



# 4 tips om beter gevonden te worden in Google

Nog niet eens zo heel lang geleden had je de Gouden Gids om bedrijven op te zoeken. Anno 2020 is Google onze Gouden Gids met een marktaandeel van meer dan 95 procent. Wie niet in Google gevonden wordt, bestaat eigenlijk niet. Sterker nog: als je geen top 10-positie hebt in Google, slinken je kansen om gevonden te worden aanzienlijk. Hoe kom je hoger in Google zonder te adverteren of dure bureaus in te schakelen?

TEKST: GERARD VOSHAAR | FOTO'S: SHUTTERSTOCK EN CHRISTIAN WIEDIGER

**Z**oekmachineoptimalisatie – in het Engels afgekort tot SEO – is in de loop der jaren een specialistisch vak geworden. Stel je voor: terwijl je dit leest, werken duizenden SEO-specialisten fulltime aan het omhoogduwen van websites in de zoekresultaten.

Bizar als je erover nadenkt. Wat kun jij dan nog als drukke ondernemer met een overvolle agenda? Nou, eigenlijk best veel. We geven je vier tips waarmee je je score in de lokale zoekresultaten van Google kunt verbeteren.

## 1 Maak werk van 'Google Mijn Bedrijf'

Als je als lokaal bedrijf goed gevonden wilt worden, kun je simpelweg niet om 'Google Mijn Bedrijf' (Google My Business) heen. Het is niet alleen belangrijk voor je vermelding op Google Maps, maar ook voor je zoekresultaten in de Google-zoekmachine. Heb je nog geen Mijn Bedrijf-vermelding? Maak er dan snel een aan via [google.nl/business](https://google.nl/business). Na inloggen bij Google kun je zoeken naar jouw zaak. Als jouw bedrijf er nog niet bij staat, dan kies je voor 'Je bedrijf aan Google toevoegen'. Heb je jouw bedrijf wel gevonden dan kun je aanvinken dat je bevoegd bent om dit bedrijf te beheren. Veelal krijg je een code per briefkaart, sms, e-mail of telefoon waarmee je bevestigt dat je inderdaad werkzaam bent bij dit bedrijf. Na deze verificatie kun je via de businesspagina van Google aanpassingen doen, foto's plaatsen, ope-

ningstijden bewerken en recensies van je bedrijf beheren.

De meeste bedrijven stoppen echter nadat ze het Mijn Bedrijf-account hebben aangemaakt. Zonde, want het kan je echt klanten opleveren. Iedere keer achter je computer kruipen om gegevens aan te passen hoeft niet, want Google heeft een speciale 'Mijn Bedrijf'-app. Het handige van die app is dat je daarmee vragen van (potentiële) klanten kunt beantwoorden en meteen een leuk welkomstbericht kunt sturen zodra een klant een berichtje stuurt. Klinkt als extra werk? Ja, is zo, maar je kunt zo wel laten zien dat het bij jou om superservice draait, en dat zou in deze online-wereld toch wel de motor achter je bedrijf moeten zijn.

Maar hier houdt het niet op. Je kunt Google Mijn Bedrijf ook voorzien van foto's, nieuws, (welkomst)aanbiedingen, kortingsbonnen en evenementen. Upload sowieso een flinke reeks aansprekende foto's van je bedrijf. Foto's worden altijd weergegeven, evenementen blijven staan tot ze zijn afgelopen, maar de rest verdwijnt al na een week van de radar. Houd daar dus rekening mee als je iets plaatst. Een ander punt van aandacht zijn afwijken- de openingstijden, of liever gezegd: sluitingstijden.



Je wilt immers niet op je geweten hebben dat een klant voor een dichte deur staat, terwijl op Google stond dat je open was.

En dan zijn er natuurlijk de reviews. Enorm belangrijk voor je Google-score, want veel mensen laten zich hierdoor leiden. Vraag tevreden klanten om een mooie review, desnoods in je nieuwsbrief met een link naar je Mijn Bedrijf-pagina.

## 2 Maak een slimme contactpagina

Op de meeste contactpagina's staat alleen een formulier, maar je kunt die pagina ook slim gebruiken om je Google-ranking op te vijzelen. Het meest voor de hand liggend is dat je in Google scoort met type bedrijf en plaatsnaam. Bijvoorbeeld 'dierenwinkel Amersfoort' of 'dierenpension Leeuwarden'. Zet die zoekwoorden in het webadres van je contactpagina. Dan krijg je dus geen *dszjansen.nl/contact*, maar *dszjansen/dierenwinkel-bunnik*. Vervolgens vul je de pagina met informatie over je bedrijf en mooie foto's (met nadruk op mooi). Vertel iets over je producten en/of diensten, je assortiment en je specialiteiten.

Vermeld ook zo veel mogelijk geografische informatie. Noem niet alleen de woonplaats, maar ook de wijk waar je bedrijf is gevestigd, hoe lang je daar al zit en over je band met de stad of het dorp. Vergeet ook niet om praktische info te vermelden, zoals de route naar je bedrijf en parkeerinfo. Sluit af met een blokje waarin bezoekers zich kunnen aanmelden voor je nieuwsbrief.

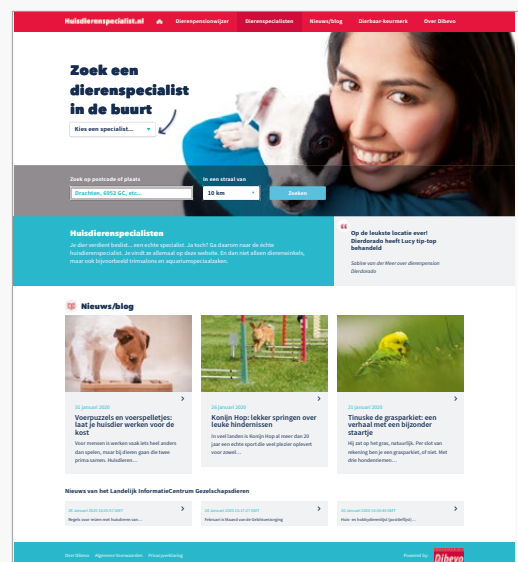
## 3 Check of je site technisch in orde is

Google let op zoekwoorden en links naar jouw website om 'de score' te bepalen, maar ook hoe snel je website laadt, of hij goed leesbaar is op smartphones en de beveiliging afdoende is. Begint je website met <http://> in plaats van <https://> dan bestempelt Google jouw website als 'onveilig' en zak je in de zoekranglijst. Hetzelfde geldt voor websites die niet of nauwelijks te lezen zijn op een mobiel en websites die traag laden. Niet alleen bij 112 telt elke seconde; ook Google denkt er zo over. Test je website maar eens met Googles Pagespeed-test (zoek naar Pagespeed Insights).

Om dit soort 'fouten' voor te zijn, kun je je website permanent laten checken via Google Search Console ([search.google.com/search-console](https://search.google.com/search-console)). In deze tool zie je precies hoeveel en welke pagina's van je website zijn geïndexeerd door Google, welke positie ze innemen in de zoekresultaten en welke pagina's problemen opleveren. Je ziet dus meteen welke pagina's hoog scoren in Google, welke juist niet, én op welke zoekwoorden je scoort. Zit een belangrijke pagina er niet bij? Dan kun je hem alsnog indienen voor indexering.

## 4 Laat andere websites naar jou linken

Gemakkelijker gezegd dan gedaan, inderdaad, maar het doet ongelooflijk veel voor zoekresultaten. Probeer in ieder geval om links naar je website te krijgen van de gemeente, plaatselijke media, websites, huis-aan-huisbladen en bloggers. Als er een partij met veel autoriteit naar jou linkt, ziet Google dat als een bevestiging van jouw expertise en kom je hoger in de zoekresultaten. Vandaar ook dat Dibevo alle leden in de secties detaillisten en verzorgers een link heeft gegeven vanaf de consumentenwebsite *Huisdierspecialist.nl*. Elke vermelding helpt!



Een stap verder is dat je expertise laat zien op andere websites, uiteraard met een link naar jouw website. Dat kan in de vorm van geschreven tekst of een blog, maar ook video. Maak daarin niet direct reclame, maar probeer een probleem van je bezoekers of kijkers op te lossen. Stel je voor dat je als dierenpension de vraag 'Hoelang mag je een hond alleen laten?' behandelt, dan is het logisch dat je daarna de oplossing voor dit probleem aanbiedt in de vorm van dagopvang. ←