**Artikel 1 |** Wat is SEO en hoe werkt het?

*Internetgebruikers zoeken informatie steeds vaker via zoekmachines en ook aankopen doen we vaker online. Het internet telt in Nederland meer dan 1,9 miljoen websites. Wil je dat de website van jouw onderneming tussen al deze websites wordt gevonden, dan is aandacht besteden aan de organische vindbaarheid van je website of webwinkel (SEO) belangrijker dan ooit. In dit artikel leggen we je uit hoe dit werkt en hoe je als starter een concreet SEO-plan voor je onderneming maakt.*

**Wat is SEO?**

De afkorting SEO staat voor Search Engine Optimization. In het Nederlands betekent dit zoekmachine optimalisatie. Onder deze term vallen alle processen die de organische vindbaarheid van je website in zoekmachines vergroten. Het gaat dan onder meer over het verbeteren van zaken als de structuur, de techniek en het design van je website. Daarnaast speelt het schrijven van actuele, relevante en waardevolle content voor je doelgroep een belangrijke rol bij SEO. Van de Nederlandse ondernemers die SEO inzet voor zijn onderneming, doet 80% dit voornamelijk zelf. En 75% van de ondernemers uit Nederland is tevreden of zelfs zeer tevreden over de vindbaarheid van zijn website (SIDN, 2022). Het verbeteren van je website heeft als belangrijkste doel om de voor jou relevante doelgroep zo snel en goed mogelijk te voorzien van de informatie die zij zoekt. Door je pagina’s zo hoog mogelijk te laten terugkomen in de resultaten van een zoekmachine, kun je ervoor zorgen dat jouw doelgroep sneller op je website terechtkomt. Daarbij is het belangrijk om te weten dat SEO een continu proces is. Daardoor zie je vrijwel nooit al binnen enkele dagen resultaten. Wil je op de lange termijn resultaten zien, blijf dan continu aandacht besteden aan SEO.

**Zo werkt SEO**

In Nederland gebruikt zo’n 93% van de internetgebruikers de Google-zoekmachine via [Google.nl](https://www.google.nl/) ([Statcounter, 2022](https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/netherlands)). Alternatieven voor deze zoekmachines zijn onder meer [Microsoft Bing](https://www.bing.com/), [Yahoo](https://www.yahoo.com/), [DuckDuckGo](https://duckduckgo.com/) en [Ecosia](https://www.ecosia.org/). Internetgebruikers zoeken via zoekmachines naar het beste en meest passende antwoord op hun vraag. Volgens Google spelen meer dan 200 factoren een rol bij de positie van je website in de organische zoekresultaten. Deze SEO-factoren zijn grofweg onder te verdelen in drie pijlers:

1. De techniek van je website, zoals de hosting, domeinnaam en websitestructuur.
2. De content op je website, zoals webteksten, afbeeldingen en video’s.
3. De autoriteit van je website, waaronder het aantal websites die naar jouw website linken.

Andere voorbeelden van SEO-factoren zijn de laadtijd van een webpagina, het gebruik van titels en tussenkoppen en de kwaliteit van je content. Zo biedt een website met een laadtijd van twee seconden of minder een fijne ervaring voor je websitebezoekers. Daardoor waardeert Google je website hoger dan websites die langzamer dan twee seconden laden. Het gebruik van subkoppen en het hanteren van een duidelijke webstructuur, zorgt ervoor dat Google je content beter ‘begrijpt’. Als Google goed weet waar je webpagina’s over gaan, vergroot je de kans dat Google je webste toont, bezoekers je vinden en je meer potentiële klanten bereikt.

**Een concreet SEO-plan**

De mate waarin een inidividuele SEO-factor invloed heeft op de positie van je website in online zoekresultaten verschilt per website. Daar komt bij dat het speelveld aan factoren en de invloed ervan op je organische vindbaarheid voortdurend in beweging is. Deze veranderingen zorgen ervoor dat SEO een continu proces is. Een proces met steeds nieuwe kansen en uitdagingen. Voordat je aan de slag gaat met SEO, is het daarom belangrijk om eerst een concreet SEO-plan met realistische doelstellingen op te stellen. In dit plan formuleer je kleine stappen die je steeds dichter bij je doelen brengen. Een helder plan bespaart je later in het proces tijd en zorgt ervoor dat je jouw inspanningen afstemt op je strategische keuzes.

Het SEO-plan bestaat grofweg uit een aantal fasen. De volgorde van de fasen in het SEO-plan is afhankelijk van de gekozen strategie en kan daardoor wijzigen:

1. In de eerste fase doe je vooronderzoek en voer je een gedegen zoekwoordenonderzoek [link naar artikel over webcontent] uit.
2. Heb je nog geen domeinnaam [link naar artikel over domeinnaam] geregistreerd voor je website of webwinkel? Dan vormt dit de belangrijke tweede fase.
3. De derde fase is het regelen van snelle, veilige hosting [link naar artikel over hosting] van je website en het beveiligen [link naar artikel over websitebeveiliging] van je website met een SSL-certificaat.
4. In de vierde fase neem je de structuur en het design [link naar artikel over structuur en design] van je website onder de loep. Ook het continu optimaliseren van je webcontent en het inzetten van handige SEO-tools [link naar artikel over tools] zijn onderdeel van je SEO-plan.

Wil je direct aan de slag gaan met SEO? Bekijk dan onze handige checklist [link naar SEO-checklist]. Hiermee helpen we je beter te scoren in de online zoekresultaten.