

Inhoud

1	Inleiding	7
1.1	Achtergrond van dit boek.....	7
1.2	De SEO-specialist.....	10
1.3	Belangrijke SEO concepten en begrippen	14
1.3.1	De zoekrobot en indexatie	14
1.3.2	Het Google rankingalgoritme	19
1.3.3	De zoekresultaten en verrijkingen.....	20
1.3.4	Personalisering van zoekresultaten.....	25
1.3.5	Relatie SEO en SEA.....	28
1.3.6	E-A-T	31
1.4	Test jezelf: waar of niet waar?	35
2	Analyse zoektermen	37
2.1	Inleiding.....	37
2.2	Bewustwording van de huidige situatie	37
2.3	Bepaling van nieuwe zoektermen	38
2.4	Tools.....	43
2.5	Test jezelf: waar of niet waar?	47
3	Schrijven tekst	49
3.1	Inleiding.....	49
3.2	Tekstoptimalisatie: de theorie	52
3.3	Tekstoptimalisatie: de praktijk	59
3.4	Invloed van gebruikersgedrag	63
3.4.1	Pogosticking.....	65
3.4.2	User journey's en zoekintenties	66
3.4.3	Het rommelige midden.....	70

3.5	Meta-title en -description.....	71
3.6	Overige opmerkingen m.b.t. de tekst	74
3.7	Tools.....	76
3.8	Test jezelf: waar of niet waar?.....	79
4	Promotie tekst.....	81
4.1	Inleiding	81
4.2	Belangrijke begrippen	82
4.2.1	PageRank	82
4.2.2	Rel=nofollow/ugc/sponsored	86
4.3	Krachtigste backlinks	88
4.4	Backlinks vanaf sociale media.....	91
4.5	Backlink attractoren.....	95
4.6	Tools.....	96
4.7	Linkbuilding uitbesteden?.....	99
4.8	Sitestructuur	100
4.9	Test jezelf: waar of niet waar?.....	105
5	Metten prestaties	107
5.1	Inleiding	107
5.2	De Google Search Console	108
5.3	Google Spreadsheets	112
5.4	SEO ⁺⁺	114
5.5	Test jezelf: waar of niet waar?.....	118
	Bijlage Checklist	119
	Index	123