

Checklist

De digitale voorjaars schoonmaak



Check al je beeldmateriaal

Is het beeldmateriaal toe aan vervanging?

Controleer onder andere...

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

Bevat de mediabibliotheek in het cms beeldmateriaal dat weg kan?

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

Ga aan de slag met SEO

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

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

Tip

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



Optimaliseer de belangrijkste pagina's voor de juiste zoekwoorden

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

Verbeter de relevantie van jouw content

Optimaliseer pagina's die weinig worden bezocht

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

Verwijder irrelevante (niet-bezochte) pagina's

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

Maak een content planning

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

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

Social media

Bekijk de kanalen (Facebook, LinkedIn, Instagram)

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

Optimaliseer de campagnes (Facebook, LinkedIn, Instagram)

- Bevat het beeldmateriaal het juiste formaat?
 - Facebook, LinkedIn overzicht: 1200 x 630 pixels
 - Instagram overzicht: 1080 x 1090 pixels
 - Bij een carousel: 1080 x 1080 pixels
 - Instagram en Facebook story: 1080 x 920 pixels
 - Video: 1,200 x 675 pixels
- Beoordeel de advertentietekst
 - Zou jij op de advertentie klikken?
 - Is het beeldmateriaal aansprekend?
- Bereik je de juiste doelgroep?
 - Maak je al gebruik van aangepaste doelgroepen of look-a-like doelgroepen?
- Veel kliks maar weinig conversies?
 - Bekijk dan nog eens goed de landingspagina: waarom haken mensen af? Bevat de pagina een duidelijke call-to-action?

Advertenties op Google

Optimaliseer de advertentieteksten

- Maak optimaal gebruik van het advertentieformat:
 - Gebruik minstens 3 uitgebreide tekstadvertenties
 - Gebruik 3 koppen per advertentie
 - Gebruik 2 beschrijvingsregels per advertentie
 - Voeg één responsive tekstadvertentie toe
- Check de koppen:
 - Gebruik zoekwoorden, USP's en je merknaam in de koppen
 - Gebruik minstens één keer een keyword insertion {Keyword:zoekwoord}
- Maak gebruik van extensies:
 - Highlight extensies
 - Sitelinks
 - Oproepextensies
 - Locatie extensie
 - Website informatie extensies
- Kloppen de links naar de landingspagina's nog?