



Links^{X.1.1}

Wie zijn ze ?

Wat doen ze ?

Waar vind je ze ?

Inleiding

Voor Google nog steeds de factor die het meeste invloed heeft in het bepalen van een positie in hun zoekresultaten, de inkomende links...Een goede link strategie zal ervoor zorgen dat je het wel/niet gaat maken in de top 10 van de zoekresultaten .

De tijd dat je veel links moest hebben (ongeacht waar die vandaan kwamen) is al een tijdje voorbij en net zoals bij de content, speelt ook hier de factor kwaliteit een bepalende rol.

Linkbuilding wordt steeds moeilijker en complexer en is dan ook de taak die het meeste van je tijd zal vergen. Je site bij enkele directories of startpagina's aanmelden zal niet meer voldoende zijn om op de eerste pagina terecht te komen in de zoekresultaten. Google is ondertussen al behoorlijk 'slim' geworden in het analyseren van links en de waardetoekenning van de verschillende soorten links.

In deze kleine How-To gids zal ik kort proberen uit te leggen waar je vooral moet op letten bij het link building proces.

Veel plezier en alle opmerkingen / suggesties zijn welkom op info@zoekmachine-optimalisatie-seo.be

Dave Lorrez

Inhoud

1. Het waarom van LinkBuilding

- 1.1 Wat bepaald de waarde van een link
- 1.2 De kracht van een link
- 1.3 Hoe zit het met de Pagerank
- 1.4 Nofollow tag
- 1.5 Links kopen

2. Soorten Links

3. Keyword onderzoek

- 3.1 Hoofdkeywords
- 3.2 Nog steeds “OK” keywords
- 3.3 Long Tail Keywords

4. Waar vind ik links

- 4.1 Directory & Startpagina aanmeldingen
- 4.2 Analyseer je concurrentie
- 4.3 Wat doe ik met goede content
- 4.4 Hoe vind ik relevante links
- 4.5 Topical linking
- 4.6 PR pumper sites
- 4.7 Social Media

5. Waar of niet waar

- 5.1 Linken naar een pagina met lage/ geen Pagerank is slecht
- 5.2 Wederkerige of reciprocal links zijn slecht
- 5.3 Teveel links op korte termijn zijn slecht

6. Nabeschuiving

1. Waarom aan linkbuilding doen ?

Linkbuilding blijft voor Google nog altijd het middel om goede resultaten te behalen in de zoekresultaten. Dat was 5 jaar geleden zo en dat is tot op heden (03-2008) nog altijd zo.

Het enige verschil is dat Google nu een stuk beter is geworden in het analyseren van links. Zo wordt er een bepaalde waarde gegeven aan de verschillende soorten links en er wordt streng toegekeken op de betalende links.

Aan de andere kant is het ook zeer belangrijk om Google en de zoekresultaten even te vergeten en te denken dat linkbuilding vooral ook moet worden toegepast om jezelf en je website kenbaar te maken aan de buitenwereld !

Dit kan bijvoorbeeld door het strategisch plaatsen van banners of andere soorten van links op andere sites of actief deel te nemen op fora, blogs of ander web2.0 toepassingen.

Zal het iets bijdragen tot je rankings in Google ? Niet onmiddellijk.

Waarom moet je het dan doen ?

Het kan ervoor zorgen dat mensen komen kopen op jouw site of zich inschrijven op je nieuwsbrief, blogfeed, etc . Maar vooral omdat je jezelf gaat opstellen als zijnde iemand met “kennis van zaken” wat op zijn beurt vertrouwen gaat opwekken en als iemand je vertrouwt, dan zullen ze makkelijker geneigd zijn om bij jou te komen in plaats van bij de concurrentie. Als je goed genoeg bent, dan gaan ze zelfs nooit aan de concurrentie denken !

Het gaat erom dat je bij linkbuilding mensen naar je site wilt lokken (en het liefst conversies ziet natuurlijk) , ongeacht hoe je dat doet. Als het verkeer dat naar je website komt converteert dan is je missie geslaagd. Of dat nu via de zoekresultaten of een ander kanaal komt, ik denk niet dat het je wat kan schelen.

Maar hier gaan we het enkel over linkbuilding hebben vanuit een SEO standpunt gezien.

1.1 Wat bepaalt de waarde van een link ?

De waarde van een link is afhankelijk van verschillende factoren maar om het even kort aan te halen, dit zijn zowat de belangrijkste factoren die de waarde van een link (in Google) bepalen :

1. **De ankertekst** – Het woord/zin waarmee naar jouw pagina wordt gelinkt. Dus als je een site over laptops hebt dan zie je liever een linkje met daarin het woord ‘laptop’ in plaats van een ‘klik hier’
2. **Relatie tussen beide pagina’s** – Of met andere woorden bestaat er een verband tussen de pagina waar de link vertrekt en waar hij aankomt ? Een link van de laptop site naar een software pagina is relevant, een link van de laptop site naar een site die dierenmateriaal verkoopt is dat niet.
3. **De Pagina titel & tekst rondom de link** – Op die manier kan Google precies weten waarover het gaat. Stel er wordt gelinkt van site A naar B met het woord ‘bril’. Als er in de titel & tekst van A en B woorden voorkomen zoals brilmontuur, opticien, glazen, ogen,etc dan zal Google weten dat het om een **leesbril** zou kunnen gaan. Zouden de woorden badkamer, sanitair, wc, ontstoppingsmiddel,etc worden gevonden, dan zal het waarschijnlijk over een **wc bril** gaan.

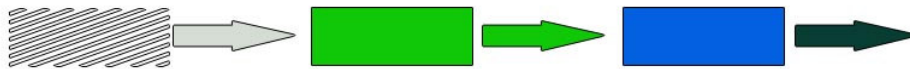
4. **Uitgaande links op de pagina** – De ideale situatie is natuurlijk dat er maar een paar uitgaande links (of enkel jouw link!) staan op de pagina die naar jouw pagina linkt maar deze soort van links zijn natuurlijk moeilijkst te versieren.

5. **Cache datum** - De cache datum zegt behoorlijk wat over de belangrijkheid van een pagina volgens Google...als de pagina maar 1 keer om de 2-3 maand wordt gecrawled (bezocht) , dan lijkt het me zeer onwaarschijnlijk dat er veel waarde wordt aan gehecht. Als je ziet dat die om de 2-3 weken wordt gedaan daarentegen.... De cache datum geeft aan dat de pagina werd gecrawled maar **niet** dat deze per definitie werd geïndexeerd !

1.2 De kracht van het linken

In sommige gevallen kan je de 'kracht' van een link gaan bepalen, want niet alle tekstlinks hebben dezelfde waarde & kracht.

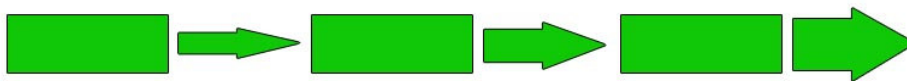
Laten we eerste even met een simpele tekening beginnen :



Het eerste blokje is een neutrale kleur die koers zet naar de groene kleur. Eenmaal bij de groene kleur aangekomen gaat die zich vermengen en wordt..groen..Vanuit het groene blokje vertrekt die naar het blauwe blokje.

Aangekomen bij het blauwe blokje gaat die zich opnieuw vermengen en vertrekt er een mengeling van groen & blauw . Door het telkens mengen van de kleuren wordt er geen extra kracht aan toegevoegd.

Nu even hetzelfde voorbeeld met blokjes van dezelfde kleur :



De pijl die vanuit het eerste blokje vertrekt is groen en komt aan bij een ander groen blokje. Het gaat zich vermengen en eenmaal het vertrekt is het 2x zo sterk als het eerste pijltje.

Aangekomen bij het derde blokje gaat het zich opnieuw vermengen en wordt het 3x zo sterk als het zijn weg gaat verder zetten en het 3e blokje verlaat.

Doordat telkens dezelfde kleur werd gebruikt ging er heel weinig van de originele kracht verloren. Integendeel deze nam telkens toe !

Nog niet helemaal duidelijk ?

Ok een ander voorbeeld met woorden :



Alle pijlen die uit de bovenstaande woorden vertrekken hebben geen enkele 'versterkte' waarde want ze hebben echter niks gemeen.

Kijk nu even naar dit voorbeeld :



Alle woorden zijn gerelateerd en er wordt telkens 'kracht' aan de uitgaande link toegevoegd maar ook aan de pagina zelf wordt meer waarde gehecht..

Iets duidelijker nu ?

De spiders gaan links volgen die relevant zijn én telkens een sterkere waarde hebben alsook de pagina waarop die link is te vinden. Deze manier van linken noemen we “hoplinken”.

Je kan natuurlijk niet oneindig verder gaan met deze techniek. 3-4 hops zijn het zowat om het maximale uit je links te halen. Maar je kan zelf wel inzien dat een link die van ‘Dieren’ naar ‘Labrador’ gaan niet zo krachtig zou zijn !

1.3 Waarom wordt de Pagerank nergens vermeld ?

Ik heb het er opzettelijk niet tussen geplaatst omdat teveel mensen bij hun linkbuilding proces zitten te kijken naar het groene balkje ! Als er geen of weinig groen is te zien dan gaat men gelijk over naar de volgende potentiële kandidaat en dat is verkeerd.

Speelt het totaal geen rol meer ?

Neen, dat hoor je me niet zeggen want het is momenteel het enige middel die we hebben die een indicatie geeft over hoe Google denkt over de waarde van een pagina. Of zo laten ze toch uitschijnen...

Helaas moeten we er ook gelijk bijzeggen dat het groen die je in de toolbar ziet niet up to date is en waarschijnlijk al een paar maanden oud is. Meestal gaat Google de toolbar PR (datgene die wij te zien krijgen) om de 3 maand gaan updaten. Maar de eigenlijke pagerank (wat wij dus niet zien) wordt eigenlijk dagelijks berekend.

Waarom ik zeg dat je PR beter niet gaat gebruiken om links te zoeken ? Een link op een PR 4 pagina kan bij de volgende update naar 1 of 0 gaan en een link van een PR0 pagina (die misschien een recente pagina is en nog geen waarde kreeg van Google) kan misschien een PR1-3 worden.

1.4 De rel="nofollow tag

Deze tag werd in het leven geroepen door een samenwerking van enkele grote zoekmachines & bedrijven (google, yahoo, msn, wordpress, flicker, buzznet...) begin 2005 om link spam tegen te gaan. Vanuit een SEO standpunt is een link krijgen (en dan mogelijks nog met keywords erin en/of van gerelateerde sites) een zeer goede techniek om betere posities te krijgen in de SERPS.

Ondertussen werd de functie van deze tag 'uitgebreid' en wordt die nu ook volop gebruikt om de Pagerank binnen in je website te 'sturen' maar dat is iets wat hier niet aan bod zal komen.

Door het veelvuldig misbruiken van deze technieken werden de koppen bij elkaar gestoken en zag de rel=nofollow het licht.

Waarom de rel=nofollow tag gebruiken ?

De rel=nofollow wordt vooral gebruikt op blogs, fora en gastenboeken. Maar het kan ook perfect gebruikt worden op je website indien je niet wilt dat bepaalde links (intern of extern) worden gevolgd en zo ook je Page rank meegaat. Met het toevoegen van de rel=nofollow vertel je de spiders eigenlijk dat die link mogelijks niet door jezelf daar werd geplaatst (in geval van blogs, fora, etc) en daarom niet noodzakelijk werd goedgekeurd. Dat wil niet zeggen dat de spiders die link als 'slecht' gaan aanzien. Het geeft gewoon aan dat die link niet in verband staat met je eigen website. Je site kan en zal dus zeker geen schade oplopen mocht er ergens een link naar jouw site staan met een rel=nofollow !

Hoe te gebruiken ?

De rel=nofollow kan gebruikt worden voor tekstlinks (al dan niet met anker tekst) en afbeelding links. Hier onder een voorbeeld hoe te gebruiken bij een tekstlink :

```
<a href="http://www.mijnsite.com/pagina.htm">Bezoek mijn site</a>
```

Na het toevoegen van de tag zal het er zo gaan uitzien :

```
<a href="http://www.mijnsite.com/pagina.htm" rel="nofollow">Bezoek  
mijn site</a>
```

Wat betekent het nu concreet ?

Als de google spider deze tag ziet staan dan zal het :

1. Deze link toch volgen
Dus als je wilt dat een pagina niet wordt opgenomen in Google's index, gebruik dan beter een Nofollow, Noindex in je head of een robots.txt file !
2. GEEN waarde geven aan de link met betrekking tot de Page Rank
De page rank is niks meer dan een 'stemming' van externe sites naar je pagina. Hoe meer 'stemmen' (links dus) naar je pagina verwijzen hoe groter de kans dat je hoger komt te staan in Google. De rel=nofollow zorgt ervoor dat die link geen 'stem' krijgt. Meer over links en de kracht van het linken werd reeds eerder besproken.
3. De ankertekst GEEN waarde geven
Als iemand naar jouw pagina over laptops linkt met dat bepaald woord in de tekstlink (ankertekst) , dan zal die link een grotere waarde krijgen dan dat er bijvoorbeeld met 'klik hier' wordt verwezen naar jouw pagina. Door het gebruik van de 'nofollow' tag zal google geen waarde hechten aan die ankertekst.

1.5 Als ik er geen vind , dan koop ik toch gewoon links ?

Er is nog steeds een grote handel in het verkopen van links ook al is Google sinds een tijdje een grote klopjacht begonnen tegen deze praktijken.

Niet dat Google het verkopen van links gaat verbieden maar als je links koopt/verkoopt met het oog op betere rankings in de serps, dan kunnen ze je terugfluiten en in het slechtste geval je site uit de ether halen.

Wat ze echter wel toelaten is het verkopen van advertenties maar dan moet je wel bepaalde richtlijnen volgen om aan te geven dat het duidelijk om een advertentie gaat. Dit komt uit hun '[guidelines](#)'

Niet alle betaalde links schenden onze richtlijnen. Links kopen en verkopen vormt een normaal onderdeel van de economie van het web, mits dit gebeurt voor advertentiedoelinden en niet om zoekresultaten te manipuleren. Gekochte links voor advertenties dienen als zodanig te worden aangeduid. Dit kan op verschillende manieren worden gedaan, zoals:

- *Het kenmerk rel="nofollow" toevoegen aan de tag <a>.*
- *De links omleiden naar een tussenliggende pagina die via het bestand robots.txt wordt geblokkeerd voor zoekmachines.*

De vraag is natuurlijk waar ze de grens gaan trekken !

Een linkje in de Yahoo directory kost je jaarlijks \$299 en wordt niet gevlagd door Google (ondanks het feit dat de meeste het doen om hun posities in de serps te beïnvloeden).

De links hebben geen nofollow of worden niet naar een andere pagina omgeleid.

Google gaat yahoo zelfs gaan aanprijzen in hun guidelines :

“Verstuur uw site naar relevante directory’s, zoals Open Directory Project en Yahoo!, en naar andere sites met specifieke kennis van uw branche”

De reden dat Google het toelaat is omdat de directory zeer strenge guidelines hanteert en niet garandeert dat een site wordt opgenomen. Dus je betaald en wordt je site niet goedgekeurd voor opname, dan ben je je \$299 kwijt.

Enkele van de ‘betere’ directories werden dan weer afgestraft, ondanks het feit dat ze betalend waren en dat ze alle aanmeldingen manueel gingen checken. Blijkt wel dat ze niet echt selectief waren en zelfs ‘crappy sites’ opnamen in hun gids dus dat zal wel één van de redenen geweest zijn waarom ze onderuit werden gehaald door Google.

Het is niet echt duidelijk wat nog kan en wat net teveel is dus uitkijken is de boodschap als je van plan bent om links te kopen !

2.Soorten Links

Ow ja de felbegeerde links waar we er allemaal wel veel willen van hebben....al is dat in de meeste gevallen geen makkelijke opdracht. Het hangt er een beetje van af welke links je precies wil. Een paar verschillende soorten staan hier onder opgesomd.

De natuurlijke ‘we love them’ links

Dat zijn websites die spontaan naar je site linken omdat ze het een interessante site vinden of er een goed artikel , etc zagen staan. Met andere woorden, je hoeft totaal niks te doen voor dat soort van links. Ze komen vanzelf...net zoiets als een sinterklaas geschenk.

De natuurlijke 'we hate them' links

In tegenstelling tot bovenvernoemde links zijn dat mensen die naar je site linken omdat ze het super slecht vinden wat je te vertellen / verkopen

hebt. Maar hey...het zijn nog steeds links ook al heb je die liever niet.

Contextuele links

Deze links bevinden zich in de eigenlijke body van een site en niet in de navigatie of onderaan bij de rest van de links. Er wordt gelinkt naar je pagina vanuit een bepaalde context.

Iemand heeft het bijvoorbeeld over honden en plaatst een link in die tekst naar een bepaald hondenartikel wat jij aanbiedt op je site.

Dit zijn DE links die je wilt hebben om voornamelijk de zoekmachines (en natuurlijk ook de lezers) duidelijk te maken dat jouw site iets heeft te maken met het artikel waaruit werd gelinkt.

Dit de meest waardevolle links die je kan krijgen. De makkelijkste manier om contextuele links te verkrijgen zijn de Artikel directories. Je schrijft een artikel, post het in die directory en klaar is kees.

Meestal laten deze directories enkel een link(s) naar je site toe in je bio (onderaan het artikel) en niet in de tekst zelf. Maar je kan nog steeds keywords in de ankertekst van je link gebruiken.

Wederkerige links

Dit zijn de links die we krijgen door het 'ik link naar jou en dan link jij naar mij' effect. De waarde van dit soort links zijn behoorlijk terug geschroefd maar ze blijven natuurlijk wel tellen.

Als je iets slimmer bent dan probeer je met de andere website eigenaar een deal uit te werken om er contextuele links van te maken waardoor de waarde aanzienlijk zal verhogen, maar over het hoe & waarom daarover later.

Als er wederkerige links kunnen uitgewisseld worden dan is de stap naar contextuele links meestal niet zo groot. Desnoods schrijf je nog zelf het artikel zodat de andere webmaster er verder geen werk aan heeft en makkelijker “Ja” zal zeggen.

Betalende Links

Het woord zegt het zelf..je betaalt voor een link. Er zijn verschillende sites die links verkopen maar velen van hen werden reeds achterhaald door de zoekmachines (google vooral) en de waarde is ook sterk aan het terugvallen. De veiligste manier is zelf sites gaan zoeken (gerelateerd aan jouw site) en aanschrijven om eventueel een link te plaatsen tegen betaling.

Als je via een link brooker werkt , check de sites waarmee je wilt linken zeer nauwkeurig na. Er zitten er tussen die hun pagerank kunnen faken of die een hoge ranking hebben door het gebruik van black hat seo , of in het Nederlands , het gebruik van ongewenste technieken om de zoekmachines om de tuin te leiden !!

In het algemeen is het af te raden om links te gaan kopen voor SEO doeleinden tenzij je echt weet waarmee je bezig bent !

Directory links

Hier hoeft niet zoveel uitleg bij dacht ik...Dit zijn links die je hebt verkregen door je site aan te melden bij verschillende directories. Directories worden door zoekmachines meestal aanzien als 'betrouwbare' bronnen.

Maar zoals alles in het leven het je goed, minder goed en slecht. Het vergt wat zoekwerk maar het is het zeker waard. Meestal wordt je snel opgenomen in nieuwe directories maar is het natuurlijk afwachten hoe ze een volgende PR updates doorstaan.

Het kan evengoed zijn dat ze een pagerank 0 hebben en nog niet echt geliefd zijn door google maar volgend jaar staan die misschien met een PR 5. Niet schieten is altijd mis schieten en een **vermelding in een directory zal je website geen schade berokkenen**. Je hebt betalende en gratis listings.

Geautomatiseerde links

Geautomatiseerde links zijn links die worden verkregen uit een soort van database. Sites die bereidt zijn om links te wisselen worden in een database gestopt en automatisch (maar meestal wel betalend) kan je aan uitwisseling doen.

Dit alles gaat semi- of zelfs volautomatisch. Niet echt meer een manier die je wilt gebruiken om links te verkrijgen. De meeste van deze soort links laten 'footprints' na voor de spiders die dan heel makkelijk kunnen zien dat er een soort van netwerk werd gebouwd om links uit te wisselen.

Gestolen links

We doen het allemaal wel eens....stelen van links. Als een site geen link wil plaatsen naar je site dan plaats je hem toch gewoon zelf ? En waar kan je dat beter doen dan op een gastenboek, forum een blog of Wikipedia ?

Helaas werd deze techniek te rijkelijk gebruikt en zijn de meeste fora, blogs en Wiki de rel="nofollow" tag gaan gebruiken waardoor je link geen waarde meer meekrijgt.

En daarbij je wilt toch niet de stempel spammer op je voorhoofd krijgen....Als je het doet maak dan dat je waardevolle content gaat toevoegen aan die site !

3. Keyword Research

Voor je aan linkbuilding kan beginnen met je erachter zien te komen welke keywords je zal moeten gebruiken. Net zoals bij de opbouw van je website zal je ook hier eerst wat 'grondwerk' moeten verrichten.

Er zijn verschillende plaatsen waar je data kan gaan opvragen ivm het verkeer dat bepaalde zoekwoorden/zinnen genereren. Enkele tools hiervoor werden reeds in een het artikel de [juiste keywords vinden genoemd](#)..

Niet alle tools geven cijfers weer (de tool van adwords en kw onder andere). Dus dat wordt al moeilijk..Je kan via deze tools misschien wel gerelateerde woorden of zinnen terug vinden maar als die maar 20 keer /

maand worden opgezocht is het verloren tijd om daar je pagina voor te optimaliseren.

Er zijn verschillende betalende tools die je meer accurate data geven. De meest bekende zijn [Wordtracker](#) (heeft ook een gratis versie) en [Keyworddiscovery](#). Met Keyworddiscovery kan je de NI markt specificeren, met Wordtracker niet.

Als je je zoektocht start, verdeel je keywords/woord combinaties in 3 groepen :

1. Top keywords (diegene die het meeste verkeer genereren)
2. Nog altijd OK keywords (diegene die het nog steeds ok doen)
3. Long Tail keywords (diegene die weinig verkeer genereren)

3.1 Hoofdkeywords

Deze groep vertegenwoordigd het grootste deel van het verkeer of met andere woorden dit zijn de woorden waarop het meeste wordt gezocht.

Die willen we allemaal wel gebruiken (ze zorgen immers voor het meeste verkeer) maar helaas zijn dit ook de meest competitieve (en soms de minst converterende) en dus niet zo makkelijk om snel goede posities te verkrijgen.

“Ok geen probleem, dan gebruik ik adwords...” hoor ik je denken.

Helaas zal je ook daar (meestal) veel betalen per klik. De concurrentie mag je niet afschrikken om die woorden te gaan gebruiken maar hou er wel rekening mee dat het pas op langere termijn iets zal opbrengen...als je het goed doet natuurlijk.

Als je totaal niet weet waar je mee bezig bent en er zomaar op los gokt dan is de kans heel klein dat je ooit goede rankings zal zien ! Maar het is zeker niet onmogelijk.

3.2 Nog steeds “OK” keywords

Deze groep van keywords genereren nog steeds voldoende verkeer en zijn de moeite waard om je pagina / site daarop af te stemmen. Komt daarbij dat deze (zoals je zelf al wel zal kunnen raden) minder competitief zijn en dus makkelijker zijn om sneller goede rankings te behalen.

Bij het gebruik van adwords zal de kost per klik ook een stukje lager liggen en kosten ze soms maar de helft in vergelijking met je topkeywords. Zorg er wel voor dat deze woorden genoeg verband houden met wat je aanbiedt !

3.3 Long Tail Keywords

Dit zijn meestal de 3-4-5 woorden constructies die niet zoveel verkeer genereren. Waarom zou je die dan gaan gebruiken ? Misschien zal een klein voorbeeld een belletje doen rinkelen...

- En topkeyword wordt 50.000 keer/maand gezocht
- Een Ok keyword 4000 keer/maand
- Een gemiddelde long tail 500 keer/maand
- Het topkeyword toont 6.500.000 resultaten in Google
- Het Ok keyword toont nog steeds 850.000 resultaten
- De long tails tonen gemiddeld 25.000 resultaten

Goede rankings zien voor de long tails kan meestal heel snel..en dan spreken we over enkele weken tot hooguit 2-3 maanden. Dit is niet haalbaar (in de meeste gevallen) voor de Top en Ok keywords. Komt

daarbij dat de long tail keywords meestal beter converteren.

Stel je voor je verkoopt gsm toestellen....en 1 surfer zoekt op “gsm kopen” en een andere op “Nokia N93i kopen”...De eerste is van plan om een gsm aan te schaffen maar alle mogelijkheden liggen nog open terwijl de 2e duidelijk zijn geld al in zijn hand heeft bij wijze van spreken...

Gebruik slechts 25 long tail keywords en je krijgt plotseling 12500 keer/maand ipv 500. En het is makkelijk om daar goed voor te ranken + ze converteren meestal ook nog beter.

Hoe je het ook draait of keert, kies je er de verkeerde woorden/combinaties uit dan krijg je ‘verkeerd’ publiek op je site die niet goed converteert en je hebt maanden zo niet jaren aan je site gewerkt om die woorden goed te laten scoren...terwijl je er dan pas moet achter komen dat je er de verkeerde hebt uitgekozen.

4.Waar vind ik links ?

Hoe je het ook draait of keert, goede links vinden zal meestal een tijdrovend werk worden.

De meeste onder ons zoeken meestal ‘the easy way to link’ en beginnen met het aanmelden van hun site bij startpagina’s of directories.

4.1 Directory en startpagina aanmeldingen

Ze zijn niet meer wat ze ooit zijn geweest en in 2007 en blijkbaar ook nu nog in 2008 gaat Google met de grove borstel door de directories en smak velen onder hen tegen de muur.

Veel van die directories zagen hun Pagerank van 6-7 naar 2-3 zakken, er zijn er zelfs een hoop die de deuren hebben gesloten omdat ze niet meer rendabel konden werken.

Waarom nog de moeite doen (en €€ betalen) ?

In tegenstelling tot diegene die een klap kregen zijn er ook wel een hoop die niet moesten inboeten en die zelfs zijn gestegen.

Daarom dat mijn 'bescheiden' mening is om je site daar zo snel mogelijk te gaan aanmelden als je ziet dat hun PR bij een nieuwe PR toolbar update hetzelfde is gebleven of is gestegen.

Als ze niet werden 'gestraft' door Google wil dat zeggen dat...ze graag worden gezien en dat is altijd goed om daar een linkje naar jouw site op te zetten.

Verwacht geen explosie van bezoekers naar je website met directory aanmeldingen want niemand gebruikt nog een directory om op zoek te gaan naar informatie, daarvoor hebben ze google, yahoo, etc die hun veel sneller relevante antwoorden zal geven op hun vragen.

Of zo zou het toch moeten zijn...

"Om welke reden doe je het dan wel" : zal je je afvragen ?

De reden zal waarschijnlijk PR, Link reputatie, Link populariteit, of hoe je het ook mag noemen zijn. Als ze goede rankings hebben in de zoekmachines en ze hebben een degelijke PR staan, dan kan je er donder

op zeggen dat ze wel wat van het boven vernoemde naar je site zullen doorsturen.

Een 2e reden is (en misschien wel de belangrijkste) dat ze de zoekmachines duidelijk maken (leren) waarover je site gaat. Als google (of andere) je site tegenkomt in enkele directories en het staat telkens onder Internet→marketing→Blogs, of aanverwante categorieën, dan zullen ze gauw de link leggen in ieder geval.

Het aanmelden bij directories kan natuurlijk maar een klein onderdeelje zijn van je linkbuilding campagne maar het is zeker geen te verwaarlozen stuk ! Gebruik de directories dan ook niet als spam-middel.

Daarmee wil ik zeggen, stop je titel & beschrijving niet vol met keywords. Gebruik de naam van je site of bedrijf en schrijf een 'neutrale' beschrijving erbij van wie je bent en wat je doet en that's it !

Als er moet betaald worden en je vind een relevante categorie voor je website, check dan of de pagina reeds werd geïndexeerd door Google en of ze regelmatig wordt gecrawled !

Om te zien of de pagina in Google's index staat doe je :
site:www.dedesbetreffendeurl.com

Om te zien wanneer de pagina laatst werd gecrawled :
cache:www.dedesbetreffendeurl.com

Als de pagina niet in Google's index staat of ze werd 3 maanden geleden voor het laatst gecrawled dan zal je link weinig tot geen waarde hebben.

4.2 Ga je concurrenten gaan 'bestuderen'

Een andere makkelijke manier om mogelijke linkpartners te vinden is het analyseren van je concurrentie. Als je weet waar zijn hun links vandaan halen is de helft van het werk al gedaan.

Het enige wat jij dan nog moet doen is contact opnemen met die webmasters en vragen of er nog een plaatsje vrij is en ze eventueel bereid zijn om ook naar jouw site te linken.

Er zijn genoeg tools op de markt die je kunnen helpen met het opzoeken van hun backlinks. Dit zijn enkele gratis tools :

- [SEO Link Analysis tool](#) van Joost de Valk
- [Linkdiagnosis](#)
- [FireFox SEo Tool](#) van Aaron Wall

Persoonlijk gebruik ik [SEO Elite](#) , wat wel een betalende tool is maar het is zeker de investering van 167 dollar (een kleine 100 euro anno 3-2008 omdat het overzichtelijker is , me meer data geeft , zonder dat ik verschillende analytics programma's moet raadplegen en je kan verschillende siteanalyses op hetzelfde moment laten lopen.

Algauw zal je merken dat het soms niet zo eenvoudig is om ook een linkje te bemachtigen op dezelfde pagina waar je concurrent staat.

Soms krijg je nooit een reactie, is je concurrent op de een of andere manier 'bevriend' met de eigenaar, vinden ze je site niet goed genoeg of heeft je concurrent een stukje waardevolle content waarnaar wordt gelinkt.

En vooral op dat laatste moet je je gaan richten..**waardevolle content.**

Als je waardevolle content kan aanbieden dan is het stukken makkelijker om links te krijgen. Onlangs was er een reactie op één van de posts die ik deed door Rob (heeft een sanitair zaak) die vertelde dat het best moeilijk was om veel goede links te verzamelen.

De vraag bij linkbuildig is natuurlijk hoeveel je er nodig hebt. Er is geen 'algemene regel' en dat zal zeer sterk verschillen van biz tot biz maar de vraag is hoe krijg je natuurlijk goede (en liefst zoveel mogelijk) links ?

Om even Rob zijn voorbeeld aan te halen, de nummer 1 in google.nl (voor badkamer sanitair) heeft slechts 585 links volgens yahoo, terwijl Rob er +2000 heeft. De nummer 5 heeft er maar 314 en de nummer 6 180..

Ik denk dat we kunnen stellen dat het aantal backlinks niet echt een rol speelt maar eerder de kwaliteit. En wat bepaalt nu net die 'kwaliteit' ? Ik durf te stellen dat PR alvast niet op 1 staat...of toch niet bij mezelf dan.

Want heb het al meermaals meegemaakt dat een linkje op een PR3-4 pagina (om maar een voorbeeld te schetsen) bij een volgende PR toolbar update een 1 of 0 kan worden en een link die op een PR0 stond nu plotseling een PR3-4 wordt.

Mijn regel is (en geloof me in ben eigenlijk geen man van regels) als de pagina op de één of andere manier relevant is → Linken maar ! En of dat nu een PR9 of PR0 is maakt me verder niks uit. Het groene stuff mag geen factor zijn om aan linkbuilding te doen.

Waar ik wel naar kijk is :

- Relevante pagina – Ja/Neen ?
- Titel van de pagina
- Uitgaande links
- Cache datum van de pagina

De cache datum (of in het Nederlands, de datum waarop Google voor het laatst die pagina bezocht) zegt behoorlijk wat over de belangrijkheid van een pagina volgens google...als de pagina maar 1 keer om de 2-3 maand wordt gecrawled , dan lijkt het me zeer onwaarschijnlijk dat er veel waarde wordt aan gehecht.

Als je ziet dat die om de 2-3 weken wordt gedaan daarentegen.... De cache datum geeft aan dat de pagina werd gecrawled maar **niet** dat deze per definitie werd geïndexeerd !

Maar om even op de “Hoe krijg / vind ik die” vraag terug te keren , je hebt de directory aanmeldingen, startpagina links, wederkerige links, i love you / I hate you links, etc maar welke links denk je te kunnen versieren als je steengoede content schrijft ?

Of als je video's begint te maken ? Ik geef toe een tijdrovende bezigheid maar alles wat goed werkt (op lange termijn) is meestal arbeidsintensief.

Je moet eens zien in de SERPS welke sites bovenaan staan..In veel gevallen zijn het sites met veel content (in vergelijking met de andere resultaten). Ik moet me even hernemen..veel **Quality content** want een site met 5000 pagina's waarvan er 4500 eenzelfde titel en description tag hebben en waarvan 3/4 in de toegevoegde zoekresultaten zit is niet echt kwaliteit.

Google is gewoon verzot op pagina's met een goede en unieke inhoud en als zoekende mens op het web vind je ook liever iets waardevol bovenaan in de resultaten..klink behoorlijk logisch.

Maar als je over veel en goede inhoud begint tegen webmasters hoor je 9/10 hetzelfde antwoord : “In mijn biz is het te moeilijk om met voldoende nieuwe content tevoorschijn te komen ! ” Sorry als je dit niet graag hoort maar ..bull@#\$& ! Als je geen onderwerpen vindt om over te schrijven, dan wordt het tijd dat je je oogkleppen er eens afhaalt.

Laten we nog even Rob zijn biz aanhalen..wat kan je nu schrijven over badkamer sanitair ? Laten we even zien en bijvoorbeeld douches aanhalen..ik denk even luidop als niet ‘badkamer sanitair’ kenner...

- Waarom zou ik een douche kiezen en geen bad ?
- Omdat je bij een bad in je eigen ‘vuil’ sopje zit ?
- Dus een bad is niet zo gezond en waarom precies niet ?
- Meer bacteriën..ok maar welke en kan je daar iets tegen doen ?
- Maar in een bad kan ik bad olie doen natuurlijk...hoe zit het daarmee ?

- Ow dat kan wel mijn huid uitdrogen..en welke middeltjes kon je daarvoor gebruiken om dat te herstellen ?
- Maar ik kan ook naar een wellness center gaan om me eens goed te laten behandelen ?
- Wat kan je daar zoal 'doen' ?
- Of ik kan zelf aan lichaamsverzorging doen...
- Hoe zit het eigenlijk met de haarverzorging ?
- Toch maar een douche omdat die een paneel heeft zitten die je rug kan masseren ?
- Maar hoe zit dat dan met het waterverbruik ?
- En ik heb een waterverzachter nodig om kalkaanslag tegen te gaan zeg je ?
- Maar kan ik die douche ook zelf installeren want plaatsen kost me net iets teveel en ik ben een doe-het-zelver...
- Het kleur van deze douche pas niet in mijn badkamer interieur..of heb je tips om die beter in te richten ?
- En jullie staan volgende week op een interieur beurs ?

Even 2 minuten brainstormen en we hebben al een lijstje items waar we zeker iets kunnen over schrijven en dan hebben we het alleen nog maar over douches..

Dus mensen...er valt altijd wel iets te schrijven ..ook voor jouw biz ! Denk even verder dan je eigenlijke product. Want vergeet niet dat je een oplossing voor een probleem moet verkopen en niet het product in de eerste plaats...en goede content trekt altijd **bezoekers en links** aan !

[4.3 Wat doe ik met goede content ?](#)

Goede content kan je natuurlijk op je eigen site plaatsen maar je kan het ook op andere sites gaan plaatsen en kunnen dus voor de nodige backlinks gaan zorgen.

