

Handleiding administrator Versie 04



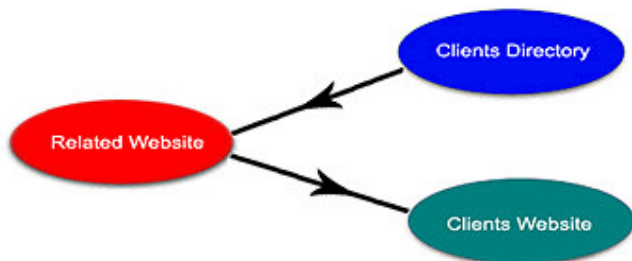
Introductie:

Httpmarketing is een online website optimalisatie CMS waarmee u de vindbaarheid van uw website, producten en diensten bij zoekmachines aanzienlijk kan verbeteren.

De basis van httpmarketing is de branche rubrieken structuur die als fundament dient. Iedere subrubriek (totaal 228) wordt automatisch maandelijks ge-update op de uitgevoerde zoektermen die zijn gedaan via Google.

Voor een goede ranking is het essentieel om strafpunten van de zoekmachine te voorkomen. Onze geavanceerde controle module zorgt ervoor dat bij ingeving van uw gegevens deze automatisch wordt getoetst aan het algoritme van de zoekmachine.

Tevens wordt automatisch zogenaamde externe kwalitatieve links aangemaakt naar uw eigen website die 100% relatie hebben met uw product of dienst. Hierdoor wordt de algemene waardering van uw website uitgedrukt in pagerank verbeterd.



Omdat de algoritme's en ranking filters van zoekmachines regelmatig worden gewijzigd zullen wij eveneens onze optimalisatie module automatisch hierop aanpassen.

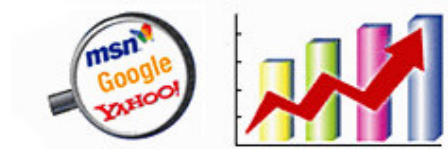
Wij hebben getracht de handleiding zo gebruiksvriendelijk en toegankelijk mogelijk op te stellen, door o.a. éénvoudige voorbeelden en minimaal gebruik van technische termen. Uiteraard staan wij altijd open voor aanbevelingen en suggesties ter verbetering.



Index:

Aanbiedingen <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 10 + 11 + 12
Bedrijfsprofiel <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 3
Diensten <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 8 + 9
Google keyword positie checker <i>calculatie / berekening</i>	Pagina 22
Google zoektips	Pagina 25
Head <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 18 + 19
Keywords <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 16
Producten <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 5 + 6 + 7
Productgroepen / categoriën <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i> ...	Pagina 4
Rubriek <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 15
Titel <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 17
Url keyword teller <i>calculatie / berekening</i>	Pagina 20 + 21
Vacatures <i>invoer / wijzigen / verwijderen</i>	Pagina 13 + 14
Wat u moet weten over Google	Pagina 23 + 24

The screenshot shows a web directory interface. At the top, there is a green header with navigation links: Home, Contact Us, and Zoeken... (Search...). Below the header is a logo area with 'msn', 'Google', and 'Yahoo!' logos, and a bar chart with an upward-trending red arrow. The main content area is titled 'Directory' with the subtitle '(voor betere zoekresultaten bij zoekmachines!)'. On the left, there is a 'Hoofdmenu' (Main Menu) with options: Home, Administrator, and > Uitloggen <. Below the menu, there is a 'Download Handleiding & Tools' dropdown. The main content area features a grid of buttons for 'Administrators' and various categories: 'Bedrijfsprofiel', 'Productgroepen', 'Producten', 'Diensten', 'Aanbiedingen', and 'Vacatures'. Each category button has a dropdown arrow and a count below it: 1, 1, 4, 1, 1, and 1 respectively. Below this grid, there are buttons for 'Rubriek', 'Keywords', '<title>', '>>', '<head>', and '[Download Handleiding]'. At the bottom, there are buttons for '>> Url keyword teller <<' and '>> Google keyword positie checker <<'. The interface is clean and organized, with a clear focus on navigation and search functionality.



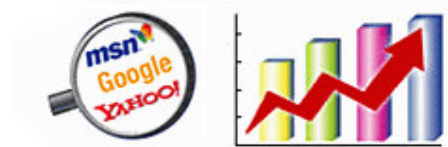
1: Bedrijfsprofiel:

✓ Branche:

- Toelichting: Geef hier uw branche / bedrijfstak op
- Voorbeeld: **Assuradeuren**

✓ Profiel:

- Toelichting: Geef hier een zeer korte omschrijving van uw bedrijf
- Voorbeeld: **Assurantiekantoor Jansen voor al uw financiële zaken.**



2: Productgroepen / categoriën:

Bij productgroepen / categoriën kunt u als toevoeging op de reeds gedefinieerde hoofdrubriek en subrubriek keuze uw productgroep(en) / categorië(n) opgeven. Indien u bijvoorbeeld uitsluitend regionaal of plaatselijk actief bent kunt u hier ook uw plaatsnaam of regio als productgroep opgeven.

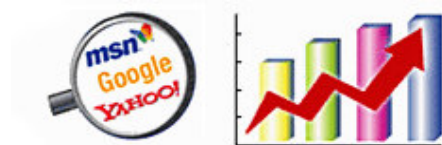
Uw opgegeven productgroep(en) kunt u vervolgens bij de opgave van uw producten toewijzen aan een productnaam:

✓ Productgroep:

- Toelichting: Geef hier uw productgroep / categorie op
- Voorbeeld: **Internetmarketing**

✓ Taal:

- Toelichting: Geef hier de taal keuze van uw productgroep op
- Voorbeeld: **[Nederlands]**



2: Producten:

Bij producten geeft u uw gewenste producten, artikelen, en diensten op waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines (dus iedere opgave is een zoekwoord voor de zoekmachine).

✓ **Hoofdrubriek:**

- Toelichting: Is een selectie uit de belangrijkste branches.
- Voorbeeld: **Dienstverlening**

✓ **Subrubriek:**

- Toelichting: Is een meer gedetailleerde specificatie van uw branche
- Voorbeeld: **Financieel**

✓ **Productgroep / categorie:**

- Toelichting: Uw eigen gedetailleerde specificatie aanvullend op subrubriek
- Voorbeeld: **Fiscaal advies**

✓ **Productnaam:**

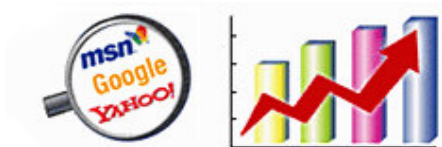
- Toelichting: Is de term waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines.
- Voorbeeld: **Assurantiekantoor Amsterdam**

✓ **Merk type synoniem:**

- Toelichting: Hier geeft u een merknaam, typenummer of synoniem op..
(dit is géén verplicht veld maar wel raadzaam te gebruiken)
- Voorbeeld: **Assuradeuren amsterdam, financieel advies amsterdam**

✓ **Prijs:**

- Toelichting: Hier geeft u wanneer gewenst de prijs van het product op.
(dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **949.50 (let op de decimale punt)**



2: Producten:

✓ Kleine foto (138x103):

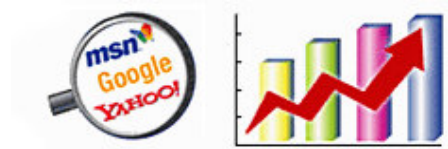
- Toelichting: Via de browse knop kunt u een afbeelding van maximaal 64 Kb inlezen
(dit is géén verplicht veld de extenties png, gif, jpg worden ondersteund)
- Voorbeeld: Kleine afbeelding wordt automatisch getoond met in de afmeting 138 x 103 pixtels.

✓ Grote foto (?x?):

- Toelichting: Via de browse knop kunt u een afbeelding van maximaal 256 Kb inlezen
(dit is géén verplicht veld de extenties png, gif, jpg worden ondersteund)
- Voorbeeld: Grote afbeelding wordt getoond met de zelfde afmeting van de ingelezen afbeelding.

✓ Omschrijving:

- Toelichting: Hier geeft u de uitgebreide omschrijving van het product artikel of dienst.
U dient in de "omschrijving" uw productnaam minimaal één keer op te nemen.
Indien u een uitgebreide omschrijving heeft zult u een melding krijgen op uw beeldscherm dat de productnaam meerdere keren dient te worden vermeld.
Het is mogelijk teksten vanuit Microsoft Word, website of andere tekst editor te kopiëren.
- Belangrijk: Zorg dat de omschrijving bij voorkeur bestaat uit meer dan 50 woorden.
In het onderstaande voorbeeld ziet u dat de productnaam "Assurantiekantoor Amsterdam" in de omschrijving is opgenomen.
Zorg dat bij de opgaven van een nieuwe productnaam de omschrijving hiervan niet geheel of bijna het zelfde is als productnaam-omschrijvingen die eerder zijn opgegeven.
(dubbele teksten worden door zoekmachines veelal afgestraft)

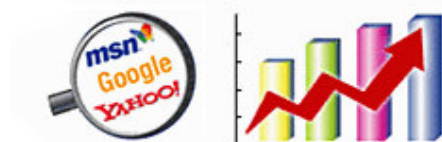


2: Producten:

- Voorbeeld: Assurantiekantoor Jansen de financiële dienstverlener voor zowel particulieren als ook voor advies aan zakelijke relaties. Wij kunnen u adviseren in pensioenvoorziening en de juiste verzekeringen voor u of uw organisatie.

Voor het MKB (midden en kleinbedrijf) hanteren wij speciale inloop uren waarbij iedere middenstander of ondernemer vrijblijvend bij ons binnen kan lopen met specifiek haar of zijn vraag inzake financiële zaken.

"Assurantiekantoor Amsterdam" en omgeving



3: Diensten:

Bij diensten dient u een uitgebreid profiel van uw organisatie op te geven, waarbij alle diensten en activiteiten van uw bedrijf / organisatie worden belicht.

✓ **Hoofdrubriek:**

- Toelichting: Is een selectie uit de belangrijkste branches.
- Voorbeeld: **Dienstverlening**

✓ **Subrubriek:**

- Toelichting: Is een meer gedetailleerde specificatie van uw branche
- Voorbeeld: **Financieel**

✓ **Primair keyword:**

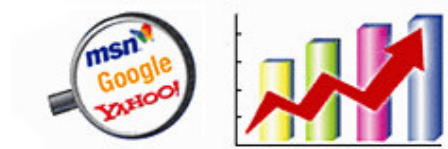
- Toelichting: Het primaire keyword is de belangrijkste term die betrekking heeft op uw dienstverlening en activiteiten.
- Voorbeeld: **Assurantiën**

✓ **Synoniem keyword:**

- Toelichting: Hier geeft u een synoniem van uw primaire keyword op. (dit is géén verplicht veld maar wel raadzaam te gebruiken)
- Voorbeeld: **Financiële dienstverlening**

✓ **Omschrijving:**

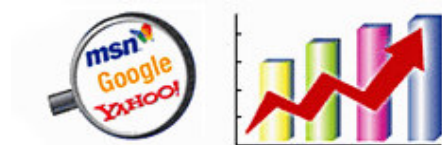
- Toelichting: Hier geeft u uw uitgebreide bedrijfsprofiel op waarbij alle diensten en activiteiten van uw bedrijf / organisatie breed worden belicht.
U dient in de "omschrijving" uw primaire keyword zoals in onderstaand voorbeeld "**Assurantiën**" minimaal één keer op te nemen.
Indien u een uitgebreide profiel omschrijving heeft zult u een melding krijgen op uw beeldscherm dat uw primaire keyword meerdere keren dient te worden vermeld.
Het is mogelijk teksten vanuit Microsoft Word, website of andere tekst editor te kopiëren.



3: Diensten:

- Belangrijk: Zorg dat de profiel omschrijving bij voorkeur bestaat uit meer dan 100 woorden.
In het onderstaande voorbeeld ziet u dat het primaire keyword "Assurantiën" in de omschrijving is opgenomen.
- Voorbeeld: Assurantiekantoor Jansen een begrip in Amsterdam.
Als klein kantoor in 1982 begonnen maar nu uitgegroeid tot een belangrijke speler binnen de assurantie aanbieders.
Ruim 40 financiële experts en adviseurs kunnen u gedegen adviseren op het gebied van vermogensbeheer, oude dagsvoorziening en pensioen, verzekeringen, fiscaal advies etc. Voor iedere relatie leveren wij maatwerk opdat géén enkele ondernemer en onderneming het zelfde is.

Financiële dienstverlening voor al uw "Assurantiën" bij Assurantiekantoor Jansen iedere relatie een persoonlijke accountmanager 24 uur per dag 7 dagen per week.



4: Aanbiedingen:

Bij aanbiedingen geeft u uw actuele of toekomstige product of dienst aanbiedingen op waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines (dus iedere opgave is een zoekwoord voor de zoekmachine).

✓ **Hoofdrubriek:**

- Toelichting: Is een selectie uit de belangrijkste branches.
- Voorbeeld: **Sport**

✓ **Subrubriek:**

- Toelichting: Is een meer gedetailleerde specificatie van uw branche
- Voorbeeld: **Sportartikelen**

✓ **Productnaam:**

- Toelichting: Is de term waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines.
- Voorbeeld: **Trainingspakken**

✓ **Merk type synoniem:**

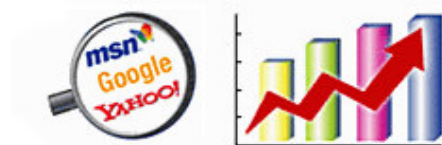
- Toelichting: Hier geeft u een merknaam, typenummer of synoniem op..
(dit is géén verplicht veld maar wel raadzaam te gebruiken)
- Voorbeeld: **Adidas trainingspak**

✓ **Actieprijs:**

- Toelichting: Hier geeft u de gewenste actie prijs van het product op.
(dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **149.50** (*let op de decimale punt*)

✓ **Ingangsdatum:**

- Toelichting: Hier geeft u de aanbieding startdatum van het product op.
(dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **15-06-2008** (*let op de notatie wijze*)



4: Aanbiedingen:

✓ Expiratiedatum:

- Toelichting: Hier geeft u de aanbieding einddatum van het product op (dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **30-07-2008** (*let op de notatie wijze*)

✓ Kleine foto (138x103):

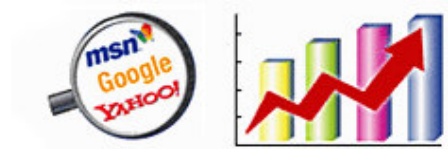
- Toelichting: Via de browse knop kunt u een afbeelding van maximaal 64 Kb inlezen (dit is géén verplicht veld de extenties png, gif, jpg worden ondersteund)
- Voorbeeld: Kleine afbeelding wordt automatisch getoond met in de afmeting 138 x 103 pixtels.

✓ Grote foto (?x?):

- Toelichting: Via de browse knop kunt u een afbeelding van maximaal 256 Kb inlezen (dit is géén verplicht veld de extenties png, gif, jpg worden ondersteund)
- Voorbeeld: Grote afbeelding wordt getoond met de zelfde afmeting van de ingelezen afbeelding.

✓ Omschrijving:

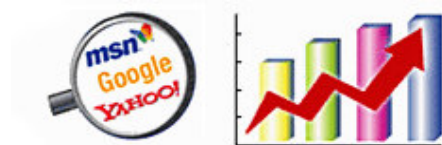
- Toelichting: Hier geeft u de uitgebreide omschrijving van het product artikel of dienst.
U dient in de "omschrijving" uw productnaam minimaal één keer op te nemen.
Indien u een uitgebreide omschrijving heeft zult u een melding krijgen op uw beeldscherm dat de productnaam meerdere keren dient te worden vermeld.
Het is mogelijk teksten vanuit Microsoft Word, website of andere tekst editor te kopiëren.



4: Aanbiedingen:

- Belangrijk: Zorg dat de omschrijving bij voorkeur bestaat uit meer dan 50 woorden.
In het onderstaande voorbeeld ziet u dat de productnaam "Assurantiekantoor Amsterdam" in de omschrijving is opgenomen.
Zorg dat bij de opgaven van een nieuwe productnaam de omschrijving hiervan niet geheel of bijna het zelfde is als productnaam-omschrijvingen die eerder zijn opgegeven.
(dubbele teksten worden door zoekmachines veelal afgestraft)
- Voorbeeld: Assurantiekantoor Jansen de financiële dienstverlener voor zowel particulieren als ook voor advies aan zakelijke relaties. Wij kunnen u adviseren in pensioenvoorziening en de juiste verzekeringen voor u of uw organisatie.

Voor het MKB (midden en kleinbedrijf) hanteren wij speciale inloop uren waarbij iedere middenstander of ondernemer vrijblijvend bij ons binnen kan lopen met specifiek haar of zijn vraag inzake financiële zaken.
"Assurantiekantoor Amsterdam" en omgeving



5: Vacatures:

Bij vacatures kunt u uw beschikbare vacature(s) opgeven waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines.

(Iedere vacature / functie opgave is een zoekwoord voor de zoekmachine)

✓ **Hoofdrubriek:**

- Toelichting: Is een selectie uit de belangrijkste branches.
- Voorbeeld: **Dienstverlening**

✓ **Subrubriek:**

- Toelichting: Is een meer gedetailleerde specificatie van uw branche
- Voorbeeld: **Accountancy**

✓ **Functie:**

- Toelichting: Is de term waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines.
- Voorbeeld: **RA Accountant**

✓ **Branche:**

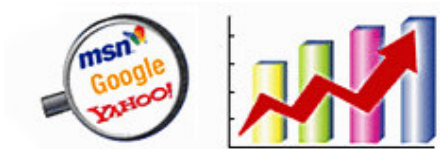
- Toelichting: Hier geeft u een merknaam, typenummer of synoniem op..
(dit is géén verplicht veld maar wel raadzaam te gebruiken)
- Voorbeeld: **Financiële dienstverlening**

✓ **Niveau:**

- Toelichting: Hier geeft u het gewenste opleidingsniveau op.
(dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **HBO**

✓ **Standplaats:**

- Toelichting: Specificatie van de lokatie veelal een plaatsnaam.
(dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **Alkmaar**



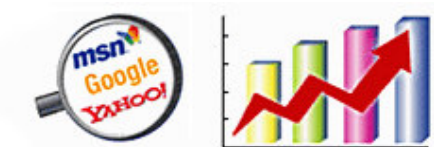
5: Vacatures:

✓ Ingangsdatum:

- Toelichting: Hier geeft u de ingangsdatum van betreffende functie op.
(dit is géén verplicht veld)
- Voorbeeld: **15-02-2009** (*let op de notatie wijze*)

✓ Vacature tekst:

- Toelichting: Hier geeft u een uitgebreide omschrijving van uw beschikbare vacature / functie.
U dient in de "vacature tekst" uw functie zoals in onderstaand voorbeeld "**RA accountant**" minimaal één keer op te nemen.
Indien u een uitgebreide vacature tekst heeft zult u een melding krijgen op uw beeldscherm dat uw functie meerdere keren dient te worden vermeld.
Het is mogelijk teksten vanuit Microsoft Word, website of andere tekst editor te kopiëren.
- Belangrijk: Zorg dat de vacature tekst bij voorkeur bestaat uit meer dan 50 woorden.
In het onderstaande voorbeeld ziet u dat de functie "**RA accountant**" in de vacature tekst is opgenomen.
- Voorbeeld: **In verband met aanhoudende groei bij onze opdrachtgever zijn wij op zoek naar een "RA accountant". Dit advies- en accountantskantoor biedt zelfstandige en veelzijdige functies in een informele en creatieve werkomgeving en vooral plezier in het werk. Bovendien wordt er volop ruimte geboden voor ambitie en ontplooiing, prima arbeidsvoorwaarden en uitstekende studiefaciliteiten. Dit kantoor heeft er echter ook oog voor dat je naast je werk ook een privé-leven hebt. De arbeidscapaciteit is namelijk uitstekend afgestemd op de hoeveelheid werkzaamheden om te voorkomen dat overwerk de standaard wordt. Hieruit afleidende word je werkzaam in een team met enthousiaste medewerkers met uitstekend toekomstperspectief.**



6: Rubriek:

Bij dit onderdeel kunt u specifiek per rubrieks-categorie vooraf bepaalde keywords (zoekwoorden voor de zoekmachine) opgeven.
Het voordeel hierin is dat u niet bij iedere invoer van een product, dienst, aanbieding of vacature steeds opnieuw een regio, plaats hoeft op te geven.

Indien u bijvoorbeeld uitsluitend regionaal actief bent, kunt u hier bijvoorbeeld bij alle rubrieks-categorieën uw plaatsnaam of gemeente opgeven.
Wanneer u landelijk opereert kunt u Nederland opgeven etc.
Overige opties kunnen zijn regio, provincie, continent, merknaam etc.
Noot: Geef minimaal 1 en maximaal 5 keywords per categorie.

✓ Hoofdrubriek:

- Toelichting: Is een selectie uit de belangrijkste branches.
- Voorbeeld: **Industrie**

✓ Subrubriek:

- Toelichting: Is een meer gedetailleerde specificatie van uw branche
- Voorbeeld: **Veiligheid**

✓ Extra keywords gerelateerd aan uw "bedrijfsprofiel"

- Toelichting: Betreft hier groothandel in veiligheids artikelen in Nederland
- Voorbeeld: **groothandel, nederland**

✓ Extra keywords gerelateerd aan uw "producten"

- Toelichting: Betreft hier belangrijkste product hoofdgroep van assortiment
- Voorbeeld: **nooddouches, nederland**

✓ Extra keywords gerelateerd aan uw "diensten".

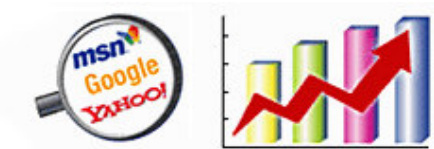
- Toelichting: Betreft hier belangrijkste omschrijving bedrijfsactiviteit(en).
- Voorbeeld: **leverancier, industriële veiligheidsproducten, nederland**

✓ Extra keywords gerelateerd aan uw "aanbiedingen".

- Toelichting: Betreft hier belangrijkste aanbieding categorie.
- Voorbeeld: **industriële veiligheidsproducten, occasions, korting**

✓ Extra keywords gerelateerd aan uw "vacatures".

- Toelichting: Betreft hier altijd een functie in provincie, regio of plaats.
- Voorbeeld: **Haarlem, Kennemerland, Noord-Holland**



7: Keywords:

Keywords betekent zoekwoord, in deze dient u de belangrijkste zoekwoorden op te geven voorzien van een goede beschrijving.

Wij onderscheiden hier het "primaire keyword" (belangrijkste zoekwoord) en "secundaire keywords" (iets minder belangrijke zoekwoorden).

✓ Primair keyword (belangrijkste zoekwoord).

- Toelichting: Betreft hier het belangrijkste zoekwoord waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines.
- Voorbeeld: **accountantskantoor**

✓ Omschrijving primair (Heeft relatie met het primaire keyword.)

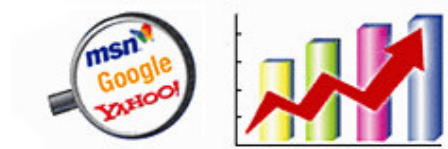
- Toelichting: Gebruik in uw omschrijving minimaal 6 unieke woorden inclusief uw primaire keyword en maximaal 64 tekens.
- Voorbeeld: **"Accountantskantoor" Jansen in Haarlem voor al uw financiën.**

✓ Secundaire keyword (iets minder belangrijke zoekwoorden).

- Toelichting: Betreft hier de iet minder belangrijke zoekwoorden waarop u gevonden wilt worden bij zoekmachines (maximaal 5).
- Voorbeeld: **fiscalisten, belastingaangifte, jaarrekening, financieel advies**

✓ Omschrijving secundair (heeft relatie met alle secundaire keywords)

- Toelichting: Voor iedere opgegeven secundaire keyword dient u een omschrijvings regel op te geven van minimaal 8 unieke woorden inclusief het betreffende secundaire keyword.
- Algemeen: U kunt hier ook uw overige gewenste zoekwoorden opgeven. Vermeld ook uw regio of plaats als deze van toepassing is.
- Voorbeeld: **Wij hebben zeer ervaren gekwalificeerde "fiscalisten" in huis. Ook verzorgen wij de "belastingaangifte" voor uw bedrijf. Uw "jaarrekening" voor zowel mkb en grote organisaties "financieel advies" en fiscaal advies aan midden & kleinbedrijf**

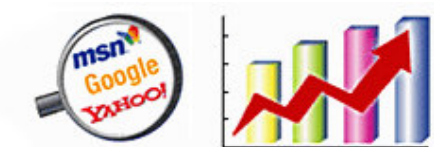


8: <Title>:

Hier geeft u de titel op van uw eigen website.

✓ <Title> (kernachtige korte omschrijving die betrekking heeft op uw website).

- Toelichting: Vermeld in uw titel éénmaal uw primair keyword.
Vermeld hier niet uw opgegeven secundaire keywords.
Vermeld in uw titel min. 4 en max. 8 unieke woorden.
Wanneer uw primaire keyword voorkomt in de benaming van uw domeinnaam mag deze niet in de titel voorkomen.
Wanneer uw doelgroep gerelateerd is aan plaats, provincie of regio is het raadzaam deze in de titel te vermelden.
- Voorbeeld: "Accountantskantoor Jansen de financiële adviseur in Haarlem"



9: <Head>:

De <head> is onderdeel van uw metatags (metatags zijn onderdeel van uw eigen website pagina en worden doorgaans bovenaan de pagina vermeld) Binnen de head tag kunnen de titel, keyword, omschrijving worden opgegeven. De gegevens die u bij de administrator <head> ziet staan is een verzameling gegevens die u deels zelf hebt opgegeven bij keywords en <title> met toevoeging van extra ondersteunende informatie specifiek voor de zoekmachine.

- Toelichting <head> titel:

De titel staat tussen de <title> en </title>

De keyword aanduiding begint met:

```
<meta name="keywords" content=" En wordt afgesloten met ">
```

De afzonderlijke keywords worden gescheiden met een comma.

Gebruik maximaal 8 keywords.

- Toelichting <head> omschrijving:

De omschrijving aanduiding begint met:

```
<meta name="description" content=" En wordt afgesloten met ">
```

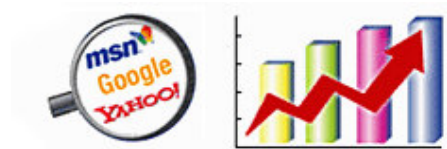
Gebruik de opgegeven keywords binnen de omschrijving tot maximaal 256 tekens.

Het is beter uw keywords niet veelvuldig in uw omschrijving te vermelden

Noot: bij voorkeur éénmaal.

✓ Noot: Maak altijd éérst een backup / kopie van uw orginele index file zodat u de orginele file behoud indien er iets misgaat kunt u deze weer eenvoudig terugzetten!

✓ Kopieer onderstaande metatag-gegevens en plaatst deze in uw eigen index pagina van uw eigen website (**<head>** t/m **</head>**)
Noot: Als er binnen de orginele file <head> opmaak en/of scrips staan. Dient u deze te laten staan en uitsluitend de onderdelen te kopiëren die via de administrator aanvullend of ter vervanging wordt geadviseerd.

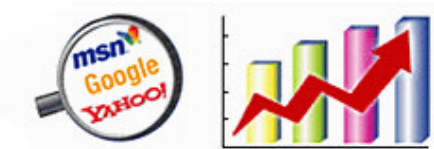


9: <Head>:

- Voorbeeld:

```
<head>
<title>Website optimalisatie</title>
<meta name="robots" content="index, follow">
<meta name="googlebot" content="NOODP">
<meta name="language" content="NL">
<meta name="generator" content="Httpmarketing">
<meta name="copyright" content="Http marketing">
<meta name="subject" content="seo - Online CMS website optimalisatie en promotie directory">
<meta name="keywords" content="httpmarketing, google, yahoo, ilse, lycos, dmoz">
<meta name="description" content="httpmarketing voor het beter vindbaar maken van websites.
httpmarketing en google de populairste zoekmachine binnen Nederland. Yahoo internationaal de
meest geraadpleegde search engine. Ilse minder geraadpleegt overlopen door anderen
zoekmachines. Lycos is teruggebracht in de marge van zoek operaties. dmoz ook wel bekend als de
belangrijkste directory voor kwalitatieve website per rubriek of land gerubriceerd.">

<link
href='http://www.httpmarketing.nl/computer/internet/diensten.php?id=12_Http_marketing_Warm
enhuizen_websiteoptimalisatie_nederland'>
</head>
```



10: URL keyword teller:

Url keyword teller is vrijvertaald een website (zoek)woorden teller. Het is zeer belangrijk dat de woorden waarop u gevonden wilt worden bij de zoekmachines zijn opgenomen binnen uw eigen website pagina.

Indien een zoekwoord te vaak voorkomt binnen één website-pagina betekent dit dat deze door de zoekmachine zal worden afgestraft middels een lage ranking. Het zoekwoord percentage van uw gewenste vindbare zoekwoorden in relatie tot de gehele pagina tekst is zéér belangrijk en dus raadzaam deze te controleren.

Globale richtlijn mede afhankelijk van de grote van uw website-pagina:

Pagina > 1kb < 5kb zoekwoord percentage tussen 5% - 7%

Pagina > 5kb < 15kb zoekwoord percentage tussen 3% - 5%

Pagina > 15kb < 25kb zoekwoord percentage tussen 3% - 4%

Pagina > 25kb < 50kb zoekwoord percentage tussen 2.5% - 3%

Pagina > 50kb < 75kb zoekwoord percentage tussen 2% - 2.5%

Pagina > 75kb < 100kb zoekwoord percentage tussen 1.5% - 2%

✓ http:// (Internet adres)

- Toelichting: Hier geeft u het internet adres op die u wilt controleren.
- Voorbeeld: www.telegraaf.nl

✓ Negeer woord(en) van [?] of minder karakters

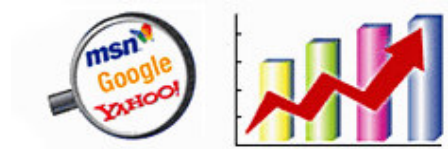
- Toelichting: Hier kunt u opgeven dat woorden van bepaalde lengte niet in de berekening worden meegenomen.
- Voorbeeld: **2**

✓ Negeer woord(en) die [?] of minder voorkomen

- Toelichting: Hier geeft u op dat woorden die een bepaalt aantal malen voorkomen niet in de berekening worden meegenomen.
- Voorbeeld: **1**

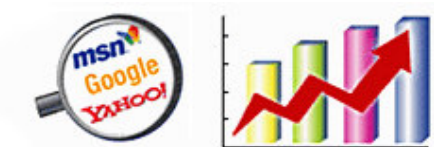
✓ Inclusief metatags keywords

- Toelichting: Hier geeft u op dat uw metatag keywords wel of niet in de berekening dienen te worden meegenomen.
- Voorbeeld: **[v] = Ja / [] = Nee**



10: URL keyword teller:

- ✓ Inclusief metatags omschrijving
 - Toelichting: Hier geeft u op dat uw metatag omschrijving wel of niet in de berekening dienen te worden meegenomen.
 - Voorbeeld: $[v] = \text{Ja} / [] = \text{Nee}$
- ✓ Exclusief stop woordenlijst
 - Toelichting: Is een standaard lijst die is opgesteld vanuit het programma deze optie kunt u negeren.
 - Voorbeeld: $[v] = \text{Ja} / [] = \text{Nee}$
- ✓ Tel aantal woorden (hiermee activeert u de berekening)



11: Google keyword positie checker:

Hiermee kunt u snel en eenvoudig uw huidige ranking positie binnen Google vinden op de voor u relevante zoekwoorden.

Noot: uw getoonde ranking is een gemiddelde van 50 Google servers Wereldwijd, veelal is uw rankings positie voor Google.nl hoger opdat Google ook kijkt naar de geografische lokatie.

Deze positie checker controleert standaard de éérste 100 posities maar u kunt deze wijzigen tot zelfs 1000 posities.

✓ keyword:

- Toelichting: Opgave zoekwoord waarvan u de positie wilt weten.
- Voorbeeld: **beton primers**

✓ http://:

- Toelichting: De website die u wilt controleren op opgegeven keyword. internetadres / website.
- Voorbeeld: **www.geromilieutechnieken.nl**
of controleer de ranking in: **www.httpmarketing.nl**

✓ Maximaal aantal posities:

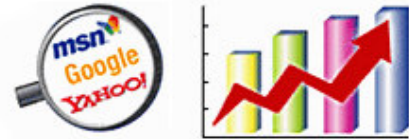
- Toelichting: Hier geeft u het maximaal aantal posities op waarop binnen Google moet worden gekeken.
(standaard minimaal 100 en maximaal 1000 posities.
- Voorbeeld: **Top 1000**

✓ Uw taal keuze:

- Toelichting: Hier kunt u specifiek websites selecteren die uitsluitend in de opgegeven taal is opgemaakt (dit dient binnen de site dan expliciet te zijn aangegeven zoals language=nl).
Deze optie alleen voor buitenlandse websites gebruiken!
- Voorbeeld: **Nederlands**

✓ Zoek keyword positie:

- Toelichting: Hiermee wordt het zoekscript geactiveerd op keyword en website adres die u heeft opgegeven tot het maximaal aantal te controleren posities binnen Google.
- Voorbeeld: **Resultaat wordt getoond.**



12: Wat u moet weten over Google:

Algemeen:

Iedere zoekmachine houdt van content of eenvoudig gezegd tekst.

Indien een website pagina weinig tekst bezit word deze wel geïndexeerd maar zal een goede ranking uitblijven.

Zorg ervoor dat iedere website pagina die relevant moet zijn voor een zoekmachine minimaal bestaat uit 50 woorden waarvan de lidwoorden **de**, **het** of **een** niet moet worden meegerekend. Zorg dat het onderwerp van een website pagina word vermeld in de pagina titel en tevens voorkomt in de omschrijvingstekst.

Vuistregel is dat een keyword / zoekwoord niet meer dan 5% van de omschrijvingstekst mag zijn.

De belangrijkste keywords / zoekwoorden van uw website dienen te worden vermeld in meerdere website pagina's.

Reden is dat een keyword / zoekwoord meer waarde krijgt voor een zoekmachine als deze in verschillende website pagina's van een website voorkomen dan op één enkele pagina.

Google Trustrank:

Een hoge Google TrustRank betekent dat Google heeft geleerd om een website te vertrouwen.

Een site met een hoge TrustRank is vaak enkele jaren oud, heeft links van reputable sites en heeft een goede inbound link geschiedenis en de site heeft géén spam-technieken toegepast in het verleden.

Een website die in de Sandbox zit, heeft waarschijnlijk géén hoge Google TrustRank.

Andersom wordt een website met een hoge TrustRank niet in de Sandbox geplaatst.

Wat betekent dit voor uw website?

Hoe ouder je website is, hoe beter. Het lijkt zo te zijn dat de filters van Google strenger zijn voor nieuwe domeinnamen, waardoor het moeilijker wordt om een hoge ranking te realiseren met nieuwe domeinnamen.

Nieuwe domeinen moeten bewijzen dat ze betrouwbaar zijn voordat ze hoge rankings kunnen verkrijgen in Google.

Relevante en kwalitatieve inbound links.

Om Google te laten zien dat jouw website betrouwbaar is, moet je voor goede (relevante en kwalitatieve) inbound links naar jouw website zorgen en hard blijven werken aan inbound links.

Hoe langer andere websites naar jouw site linken en hoe meer nieuwe websites een link naar jouw website plaatsen, hoe waarschijnlijker het is dat jouw website hogere rankings realiseert.

De links naar jouw website moeten worden geoptimaliseerd.

Als de juiste (relevante en kwalitatieve) websites naar jouw site linken, laat je aan Google zien dat jouw website te vertrouwen is.

Als je een oude domeinnaam hebt en veel goede inbound links, dan kan je jouw Google rankings verbeteren door de content op je website te optimaliseren.

Als je een nieuwe domeinnaam hebt, moet je Google allereerst laten zien dat je website betrouwbaar is.

Dit kun je realiseren door de juiste links naar jouw website te krijgen.

Gebruik daarnaast ethisch verantwoorde zoekmachine optimalisatie (SEO) technieken om jouw website te promoten in zoekmachines.

Google Sandbox:

De Google sandbox is een onderdeel van de ranking-filters van Google, waarin de factor tijd een belangrijke rol speelt. De 'leeftijd' van je website beïnvloedt de ranking, maar ook de leeftijd van websites die linken naar jouw website beïnvloeden de ranking van jouw website.

Google houdt bij sinds wanneer andere websites naar jouw site linken en hoe deze inbound links zich in de loop van de tijd ontwikkelen.

Vertrouwen:

Als je een nieuwe domeinnaam hebt dan is het moeilijker om hoge rankings in Google te realiseren.

Google kent je website of nieuwe pagina nog niet dus Google weet niet of jouw website te vertrouwen is.

Om die reden hebben nieuwe websites en pagina's meestal te maken met meer filters dan oude websites.

Het kan gebeuren dat een nieuwe website in eerste instantie hoge rankings krijgt en dat de site vervolgens voor weken tot maanden uit rankings verdwijnt.

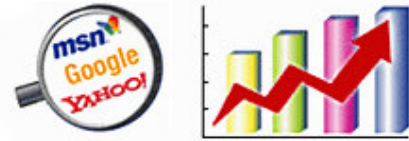
Dit betekent dat de tijd-filters zijn toegepast op een website.

Dit fenomeen is bekend als het (Google) Sandbox Effect.

Misverstand over Google Sandbox:

Het is een misverstand om te geloven dat een site in de Sandbox niet geïndexeerd is, want dat klopt niet.

Sandboxed sites zijn gewoon geïndexeerd door Google, maar hebben moeite met de ranking voor de voor de site relevante keywords, ongeacht hoe competitief ze zijn.



12: Wat u moet weten over Google:

Google pagerank:

PageRank (afgekort PR) is een methode om pagina's op internet te ordenen naar belangrijkheid. Het is ontwikkeld door de oprichters van Google Inc. (Larry Page en Sergey Brin) in 1998 toen zij nog studeerden aan Stanford-universiteit. Die universiteit heeft het patent op PageRank terwijl de naam een handelsmerk is van Google.

Een pagina krijgt een hogere PageRank als er meer links van andere pagina's zijn waarbij het aantal links op die andere pagina's en de PageRank van die andere pagina's ook van belang zijn.

Volgens Google staat de 'Page' in 'PageRank' voor Larry Page en niet voor het Engelse woord voor pagina, maar er wordt wel verondersteld dat Google dit zegt om juridisch sterker te staan voor wanneer een concurrerende zoekmachine de term PageRank zou willen gaan gebruiken.

Een hoge PageRank is een factor welke meespeelt in de SERP ("Search engine results page"). Een hoge pagerank staat echter niet gelijk aan een goede SERP. Voor deze laatste zijn gerelateerde links belangrijker.

Met behulp van de Google Toolbar is het mogelijk om een indruk te krijgen wat de PageRank is. Echter, dit is een tijdelijke opname: de PageRank verandert namelijk regelmatig. De Toolbar PageRank loopt van 0, minst belangrijk, (ook wel PR0) tot en met 10, hoogst belangrijk, (ook wel PR10). Intern heeft Google een nauwkeuriger waarde dan de 11 niveaus van de Toolbar PageRank. De "toolbar pagerank" staat niet gelijk aan de PageRank gebruikt in de Google resultaten.

De Toolbar PageRank gebruikt een logaritmische schaal waarbij het grondtal 5 is. Om van PR3 naar PR4 te gaan hoeft het aantal inkomende links minder hard te groeien dan om van PR4 naar PR5 te gaan.

Pagerank berekening:

Google's PageRank: hoe meer links, hoe belangrijker een pagina wordt. De PageRank van een bepaalde pagina A $PR(A)$ kan worden opgevat als de waarschijnlijkheid dat een willekeurige surfer op deze pagina terecht komt. De PageRank is één van de parameters waarop het google zoekmodel is gebaseerd. Met het google zoekmodel wordt bedoeld: het model dat zorgt dat een bepaalde pagina, bij bepaalde zoekwoorden bovenaan staat in de zoekresultaten. Merk dus op dat de PageRank van een pagina niet noodzakelijk overeen komt met de plaats waarop deze pagina verschijnt in de zoekresultaten. Het google zoekmodel houdt ook rekening met bijv. welke tekst vet staat, wat de lettergrootte is van een bepaalde zin, de anchortekst van URL's,...

De PageRank van een pagina A wordt conceptueel (hoe PR precies wordt berekend is in het publiek niet bekend) berekend op volgende wijze:

$$PR(A) = (1 - d) + d(PR(T1) / C(T1) + \dots + PR(Tn) / C(Tn))$$

waarbij d is de dampingfactor: de waarschijnlijkheid dat een gebruiker een pagina verlaat voor een andere pagina (standaard $d=0.85$)

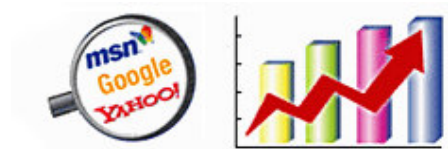
$T1, T2, \dots, Tn$: citaties; dit zijn de pagina's die naar pagina A verwijzen

$C(x)$: dit zijn het aantal uitgaande links van pagina x

$PR(x)$ is de pagerank van pagina x

Hoe kan je de pagerank van pagina A verhogen?

Zorgen dat er veel andere pagina's naar pagina A verwijzen (dus zoveel mogelijk citaties T) Best zijn deze citaties uniek op desbetreffende pagina (dus $C(T)$ zo laag mogelijk)



13: Google zoektips:

Controle aantal geïndexeerde pagina's binnen Google van uw website?

Site: www.uw_domeinnaam.nl

Controle aantal geïndexeerde pagina's binnen Google van uw website + directory?

Site: www.uw_domeinnaam.nl inurl:uw_directory

Controle aantal links binnen Google naar uw website?

Links: www.uw_domeinnaam.nl