

Wat is SEO copywriting?

Bij SEO copywriting komen SEO en copywriting tezamen. Hierbij draait het om het vinden van de juiste balans tussen inhoud om hoog in Google te scoren en inhoud om gebruikers te boeien en te overtuigen.

Met SEO copywriting kun je:

- Hoger ranken in de Google zoekmachine
- Relevant en kwalitatief verkeer genereren
- Lezers betrekken en overtuigen om actie te ondernemen

De Google zoekmachine is bij SEO copywriting *ook* een doelgroep.

Stap 1: structuur & headlines – voor je begint

Voordat je begint met schrijven is het handig om te starten met het opzetten van de paginastructuur en de bijbehorende kopteksten. Houd hierbij rekening met het volgende:

- Waar gaat je pagina over? (onderwerp, subonderwerpen)
- Op welke gebruikersintentie wordt de pagina gebaseerd?
- Wat is het doel van de pagina? (wat wordt de vervolgstap voor de gebruiker)
- Wat wil je de lezer vertellen?

Stap 1: structuur & headlines – pagina onderdelen

Een voor SEO-geoptimaliseerde pagina bevat de volgende onderdelen:

- H1 (pagina titel): bevat het primaire focuswoord
- Introductietekst: bevat het primaire focuswoord binnen de eerste 100 woorden
- H2 (subkoppen): bevat secundaire focuswoorden of synoniemen van het primaire focuswoord
- Teksten relevant aan de H2 subkoppen
- Relevante afbeeldingen
- Call-to-actions

Stap 2: tekst schrijven

Wanneer de basis van de pagina (structuur) staat, is het makkelijker om een tekst te schrijven. Wanneer je toch moeite hebt, ga dan als volgt te werk:

- Noteer relevante termen bij elke kop: waar wil je over schrijven?
- Bewaar de introductie- en slottekst voor het laatst
- Houd je aan de structuur die je in stap 1 hebt opgezet
- Schrijf de eerste zin van elke paragraaf: met deze zin leidt je de alinea in

Stap 3: editing - leesbaarheid

Voordat je de tekst online zet wil je de volgende dingen bij jezelf nagaan:

- Hoeveel tijd ben ik kwijt aan het lezen van de pagina?
- Zitten er spelfouten in de tekst en is de tekst grammaticaal correct?
- Hebben de teksten binnen de alinea's een logische indeling?
- Is de structuur van de pagina duidelijk en overzichtelijk?

Vooraf bij content waar hoge rankings in de zoekmachine een belangrijke rol spelen kan het handig zijn om feedback te vragen over de tekst. Laat de lezer de bovenstaande punten doorlopen en ga na of het doel en intentie van de pagina duidelijk is.

Stap 3: editing - opmaak

Wanneer je de tekst in het CMS in de pagina verwerkt is het belangrijk om rekening te houden met de volgende zaken:

- Groottes lettertypen van H1, subkoppen en inhoudelijke tekst
- Gebruik van witruimte
- Lengte van paragrafen
- Positionering van afbeeldingen
- Positionering en styling van call-to-actions

Stap 4: Meta's invullen - title

De **Meta Title** is de titel van de website in de zoekmachine en de titelbalk van de pagina. Deze moet aan de volgende eisen voldoen:

- Maximum 50-60 karakters
- Het focuszoekwoord moet zo ver mogelijk vooraan staan
- De meta-titel moet uniek zijn per pagina

www.renault.nl > Top Occasions garantie ▾

Renault TWINGO Occasion: bekijk de tweedehands modellen

De beste **Renault TWINGO** occasion vind je via de onafhankelijke occasion zoekmachine van Renault. Probeer 'm nu uit en vind ook jouw favoriete auto.

Stap 4: Meta's invullen - description

De **Meta Description** is een korte beschrijving van de pagina welke ook in de zoekmachine wordt getoond. Deze moet aan de volgende eisen voldoen:

- Maximaal 155 karakters
- De beschrijving moet aansluiten bij de inhoud van de pagina
- De beschrijving moet uniek zijn per pagina
- De beschrijving moet het focuszoekwoord bevatten

www.renault.nl › Top Occasions garantie ▼

[Renault TWINGO Occasion: bekijk de tweedehands modellen](#)

De beste **Renault TWINGO** occasion vind je via de onafhankelijke occasion zoekmachine van Renault. Probeer 'm nu uit en vind ook jouw favoriete auto.