

Zoekmachine waanzin

08 mei 2006 - "Wanneer je serieus met je website bezig bent, hoef je niet te investeren in zoekmachine marketing. Bezoekers zullen je hoe dan ook vinden!" Een krachtige stelling als rode draad in dit artikel. Honderdduizenden euro's worden door bedrijven uitgegeven om hoger in de zoekresultaten te eindigen dan hun concurrent. Maar waarvoor?

Verwacht in dit artikel geen uiteenzetting van tips en trucs om hoger in de zoekresultaten van zoekmachines te eindigen. Dat is iets waarin ik niet geloof. In dit artikel wil ik nu juist terug gaan naar de essentie, namelijk de te vinden website, uw website! Dat is waar het uiteindelijk allemaal om draait. Ook bij een zoekmachine!

Internet = Google?

Waar mensen het over internet hebben, praten ze over Google. Soms lijkt het alsof internet synoniem staat voor deze inmiddels miljarden organisatie uit Californië. Dit komt natuurlijk niet uit de lucht vallen. Alleen al in Nederland maakt 91% van de internetters gebruik van Google¹ als vertrekpunt voor hun speurtocht naar informatie. En dat terwijl het bedrijf nog maar sinds 1996 bestaat.

Google is een bedrijf met een missie. Het bedrijf heeft als doel om alle informatie in de wereld universeel toegankelijk en bruikbaar te maken. En het is hard op weg! Met een ongelooflijk tempo worden nieuwe producten gelanceerd als Google maps, Google alerts, Google mail (Gmail) en Google earth. Alle producten passen binnen die ene missie, het toegankelijk maken van informatie voor iedereen.

Relevante informatie

Het vinden van relevante informatie is waar het op het internet eigenlijk allemaal om draait. Niet anders als in een grote bibliotheek ben ik voortdurend op zoek naar die ene zin, dat ene boek of die ene quote. Natuurlijk zijn met het internet de mogelijkheden groter dan in een bibliotheek. Denk alleen al aan de mogelijkheden als het tot stand brengen van interactie en het verrichten van transacties. Maar het idee blijft vergelijkbaar; het zoeken en vinden van relevante informatie.

Een zoekmachine als Google kan mij hierbij helpen. Op basis van een aantal trefwoorden vind ik de informatie die ik zocht. En ik ben tevreden. Tevreden over mezelf en tevreden over de werking van Google. Google als middel om de informatie te vinden die ik zocht. Dat komt wel heel erg dichtbij hun missie...

Inmiddels zoekt 41% van de Google-zoekers niet verder dan de eerste tien zoekresultaten en 90% zelfs niet verder dan de eerste dertig resultaten. Blijkbaar is de relevantie van de eerste dertig resultaten voldoende om ons als zoekers tevreden te stellen. Hierdoor heeft Google een hoge loyaliteit onder haar bezoekers. De zoekmachine werkt goed en mensen komen graag terug. Sterker nog, veel mensen zijn bereid om een Google-zoekbalk te integreren in hun browser zodat ze nog sneller en eenvoudiger van het systeem gebruik kunnen maken

Commercialiteit

Met mij hebben miljoenen Nederlanders deze werking van Google ontdekt. Het kon dan ook niet uitblijven dat bedrijven hierop beginnen in te spelen. Immers als bezoekers denken dat mijn website behoort tot de meest relevante resultaten, zullen ze vast ook van mijn producten of diensten gebruik maken. Deze gedachte is inmiddels uitgegroeid tot een miljardenbusiness.

Bedrijven die beweren websites hoog in de resultaten van Google te krijgen, schieten als paddestoelen uit de grond. Al dan niet met verschillende truckjes wordt geprobeerd een site hoog in de resultaten van Google te krijgen. Immers, staan in de top-10 betekent bijna automatisch relevant gevonden worden.

Commercieel zijn de belangen dan ook erg groot. Op dit moment wordt Google meer dan tweeduizend keer per seconde gebruikt. Met zulke aantallen kun je als bedrijf toch niets anders doen dan proberen mee te profiteren? De vraag alleen is de manier waarop!

Vaak wordt namelijk vergeten dat het uiteindelijk om de website gaat waarop de informatie te vinden is. Google doet niet anders dan de voor hun meest relevante websites tonen. Indien een bezoeker, éénmaal op de website aangekomen, niet het vertrouwen heeft of geen mogelijkheid ziet snel en efficiënt de gezochte informatie te vinden, gaat hij weer weg. Niet voor niets is de backbutton de meest gebruikte knop op het internet!

De vraag is of het uiteindelijke doel van de website dan is behaald. Wat mij betreft namelijk niet. Natuurlijk is het goed om veel bezoekers naar uw website te halen. Daar is niets mis mee. Maar de relevantie van deze bezoekers is wel minstens zo belangrijk! Wanneer je te veel focust op zoekwoorden en niet op relevantie, krijg mogelijk de verkeerde bezoekers. Want wat moet u met een bezoeker die op zoek is naar een kinderboek terwijl u alleen hoogwaardige literatuur verkoopt? Het gaat wat mij betreft dan ook meer om de kwaliteit dan om de kwantiteit van bezoekers.

Daarnaast is het voor u als organisatie erg belangrijk dat een bezoeker de gewenste actie onderneemt. Dat hij of zij het contactformulier invult, dat ene product bekijkt of zelf dat boek direct bestelt! Dit heeft niets meer te maken met de vindbaarheid in zoekmachines, maar alles met de gebruiksvriendelijkheid van uw eigen website!

Hoe werkt Google?

Eigenlijk is Google één grote populariteitspoll. Dit is misschien wat basaal omschreven maar in essentie wel de waarheid. Google laat de kwaliteit (en daarmee relevantie) van uw website voor een groot deel afhangen van de populariteit van uw website op het internet. Dit wordt samengevat in de zogenaamde Pagerank. "Ondanks de vele mensen die iedere dag werken aan de verbetering van onze resultaten, blijft dit de basis", zo valt te lezen op de website van Google.

Ondanks dat Google wel advertenties naast en boven de zoekresultaten verkoopt (de zogenaamde adwords) is het bij Google niet mogelijk een plaats in de zoekresultaten zelf te kopen. Google vervolgt: *"Een zoekopdracht in Google is een gemakkelijke, eerlijke en objectieve manier om websites van hoge kwaliteit en met de informatie die je zoekt te vinden."*

Natuurlijk kunnen we hier onze vraagtekens bij zetten. Immers zolang bedrijven bezig zijn met het optimaliseren van hun website voor zoekmachines is men bezig de resultaten van Google te manipuleren. Een populaire, maar illegale, manier om dit te doen is het zogenaamde cloaking. Er wordt een extra site naast de huidige site gezet die volledig wordt geoptimaliseerd voor de zoekmachine.

Deze duplicaat site wordt gevonden door Google en vanuit hier worden bezoekers doorgelid naar de eigen site. Tegen deze vervuiling van resultaten wordt door Google hard opgetreden. Immers, de relevantie van hun resultaten wordt hiermee ondermijnd.

Toch zal Google op dit punt altijd achter de feiten aan blijven lopen. Daarom is er een veel belangrijker argument om niet met dergelijke trucjes mee te doen. Uw bezoeker is er namelijk niet bij gebaat! Uiteindelijk zal de bezoeker op een site terecht komen waar hij niet zijn informatie kan vinden en zal daarom weer vetrekken! Daarmee trekt u als organisatie nog altijd aan het kortste eind.

Een website voor uw bezoeker!

Probeer u het eens van een totaal andere kant te bekijken. U ontwikkelt en onderhoudt een website voor uw doelgroep, de gewenste bezoekers van uw website. U schrijft en plaatst de content op uw site op een manier waarop bezoekers het verwachten. Bezoekers vinden het plezierig om naar uw site te komen en bestellen graag een product. Ze gaan de website aanbevelen bij vrienden en collega's. U creëert loyaliteit, bezoekers komen vaker terug en gaan naar uw website linken. U wordt opgepikt door andere grote websites, als dé website op uw vakgebied. Automatisch trekt u meer bezoekers die op hun beurt het woord verspreiden. En zo gaat het maar verder.

Wat denkt u dat er met uw site gebeurt in de zoekresultaten van een zoekmachine als Google. Een zoekmachine die grofweg haar resultaten laat beïnvloeden door de populariteit en relevantie van websites op het internet? Die zullen schrikbarend verbeteren! Eenvoudigweg omdat het bestaansrecht van Google hierop is gebaseerd.

Op verschillende gerenommeerde websites kunt u lezen dat Google het beloont wanneer u per alinea een beperkt aantal zinnen gebruikt. Google zal de individuele woorden per alinea dan beter waarderen in haar resultaten. Leuk voor Google, maar nog belangrijker voor uw bezoeker! Zij lezen namelijk al helemaal geen ellenlange teksten zonder rustmomenten. Het schrijven van goede beknopte webteksten is dan ook essentieel voor het slagen van uw website.

Ook valt te lezen dat het verkeerd gebruiken van frames de vindbaarheid van uw website sterk verkleint. Voor een aantal jaren geleden werden websites veelal gebouwd in frames. Daarmee werd een website als het ware ingedeeld in verschillende afzonderlijk van elkaar te gebruiken onderdelen. Leuk voor Google, maar wel eens geprobeerd een dergelijke website te printen? Het is altijd een verrassing wat er uit de printer komt! Daarnaast is het amper mogelijk naar een specifieke onderliggende pagina te linken, laat staat deze op te slaan in de favorieten. Kortom, uw bezoeker waardeert het niet!

En hiermee raak ik de kern van mijn artikel! Natuurlijk is het van groot belang om gevonden te worden in de zoekresultaten van een zoekmachine als Google. Maar het is belangrijk dit te realiseren door naar uw eigen website te kijken. Dit is waar de voor u echt relevante bezoeker uiteindelijk in is geïnteresseerd. Ik kan hiervan nergens een bron vinden. Uw website optimaliseren voor uw bezoeker is de ware kracht achter het succes van het vindbaar zijn in zoekmachines!

Jakob Nielsen hield onlangs een vurig pleidooi tegen het gebruik van gesponsorde koppelingen. Gesponsorde koppelingen zijn gebaseerd op het principe dat degene die het meest betaalt, het hoogst in de zoekresultaten verschijnt. Uiteindelijk leidt dit tot een wedloop tussen concurrenten en zal de prijs per zoekwoord stijgen. Zoekmachines snoepen zo steeds meer winstmarge af van hun adverteerders en leveren niet echt meer toegevoegde waarde.

Auteur en publicatie

Raymond Klompsma is werkzaam bij Concept7 (www.concept7.nl). Raymond is bij Concept7 werkzaam als commercieel directeur.

Dit artikel is gepubliceerd in Usabilityweb magazine.

Bronnen

In dit artikel zijn de volgende bronnen gebruikt:

- [Marktaandeel Google stijgt sterk](#)
- [Bedrijfsinformatie van Google](#)
- [Top 50 adverteerders slecht vindbaar in zoekmachines](#)
- Presentatie Zoekmachinemarketing – Traffic4u
- [European Search Engine Marketing To Grow 65% In 2005](#)
- [Foutieve SEO Technieken Google.](#)
- [PageRank - Wikipedia](#)
- [Google Adwords](#)
- [cloaking: Definition and Much More From Answers.com](#)
- [Google straft javascript cloaking verzekeraars zwaar af](#)
- [Word of Mouth Marketing](#)
- [Search Engine Optimization](#)
- [Worden uw webteksten wel gelezen?](#)
- [Why Frames Suck \(Most of the Time\)](#)
- [Search Engines as Leeches on the Web](#)