



## SEO-richtlijnen voor webontwikkelaars

Versie 1.0

15 februari 2008

---

### Inleiding

Dit document beschrijft aan welke richtlijnen webontwikkelaars zich moeten houden om het logo “Webontwikkelaar SEO deskundig” te mogen voeren.

De webontwikkelaar dient in de contracten met haar klanten of in de bijgesloten Algemene Voorwaarden aan te geven dat werkzaamheden voor de klant, voor wat betreft de SEO-aspecten, plaatsvindt overeenkomstig de in onderhavig document beschreven SEO-richtlijnen. Het betreft een *inspanningsverplichting*, geen *resultaatverplichting*. Dat laatste kan immers nooit gegarandeerd worden.

Er kan gedacht worden aan een volgend artikel. De webontwikkelaar wordt daarbij aangeduid als “opdrachtnemer”. De klant van de webontwikkelaar als “opdrachtgever”.

***Artikel x Specifieke bepalingen omtrent “zoekmachine vriendelijkheid” van de website***

*x.1 Opdrachtnemer spant zich in te komen tot een zoekmachine-vriendelijke website, alleen voor zover het de vernieuwingen of de aanpassingen betreft die door opdrachtnemer zijn uitgevoerd.*

*x.2 Een zoekmachine-vriendelijke website wordt gedefinieerd als een website die a) netjes geïndexeerd wordt door Google en b) zo goed mogelijk scoort binnen de organische (onbetaalde) zoekresultaten van Google.*

*x.3 Om te komen tot een zoekmachine-vriendelijke website hanteert opdrachtnemer de meest recente “SEO-richtlijnen voor webontwikkelaars” zoals opgesteld door SEOGuru. Dit document is te vinden op pagina: <http://www.seoguru.nl/archief/index.html>. Deze SEO-richtlijnen voor webontwikkelaars bestaat uit twee delen:*

*a) Google’s kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters (t.b.v. een nette indexering door Google) en b) SEOGuru’s kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters (t.b.v. een zo goed mogelijke score in Google).*

*x.4 Google’s kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters worden ondubbelzinnig gevolgd. SEOGuru’s kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters zijn indicatief, er kan van worden afgeweken als opdrachtnemer vermoedt dat dit tot een nog betere score in de organische resultaten leidt. Dergelijke afwijkingen worden echter gecommuniceerd met de opdrachtgever.*

*x.5 De datum zoals vermeld op de overeenkomst tussen opdrachtnemer en opdrachtgever is bepalend voor welke versie van de SEO-richtlijnen van toepassing is. Oudere versies van de SEO-richtlijnen worden daarom, via de in artikel x.3 genoemde pagina, gearchiveerd.*

*x.6 Opdrachtnemer aanvaardt geen aansprakelijkheid indien de website ondanks deze inspanningsverplichting niet (goed) wordt geïndexeerd of niet (goed) scoort binnen Google.*

De webontwikkelaars worden automatisch op de hoogte gebracht van nieuwere versies van onderhavige SEO-richtlijnen.

SEOGuru is niet aansprakelijk voor misbruik van het logo. Indien blijkt dat een webontwikkelaar het logo voert zonder in contracten of Algemene Voorwaarden te verwijzen naar onderhavige SEO-richtlijnen, vervalt de ondersteuning vanuit SEOGuru en zal de landingspagina achter het logo hier melding van maken. Misbruik kan gemeld worden bij [abuse@seoguru.nl](mailto:abuse@seoguru.nl).

In het hiernavolgende zijn de Google- en SEOGuru-kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters volledig weergegeven: eerst die van Google, daarna die van SEOGuru. Dit document mag vrij verspreid worden, zolang de bron (SEOGuru: [www.seoguru.nl](http://www.seoguru.nl)) maar vermeld wordt.

Ir. Alain Sadon  
[www.seoguru.nl](http://www.seoguru.nl)

SEOGuru is ingeschreven bij de KvK Amsterdam onder nummer: 34269530

## Inhoud

Inleiding.....	1
1. Google’s kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters .....	4
Inleiding .....	4
A. Kwaliteitsrichtlijnen .....	4
B. Algemene aanbevelingen .....	4
C. Specifieke richtlijnen .....	5
2. SEOguru’s kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters .....	6
Inleiding .....	6
A. Richtlijnen m.b.t. zoekwoorden en content .....	6
B. Richtlijnen m.b.t. bestandsorganisatie, spiderability en validiteit .....	9
C. Richtlijnen m.b.t. de interne en externe linkstructuur en links .....	10
D. Overige richtlijnen.....	12

# 1. Google's kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters

## Inleiding

De kwaliteitsrichtlijnen hebben betrekking op illegale praktijken die ertoe kunnen leiden dat sites geheel uit de Google-index worden verwijderd of anderszins worden afgekeurd. Als een site is afgekeurd, verschijnt deze mogelijk niet meer in de zoekresultaten op Google.nl of in de zoekresultaten van partnersites van Google.

## A. Kwaliteitsrichtlijnen

In deze kwaliteitsrichtlijnen worden de bekendste vormen van misleidend en manipulatief gedrag aan de orde gesteld. Dat neemt niet weg dat Google ook maatregelen treft tegen misleidende praktijken die hier niet zijn beschreven. Denk bijvoorbeeld aan het registreren van foutgespelde varianten van bekende websites, waarmee gebruikers tegen hun bedoeling in naar websites worden gelokt. U mag er dus beslist niet van uitgaan dat Google een specifieke misleidingstactiek goedkeurt als die niet op deze pagina wordt vermeld. Webmasters die hun energie steken in het ontwikkelen van websites in de geest van de algemene aanbevelingen, bieden hun bezoekers uiteindelijk precies datgene wat zij zoeken. Deze webmasters mogen dan ook rekenen op een betere positie in de zoekresultaten dan zij die hun tijd steken in het uitdokteren van valstrikken voor zoekmachines.

Als u van mening bent dat een andere site de kwaliteitsrichtlijnen van Google niet naleeft, kunt u dat melden op <https://www.google.com/webmasters/tools/spamreport?hl=nl>. Google wil spammers liever niet één voor één bestrijden en probeert problemen daarom aan te pakken via schaalbare en geautomatiseerde oplossingen. De spammeldingen die Google ontvangt, worden gebruikt om schaalbare algoritmen te ontwikkelen die toekomstige spampogingen kunnen herkennen en blokkeren.

## B. Algemene aanbevelingen

- Maak een website voor gebruikers, niet voor zoekmachines. Zet uw gebruikers niet op het verkeerde been en schiep zoekmachines niet op met andere inhoud dan de inhoud die u aan uw bezoekers voorschotelt (dit wordt ook wel 'cloaking' genoemd).
- Probeer niet via allerlei trucjes uw positie in de zoekresultaten op te schroeven. Een goede vuistregel is dat u zonder schuldgevoel zou moeten kunnen uitleggen wat u een concurrerende website heeft aangedaan. Andere nuttige vragen waarover u kunt nadenken zijn: 'Hebben de bezoekers van mijn site hier wat aan?' en 'Zou ik dit ook doen als er geen zoekmachines bestonden?'
- Doe niet mee aan uitwisselingsprogramma's van links die zijn bedoeld om uw positie in de zoekresultaten of uw PageRank te verbeteren. Het is met name van belang dat u geen links aanbrengt naar webspammers of naar de 'achterbuurten' van internet, aangezien zulke links uw rangschikking negatief beïnvloeden.

- Gebruik geen illegale programma's die pagina's automatisch toevoegen en uw positie in zoekresultaten controleren. Deze programma's leggen een onevenredig groot beslag op onze computerbronnen en zijn in strijd met onze [Servicevoorwaarden](#). Google raadt het gebruik van producten zoals WebPosition Gold™ af. Met zulke programma's worden zoekopdrachten automatisch samengesteld en naar Google verzonden. Service. Google does not recommend the use of products such as WebPosition Gold™ that send automatic or programmatic queries to Google.

## C. Specifieke richtlijnen

- Vermijd [verborgen tekst en verborgen links](#).
- Maak geen gebruik van [cloaking of verborgen omleidingen](#).
- Verstuur geen [automatische zoekopdrachten naar Google](#).
- Stop uw pagina's niet vol met [irrelevante zoekwoorden](#).
- Maak geen extra pagina's, subdomeinen of domeinen met vrijwel [identieke inhoud](#).
- Maak geen [pagina's die virussen, Trojaanse paarden of andere schadelijke software installeren](#).
- Maak geen [doorway-pagina's die uitsluitend bedoeld zijn voor zoekmachines](#). Laat u ook niet in met 'cookie cutter'-benaderingen zoals partnerprogramma's. Dit levert alleen maar sites op met [weinig of geen relevante inhoud](#).
- Als uw site deel uitmaakt van een gelieerd programma, zorgt u er dan voor dat uw site toegevoegde waarde heeft. [Bied unieke en relevante inhoud](#) en geef gebruikers een reden om uw site het eerst te bezoeken.

## 2. SEOguru's kwaliteitsrichtlijnen voor Webmasters

### Inleiding

De hierna vermelde kwaliteitsrichtlijnen zijn opgesteld door SEOguru. Voor het belangrijkste deel zijn ze afgeleid uit het [SEO-boek](#) van SEOguru. Verder zijn de [webrichtlijnen van de overheid](#) mee verwerkt voor zover het SEO-aspecten betreft.

Onderstaande SEOguru-kwaliteitsrichtlijnen zijn indicatief. De webontwikkelaar is in principe vrij af te wijken van de richtlijnen als deze vermoedt dat dit tot betere posities in de Google-zoekresultaten leidt, zolang de aanpassingen binnen de [Google-kwaliteitsrichtlijnen](#) plaatsvinden. Het afwijken van de SEOguru-richtlijnen dient echter wel gecommuniceerd en afgestemd te worden met de klant.

Over de SEOguru-richtlijnen is correspondentie mogelijk, sterker: iedereen wordt uitgenodigd hieromtrent de [discussie](#) aan te gaan. De richtlijnen zullen op die wijze sterker worden. De bij SEOguru aangesloten webontwikkelaars worden automatisch op de hoogte gebracht van aanpassingen in de richtlijnen.

### A. Richtlijnen m.b.t. zoekwoorden en content

#### A1. Start in een zo vroeg mogelijk stadium van de websiteontwikkeling met SEO.

Toelichting: Bij de ontwikkeling van nieuwe websites dient SEO al meteen een centrale rol te spelen. Dit in het bijzonder met het oog op (zoals hierna in de richtlijnen verder uitgewerkt) de te gebruiken technieken, de definitie van zoekwoorden, het creëren van goede content, de linkstructuur en de namen van domeinen/directories/bestanden.

#### A2. Bepaal de zoekwoorden.

Toelichting: Het is van belang bij het maken of onderhouden van een website goed te weten op welke zoekwoorden de site (straks) goed gevonden moet gaan worden. Hier zijn verschillende methoden voor.

[Meer info](#)

#### A3. Zorg op de pagina's voor goede, unieke content rond de zoekwoorden.

Richtlijn overheid: [R-pd.3.1](#) en [R-pd.6.2](#)

Toelichting: Zorg zo veel mogelijk voor unieke content (inhoud), ook binnen de eigen website. Kopieer geen informatie vanaf andere websites. Wijs de bij A2 bepaalde zoekwoorden toe aan de pagina's van de website. Zorg dat de zoekwoorden die aan de pagina worden toegekend terugkomen in de inhoud van de pagina.

[Meer info](#)

#### **A4. Spam niet met de zoekwoorden. Hou een dichtheid aan van 2 tot maximaal 15%.**

Toelichting: Spiders kijken naar de dichtheid van woorden of combinaties van woorden op de pagina (keyword density). Hoe hoger de dichtheid van een keyword, of combinatie van keywords, hoe belangrijker dat woord of die woorden. Over het algemeen wordt een dichtheid geadviseerd van de 'visible text' (d.w.z. de tekst in het body-deel van de html-pagina) van rond de 2%, in ieder geval hoger dan 1.5% en zeker niet hoger dan 15%.

[Meer info](#)

#### **A5. Plaats zoekmachine-overbodige zaken zoals stylesheets en javascript in aparte files.**

Toelichting: Om de dichtheid van de zoekwoorden op een pagina te verhogen, maar ook vanwege overzichtelijkheid en spiderability is het goed vakmanschap om stylesheets en javascript in aparte bestanden te plaatsen (.css, respectievelijk .js).

[Meer info](#)

#### **A6. Maak op de juiste manier gebruik van de <title>-tag.**

Richtlijn overheid: [R-pd.18.1](#)

Toelichting:

De title wordt de belangrijkste zin in de zoekresultaten. Maak daarom een korte, bondige, goed leesbare en pakkende zin, 70 tot 100 karakters (incl. spaties). Gebruik niet de domeinnaam in de title. Toon ook niet alleen de bedrijfsnaam in de title. Iedere pagina in de website dient een unieke title te krijgen.

[Meer info](#)

#### **A7. Maak op de juiste manier gebruik van de <description>-metatag.**

Toelichting:

De description wordt vaak getoond als de toelichtende zin in de zoekresultaten. Maak daarom een redelijk leesbare zin. 25 tot 30 woorden maximaal, 8 woorden minimaal. Iedere pagina in de website dient een unieke description te krijgen.

[Meer info](#)

#### **A8. Maak op de juiste manier gebruik van de <keywords>-metatag.**

Toelichting:

Deze tag is tegenwoordig niet meer zo heel belangrijk, maar gebruik hem toch. 380 karakters maximaal. Gebruik alleen keywords die ook in de content van de pagina terugkomen. Scheid de keywords door komma's. Gebruik niet alleen enkele keywords, maar ook combinaties van keywords. Laat ieder individueel keyword nooit meer dan drie keer in de gehele lijst van keywords voorkomen.

[Meer info](#)

## **A9. Maak gebruik van header-tags (<h1>, <h2>, etc.)**

Toelichting:

Google kent speciale waarde toe aan de woorden binnen header-tags. H1 is de belangrijkste, gebruik die dus sowieso en laat de zoekwoorden daarin terugkomen.

[Meer info](#)

## **A10. Maak gebruik van de overige tags**

Toelichting:

Woorden binnen de <strong>-tags krijgen extra waarde. Bij images kunnen alt-teksten worden opgenomen en bij hyperlinks title-teksten. Maak daar gebruik van.

[Meer info](#)

## **A11. Plaats de belangrijkste content bovenin de pagina**

Richtlijn overheid: [R-pd.18.2](#)

Toelichting:

De content hoog in de pagina wordt als belangrijker beschouwd door zoekmachines, d.w.z. de content die hoog staat in de broncode. Dat is dus iets anders dan hoe e.e.a. op het scherm wordt weergegeven! Hier kan gebruik van gemaakt worden door de content te laten beginnen met een inleiding of samenvatting waar de belangrijkste zoekwoorden in terugkomen.

[Meer info](#)

## **B. Richtlijnen m.b.t. bestandsorganisatie, spiderability en validiteit**

### **B1. Produceer unieke, onveranderende URL's.**

Richtlijn overheid: [R-pd.4.1](#)

Toelichting:

Pagina's geïndexeerd door zoekmachines mogen dus niet voortdurend van url veranderen. Uiteraard mogen de pagina's zelf worden uitgebreid en veranderd, maar de url moet in principe dezelfde blijven.

### **B2. Als een pagina (url) van de website toch moet worden verwijderd of aangepast, gebruik dan een 301-redirect**

Toelichting:

Via de 301-redirect kan zoekmachines precies worden uitgelegd wat er met de url is gebeurd. Doe dit bij voorkeur via een .htaccess-bestand.

[Meer info](#)

### **B3. Gebruik vriendelijke url's, die leesbaar en herkenbaar zijn**

Richtlijn overheid: [R-pd.4.6](#)

Toelichting:

Dit i.v.m. de (licht) toegevoegde waarde die url's kunnen hebben op de ranking in zoekmachines. Url's met vreemde tekens en codes voegen vanuit SEO-perspectief niets toe. Gebruik daarom als het even kan ook de zoekwoorden in de url, d.w.z. in de domeinnaam en/of de subdirectories en/of de bestandsnamen. Gebruik in één url echter niet te vaak de zoekwoorden ivm spam: twee keer maximaal.

### **B4. Zorg dat de pagina's W3C-gevalideerd zijn**

Toelichting:

Dit maakt de kans kleiner dat de spiders de pagina niet goed kunnen begrijpen. Valid html 4.01 en valid xhtml maken vanuit SEO-perspectief overigens geen verschil.

[Meer info](#)

## **C. Richtlijnen m.b.t. de interne en externe linkstructuur en links**

### **C1. Maak de interne linkstructuur van de website zo dat ieder pagina nooit meer dan 2 muisklikken ver is.**

Toelichting:

Dit om de diepte voor de zoekspiders niet te groot te maken. De beste oplossing is om een sitemap.html te creëren waar alle pagina's in opgesomd zijn. Hiermee wordt automatisch aan deze richtlijn voldaan, indien bv. vanuit de index-pagina naar de sitemap.html wordt gelinkt. Geef de sitemap max. 100 links. Bij meer links, maak dan sub-sitemaps.

[Meer info](#)

### **C2. Leg de juiste interne verwijzingen**

Toelichting:

Leg vanuit de website vooral verwijzingen naar pagina's die er toe doen, d.w.z. goede content hebben. Ter overwegen is het om pagina's die aan content niets toevoegen met het oog op SEO niet te laten indexeren. Dit kan in dat geval aangegeven worden via de robots-metatag:  
<meta name="robots" content="noindex, follow">.

[Meer info](#)

### **C3. Zorg voor goede verwijzingen vanaf andere websites naar de website (inbounds)**

Toelichting:

Leg de verwijzingen natuurlijk naar de index-pagina, maar ook naar andere pagina's binnen de website (deep-linking). Nog beter is het de website inhoudelijk zo interessant te maken dat mensen daar uit zichzelf naar gaan verwijzen.

Probeer verwijzingen te realiseren vanaf verschillende domeinen, vanuit verschillende IP-nr's, vanuit websites met een zo hoog mogelijke pagerank, vanuit pagina's met zo min mogelijk andere verwijzingen en vanaf websites die zelf hoog scoren op de betreffende zoekwoorden.

[Meer info](#)

### **C4. Zorg voor goede verwijzingen vanuit de website naar andere websites (outbounds)**

Toelichting:

Het is geen enkel probleem om ook verwijzingen vanaf de eigen naar andere sites te leggen, met name naar sites die autoriteit hebben over de zoekwoorden van de betreffende pagina binnen de eigen site. Voorkom verwijzingen naar lage kwaliteit websites of lage kwaliteit buurten (clusters van lage kwaliteit websites). Je wordt dan feitelijk zelf ook onderdeel van zo'n cluster. Voorbeelden hiervan zijn link-farms.

[Meer info](#)

## **C5. Maak goede anchor-teksten in alle verwijzingen**

Toelichting:

Creëer voor wat betreft interne verwijzingen en inbounds (dus de verwijzingen binnen en naar de eigen site) goede anchor-teksten, d.w.z. maak daarin gebruik (als het even kan) van de zoekwoorden van de pagina waar naar wordt verwezen. Varieer met de anchor-teksten in de verschillende verwijzingen en maak gebruik ook van de title-tag (zie A10).

[Meer info](#)

## **C6. Maak verwijzingen naar de index-pagina éénduidig**

Toelichting:

Verwijzingen naar 'www.seoguru.nl', naar 'www.seoguru.nl/index.html', naar '/', naar 'seoguru.nl' of naar '/index.html', resulteren allemaal in de index-pagina, maar kunnen voor zoekmachines als verschillend worden beschouwd. Omdat hiermee kracht (pagerank) verloren gaat dienen verwijzingen éénduidig te zijn.

[Meer info](#)

## D. Overige richtlijnen

### D1. Maak geen gebruik van frames of flash, maar als het niet anders kan doe het dan goed

Richtlijn overheid: [R-pd.12.1](#)

Toelichting:

Indien het een nieuwe website betreft, maak dan geen gebruik van frames. Frames leiden tot rare resultaten in de zoekmachines (tekst zonder navigatiebalk, etc.) en scoren wellicht niet optimaal in zoekmachines. Frames zijn meestal ook helemaal niet nodig. Is de site reeds op frames gebaseerd, optimaliseer dan het <noframes>-deel. Spam daar echter niet met zoekwoorden, maar laat het een afspiegeling zijn van wat de gebruiker daadwerkelijk te zien krijgt (in het gehele frame met alle framesets).

Bij gebruik van Flash moet er een soort 'primary content' worden geschreven die getoond wordt in browsers indien de flash-optie disabled staat (of niet aanwezig is). Deze content moet geoptimaliseerd worden voor zoekmachines. Spam daar echter niet met zoekwoorden, maar laat het een afspiegeling zijn van wat de gebruiker daadwerkelijk te zien krijgt (in Flash).

[Meer info](#)

### D2. Besteed het aanmelden van websites bij zoekmachines, niet uit

Toelichting:

Meld zelf de index-pagina aan bij Google (en evt. andere zoekmachines), maar doe dat pas als de website helemaal in orde is.

[Meer info](#)