

Voorstel SEO en tekst

Voorbeeld Bedrijfsnaam

Doelstelling: organische vindbaarheid verbeteren voor de website.

1. Samenvatting

Eenmalig | *Investing: 15 uur*

- Inhoudelijk overleg | *Investing: inclusief*
Interview om de doelgroep en aanbod te bespreken.
- Concurrentieanalyse | *Investing: 3 uur*
Inzicht in huidige SEO-status + aanpak en focus van concurrenten.
- Zoekwoordenonderzoek | *Investing: 6 uur*
Inzicht in 150+ relevante en kansrijke zoektermen, zowel generiek als specifiek.
- Contentplan | *Investing: 6 uur*
Plan met landingspagina's en zoekwoord-focus (circa 6 - 12 maanden vooruit).

Periodiek | *Investing: in overleg, bijvoorbeeld 6 - 12 uur per maand*

- SEO-blogs of landingspagina's | *Investing: in overleg, bijvoorbeeld 6 - 12 uur per maand*
Bestaande content optimaliseren/herschrijven en/of nieuwe content schrijven volgens zoektermen uit het contentplan.
- Rapportage | *Investing: inclusief*
Voortgang van verbetering organische vindbaarheid websites.

Mijn uurtarief bedraagt €85, exclusief btw. Berekend per kwartier.

Voor afstemming op locatie bereken ik de reistijd, tenzij anders afgesproken.

2. Wensen

Het is de concrete wens om:

- De organische vindbaarheid te verbeteren voor zoektermen rondom [relevante onderwerpen].
- Aanvullend de SEO-focus uit te breiden naar zoektermen relevant voor klanten die zoeken naar [aanvullende onderwerpen].

Na de generieke termen verschuift de focus naar specifiekere zoektermen (long-tail).

Voor de werkwijze is het de wens om:

- Eenmalig de status en situatie voor de website in kaart te brengen.
- Eenmalig het zoekwoordonderzoek en contentplan uit te werken.
- Periodiek (bijvoorbeeld maandelijks) een vast aantal uren te werken aan de verbetering van de organische vindbaarheid van de website, op basis van het contentplan.
- Periodiek over de voortgang te rapporteren.
- Op eigen initiatief periodiek voor te stellen welke werkzaamheden op te pakken.

3. Inzet

3.1 Eenmalig

3.1.1 Inhoudelijk overleg

Het interview maakt het volgende inzichtelijk:

- Wie de doelgroep is.
In demografie, gedrag, voorkeuren en kennis van het aanbod.
- Welk aanbod geboden wordt.
Inclusief positionering en werkwijze.

Investering: inclusief.

3.1.1 Concurrentieanalyse

De concurrentieanalyse maakt het volgende inzichtelijk:

- De huidige SEO-status van de website.
Dit laat zien waar de focus moet liggen om te verbeteren.
- De belangrijkste 5 concurrenten voor organische vindbaarheid.
 - Aanpak en focus van de belangrijkste 5 concurrenten.
Dit laat zien hoe concurrenten het aanpakken, om daarvan te leren.

Investering: 3 uur.

3.1.2 Zoekwoordenonderzoek

Het zoekwoordenonderzoek maakt het volgende inzichtelijk:

- Wat relevante en kansrijke generieke zoektermen zijn.
 - Hoe vaak er naar relevante zoektermen wordt gezocht.
 - Welke mate van concurrentie relevante zoektermen kennen.
- Welke specifieke zoektermen mogelijkheden bieden voor verdere verdieping.
Ter ondersteuning van generieke zoektermen, voor steeds betere vindbaarheid.

Investering: 6 uur.

3.1.3 Contentplan

Het contentplan maakt het volgende inzichtelijk:

- Welke bestaande content op de websites geschikt is voor optimalisatie.
- Welke bestaande content vraagt om aanpassingen of herschrijven.
- Welke nieuwe content er moet komen.
 - Hoe lang nieuwe artikelen moeten zijn.
 - Welke zoektermen eigen artikelen nodig hebben of juist gecombineerd kunnen worden.
- Hoe bestaande en nieuwe content intern moet samenhangen met interne links.

Investing: 6 uur.

3.2 Periodiek

3.2.1 Interview(s) en SEO-teksten

Voorafgaand aan het schrijven van de SEO teksten vinden eventueel interviews plaats. Het interview vormt een aanvulling op informatie die online te vinden is.

SEO teksten schrijven op drie manieren:

- Bestaande content optimaliseren met zoektermen uit de zoekwoordenanalyse.
- Bestaande content aanpassen of herschrijven met zoektermen uit de zoekwoordenanalyse.
- Nieuwe content schrijven met de zoektermen uit de zoekwoordenanalyse.

Alle tekst heeft een natuurlijke stijl en is primair geschreven voor de bezoeker. Ondertussen worden daarin de zoektermen uit de zoekwoordenanalyse verwerkt, om de organische vindbaarheid te verbeteren.

Alle teksten worden aangeleverd als Word-documenten.

Investering

- Optioneel: circa 15 minuten interview per tekst.
- Circa 1 uur per A4 (450 - 500 woorden). Teksten variëren in lengte van 1 tot 2 A4.

N.B. Kosten per uur, berekend per kwartier.

N.B. Investering geldt voor nieuwe teksten. Bestaande teksten optimaliseren en aanpassen op basis van uren. Optimaliseren is aanzienlijk minder werk dan schrijven. Bij aanpassen hangt dat af van de hoeveelheid aanpassingen die noodzakelijk zijn.

3.2.2 Rapportage

Periodieke rapportage maakt de voortgang in organische vindbaarheid inzichtelijk. Belangrijke elementen daarin zijn de posities van relevante zoektermen, de verandering ten opzichte van de vorige meting en aanbevelingen voor focus in de periode die volgt.

Investering: inclusief.

3.2.3 Overleg en afstemming

Op locatie, via Teams of telefonisch.

Investering: uurtarief, berekend per kwartier.