

## Cursus website optimalisatie en zoekmachinemarketing

### **Korte cursusomschrijving**

Tijdens de cursus worden ondermeer de volgende onderwerpen behandeld.

1. Wat is zoekmachinemarketing. Hoe kunt u onbetaalde en betaalde zoekresultaten inzetten voor meer geïnteresseerde bezoekers op uw website die meer resultaat opleveren.
2. Hoe optimaliseert u uw website en zoekresultaten door gebruik van veel voorkomende en relevante zoektermen, titels en teksten op de site. Maar ook, hoe beïnvloed u factoren elders op het Internet om de populariteit van uw website te vergroten en te zorgen voor een vermelding van uw site op de eerste pagina van de zoekresultaten van Google.
3. Hoe zet u een succesvolle en kosteneffectieve advertentiecampaigned op en beheert u deze met Google Adwords.
4. Hoe meet u het bezoek aan uw website met Google Analytics en Google AdWords en kunt u te weten komen hoe effectief uw marketingcampagne is.

De meeste ondernemers hebben een website en met deze cursus zijn zij in staat zijn hun website te verbeteren, meer bezoek naar de site te genereren en hun omzet te verhogen.

### **De docent**

ing. Guus Bil studeerde af in de Informatica aan de Hogeschool van Amsterdam en studeerde daarna onderwijskunde, aan dezelfde school.

Guus heeft meer dan 10 jaar in de automatisering gewerkt in het bedrijfsleven. Onder andere als functioneel en applicatiebeheerder.

Hij is in 2004 z'n eigen computerservice bureau gestart genaamd CTPoint en heeft voor zijn bedrijf vele ICT gerelateerde opdrachten uitgevoerd. Zoals het bouwen en beheren van websites, het installeren en beheren van servers, netwerken, routers en internetverbindingen.

Verder heeft hij enkele jaren gewerkt als docent ICT op een MBO en HBO school in Amsterdam. Onder andere voor de vakken systeembeheer, netwerkbeheer, ECDL en practicum Java.

Guus is een gedreven ICT-er en docent met een brede achtergrond in de ICT.

### **Indeling cursus**

De cursus bestaat uit zeven wekelijkse lessen van twee uur met een pauze van een kwartier tussendoor. Van de cursisten wordt verwacht dat ze met Internet en de Office programma's Word en Excel kunnen omgaan. Verder is het handig als men de Engelse taal redelijk eigen is.

### **Les 1**

Wat is zoekmachinemarketing. Wat is het verschil tussen betaalde en onbetaalde zoekresultaten. Wat is het belang van de positie in de zoekresultaten. Hoe beïnvloeden zoekmachines het koopproces. Hoe zoeken zoekers? Wat voor soorten zoekers zijn er. Soorten zoekmachines en internetgidsen. Wat is de invloed van algoritmen zoals Google PageRank op de zoekresultaten. Wat houdt het begrip Universal Search in. Hoe zorgt u voor opname van uw site in zoekmachines en internetgidsen. Wat is de rol van grote spelers in de zoekmachine markt als Google en Bing.

### **Les 2**

Wat is het belang van goed websiteontwerp voor zoekmachine marketing? Aspecten als leesbaarheid, goede navigatie, eenduidigheid in opmaak en ontwerp en een snelle downloadtijd zijn van belang. De drie belangrijke componenten van zoekmachine algoritmen worden behandeld. Dat zijn de tekstcomponent, de

indexatiecomponent en de populariteitscomponent. Wat is de invloed van factoren binnen de website zelf en wat is de invloed van factoren die zich elders op het Internet bevinden.

### Les 3

Hoe kan de tekstcomponent geoptimaliseerd worden om de onbetaalde zoekresultaten te verbeteren. Het is van belang te weten hoe uw doelgroep zoekt. Welke zoekwoorden en zinnen sluiten het beste bij de doelgroep aan. We gaan kijken hoe vrij beschikbare tools daarbij kunnen helpen. Hoe kunnen zoekwoorden slim gecombineerd en geplaatst worden. Hoe kunnen bezoekers er toe aangezet worden actie te ondernemen op uw zoekresultaten.

### Les 4

Zoekmachines indexeren websites om ze vindbaar te maken. Deze indexatiecomponent kan geoptimaliseerd worden door de navigatie van de website te optimaliseren. De navigatie wordt bepaald door de links binnen, van en naar de website. Deze links moeten te volgen zijn door de zoekrobots die het internet afstruinen om de zoekmachines te voeden. Hoe zorgt u er voor dat uw webpagina's optimaal geïndexeerd kunnen worden. U leert de website zoekmachinevriendelijk te maken.

### Les 5

In de vorige lessen hebben we gezien hoe optimalisatie van de tekstcomponent en de indexatiecomponent een website laat scoren in de zoekresultaten en goed doorzoekbaar maakt voor zoekrobots. In deze les wordt de derde belangrijke component behandeld, de populariteits-component. Deze component bepaald of uw website belangrijk genoeg gevonden wordt door de zoekmachines om hoog te scoren in de zoekresultaten. Hoe optimaliseert u deze component. Begrippen als linkpopulariteit en Google PageRank komen hierbij aan de orde.

### Les 6

In de vorige lessen hebben we ons steeds gericht op optimalisatie van onbetaalde zoekresultaten. Nu gaan we kijken naar betaalde zoekresultaten. We richten ons hierbij met name op Google AdWords. Hoe gebruik je AdWords voor het beste resultaat. Hoe schrijf je advertenties en hoe zoek je de beste zoekwoorden uit. Hoe haal je maximaal rendement uit de bezoekers die via betaalde zoekresultaten naar de website komen. Hoe betaal je voor je advertenties en zoekwoorden en hoe beperk je deze kosten. Wat zijn de verschillen tussen advertenties binnen de resultaten van zoekopdrachten en advertenties op websites van partners van Google.

### Les 7

In deze laatste les leren we het resultaat van onze optimalisatie inspanningen meten. Hoe weet je wanneer zoekrobots de website hebben bezocht. Hoe kom je te weten hoeveel pagina's van de website zijn opgenomen in de zoekmachines. Hoe kun je zoekwoordpositionering meten. Hoe meet je hoeveel webpagina's naar de website verwijzen via links. Hoe kun je webstatistieken inzetten om te weten te komen welke zoekwoorden wat opleveren en hoe verhoudt dit zich tot de kosten die u maakt voor zoekmachinemarketing.