

1128% groei in Organisch Verkeer

TeamAdis.nl



Inleiding

Team Adis richt zich sinds dit jaar naast Google Ads, ook op de organische vindbaarheid van ondernemers. We merken dat veel ondernemers klakkeloos teksten schrijven in de hoop op een 'lucky shot'.

Pagina 3 t/m 100

Zonder zorgvuldige analyse zullen veel teksten eindigen op pagina 3 t/m 100 van de Google zoekresultaten. Oftewel, de meeste teksten zorgen voor een geringe groei in organische bezoekers, terwijl er wel de nodige tijd in zit.

Een gedegen analyse is van groot belang om inzichtelijk te krijgen wat je positie is ten opzichte van de concurrentie en welke slimme content en andere technieken/acties kunnen leiden tot meer organische, converterende, bezoekers.

Onze werkwijze in 2 fases

Bij Team Adis helpen we ondernemers in 2 fases. Fase 1 is de onderzoeksfase waarin de markt en de huidige positie van de ondernemer onderzocht wordt en de groeikansen worden bepaald.

Fase 2 is de uitvoering, waarbij concrete doelstellingen en tijdspaden worden geformuleerd. In fase 2 is het aan ons om de doelen te behalen.

De ondernemer kan ervoor kiezen om alleen het onderzoek (fase 1) door Team Adis te laten doen, of zowel het onderzoek als de uitvoering (Fase 1 + 2).

Fase 1: Onderzoeksfase

Het onderzoek in fase 1 brengt de volgende inzichten:

- **Een nulmeting:**
 - Hoe scoort de ondernemer op dit moment in de verschillende categorieën? *De categorieën worden op de volgende pagina nader toegelicht.*
 - Onsite SEO
 - Offsite SEO
 - Local
 - Technisch
- **Een doelstelling:**
 - Welke verbeteringen zijn er in 6 maanden haalbaar?
 - Per categorie
 - Vertaald in extra aantal bezoekers
 - Vertaald in groei in conversieratio
 - Vertaald in aantal extra aanvragen
- **Een plan van aanpak**
 - Welke acties moeten er per categorie ondernomen worden om de bepaalde doelstellingen te bereiken.

Fase 2

(Uitvoering van actieplan)

Project en werkzaamheden zijn afhankelijk van de uitkomsten van het onderzoek en worden gepresenteerd bij de oplevering van fase 1.

Categorieën, als rode draad door fase 1 & 2

De analyse, de doelstellingen en de actiepunten uit het plan zijn onderverdeeld in 4 categorieën. Onsite SEO, Offsite SEO, Local en Technical.

1. Onsite SEO

- **Conversieratio**
 - Hoe is het conversieratio nu?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren?

- **Algemeen bezoekersgedrag zoals boucerates, gemiddelde duur op de pagina's en gemiddeld aantal bezochte pagina's**
 - Hoe staan deze waarden er nu voor?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren?

- **Internal linking**
 - Hoe is de interne linking nu?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren?

2. Offsite SEO

- **Posities ten opzichte van concurrentie**
 - Hoe zijn de posities ten opzichte van de concurrentie nu?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren? / welke content moet er komen?

- **Product/markt combinatie**
 - Welke zoektermen hebben veel volume en weinig concurrentie?
 - Waar liggen kansen?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren? / welke content moet er komen?

- **Funnel analyse**
 - Hoe scoren we nu voor de verschillende fases in de funnel (bewustwordingsfase, oriëntatiefase, aankoopfase)?
 - Waar liggen kansen?
 - Wat moet er gebeuren? / welke content moet er komen?

- **Organische CTR**
 - Hoe is het gemiddelde organische doorklikratio nu?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren?

- **Linkbuilding**
 - Hoe zit het nu met de externe linking van andere websites en social media?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren?

3. Local

- **Google Bedrijfspagina**
 - Is deze goed ingericht?
 - Wat moet er gebeuren?

- **Locatie pagina's**
 - Hoe worden we nu gevonden in verschillende regio's (bijv. "[jouw dienst of product] in Utrecht")?
 - Waar willen we naar toe?
 - Wat moet er gebeuren?

4. Technical

- **Link/ navigatie structuur**
 - Is het voor de bezoeker duidelijk hoe te navigeren?
 - Wat moet er gebeuren?
- **URL structuur**
 - Is het per pagina duidelijk wat de inhoud van betreffende pagina is?
 - Wat moet er gebeuren?
- **Metatags**
 - Is het per pagina duidelijk wat de inhoud van betreffende pagina is?
 - Wat moet er gebeuren?
- **Sitemap**
 - Is het voor Google duidelijk welke pagina's er zijn op de website?
 - Wat moet er gebeuren?
- **Robot txt**
 - Wordt de website aangeboden bij de robots van Google?
 - Wat moet er gebeuren?
- **Website snelheid**
 - Hoe snel is de website op verschillende apparaten?
 - Wat moet er gebeuren?

- **Afbeelding optimalisatie**
 - Hoe zijn de afbeeldingen ingericht qua:
 - Bestandsnaam
 - Bestandsgrootte
 - Bestandstype
 - Tags
 - Etc.
 - Wat moet er gebeuren?

Tot Slot

We hopen dat bovenstaande omschrijving met betrekking tot onze SEO werkwijze goed te volgen is. Dit document kan uiteraard dienen voor eigen gebruik. We staan echter te popelen om je er bij te helpen.

Ben je benieuwd welke kansen er op SEO gebied liggen voor jouw onderneming?
We plannen graag een moment in :)

Stuur in geval van interesse een mailtje naar matthijs@teamadis.nl.