

SEO CHECKLIST

INHOUD

BASISINSTALLATIES

[Google Tag Manager](#)
[Google Analytics](#)
[Google Search Console](#)
[SEO plugin](#)
[Beveiliging](#)

ONDERZOEK

[Zoekwoordenonderzoek](#)
[Concurrentieonderzoek](#)

CONTROLLEREN + INSTELLEN

[Titels](#)
[Metabeschrijvingen](#)
[Headings](#)
[Afbeeldingen](#)
[Sitemap](#)
[Structured data](#)
[Lokale SEO](#)
[Teksten optimaliseren](#)

TECHNISCH

[Mobielvriendelijkheid](#)
[404-pagina](#)
[Redirects](#)
[Robots.txt /Noindex](#)
[Pagespeed](#)
[Core Web Vitals](#)

STRUCTUUR

[URL structuur](#)
[Linkstructuur](#)
[Linkbuilding](#)

GOOGLE TAG MANAGER

Google Tag Manager is een stukje code dat op je website wordt geplaatst. Binnen deze code wordt de koppeling gemaakt met Google Analytics. Ook andere koppelingen zijn hierbinnen mogelijk. Denk hierbij aan Google Ads, Facebookpixels en nog veel meer. Met Google Tag Manager heb je alle koppelingen binnen 1 programma. Wel zo handig!



CHECKLIST

Aanmaken Google Tag Manager container.

Installeren code in de header en de body.

Controleren of de koppeling werkt, na installatie Google Analytics.

Tags, Trigger en Variabelen instellen.

Google Analytics + Google Search console

Hier ontdek je waar bezoekers vandaan komen, waarin ze wel en niet geïnteresseerd zijn en welke campagnes tot een verkoop of telefoontje leiden. Door meer inzicht te krijgen in jouw doelgroep, kun jij jouw marketing campagnes efficiënter inzetten, nieuwe segmenten ontdekken en dus online meer succes bereiken!

CHECKLIST

Google Analytics installeren.

Zijn er doelen/conversies ingesteld?

Is Google Search gekoppeld?

Is Google Ads gekoppeld?

Is referral spam uitgesloten?

Worden de aangemaakte events juist getriggerd?

Google Search Console installeren.

Sitemap uploaden naar Google Search Console.

Oplossen foutmeldingen GSC.

Alle (nieuwe) pagina's laten indexeren.

SEO plugin

Er zijn meerdere plugins beschikbaar. Rankmath en Yoast zijn hiervan de bekendere plugins. Deze plugins zijn onmisbaar voor het instellen van belangrijke punten voor je SEO. Denk hierbij aan titels, meta beschrijvingen en nog veel meer.



CHECKLIST

SEO plugin installeren.

Algemene instellingen aanpassen.

Sitemap aanmaken.

Titel en Meta beschrijvingen per pagina instellen.

SEO pagina score bekijken + aanpassingen doen.

Robots.txt aanpassen.

BEVEILIGING

Wanneer je last hebt van beveiligingsproblemen, dien je direct in actie te komen. Google stuurt zijn klanten liever niet naar gehackte sites en kan jouw gehele website uit de index halen.



CHECKLIST

Instellen SSL-protocol (<https>).

Controleren beveiligingsinstellingen Google Search Console.

Je SSL certificaat is nog geldig.

De PHP-versie is up-to-date.

Wordpress is up-to-date.

Alle plugins zijn up-to-date.

Website security test (internet.nl).

ZOEKWOORDENONDERZOEK

Elke zoekopdracht heeft een ander zoekfrequentie, intentie en samenstelling van zoekwoorden. Kom erachter op welke termen er gezocht wordt, hoe hoog het zoekvolume is, hoe hoog de concurrentie is en met welke intentie er gezocht wordt. Het achterhalen van deze gegevens doe je tijdens het opstellen van je zoekwoordenonderzoek.



CHECKLIST

Zoekwoordenonderzoek via SEO-tool (zoekvolume, concurrentie).

Zoekopdrachten in Google bekijken (voorgestelde zoekopdrachten).

In kaart brengen huidige zoekwoordenposities.

In kaart brengen wat de trends zijn (Google Trends).

Zijn alle diensten/producten verwerkt in het onderzoek?

Zoekwoorden instellen en blijven monitoren.

CONCURRENTIEONDERZOEK

Een hogere positie in Google? Dan kun je niet om het concurrentenonderzoek heen. Wie scoren er op een bepaald zoekwoord in de top 10 en hoe kom jij daar tussen? Je zult flink aan de bak moeten om o.a. betere content te gaan aanbieden.



CHECKLIST

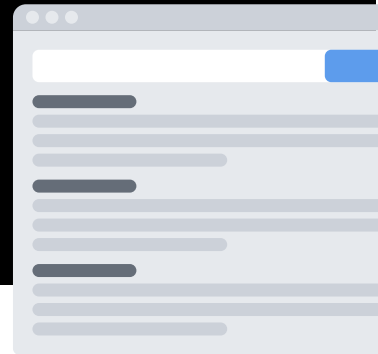
De belangrijkste concurrenten in beeld brengen.

Met SERP-analyse bekijken waar er kansen liggen.

Concurrenten toevoegen in SEO tool en blijven volgen.

TITELS

De title is een belangrijk element voor jouw SEO prestaties. Het is niet alleen een ranking factor voor Google, maar ook een manier om je bezoeker te verleiden in de zoekresultaten. Verbeter je je titel op de juiste manier, dan vergroot dit de vindbaarheid en het verkeer naar jouw website.



CHECKLIST

Titel is niet korter dan 30 en niet langer dan 60 karakters.

Titels worden niet dubbel gebruikt.

Elke pagina heeft een titel.

Het focus keyword staat in de titel.

De titels halen de gebruiker over om op de link te klikken.

METABESCHRIJVINGEN

De meta description is een soort korte samenvatting van je webpagina in een á twee zinnen. De meta description is zichtbaar onder de title tag in de zoekmachine en kan slim gebruikt worden om je bezoeker naar de website te trekken.



CHECKLIST

De metabeschrijvingen zijn minimaal 70 en maximaal 160 karakters.

Metabeschrijvingen worden niet dubbel gebruikt.

Elke pagina heeft een metabeschrijving.

Het focus keyword staat in de metabeschrijving.

De beschrijvingen halen de gebruiker over om op de link te klikken.

HEADINGS

Een goede header structuur verbetert de gebruiksvriendelijkheid van je website. Het zorgt voor een begrijpelijke structuur voor zowel de bezoeker als voor Google. De h1 tag vertelt het onderwerp van je pagina. De h2 tags beschrijven de subdetails van het hoofdonderwerp en met h3 tot en met h6 tag splits je het verder op in op subonderwerpen

<h1>HEADING

<h2>HEADING

<h3>HEADING

CHECKLIST

Elke pagina bevat één h1 tag.

De h1 tag is uniek en wordt niet op een andere pagina gebruikt.

De heading structuur is logisch opgebouwd.

Elk subonderwerp bevat een heading tag.

AFBEELDINGEN

Over de optimalisatie van afbeeldingen wordt vaak te makkelijk gedacht. Inmiddels komt 22,6 procent van het verkeer uit Google via afbeeldingen. Het is dus belangrijk om deze stappen in je optimalisatie mee te nemen.



CHECKLIST

Elke afbeelding heeft een unieke alt-tag.

Elke afbeelding heeft een bijschrift.

De afbeeldingen hebben een relevante bestandsnaam.

Zijn de afbeeldingen niet te groot (niet groter dan 500 kb).

Worden de juiste bestandsformaten gebruikt? (.webp, .jpg, .png).

Zijn de afbeeldingen responsive?

SITEMAP

Een XML sitemap is het overzicht van alle pagina's op je website. Met een xml sitemap kan een zoekmachine in een oogopslag alle content van je website zien. Google bevestigt zelfs dat je (nieuwe) content hierdoor sneller ontdekt wordt

A blue rounded rectangle containing the word 'XML' in bold black capital letters. The rectangle is positioned on the right side of the page, overlapping a grey document icon that has a folded corner.

CHECKLIST

XML sitemap maken via SEO-plugin.

XML-sitemap uploaden naar Google Search Console.

De sitemap bevat alleen valide URL's die geïndexeerd moeten worden.

Voor nieuws/blogartikelen is een aparte sitemap aangemaakt.

Controleren of de sitemap wordt geïndexeerd in GSC.

STRUCTURED DATA

Google, Bing , Yahoo en Yandex zijn het initiatief 'schema.org' gestart, zodat iedereen dezelfde 'structured data taal' spreekt. In deze bibliotheek vind je per type content een classificatiemethode om je content te verrijken. Zo begrijpen zoekmachines jouw data beter.



CHECKLIST

De belangrijkste pagina's zijn geclassificeerd met structured data.

Controleren of de structured data goed wordt getoond.

Aparte structured data voor video's, reviews producten en FAQ's.

LOKALE SEO

Als lokale ondernemer doe je er alles aan om zo veel mogelijk klanten in jouw winkel of bedrijf te krijgen. Je vestigt je onderneming op een goede locatie en bouwt een website om ook online gevonden te worden. Om de klantenstroom te laten groeien, is het belangrijk om de lokale vindbaarheid van je website te laten groeien.



CHECKLIST

Het bedrijf is aangemeld voor het Google bedrijfsprofiel.

Het bedrijf is geverifieerd in het Google bedrijfsprofiel.

Adres en contactgegevens zijn toegevoegd aan bedrijfsprofiel.

Logo en omslagfoto zijn toegevoegd aan bedrijfsprofiel.

Bedrijfsgegevens komen overeen met die van de website.

Bevat de website kwalitatieve lokale content?

Krijgt de website lokale backlinks?

TEKSTEN OPTIMALISEREN

Kwalitatieve teksten zijn een belangrijk onderdeel van je SEO strategie. Maar wat is kwaliteit? Dat verschilt per type pagina. Schrijf je een blog? Gaat het om een productpagina? Vuistregels: Zijn de artikelen vanuit het perspectief van de klant geschreven, zijn ze informatief en beter dan die van je concurrent? Dan ben je al een eind op weg!



CHECKLIST

Controleren content gaps waar nog over geschreven kan worden.

Controleren of pagina's zijn 'over geoptimaliseerd' (keywordstuffing).

Teksten zijn kwalitatief goed en voor de gebruiker geschreven.

Controleren op duplicate content.

Cruciale content wordt niet in iframe geladen.

Is alle content up-to-date?

Zijn er categorie-pagina's aanwezig? (E-commerce)

De auteur van een nieuwsartikel/blog wordt genoemd.

Via SEO-tool controleren op contentverbeteringen n.a.v. concurrentie.

MOBIELVRIENDELIJKHEID

Meer dan 60% procent van het zoekverkeer komt van mobiel verkeer. Bovendien neemt dit nog steeds toe. Al sinds 2015 geeft Google voorkeur aan mobielvriendelijke websites. Recent is Google zelfs overgestapt naar een volledige 'mobile first index'. Dit houdt in dat Google zowel op desktop als op mobiel, de mobiele indexering gebruikt.



CHECKLIST

Er is een mobielvriendelijk design (responsive).

Alle content is goed te lezen op een tablet en mobiel.

De (menu)navigatie is geoptimaliseerd voor mobiel.

Er zijn geen pop-ups op je mobiele website.

Check de mobielvriendelijkheid extra via Google's testtool.

Grote content uitschakelen/verbergen voor mobiel.

404-PAGINA

Je bent het vast weleens tegengekomen, een pagina die niet meer beschikbaar is. In vakjargon wordt dit ook wel een 404-pagina genoemd. Vaak wordt deze pagina opgevuld met een standaard boodschap. Iedere website moet zo'n pagina hebben.



CHECKLIST

Aanmaken 404-pagina.

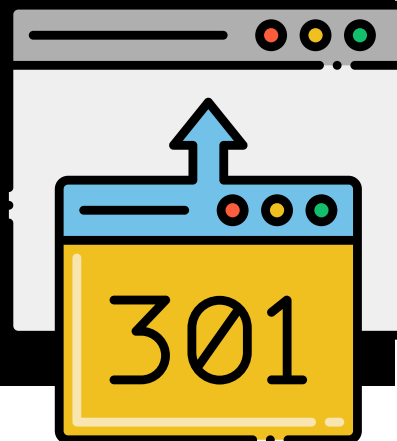
Helpt de pagina de gebruiker verder?

404-pagina krijgt geen backlinks.

Belangrijke 404-pagina's krijgen een redirect (301).

REDIRECTS / 301

Er zijn veel momenten waarbij het handig is om een redirect te gebruiken. Voor zowel de gebruiker als de zoekmachine, is het een krachtig signaal om aan te geven: deze pagina bestaat niet meer en deze pagina is ervoor in de plaats gekomen.



CHECKLIST

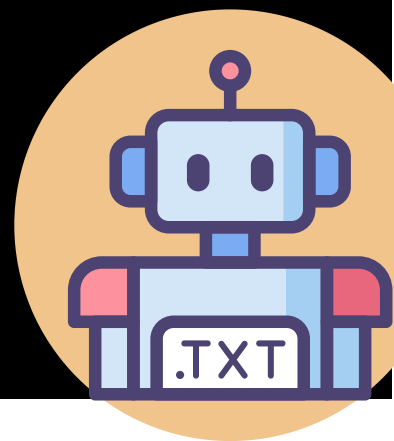
Er staan geen redirects in de interne links.

Er zijn geen redirects naar 404-pagina's.

Er zijn geen redirect loops aanwezig.

ROBOTS.TXT / NOINDEX

De robots meta tag is een manier om aan zoekmachines aan te geven of je een pagina wel of niet wilt indexeren en hoe je dat wilt doen. Een robots meta tag wordt vaak gebruikt om dubbele content te voorkomen of een deel van website dat nog in ontwikkeling is, niet te laten indexeren.



CHECKLIST

Geen 'noindex' op de pagina's die je wilt indexeren.

Robot meta tag staat in het <head> deel van de website.

Pagina's die je niet wilt laten indexeren, als 'noindex' instellen.

PAGESPEED

Het verbeteren van de snelheid van je website kan enorm veel voordelen met zich meebrengen. Voor gebruikers is de ervaring op je website prettiger en ze zullen sneller op de website blijven of een aankoop doen. Onderzoek laat zien dat mensen na 3 seconden wachttijd al weer weggeklikt hebben.



CHECKLIST

Het laden van de website duurt niet langer dan 5 seconden.

Pagina's worden gecached.

Eventueel inzetten cache-plugin.

CORE WEB VITALS

Web Vitals zijn key performance indicatoren die voor een groot gedeelte de gebruiksvriendelijkheid van je website inzichtelijk maakt voor Google. Sinds mei 2021 zijn deze indicatoren mede bepalend voor jouw organische posities.



CHECKLIST

De Largest Contentful Paint (LCP) is <2500ms

De First Input Delay (FID) is <100ms

De Cumulative Layout Shift (CLV) is <0,1

Webvitals worden periodiek gemonitord.

In beeld brengen hoe concurrenten presteren op hun web vitals.

URL STRUCTUUR

De URL structuur van een website is vaak een ondergeschoven kindje. Zonde, want dit is wel erg belangrijk. De URL structuur vormt de basis van een goede website, Bovendien zorgt een goede structuur voor een fijne gebruikerservaring.



CHECKLIST

De URL structuur komt overeen met de structuur van je website.

De twee belangrijkste keywords staan in je URL structuur.

Er is een broodkruimelpad ingesteld.

URL's bevatten geen rare tekens en onlogische getallen.

LINKSTRUCTUUR

De interne linkstructuur is een krachtig signaal dat Google vertelt wat jouw belangrijkste pagina's zijn. Deze pagina's reflecteren jouw corebusiness en zijn belangrijk om aan de buitenwereld te laten zien. Door middel van de interne linkstructuur verdeel je de 'autoriteit' naar de juiste pagina's. Maar ook goede externe links zijn van belang.



CHECKLIST

Belangrijke content is binnen vier kliks te bereiken.

Interne links verwijzen niet naar een 3xx,4xx of een 5xx pagina.

De belangrijkste content krijgt de meeste interne links.

De interne links bevatten een sterke 'ankertekst'.

Er zijn op iedere pagina ook goede, kwalitatieve externe links.

Externe affiliatie links / betaalde blog posts krijgen een 'rel no-follow'.

LINKBUILDING

Naast techniek en kwaliteit, is autoriteit een van de belangrijkste bouwstenen zodra je met SEO optimalisatie aan de slag gaat. Door middel van het verkrijgen van links, vergroot je jouw autoriteit in de ogen van Google. Je noemt dit ook wel 'linkbuilding'.



CHECKLIST

Controleren huidige hoeveelheid backlinks + domeinen.

Zijn de backlinks van goede kwaliteit? (DR= 70+)

Verwijzen de backlinks naar pagina's die kunnen worden geïndexeerd?

Is de juiste 'ankertekst' gebruikt?