

Jouw website beter vindbaar

Het SEO-werkboek voor het MKB

34 controlepunten, uitleg bij het werk en ruimte voor jouw prioriteiten. Voor dienstverlenende bedrijven die willen weten waar SEO uit bestaat en waar ze kunnen beginnen.

Vink een punt af zodra je het hebt gecontroleerd. Een vinkje betekent niet automatisch dat het probleem is opgelost. Noteer open acties op de laatste pagina. Niet alles is voor ieder bedrijf nodig; deze lijst is geen score en geen complete offerte.

Begin bij je bedrijf

☐ **01. Kies je belangrijkste dienst**

Noteer welke opdracht je vaker wilt krijgen. Dit bepaalt welke pagina als eerste aandacht verdient.

☐ **02. Beschrijf de juiste klant**

Leg klanttype, werkgebied en uitsluitingen vast. Meer verkeer is alleen nuttig als het bij je aanbod past.

☐ **03. Verzamel echte klantvragen**

Gebruik vragen uit offertes en gesprekken. Daarmee ontdek je welke uitleg bezoekers nog missen.

☐ **04. Bekijk de zoekresultaten**

Controleer of een zoekvraag aanbieders, producten of uitleg oplevert. Kies een passend type pagina.

☐ **05. Vergelijk relevante concurrenten**

Bekijk aanbod, pagina-opbouw en bewijs. Noteer ontbrekende antwoorden; kopieer hun teksten niet.

☐ **06. Koppel zoekvragen aan pagina's**

Maak een overzicht van bestaande URL's en ontbrekende onderwerpen. Voorkom meerdere pagina's voor dezelfde vraag.

Controleer de technische basis

Onderzoek eerst; voer technische wijzigingen pas uit na een gerichte diagnose.

☐ 07. Indexering in Google

Inspecteer een belangrijke URL in Search Console. Noteer de indexeringsstatus en eventuele uitsluitingsredenen.

☐ 08. Crawl- en indexeerinstellingen

Controleer robots.txt en noindex op bedoelde werking. Pas blokkades niet blind aan: crawlen en indexeren verschillen.

☐ 09. Sitemap en belangrijke URL's

Controleer of de sitemap actuele, bedoelde pagina's bevat. Een sitemap helpt ontdekking, maar garandeert geen opname.

☐ 10. Dubbele URL's en canonicals

Bekijk of varianten dezelfde inhoud tonen en of de voorkeurs-URL klopt. Dit voorkomt tegenstrijdige signalen.

☐ 11. Kapotte links en foutpagina's

Loop interne links na en controleer foutmeldingen. Herstel de route die een bezoeker daadwerkelijk nodig heeft.

☐ 12. Redirects bij verplaatste pagina's

Controleer of oude URL's naar de relevante opvolger leiden. Vermijd omwegen of alles naar de homepage sturen.

☐ 13. Mobiele bruikbaarheid

Test menu, tekst, knoppen en formulieren op een telefoon. Let op overlappende elementen en horizontaal schuiven.

☐ 14. Laadtijd en stabiliteit

Onderzoek trage pagina's met PageSpeed Insights. Gebruik beschikbare praktijkdata; een labscore vertelt niet alles.

☐ 15. Afbeeldingen en bestanden

Controleer bestandsgrootte, afmetingen en beschrijvende alt-tekst waar nodig. Houd de pagina leesbaar en bruikbaar.

☐ 16. Gestructureerde gegevens

Controleer relevante schema-markering op fouten en overeenkomst met zichtbare inhoud. Extra zoekweergaven zijn niet gegarandeerd.

Gecontroleerd is niet hetzelfde als opgelost. Neem open acties mee naar pagina 6.

Maak van bezoekers aanvragen

Goede inhoud helpt iemand begrijpen, kiezen en contact opnemen.

☐ 17. Paginatitel en hoofdkop

Lees beide los van de pagina. Is dienst, onderwerp en eventueel werkgebied direct duidelijk?

☐ 18. Beschrijving in zoekresultaten

Schrijf een passende metabeschrijving. Google kan een andere snippet kiezen; beloof alleen wat de pagina biedt.

☐ 19. Volledig dienstenaanbod

Beschrijf wat je doet, voor wie, wat is inbegrepen en wat buiten de opdracht valt. Beantwoord de belangrijkste twijfel.

☐ 20. Werkwijze en prijsverwachting

Leg stappen, voorbereiding en prijsbepaling uit. Dat helpt bezoekers een passende aanvraag te doen.

☐ 21. Eigen expertise en bewijs

Gebruik controleerbare achtergrond, eigen werk en toegestane voorbeelden. Verzin geen resultaten of beoordelingen.

☐ 22. Interne links

Verbind gerelateerde diensten, uitleg en contact. Kies linkteksten die duidelijk maken waar iemand terechtkomt.

☐ 23. Formulier en opvolging

Doorloop een afgesproken testaanvraag. Controleer foutmeldingen, ontvangst, bevestiging en de mogelijkheid om te antwoorden.

☐ 24. Actuele, nuttige inhoud

Herstel verouderde informatie en voeg ontbrekende antwoorden toe. Publiceer een nieuwe pagina alleen voor een eigen klantvraag.

Gecontroleerd is niet hetzelfde als opgelost. Neem open acties mee naar pagina 6.

Werk aan bereik en inzicht

Lokale zichtbaarheid, relevante vermeldingen en metingen horen bij dezelfde klantreis.

- ☐ **25. Geschiktheid voor een Bedrijfsprofiel**
Controleer of je bedrijf aan Googles voorwaarden voldoet. Gebruik een echte vestiging of passend servicegebied.
- ☐ **26. Categorie, diensten en bereikbaarheid**
Vergelijk je profiel met je echte aanbod en openingstijden. Klanten moeten op de juiste plek uitkomen.
- ☐ **27. Nuttige lokale informatie**
Beschrijf werkelijk werkgebied en relevante lokale details. Wissel niet alleen plaatsnamen op gekopieerde pagina's.
- ☐ **28. Eerlijke reviews**
Vraag om echte ervaringen, zonder beloning of selectie van alleen tevreden klanten. Reageer inhoudelijk op feedback.
- ☐ **29. Bedrijfsvermeldingen**
Controleer contactgegevens bij relevante organisaties en bestaande partners. Corrigeer fouten waar klanten ze kunnen tegenkomen.
- ☐ **30. Relevante links verdienen**
Inventariseer passende websites en benader ze met een nuttig voorstel. Geen gekochte rankinglinks of gegarandeerde publicaties.
- ☐ **31. Nulmeting en betrouwbare metingen**
Leg vast wat al wordt gemeten en welke toegang ontbreekt. Richt alleen afgesproken metingen met passende toestemming in.
- ☐ **32. Zoekvragen en landingspagina's**
Bekijk vertoningen en klikken in Search Console per relevante pagina. Gebruik de cijfers om gerichte vragen te stellen.
- ☐ **33. Contactaanvragen beoordelen**
Noteer relevante aanvragen en hun herkomst waar mogelijk. Een bezoek, aanvraag en klant zijn verschillende uitkomsten.
- ☐ **34. Rapportage en volgende stap**
Vergelijk passende periodes met aandacht voor seizoen en kleine aantallen. Noteer uitgevoerd werk en de volgende prioriteit.

Gecontroleerd is niet hetzelfde als opgelost. Neem open acties mee naar pagina 6.

Wat ik voor je uitvoer

Deze checklist laat zien wat onderzocht kan worden. Wat ik uitvoer, hoeveel pagina's en welke technische ingrepen nodig zijn, spreken we vooraf af.

SEO Start | eerste maand

€699 excl. btw. Opstart inbegrepen.

- Website-audit, zoekwoordenplan en concurrentieanalyse.
- Drie bestaande dienstenpagina's grondig optimaliseren.
- Google Bedrijfsprofiel verbeteren, indien van toepassing.
- Afgesproken technische fixes en interne links.
- Nulmeting en afgesproken inrichting van metingen.
- Persoonlijke bespreking en actieplan voor drie maanden.

Vrijwillige case study: €200 korting, dus €499 voor dezelfde eerste maand. We spreken af welke gegevens gebruikt mogen worden; publicatie alleen na jouw akkoord. Geen verplichting tot positieve resultaten of een positieve review.

SEO Groei | optioneel vervolg

€499 per maand excl. btw. Opzegbaar met 30 dagen opzegtermijn.

- 4 nieuwe of grondig herschreven pagina's, inclusief schrijven en plaatsen.
- 4 aanvullende paginaverbeteringen van maximaal 30 minuten per stuk.
- Tot 2 uur technische controle en fixes per maand.
- Bedrijfsprofiel: controle en 1 update indien van toepassing; 2 vermeldingen nalopen en verbeteren.
- 5 relevante websites of partners benaderen; geen gegarandeerde plaatsingen.
- Maandrapportage, vervolgplan en een persoonlijk gesprek van 30 minuten.

Apart bespreken: extra of maatwerk

Extra pagina's, meer vestigingen, grotere technische ingrepen of uitgebreidere meetinrichting vragen een aparte scope en prijs. Externe plaatsingskosten bespreken we vooraf. Groter webdevelopment stemmen we met je webbouwer af. Advertenties, socialmediabeheer, onbeperkt bloggen en gekochte links vallen buiten deze pakketten.

Geen belofte dat alle 34 controles maandelijks worden uitgevoerd of dat ieder gevonden probleem in het pakket past. Paginaomvang spreken we vooraf af; 1 correctieronde per tekst is inbegrepen. Niet-toepasselijke onderdelen vervangen we in overleg. Geen garantie op posities of aantallen aanvragen.

Jouw drie prioriteiten

Je hoeft dit werkboek niet af te maken voordat je video komt. Kies zelf drie aandachtspunten of gebruik straks de drie punten uit mijn persoonlijke video-analyse.

Prioriteit 1

Pagina / probleem / gewenste verbetering

Volgende stap, verantwoordelijke en datum

Prioriteit 2

Pagina / probleem / gewenste verbetering

Volgende stap, verantwoordelijke en datum

Prioriteit 3

Pagina / probleem / gewenste verbetering

Volgende stap, verantwoordelijke en datum

Liever samen de juiste volgorde bepalen?

Heb je de gratis video-audit aangevraagd? Je ontvangt een persoonlijke video van ongeveer drie minuten met drie verbeterpunten. Daarna kun je zelf verder of bespreken welk werk ik voor je uitvoer.

Bespreek jouw website

Verder lezen: de officiële uitleg

[Google SEO Starter Guide](#)

[URL Inspection](#)

[PageSpeed Insights](#)

[Structured data](#)

[Local ranking](#)

[Business Profile guidelines](#)

[Review policy](#)

[Google spam policies](#)