Linkbuilding**

Verwijzingen naar uw website worden door Google beschouwd als een objectief criterium voor de mate waarin anderen uw website blijkbaar waarderen: iedere link is een stem voor uw website, en wel op de ankertekst van de betreffende link. Hoofdstuk 6 bevat de analyse van de verwijzingen die er nu liggen en adviezen betreffende de verbetering ervan.

### **Hoofdstuk 7: Onderhoud**

M.b.v. Google Webmaster Tools, Google Analytics en eventueel ook Google AdWords kan het resultaat van de optimalisatie nauwkeurig worden gemeten. Dit is belangrijk, want we willen zoekwoorden die onverwachts goed blijken te renderen (d.w.z. leiden tot verkoop van producten of informatie-aanvragen) zo hoog mogelijk zien te positioneren. Dat kan leiden tot een extra inspanning voor specifieke zoekwoorden. Ook is het raadzaam toezicht te houden op de linkbuilding en de terugkoppelingen vanuit Google via Webmaster Tools. In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de opdrachtgever dit onderdeel zelf zou kunnen uitvoeren, danwel kan uitbesteden aan SEOguru.

### 3. Algemene opmerkingen

1. SEO's kunnen en mogen (zie [Google-richtlijnen voor SEO's](#)) nooit scoringsposities garanderen. Dat doe ik dus ook niet. Ook respecteer ik de overige richtlijnen die Google aan SEO's stelt.
2. Van de opdrachtgever heb ik de volgende gegevens nodig om de analyse te kunnen uitvoeren.
  - a) De te optimaliseren website.
  - b) De zoekwoorden waarop zo hoog mogelijk gescoord moet gaan worden, waarbij aangegeven wordt welke zoekwoorden de belangrijkste zijn.
  - c) Welke websites beschouwd worden als de belangrijkste concurrenten.
3. Opdrachtgever krijgt van mij een leeg html-bestand dat voor de duur van de analyse in de root van de website moet worden geplaatst opdat ik toegang kan krijgen tot de Google Webmaster Tools van betreffende website. Google Webmaster Tools is de interface tussen Google en opdrachtgever.
4. Voor een adviesrapportage wordt een éénmalig bedrag gerekend, dat in twee delen in rekening gebracht wordt: de eerste helft ter bevestiging van de opdracht en de andere helft na oplevering ervan.
5. Op iedere opdracht zijn de algemene voorwaarden van SEOguru van toepassing.

---

## 4. Aanvraag offerte

U kunt een offerte aanvragen door te bellen (020-6755730) of door een mail te sturen naar [info@seoguru.nl](mailto:info@seoguru.nl).