<Logo SEO tekstschrijver>

S

EO tekst

oplevering en verantwoording

**SEO tekst realisatie**

Bedrijf: Vul in

Tekstschrijver: Vul naam in

SEO certificaat: Geef hyperlink uit certificaat van deelname, SEOguru training voor tekstschrijvers

Datum: Klik hier voor selectie datum

Versie: Vul in

**Opdrachtgever**

Bedrijf: Vul in

Contactpers.: Vul in   
Website: Vul in

|  |  |
| --- | --- |
| **Gebruikt sjabloon** | |
| Versienummer | 1.4 |
| Toelichting | *Het sjabloon voor deze “SEO tekst – oplevering en verantwoording” is ontwikkeld –en wordt onderhouden door- SEO onderzoeker, publicist en trainer Ir. Alain Sadon, eigenaar van SEOguru.* |
| Info en download SEO sjabloon | [SEO tekst sjabloon: info en download](https://www.seoguru.nl/seo-training/tekstschrijvers/seo-tekst-sjabloon/) |

# Oplevering

|  |  |
| --- | --- |
| Hoofdtekst |  |
| Plak hier de hoofdtekst | |

Toelichting:

Dit betreft de feitelijk content van de pagina, en zal bestaan uit tekst, waarbij ook de voor SEO van belang zijnde hyperlinks (eventueel met rel=nofollow attribuut) en opmaakelementen als <h2>, <h3> in html-code kunnen worden aangegeven.

Voorbeeld van een hoofdtekst (dit voorbeeld kan bij oplevering uiteraard worden weggehaald):

### <h2>De standaard <strong>Lorem Ipsum</strong> passage, in gebruik sinds de 16e eeuw</h2>

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.”

### <h2>Sectie 1.10.32 van “de Finibus Bonorum et Malorum”, geschreven door Cicero in 45 v.Chr. </h2>

“Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.“

<a href=”https://nl.lipsum.com/” rel=”nofollow”>Bron</a>

|  |
| --- |
| Meta Title |
| Plaats hier de meta title |

|  |
| --- |
| Meta Description |
| Plaats hier de meta description |

|  |
| --- |
| Kop |
| Plaats hier de kop van de pagina |

Toelichting: dit betreft de kop van de pagina, en wordt normaal gesproken uitgevoerd in een H1.

|  |
| --- |
| Content Types |
| Zeg hier “n.v.t.” of vermeld één of meer Content Types |

Toelichting:

In bepaalde gevallen is het mogelijk de broncode uit te breiden met *structured data markup*. Dit kan alleen als de tekst inhoudelijk aansluit bij één van de door Google ondersteunde *Content Types*. Als dit het geval is en de code uitgebreid is met *structured data markup*, kan Google 1) de tekst beter begrijpen en 2) de zoekresultaten verrijken. Een voorbeeld is de Content Type “Reviews”, die toegepast kan worden binnen een pagina waar men reviews over bijvoorbeeld een product/dienst geeft, en leidt tot sterretjes in de zoekresultaten.

[Hier](https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery) kunnen alle Content Types worden ingezien.

De aangegeven Content Types zouden via *structured data markup* (microdata of –bij voorkeur- JSON-LD) door de webbouwer kunnen worden verwerkt in de broncode van de pagina. In WordPress bestaan hier plugins voor.

# SEO-verantwoording

De volgende zaken hebben als uitgangspunt gediend voor de realisatie van opgeleverde SEO-tekst, -title, -description en –kop[[1]](#footnote-1).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Uitgangspunten voor de tekst optimalisatie | Antwoord | Toelichting |
| Website | Geef domeinnaam, inclusief http/https en www/non-www. | Het domein waar de tekst aan wordt toegevoegd. |
| Hoofdzoekwoord | Voer in | Het zoekwoord (kan ook combinatie van woorden zijn) waarop de tekst straks zo goed mogelijk moet gaan scoren in Google. |
| Gemiddeld maandelijks zoekvolume (Google) hoofdzoekwoord | Voer in | Te bepalen via de Zoekwoordplanner van Google. Concrete volumes alleen in te zien bij actieve AdWords-campagne (anders krijg je een waardebereik, bv. 1k-10k). Alternatief: gebruik ubersuggest.io. |
| Topic zoekwoorden | Voer één of meer topic-zoekwoorden onder elkaar in | Woorden met dezelfde *zoekintentie* als het hoofdzoekwoord. Deze woorden gaan terugkomen in de tekst. |
| Optioneel: Specialisaties van het hoofdzoekwoord | Voer één of meer woorden onder elkaar in | Specialisaties zijn zoekwoorden die het hoofdzoekwoord specialiseren, zoals “mental coaching” en “sport coaching” (indien hoofdzoekwoord “coaching”). Deze specialisaties kunnen worden uitgewerkt via H2 op “coaching”-pagina of eigen, dieperliggende pagina. |
| Superpagina | Voer URL in | De nieuwe pagina zal aangeroepen worden vanuit een andere pagina. Als het hoofdzoekwoord (bv “mental coaching”) een specialisatie is van een bestaande pagina (bv. “coaching”), is het ideaal om die eerste te linken vanuit de tweede. Die tweede is dan de Superpagina. Of vul in “N.v.t.”. |

Bij de realisatie van de opgeleverde tekst, Title, Description Kop en Content Type adviezen hebben de volgende SEO-checks centraal gestaan. De checks zijn zó opgesteld dat het antwoord idealiter ‘Ja’ of ‘N.v.t.’ is. Daar waar het antwoord ‘Nee’ is, kan het antwoord worden toegelicht.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nr | SEO-check | Toegepast? | Toelichting |
| 1 | Is de dichtheid van het hoofdzoekwoord binnen de Hoofdtekst kleiner dan 4%? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Er bestaat geen optimale dichtheid, maar het percentage moet niet te hoog worden, i.v.m ‘keyword spamming’. |
| 2 | Is het Hoofdzoekwoord aanwezig in de 1e alinea van de Hoofdtekst? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | I.v.m. optimale ‘keyword prominence’ |
| 3 | Is het hoofdzoekwoord in ieder geval (ook) een keer aanwezig in de rest van de Hoofdtekst en in de laatste alinea? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | |  |
| 4 | Is het aantal woorden binnen de Hoofdtekst groter dan 400? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Het is moeilijk scoren met korte teksten. Hoe meer concurrentie, hoe meer tekst er nodig is. |
| 5 | Is het hoofdzoekwoord verwerkt in de Kop van de pagina? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Normaal gesproken is de kop opgemaakt in de stijl H1. |
| 6 | Op basis van welke methode(s) zijn de topic zoekwoorden bepaald? | Klik hier als u tekst wilt invoeren. | Mogelijke methodes zijn: via Zoekwoordplanner, via ubersuggest.io, via de dikgedrukte zoekwoorden in de zoekresultaten, via synoniemen, meervoud/enkelvoud en via logisch nadenken. |
| 7 | Komen alle zoekwoorden uit het topic minimaal één keer terug binnen de Hoofdtekst? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | |  |
| 8 | Gaat de Hoofdtekst zo *specifiek* mogelijk over het hoofdzoekwoord? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | I.v.m. fenomeen van de ‘specifity’ van de tekst. |
| 9 | Gaat de Hoofdtekst zo *compleet* mogelijk over het hoofdzoekwoord? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | I.v.m. fenomeen van de ‘exhaustivity’ van de tekst. Het onderwerp van de tekst kan daartoe eventueel opgedeeld worden in specialisaties. |
| 10 | ‘Ademt’ de gehele Hoofdtekst het hoofdzoekwoord als het ware uit? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Dit kan worden gecontroleerd door het hoofdzoekwoord tijdelijk uit de Hoofdtekst weg te halen/denken en een andere persoon te vragen waar de tekst over gaat. Als die persoon het hoofdzoekwoord kan raden, ‘ademt’ de (rest van de) tekst het zoekwoord uit. |
| 11 | Indien er specialisaties zijn geïdentificeerd: zijn die (via een H2) verwerkt (en inhoudelijk uitgewerkt) in de Hoofdtekst, óf zijn/worden daar afzonderlijke, diepere pagina’s voor gemaakt die gelinkt zijn vanuit de Hoofdtekst? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Het voordeel van het verwerken van de specialisaties in een afzonderlijke, diepere pagina, is dat er zodoende pagina’s ontstaan die geoptimaliseerd kunnen worden op de specialisaties. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 12 | Is de Hoofdtekst uniek, d.w.z. komt de tekst (of komen belangrijke delen van de tekst) niet al voor op het Internet? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Met dubbele content kan niet gescoord worden in Google. |
| 13 | Voegt de pagina inhoudelijk informatie toe t.o.v. de informatie die nu reeds op 1e zoekresultaatpagina (op het hoofdzoekwoord) wordt getoond? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Google wil op de eerste resultaatpagina zoveel mogelijk aspecten of insteken van het hoofdzoekwoord tonen. |
| 14 | Indien het een categoriepagina betreft in een e-commerce site: is de tekst gelimiteerd en functioneel? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | “Big chunks of text” op categoriepagina’s wordt door Google beschouwd als ‘keyword stuffing’, en gaat daarmee in tegen hun richtlijnen. [Meer info.](https://youtu.be/ZZMerzi8eZ8?t=437) |
| 15 | Zijn de spelling en de grammatica van de tekst op de pagina correct? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Door dergelijke fouten haken niet alleen mensen af, maar (daardoor) ook Google. |
| 16 | Is het een tekst geworden waarvan u vermoedt dat anderen er over gaan spreken, delen, linken, bookmarken, etc.? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Idealiter gaat de tekst dergelijke signalen ontvangen, anders kan de kracht alleen vanuit de site zelf komen. Dat laatste kan alleen genoeg zijn, als het een sterke site is. |
| 17 | Staat het hoofdzoekwoord (zoveel mogelijk vooraan) in de Title? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | De Title is onderdeel van de head-sectie van de pagina en één van de belangrijkste SEO factoren. |
| 18 | Is de Title maximaal 70 karakters en uniek binnen de site? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Opdat de Title binnen zowel de desktop als mobiele zoekresultaten volledig zichtbaar zijn. Of een Title al bestaat binnen de site kan bekeken worden door in het Google zoekvenster de volgende zoekopdracht uit te voeren: allintitle:<Title> site:<domein>  Bv. Allintitle: SEO trainingen site:www.seoguru.nl |
| 19 | Is de Description maximaal 160 karakters en uniek binnen de site, óf is de Description in zijn geheel afwezig? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Opdat de Description binnen zowel de desktop als mobiele zoekresultaten volledig zichtbaar is. Description mag ook worden weggelaten: dan maakt Google zelf een description. |
| 20 | Indien de inhoud van de tekst aanknopingspunten biedt voor Google’s Content Types, zijn die in onderdeel 1 gedefinieerd? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Door de toepassing van Content Types kan Google de tekst beter begrijpen en de zoekresultaten verrijken. In onderdeel 1 kunnen de Content Types concreet worden opgegeven. |
| 21 | Gaat er gemonitord worden hoe de opgeleverde tekst gaat ranken op het hoofdzoekwoord? | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Ja | Nee | n.v.t | | Eventuele toelichting | | | | Het monitoren van de rankings kan plaatsvinden via rankcheck-tools of via de Google Search Console, onderdeel Zoekverkeer. |
| 22 | Aanvullende opmerkingen | Vul hier in |  |

# Aanvullende SEO adviezen voor opdrachtgever

|  |
| --- |
| 1. De beheerder van de site wordt geadviseerd om het hoofdzoekwoord ook te verwerken in de URL van de pagina. Het hoofdzoekwoord staat gespecificeerd in het volgende hoofdstuk. 2. De pagina moet (ook) gelinkt worden vanuit de in het volgende hoofdstuk gedefinieerde Superpagina. Vanuit de Superpagina gaat de nieuwe pagina haar scoringskracht krijgen (naast de kracht die via de backlinks, d.w.z. links vanaf andere site, naar de nieuwe pagina komt). Hoe minder muisklikken de Superpagina vanaf de Homepage ligt, hoe meer scoringskracht (PR) er naar de nieuwe pagina stroomt. De Superpagina is vaak geoptimaliseerd op een generalisatie van het hoofdzoekwoord. Als bijvoorbeeld het hoofdzoekwoord “mental coaching” is, kan de Superpagina de “coaching”-pagina zijn. Soms is het ook de Homepage: dan stroomt er de maximale kracht naar de nieuwe pagina. 3. De beheerder van de site wordt geadviseerd om het hoofdzoekwoord ook te verwerken in de ankerteksten (ook wel: linkteksten) van de verwijzingen naar de pagina. 4. Het is voor SEO positief als er een afbeelding of video aan de tekst wordt toegevoegd. In het geval van een afbeelding: laat het een aantrekkelijke visualisering zijn van het hoofdzoekwoord en vul de alt-tag van de afbeelding met het hoofdzoekwoord. 5. De meta robotstag van de pagina moet op index, follow staan, of geheel worden weggelaten. 6. Indien de tekst onder meerdere URL’s wordt geplaatst, dienen de dubbele content pagina’s een rel=canonical gedefinieerd te krijgen. [Meer info van Google](https://support.google.com/webmasters/answer/139066?hl=nl). 7. Idealiter gaan er ook verwijzingen vanaf andere sites (backlinks) naar de webtekst ontstaan. De inzet van social media kan daarbij behulpzaam zijn. |

# Disclaimer

1. Hoewel alle, bekende SEO-strategieën zo goed mogelijk in de teksten zijn toegepast kunnen er geen concrete rankings worden beloofd. Het gaat tegen de richtlijnen van Google in om verbeteringen in zoekmachineposities te beloven vanuit de gedachte dat alleen zij leidend zijn in de bepaling daarvan.
2. Hoewel het door SEOguru ontwikkelde sjabloon voor deze SEO tekst verantwoordingsrapportage met de grootste zorgvuldigheid is samengesteld, kunnen er geen rechten aan worden ontleend.

**H**

1. De opgeleverde tekst, title, description en kop zijn geoptimaliseerd op het hoofdzoekwoord. Er wordt maandelijks (gemiddeld over afgelopen jaar) met het aangegeven zoekvolume op dat hoofdzoekwoord gezocht. Optimalisatie van de pagina vindt plaats op een topic, dat opgebouwd is rond het hoofdzoekwoord. Het topic bestaat uit zoekwoorden met dezelfde zoekintentie als het hoofdzoekwoord. Indien voorts uit de zoekwoordanalyse is gebleken dat er interessante specialisaties van het hoofdzoekwoord bestaan, dan kunnen die specialisaties ofwel in de tekst worden verwerkt (via een H2-constructie), ofwel individueel via een dieperliggende (specifiek op die specialisatie geoptimaliseerde) pagina worden uitgewerkt. De opgeleverde tekst moet worden gelinkt vanuit de Superpagina. [↑](#footnote-ref-1)