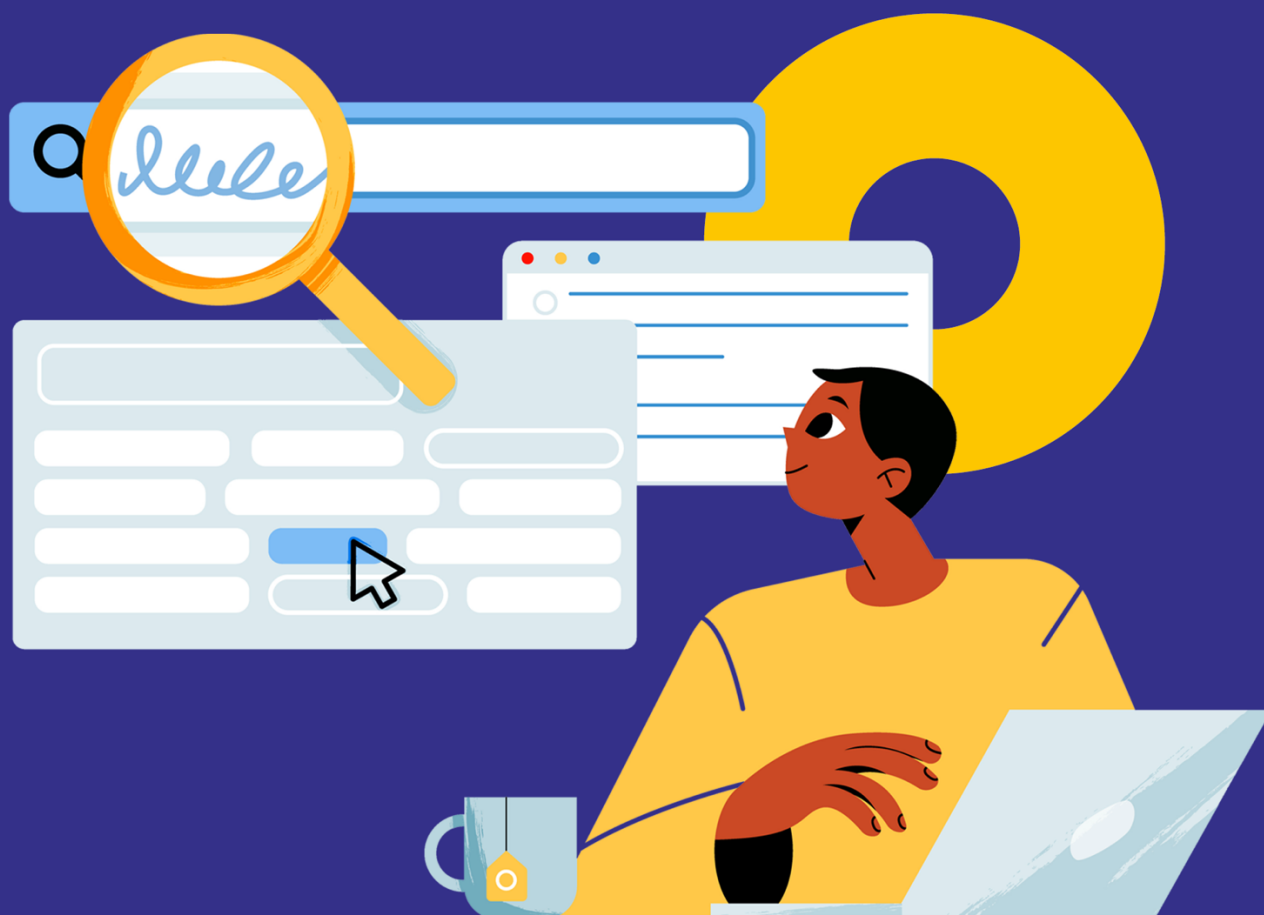




ZO VIND JE **ECHT** GOEDE ZOEKWOORDEN



(ZONDER DAT JE TOOLS HOEFT TE GEBRUIKEN)



Zoekwoordenonderzoek in de praktijk

Wil jij graag aan de slag met de vindbaarheid van jouw bedrijf of onderneming? Wil jij graag weten hoe je een goed zoekwoordenonderzoek uitvoert? Het voeren van een zoekwoordenonderzoek is voor veel ondernemers een lastig punt. Geheel ten onrechte trouwens. Een zoekwoordenonderzoek is helemaal niet zo lastig, als je maar weet hoe het moet en hoe je het verschil kan maken!

Wat is een zoekwoordenonderzoek?

Wanneer je start met SEO, ook wel zoekmachine optimalisatie genoemd, is een van de eerste stappen het doen van een zoekwoordenonderzoek.

“Dit is heel goed, maar gaat niet altijd goed”

In een zoekwoordenonderzoek kijk je naar relevante zoektermen voor jouw bedrijf, onderneming of dienstverlening.

Je kijkt waar mensen naar zoeken en probeert daarop ook gevonden te worden.

Hoe 9 van de 10 ondernemers een zoekwoordenonderzoek uitvoert

De meeste ondernemers voeren een zoekwoordenonderzoek op dezelfde manier. Online zijn allerlei tools om zoekvolumes en andere data te achterhalen.

9 van de 10 ondernemers gebruikt deze tools om hun product of dienstverlening op te zoeken en vervolgens te kijken naar het zoekgedrag van potentiële klanten.

Op zich is dit een logische werkwijze en in principe is er ook niks verkeerd aan deze manier van een zoekwoordenonderzoek. Echter is dit niet volledig en specifiek genoeg.

Door het zoekwoordenonderzoek uitsluitend op deze manier te doen vis je allemaal in dezelfde vijver. Iedereen heeft toegang tot deze tools en iedereen kan dus bedenken om op deze zoekwoorden te gaan scoren.

“Er gaan een hoop kansen verloren wanneer het zoekwoordenonderzoek hier stopt”

Een zoekwoordenonderzoek in de praktijk uitvoeren

Daar waar voor veel mensen het zoekwoordenonderzoek stopt gaan wij juist verder. Hier is dan ook het verschil te maken.

Voor ons is een zoekwoordenonderzoek niet alleen iets wat online plaatsvindt.

Natuurlijk gebruiken wij ook bepaalde online tools en Google zelf, maar de praktijk heeft ons nog veel meer te bieden. Wat? Denk bijvoorbeeld aan:

- Alle vragen die je van jouw klanten krijgt gedurende een week/maand. Schrijf deze allemaal op en probeer hierop gevonden te worden. Eén vraag in de praktijk wordt online nog veel vaker gesteld. Online tools geven deze vragen lang niet altijd weer.
- Vraag intern binnen het bedrijf of de organisatie en in jouw eigen omgeving rond hoe mensen zouden zoeken naar een bepaald product of dienstverlening.

Dit heeft ons al verschillende keren geholpen naar zoekwoorden met een hoog volume en weinig concurrentie. Dit omdat de online tools hieraan niet dachten en onze contacten wel.

Voorbeeld: een klant van ons verkoopt chocolade. Iemand die wij vroegen om chocolade voor een bepaald themafeest te zoeken die kwam op de proppen met 'Rode chocolade'.

De online tools dachten er niet aan, wij hadden niet verwacht dat er zoekvolume op zou zitten en vrijwel niemand anders richtte zich hierop.

Er bleek echter een enorm groot volume op te zitten en daardoor konden we hierop snel en goed scoren.


**Een gevleugelde uitspraak in de SEO-wereld is:
"Mensen willen gaten in hun muur, geen
boormachines".**

Deze gestolen uitspraak gebruiken wij om gevonden te worden op zoektermen die aansluiten bij het product of dienstverlening van de klant.

Door op deze manier te denken komt men vaak tot creatieve suggesties qua zoekwoorden. Probeer ook eens op deze manier te denken.

Denken in problemen (normaal niet aan te raden, nu wel)

Probeer in problemen te denken tijdens het uitvoeren van een zoekwoordenonderzoek. Normaal raden wij het denken in problemen af, maar nu kan het enorm helpen.



Een klant van ons in bijvoorbeeld hovenier. Hij legt drainage aan in tuinen, maar niet veel mensen weten wat dit is. Wel ervaren zij de problemen die door drainage kunnen worden opgelost. Denk aan mos in het gazon, water dat niet wegloopt en groene aanslag op de tegels. Hier zullen zij op zoeken.

Het meest complete zoekwoordenonderzoek

Door het bovenstaande te combineren met een zoekwoordenonderzoek op basis van de online tools is het zoekwoordenonderzoek compleet en klaar om relevante bezoekers binnen te halen.

Maar voordat je gaat beginnen met het zoekwoordenonderzoek moet je nog een aantal zaken helder hebben.

Denk aan:

1

Wat wil je het liefst verkopen of doen voor jouw klanten? Waarschijnlijk heeft het verkopen van een bepaald product of het verlenen van een bepaalde dienst jouw voorkeur.

Hierop zit de meeste marge, is de grootste voorraad of ben jij de expert in. Probeer je hierop in eerste instantie te richten. Later kan je altijd nog inzetten op andere fronten.

2

Zorg ervoor dat je weet wie je doelgroep is en leer hun gedrag kennen. Wie heeft baat bij jouw product of dienst? Waarom hebben ze er baat bij? Welk probleem ervaren zij? Hoe komen zij bij jou uit? Allemaal vragen om je mee bezig te houden voorafgaand aan een zoekwoordenonderzoek.

3

Richt je ook op specifieke zoektermen. Als schoenenwinkel is het lastig om gevonden te worden op 'Hardloopschoenen'. Dit omdat de concurrentie hierop hoog is en omdat het niet specifiek genoeg is.

Op een term als 'Hardloopschoenen voor zware mannen' zetten veel minder bedrijven hun onderzoek op in en zijn dus meer en sneller resultaten te boeken. Daarnaast is de kans op conversie ook nog eens een stuk hoger. Win-win dus!



**Samen aan de slag om
de **vindbaarheid** van je
website of webshop te
verbeteren?**

Mail: contact@gerichtr.nl

Bel: 0528-522151

Kop koffie: Hoogeveen

