



[Home \(https://www.investonline.nl/\)](https://www.investonline.nl/) > [Kennis \(https://www.investonline.nl/kennis/\)](https://www.investonline.nl/kennis/) > [Ultieme handleiding om lokale vindbaarheid te verbeteren](#)

Ultieme handleiding om lokale vindbaarheid te verbeteren

19 oktober 2016 (<https://www.investonline.nl/?p=14398>)

Local SEO wordt steeds belangrijker, Google toont steeds vaker lokale zoekresultaten voor zoekopdrachten. In dit blogbericht krijg je als lezer eerst een korte introductie over local SEO. Vervolgens geven we praktische tips die gebruikt kunnen worden om jouw lokale vindbaarheid te verbeteren. De onderdelen die behandeld worden zijn:

1. Google My Business optimaliseren
2. Schematische opmaak toepast voor lokale bedrijven
3. On page optimaliseert voor lokale zoekopdrachten
4. Externe links verkrijgen van lokale websites

Verbeter met behulp van deze ultieme handleiding jouw lokale zoekresultaten.

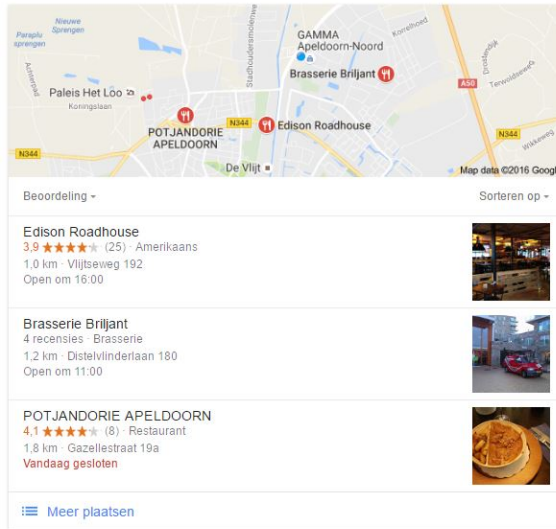
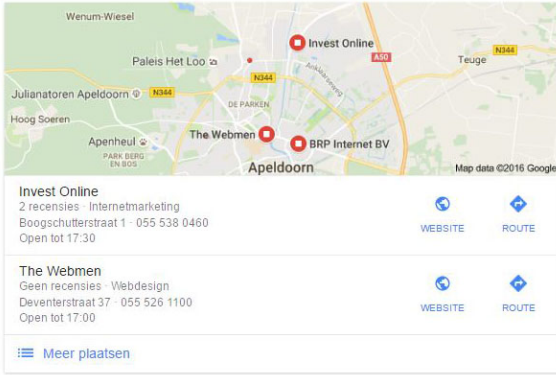
Wat is local SEO?

Local SEO houdt in dat er lokale resultaten voorrang krijgen in de zoekresultaten. De lokale zoekresultaten worden vaak in combinatie met een kaart getoond. Lokale zoekresultaten ontstaan als Google het idee heeft dat een bezoeker naar een bedrijf/website zoekt in een bepaalde regio. De lokale zoekresultaten ontstaan vaak als een bezoeker in de zoekopdracht een locatie op geeft, zoals bijvoorbeeld bij de zoekopdracht: "Full service internetbureau Apeldoorn".

Google toont soms ook lokale zoekopdrachten voor zoekopdrachten zonder locatie. Dit gebeurt als Google het idee heeft dat een bezoeker liever lokale zoekresultaten krijgt dan landelijke zoekresultaten. Als een bezoeker bijvoorbeeld zoekt op "Restaurant" dan is het logischer dat een bezoeker opzoek is naar een restaurant in de buurt dan een willekeurig restaurant in Nederland. Daarom toont Google lokale zoekresultaten bij de zoekopdracht "Restaurant". Zie de volgende voorbeelden:

Full service internetbureau Apeldoorn

Restaurant



Restaurants in Apeldoorn - IENS
<https://www.iens.nl/restaurant/apeldoorn>
 Lekker uit eten in Apeldoorn? Ontdek de beste restaurants op IENS, van eetcafé tot sterrenzaak.
 Lees recensies en reserveer direct
 Restaurant Recht · Sizzles Restaurant · Twenty2 · Restaurant Vesuvio

Hoe verbeter ik mijn lokale vindbaarheid?

Er zijn een aantal elementen die geoptimaliseerd kunnen worden waardoor jouw bedrijf/website beter gevonden wordt in de lokale zoekopdrachten. In deze handleiding vind je hoe je:

- Google My Business optimaliseert
- Schematische opmaak toepast voor lokale bedrijven
- On page optimaliseert voor lokale zoekopdrachten

1. Google My business optimaliseren

Google My business stond eerder bekend als Google Places. Het optimaliseren van de lokale zoekopdrachten begint bij het optimaliseren van Google My business. Door Google My Business te optimaliseren zorg je ervoor dat je lokale vindbaarheid verbetert. My business kan geoptimaliseerd worden op 13 verschillende punten:

- | | |
|--|--|
| 1.1. Google My Business pagina vinden/duplicaten verwijderen | 1.8. Gebruik de juiste categorieën voor jouw bedrijf |
| 1.2. My business pagina verifiëren | 1.9. Voeg de juiste openingstijden toe |
| 1.3. Voeg e-mailadres met eigen domein toe | 1.10. Voeg een introductie toe |
| 1.4. Gebruik de juiste benaming van het bedrijf | 1.11. Voeg goede foto's toe |
| 1.5. Gebruik de juiste adresgegevens | 1.12. (Optioneel) Voeg een virtuele rondleiding toe |
| 1.6. Gebruik de juiste telefoonnummer | 1.13. Verzamel (echte) lokale reviews |
| 1.7. Gebruik de juiste website URL | |

1.1. Google My Business pagina vinden/duplicaten verwijderen

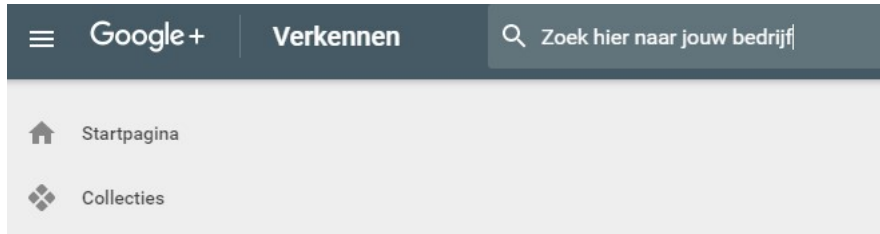
De eerste logische stap is het vinden van de juiste Google My Business pagina die je wil gaan bewerken. Veel bedrijven hebben in de loop der jaren meerdere Google My Business pagina's gecreëerd. Het is van belang om de juiste pagina te vinden om te bewerken. Dit wordt jouw primaire My Business pagina.

Als je de pagina hebt gevonden is het van belang om te kijken of er meer varianten zijn van de My Business pagina's. Het is van belang dat er geen dubbele My Business pagina's aanwezig zijn. Dit kan namelijk negatieve gevolgen hebben voor de Local SEO resultaten. Om dubbele My Business pagina's te vinden kun je deze tool (<http://www.michaelcottom.com/google-business-page-finder/>) gebruiken. Vul in de tool de 'Business name' en 'Zip code' (postcode) in. En klik vervolgens op 'Find Google My Business pages'. De tool zal de resultaten geven die gevonden zijn met behulp van de Google Places API.

Business name: Zip code:

Business name: Invest Online
 Address: Boogschutterstraat 1, 7324 AE Apeldoorn, Netherlands
 Phone: 055 538 0460
 Website: <https://www.investonline.nl/>
 Map location: <https://maps.google.com/?cid=12444498985082180520>
 Do a Google MapMaker search: [search](#)
 Number of photos: 2
 Open hours:
 Monday: 9:00 AM - 5:30 PM
 Tuesday: 9:00 AM - 5:30 PM
 Wednesday: 9:00 AM - 5:30 PM
 Thursday: 9:00 AM - 5:30 PM
 Friday: 9:00 AM - 5:30 PM

Naast de tool adviseer ik om ook zelf te kijken op <https://plus.google.com/> (<https://plus.google.com/>). Zoek op Google+ naar jouw bedrijfsnaam om eventueel verschillende pagina's te vinden van jouw bedrijf. Als je dubbele pagina's vindt, zorg er dan voor dat je de primaire My business pagina behoudt en Google verzoekt om de dubbele pagina's te verwijderen.



1.2. My business pagina verifiëren

Om de Google My Business pagina goed te kunnen optimaliseren is het een must om de pagina te verifiëren. Voordat je verder gaat moet je ervoor zorgen dat de pagina geverifieerd is.

Als je jouw bedrijf nog niet hebt geclaimd dan ga je naar de My Business pagina en klik je op 'Bent u eigenaar van dit bedrijf?'. Vervolgens ga je naar Google My Business omgeving om daar de pagina te verifiëren.



1.3. Voeg e-mailadres met eigen domein toe

Er zijn verschillende redenen waarom je deze stap zou doen. Maar de belangrijkste reden is betrouwbaarheid. Als je eigenaar bent van een Svensbakkerij.nl, zorg er dan voor dat er een emailadres gekoppeld is aan jouw My Business pagina met sven@svensbakkerij.nl in plaats van svensbakkerij@gmail.com of svensbakkerij@outlook.com.

1.4. Gebruik de juiste benaming van het bedrijf

Eén van de belangrijkste punten bij het verbeteren van de lokale vindbaarheid is: constantheid. Je moet consistent met alle bedrijfsgegevens overal op het internet. Dit geldt voor jouw bedrijfsnaam, webadres, emailadres, telefoonnummer, adresgegevens etc. Google moet gegevens vertrouwen, hierbij helpt het als gegevens op meerdere plekken overeenkomen.

Als Google op verschillende plekken op het internet verschillende varianten van bedrijfsnaam, adresgegevens, webadres etc. tegenkomt dan komt dit onbetrouwbaar en spamachtig over en dan heb je kans dat de lokale vindbaarheid er onder gaat lijden.

Google geeft aan dat de bedrijfsnaam die je invult overeen moet komen met de echte naam van jouw bedrijf. De naam wordt gebruikt op de winkelpui, op de website en briefpapier. De bedrijfsnaam is de naam waaronder je bekend bent bij de klanten.

Dit betekent dat 'Svens bakkerij' binnen My Business niet de bedrijfsnaam moet krijgen 'Svens bakkerij - De beste bakkerij in Apeldoorn en omstreken'. Extra zoektermen in de bedrijfsnaam worden niet gewaardeerd. Het toevoegen van zoektermen aan de bedrijfsnaam zal er hoogstwaarschijnlijk voor zorgen dat de benaming van het bedrijf niet op het gehele web hetzelfde zal zijn. Met alle gevolgen van dien.

1.5. Gebruik de juiste adresgegevens

Zorg ervoor dat je er zeker van bent dat de adresgegevens helemaal kloppen. Het adres moet zeer specifiek zijn. Het gebruik van algemene plaats- of straatnamen wordt niet geadviseerd. Daarnaast worden Postbussen niet beschouwd als exacte fysieke locatie.

- Soms is het nodig om bij het fysieke adres een postbus- of kantoornummer te vermelden. Als dit het geval is kun je het beste het fysieke adres op adresregel 1 in te vullen en de postbus- of kantoornummer op adresregel 2.
- De adresregels mag geen informatie bevatten die geen toegevoegde waarde bieden voor jouw fysieke locatie. Zo mag je URL's of zoekwoorden toevoegen aan je adresregels.
- Mocht het adres welke je hebt opgegeven niet bekend zijn bij het systeem of mocht je adres geen huisnummer hebben dan kun je de locatie van het bedrijf bepalen door deze stappen te doorlopen (<https://support.google.com/business/answer/6279343>).

1.6. Gebruik het juiste telefoonnummer

Gebruik voor jouw bedrijf het lokale telefoonnummer die overeenkomt met het telefoonnummer van jouw offline locatie. Probeer landelijke netnummers (zoals 088) te vermijden en gebruik het lokale telefoonnummer van het bedrijf. Het lokale telefoonnummer moet het lokale netnummer bevatten en moet direct verbinden met jouw bedrijf.

1.7. Gebruik de juiste website URL

Als jouw bedrijf één locatie heeft kun je de homepage gebruiken als website URL. Mocht je meerdere vestigingen hebben dan wil je het liefst dat elke locatie een eigen landingspagina heeft binnen de website. Als er geen specifieke landingspagina is voor de vestiging, dan kun je het beste de homepage van het bedrijf gebruiken. Gebruik geen pagina van een ander domein of een Social Media profiel.

1.8. Gebruik de juiste categorieën voor jouw bedrijf

Het toevoegen van de juiste categorieën is een zeer belangrijke stap in het optimaliseren van jouw Google My Business pagina. Het is dan ook belangrijk dat je goed kijkt naar de categorieën die er zijn en vervolgens de meest relevante categorieën selecteert voor jouw bedrijf.

Het is verstandig om alle relevante categorie toe te voegen. Dit wil zeggen dat je categorieën toevoegt die de activiteiten van jouw bedrijf beschrijven. Het is niet de bedoeling dat het spamachtig wordt, maar vind de categorieën die relevant zijn en gebruik deze om beter vindbaar te worden.

Maak van de categorie die de activiteiten van jouw bedrijf het beste omschrijft de primaire categorie. Neem de tijd voor het bepalen van de primaire categorie. De overige categorieën moeten een aanvulling zijn op de hoofdcategorie.

1.9. Voeg de juiste openingstijden toe aan My Business

Het toevoegen van de juiste openingstijden is zeer belangrijk. Voor sommige bedrijven zijn de openingstijden altijd gelijk, de openingstijden hoeven dan maar één keer ingevuld te worden. Voor andere bedrijven kunnen de openingstijden nog wel eens verschillen. Voor deze bedrijven is het van belang dat de openingstijden aangepast worden zodat de juiste gegevens in Google verschijnen.

Als een bezoeker op Google zoekt naar jouw bedrijfsnaam dan verschijnt er in de meeste gevallen een blok met informatie over jouw bedrijf. Hierin staan ook de openingstijden. Als de openingstijden hier niet kloppen kan het zijn dat de bezoeker niet naar jouw winkel komt terwijl de winkel wel open is (als er in Google staat 'gesloten') of dat de bezoeker voor een dichte deur komt te staan als er in Google staat dat de winkel open is en de winkel niet open is.

Vooraf rondom feestdagen en koopavonden of koopdagen is het van belang dat de openingstijden worden aangepast zodat de bezoekers de juiste informatie krijgen te zien.

1.10. Voeg een introductie toe aan Google My business

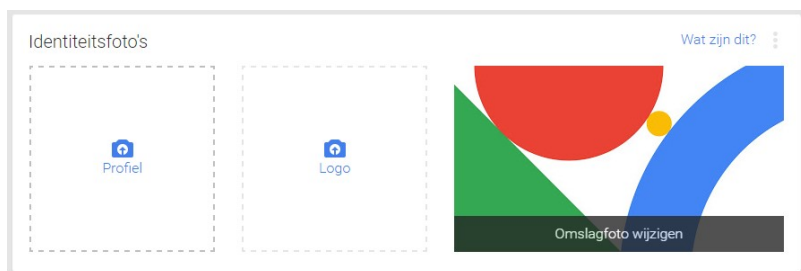
Geef een uitgebreide beschrijving van jouw bedrijf. De beschrijving moet een duidelijk beeld scheppen wat jouw bedrijf doet. Zorg ervoor dat de omschrijving van het bedrijf uniek is en voldoet aan de richtlijnen van Google.

Schrijf een informatieve tekst over jouw bedrijf van tussen de 150 – 300 woorden. Beschrijf de diensten/producten die je aanbiedt en gebruik hierbij de juiste zoektermen. Zorg ervoor dat de tekst goed leesbaar blijft door de zoektermen niet overmatig te gebruiken.

Voeg links toe naar de verschillende diensten/productgroepen binnen jouw website. De links die je krijgt zijn 'no follow', maar helpen de bezoekers om gemakkelijk naar de juiste pagina binnen jouw website te gaan.

1.11. Voeg goede foto's toe

In het bedrijfsfoto's gedeelte van jouw My Business zijn verschillende onderdelen te zien. Het eerste onderdeel die je tegenkomt zijn jouw identiteitsfoto's. Hierbij moet je 3 foto's uploaden die heel belangrijk voor de uiterlijk van jouw resultaten binnen de lokale zoekresultaten; Een profielfoto, een logo en een omslagfoto.



Foto's die je uploadt hebben invloed op het doorklikpercentage van de vertoningen. Als een bezoeker een afbeelding ziet in de lokale zoekresultaten die nergens op slaat dan zal de bezoeker er ook niet op klikken. Het is verstandig om foto's/logo's te uploaden met een hoge kwaliteit. Als profielfoto wordt vaak ook het logo gebruikt. Profielfoto's kunnen echter ook gebruikt worden om de activiteiten van jouw bedrijf in beeld te brengen.

Zorg ervoor dat de foto's die je upload groot genoeg zijn om fullscreen vertoond te worden. Google adviseert om aan de volgende richtlijnen te voldoen:

- Bestandsindeling: JPG of PNG
- Grootte: tussen 10kb en 5 MB
- Minimale resolutie: Lengte: 720 pixels en Breedte: 720 pixels
- Kwaliteit: Het moet een scherpe foto zijn die goed belicht is. Er mogen geen wijzigingen aangebracht worden aan de foto's met Photoshop. Filters moeten zo min mogelijk gebruikt worden. De foto's moeten zoveel mogelijk overeenkomen met de werkelijkheid.

1.12. (Optioneel) Voeg een virtuele rondleiding toe

Het hebben van een fysieke locatie kan bij bezoekers zorgen voor vertrouwen. Zeker als de fysieke winkel er goed uitziet kan het vertrouwen geven. Als je een mooie fysieke locatie hebt dan kun je een Virtuele rondleiding toevoegen door gebruik te maken van een fotograaf die door Google wordt aanbevolen (<https://www.google.com/streetview/hire/>).

1.13. Verzamel (echte) lokale reviews

Lokale echte reviews zorgen voor betere zichtbaarheid in de lokale zoekresultaten en zorgen ervoor dat het bedrijf betrouwbaarder over komt (mits de reviews positief zijn). Bij het verkrijgen van reviews moet je niet alleen richten op Google reviews. Het is verstandig om ook reviews te verkrijgen op Yelp en andere lokale directories. Yelp is vooral interessant omdat Apple maps gebruik maakt van gegevens uit Yelp.

Samenvatting voor het optimaliseren van Google My Business

Door Google My Business te optimaliseren zorg je ervoor dat je beter vindbaar wordt binnen de lokale zoekresultaten. De onderdelen die we hierboven behandeld hebben zijn:

- | | |
|--|--|
| 1.1. Google My Business pagina vinden/duplicaten verwijderen | 1.8. Gebruik de juiste categorieën voor jouw bedrijf |
| 1.2. My business pagina verifiëren | 1.9. Voeg de juiste openingstijden toe |
| 1.3. Voeg e-mailadres met eigen domein toe | 1.10. Voeg een introductie toe |
| 1.4. Gebruik de juiste benaming van het bedrijf | 1.11. Voeg goede foto's toe |
| 1.5. Gebruik de juiste adresgegevens | 1.12. (Optioneel) Voeg een virtuele rondleiding toe |
| 1.6. Gebruik de juiste telefoonnummer | 1.13. Verzamel (echte) lokale reviews |
| 1.7. Gebruik de juiste website URL | |

Hierbij is het van belang dat de gegevens die ingevuld zijn binnen Google My Business overeen moeten komen met de gegevens die verder op het web bekend zijn. Dit betekent dat de gegevens overeen moeten komen met de gegevens op jouw eigen website, Social Media kanalen, bedrijvengidsen etc.. Je moet er zoveel mogelijk voor zorgen dat alle gegevens overeenkomen. Als alle gegevens overeenkomen geeft dit een zoekmachine vertrouwen dat alle gegevens daadwerkelijk kloppen.

2. Schematische opmaak toepast voor lokale bedrijven

Schematische opmaak zorgt ervoor dat zoekmachines de gegevens op de website beter begrijpen. Door gebruik te maken van Schematische opmaak kan een zoekmachines gegevens beter beoordelen en kan een zoekmachine rich snippets tonen in de zoekresultaten. In het geval van Local SEO gaat het voornamelijk om het begrijpbaar maken van bedrijfsgegevens die zoekmachines kunnen gebruiken voor de lokale zoekresultaten. Schema.org/LocalBusiness kan gebruikt worden voor het opmaken van de bedrijfsgegevens:

2.1 Schema.org/LocalBusiness

Om bedrijfsgegevens schematisch op te maken kan gebruik gemaakt worden van Schema.org/LocalBusiness. Onder de LocalBusiness zijn een aantal elementen die gebruikt kunnen worden. De belangrijkste hiervan zijn:

Naam
Adresgegevens
Gemiddelde beoordeling
Social Media kanalen
Contactgegevens
Openingstijden
Locatie

Om een code te genereren kan gebruikt gemaakt worden van een online tool zoals de Local business schema generator (<https://supple.com.au/tools/local-business-schema-generator/>). Vaak zijn de online tools niet volledig. Daarom kun je beter gebruik maken van de volgende code die je vervolgens personaliseert:

2.2 Template schematische opmaak lokaal bedrijf:

```

<div itemscope itemtype="http://schema.org/LocalBusiness">
<span itemprop="name">Naam bedrijf</span>
<div itemprop="address" itemscope itemtype="http://schema.org/PostalAddress">
Adresgegevens:
<span itemprop="streetAddress">Straat + huisnummer</span>
<span itemprop="postalCode">Postcode</span>
<span itemprop="addressLocality">Plaatsnaam</span>
,
</div>
<div itemprop="aggregateRating"
itemscope itemtype="http://schema.org/AggregateRating">
<span itemprop="ratingValue">Gemiddelde beoordeling</span>
out of <span itemprop="bestRating">Hoogst mogelijke rating</span>
based on <span itemprop="ratingCount">Aantal ratings</span> user ratings
</div>
<a itemprop="sameAs" href="URL Facebook">Facebook</a>
<a itemprop="sameAs" href="URL Twitter">Twitter</a>
<a itemprop="sameAs" href="URL Pinterest">Pinterest</a>
<a itemprop="sameAs" href="URL Youtube">Youtube</a>
<span itemprop="telephone">TELEFOONNUMMER</span>
<span itemprop="email">EMAILADRES</span>
<meta itemprop="openingHours" content="Mo,Tu,We,Th,Fr 9:00-17:30">
<meta itemprop="url" URL>
<div itemprop="geo" itemscope itemtype="http://schema.org/GeoCoordinates">
<meta itemprop="latitude" content="Latitude" />
<meta itemprop="longitude" content="Longitude" />
<meta itemprop="hasMap" href="URL MAP" />
</div>

</div>

```

2.3 Voorbeeld ingevulde variabelen voor Invest Online

De dik gedrukte gegevens zullen ingevuld moeten worden. Voor Invest Online zouden de dikgedrukte gegevens worden vervangen door:

Naam + adres

- Naam bedrijf: Invest Online
- Straat + huisnummer: Boogschutterstraat 1
- Postcode: 7324 AE
- Plaatsnaam: Apeldoorn

Gemiddelde beoordeling

- Gemiddelde beoordeling: 9.8
Op basis van Facebook reviews
- Hoogst mogelijke rating: 5
Facebook beoordelingen zijn beoordelingen tussen 0 en 5
- Aantal ratings: 17
Invest Online heeft op dit moment 17 reviews op Facebook

Social media kanalen

- SameAs Facebook: <https://www.facebook.com/InvestOnlineNL/>
- SameAs Twitter: https://twitter.com/investonline_nl
- SameAs Pinterest: <https://nl.pinterest.com/investonline/>
- SameAs Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCZwbamVijjWQA3wDgvSdvpw>

Contactgegevens

- Telefoonnummer: 0555380460
- Emailadres: info@investonline.nl

Openingstijden

- OpeningHours: Mo,Tu,We,Th,Fr 9:00-17:30
- Invest Online heeft maandag t/m vrijdag dezelfde openingstijden. Als de openingstijden per dag verschillen dan kan er een nieuwe regel gemaakt worden waarbij de andere openingstijden gecommuniceerd worden.

URL

- URL: <https://www.investonline.nl>

Locatiegegevens

- **Latitude:** 52.2395037

De latitude en longitude kun je uit de URL van de map halen. Zie de twee dik gedrukte onderdelen.

- **Longitude:** 5.9776487

- **URL MAP:**

<https://www.google.nl/maps/place/Invest+Online/@52.2395037,5.9776487,17z/data=!4m15!1m9!4m8!1m0!1m6!1m2!1s0x47c7b8e50531b4fb:0xacb3bde4a58853a8>

De map URL verkrijgt je door in Google Maps jouw adres op te zoeken en vervolgens op 'Delen' te klikken.

3. On page optimaliseert voor lokale zoekopdrachten

3.1 Bepaal websitestructuur lokale pagina's

3.2 Juiste NAW gegevens op de landingspagina

3.3 Title tag en meta description optimaliseren

3.4 Headings aanvullen met locatie

3.5 Unieke content op landingspagina's

3.6 Openingstijden van de vestiging

3.7 Voeg beoordelingen toe van de vestiging

3.8 Afbeeldingen optimaliseren

3.9 Mobiel vriendelijk

3.10 Website snelheid

3.1 Bepaal websitestructuur lokale pagina's

Om (lokaal) goed vindbaar te zijn is een goede websitestructuur nodig. Als jouw bedrijf meerdere vestigingen heeft dan heb je hoogst waarschijnlijk een algemene websitestructuur die voor alle vestigingen geldt. Wil je op de locaties van jouw vestigingen beter gevonden willen worden, dan is het van belang dat hier aparte pagina's gecreëerd worden. Lokale pagina's zorgen ervoor dat jouw landingspagina beter aansluit bij de informatiebehoefte van de bezoeker. Hierdoor wordt de kans ook groter dat je lokaal beter vindbaar wordt.

Voorbeeld: Een bedrijf die smartphones repareert heeft een websitestructuur als:

<voorbeelddomein.nl/smartphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/smartphone-reparatie/iphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/smartphone-reparatie/samsung-reparatie>

De bovenstaande pagina's geven algemene informatie over het laten repareren van een smartphone, iphone of een samsung telefoon.

Stel: Een bezoeker zoekt vanuit Amsterdam op 'Iphone laten repareren' of 'Iphone laten repareren Amsterdam'. De kans is zeer groot dat de bezoeker opzoek is naar een lokaal bedrijf die een Iphone kan repareren. De bovenstaande pagina <voorbeelddomein.nl/smartphone-reparatie/samsung-reparatie> geeft algemeen informatie over Iphone reparatie. Niet over een Iphone laten repareren in Amsterdam. Om de meest relevante landingspagina te krijgen zal er een lokale variant moeten komen van deze URL.

Stel: Het bedrijf uit dit voorbeeld heeft een vestiging in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Eindhoven. Dan zou de website de volgende websitestructuur kunnen krijgen:

Amsterdam

<voorbeelddomein.nl/amsterdam/smartphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/amsterdam/smartphone-reparatie/iphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/amsterdam/smartphone-reparatie/samsung-reparatie>

Rotterdam

<voorbeelddomein.nl/rotterdam/smartphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/rotterdam/smartphone-reparatie/iphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/rotterdam/smartphone-reparatie/samsung-reparatie>

Den Haag

<voorbeelddomein.nl/den-haag/smartphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/den-haag/smartphone-reparatie/iphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/den-haag/smartphone-reparatie/samsung-reparatie>

Eindhoven

<voorbeelddomein.nl/eindhoven/smartphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/eindhoven/smartphone-reparatie/iphone-reparatie>

<voorbeelddomein.nl/eindhoven/smartphone-reparatie/samsung-reparatie>

Deze pagina's bevatten de locatie in de URL. Hierdoor wordt aan de URL duidelijk dat het gaat om een lokaal bedrijf. De pagina zelf kan volledig gericht worden op bijvoorbeeld 'smartphone reparatie in Amsterdam'. De bezoeker krijgt alle mogelijke relevante informatie te zien omdat het een lokale landingspagina is. Het is voor een bezoeker veel relevanter dan de algemene landingspagina.

3.2 Juiste NAW gegevens op de landingspagina

Als de juiste landingspagina's gecreëerd zijn, kunnen er op elke landingspagina de juiste NAW gegevens geplaatst worden. De NAW gegevens moeten vervolgens schematisch opgemaakt worden zoals in het hoofdstuk Schematische opmaak wordt aangegeven. Op de lokale pagina's moeten de NAW gegevens komen te staan van de lokale vestiging. Op de algemene pagina's kan het hoofdkantoor of hoofdvestiging gebruikt worden voor de NAW gegevens.

3.3 Title tag en meta description optimaliseren

In de title tag en meta description van de lokale pagina's moet de plaatsnaam terugkomen. Zo wordt het in de zoekresultaten duidelijk dat het gaat om een relevant, lokaal zoekresultaat. Daarnaast wordt het voor een zoekmachine op deze manier ook duidelijker dat het een lokale pagina is.

3.4 Headings aanvullen met locatie

Op de landingspagina horen headings terug te komen. Het liefst één H1 (kop 1), één of meerdere H2's (Kop 2) en eventueel H3's (Kop 3). In deze headings moet de plaatsnaam ook terugkomen. Door de locatie aan de headings toe te voegen worden de headings relevanter en wordt het voor een zoekmachine duidelijker dat het om een lokale pagina gaat.

3.5 Unieke content op landingspagina's

Elke pagina binnen de website moet voorzien zijn van unieke content. Dit geldt ook voor de lokale pagina's. De inhoud van de content moet gericht worden op het product/de dienst die aangeboden wordt in combinatie met de locatie/vestiging waarvoor de pagina bedoeld is. Als dit goed wordt uitgevoerd zal de content op de pagina uniek zijn.

Zorg ervoor dat de bezoeker voldoende informatie krijgt op de pagina. De informatie moet zo uitgebreid mogelijk zijn zolang het relevant is voor de bezoeker.

3.6 Openingstijden van de vestiging

Zorg ervoor dat de openingstijden van de lokale vestiging duidelijk op de pagina naar voren komen. Daarnaast moeten de openingstijden schematisch opgemaakt worden zoals in hoofdstuk 2 staat beschreven.

3.7 Voeg beoordelingen toe van de vestiging

De reviews die op de landingspagina getoond worden moeten, volgens de richtlijnen van Google, van de vestiging zelf zijn. Dit mogen geen algemene beoordelingen zijn voor de gehele website/ het hele bedrijf. Het is daarom van belang dat elke vestigingen apart beoordelingen krijgt. De beoordelingen moeten vervolgens aan de landingspagina's toegevoegd worden en schematisch opgemaakt worden.

3.8 Afbeeldingen optimaliseren

Afbeeldingen kunnen op verschillende manieren geoptimaliseerd worden. De afbeeldingen kunnen geoptimaliseerd worden zodat een zoekmachine beter begrijpt waar een afbeelding over gaat en het bestandsformaat van een afbeelding kan geoptimaliseerd worden zodat de laadtijd laag blijft.

3.8.1. Onderwerp van de afbeelding optimaliseren

Zoekmachines kunnen afbeeldingen niet goed lezen. Afbeeldingen gebruiken een drietal gegevens om het onderwerp van een afbeelding te achterhalen.

1. De bestandsnaam van de afbeelding
2. De alt-tag van de afbeelding
3. De content rondom de afbeelding

De afbeeldingen moeten iets toevoegen aan de pagina. De afbeeldingen moeten aansluiten bij het onderwerp van de pagina. Bij een lokale pagina is het logisch als de afbeelding iets te maken heeft met de locatie. Bijvoorbeeld een foto van de vestiging zelf.

Het is dan van belang dat bij deze afbeeldingen de locatie ook terugkomt in de 3 onderdelen die hierboven benoemd zijn; Bestandsnaam, alt-tag en content rondom de afbeelding. Door de locatie toe te voegen aan de 3 onderdelen wordt het voor een zoekmachine nóg duidelijker dat de pagina over een bepaalde locatie gaat.

3.8.2. Bestandsformaat afbeeldingen optimaliseren

Om het bestandsformaat zo klein mogelijk te houden is het belangrijk dat er met twee punten rekening wordt gehouden:

1. Bestandstype
2. Afmetingen van de afbeelding

Bestandstype afbeelding

Het meest voorkomende bestandstypen voor afbeeldingen zijn jpg, png en gif. Een relatief nieuw bestandstype is WebP. WebP is een door Google ontwikkeld bestandstype die ervoor zorgt dat het bestandsformaat aanzienlijk afneemt terwijl de afmetingen en kwaliteit gelijk blijft. WebP wordt alleen nog niet door alle browsers ondersteund. Het is dus niet aan te raden om WebP afbeeldingen te gaan gebruiken in plaats van jpg, png of gif. Wil je meer weten over WebP afbeeldingen? Bekijk dan ons bericht over webP afbeeldingen (<https://www.investonline.nl/optimaliseer-website-webp-afbeeldingen/>).

Welk bestandstype moet ik gebruiken voor afbeeldingen?

Het bestandstype png kan het beste gebruikt worden voor icoontjes en afbeeldingen met een transparante achtergrond. Voor de meeste andere afbeeldingen kan beter gekozen worden voor het bestandstype jpg.

Maak je gebruik van Photoshop? Maak dan gebruik van de functie 'Save for web' of 'Opslaan voor web', zet de kwaliteit op 60 of 70 en maak gebruik van de juiste afmetingen. Hiermee zorg je ervoor dat de afbeeldingen veel kleiner zijn qua bestandsformaat zonder zichtbaar kwaliteitsverlies.

Afmetingen van afbeelding

De afmetingen van een afbeelding hebben grote invloed op het bestandsformaat. Het is dan ook zeer belangrijk dat een afbeelding met het juiste formaat wordt geplaatst op de website.

Wil je een afbeelding van 600 x 300px op de website toevoegen? Zorg er dan voor dat de afbeelding die je uploadt 600 x 300px is en niet een afbeelding van 1200 x 600px die vervolgens met css wordt verkleind. Als een afbeelding verkleind wordt met css dan moet wel eerst de gehele afbeelding gedownload worden (1200 x 600px) dit zorgt voor een langere laadtijd.

3.9 Mobiel vriendelijk

Ook voor de lokale vindbaarheid is het van groot belang dat een website mobielvriendelijk is. Enerzijds om de bezoeker een zo'n goed mogelijke gebruikerservaring te geven. Anderzijds om beter vindbaar te worden. Zoekmachines vinden het steeds belangrijker dat een website mobielvriendelijk is.

3.10 Website snelheid

Laadtijd van een pagina wordt steeds belangrijker. Een snelle laadtijd van een pagina zorgt voor een betere gebruikerservaring. Google vindt gebruikerservaring zeer belangrijk en waardeert pagina's die sneller laden beter.

Om ervoor te zorgen dat de website snel laadt is het goed om te controleren of de belangrijkste elementen goed staan. Hiervoor kan de Pagespeed tool van Google gebruikt worden. De Pagespeed tool toont een score tussen 0 – 100 voor de desktopversie en de mobiele versie van de pagina. Als voorbeeld:

Desktopversie van Invest Online

Mobiele versie van Invest Online

4. Externe links verkrijgen van lokale websites

Net als bij alle organische resultaten is het verkrijgen van externe links zeer belangrijk. Het is van belang om links te verkrijgen naar de belangrijkste lokale pagina's vanaf relevante externe pagina's. De beste manier om relevante externe links te verkrijgen, voor de lokale landingspagina's, is vanaf lokale websites.

In de meeste regio's zijn veel websites te vinden die lokaal georiënteerd zijn. Dit kunnen lokale bedrijvengidsen zijn, ondernemingsverenigingen, sportclubs, scholen, andere bedrijven met een website etc.. Vaak hebben de lokale ondernemers al contact met verschillende ondernemers of verenigingen waarmee een (online) samenwerking aangegaan kan worden.

Door deze websites te laten linken naar de lokale landingspagina's, met een ankertekst waarin de plaatsnaam en eventueel het keyword verwerkt zijn, worden de lokale landingspagina's beter vindbaar op de lokale zoekopdrachten.

Jouw lokale vindbaarheid verbeteren

Ik hoop dat je met behulp van de handleiding jouw Local SEO strategie een goede boost kan geven. Het is een behoorlijk uitgebreid artikel waaruit je ongetwijfeld veel actiepunten kan halen. M

Geplaatst in [Laatste blogartikelen \(https://www.investonline.nl/blog/\)](https://www.investonline.nl/blog/), [Zoekmachine Optimalisatie \(https://www.investonline.nl/zoekmachine-optimalisatie/\)](https://www.investonline.nl/zoekmachine-optimalisatie/) Getagd [Local SEO \(https://www.investonline.nl/tag/local-seo/\)](https://www.investonline.nl/tag/local-seo/), [Lokale zoekresultaten optimaliseren \(https://www.investonline.nl/tag/lokale-zoekresultaten-optimaliseren/\)](https://www.investonline.nl/tag/lokale-zoekresultaten-optimaliseren/) Bewerk "Ultieme handleiding om lokale vindbaarheid te verbeteren" (<https://www.investonline.nl/wp-admin/post.php?post=14398&action=edit>)



Auteur: **Sven Molenaar**, SEO Consultant

Plaats een reactie

Ingelogd als Sven Molenaar (<https://www.investonline.nl/wp-admin/profile.php>). [Uitloggen? \(https://www.investonline.nl/wp-login.php?action=logout&redirect_to=https%3A%2F%2Fwww.investonline.nl%2F%3Fp%3D14398&wnonce=3cf871d189\)](https://www.investonline.nl/wp-login.php?action=logout&redirect_to=https%3A%2F%2Fwww.investonline.nl%2F%3Fp%3D14398&wnonce=3cf871d189)

Reactie

Typ een bericht...

Plaats een reactie



Invest Online

Boogschutterstraat 1
7324 AE Apeldoorn
Tel: 055 - 538 04 60 (tel:+31555380460)
info@investonline.nl (<mailto:info@investonline.nl>)

KvK-nummer: 08199026

[Algemene voorwaarden \(https://www.investonline.nl/Algemene_Voorwaarden_Invest_Online_Diensten_BV_versie_2-24-10-2012.pdf\)](https://www.investonline.nl/Algemene_Voorwaarden_Invest_Online_Diensten_BV_versie_2-24-10-2012.pdf)