

Werkblad

Lokale SEO

Wil je lokaal goed vindbaar zijn in Google? Volg dan deze 4 stappen:

1

☐ Google Mijn Bedrijf aanmelden

Maak een [gratis Google Mijn Bedrijf-profiel aan](#). Dit is essentieel voor lokale SEO.

Aanmelden:

- Vul al je bedrijfsgegevens in: naam, adres, telefoonnummer
- Geef eventueel aan of je een bedrijf bent met een servicegebied
- Geef je websiteadres op en de bedrijfscategorie waarin je werkzaam bent
- Verifieer je vermelding (bijvoorbeeld per telefoon of per post)
- Vul je gehele profiel in en voeg foto's en je bedrijfslogo toe
- Is er nieuws over je bedrijf, heb je een product in de aanbieding of organiseer je een evenement? Maak dan een Post aan.

2

☐ Vermeldingen

De tweede stap voor betere lokale vindbaarheid, is werken aan je vermeldingen. Dat zijn online vermeldingen van je bedrijf met daarbij je bedrijfsnaam, (e-mail)adres, website en telefoonnummer. Vermeldingen staan vooral in online bedrijvengidsen.

Voer de volgende 2 stappen uit:

1. Zorg dat de vermeldingen die je al hebt correct zijn
2. Maak extra vermeldingen aan op relevante sites

1. Correcte vermeldingen

Is je bedrijf ooit verhuisd of heb je een ander telefoonnummer gekregen? Check dan of er online nog vermeldingen zijn met de oude, onjuiste bedrijfsgegevens.

Ga naar Google en zoek op:

- “Bedrijfsnaam” “oud adres”
- “Bedrijfsnaam” “oud telefoonnummer”
- “Adres” “oude bedrijfsnaam”

Kom je oude vermeldingen tegen? Pas dan je gegevens op de website aan als je daar een account hebt. Of neem contact op met de beheerder van de website om je vermelding aan te laten passen.

2. Extra vermeldingen aanmaken

Maak extra vermeldingen aan op bedrijvensites. Vaak kun je ook je website-adres opgeven. Zo heb je gelijk weer extra links naar je site te pakken!

Enkele grote bedrijvensites waar je een vermelding kunt aanmaken:

- [Alle Bedrijven Online](#)
- [Allebedrijvenin](#)
- [Nederland in Bedrijf](#)
- [Yalwa](#)
- [YelloYello](#)
- [HotFrog](#)
- [Yelp](#)
- [Cylex](#)
- [Reclame voor bedrijven](#)
- [MKB Bedrijvengids](#)

Verder kun je nog zoeken naar specifieke lokale gidsen of websites waar het nuttig is om een vermelding te krijgen. Denk aan lokale ondernemersverenigingen of websites die specifiek bedrijven vermelden in jouw branche.

Gebruik bijvoorbeeld de volgende zoekopdrachten in Google en kijk of daar geschikte sites tussen zitten waar je een vermelding aan kunt maken:

- *Plaatsnaam* bedrijvengids
- *Hoofdzoekwoord* bedrijvengids
- *Hoofdzoekwoord* stad

□ On-page en off-page optimalisatie

In stap 3 gaan we ons bezighouden met on-page en off-page optimalisatie. On-page heeft betrekking op onze eigen website. Off-page ziet op andere websites (linkbuilding).

On-page optimalisatie

- Vermeld je bedrijfsnaam, adres en telefoonnummer op je website. Deze informatie zet je in ieder geval op je contactpagina. Je kunt het ook in de footer van je website zetten.
- Plaats eventueel een Google Maps-kaartje op je website (in de footer en/of de contactpagina). Dit is vooral handig voor bedrijven die klanten ontvangen op hun locatie.
- Pas eventueel on-page optimalisatie toe, zoals je ook voor zoekwoorden doet. Dit kan handig zijn als lokale SEO belangrijk voor je is en je bijvoorbeeld een bedrijf hebt dat klanten op locatie ontvangt. Vermeld de plaatsnaam waar je gevestigd bent in:
 - Titel van de pagina
 - H1-kop
 - Eventueel de URL
 - Tekst
 - Meta description

Hoe meer lokale SEO van belang is, hoe sterker je moet optimaliseren. Ontvang je klanten op locatie, dan kan het nuttig zijn om de homepage en/of overige pagina's te optimaliseren voor de plaatsnaam.

Heb je meerdere vestigingslocaties van je bedrijf, dan kun je aparte pagina's aanmaken die zijn geoptimaliseerd voor die locatie (zie bijvoorbeeld [Hertz](#)).

Heb je maar 1 vestigingslocatie, maar zijn er wel meerdere interessante zoekwoorden met verschillende plaatsnamen (bijvoorbeeld "incassobureau Amsterdam", "incassobureau Haarlem" etc.)? Dan kun je ook meerdere geoptimaliseerde locatiepagina's aanmaken. Maar let op:

- Een bezoeker is misschien specifiek op zoek naar een aanbieder in de plaatsnaam waar hij op gezocht heeft en kan teleurgesteld zijn als hij ziet dat je toch ergens anders zit.

- Google wil liever niet dat je pagina's aanmaakt die alleen gericht zijn op bepaalde zoekopdrachten en geen extra informatie voor gebruikers bieden. Deze tactiek werkt nu nog steeds heel goed, maar het kan zijn dat het op een gegeven moment niet meer werkt.

Off-page optimalisatie

Off-page optimalisatie ziet op linkbuilding. In de linkbuildingmodule in de SEO-cursus vind je algemene tips en info over het bouwen van links.

Voor lokale SEO gaan we specifiek op zoek naar *lokale links*. Je kunt hierbij denken aan:

- Gastblogs schrijven voor lokale websites
- Een link van een lokale krant: heb je bijvoorbeeld een bedrijfsopening of een speciale gelegenheid, vraag dan of de lokale krant daar een artikel over wil schrijven
- Neem contact op met andere lokale websites in je omgeving, bijvoorbeeld als je een evenement organiseert kijk dan of er websites zijn met uit-tips en evenementen in de omgeving
- Vraag of lokale ondernemersverenigingen naar je willen linken
- Ben je betrokken bij een lokale sportclub of sponsor je een evenement, vraag dan of ze ook naar jou willen linken
- Link ook op je website naar andere bedrijven en plaatsen in de omgeving: dit versterkt het signaal naar Google dat je een prominente plek hebt in de plaats waar jij gevestigd bent

Reviews

Als mensen tevreden zijn over je diensten en producten en positieve reviews over jouw bedrijf schrijven, dan krijg je over het algemeen ook hogere rankings in Google. Heb je als bedrijf veel positieve reviews, dan ziet Google dat je populair bent en daardoor kom je ook weer hoger in de (lokale) zoekresultaten te staan.

Waar kun je het beste proberen reviews te krijgen

- Google
- Facebook
- Bedrijvenwebsites
- Branche-specifieke websites ([lens](#), [Tripadvisor](#) etc.)

- Gespecialiseerde review-sites (vaak zijn deze betaald), zoals [Trustpilot](#), [Kiyoh](#), [Klantenvertellen.nl](#) en [Feedback Company](#).
- Weet je niet wat de beste recensiesites voor jou zijn? Googel dan eens op de namen van concurrenten om te zien waar zij reviews hebben. Of zoek in Google op *hoofdzoekwoord reviews* of *hoofdzoekwoord recensies*.

Hoe recensies krijgen?

- Vragen! Maak het een gewoonte als je een klus hebt afgerond of een product naar een klant hebt gestuurd om te vragen om een review.
- Om een beginnetje te maken, zou je je goede, vaak terugkerende klanten kunnen vragen om een review voor je te schrijven: grote kans dat ze dat voor je doen.
- Je kunt ook een verzoek voor een review + een link opnemen in je e-mailhandtekening of op je factuur.
- Maak het je klanten zo makkelijk mogelijk. Stuur ze een link waarmee ze direct een review kunnen schrijven. Voor reviews op Google maak je die link als volgt aan. Zoek in Google op jouw bedrijfsnaam + plaatsnaam, klik vervolgens in het kennisvenster aan de rechterkant op “een review schrijven”, en kopieer de URL die je in de adresbalk ziet staan. Dit is een hele lange URL die niet zo mooi staat in een e-mail naar je klant, dus zorg er dan voor dat je een mooie tekstlink maakt.