

'Local SEO'

Verbeter jouw lokale online vindbaarheid!

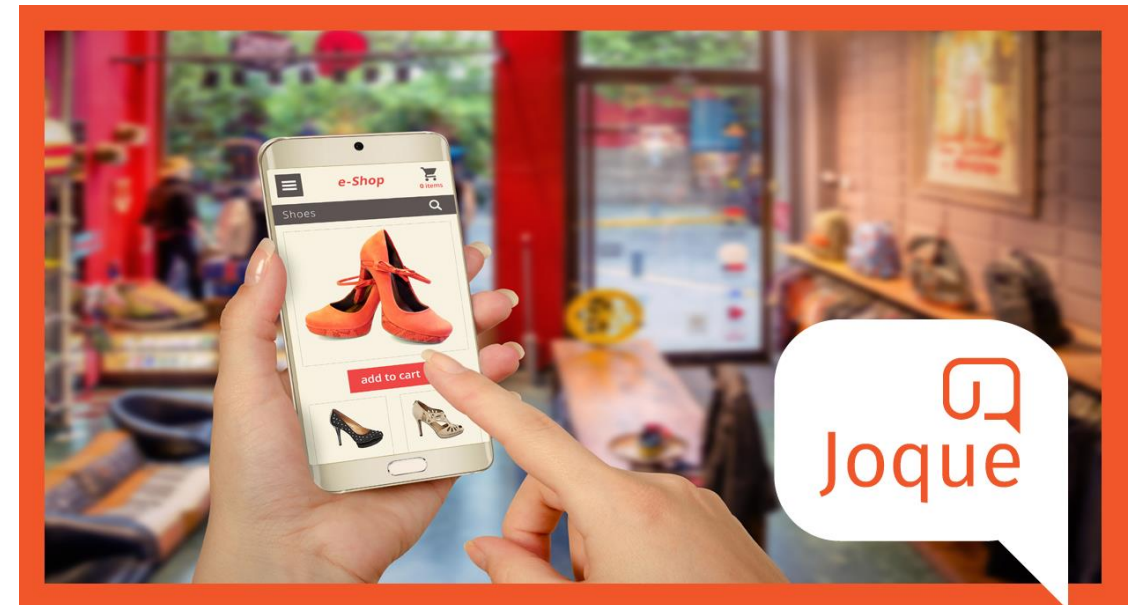
7 praktische tips

Joque



Inhoudsopgave

- De betekenis van 'local SEO' voor jouw bedrijf
- Wat betekent 'local SEO'
- Google en lokale zoekresultaten
- Voice search
- Verbeter jouw lokale vindbaarheid met deze 7 tips!
 - Tip 1: Google Mijn Bedrijf
 - Tip 2: zorg voor een lokale webpagina
 - Tip 3: aanmelden bij externe platformen
 - Tip 4: maak content!
 - Tip 5: linkbuilding
 - Tip 6: voice search wordt belangrijk(er)
 - Tip 7: sponsor lokale evenementen





Betekenis 'local SEO' (1)

'Local SEO' betekent in 'gewoon' Nederlands: lokale vindbaarheid. Misschien heb je deze term wel eens voorbij zien komen. In elk geval hoor ik hem steeds vaker vallen. Waarom dan?

Dat komt doordat:

Zoekmachineoptimalisatie of SEO (Search Engine Optimization) ook voor lokale en regionale bedrijven steeds belangrijker wordt.

Voordat er een (grotere) aankoopbeslissing wordt genomen zoeken steeds meer mensen vooraf informatie of laten zich inspireren via internet. Dat geldt ook voor jouw lokale klanten!

Als plaatselijke ondernemer merk je misschien al dat je vaker andere verkoopgesprekken voert dan voorheen. Dat komt omdat klanten zich – voorafgaand aan het winkelbezoek – online hebben georiënteerd. Regelmatig heeft men de wensenlijst al bij zich tijdens het winkelbezoek. Ze willen het product kopen dat ze via een Coolblue- of Wehkamp-achtige website hebben uitgezocht, maar willen dit niet online kopen. Dat kan verschillende redenen hebben: het artikel loont zich in de ogen van de consument er niet voor of hij/zij ervaart financiële risico's.

Toegegeven: als lokale ondernemer is het bijna onmogelijk geworden om met een eigen webshop deze internetgiganten te verslaan. Alleen al vanwege de adverteerbudgetten die die reuzen besteden aan Google Ads. Maar ook al heb je géén webwinkel, dan is de online vindbaarheid van jouw website wel aan te bevelen!



Betekenis 'local SEO' (2)

Er zijn nog steeds genoeg mensen die er de voorkeur aan geven om met een lokaal bedrijf of winkel zaken te doen. Vaak vanwege de reputatie van het bedrijf, het persoonlijke adviesgesprek en de uitstekende service.

Het meewerken aan het behoud van de lokale winkels in stads- en dorpskernen is ook vaker de reden.

Maar als diezelfde aspirant-koper nog niet met jouw bedrijf bekend is (of jouw bedrijfsnaam komt even niet in hun gedachten op) dan is het wél fijn dat zij jouw website in de lokale zoekresultaten tegenkomen!

Stel, iemand zoekt een meubelbedrijf dat Hoffz-bankstellen verkoopt in Midden-Limburg. Die persoon tikt dan het zoekwoord 'Hoffz bankstel Limburg' in, in het Google zoekvenster. Op dat moment is het fijn als jouw meubelzaak in de lokale zoekresultaten erbij staat (en het liefst bovenaan)!





Wat betekent 'local SEO'?

'Local SEO' is het optimaliseren van je website op basis van lokaal georiënteerde zoekwoorden (bv 'fotograaf Weert' of 'fotograaf Roermond' en generieke termen (bv 'trouwfoto's op locatie') vanaf een bepaalde locatie (bv Stramproy).

Dit soort zoekopdrachten gebeurt vaak via de mobiele telefoon en dit neemt zelfs enorm toe. Door de mobiele telefoon te gebruiken 'ziet' Google waar jij je letterlijk bevindt. Als jij je in Weert bevindt en je zoekt een fotograaf in Weert, dan krijg je resultaten te zien van bedrijven in die omgeving. De resultaten worden getoond in 'Google zoeken' en ze worden zelfs meteen in 'Google maps' (het landkaartje) weergegeven!

Bij een zoekopdracht laat Google de drie meest relevante resultaten zien: dit is het 'local 3-pack'. En je bent ondernemer in hart en nieren en dus: daar wil jij bij staan! Naast de 'local 3-pack' heb je ook de standaard zoekresultaten die onder de advertenties verschijnen.

Google bepaalt de positie (rankings) op basis van:

1. Relevantie: is het zoekresultaat relevant voor de gestelde zoekvraag.
2. Prominentie: hoe prominent is de website aanwezig op de site? De Google-reviews zijn hier belangrijk voor!
3. Afstand: hoe dicht bevindt het bedrijf zich bij de locatie van de zoeker?



Google en lokale zoekresultaten

Google is een slimme vent (of zou het een dame zijn?). Heb jij een fietsenmaker nodig en je kent er zo 1-2-3 geen, en je tikt 'fietsenmaker' in het zoekvenster in, dan toont Google jou alle fietsenmakers in de buurt.

In Roermond krijg je dus andere fietsenmakers te zien als in Weert. Heb jij je lokale vindbaarheid niet op orde dan... helaas, dan zit jouw fietsenmakerij er niet bij óf jouw website bungelt ergens onderaan in het rijtje (waarvoor men eerst weer verder moet willen klikken om het te kunnen vinden).

Je kunt ook geluk hebben en dan sta je bovenaan! Maar ineens komt daar die slimme(re) concurrent om de hoek kijken – die heeft de local SEO wél goed voor elkaar heeft – en dan zakt je positie naar 2-3-4.... Jammer, want de praktijk laat zien dat dat de meeste klikken naar die nummer één gaat (ca. 80%).

De rest naar plek twee en drie in de rankings(20%). En dan is de koek bijna op voor de derde en volgende plek. Elke positie die je zakt kost jou in feite nieuwe klanten!

Google wil het de gebruikers zo makkelijk mogelijk maken om antwoorden te geven op zoekvragen! Om goed te kunnen scoren in de zoekresultaten moet dit daarom ook de doelstelling van jouw website zijn! Want hoe beter jij dit doet ten opzichte van de concurrent, hoe meer Google jou beloont in termen van online zichtbaarheid!

Joke van der Mast



Voice search?

Steeds meer mensen geven via de mobiele telefoon een zoekopdracht op. En die typen ze niet in, nee, ze spreken de zoekvraag in. Zoeken op internet via spraakgebruik: dat heet 'voice search' in vakjargon.

Voor een groot deel zijn deze ingesproken zoekvragen geografische van aard. Bijvoorbeeld als je onderweg bent en je moet tanken. Dan vraag je aan Google of Siri 'Waar is een tankstation?' en de zoekmachine tovert enkele opties uit de hoed mét dat mooie landkaartje van Google Maps erbij. Als je je lokale SEO aanpakt, vergeet dan niet om je voor te bereiden op 'voice search' want deze trend gaat écht hard!

Nu je weet dat lokale vindbaarheid voor jouw bedrijf in Weert, Roermond, Heythuysen, Stramproy, etc. voor jouw onderneming van belang is, ga ik je helpen om de online vindbaarheid van jouw website te verbeteren.





Tip 1: Google Mijn Bedrijf

Begin eens met jouw eigen bedrijf te ‘Googelen’ in het Google-zoekvenster. Links verschijnt er een verticaal blok (zie de afbeelding hiernaast).

Als het goed is staan jouw bedrijfsgegevens hier al klaar. Google maakt het ondernemers makkelijk omdat zij hopen dat jij zo sneller gaat adverteren. In dit blok kun je heel veel over jouw bedrijf vertellen én laten zien! Zo wordt jouw potentiële klant via de zoekresultaten – zonder dat die nog meer moeite moet doen – geïnformeerd over jouw bedrijf, producten en dienstverlening!

Je ziet in dit venster de volgende tekst “Bent u eigenaar van dit bedrijf?” (zie figuur 2 op de volgende pagina). Klik hierop en het formuliertje in. Na inzending stuurt Google via het bedrijfsadres een briefkaart met een code. Deze code heb je nodig om bij Google Mijn Bedrijf is te loggen. Makkelijker kan niet!

Zie je hier niets: meld je dan aan via ‘Google mijn Bedrijf’ (GmB) via deze [link](#).

The screenshot shows a Google My Business profile for 'Joque Communication, hands on online marketing & SEO'. The profile includes a profile picture of a woman with glasses, a cover photo of a building, and a location pin for 'ANNEMIEK Workshops bijgeschikken'. The profile is verified and managed by the user. It displays a 5.0 star rating from 5 Google reviews, the address 'Haelenweg 26, 6085 EB Horn', and contact information including a phone number and website. There are buttons for 'Website', 'Route', 'Opslaan', 'Bellen', and 'EEN OFFERTE AANVRAGEN'. The profile also shows options to 'Je bedrijfsinformatie bewerken', 'Ken je deze plaats? Deel de meest recente informatie', 'Vragen en antwoorden', and 'Recensies'.



Wat kun je invullen bij Google Mijn Bedrijf?

- Telefoonnummer
- Logo en foto's (ook korte video's!)
- Adres van jouw bedrijf
- URL van jouw website
- Openingstijden
- Servicegebied (bv Midden-Limburg)
- Dienstverlening
- Producten

Het voordeel van Google Mijn bedrijf is dat je direct relevante klanten naar je website krijgt: ze zijn écht op zoek naar bijvoorbeeld een dierenarts of DHZ-winkel.

Tip: heb je al veel klanten gehad? Verzamel dan zoveel mogelijk **beoordelingen** (dit zijn de **Google-reviews**). Maak er een leuke marketingactie van: gebruik jouw mailinglijst, vraag klanten om hun beoordeling in te vullen, stuur de link naar Google Mijn Bedrijf mee en verloot iets interessants onder de deelnemers (dat werkt het beste bij 'ons' Nederlanders 😊)

Hoe meer beoordelingen je namelijk hebt, hoe hoger Google jouw site in de lokale zoekresultaten plaatst. Houdt de beoordelingen wel up-to-date door actief nieuwe klanten hiernaar te vragen. Ook dit kun je weer koppelen aan een marketingactie!



Figuur 2



Tip 2: zorg voor een lokale contactpagina

Het gebeurt weleens dat een onderneming die dichterbij de zoekers zit van de zoekers lager in de zoekresultaten wordt vertoond. Dat komt doordat een ander bedrijf beter aansluit bij de zoekvraag. Relevantie is superbelangrijk. Daarom is het bouwen van een goede lokale contactpagina op de site prioriteit. Zo heb je meer kans om lokaal gevonden te worden. Zo'n pagina is een soort landingspagina zoals je die hebt ingevuld in bij Google Mijn Bedrijf. Het verschil is dat het fysieke bedrijfsadres hier niet hoeft te staan.

Een lokale contactpagina is ideaal wanneer:

- Je bedrijf gevestigd is op één locatie.
- Je hebt geen fysieke locatie en biedt diensten op verschillende plaatsen.
- Je hebt een ander bedrijf waarvoor je goed wilt ranken in plaatsen waar je geen adres hebt.





Tip 3: aanmelden op lokale platforms

Controleer of jouw gegevens volledig zijn ingevuld op de website. Google kijkt namelijk naar deze gegevens om te bepalen hoe dicht je op dat moment bij de gebruiker bent.

Daarnaast is het plaatsen van content op andere websites ook zeer helpend. Hoe vaker jouw website door andere websites wordt genoemd (en die relevant zijn) hoe hoger je wordt geplaatst in de [SERP'S](#) (zoekresultaten).

Er zijn veel platformen waar je je aan kunt melden zoals [Foursquare](#), [Yelp](#), [Tripadvisor](#)...

Op die manier realiseer je een groter lokaal bereik en verzamel je tegelijkertijd betrouwbare backlinks.





Tip 4: maak content!

Als je Google Mijn Bedrijf hebt geüpdatet is het tijd geworden om aan je lokale SEO-content te werken. De methode is feitelijk gelijk aan die van de 'normale' SEO. Vind je SEO content creëren lastig, dan kun je ook iemand hiervoor inhuren. Bekijk dan deze link eens [SEO-teksten](#).

Het verschil zit in de focus: die leg je nu op de stad of regio waar je gevonden wilt worden. Voor een zoekwoordenonderzoek kun je 'Google Zoeken' gebruiken. Tik diverse zoekwoorden in en kijk hoe Google die zelf voor jou aanvult: dat zijn dan direct de zoekwoorden die jij kunt gebruiken!

De zoekwoorden verwerk je in de tekst en de H1-titel en H2 t/m H6-titels (tussenkopjes), de meta-titel (= de titel van het zoekresultaat), de meta-omschrijving (dat is jouw reclamebord in de zoekresultaten) en de URL (het adres van de webpagina).

Gebruik ook interne en externe links! *Plaats per titel twee relevante, regionale links en zorg dat het kwalitatieve goede links zijn.* Google kijkt namelijk ook naar de kwaliteit van de sites waarnaar toe wordt gelinkt.

Dit kun je toevoegen op een lokale pagina:

- Reviews.
- Google Maps-kaart.
- Goede content om mensen aan te sporen om de winkel/het bedrijf te bezoeken.
- Andere relevante gegevens zoals een routebeschrijving.
- Let op! Vermeld altijd je NAW-gegevens!



Tip 5: linkbuilding

Een van de belangrijkste SEO-onderdelen is **linkbuilding**. Door linkbuilding krijg je backlinks: dit zijn linkjes van andere websites die naar een pagina van jouw website verwijzen. Google ziet dit als een 'referentie'.

Hoe meer backlinks je hebt, hoe beter dat is voor je domeinautoriteit. Domeinautoriteit is een belangrijke *rankingfactor*.

Deze backlinks komen bij voorkeur van domeinen af met een hogere autoriteit of zijn super-relevant voor jouw website. Voor local SEO is dit niet zo heel belangrijk als het maar regionale backlinks zijn.

Backlinks krijg je via plaatselijke ondernemersverenigingen, de gemeente, sportclubs, vrijwilligersorganisaties, etc. Je kunt ze krijgen door te bloggen of persberichten te sturen naar lokale online media.





Tip 6: voice search wordt belangrijk(er) (1)

Misschien klinkt het nog als een ver-van-mijn-winkel-verhaal maar ingesproken zoekopdrachten zijn vaak plaatselijk georiënteerd. Als je onderweg bent en je wilt ergens lekker gaan lunchen en je kent de omgeving niet, dan spreek je al snel een gesproken zoekopdracht in. Dat gaat nu eenmaal sneller dan typen.

Ga je je website klaarmaken voor 'voice search' let dan op de volgende punten:

1. Natuurlijk taalgebruik
2. Gebruik longtail-zoekwoorden
3. Optimaliseer op vragen

Natuurlijk taalgebruik.

Zoekvragen die ingesproken worden bevatten een natuurlijker taalgebruik, dan als ze worden getypt. Daarom is het belangrijk om jouw tekst hierop aan te passen. Er zit namelijk een verschil in de getypte zoekvraag "supermarkt Heythuysen" en de gesproken zoekvraag "Waar zit de dichtstbijzijnde supermarkt in Heythuysen?" Heb je moeite om zelf content te creëren?

Longtail zoekwoorden.

Ingesproken zoekopdrachten zijn dus zeer specifiek. Vaak zijn dat zoekvragen met drie en meer woorden: dit heet in jargon 'long tail zoektermen'. Dat houdt in dat je ook hele specifieke combinaties van zoekwoorden in jouw teksten moet gebruiken. Om die te vinden gebruik je bijvoorbeeld 'Google zoeken' of de tool [Answerthepublic](#).

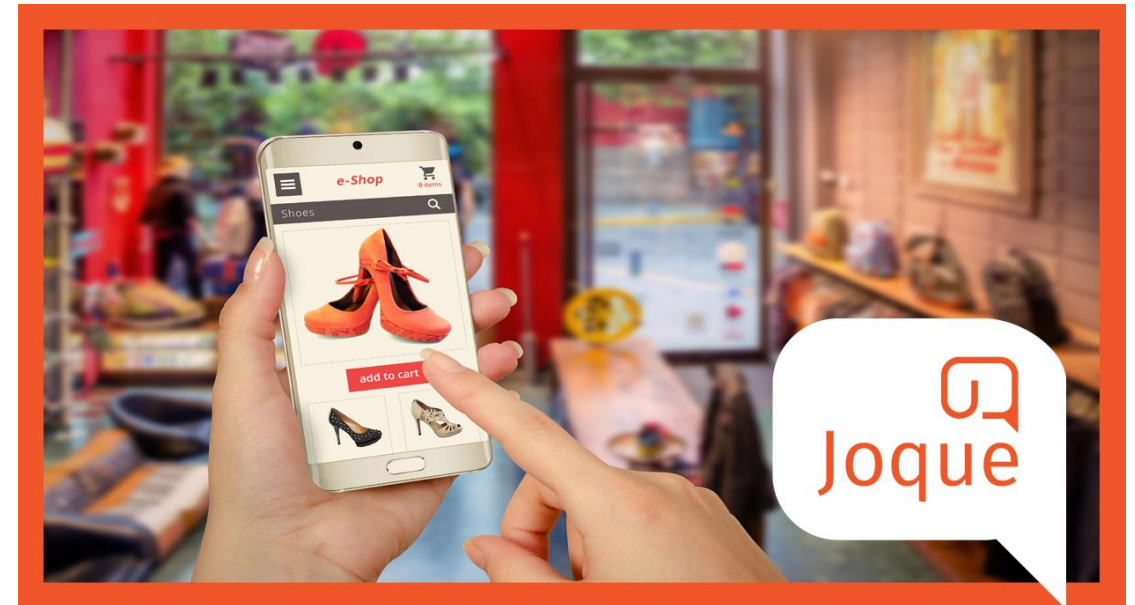


Tip 6: voice search wordt belangrijk(er) (2)

Optimaliseren op zoekvragen

De meeste voice search opdrachten zijn vragen die beginnen met: waar, wanneer, wat, waarom... Ga daarom eens na welke vragen jouw klanten stellen om bij jouw website uit te komen. Brainstorm er met jouw team of familieleden eens flink op los. Neem de meest voorkomende vragen op in de teksten én geef een duidelijk antwoord!

Misschien is uitbesteden een optie voor je? Klik door naar: [Contentmarketing](#).





Tip 7: sponsor lokale evenementen

Het is niet alleen goed om online zichtbaar te zijn: met jouw offline en zelfs fysieke aanwezigheid maak je óók impact. Maar dat weten we eigenlijk al lang: door de voetbalclub te sponsoren wordt jouw spandoek getoond, worden T-shirts bedrukt met het bedrijfslogo, staat er een weblink op de website van de club en tijdens de netwerkmomenten anno 2021 geven wij elkaar graag persoonlijk een 'elleboogje'.

Deel dit soort informatie op de site en laat jouw plaatselijke betrokkenheid zien. Doe je mee aan een ervaringsproject van de middelbare school, vermeld het dan op site. Werk je mee aan een goed doel: richt een van de webpagina's hiervoor in en promoot deze via social media!





Tot slot: dank voor jouw aandacht!

Ik hoop dat ik je een stuk vooruit heb kunnen helpen met jouw lokale zichtbaarheid. Loop je ergens tegenaan, heb je bepaalde vragen of wil jij hulp bij het optimaliseren van jouw website?

Aarzel dan niet om contact te zoeken. Misschien heb wel ik snel een antwoord op jouw vraag paraat. Gaat jouw behoefte verder wat SEO betreft en/of contentcreatie dan kunnen we daar samen eens over sparren. Zo'n eerste gesprek is altijd kosteloos en mocht je ontzorgt willen worden op bepaalde terreinen dan spreken wij naderhand duidelijk af wat deze is en welke resultaten je wenst te bepalen.

Joke van der Mast (alias 'Joque')
Online marketeer & SEO-specialist
T: 06 46 13 55 18
E: info@joquecommunication.nl
www.joquecommunication.nl



Stand out from the crowd with SEO