

Inhoud

Inleiding	1
Statistieken Google	1
Werking van het Google algoritme	1
Personalisering van de zoekresultaten	3
Google Universal search	4
De rol van een SEO specialist	4
De zoekresultaten	6
SEO als vakgebied	7
De Google richtlijnen	7
SEO in een notendop	8
De SEOguru methode.....	8
1 Zoekwoord selectie	11
1.1 Selectie op basis van zoekvolume	12
Het hulpprogramma voor zoekwoorden.....	12
Speel met het hulpprogramma	15
Zoekwoordsuggesties downloaden naar Excel.....	16
Zoekwoordsuggesties bewerken in Excel.....	17
Long- versus shorttail zoekwoorden	18
Relatie zoek-intentie en Click Through Rate (CTR)	20
1.2 Selectie op basis van conversie	22
Rendement bepalen via de AdWords resultaten	23
Rendement bepalen via de organische resultaten	24
1.3 Resultaat selectie en Nulmeting	24
2 Concurrentie analyse	27
2.1 Google Index	28
2.2 PageRank en mozRank	29
2.3 Trust	30
2.4 Harde en zachte verwijzingen	34

Aantal harde verwijzingen (hyperlinks) naar de site	35
Aantal zachte verwijzingen	36
2.5 Overige graadmeters	37
3 Website architectuur	39
3.1 PageRank	39
PageRank theorie	39
Moderne verfijningen op het PageRank algoritme	44
Toolbar PageRank (TBPR)	49
PageRank Sculpting: voltooid verleden tijd	50
3.2 De ankerteksten	51
Tekstuele ankerteksten	51
Afbeelding als ankertekst	52
3.3 Top Down structuur	52
3.4 Bottom Up Structuur	56
3.5 URL's	59
4 Technisch ontwerp	65
4.1 Programmeertechnieken: wat wel en wat niet?	65
Verwijzingen via javascript	65
Ajax	67
iFrames	68
Frames	70
Flash	71
Session ID's en Cookies	74
Redirects	75
HTTPS / SSL	78
4.2 Multi regionale en meertalige sites	79
4.3 Google webmaster Hulpprogramma's	82
Berichten	82
Site configuratie	83
Uw site op Internet	84
Diagnose	84
Labs	85

4.4	Het semantische web: RDFa, Microformats en Microdata	87
	Het semantische web.....	87
	Microformats	89
	RDFa.....	89
	Microdata	89
	Facebook.....	91
5	Realisatie content	93
5.1	Modellen ter beoordeling van de content	94
	Model1: Zoekwoord Dichtheid of Term Frequency (TF).....	95
	Model2: TF * IDF	96
	Model3: Het Vector Space Model	97
	Model4: Topic Modelling	99
5.2	De praktijk van het schrijven van goede content.....	101
5.3	Meta content	104
	Title.....	105
	Description.....	106
	Keywords	107
	Robots.....	107
5.4	Duplicate content.....	108
	Duplicate content binnen de eigen site	109
	Duplicate content over sites heen	113
5.5	Uitgaande verwijzingen en TRUST	114
5.6	Alternatieve content: Afbeeldingen, Video's en Maps	117
	Afbeeldingen.....	117
	Video's	119
	Maps	122
6	Linkbuilding	123
6.1	Linkwaardige content.....	123
6.2	Webdirectories.....	124
6.3	Content sharing.....	126

RSS feeds.....	126
Widgets.....	126
6.4 Social bookmarking en sharing	127
Social bookmarking.....	127
Social sharing	127
Rel="nofollow"	127
Social graph.....	127
Stemknoppen en share buttons.....	129
6.5 Extern delen van kennis.....	129
6.6 De beste verwijzingen.....	132
De verwijzende pagina.....	132
Het verwijzende domein	134
De verwijzing zelf.....	135
6.7 De slechtste verwijzingen	137
7 Onderhoud	139
7.1 Meten van scoringsposities	139
Meten met rank checkers	139
Best scorende URL's bepalen via Google Webmaster Hulpprogramma's	141
7.2 Meten van inkomende verwijzingen	142
In kaart brengen van inkomende verwijzingen	142
Optimaliseren van inkomende verwijzingen.....	144
7.3 Checken Google Webmaster Hulpprogramma's	144
7.4 Meten verkeer en rendement	145
Hulpprogramma voor Zoekwoorden Google	145
Google Webmaster Hulpprogramma's	146
Google Analytics	146
Samenvatting.....	147
7.5 Onderhoud aan de website	149
Site/Server down	149
Hosting/Server migratie.....	150
7.6 Google penalty of ban?.....	150

SEO alerts rond (aankomende) Penalty of Ban 152
Reconsideration Request 153

INDEX..... 155