

*“The secret of getting ahead is getting started”
– Mark Twain*



Search engine optimization of SEO basis

Wat is search engine optimization of SEO?

Een zoekmachineoptimalisatie onderzoek (search engine optimization of SEO) is een onderdeel van zoekmachinemarketing en kan worden gedefinieerd als het geheel aan activiteiten, bedoeld om een webpagina hoog te laten scoren in de organische zoekresultaten van een zoekmachine, op de voor die webpagina relevante trefwoorden, trefwoordcombinatie(s) casu quo zoekterm(en).

Wat levert een SEO-basis onderzoek op?

Structuur in de content marketing strategie van uw website. Op korte en lange termijn meer relevante bezoekers. Weten op welke termen potentiële klanten zoeken. Gericht landingspagina's kunnen maken om specifieke behoeften te kunnen voorzien. Door het testen van diverse zoekwoorden, inzicht krijgen in de kracht van uw website. Binnen enkele weken al tientallen of honderden extra bezoekers. Concurrentie in uw niche in kaart brengen. Sneller top posities (top 5) pakken, omdat u weet met welke zoekwoorden u snel kunt scoren in Google. Aangezien een vermelding in die organische resultaten gratis is, vormen deze zoekresultaten een interessant alternatief voor zoekmachine adverteren.

Hoe voert het Centre for Market Insights (CMI) van de Hogeschool van Amsterdam het SEO basis onderzoek uit?

Bij het uitvoeren van een SEO-onderzoek maakt het CMI gebruik van de volgende fasen:

Fase 1: Zoekwoorden analyse: waar wordt je op gevonden op dit moment?

Het 'vinden' van zoekwoorden kan op talloze manieren: hieronder de 8 stappen die doorlopen worden binnen het onderzoek:

- Intern onderzoek (merknamen, varianten, producten, diensten).
- Onderzoek naar alle huidige offline-data (brochures, persberichten, nieuwsbrieven enz.).
- Onderzoek alle huidige online data (website(s), statistieken, evt. campagnes, relevante startpagina's enz.).
- Onderzoek de markt (concurrentie, doelgroepen, fora, vakbladen, portals enz.).
- Onderzoek via o.a. diverse tools
 - Google Keyword Tool/hulpprogramma voor zoekwoorden (inzicht in zoekvolume en concurrentie)
 - Google Insights for Search
 - Google Suggest (auto-aanvullen van zoekresultaten)
 - Google Webmastertools (search queries op dashboard)
 - Google Analytics (bestaande data van bezoek o.b.v. zoekwoorden vs. bezoekgedrag)
 - Google Sets
 - Google AdWords (zoektermen weergeven bij tabblad zoekwoorden in actieve campagnes)
- Zoekfunctie huidige website (welke woorden zochten bezoekers?)
- Twitter search : realtime input vanuit markt/doelgroep
- Specifieke vaktermen/jargon, seizoensgebonden woorden (zie Google Insights) en veelgemaakte spelfouten?

Fase 2: Analyseren en selecteren van zoekwoorden

In deze fase gaan we de gevonden zoekwoorden nader analyseren en selecteren. We maken groepen van zoekwoorden in een Excel-sheet zodat een duidelijk overzicht van alle zoekwoorden ontstaat.

Fase 3: Rapportage en presentatie

In de laatste fase kunt u een rapportage verwachten, waar alle resultaten helder worden weergegeven en geïnterpreteerd. In dit rapport worden de resultaten vertaald in concreet advies aan u als ondernemer, een aspect waar het CMI graag genoeg aandacht aan besteedt. De rapportage heeft de vorm van een slidesrapport (PowerPoint). De slides worden waar nodig voorzien van een uitleg eronder. U ontvangt van ons een goed ingericht slidesrapport dat juist door zijn visuele en bondige vorm een heel krachtig communicatiemiddel is binnen uw eigen organisatie en een presentatie van de student(en) die de opdracht hebben uitgevoerd.

Wat is de waarde van een SEO-basis onderzoek uitgedrukt in Euro's?

Een SEO-basis onderzoek is semi maatwerk. De waarde van een SEO-basis onderzoek is gebaseerd op een uurtarief van € 15,- voor een student-consultant en bedraagt circa € 495,-.

➡ Opdrachten worden uitgevoerd door 3^e- en 4^e-jaars minor studenten van de opleiding Commerciële Economie van de Hogeschool van Amsterdam. De opdrachten zijn zogenaamde consultancy opdrachten, wat betekent dat de opdrachtgever geen inhoudelijke begeleiding hoeft te geven gedurende de uitvoering (het gaat dus niet om een stage- of afstudeeropdracht). De bijdrage van de opdrachtgever bestaat uit een briefing en het bijwonen van de presentatie. De studenten worden vanuit het CMI professioneel begeleid.

Onze student consultants solliciteren op de opdracht, waardoor u als bedrijf altijd te maken krijgt met de betere en gemotiveerde minor studenten.


Uitvoering en oplevering van de opdrachten

	sept	okt	nov	dec	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug
Uitzetten opdrachten												
Uitvoering opdrachten												
Opleveringsdatum												



Het Centre for Market Insights van de Hogeschool van Amsterdam is een initiatief van de opleiding Commerciële Economie en het lectoraat Online Ondernemen, en is dé link tussen praktijkgericht onderzoek, onderwijs en bedrijfsleven.

Wilt u meer informatie over het CMI? Of heeft u plannen voor een SEO-basis onderzoek en wilt u daar met ons over praten? Neem dan contact op voor een afspraak.

Coördinator CMI: Roos Steevels • Tel. 06 21 15 73 06 • www.cmihva.nl • cmi@hva.nl •  CMI_HvA