

# Inhoud

Voorwoord.....	v
Over de schrijver.....	vii
<b>0 Inleiding.....</b>	<b>1</b>
0.1 De Google zoekmachine.....	1
Statistieken.....	1
De Google filosofie.....	2
Is Google objectief? .....	4
De zoekresultaten .....	7
Personalisering van de zoekresultaten .....	8
Rol van de zoekintentie.....	11
Werking van het Google algoritme .....	13
Google’s Richtlijnen voor Webmasters .....	14
0.2 Belangrijke, recente ontwikkelingen Google.....	14
Penguin.....	14
De Knowledge Graph .....	16
Hummingbird.....	18
0.3 De SEO specialist .....	20
Wat doet hij/zij? .....	20
Correlatie vs causatie.....	21
SEO als vakgebied .....	21
SEO in een notendop .....	22
De SEOguru methode.....	24
<b>1 Zoekwoord selectie .....</b>	<b>25</b>
1.1 Selectie op basis van zoekvolume.....	26
De zoekwoordplanner.....	26
Speel met de Zoekwoordplanner .....	29
Wees alert en creatief! .....	29

Zoekwoordsuggesties downloaden naar Excel .....	30
Zoekwoordsuggesties bewerken in Excel.....	30
Long- versus shorttail zoekwoorden .....	31
Reken je niet te rijk!.....	33
1.2 Selectie op basis van conversie .....	34
Rendement bepalen via AdWords .....	35
Rendement bepalen via Google Analytics: Einde verhaal? .....	35
1.3 Resultaat selectie en Nulmeting.....	36
1.4 Bepaal gerelateerde zoekwoorden / topic.....	38
<b>2 Concurrentie analyse .....</b>	<b>43</b>
2.1 Google Index.....	44
2.2 PageRank en MozRank .....	45
2.3 Trust .....	46
2.4 Harde en zachte verwijzingen .....	49
Aantal harde verwijzingen (hyperlinks) naar de site .....	49
Aantal zachte verwijzingen .....	50
2.5 Overige graadmeters .....	52
2.6 Quick scan.....	52
<b>3 Website architectuur .....</b>	<b>55</b>
3.1 PageRank .....	55
PageRank theorie.....	57
Moderne verfijningen op het PageRank algoritme .....	62
Toolbar PageRank (TBPR).....	65
Crawlbudget .....	66
3.2 De ankerteksten .....	66
Tekstuele ankerteksten.....	66
Afbeelding als ankertekst.....	67

Co-occurrence .....	67
3.3 Top Down structuur .....	68
3.4 Bottom Up Structuur .....	72
3.5 URL's .....	75
3.6 De rel="nofollow" .....	80
<b>4 Technisch ontwerp .....</b>	<b>83</b>
4.1 Cache, DOM en Fetchen als Google .....	83
4.2 Anchor links en Named anchors .....	88
4.3 Flash, Session ID's en Cookies .....	89
4.4 HTTPS / SSL .....	91
4.5 Sitemaps .....	92
Inleiding .....	92
Techniek van XML Sitemaps .....	93
Voordelen XML Sitemaps voor SEO .....	94
4.6 Redirects .....	95
client en server side redirects .....	95
301 redirect .....	96
302 redirects .....	98
4.7 Multi regionale en meertalige sites .....	98
4.8 Google Search Console .....	104
berichten .....	105
Uiterlijk van Site Search .....	105
Zoekverkeer .....	106
Google-index .....	109
Crawlen .....	111
Beveiligingsproblemen .....	113
Overige instellingen .....	113
4.9 Semantische markup .....	114
Schema.org .....	117

Microdata .....	120
JSON-LD .....	121
Authorship: einde verhaal.....	122
Site ownership .....	123
Semantische elementen in HTML5 .....	124
4.10 Mobile SEO .....	125
<b>5 Realisatie content .....</b>	<b>129</b>
5.1 IR-begrippen en -modellen.....	130
Keyword count.....	131
Keyword density .....	132
Keyword weight (tf-idf).....	133
Keyword prominence.....	135
Keyword proximity.....	135
Vector Space Modellen en topic targeting.....	136
5.2 Google Panda .....	138
Basisbegrippen.....	138
Main content, supplementary content en advertenties .....	141
Your Money or Your Life pagina's/sites .....	142
5.3 De praktijk van het schrijven van goede content .....	143
5.4 Topic Targeting .....	147
5.5 Invloed Gebruikersgedrag .....	148
5.6 Meta content.....	150
Lengtes van Title en Description .....	150
Title.....	152
Description.....	153
Keywords .....	153
Robots.....	154
Viewport .....	155
5.7 Dubbele content.....	155
Dubbele content binnen de eigen site .....	156
Dubbele content over sites heen .....	160
5.8 Sorteren, filteren en bladeren van content.....	161
Sorteren.....	162

Filteren.....	164
Bladeren.....	165
Instellingen Search Console .....	167
5.9 Uitgaande verwijzingen en TRUST .....	168
5.10 AuthorRank .....	171
<b>6 Linkearning .....</b>	<b>173</b>
6.1 De beste verwijzingen.....	175
De verwijzende pagina.....	175
Het verwijzende domein.....	176
De verwijzing zelf .....	177
6.2 Google Penguin.....	177
6.3 Linkbuilding.....	180
Webdirectories .....	181
Kennisdeling.....	181
Backlinks concurrenten.....	184
RSS feeds.....	184
6.4 Social SEO.....	185
Verwijzingen vanuit sociale media.....	185
Social sharing .....	189
<b>7 Onderhoud .....</b>	<b>191</b>
7.1 Meten van scoringsposities .....	191
Meten met rank checkers .....	191
Verdere optimalisatie van de pagina's.....	192
Verbeteren posities via Cornerstone content .....	193
7.2 Meten van inkomende verwijzingen .....	195
In kaart brengen van inkomende verwijzingen .....	195
Optimaliseren van inkomende verwijzingen.....	197
7.3 Meten sociale signalen .....	197

7.4 Meten verkeer en rendement .....	198
Google Search Console en Zoekwoordplanner .....	198
Google Analytics .....	200
Samenvatting en bespreking.....	201
7.5 Meten kwaliteit content.....	202
7.6 Onderhoud aan de website .....	204
Site/Server down .....	204
Site gehackt?.....	205
Veranderen van server of hostingpartij .....	206
Snelheid website.....	207
7.7 Google 's richtlijnen voor webmasters.....	208
Penalty's: handmatig versus algoritmisch.....	212
Reconsideration Requests .....	214
<b>8 Vindbaarheid overige belangrijke formaten .....</b>	<b>217</b>
8.1 Afbeeldingen .....	218
8.2 Video's.....	220
8.3 Google Mijn Bedrijf.....	223
Betekenis en ontwikkelingen .....	223
Opname bedrijf in Google Mijn Bedrijf .....	225
Meerdere vestigingen? .....	226
Zo hoog mogelijk scoren in Google Maps .....	227
8.4 PDF's .....	228
8.5 Google+ Profielen en Berichten .....	229
8.6 Google+ Communities .....	230
8.7 Apps.....	231
<b>INDEX .....</b>	<b>233</b>