

Checklist: SEO (zoekmachine optimalisatie) en CMS

▪ Title tag

Voor elke pagina van de website moet door een gewone redacteur een title-tag ingevuld kunnen worden (er moet hier dus een apart veld voor komen, zodat de auteur dit kan invullen en/of aanpassen). Dit is het stukje tekst dat tussen <title> en </title> in de broncode staat (deze tekst is ook terug te vinden in de blauwe balk van de browser). De title-tag moet uniek zijn. Dat betekent dat in principe de title-tag niet gekoppeld mag worden aan de paginatitel, paginanaam, URL of iets anders. Een koppeling van de title-tag met de paginatitel of het menu mag, maar dan moet de title-tag wel worden overschreven wanneer het veld voor de title-tag wordt ingevuld. Met name bij grote websites kan hat vanuit praktische overweging nodig zijn om title tag en paginatitel of menutitel te koppelen, maar er moet altijd de mogelijkheid zijn voor een redacteur om die handmatig te overschrijven. Een title tag heeft maximaal ongeveer 60 tekens. Idealiter geeft het CMS tijdens het schrijven aan hoeveel tekens gebruikt worden.

▪ Meta description

Voor elke pagina moet een unieke meta-description ingevuld kunnen worden (dus niet voor alle pagina's hetzelfde, er moet hier dus ook een apart veld voor komen, zodat de auteur dit kan invullen en/of aanpassen). Dit is een stukje tekst in de broncode dat niet zichtbaar is voor de bezoeker van de site, maar wel voor Google. De meta-description wordt in de broncode als volgt weergegeven: <meta name="description" content="inhoud meta-description">. De meta description telt niet mee voor de ranking in Google, maar is wel essentieel voor een goede conversie van de organische zoekresultaten. Maximaal 160 tekens. Idealiter geeft het CMS tijdens het schrijven aan hoeveel tekens gebruikt worden. Bij grote sites kan er voor gekozen worden om de inleiding van de pagina/artikel ook te gebruiken als meta description. Dit moet dan wel als vast tekstveld worden geïmplementeerd met een maximale ruimte van 160 tekens.

▪ Meta keywords

In tegenstelling tot wat veel mensen nog steeds beweren, tellen de meta keywords op geen enkele manier mee in de ranking van Google en daarom hoeven ze niet gebruikt te worden. Bij grotere redacties adviseren wij echter om het veld voor de meta keywords toch te gebruiken, maar met het doel om de andere leden van de redactie te informeren over de zoekterm van die ene pagina, zodat iedereen weet op welke term die pagina is geoptimaliseerd. Daarbij gaat het dus om één zoekterm, omdat een pagina maar op één zoekwoord of één combinatie van woorden geoptimaliseerd kan worden. Elke pagina moet daarvoor een apart veld krijgen, zodat de auteur dit kan invullen en/of aanpassen. Evenals de meta-description moet dit voor elke pagina ingevuld kunnen worden en is het een stukje tekst dat niet zichtbaar is voor de bezoeker van de site, maar wel voor Google. De meta-keywords worden in de broncode als volgt weergegeven: <meta name="keywords" content="inhoud meta-keywords">.

▪ Paginatitel

Elke pagina moet een titel krijgen die is opgemaakt met h1 tags. In de broncode wordt dit als volgt weergegeven: <h1>titel</h1>. De belangrijkste titel moet met h1 tags worden opgemaakt. Subkoppen moeten met <h2>, <h3> of <h4> tags worden opgemaakt in de mate van belangrijkheid. Evenals alle vorige onderdelen moet voor de h1 titel in het CMS een apart veld komen voor de redacteur en er mag in principe maar één h1 op een pagina voorkomen. In de rich text editor moet het dus voor een redacteur niet mogelijk zijn om zelf een h1 aan te maken.

internet: www.hayona.nl

e-mail: info@hayona.nl

telefoon: 0341-264494

adres: Stationslaan 69

8071 CL Nunspeet

mobiel: 06-20879478



URL

De URL's moeten zoekmachine vriendelijk zijn en per pagina door de auteur in het CMS aan te passen zijn. Er moet dus per pagina een apart veld komen waar de auteur op elk gewenst moment zelf de URL kan invullen en/of aanpassen. Daarnaast moet de structuur van de site (= het navigatie- of kruimelpad) tot uiting komen in de URL. Een voorbeeld van een goede URL is: <http://www.hayona.nl/online-marketing/adverteren-sociale-netwerken>.

De URL is zeer belangrijk in SEO omdat deze grote invloed heeft op de positie van de betreffende pagina in Google. Een redacteur met SEO kennis moet daarom de mogelijkheid hebben om de URL handmatig aan te passen.

Echter, op het moment dat de redacteur de URL van een bestaande pagina wijzigt, moet er ook direct een 301 verwijzing komen van de oude URL naar de nieuwe en idealiter maakt het CMS zo'n 301 verwijzing automatisch aan als de URL wijzigt. Gebeurt dat niet automatisch, dan moet het voor een redacteur zonder technische kennis mogelijk zijn om zelf een 301 verwijzing voor die pagina te maken.

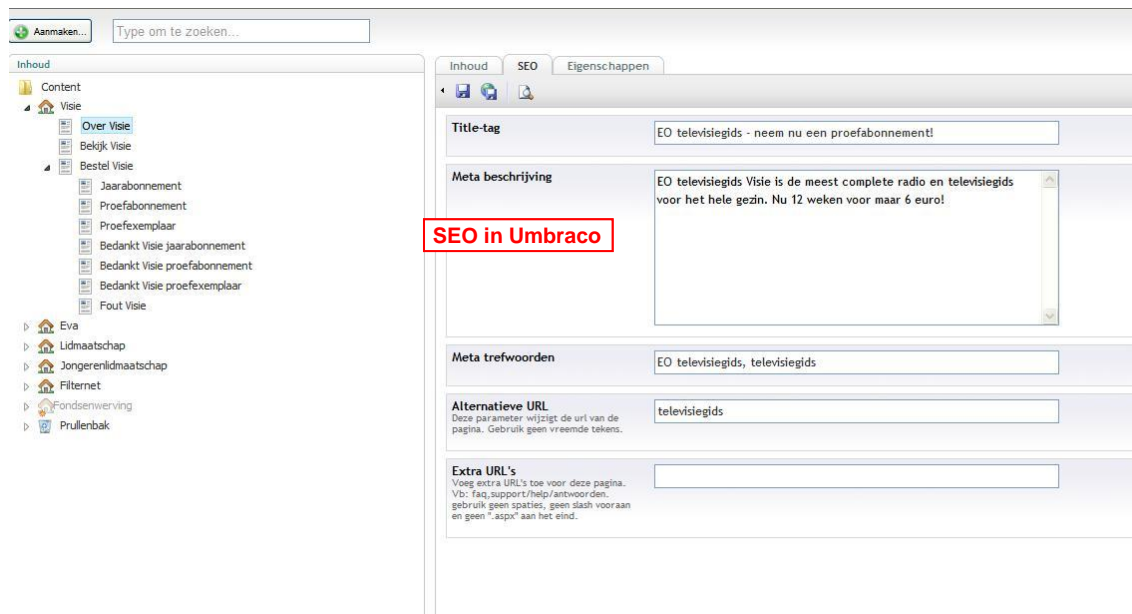
Het is belangrijk dat de URL ook in zijn geheel verschijnt in de adresbalk van de browser. Een dergelijke URL moet standaard door het CMS op deze manier worden weergegeven. Complexe URLs met vreemde woorden en getallen zijn funest voor SEO. Voorbeeld van een slechte URL: <http://www.imtech.nl/eCache/DEF/159.bGFuZz1OTA.html>

SEO velden in het CMS

Alle belangrijke SEO velden moeten eenvoudig per pagina door de redactie kunnen worden aangepast. Voorbeelden:

The screenshot shows a CMS interface for editing a page titled "Point to Point verbinding". The interface includes a rich text editor, a sidebar with publication settings, and a bottom section for SEO fields. The following fields are highlighted with red boxes and labeled:

- Paginanaam**: The page name field.
- URL**: The URL field.
- Tekst**: The main content area of the page.
- SEO in Wordpress**: The WordPress SEO section.
- H1 paginatitel**: The H1 title field.
- Title tag**: The title tag field.
- Metadescription**: The meta description field.
- Keyword**: The keyword field.
- Menutitel**: The menu title field.



▪ Broncode

Het CMS moet broncode van uitstekende kwaliteit genereren:

- Javascript en opmaak in externe bestanden
- Tekstonderdelen zo hoog mogelijk in de broncode
- Geen opmaak in tabellen, maar opmaak van tekst en elementen met CSS
- Vormgeving, content en structuur 100% van elkaar gescheiden
- Hyperlinks niet met JavaScript, ook niet in het menu
- Gebruik van Flash elementen is OK, maar nooit de complete website!
- Pagina's moeten zo snel mogelijk laden (<http://tools.pingdom.com>)
- Geen frames, omdat Google de site dan niet goed kan indexeren.
- Geen overbodige code; sommige CMS systemen gebruiken meer code dan nodig

▪ Snelheid

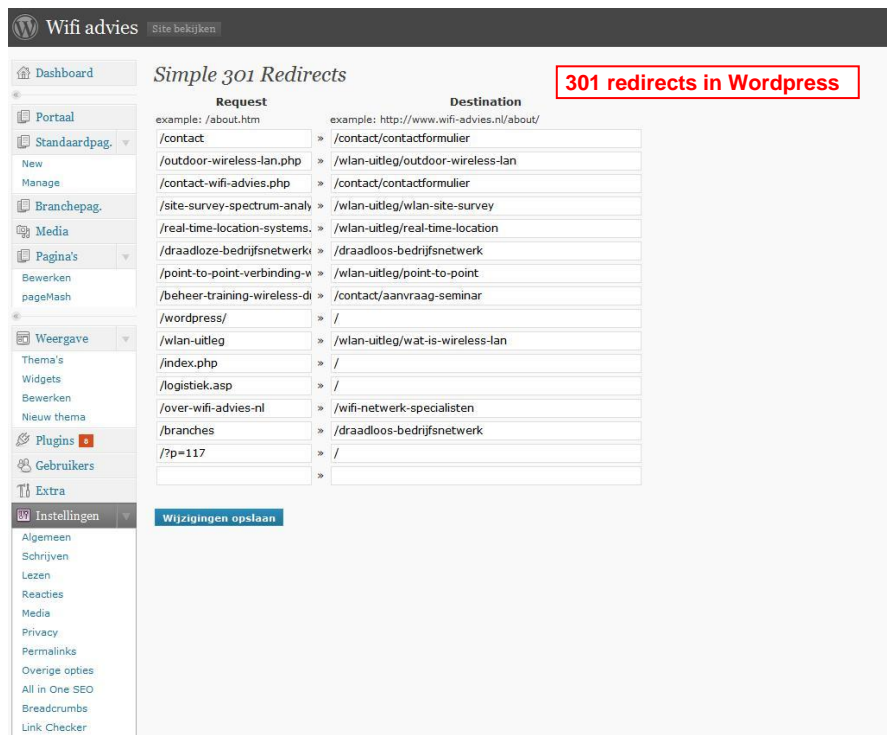
Een goede broncode, een CMS dat technisch in orde is en de juiste keuzes in functionaliteit en design zijn bepalend voor de snelheid van een website. Een langzame pagina (ruwweg langzamer dan 2 seconden) kan onder omstandigheden een lagere ranking krijgen in Google.

▪ 301 redirects

Oude zoekresultaten in Google moeten met een 301 verwijzing worden doorverwezen naar de nieuwe pagina met de nieuwe URL. Op deze manier wordt Google op de hoogte gesteld dat de nieuwe URLs geïndexeerd moeten worden en de oude URLs op den duur het de zoekresultaten gehaald kunnen worden. Het CMS moet een gebruiksvriendelijke mogelijkheid geven voor een niet-technische redacteur om 301 verwijzingen aan te maken. Deze functionaliteit is essentieel op twee momenten:

- Bij het implementeren van een nieuwe website met een nieuwe URL structuur
- Bij het incidenteel wijzigen van een bestaande URL

Voorbeeld:



▪ Analytics

Een CMS dat geschikt is voor SEO biedt een redacteur de mogelijkheid om de tracking code van Analytics eenvoudig via een vast veld in te voeren. Het CMS moet er dan voor zorgen dat de tracking code op de juiste plek in de broncode terecht komt, namelijk vlak voor de afsluitende </head> tag. Het gaat hier om één veld bij de website instellingen waardoor de tracking code automatisch op iedere pagina wordt geplaatst.

Daarnaast is er soms ook behoefte om op paginaniveau een aangepaste tracking code voor die ene betreffende pagina in te voeren.

Verder moet een CMS op een eenvoudige wijze de mogelijkheid bieden om speciale Analytics tags aan hyperlinks toe te voegen, bijvoorbeeld voor het meten van downloads.

Het CMS moet eveneens de mogelijkheid bieden om vanuit Analytics snel een A/B test op te zetten voor het vergelijken van pagina's of pagina-onderdelen.