



Zoekmachine optimalisatie in Joomla
© Karin Vermeulen | Venlo, 12 juni 2009

JOOMLA meets SEO

Venlo, 12 juni 2009

Auteur: Karin Vermeulen

Copyright: Karin Vermeulen

Email: karin@2quarius.nl

Fontys Hogeschool Eindhoven

ICT & Media Design

Studentnummer: 2057820

Stagebedrijven:

Glans Marketing & Reclame

Hertog Reinoudsingel 170

5913 XH Venlo

MarksMarks Reklamemakers

St. Martinusstraat 62

5911 CK Venlo

www.marksmarks.nl

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie over het content management systeem Joomla en zoekmachine optimalisatie welke het resultaat is van de onderzoeken die ik tijdens mijn afstudeerstage heb gedaan.

Deze scriptie is gemaakt in het kader van mijn afstudeerstage bij de opleiding ICT & Media Design op de Fontys Hogeschool in Eindhoven. De afstudeerstage heb ik gelopen in de periode van 1 februari 2009 tot 12 juni 2009. In deze periode heb ik bij het reclamebureau Glans Marketing & Reclame in Venlo en bij MarksMarks Reklamemakers in Venlo stage gelopen. Dit omdat het bedrijf Glans Marketing & Reclame tijdens mijn stage gestopt is en MarksMarks Reklamemakers het bedrijf overgenomen heeft.

Dit rapport is bestemd voor de medewerkers van MarksMarks Reklamemakers die websites in Joomla maken en deze zoekmachine vriendelijk willen maken, of de klant advies over zoekmachine optimalisatie in Joomla willen geven. Maar ook voor iedereen die geïnteresseerd is in zoekmachine optimalisatie binnen Joomla.

Graag wil ik mijn bedrijfsbegeleider Harry Jentjens bedanken voor de goede steun en begeleiding en voor de prettige werksfeer waarin ik gedurende de stageperiode gewerkt heb.

Daarnaast bedank ik mijn stagedocent Mieke van Vucht en tweede stagedocent Ineke Huyskens voor de begeleiding vanuit school en de tips die ze mij gegeven hebben met betrekking tot het schrijven van mijn scriptie.

Tenslotte bedank ik de bedrijven Glans Marketing & Reclame en MarksMarks Reklamemakers voor de ruimte die ze mij gegeven hebben om te kunnen afstuderen.

Ik wens MarksMarks Reklamemakers veel succes met het uitvoeren van het plan om de websites die in Joomla gemaakt worden meer zoekmachine vriendelijk te maken en hiermee de klant beter van dienst te kunnen zijn in het adviseren over dit onderwerp.

Is getekend,

Karin Vermeulen

Venlo, 12 juni 2009

Inhoudsopgave

Samenvatting	5	6. Werkwijze voor SEO binnen Joomla	
Management Summary	6	6.1. Zoekwoorden	28
Verklarende woordenlijst	7	6.2. Nieuwe website	28
1. Inleiding	8	6.3. Bestaande website	28
		6.4. Extra's	33
2. Het bedrijf		6.5. Don'ts	34
2.1 Glans Marketing & Reclame	10		
2.2 MarksMarks Reklamemakers	12	7 Conclusies & Aanbevelingen	
		7.1. Conclusies	36
3. De Opdracht		7.2. Aanbevelingen	37
3.1 Probleemstelling	14		
3.2 Opdrachtomschrijving	15	8. Trajectbeschrijving	
3.3 Deelprojecten	16	8.1 Fases	38
3.4 Projectactiviteiten	17	8.2 Drempels	39
4. Verantwoording Onderzoek		9. Reflectie	
4.1 Onderzoeksmethodieken	18	9.1 Terugblik	40
4.2 Onderzoeksanalyse	19	9.2 Aanbevelingen	40
		9.3 Evaluatie	40
5. Onderzoek			
5.1 SEO buiten Joomla	20	10. Nawoord & Dankwoord	41
5.2 Onderzoek bestaande informatie SEO binnen Joomla in het bedrijf	24		
5.3 Onderzoek Jonkershoveniers.nl	25	11. Bronvermelding	42
5.4 Onderzoek zoekmachine marketing	27	12. Bijlagen	43

Samenvatting

De bedrijven waar ik stage heb gelopen, Glans Marketing & Reclame en MarksMarks Reklamemakers, zijn beide reclamebureaus in Venlo die hoofdzakelijk voor klanten in de regio Noord-Limburg werken. Beide maken de websites voor hun klanten in het content management systeem Joomla, MarksMarks Reklamemakers is hier pas mee begonnen sinds ze Glans Marketing & Reclame overgenomen hebben. Een content management systeem is een softwaretoepassing, meestal een webapplicatie, waarmee klanten eenvoudig zonder (veel) technische kennis documenten en gegevens op hun website kunnen plaatsen.

Het optimaliseren van websites om op relevante zoekwoorden beter te scoren in zoekmachines, ook wel zoekmachine optimalisatie genoemd is erg populair en wordt steeds belangrijker. Beide reclamebureaus krijgen steeds meer vragen van klanten of ze websites zoekmachine vriendelijk kunnen maken en hierover kunnen adviseren. Binnen de stagebedrijven was er nauwelijks kennis over zoekmachine optimalisatie aanwezig.

De vragen die de medewerkers van klanten kregen over zoekmachine optimalisatie konden ze hierdoor helaas niet beantwoorden. Deze scriptie biedt uitkomst voor dat probleem. Met het werkplan dat u in hoofdstuk 6 terug vindt, kunnen de medewerkers van MarksMarks Reklamemakers klanten met het content management systeem Joomla adviseren over zoekmachine optimalisatie en hun website zoekmachine vriendelijk opzetten. Maar ook nieuwe websites die nog gemaakt moeten worden kunnen door middel van dit werkplan vanaf het begin zoekmachine vriendelijk gemaakt worden.

Voor deze scriptie heb ik een aantal onderzoeken gedaan. Allereerst heb ik onderzoek gedaan naar zoekmachine optimalisatie in het algemeen. Daarna heb ik onderzoek gedaan naar zoekmachine optimalisatie binnen Joomla en de informatie die hierover al binnen het bedrijf bekend was. Daarna heb ik nog een onderzoek gedaan naar zoekmachine marketing, de betekenis hiervan en hoe dit gebruikt kan worden in combinatie met zoekmachine optimalisatie.

Na het uitvoeren van deze onderzoeken, heb ik het werkplan geschreven waarin precies te lezen is wat er gedaan dient te worden om een Joomla website te optimaliseren. Dit is geschreven voor de oude versie (Joomla 1.0) en voor de nieuwe versie (Joomla 1.5). Dit werkplan kan worden gebruikt als leidraad bij het optimaliseren van Joomla websites en het adviseren van klanten over hoe ze zelf kunnen bijdragen aan de optimalisatie van hun website.

Joomla is op zichzelf geen zoekmachine vriendelijk content management systeem, wel heeft dit onderzoek bewezen dat Joomla zoekmachine vriendelijk gemaakt kan worden wanneer de juiste onderdelen worden geïnstalleerd en bepaalde onderdelen ingevuld worden. Wanneer de resultaten van de optimalisatie te zien zijn is per website zeer verschillend, dit kan namelijk tot 30 weken duren.

Mijn advies is om elke klant voor wie een website in Joomla gemaakt wordt, bewust te maken van het feit dat het belangrijk is om de website ook zoekmachine vriendelijk te maken. Zo kunnen klanten meer rendement uit hun websites halen.

Management Summary

The companies that I have accrued internship, Glans Marketing & Advertisement and MarksMarks Reklamemakers, both advertising agencies in Venlo mainly work for customers in the region of North Limburg. Both companies build websites for their customers in the content management system Joomla, MarksMarks Reklamemakers has started to work with Joomla after they bought up Glans Marketing & Advertising.

A content management system is a software application, usually a webapplication that allows customers to post documents and data on their website easily without (much) technical knowledge.

Optimize websites for relevant keywords to score better in search engines, also known as search engine optimization, is very popular and is becoming increasingly important. That's why they get more and more questions from customers to make their websites search engine friendly and give advice about this subject. Within the companies I have accrued internship, there was very little knowledge about search engine optimization.

They could not answer the questions they received from customers on search engine optimization. This thesis offers a solution for that problem. With the plan of action you can read in Chapter 6, the staff of MarksMarks Reklamemakers will be able to give advice to their customers with a Joomla website on search engine optimization. They can make the websites of their customers more search engine friendly too. Also new websites that aren't build yet can be made search engine friendly from the beginning too with this plan of action.

For this thesis I have done a number of analysis. First, I did research on search engine optimization in general. Then I did research on search engine optimization within Joomla and searched for information within the company Glans Marketing & Advertising. Then I did research on search engine marketing, I wanted to find out what this means and how this can be used in a combination with search engine optimization.

When I completed these analysis, I've written the plan of action where you can read exactly what to do to make a Joomla website search engine friendly. This plan of action is written for the older version (Joomla 1.0) and the new version (Joomla 1.5).

This plan of action can be used as a handbook for optimizing Joomla websites and advising customers on how they can contribute to the optimization of their website.

Joomla is not a search engine friendly content management system for itself, but this research has proven that Joomla can be made search engine friendly if the correct components are installed and when some parts are properly filled in. It differs per website when the results of the optimization can be seen, this can take up to 30 weeks.

My advice to MarksMarks Reklamemakers is to make any customer, for whom a website in Joomla is made, aware of the importance of making their website search engine friendly.

This allows them to get more visitors on their web site.

Verklarende woordenlijst

- CMS / content management systeem

Een content management systeem (ofwel CMS) is een softwaretoepassing, meestal een webapplicatie, die het mogelijk maakt dat mensen eenvoudig, zonder (veel) technische kennis, documenten en gegevens op hun website (internet) kunnen publiceren.

- CSS

Cascading Style Sheets is een manier om de vormgeving voor een serie webpagina's in één keer vast te leggen. De informatie over de vormgeving voor het hele document wordt toegevoegd aan de code van de website. Die informatie kan in het document zelf staan, maar ook in een extern document dat wordt geïmporteerd.

- Indexeren

Wanneer zoekmachines websites indexeren nemen ze bestaande webpagina's op in hun database zodat ze deze aan haar bezoekers kan laten zien.

- Joomla

'Joomla!' is een vrij, opensource-cms. Dit wil zeggen dat iedereen kan meewerken aan het verbeteren van Joomla door in de code te programmeren. Joomla heeft diverse onderdelen die gedownload kunnen worden.

- SEO / Zoekmachine optimalisatie

SEO is de afkorting van Search Engine Optimization, vertaald naar het Nederlands betekend dit zoekmachine optimalisatie. Zoekmachine optimalisatie is het actief optimaliseren van een website door het verbeteren van interne en externe factoren om het bezoek naar de website via relevante zoekwoorden vanuit zoekmachines te verhogen.

- Tags

Een tag is een soort label dat wordt gebruikt om opmaak aan stukken tekst te geven. Deze tags zijn alleen in de code te zien, dus niet op de website zelf. Voorbeelden van tags zijn headings zoals h1, h2 etc, maar ook bold of cursieve tekst en tekst in opsommingstekens..

- Template

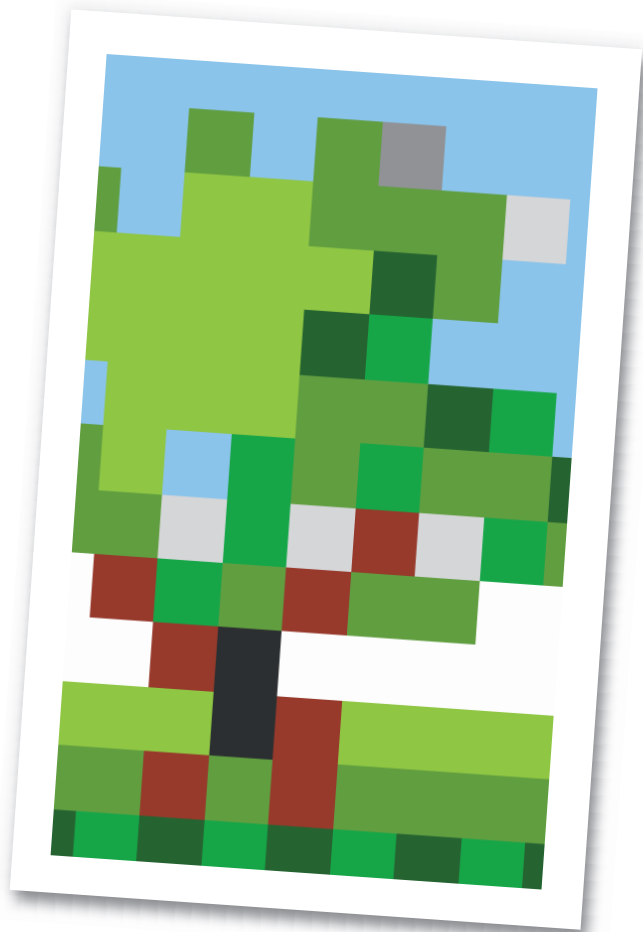
Een template is een basisdocument welke wordt gebruikt om een website te maken. Vanuit dit basisdocument wordt de gehele website gebouwd. Een template bevat de html-code, het is als het ware een sjabloon van een webpagina.

1. Inleiding

Als bedrijf zijnde is het erg belangrijk om een website te hebben. U kunt veel geld uitgeven door een bepaald content management systeem (CMS) aan te schaffen, dit is een software toepassing die het mogelijk maakt dat u eenvoudig zonder (veel) technische kennis, documenten en gegevens op hun website kunnen publiceren. Maar u kunt er ook voor kiezen om uw website in het CMS Joomla te (laten) maken. Joomla biedt vele mogelijkheden omdat er constant verbeteringen doorgevoerd worden en er steeds meer onderdelen bijkomen. Bovendien is het CMS Joomla gratis omdat het open source is, dat wil zeggen dat iedereen in de code kan werken en hiermee verbeteringen aan kan brengen, het is constant in beweging.

Het is niet alleen belangrijk om een website te hebben, het is zeker net zo belangrijk dat de website gevonden wordt door belangstellenden. Dit kan door reclame te maken voor uw bedrijf en uw website, maar ook zoekmachine optimalisatie is hierbij erg belangrijk. U kunt met zoekmachine optimalisatie ervoor zorgen dat gebruikers van het internet uw website beter kunnen vinden door het gebruik van bepaalde zoekwoorden in de zoekmachines.

Wanneer u besluit uw website in Joomla te (laten) maken zijn er een aantal dingen waar u rekening mee dient te houden om uw website zoekmachine vriendelijk te maken. Het CMS Joomla is van zichzelf niet erg zoekmachine vriendelijk, in deze scriptie leest u hoe u uw Joomla website zoekmachine vriendelijk kunt maken. Voor het lezen van deze scriptie is enige voorkennis gewenst over hoe het CMS Joomla werkt.



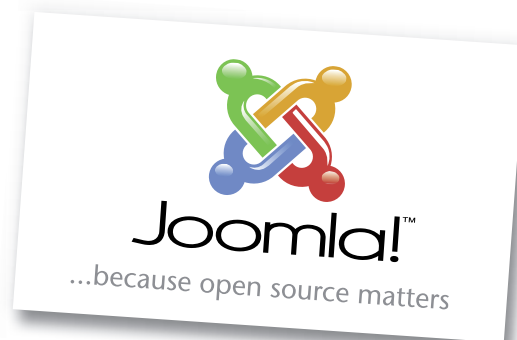
De opdracht tot dit onderzoek heb ik gekregen bij het reclamebureau Glans Marketing & Reclame. Helaas is dit bedrijf ermee gestopt tijdens mijn stage, de klantbestanden en overgebleven medewerkers zijn overgenomen door MarksMarks Reklamemakers. Bij dit bedrijf heb ik mijn onderzoek af mogen maken.

Dit onderzoek richt zich op het probleem dat het reclamebureau van de klanten, waarvoor ze Joomla websites maken, veel vragen krijgt over zoekmachine optimalisatie van de websites. De kennis over dit onderwerp binnen het reclamebureau is zo minimaal dat medewerkers de klanten hierover niet of nauwelijks kunnen adviseren. Deze scriptie biedt uitkomst voor dit probleem en kan als een handleiding voor de zoekmachine optimalisatie van Joomla websites worden gebruikt.

Voor het schrijven van deze scriptie heb ik verschillende onderzoeken uitgevoerd. Allereerst heb ik uitgezocht wat er bekend is over zoekmachine optimalisatie in het algemeen, daarna heb ik de informatie die binnen het bedrijf bekend was geanalyseerd. Daarna heb ik onderzoek gedaan naar zoekmachine optimalisatie binnen Joomla, en tenslotte heb ik nog een onderzoek gedaan naar zoekmachine marketing.

Hieronder vindt u een beschrijving van welke informatie u in ieder hoofdstuk kunt aantreffen.

In hoofdstuk 2 kunt u een beschrijving lezen van beide bedrijven waar ik stage heb gelopen. In hoofdstuk 3 vindt u alle details over de opdracht. In hoofdstuk 4 kunt u de verantwoording van het onderzoek lezen. In hoofdstuk 5 kunt u de resultaten van alle onderzoeken die gedaan zijn voor deze scriptie lezen. In hoofdstuk 6 wordt de werkwijze voor zoekmachine optimalisatie in Joomla besproken. In hoofdstuk 7 kunt u de conclusies en aanbevelingen lezen, in hoofdstuk 8 de trajectbeschrijving en in hoofdstuk 9 de reflectie. In hoofdstuk 10 leest u het nawoord en dankwoord, in hoofdstuk 11 de bronvermelding en in hoofdstuk 12 vindt u de bijlagen.



2. Het bedrijf

Zoals hieronder beschreven staat heb ik tijdens mijn afstuderen bij twee bedrijven stage gelopen. Ik ben begonnen met afstuderen bij Glans Marketing & Reclame in Venlo, maar na 9 weken is dit bedrijf ermee gestopt. Alle werkzaamheden en overgebleven werknemers zijn toen overgenomen door MarksMarks Reklamemakers in Venlo. Daar ben ik de laatste 10 weken bezig geweest met afstuderen.

[2.1 Glans Marketing & Reclame]

Glans Marketing & Reclame

Glans is een toonaangevend marketing- en reclamebureau uit Venlo. Het bureau is gevestigd aan de Hertog Reinoudsingel en ondersteunt organisaties in hun marketing- en reclamebeleid. Voor hun klanten leidt dit tot groei, succes en een sterker marktaandeel. Glans bedenkt communicatiestrategieën die de profilering van een product of dienst versterken en extra beleving geeft.

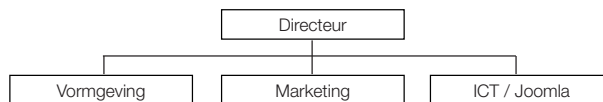
De communicatiestrategieën van Glans krijgen vorm en inhoud door concrete acties. De inzet van tactische middelen wordt zorgvuldig afgestemd op de doelmarkt en de gekozen positionering. Met originaliteit en inventiviteit zorgt Glans voor een maximaal rendement.

De 5 professionals die bij Glans werken bedenken slimme concepten die ervoor zorgen dat de boodschap van de klant opvalt. Met andere woorden; Glans munt uit in communicatiekracht.

Klanten Glans Marketing & Reclame

Glans heeft een diversiteit aan klanten, de klanten komen over het algemeen uit de regio Noord-Limburg. Voor deze klanten maken ze uiteenlopende reclame-uitingen en bedenken ze marketingstrategieën. Voorbeelden van reclame-uitingen die Glans maakt zijn: advertenties, affiches, busreclames, folders, logo's en huisstijlen, magazines, multimedia (filmpjes e.d.), nieuwsbrieven en websites.

Team Glans Marketing & Reclame



Glans bestaat uit 5 fulltimers en momenteel 3 stagiaires. De 5 fulltimers bestaan uit 3 vormgevers, 1 traffic manager en een directeur die ook thuis is in marketing en Joomla. Ook de vormgevers kunnen overweg met Joomla. Ik werk het meeste met Joomla dus ik zou onder ICT / Joomla geplaatst kunnen worden.

glans

Marketing & Reclame

Marketingbeleid Glans marketing & reclame

De doelen die Glans zichzelf stelt zijn:

- Het zorgen voor tevreden klanten
- Het maken van succesvolle producten

Het zorgen voor tevreden klanten realiseren ze door goed te luisteren naar wat de klant wil en daarop in te spelen. Dit is soms erg lastig omdat de directeur met de klanten het eerste contact heeft, hij moet daarna het verhaal en de visie van de klant over zien te brengen op degene die de opdracht uit gaat voeren. Het komt wel eens voor dat de klant niet tevreden is over een afgeleverd product, dan zet Glans alles op alles om die klant tevreden te krijgen.

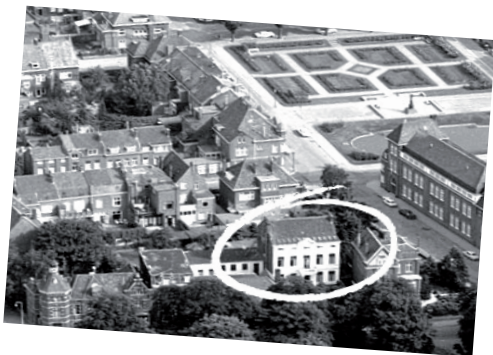
Het maken van succesvolle producten is een onderdeel dat lastig te meten is. Alle producten worden eerst door alle werknemers kritisch bekeken voordat ze aan de klant gepresenteerd worden. Bij Glans besteden ze veel zorg en aandacht aan alle producten die ze maken.



[2.2 MarksMarks Reklamemakers]

MarksMarks Reklamemakers

MarksMarks Reklamemakers is een allround reclamebureau. Het bedrijf heeft kennis van marketing- en communicatieadviezen, advertentiecampaagnes, websites, brochures, jaarverslagen, logo's en huisstijlen. MarksMarks is gevestigd aan het Nolensplein in Venlo. MarksMarks is in het bezit van een Pragma-keurmerk, ook zijn ze in de afgelopen jaren 5 keer uitgeroepen tot meest klantvriendelijke full-service reclamebureau van Nederland in de categorie "kleine bureaus" door het vakblad ReklameWeek.



Klanten MarksMarks Reklamemakers

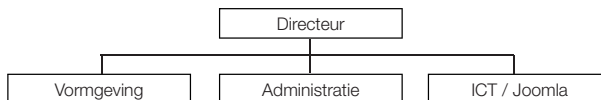
MarksMarks heeft veel verschillende klanten, de meeste klanten komen uit de regio Noord-Limburg. Verscheidene klanten behoren tot de overheid, of zijn verenigingen of stichtingen. Daarnaast zijn veel klanten middelgrote bedrijven uit diverse sectoren.

Hieronder volgen een aantal voorbeelden van klanten van MarksMarks Reklamemakers;

Agro-On, Aarts Conserve en Oerlemans, hiervoor heeft MarksMarks verschillende voedsel-verpakkingen ontworpen. Voor de Politie Noord-, Midden- en Zuid-Limburg hebben ze posters, wegwerp-camera's, ansichtkaarten, uitnodigingen, personeelsmagazines, en nog veel meer producten gemaakt. Voor Berden Mode hebben ze de gehele advertentie-lijn gerestyled. Voorbeelden van producten voor de Gemeente Venlo zijn een digitale presentatie en diverse websites. En voor het azM Academisch Ziekenhuis Maastricht is het jaarverslag en zijn een aantal beurspanelen ontworpen.

Het dienstenpakket van MarksMarks is erg uitgebreid, van advertenties en ander drukwerk tot autobeleettering en websites. Maar ook multimedia zoals presentaties behoren tot het dienstenpakket.

Team MarksMarks Reklamemakers





marksxnew

reklamemakers

MarksMarks Reklamemakers bestaat uit 8 werknemers en 1 stagiaire. Daarvan vervullen 2 medewerkers een administratieve / accountbeheerders functie en is er 1 directeur en zijn er 5 vormgevers. De vormgevers hebben hun eigen voorkeur en specialisatie, de een is goed in verpakkingen en drukwerk, de ander in websites vormgeven. Een aantal vormgevers kunnen ook overweg met Flash / HTML en Joomla. Echt een ICT afdeling is er niet in dit bedrijf, ook werd er nog niet met Joomla gewerkt. Maar omdat de klanten van Glans ook mee overgenomen zijn, en daarmee ook de producten waaronder hun websites, wordt er bij MarksMarks Reklamemakers nu wel met Joomla gewerkt.

Marketingbeleid MarksMarks Reklamemakers

De doelen die MarksMarks zichzelf stelt zijn:

- Het uitbreiden van het klantenbestand en het bedrijf
- Het zorgen voor tevreden klanten

Het uitbreiden van het klantenbestand en het bedrijf realiseren ze door op het juiste moment de juiste klanten aan te spreken. Ook adverteren ze in diverse media in de regio zodat de naamsbekendheid vergroot wordt. Een uitbreiding van het bedrijf hebben ze onlangs gerealiseerd door Glans over te nemen. Het zorgen voor tevreden klanten gebeurt door het goed inspelen op de wensen van de klant. De werknemers hebben zelf ook contact met de klant en weten hierdoor precies wat deze verwacht. Wanneer het product succesvol is bij de doelgroep, is de klant over het algemeen tevreden.

3. De Opdracht

[3.1 Probleemstelling]

Beginsituatie

Glans Marketing & Reclame is volop bezig met de dagelijkse gang van zaken. Er is weinig tijd voor de medewerkers over om zich te verdiepen in de zoekmachine optimalisatie met Joomla. Hierover is enige kennis aanwezig binnen Glans Marketing & Reclame maar nog niet zoveel als gewenst is om de klanten optimaal te kunnen bedienen.

Wat is er mis / wat is het probleem?

De websites die Glans Marketing & Reclame in Joomla maakt scoren niet optimaal in de zoekmachines. Tegenwoordig is het voor bedrijven die websites maken erg belangrijk dat er kennis is van zoekmachine optimalisatie zodat ze de klanten hiermee van dienst kunnen zijn. Voor de klanten is zoekmachine optimalisatie erg belangrijk omdat ze zo meer bezoekers naar hun website kunnen trekken.

Waarom is dat een probleem?

De kennis van zoekmachine optimalisatie binnen Joomla is nog niet optimaal binnen Glans Marketing & Reclame. Vanuit de klanten is hier wel vraag naar en voor het reclamebureau is dit een belangrijke toevoeging in hun diensten pakket. Klanten zouden immers over kunnen stappen op een ander reclamebureau dat hier wel kennis van heeft.

Wat is het doel van het project?

Het doel van dit project is informatie over zoekmachine optimalisatie in Joomla verkrijgen. In eerste instantie wordt dit toegepast op de website www.jonkershoveniers.nl, van daaruit kan een plan geschreven worden waardoor deze werkwijze ook op andere websites toegepast kan worden.

Wat is de gewenste eindsituatie

De gewenste eindsituatie is dat er een plan komt waarmee het bedrijf zelf de websites die ze maken in Joomla, zoekmachine vriendelijk op kunnen zetten. Hiermee kunnen ze de klanten van dienst zijn in hun vraag naar zoekmachine optimalisatie. De bezoekersaantallen van de geoptimaliseerde websites zullen hoogstwaarschijnlijk stijgen.

Hoe meet ik de effectiviteit

In de eerste weken ga ik onderzoeken wat de huidige positie van de website is in de zoekmachines, dit zelfde doe ik nadat de website geoptimaliseerd is weer. Met de verschillen tussen beide onderzoeken kan ik analyseren of de positie van de website in de zoekmachines verbeterd is. Ook analyseer ik op welke zoekwoorden de website wordt gevonden in de zoekmachines voor en na de optimalisatie, om te controleren of het doel bereikt is.



[3.2 Opdrachtomschrijving]

Glans Marketing & Reclame maakt websites voor hun klanten. Deze ontwikkelen ze door middel van het content management systeem Joomla. Van veel klanten ontvangt het reclamebureau vragen over zoekmachine optimalisatie van de websites. Ze hebben echter nog geen mogelijkheden gehad om uit te zoeken hoe dit met Joomla gecombineerd kan worden en wat er allemaal bij komt kijken. Mijn afstudeeropdracht is het maken van een werkplan waarmee de websites die ze maken geoptimaliseerd kunnen worden voor zoekmachines en dan voornamelijk voor Google. Deel van het onderzoek is het uitzoeken wat er naast de zoekmachine optimalisatie verstandig is om aan marketing activiteiten op het internet te gebruiken om meer bezoekers op de website te krijgen. Wat hier ook bij komt kijken is zoekmachine marketing, dit zijn onderdelen zoals Google AdWords, eventueel het maken van banners, advertenties etc. Hier komt dus een deel communicatie en design bij kijken. Waar nog meer communicatie bij komt kijken is het eerste deel van de opdracht, hierin wordt bepaald op welke zoekwoorden de website gevonden dient te worden.

[3.3 Deelprojecten]

De opdracht is opgesplitst in de volgende deelprojecten met ieder een andere aanpak. Het eerste deel van het project heb ik uitgevoerd onder begeleiding van Jeroen Kouwenberg, de directeur van Glans Marketing & Reclame en mijn bedrijfsbegeleider. Het tweede deel van het project heb ik uitgevoerd onder begeleiding van mijn nieuwe bedrijfsbegeleider Harry Jentjens, vormgever bij MarksMarks Reklame-makers en met ervaring van Joomla.

Onderzoeken wat er bij websites buiten Joomla wordt gedaan aan zoekmachine optimalisatie

Om dit deel van het project te onderzoeken ga ik op internet zoeken naar bestaande informatie hierover. Literatuur gebruik ik hier niet bij omdat deze al snel verouderd en misschien dus niet meer betrouwbaar is. Bij dit onderzoek zal ik niet zo diep ingaan op de verschillende aspecten. Wat bij dit onderzoek belangrijk is, is de bruikbaarheid van de aspecten binnen Joomla. Deze zullen dan in het volgende deelproject terugkomen en verder uitgediept worden.

Onderzoeken wat er op het internet al bekend is over zoekmachine optimalisatie in Joomla

Om dit deel van het project te onderzoeken zal ik ook het medium internet gebruiken. Eerst zal ik in het algemeen gaan zoeken naar informatie hierover. Daarna zal ik dieper op de aspecten ingaan en de werking ervan op de proef stellen.

Onderzoeken hoe de website jonkershoveniers.nl in de zoekmachines scoort

Dit ga ik doen door met verschillende programma's of websites elke dag te checken op welke positie deze website staat. Dit sla ik op in een tabel, waardoor ik aan het eind van dit onderzoek een duidelijk beeld heb over hoe de website er momenteel voorstaat in de zoekmachines. Daarnaast heb ik een beeld van op welke zoekwoorden de website wel en niet goed scoort in de zoekmachines.

Een plan maken op welke manier websites binnen Joomla geoptimaliseerd kunnen worden

Hierbij ga ik alle belangrijke informatie die ik in de vorige onderzoeken naar boven heb gehaald combineren in een plan, waardoor er een soort van werkwijze ontstaat waarmee websites in Joomla geoptimaliseerd kunnen worden.

Uitzoeken welke activiteiten aan te raden zijn naast de optimalisatie van de website

Hiervoor ga ik informatie die uit mijn vorige onderzoeken naar voren is gekomen gebruiken. Daarnaast zal ik eventueel een aanvullend onderzoek uitvoeren om te kunnen bepalen welke aanvullende activiteiten aan te raden zijn voor websites in Joomla en waarom.

De website jonkershoveniers.nl optimaliseren

Uiteindelijk ga ik met het plan dat ik heb geschreven de website jonkershoveniers.nl optimaliseren. Hierbij ga ik alle aspecten die ik gevonden heb in voorgaande onderzoeken en die belangrijk zijn voor de optimalisatie toepassen op deze website.

Evaluatie van de optimalisatie van jonkershoveniers.nl en bijstellen van het plan

Om te kunnen bepalen of de optimalisatie van de website zijn doel heeft bereikt ga ik weer onderzoek doen naar de score van de website in de zoekmachines en aan de hand hiervan eventueel mijn plan voor optimalisatie bijstellen.

[3.4 Projectactiviteiten]

Oriënterende fase

- week 3 & 4 Onderzoek zoekmachine optimalisatie buiten Joomla
- week 5 & 6 Onderzoek bestaande informatie over zoekmachine optimalisatie in Joomla binnen het bedrijf

Onderzoeksfase

- week 3 t/m 5 Onderzoek naar de score van de website jonkershoveniers.nl in de zoekmachines
- week 11 & 12 Onderzoek naar zoekmachine marketing

Realisatiefase

- week 7 t/m 10 Plan maken zoekmachine optimalisatie binnen Joomla
- week 6 t/m 17 Website jonkershoveniers.nl optimaliseren
- week 18 & 19 Evaluatie van de optimalisatie en eventueel bijstellen van het plan



4. Verantwoording Onderzoek

[4.1 Onderzoeksmethodieken]



Hieronder kunt u per deelproduct lezen welke onderzoeksmethode gebruikt is en waarom.

Onderzoek naar zoekmachine optimalisatie buiten Joomla

De onderzoeksmethode deskresearch heb ik gebruikt bij dit deelproduct. Hiervoor heb ik gekozen omdat er al vele onderzoeken zijn gedaan naar zoekmachine optimalisatie en deze nog vrij recent zijn. Veel van deze onderzoeken zijn te vinden op het internet, vandaar dat ik internet als enige medium heb gebruikt.

Onderzoek naar informatie binnen het bedrijf

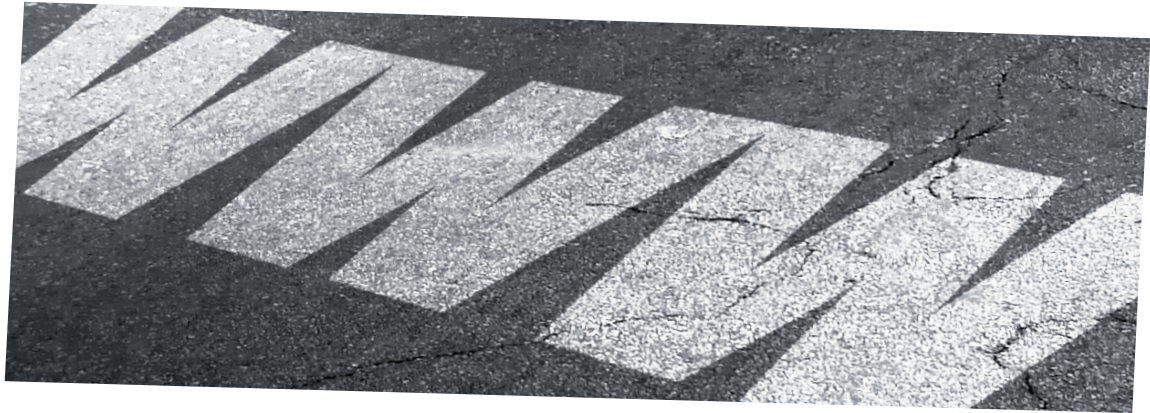
De onderzoeksmethode die ik hierbij heb gebruikt is ook deskresearch, namelijk het voeren van diverse expertinterviews met de directeur van Glans Marketing & Reclame. De directeur was degene binnen het bedrijf die kennis had van zoekmachine optimalisatie. Hiervoor heb ik gekozen omdat de informatie binnen het bedrijf alleen bij de directeur bekend was en niet gedocumenteerd was voor andere medewerkers.

Onderzoek naar de score van jonkershoveniers.nl

Hiervoor heb ik ook deskresearch als onderzoeksmethode gebruikt. Via een reeds geïnstalleerd programma op de website van jonkershoveniers.nl kon ik de statistieken over de bezoekers aan de website aflezen. Via tools op het internet heb ik deze statistieken aangevuld met de gegevens die ik nog miste in het statistieken programma dat reeds geïnstalleerd stond op de website, zoals de score van zoekwoorden in de zoekmachines.

Onderzoek naar zoekmachine marketing

Ook bij dit deelproduct heb ik ervoor gekozen om deskresearch te gebruiken. Hiervoor heb ik gekozen omdat op het internet de meeste en recentste informatie te vinden is over dit onderwerp. Veel onderzoeken worden ook alleen op het internet gepubliceerd, daarom is dit een ideaal medium om veel belangrijke informatie te vinden over zoekmachine marketing.



[4.2 Onderzoeksanalyse]

Voor deze scriptie is alleen gebruik gemaakt van websites met informatie over zoekmachine optimalisatie. Er is geen gebruik gemaakt van literatuur omdat de informatie met betrekking tot het onderwerp zoekmachine optimalisatie en Joomla heel snel verouderd is. Er is al veel onderzoek gedaan naar het onderwerp zoekmachine optimalisatie, op deze andere onderzoeken is mijn onderzoek gebaseerd. Er zijn nog niet veel onderzoeken gedaan naar zoekmachine optimalisatie binnen Joomla waardoor mijn onderzoek een toevoeging is op

de bestaande onderzoeken. Zoekmachine optimalisatie in Joomla is nu wel in opkomst en Joomla 1.5 is al vele malen zoekmachine vriendelijker dan Joomla 1.0 maar er is nog geen onderzoek gedaan waarin duidelijk een werkwijze beschreven staat die de gebruiker zelf kan toepassen in Joomla.

De basis van dit onderzoek zijn de onderzoeken naar zoekmachine optimalisatie die reeds gedaan zijn en de kennis van Joomla die ik opgedaan heb tijdens het afstuderen.

5. Onderzoek

[5.1 SEO buiten Joomla]

Hieronder kunt u een samenvatting van het onderzoek SEO buiten Joomla lezen, het volledige onderzoek is opgenomen in bijlage II.

[5.1.1 Het gebruik van zoekmachines]

Volgens onderzoek gebruikt 77 procent van de Internet gebruikers zoekmachines om een website te vinden. De Nederlandse internet-populatie bestaat inmiddels uit ruim 11 miljoen mensen. Van deze 11 miljoen mensen vindt 81 procent zoeken via zoekmachines de beste manier om informatie te vinden. Google heeft in Nederland het grootste marktaandeel, namelijk 95%.

Bron: <http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/av/show.cgi?fid=2289>, 2006-2007

Zoekmachines beoordelen websites op een eerlijke manier doordat ze gebruik maken van geheime algoritmes. De kwalitatief beste websites komen dus bovenin te staan. Elke zoekmachine werkt met zijn eigen algoritmes, waarbij er een aantal punten zijn waarin ze verschillen. Dit heeft mede te maken met de positionering van websites in die zoekmachine.

Omdat Google veruit het grootste marktaandeel in Nederland heeft wordt er in deze scriptie verder alleen ingegaan op zoekmachine optimalisatie in Google.

[5.1.2 Zoekwoorden]

Het is erg belangrijk om de zoekwoorden waarop u gevonden wilt worden goed uit te kiezen. Zoekopdrachten kunnen bestaan uit één of uit meerdere zoekwoorden, meestal zijn dit maximaal 3 woorden.

Om de zoekwoorden vast te stellen dient u zich af te vragen op welke zoekopdrachten u wilt dat de website gevonden wordt in de zoekmachines.

Om zoekwoorden vast te stellen kunt u ook op de websites van concurrenten kijken. De zoekwoorden die op deze websites worden gebruikt kunnen mogelijk voor uw bedrijf ook bruikbaar zijn.

Op basis van bovenstaande stappen kunt u de belangrijkste zoekwoorden voor uw website bepalen. Dit dienen er maximaal 5 te zijn. Deze zoekwoorden kunt u controleren door ze in te voeren bij Google, op deze manier krijgt u een idee van de concurrenten van uw website.

Het is belangrijk om de zoekwoorden zo specifiek mogelijk te maken. Wanneer u kiest voor een heel algemeen zoekwoord zal het erg moeilijk zijn om hiermee bovenin de zoekmachines te komen. Wanneer u het zoekwoord specificeert met bijvoorbeeld een plaatsnaam of een regio zal uw website bij een zoekopdracht van een bezoeker veel dichterbij de wensen van die bezoeker liggen.

Keyword density

De keyword density is de dichtheid van een zoekwoord of een combinatie van zoekwoorden op de website. Met vele online tools kunt u controleren of de zoekwoorden die u gekozen heeft vaak genoeg terugkomen op de website. Het beste is om een keyword density tussen de 3 en de 10% te gebruiken, waarbij een density van meer dan 10% sterk afgeraden wordt.

Zoekmachine statistieken

De zoekmachine statistieken kunt u bijhouden met verschillende programma's. Met deze statistieken kunt u nagaan welke zoektermen er zijn gebruikt in de zoekmachine waarna uw website is gevonden. Een voorbeeld van zo'n programma is Google Analytics, dit is een gratis tool van Google waarin u eenvoudig de statistieken kunt bijhouden.

[5.1.3 Vindbaarheidscriteria]

We gaan verder in op de vindbaarheidscriteria. Dit is een selectie uit vele aspecten die van invloed zijn op positionering in zoekmachines.

Sitemap

De sitemap is een soort inhoudsopgave van de website, die voor de gebruiker gemakkelijk is om snel de pagina te vinden die hij zoekt. Maar voor de zoekmachines is de sitemap ook erg belangrijk. Zet op de homepage een tekstlink naar de sitemap en vanuit daar kan de zoekmachine de hele website gemakkelijk indexeren.

Title

Het is belangrijk dat iedere pagina een unieke titel heeft die representatief is voor de inhoud op die pagina. De informatie is dan van grotere waarde voor de zoekmachine. De titel dient ook kort en informatief te zijn.

Meta tag description

Dit is een korte beschrijving van de informatie die op een bepaalde pagina staat, hierin worden enkele relevante zoekwoorden verwerkt. Deze beschrijving bestaat uit ong. 2 regels. Zoekmachines hechten meer waarde aan de zoektermen die in de beschrijving zijn verwerkt.

Meta tag keywords

Dit zijn zoektermen die op de pagina worden gebruikt, dit kunnen ook combinaties van zoektermen zijn.

Frames

Frames zorgen voor een slechte indexatie van de informatie op de website. Dit kunt u dus beter vermijden.

Tags

Het gebruik van tags op uw website is erg belangrijk voor zoekmachines. Een tag is een soort label dat wordt gebruikt om opmaak aan stukken tekst te geven. Gebruik in uw inhoud tags voor kopjes (<h1>, <h2>, <h3>, etc.) en zorg dat relevante zoektermen terugkomen in die kopjes. Tags zoals bold en cursief tekst, maar ook het gebruik van opsommingen wordt hoger gewaardeerd.

Relevante inhoud

Het is belangrijk dat er op een pagina minimaal 150 woorden staan zodat de zoekmachine dit kan indexeren. Maar ook de inhoud van de pagina is belangrijk. Zorg dat de inhoud relevant is voor de bezoeker.

Flash

Het gebruik van Flash op uw website wordt sterk afgeraden wanneer dit geen duidelijke meerwaarde heeft. Dit omdat teksten opgemaakt in Flash amper geïndexeerd worden door zoekmachines. Filmpjes of andere interactieve onderdelen kunnen eventueel wel in Flash opgemaakt worden, als de tekst daarbuiten blijft.

Indexatie

Belangrijk is om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk pagina's indexeerbaar zijn voor zoekmachines. Op deze manier maakt u een grotere kans om gevonden te worden via door zoekmachines.

Linkpopulariteit

Het is erg belangrijk dat andere websites naar uw website linken. Belangrijk hierbij is ook of de andere websites relevante inhoud bieden. Dit is een belangrijk aspect van de positionering geworden.

Pagerank

Google meet de populariteit van uw website ten opzichte van andere websites met de pagerank. Wanneer u een hoge pagerank heeft betekent dit dat veel relevante websites naar u website linken. De meeste websites hebben een pagerank van 4 of 5.

Conclusie

Vaak worden wijzigingen aan de technische kant van de website zoals de meta tag description en keywords vergeten. Deze wijzigingen zijn voor de vindbaarheid in zoekmachines erg belangrijk. Wat ook vaak voorkomt is dat er foute informatie wordt getoond in de zoekmachines, dit komt bijvoorbeeld doordat de pagina waar de zoekmachine naar verwijst niet meer bestaat of dat er redirects worden gebruikt (de pagina verwijst direct door naar een andere pagina). Hierdoor kunnen de zoekmachines niet de juiste inhoud indexeren.

[5.1.4 Andere aspecten van zoekmachine optimalisatie]

Bij het zoekmachine vriendelijk maken van uw website komen niet alleen technische aspecten kijken. Het goed schrijven van de inhoud is ook erg belangrijk. Het gebruik van koppen boven de tekst en subkoppen tussen de tekst speelt een grote rol. In deze koppen is het belangrijk om de zoekwoorden die belangrijk zijn voor die pagina te noemen. Het is belangrijk om de zoekwoorden ook meerdere malen in de tekst zelf te laten terugkomen, het liefste in verschillende vormen, meervoud, enkelvoud, tegenwoordige tijd, verleden tijd, etc.

De keuze van de domeinnaam is erg belangrijk bij de positionering. Het dient een makkelijk te onthouden, korte en simpele domeinnaam te zijn. Ook is het belangrijk om het meest relevante zoekwoord terug te laten komen in de domeinnaam.

De URL dient zo schoon mogelijk te blijven, dit betekent dat de URL zo kort mogelijk dient te blijven en zo min mogelijk spaties en andere leestekens mag bevatten. Dynamische websites maken vaak vervuilde URL's en deze zijn moeilijk te lezen voor zoekmachines.

Tegenwoordig kan iedereen een nieuwsbericht publiceren op internet. Belangrijk is dan ook dat u zelf relevante en interessante inhoud publiceert zodat websites naar uw nieuwsberichten kunnen linken.

Zoekmachines gebruiken spiders om websites te indexeren. Spiders zijn een soort robotjes die de website scannen en daarmee de relevantie bepalen. Het is dus belangrijk dat de website goed toegankelijk is voor spiders. Daarbij is het van belang dat er veel tekst wordt gebruikt op de pagina's en dat zoekwoorden hoog in de pagina (en HTML code) terug komen. Afbeeldingen en flashanimaties zijn niet zichtbaar voor spiders, wel zijn er een aantal trucs die u kunt toepassen om deze toch te indexeren. Deze vindt u terug in het uitgebreide onderzoek wat u terug kunt vinden in bijlage II.

Belangrijk is ook om de opmaak van de website apart te houden van de HTML code, dit kan door een externe CSS te gebruiken. Op deze manier blijft de HTML code schoon en overzichtelijk. Ook de tags die alleen in de HTML code getoond worden zijn belangrijk. Dit zijn de title, meta description en de meta keywords tag (zie paragraaf 5.1.3 voor een beschrijving). Het is belangrijk om ook hier uw zoekwoorden in terug te laten komen.

[5.1.5 Negatieve Indexatie]

Negatieve indexatie in de zoekmachines zorgt ervoor dat de positie verslechterd. Negatieve indexatie kan voorkomen in de volgende situaties.

1. Zoekmachines kunnen de website als spam zien, dit ontstaat wanneer men onredelijk heeft gehandeld of wanneer men zich niet aan een aantal regels heeft gehouden. De website komt dan op de zwarte lijst terecht en wordt niet meer geïndexeerd.
2. Wanneer de website niet goed gevonden kan worden, bijvoorbeeld door een slechte hosting, wordt de website minder goed geïndexeerd.
3. Het dupliceren van inhoud wordt gezien als minder relevant.
4. Het wordt als negatief gezien wanneer de website naar spam linkt.
5. Het gebruiken van teveel keywords is niet goed, deze dienen op een natuurlijke manier gebruikt te worden.
6. Het gebruiken van unieke titels en meta descriptions zorgt voor een groter verschil tussen pagina's en dit is belangrijk voor een goede indexatie.

[5.1.6 Aanmelden bij Zoekmachines]

Om de website op te laten nemen in de index van zoekmachines dient u de website aan te melden. Dit kunt u doen via de website van de zoekmachine zelf. Doe dit maar één keer, wanneer u dit vaker doet wordt uw website als spam gezien.

[5.2 Onderzoek bestaande informatie SEO in Joomla in het bedrijf]

[5.2.1 De vier belangrijkste aspecten bij SEO in Joomla]

Page Title

De titel van de pagina is erg belangrijk, het beste is om hier het volgende van te maken: "bedrijf – zoekwoord".

URL

Het zoekwoord dient in de URL terug te komen, zorg ervoor dat het zoekwoord zo dicht mogelijk tegen de hoofd URL aanzit.

Meta Description

Een goede beschrijving van de pagina met de zoekwoorden erin.

Meta Keywords

Belangrijk is dat er niet teveel (max. 10) zoekwoorden in de meta keywords staan, ook dient u de zoekwoorden specifiek te houden.

[5.2.2 De opmaak van het artikel]

Titel van het artikel

De titel van het artikel dient het zoekwoord te bevatten.

Tekst van het artikel

In de tekst dient meerdere malen het zoekwoord terug te komen. Het is belangrijk om veel en waardevolle inhoud op de website te hebben. Ook is het belangrijk dat er geschreven wordt over de activiteiten die het bedrijf uitvoert, zo komen de zoekwoorden die bezoekers invoeren in de zoekmachine vanzelf in de website terug.

Kop van het artikel

Belangrijk is om het zoekwoord vooraan in de kop te plaatsen.

Tags

Bold, italic en headings tags worden belangrijker geacht door zoekmachines. Het is dat ook belangrijk dat deze gebruikt worden. Gebruik h1 voor de belangrijkste kop en h2 voor de kopjes erna.

Opsommingen

Tekst in de vorm van opsommingen wordt belangrijker geacht, dit kunt u gebruiken in de tekst op uw website.

[5.2.3 Zoekwoorden]

Het is lastig om te bepalen op welke zoekwoorden bezoekers zoeken om uw website te vinden. Dit kunt u op verschillende manieren controleren, maar belangrijker is om zelf goed hierover na te denken.

Hierbij dient u te letten op:

- Geografische afbakening bijv. Jonkers Hoveniers Venlo (bedrijfs-naam woonplaats)
- Het belang van het zoekwoord voor de website.

[5.2.4 Tracking]

Om goed bij te kunnen houden hoe de statistieken van de website zijn kunt u tracking programma's hanteren. Een voorbeeld hiervan is Google Analytics. Om de load / traffic van de website laag te houden is het slim om de statistieken buiten de website om bij te houden en dus niet via een component in Joomla. Google Analytics is hiervoor zeer geschikt en bovendien een gratis tool van Google.

[5.3 Onderzoek jonkershoveniers]

Hieronder wordt voor de belangrijkste onderdelen kort omschreven hoe jonkershoveniers.nl in de zoekmachines scoorde voordat de website geoptimaliseerd werd en hoe de website nu scoort in de zoekmachines, na de optimalisatie van de website.

Dit is een samenvatting van het onderzoek dat ik gedaan heb. Het volledige onderzoek is opgenomen in bijlage III. Onderzoek jonkershoveniers.nl.

[5.3.1 Links vanuit externe website]

Het aantal links vanuit externe websites naar jonkershoveniers.nl is gestegen (van 47 naar 52), dat wil zeggen dat meer websites een link hebben geplaatst naar de website van Jonkers Hoveniers. Wel is het aantal bezoekers dat op die links geklikt heeft gedaald. Dit wordt veroorzaakt door de link op www.startlimburg.nl, deze zorgde eerst voor veel bezoekers (81) maar nu is het minimaal. De oorzaak hiervan kan ik niet achterhalen. De zoekmachine Google zorgt nu voor meer bezoekers (86) dan voordat de website geoptimaliseerd was (130).

[5.3.2 Instap pagina's]

Dit zijn de pagina's waarmee bezoekers binnenkomen op de website. Hierin is na de optimalisatie een groot verschil te zien ten opzichte van voor de optimalisatie. Bezoekers komen nu ook veelal binnen op een submenu van een zoekwoord. Bijvoorbeeld op natuurontwikkeling, daktuinen, zwemvijvers en regeninstallaties. Voordat de website geoptimaliseerd was kwamen bezoekers meestal binnen op de homepage en op de pagina daktuinen, maar verder op weinig andere pagina's.

[5.3.3 Uitstap pagina's]

Dit zijn de pagina's waar bezoekers het laatst op gekeken hebben voordat ze de website verlieten. Hierbij is het opvallend dat er veel

meer verschillende uitstap pagina's (115) zijn dan voor de optimalisatie (79). Het aantal uitstapmomenten is ongeveer gelijk gebleven op 681 momenten. Opvallend is dat er 20% minder uitgestapt wordt op de homepage van de website. Deze is dus waarschijnlijk interessanter geworden voor de bezoeker.

[5.3.4 Zoekwoorden]

Dit zijn de woorden of zinnen die bezoekers in de zoekmachines gebruiken om de betreffende website te vinden. Het aantal zoekwoorden voor jonkershoveniers.nl is meer gevarieerd geworden, er zijn meer verschillende woorden waar bezoekers op zoeken.

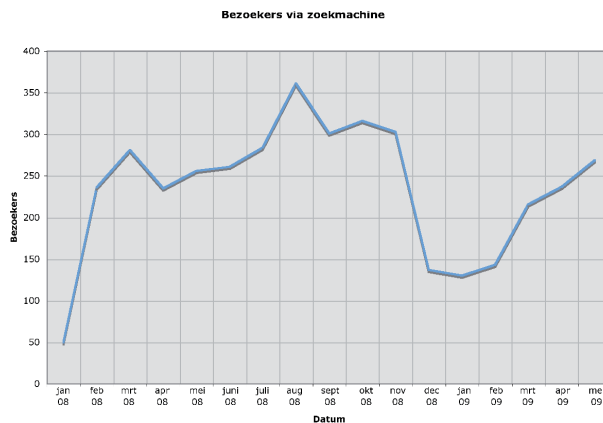
Er wordt nog evenveel gezocht op woorden die direct met het bedrijf te maken hebben zoals; jonkers, hoveniers, hovenier, jonkers venlo en jonkers hoveniers.

Aan de zoekwoorden na de optimalisatie valt op dat er meer trefwoorden worden gebruikt dan voor de optimalisatie. Woorden waar nu vaak op gezocht wordt zijn; daktuinen, kunstgras, zwembijver, probst, etc. Voor de optimalisatie was dit alleen het trefwoord daktuin.

Daarnaast wordt er vaker gezocht op woorden die met werk en vacatures te maken hebben. En woorden die met kosten van producten en diensten en de kosten van zwempullen te maken hebben. Een enkele keer wordt er ook op namen van medewerkers gezocht.

[5.3.5 Bezoekers via zoekmachines]

Het aantal keren dat bezoekers de website jonkershoveniers.nl via de zoekmachines hebben gevonden is gestegen. Dit is van 143 keer in februari '09 naar 269 keer in mei '09 gestegen. Hierbij is het aantal keren dat de zoekmachine Google is gebruikt sterk gestegen (van 105 keer naar 225 keer). De zoekmachines Live Search en MSN zorgen voor een klein deel van de bezoekers, namelijk 16% in mei '09. Hieronder ziet u een overzicht van de bezoekers die via zoekmachines op de website van Jonkers Hoveniers terecht kwamen. Hierin is de daling van november '08 tot en met januari '09 goed te zien, in februari '09 is de optimalisatie begonnen en zijn de bezoekersaantallen weer gestegen. Waarom er zo'n grote daling te zien is kan ik helaas niet achterhalen. Dit kan met veel verschillende factoren te maken hebben.



[5.3.6 Pagerank]

De Pagerank is een manier waarmee Google meet hoe relevant de website is ten opzichte van andere websites. Belangrijk hierbij zijn de links vanuit andere websites naar uw website.

De website jonkershoveniers.nl heeft een Pagerank van 3, dit is een iets lager dan gemiddelde score. De pagerank wordt hoofdzakelijk bepaald door de hoeveelheid en relevantie van de websites die naar de betreffende website linken. Jonkers Hoveniers zal er dus voor moeten zorgen dat relevante websites een link plaatsen naar hun website om de pagerank te laten stijgen.

[5.4 Onderzoek zoekmachine marketing]

Zoekmachine marketing is het plaatsen van advertenties tegen betaling bij natuurlijke zoekresultaten, dit zijn de links in zoekmachines waar niet voor betaald wordt. Wanneer de zoekmachine gebruiker een zoekopdracht geeft, krijgt deze bepaalde advertenties te zien die met deze zoekopdracht te maken hebben. In Nederland is de meest bekende zoekmachine waarbij advertenties geplaatst kunnen worden Google AdWords. U kunt Google AdWords gebruiken om uw naamsbekendheid te vergroten maar ook om het aantal bezoekers omhoog te halen en hiermee de aankopen via internet te vergroten. Google AdWords is snel in gebruik te nemen en flexibel.

Het voordeel van adverteren in zoekmachines is dat het voor kleine en grote organisaties met beperkte middelen gemakkelijk in te zetten is. U betaalt aan Google AdWords een bedrag per keer dat er geklikt is op uw advertentie. Ook kunt u een maximum budget per dag instellen zodat u de kosten in de hand houdt. De kosten per klik kunnen verschillen per zoekwoord. Sommige zoekwoorden hebben meer concurrentie dan andere, deze zijn dan ook duurder per klik.

Wanneer u gebruik wilt maken van Google AdWords dient u eerst de zoekwoorden te bepalen. Wanneer u uw website al geoptimaliseerd heeft kunt u het beste de zoekwoorden die u daarvoor gebruikt heeft ook hiervoor te gebruiken. Daarna dient u uw budget te bepalen, het bedrag dat u maximaal per dag in totaal wilt betalen en voor elk zoekwoord wat u per klik wilt betalen. Nogmaals, de kosten per klik zullen afhangen van het aantal concurrenten dat hetzelfde zoekwoord gebruikt.

Wanneer u bovenstaande heeft gedaan kunt u Google AdWords in gaan stellen. Ook kunt u landingspagina's maken voor de bezoekers van uw website die doorgelinkt zijn via de advertentie in de zoekmachine. Landingspagina's zijn pagina's op uw website die speciaal zijn ingericht voor een bepaalde advertentie. De bezoekers zien daardoor meteen de informatie die ze willen hebben en zullen hierdoor minder snel afhaken.

Zoekmachine marketing is een aanvulling op zoekmachine optimalisatie. Door deze te combineren krijgt u de meest optimale resultaten.

6. Werkwijze voor SEO binnen Joomla

Hieronder vindt u een werkwijze die stap voor stap omschrijft hoe zoekmachine optimalisatie binnen het CMS Joomla uitgevoerd kan worden. Dit is voor Joomla 1.0 en voor Joomla 1.5 uitgewerkt.

[6.1 Zoekwoorden]

Maak een keuze van een aantal zoekwoorden waarop u gevonden wilt worden. Er mogen maximaal vijf hoofdzoekwoorden zijn. Het is belangrijk om deze goed uit te kiezen; let erop dat uw zoekwoorden specifiek zijn en eventueel ook dat ze geografisch afgebakend zijn. Bijv. Jonkers Hoveniers Venlo of Jonkers Hoveniers Noord-Limburg.

[6.2 Nieuwe website]

Wanneer u een nieuwe website gaat bouwen is het belangrijk om goed na te denken over de domeinnaam. Het beste is om uw belangrijkste zoekwoord in de domeinnaam te gebruiken. Zo krijgt u op dit zoekwoord een betere positionering.

Als u de website technisch gaat realiseren gebruik dan bij voorkeur geen frames, deze worden niet goed geïndexeerd door de zoekmachines. Maak liever gebruik van div's of eventueel tabellen, deze worden namelijk wel goed geïndexeerd.

Voor de opmaak van uw website kunt u het beste een externe CSS gebruiken, hiermee blijft u code overzichtelijk en schoon en wordt de inhoud van uw website beter geïndexeerd.

[6.3 Bestaande website]

Hieronder leest u wat u kunt doen om uw website in Joomla zoekmachine vriendelijk te maken. Alle extensies die genoemd worden kunt u downloaden via de website <http://extensions.joomla.org>.

URL's

Joomla maakt uit zichzelf geen zoekmachine vriendelijke URL's, u dient hiervoor in Joomla 1.0 een component te installeren en in Joomla 1.5 bepaalde configuraties te doen. Hieronder wordt uitgelegd hoe u dit kunt doen.

Joomla 1.0

In Joomla 1.0 zitten geen opties ingebouwd om zoekmachine vriendelijke url's te maken. Hiervoor kunt u de component SH404 SEF gebruiken. Dit is



een component waarin u diverse configuraties kunt doen en hiermee overzichtelijke en schone url's kunt produceren. Voor uw componenten kunt u aparte instellingen gebruiken, bijv. voor contactformulieren.

Joomla 1.5

In Joomla 1.5 zitten standaard opties die u aan kunt zetten om zoekmachine vriendelijke url's te produceren. Deze kunt u vinden onder de algemene instellingen van de website. Hier kunt u alleen aangeven of u zoekmachine vriendelijke url's wilt, of u Apache wilt gebruiken

om de url's te herschrijven en of u een achtervoegsel toe wilt voegen aan url's. Wanneer u meer mogelijkheden wilt kunt u ook bij Joomla 1.5 ervoor kiezen om de component SH404 SEF te installeren.

SEO instellingen

Zoekmachinevriendelijke URLs	☐ Nee ☒ Ja
Gebruik Apache mod_rewrite	☐ Nee ☒ Ja 
Achtervoegsel toevoegen aan URL's	☐ Nee ☒ Ja

Hierlangs ziet u de opties die u standaard in Joomla 1.5 kunt instellen.

Sitemap

Wanneer u een sitemap op uw website heeft kan Google de pagina's beter indexeren, wel dient u op de homepage een tekstuele link naar de sitemap te maken. Het beste is om een extensie te installeren die ook direct een Google XML sitemap aanmaakt.

Joomla 1.0 & Joomla 1.5

Voorbeelden van sitemap componenten zijn Xmap en Joomap. Met deze componenten kunt u ook meteen een Google XML sitemap aanmaken.



Title tag

Voor zoekmachines is het erg belangrijk dat iedere pagina een unieke titel heeft. Deze dient representatief te zijn voor de informatie op die pagina en dient tussen de 70 tot 100 woorden lang te zijn. Het beste is om geen domeinnaam te gebruiken in de title tag. De zoekwoorden die belangrijk zijn voor de bepaalde pagina dienen wel in de titel terug te komen. Ook is het slim om een plugin te installeren waardoor de naam van de website automatisch in alle title tags wordt gezet.

Joomla 1.0

In Joomla 1.0 kunt u de titel van de pagina instellen in de menu-manager. Wanneer u een menu-item opent ziet u de naam van dat menu-item. Joomla 1.0 gebruikt automatisch die naam als pagina titel.

Name:

Wanneer u een andere naam wilt gebruiken voor het menu-item en de titel van de pagina kunt u in het menu-item onder Parameters de HTML Title instellen. De naam van het menu-item wordt dan gebruikt in het menu en de HTML title wordt gebruikt als titel van de pagina.

HTML Title

Joomla 1.5

In Joomla 1.5 wordt de titel van de pagina bepaald door de titel van het artikel dat getoont wordt. Wanneer u de titel van het betreffende artikel wijzigt zal de paginatitel ook mee wijzigen.

Titel

Wanneer u een andere titel dan de titel van het artikel voor de pagina in wilt stellen, kunt u via het menu-item een andere titel aan de pagina geven door het veld Paginatitel in te vullen.

Paginatitel

Wanneer u een link maakt naar een component wordt in de meeste gevallen de titel van het menu-item overgenomen. Wanneer u een andere paginatitel in wilt stellen kunt u dit weer in het menu-item bij Paginatitel instellen. Of de titel overgenomen wordt van het menu-item is per component bepaald.

Meta tag description & Meta tag keywords

De meta tag description is de tag waarin een korte samenvatting van de informatie op die pagina komt te staan. Let hierbij op dat de samenvatting tussen de 25 en 30 woorden is en niet meer dan 150 karakters. De beschrijving dient representatief te zijn voor de informatie op die pagina en de zoekwoorden die belangrijk zijn voor die pagina dienen ook in de beschrijving terug te komen. Belangrijk is ook dat de zoekwoorden die in deze tags gebruikt worden ook in de tekst op de pagina terug komen.

De meta tag keywords zijn de belangrijkste zoekwoorden van de betreffende pagina en combinaties hiervan. Belangrijk hierbij is dat de zoekwoorden ook terugkomen in de meta tag description en in de tekst van de pagina. Dit mogen maximaal 378 karakters zijn en de zoekwoorden of combinaties dienen gescheiden te zijn door middel van komma's.

Joomla 1.0

In Joomla 1.0 kunt u de meta tag description en keywords instellen bij het artikel zelf in de editor of bij een menu-item wanneer u deze opent. Het beste is om de meta tags bij het menu-item in te vullen. Wanneer u dan een link maakt naar een pagina met meerdere artikelen (zoals bijvoorbeeld een

META tag description	meta tag description
META tag keywords	meta tag keywords

blog) worden de meta tags die in het menu-item ingesteld zijn gebruikt omdat er per pagina maar 1 meta tag description en 1 meta tag keywords kan worden gebruikt.

Joomla 1.5

In Joomla 1.5 kunt u de meta tag description en keywords instellen bij het artikel in de editor.

Rechts in de editor kunt u bij 'Metadata informatie' de omschrijving en de zoekwoorden invullen.

Omschrijving	meta tag description
Zoekwoorden	meta tag keywords

Wanneer u gebruik maakt van componenten zal de algemene meta tag description van de gehele website getoont worden. Deze kunt u als volgt instellen.

Joomla 1.0

Bij de algemene instellingen van de website (Global Configuration) kunt u kiezen voor het tabblad 'Metadata'.

Hier kunt u de algemene meta tag description en de meta tag keywords van de website instellen.

Global Site Meta Description:	meta description
Global Site Meta Keywords:	meta keywords

Joomla 1.5

Bij Joomla 1.5 kunt u de meta tags ook via de algemene instellingen (configuratie) instellen. Hier kunt u de velden 'Globale website meta omschrijvingen' en 'Globale website meta zoekwoorden' invullen.

Globale website meta omschrijving	meta tag description
Globale website meta zoekwoorden	meta tag keywords

URL

Wanneer u zoekmachine vriendelijke url's ingesteld heeft (zoals in het begin van dit hoofdstuk beschreven staat), kunt u de benamingen in de url's beïnvloeden.

Joomla 1.0

In Joomla 1.0 dient u eerst de component SH404 SEF te installeren, daarna kunt u via deze component de juiste instellingen bepalen. Wanneer u in de component op 'Bekijk/bewerk SEF url's' klikt kunt u de gegenereerde SEF url's bekijken en eventueel bewerken.

Joomla 1.5

In Joomla 1.5 kunt u de standaard opties gebruiken of ook de component SH404 SEF installeren. Wanneer u SH404 SEF gebruikt kunt u de stappen zoals hierboven bij Joomla 1.0 beschreven staan volgen. Wanneer u de standaard opties in Joomla 1.5 gebruikt worden de SEF url's gemaakt aan de hand van de 'titel alias'.

Deze kunt u instellen in het menu-item. Wanneer u een menu-item aanmaakt kunt u de 'Titel' invullen en de 'Alias'. De alias dient u zonder spaties, hoofdletters en andere leestekens in te voeren. Dit is namelijk het gedeelte dat Joomla gebruikt om de url op te bouwen. Belangrijk hierbij is dat het belangrijkste zoekwoord van die pagina hierin terugkomt.

Titel:	titel
Alias:	alias

Tags in de tekst

Zoekmachines beoordelen teksten die binnen tags staan hoger dan de rest van de tekst op de pagina. Tags kunnen headings zijn, maar ook bold tekst, cursief tekst en opsommingen.

Het is belangrijk dat u kopjes in de teksten maakt en hiervoor headings gebruikt. Het beste is om boven de tekst op elke pagina een zin als kop te gebruiken en hiervoor de <h1> tag te gebruiken, dit is voor de zoekmachines de belangrijkste tag.

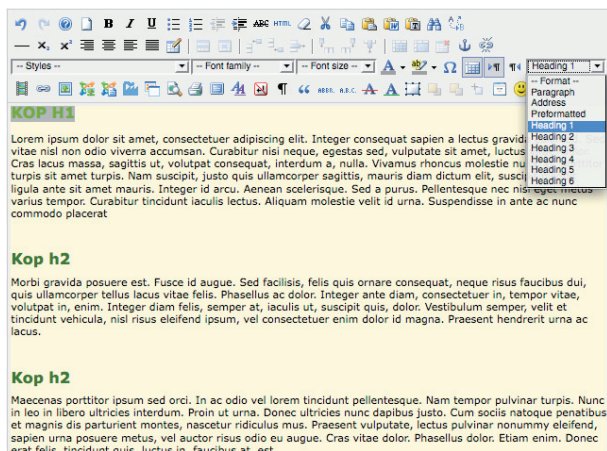
De <h2> tag kunt u gebruiken voor tussenkopjes of kopjes van alinea's. Verder kunt u stukjes tekst bold of cursief maken en opsommingen gebruiken.

Belangrijk hierbij is dat de zoekwoorden die relevant zijn voor de betreffende pagina in de tags geplaatst worden, daarbij is het ook van belang dat het zoekwoord vooraan binnen de tag geplaatst wordt.

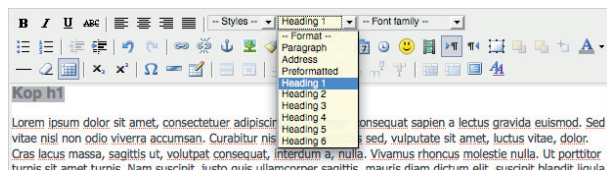
Wanneer u een artikel opent via de editor kunt u gebruik maken van de tags, wel dient u voor de opmaak hiervan gebruik te maken van een externe CSS. Hieronder wordt omschreven hoe u gebruik kunt maken van tags binnen een artikel. Dit werkt voor Joomla 1.0 en Joomla 1.5 hetzelfde.

Selecteer de tekst waarvan u een kop wilt maken. Ga naar het dropdownmenu 'Format-' en selecteer de juiste heading die u wilt gebruiken, in dit geval is dat 'Heading 1'.

Joomla 1.0



Joomla 1.5



Tekst

Het is belangrijk dat de tekst uit minimaal 150 woorden bestaat. Hier dient het zoekwoord meerdere keren in voor te komen en in verschillende vormen zoals in het enkelvoud, meervoud, verleden tijd, tegenwoordige tijd, gecombineerd met een ander woord etc.

Het is erg belangrijk dat de inhoud relevant is. U zou bijvoorbeeld over de bedrijfsactiviteiten kunnen schrijven, maar ook een nieuwspagina is aan te raden. Hiermee bevordert u de online PR en geeft u andere websites meer ruimte om naar uw website te kunnen linken.

Het is niet aan te raden om pagina's geheel te vullen met zoekwoorden. Het combineren van de zoekwoorden in de teksten dient op een natuurlijke wijze te gebeuren dat de bezoeker niet het gevoel heeft dat de tekst voor zoekmachines is geschreven. Er bestaan online tools waarmee u de dichtheid van de zoekwoorden ten opzichte van de teksten op de pagina kunt meten. Een voorbeeld van zo'n tool kunt u vinden op www.ranks.nl, hier kunt u de website url ingeven in de Keyword density analyzer. Zorg ervoor dat de dichtheid van de zoekwoorden 3% tot 10% is en zeker niet meer dan 10%.

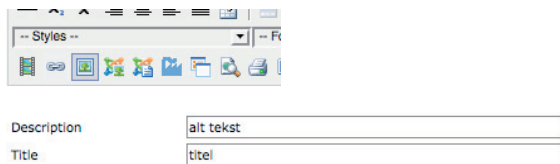
Flash & Afbeeldingen

Flash onderdelen en afbeeldingen zijn voor zoekmachines niet of nauwelijks te indexeren. Het is dus niet slim om flash of afbeeldingen te gebruiken om teksten op te maken. Wanneer u dit gebruikt voor filmpjes, interactieve onderdelen of plaatjes en foto's zou dit wel kunnen, zolang de teksten hier maar buiten vallen.

Wanneer u afbeeldingen gebruikt op uw website kunt u een aantal opties gebruiken om de afbeelding toch door zoekmachines te laten indexeren, hoe u dit kunt doen leest u hieronder.

Wanneer u een artikel met een afbeelding erin heeft opent u deze. U klikt op de afbeelding en daarna op het icoontje van afbeeldingen. Daar ziet u de velden 'Omschrijving' ('Description') en 'Titel' ('Title'). De omschrijving is zoals die genoemd wordt de alt-tekst. Het is belangrijk dat u hier de zoekwoorden die belangrijk zijn op deze pagina in gebruikt, hier kunt u een zin van maken. Het veld daaronder, het titel veld, is de titel van de afbeelding. Ook hierbij is het belangrijk om het zoekwoord te gebruiken. Hieronder kunt u zien hoe dit eruit ziet.

Joomla 1.0



Joomla 1.5



Wat ook meespeelt voor de positionering in zoekmachines met betrekking tot afbeeldingen is de bestandsnaam. Het is aan te raden om hier ook het belangrijkste zoekwoord van die pagina in te gebruiken.

Wanneer u een pagina heeft waar alleen een afbeelding of een flash animatie op staat, is het aan te raden om hier tekst aan toe te voegen. In die tekst kunt u ook weer zoekwoorden verwerken. Vertel bijvoorbeeld iets over de foto of flashanimatie.

[6.4 Extra's]

Linking

Voor zoekmachines is een erg belangrijke factor voor de positionering de linkpopulariteit. Dit wil zeggen dat de zoekmachines nagaan hoeveel en welke websites links naar uw website hebben. Het is niet alleen belangrijk dat er veel websites zijn die linken naar uw website, maar het is ook relevant waar die websites over gaan. Het is goed voor de positionering wanneer de websites die naar uw website linken relevant zijn voor uw website.

Ook wanneer een website met een hoge linkpopulariteit naar uw website linkt is dit goed voor uw positie. De linkpopulariteit wordt gemeten door middel van de pagerank, dit is uw linkpopulariteit ten opzicht van andere websites.

Statistieken

Het is slim om de statistieken van uw website bij te houden. Hier zijn verschillende programma's en extensies voor. Het is aan te raden om dit niet als een component in Joomla te installeren omdat het dataverkeer van uw website dan stijgt en dit is negatief voor de positionering.

Een goede oplossing hiervoor is Google Analytics, dit is een gratis service van Google waarin u gemakkelijk de statistieken van uw website bij kunt houden. U dient dan wel een plugin op uw website te installeren. Google Analytics plaatst dan een stukje code op uw website waarmee de statistieken bijgehouden worden.

Een voorbeeld van een plugin die u kunt installeren is 'BIGSHOT Google Analytics' plugin. Deze zet de Google Analytics code onderin de html code van uw website, dit is wat Google zelf ook aanraadt om te doen.

Wanneer u deze plugin geïnstalleerd heeft dient u zich nog aan te melden bij Google, dit kunt u doen via www.google.nl. Daarna dient u zich aan te melden voor Google Analytics, dit kunt u doen via www.google.nl/analytics. Wanneer u uw website heeft aangemeld bij Google Analytics krijgt u een Account-id die u vervolgens in dient te vullen

in de plugin in Joomla. Wanneer u bovenstaande heeft uitgevoerd is de installatie voltooid. Elke nacht worden de statistieken op Google Analytics bijgewerkt. U kunt dus steeds de statistieken van de vorige dag en eerder zien.

Google webmaster tools

Op www.google.nl/webmasters/tools/ kunt u zich aanmelden voor Google webmaster tools, hiermee kunt u uw website aanmelden bij Google en ook een Google XML sitemap aanmelden. In deze tool zitten allerlei kleine tools waarmee u kunt controleren of uw website optimaal is voor de positionering in Google.

[6.5 Don'ts]

Er zijn bepaalde situaties denkbaar die een negatieve invloed op de indexatie en positionering van uw website hebben.

Spam

Zoekmachines kunnen uw website als 'spam' markeren, dit kan veroorzaakt worden door de volgende situaties.

Keyword listing

Wanneer u tekst op uw website gebruikt die dezelfde kleur heeft als uw achtergrond wordt dit keyword listing genoemd. De bezoeker kan de teksten op deze manier niet zien, maar de zoekmachines kunnen deze teksten wel lezen.



Doorway pages

Doorway pages zijn pagina's die direct doorverwijzen naar andere pagina's. Op de pagina die de bezoeker niet te zien krijgt, omdat die direct doorverwezen wordt, worden teksten neergezet speciaal die voor de zoekmachine geschreven zijn.

Cloaking

Cloaking is ook een manier om de zoekmachine te misleiden. Bij cloaking wordt er ook een speciale pagina voor zoekmachines gemaakt. Wanneer de robot of spider van een zoekmachine dan op de pagina komt wordt er een andere inhoud getoond dan wanneer er een reguliere bezoeker op de website komt.

Linkfarming

Dit zijn pagina's die speciaal ingericht zijn om links te verspreiden.

Slechte bereikbaarheid

Het kan zijn dat uw website slecht bereikbaar is. Wanneer dit het geval is hebben zoekmachines er moeite mee om uw website te indexeren. Een oorzaak hiervan kan zijn dat de hosting van uw website slecht of traag is.

Content dupliceren

Het dupliceren van content, dus pagina's met precies dezelfde inhoud, hebben een negatieve invloed op de positionering. Zoekmachines willen graag pagina's die van elkaar verschillen, dit geldt ook voor de tags die gebruikt worden, zoals de title tag.

Linken naar spam

Wanneer uw website linkt naar andere websites die als spam gemarkeerd zijn heeft dit ook een negatieve invloed. Veel links van andere websites zijn belangrijk, maar let op welke websites u naar uw eigen website laat linken.

7 Conclusies & Aanbevelingen

[7.1 Conclusies]

Het is tegenwoordig erg belangrijk dat een bedrijf, in welke sector deze zich ook bevindt, een website heeft. En het hebben van een website is niet genoeg, deze dient ook gevonden te kunnen worden door belangstellenden. Hiervoor is zoekmachine optimalisatie nodig.

Joomla is een CMS met veel mogelijkheden. Het CMS is van oorsprong niet zoekmachine vriendelijk, maar het onderzoek in deze scriptie bewijst dat het CMS Joomla wel zoekmachine vriendelijk gemaakt kan worden door een aantal onderdelen te installeren en op een juiste manier te configureren. Het aantal bezoekers dat via zoekmachines op de website jonkershoveniers.nl terecht komen is na het optimaliseren van de website aanzienlijk gestegen. In deze scriptie is te lezen hoe zoekmachine optimalisatie in Joomla gerealiseerd kan worden.

Het enkel zoekmachine vriendelijk maken van het CMS Joomla is niet genoeg om de website beter te laten scoren. De klant zelf of degene die de website maakt zal ook een aantal opties per pagina in moeten vullen zodat de zoekmachines weten wat de inhoud van de pagina is. Deze opties kunnen in het CMS Joomla ingevoerd worden, hier hoeft u dus geen kennis van programmeertaal voor te bezitten.

Het Reclamebureau MarksMarks Reklamemakers kan met het uiteindelijke werkplan de klanten van dienst zijn bij het zoekmachine vriendelijk maken van hun websites. Ook kunnen ze de klanten adviseren in hoe ze hun teksten het beste kunnen schrijven en hoe ze per pagina de benodigde opties in kunnen vullen.



[7.2 Aanbevelingen]

Vanuit de klanten komen veel vragen over zoekmachine optimalisatie van hun website. Om deze klanten een stapje voor te zijn zou het goed zijn als elke nieuwe website die in Joomla 1.5 gemaakt wordt opgeleverd zou worden met de standaard zoekmachine optimalisatie opties die in het CMS zijn geactiveerd. Ook zou ik het onderdeel dat de naam van de website automatisch bij de titel van de pagina voegt installeren en activeren. De website ziet er zo veel professioneler uit en het is een kleine moeite om dit voor nieuwe websites te doen.

Op deze manier wordt de klant ook getriggerd om meer te weten te komen over zoekmachine optimalisatie. Daarna kunnen dan betaalde adviezen gegeven worden, eventueel aanpassingen aan de techniek worden gedaan of aanvullende onderdelen worden geïnstalleerd.

Bij bestaande websites van klanten zou ook een balletje opgegooid kunnen worden door bijvoorbeeld als gratis service aan te bieden om het onderdeel dat de naam van de website bij de titel van de pagina voegt te installeren. Er zou dan meteen meer informatie over zoekmachine optimalisatie aan de klanten gegeven kunnen worden en over het belang hiervan. Zoekmachine optimalisatie is momenteel erg populair en het is belangrijk dat klanten weten dat dit ook kan bij hun eigen website.

Mijn advies is om bij elke website die in de toekomst gemaakt wordt de klant te triggeren om de website ook zoekmachine vriendelijk te maken. Daarnaast adviseer ik om de klant advies te geven in wat hij hier zelf aan kan bijdragen.

Wat ook van belang is, is dat er bij het ontwerpen van de website al aandacht wordt besteed aan de belangrijke aspecten rondom zoekmachine optimalisatie. Zo is het gebruik van kopjes boven en in de teksten erg belangrijk. Met het ontwerp zou al rekening gehouden kunnen worden met een hoofdkop en subkopjes op elke pagina.

Niet elke website is hetzelfde ook al zijn ze allemaal in Joomla gemaakt, ze zitten toch verschillend in elkaar. Het is dus belangrijk dat elke website die zoekmachine vriendelijk wordt gemaakt apart wordt bekeken. Het beste is om per website te bekijken wat de mogelijkheden zijn en een plan van aanpak op te stellen.

Om optimaal gebruik te kunnen maken van zoekmachine optimalisatie raad ik MarksMarks Reklamemakers aan om verder onderzoek te doen. De opbouw van de code is van invloed op de indexatie, hier zou nog aanvullend onderzoek naar gedaan kunnen worden. Ook zou er meer verdieping kunnen worden gezocht in zoekmachine marketing om ook hier optimaal van te kunnen profiteren.

8. Trajectbeschrijving

[8.1 Fases]

De volgende fases met bijbehorende deelproducten heb ik doorlopen in het schrijven van deze scriptie.

Oriënterende fase

Onderzoek SEO buiten Joomla

Bij het maken van dit eerste onderzoek kwam ik heel veel informatie tegen op het internet. Veel van die informatie was gedeeltelijk hetzelfde. Dit heb ik als bron gebruikt voor mijn onderzoek.

Onderzoek bestaande informatie SEO Joomla binnen het bedrijf

De directeur van het voormalige bedrijf Glans Marketing & Reclame wist het een en ander van zoekmachine optimalisatie. Met hem heb ik een aantal keren gediscussieerd over dit onderwerp. Helaas heb ik niet alle informatie van hem over kunnen nemen omdat dit bedrijf er mee gestopt is en de directeur niet mee overgenomen is. Binnen het nieuwe stagebedrijf MarksMarks Reklamemakers is er geen informatie over zoekmachine optimalisatie en Joomla. Vandaar dat dit een kort hoofdstuk is met minimale informatie.

Onderzoeksfase

Onderzoek score jonkershoveniers.nl in zoekmachines

Op de website jonkershoveniers.nl stond al een component geïnstalleerd waarmee de statistieken bijgehouden werden. Hiermee kon ik

kijken wat de huidige statistieken waren en wat de statistieken in het verleden zijn geweest. Daarna heb ik Google Analytics geïnstalleerd op de website, dit is zeer geavanceerd en heeft een hoog gebruikersgemak. Hiermee kon ik meer informatie verzamelen dan met alleen de statistieken vanuit de component die al op de website stond.

Onderzoek activiteiten zoekmachine marketing

Op het internet is veel informatie te vinden over zoekmachine marketing, hier heb ik dan ook gebruik van gemaakt bij het schrijven van dit stukje onderzoek.

Realisatiefase

Plan maken SEO binnen Joomla

Met alle informatie die ik bij vorige onderzoeken boven tafel heb gekregen ben ik een plan gaan maken voor zoekmachine optimalisatie binnen Joomla. Hiervoor heb ik nog aanvullende informatie gezocht over welke extensies het beste gebruikt kunnen worden bij welk onderdeel van de optimalisatie.

Website jonkershoveniers.nl optimaliseren

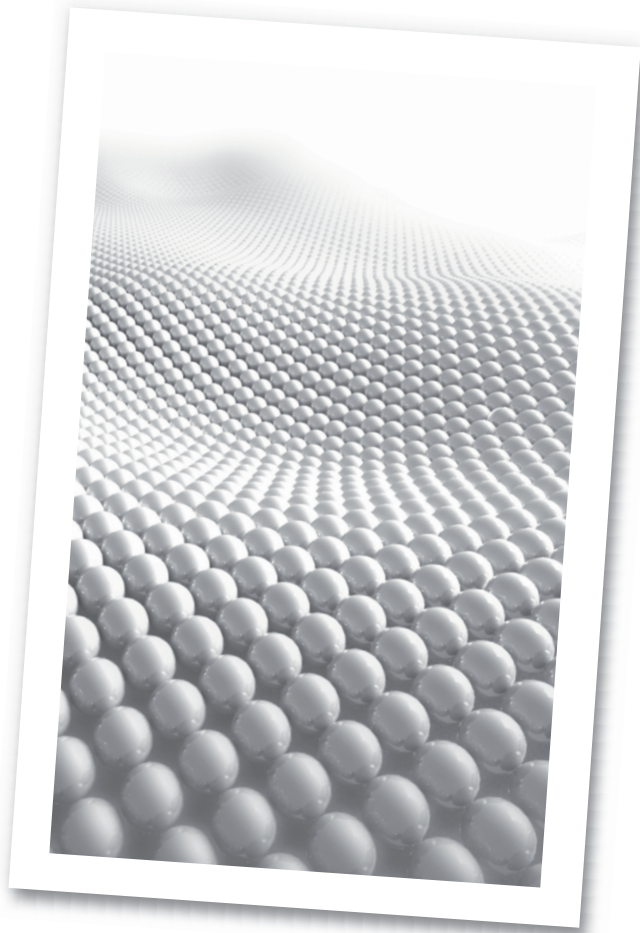
Het optimaliseren van de website jonkerhoveniers.nl heeft bijna de hele stageperiode in beslag genomen. Hier ben ik direct in het begin van mijn stage mee begonnen en mee doorgegaan tot het einde van mijn stage. Het is een zeer uitgebreide website met veel teksten en pagina's dus dit was een tijdrovende activiteit.

[8.2 Drempels]

Na 9 weken afstuderen is mijn eerste stagebedrijf (Glans Marketing & Reclame) gestopt, dit heeft mijn onderzoek een tijdje opgehouden. Er moest vanalles geregeld worden en daardoor kon ik een tijd niet aan mijn scriptie werken.

Glans Marketing & Reclame is daarna overgenomen door MarksMarks Reklamemakers. Ik moest erg wennen aan de nieuwe situatie, de werkomgeving en het team waren namelijk veel anders dan bij Glans Marketing & Reclame. Mijn scriptie heeft hierdoor vertraging opgelopen maar in de laatste weken bij MarksMarks heb ik gelukkig de tijd gekregen om deze achterstand weer in te halen.

Tijdens mijn onderzoek naar zoekmachine optimalisatie binnen Joomla kwam ik erachter dat ik nog niet genoeg kennis van Joomla had om dit helemaal te begrijpen. Daarom heb ik in de eerste helft van mijn stage een aantal websites in Joomla technisch en inhoudelijk gerealiseerd. Hierdoor heb ik veel ervaring met Joomla opgedaan.



9. Reflectie

[9.1 Terugblik]

Als ik terugkijk op de gehele stageperiode kom ik tot de conclusie dat ik veel heb geleerd, niet alleen over vaktechnische zaken zoals websites en onderzoeken maar ik heb ook veel over mezelf geleerd. Tijdens mijn stageperiode heeft er een ontwikkeling plaatsgevonden waardoor mijn onderzoek een tijdje stil heeft gelegen, namelijk het stoppen van mijn eerste stagebedrijf. Dit was een unieke ervaring, alles is ineens heel onzeker. Ik wist niet of ik de volgende dag voor een gesloten deur kwam te staan of niet, of het bedrijf overgenomen werd of niet, of ik mijn stage af kon maken... of niet. Gelukkig is dit allemaal goed gekomen maar door deze ontwikkeling had ik wel een aantal weken achterstand in mijn scriptie opgelopen. Gelukkig mocht ik starten bij MarksMarks Reklamemakers en heb ik daar nog veel kunnen werken aan mijn scriptie. Uiteindelijk heb ik alle tijd die ik achterliep in kunnen halen.

Het doen van een onderzoek was voor mij niet volkomen nieuw omdat ik de minor marketing heb gedaan. Het enige verschil is wel dat we toen een onderzoek met meerdere personen hebben gedaan en ik dit onderzoek alleen heb uitgevoerd. Ik heb veel aan mijn aantekeningen van de minor vakken gehad bij het schrijven van deze scriptie. Voordat ik aan deze stage begon had ik een klein beetje kennis van Joomla. Tijdens mijn stage heb ik heel veel geleerd over dit CMS, toch weet ik nog niet alles. Het CMS is zo uitgebreid en van zoveel mogelijkheden voorzien dat bijna alles wel kan.

[9.2 Aanbevelingen]

Wat ik vervelend vond was dat ik via school niet veel ondersteuning kreeg toen mijn stagebedrijf ermee stopte. Ik vroeg advies over wat ik moest doen, maar daar konden ze me niet echt mee helpen. Toen heb ik het beoordelingsformulier vast in laten vullen door mijn toenmalige stagebegeleider. Ik had liever gezien dat school mij hierin meer zou begeleiden en met tips zou komen. Dit was juist een moment waarop ik begeleiding nodig had. Verder verliep mijn stage goed en de contactmomenten waren voldoende.

[9.3 Evaluatie]

De praktijk die we op school voorgeschoteld krijgen is de ideale praktijk voor een IMD student die ICT, design en communicatie leuk vindt. Dit kom je in de praktijk weinig tegen maar er zijn naar mijn mening ook maar weinig bedrijven die ICT, design en communicatie in een baan bieden. Zoals het op school verteld wordt komt naar mijn idee dus niet geheel overeen met de praktijk.

Wel vind ik het goed dat we van alle drie de specialisaties wat meekrijgen, zo kun je bepalen wat je wel en wat je niet leuk vindt. Op school heb ik nooit veel met ICT gehad maar meer met communicatie. Tijdens mijn stage heb ik me vooral bezig gehouden met websites en Joomla. Ik heb voornamelijk gewerkt met HTML en CSS, dit was voor mij begrijpelijk en ik vond het leuk om me hierin te verdiepen. Toch is ICT niet een gebied waar ik straks werkzaam in wil zijn.

10. Nawoord & Dankwoord



Na 4 jaar de opleiding ICT & Media Design te hebben gevolgd is het einde in zicht. Waarschijnlijk is dit mijn laatste werkstuk waarna ik deze opleiding afsluit. Tijdens de 4 jaar studie aan de Fontys Hogescholen in Eindhoven heb ik veel kennis opgedaan over diverse vakgebieden en veel ervaring opgedaan in de praktijk. Maar ik heb ook veel over mezelf geleerd tijdens deze opleiding.

De kennis die ik opgedaan heb tijdens deze opleiding is erg algemeen en mijn interesses zijn gedurende de opleiding veranderd. Daarom ga ik komend jaar de opleiding Fotografische Vormgeving volgen op de Foto Vakschool. Alle kennis die ik nu bezit kan ik daarbij goed gebruiken, ook de combinatie van fotografie en de opleiding ICT & Media Design zal mij goed van pas komen in de toekomst op de arbeidsmarkt.

Hierbij wil ik iedereen bedanken die op welke manier dan ook heeft bijgedragen aan het ontwikkelen van deze scriptie. Mijn medeleerlingen, docenten, begeleiders, familie en iedereen die me geholpen heeft tot dit eindresultaat te komen. Maar ook iedereen die heeft bijgedragen aan de plezierige omstandigheden waarin ik mijn afstudeerstage heb kunnen lopen en aan mijn scriptie heb kunnen werken.

11. Bronvermelding

Bron 1

deeplink: <http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/av/show.cgi?fid=2289>
datum en tijd: 16 februari - 12:15u
site owner: Stichting SURF - Utrecht

Bron 2

deeplink: www.comscore.com/press/release.asp?press=2417
datum en tijd: 16 februari - 12:30u
site owner: comScore – US

Bron 3

deeplink: www.checkit.nl/didyouknow.html
datum en tijd: 18 februari - 09:30u
site owner: Checkit BV - Nijmegen

Bron 4

deeplink: www.checkit.nl/nationalesearchingenemmonitor.html
datum en tijd: 18 februari - 09:45u
site owner: Checkit BV - Nijmegen

Bron 5

deeplink: <http://www.traffic-builders.com/diensten/zoekmachine-adverteren/werkwijze-adverteren-in-zoekmachines.html>
datum en tijd: 26 mei - 16:00u
site owner: Traffic Builders - Amsterdam

Bron 6

deeplink: <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>
datum en tijd: 25 februari - 16:15u
site owner: DNS Admin Google Inc. - US

Bron 7

deeplink: <http://www.google.com/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>
datum en tijd: 27 februari - 15:45u
site owner: Google Inc. - US

Bron 8

deeplink: <http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/av/show.cgi?fid=2289>
datum en tijd: 18 februari - 14:30u
site owner: Stichting SURF - Utrecht

Bron 9

deeplink: http://www.checkit.nl/press-report_scoren_met_google_adwords_2008.html
datum en tijd: 19 februari - 14:15u
site owner: Checkit BV - Nijmegen

Bron 10

deeplink: <http://www.pathos-seo.com/seo-for-your-website/little-joomla-seo-book.html>
datum en tijd: 19 maart - 10:30u
site owner: H.J. van Dinther - Kerkdriel

Bron 11

deeplink: <http://www.zietuwel.nl/diensten/joomla-seo.php>
datum en tijd: 19 maart - 14:45u
site owner: Eurolutions – Oosterblokker

Bron 12

deeplink: <http://nl.wikipedia.org/wiki/zoek-machinemarketing>
datum en tijd: 25 mei - 11:15u
site owner: Wikimedia Foundation, Inc. - US

Bron 13

deeplink: http://www.checkit.nl/press-report_scoren_met_google_adwords_2008.html
datum en tijd: 26 mei - 14:30u
site owner: Checkit BV - Nijmegen

Bron 14

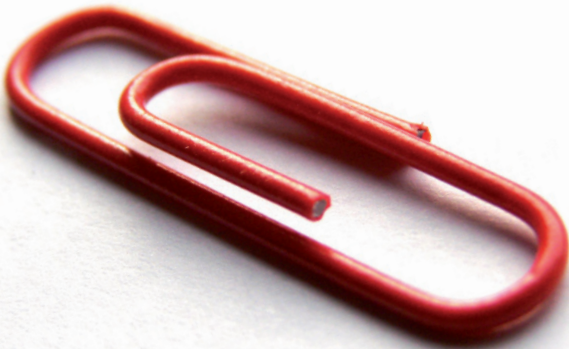
deeplink: <http://www.traffic-builders.com/kennisbank/artikelen/zoekmachine-adverteren-slimmer-omgaan-met-uw-google-adwords-budget.html>
datum en tijd: 26 mei - 15:30u
site owner: Traffic Builders - Amsterdam

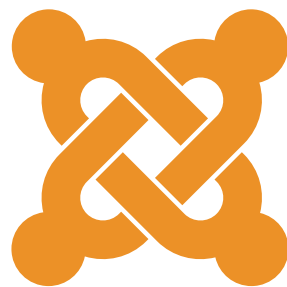
Bron 15

deeplink: www.checkit.nl/onderzoek_top_100_online_vindbaarheid_2008.html
datum en tijd: 18 februari - 11:00u
site owner: Checkit BV - Nijmegen

12. Bijlagen

- I. Onderzoek zoekmachine optimalisatie buiten Joomla
- II. Onderzoek score www.jonkershoveniers.nl
- III. Onderzoek zoekmachine marketing





Joomla
meets **SEO**