

Checklist

# De digitale voorjaars schoonmaak



# Check al je beeldmateriaal

## Is het beeldmateriaal toe aan vervanging?

Controleer onder andere...

- Headers en afbeeldingen op je website
- Advertentiebanner in Google en op social media

## Bevat de mediabibliotheek in het cms beeldmateriaal dat weg kan?

- Verwijder het beeldmateriaal dat je niet meer gebruikt
- Is de huidige mappenstructuur van de media library handig?
- Breng structuur aan in de namen van mediabestanden zodat je beeldmateriaal makkelijk kunt vinden

# Ga aan de slag met SEO

## Vul de title tags én meta descriptions van alle pagina's in

- Bevatten deze elementen de belangrijkste zoekwoorden?
- Bevatten deze elementen een duidelijke call-to-action?
- Staan de belangrijkste USP's erin?
- Is de lengte juist?
  - Title tag: max. 50-70 tekens
  - Meta description: verwerk de belangrijkste boodschap in de eerste 155-160 tekens (deze wordt na 160 tekens vaak afgekapt)

### Tip

Maak een uitdraai van al je pagina's met de Screaming Frog SEO Spider (gratis tot 500 URL's) en ontdek snel o.a. ontbrekende metadata, page titles en dubbele H1's.



## Optimaliseer de belangrijkste pagina's voor de juiste zoekwoorden

- Beoordeel welke pagina's voor jou het belangrijkst zijn:
  - Meeste bezoekers?
  - Meeste conversies?
  - Meeste omzet?
  - Belangrijke producten/diensten?
- Doe onderzoek naar de zoekwoorden, met behulp van tools als:
  - [Google Ads zoekwoordplanner](#)
  - [Answerthepublic](#)
  - [Ubersuggest](#)
  - [Ahrefs](#) (betaald)We helpen je hier graag bij! [Neem contact op >](#)
- Controleer op de belangrijkste pagina's of de zoektermen goed verwerkt zijn in:
  - H1 (maximaal één H1!)
  - H2's en H3's
  - Eerste zin van de eerste alinea
  - Body tekst
  - Alt-tag van afbeeldingen
- Voorkom duplicate content: zorg ervoor dat één pagina rankt op een specifieke zoekterm. Je controleert dit met tools als:
  - [Duplicate content checker](#)
  - [SEranking](#)
  - [Siteliner](#)

# Verbeter de relevantie van jouw content

## Optimaliseer pagina's die weinig worden bezocht

- Is het doel van de pagina duidelijk?
- Bevat de pagina logische opvolgingen?
  - Verwijs je vanuit de tekst naar relevante pagina's met aanvullende informatie?
  - Staat er een call-to-action boven de vouw en onderaan de pagina?
- Voeg relevante content toe
- Hoe is de leesbaarheid van de pagina?
  - Bevat de pagina genoeg witruimte?
  - Maak je gebruik van opsommingstekens en/of nummering?
- Pas bovenstaande SEO-check toe
  - Zorg dat je niet concurreert met eigen pagina's waarmee je op dezelfde zoekwoorden gevonden wil worden

## Verwijder irrelevante (niet-bezochte) pagina's

- Controleer je CMS op irrelevante pagina's
- Vergeet niet om een re-direct te plaatsen!

# Maak een content planning

## Bepaal wie, wat, wanneer, op welk kanaal publiceert aan de hand van een kalender

- Bepaal de deadline
- Benoem de verantwoordelijke(n)
- Benoem de doelgroep(en) voor wie de content wordt gecreëerd
- Beschrijf het onderwerp van de content (& de fase van de klantreis)
- Noteer de hierbij behorende zoekwoorden
- Omschrijf het doel (wat wil je dat de websitebezoeker na afloop doet?) en daarmee de invalshoek
- Bepaal via welke kanalen je de content wilt verspreiden
- Koppel eventueel een campagne en/of budget aan de content

# Social media

## Bekijk de kanalen (Facebook, LinkedIn, Instagram)

- Zijn de profielfoto en omslagfoto nog up-to-date?
- Is de profielinformatie volledig?
- Staan er nog oude niet relevante afbeeldingen en berichten op?

## Optimaliseer de campagnes (Facebook, LinkedIn, Instagram)

- Bevat het beeldmateriaal het juiste formaat?
  - Facebook, LinkedIn overzicht: 1200 x 630 pixels
  - Instagram overzicht: 1080 x 1080 pixels
  - Instagram en Facebook story: 1080 x 1920 pixels
- Beoordeel de advertentietekst
  - Zou jij op de advertentie klikken?
  - Is het beeldmateriaal aansprekend?
- Bereik je de juiste doelgroep?
  - Maak je al gebruik van aangepaste doelgroepen of look-a-like doelgroepen?
- Veel kliks maar weinig conversies?
  - Bekijk dan nog eens goed de landingspagina: waarom haken mensen af? Bevat de pagina een duidelijke call-to-action?

# Advertenties op Google

## Optimaliseer de advertentieteksten

- Maak optimaal gebruik van het advertentieformat:
  - Gebruik minimaal één responsive tekstadvertentie
  - Gebruik minstens 10 koppen per advertentie
  - Gebruik 4 beschrijvingsregels per advertentie
- Check de koppen:
  - Gebruik zoekwoorden, USP's en je merknaam in de koppen
  - Gebruik minstens één keer een keyword insertion {KeyWord:zoekwoord}
- Maak gebruik van extensies:
  - Highlight extensies
  - Sitelinks
  - Oproepextensies
  - Locatie extensie
  - Website informatie extensies
- Kloppen de links naar de landingspagina's nog?