

Google's Rankingfactoren

Checklist

Je weet al dat Google meer dan 200 rankingfactoren gebruikt om webpagina's te ranken. Ga naar <https://www.tekstmeester.nl/googles-rankingfactoren> om ze allemaal te bekijken.

Maar *welke* van die 200 hebben nu de grootste impact? Op welke factoren moet JIJ je focussen om hogere rankings te krijgen voor je site?

Met deze checklist heb je de 10 belangrijkste Google rankingfactoren in handen!

1

Zoekwoord aan het begin van de titel (title tag)

Google geeft meer gewicht aan zoekwoorden die aan het begin van de title tag staan.

Bijvoorbeeld, stel dat je wilt ranken op de zoekterm "glutenvrije recepten" en je zou moeten kiezen tussen deze twee titels:

TITEL # 1

Glutenvrije recepten: 10 toprecepten voor een glutenvrij dieet

TITEL # 2

Maak de heerlijkste maaltijden met deze 10 glutenvrije recepten

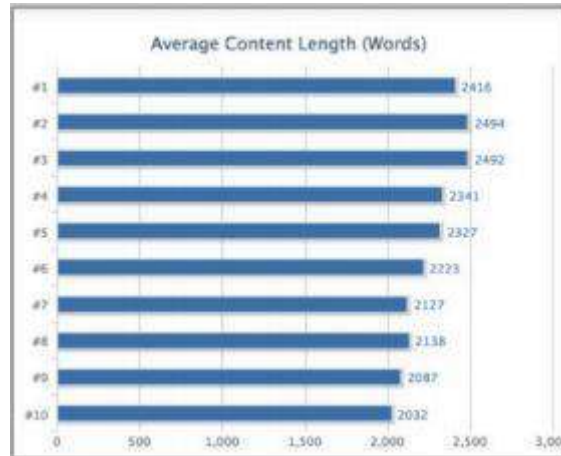
Google zou de eerste titel als relevanter zien voor de zoekterm "glutenvrije recepten" dan titel #2. Dus ga je voor titel #1!

ACTIEPUNT: Zet je zoekwoord aan het begin van de title tag

2

Lengte van de content

Verschillende studies (zoals [deze van SERPIQ](#)) hebben aangetoond dat langere content (1500+ woorden) een stuk hoger rankt in Google:



Zoals je kunt zien, hebben de top 10 van resultaten een gemiddelde van 2.000 woorden.

ACTIEPUNT: Schrijf artikelen van ten minste 1500 woorden voor content die je graag wilt ranken in Google.

3

Laadsnelheid

Laadsnelheid is SUPERbelangrijk!

Het is een van de weinige rankingfactoren die Google publiekelijk heeft bevestigd. Zo belangrijk is het.

ACTIEPUNT: Gebruik [Google PageSpeed Insights](#) om te kijken hoe snel je website laadt. WordPress-plugins, zoals [W3 Total Cache](#) en [WP Smush It](#) (allebei gratis) kunnen je site ook een stuk sneller maken.

4

Prominentie en plaatsing van het zoekwoord

Google let niet meer zoveel op zoekwoorddichtheid tegenwoordig. Maar dat betekent niet dat ze helemaal geen zoekwoorden meer gebruiken.....integendeel!

Als je je zoekwoord op strategische plaatsen op de webpagina zet – zoals in de URL, aan het begin van het artikel en in H2-koppen – laat je Google zien dat je pagina over dat zoekwoord gaat.

ACTIEPUNT: Zet je zoekwoord aan het begin van de title tag, in de eerste 100 woorden van het artikel en in een H2- of H3-kop. Je kunt meer leren over on-page SEO [op de site van Backlinko](#).

5

Page Authority/Pagerank

De autoriteit van een pagina – die wordt bepaald door de hoeveelheid en kwaliteit van inkomende links – is verreweg het belangrijkste rankingsignaal dat Google gebruikt.

Zo is het nu eenmaal: als je pagina geen autoriteit heeft, rankt Google hem niet.

ACTIEPUNT: Gebruik white hat-linkbuilding om de autoriteit van je pagina te verhogen.

6

Domain Authority

Als Google een webpagina rankt, kijken ze ook naar de autoriteit van het gehele domein (daarom ranken sites als Amazon en YouTube ook voor zoveel zoekwoorden).

Je kunt de Domain Authority van je eigen domein checken met [Open Site Explorer](#).

ACTIEPUNT: Vergroot de Domain Authority van je website door geweldige content te maken en promoten.

7

Relevantie van links

De autoriteit van een link (die bepaald wordt door de PageRank van de verwijzende pagina) is ontzettend belangrijk.

Maar Google let ook steeds meer op de *relevantie* van de links die naar je site wijzen. Zorg er dus voor dat de links naar je site vanaf websites komen die over hetzelfde onderwerp gaan.

Als je een site hebt die kattenvoer verkoopt, zorg dan dat je links krijgt van andere websites over huisdieren.....en niet van sites over vrachtwagens en tatoeages.

ACTIEPUNT: Focus op het bouwen van links vanaf *relevante* websites.

8

Dwell Time

Wat gebeurt er als er iemand vanuit Google op jouw webpagina terecht komt?

Blijven ze dan hangen en bezoeken ze andere pagina's op je website...of klikken ze snel weer terug naar de zoekresultaten?

Google let nauwkeurig op de interactie van mensen met jouw site in Google. Hoeveel tijd mensen op jouw website doorbrengen – de zogenaamde “dwell time” – is een superbelangrijk rankingsignaal.

ACTIEPUNT: Zorg dat de bovenkant van je webpagina's meteen een goede indruk geeft en de aandacht van je bezoekers grijpt. Hoe interessanter je webpagina's zijn, hoe hoger de dwell time, en je rankings!

9

Responsive design

Meer dan de helft van het verkeer op internet komt tegenwoordig van mobiele apparaten. Google geeft zelf aan dat ze de voorkeur geven aan responsive webdesign boven een aparte mobiele website.

Een mobielvriendelijk, responsive design kan je website hogere rankings geven voor mensen die zoeken op smartphones en tablets.

ACTIEPUNT: Gebruik een responsive webdesign en zorg dat je website snel laadt voor mobiele gebruikers.

10

Dunne of duplicate content

Google wil websites ranken die sterke, originele content hebben.

Veel oudere websites hebben vaak “rommelpagina’s” die weinig meerwaarde hebben, zoals niet meer gebruikte archief- en categoriepagina’s. Daarnaast is het ook slecht voor je website als je veel “duplicate content” hebt. Dat is dubbele inhoud die ook al elders op je website of op andere websites staat.

ACTIEPUNT: Loop je site na en delete of “noindex” rommelpagina’s met weinig meerwaarde en pagina’s met duplicate content.