



Gevonden worden op het web

Zoekdiensten als marketinginstrument

De meeste uitgeverijen hebben tegenwoordig wel een website. Maar wilt u ook bezoekers? De belangrijkste tips en trucs om ervoor te zorgen dat degene die geïnteresseerd is in uw informatie of producten ook werkelijk bij uw website terechtkomt.

De meeste uitgeverijen kunnen op papier uitstekend vertellen wat zij verkopen. Wanneer je echter op basis van dat verhaal een enkele termen intypt bij een zoekmachine of zoekdienst op internet, dan komt men vaak heel ergens anders uit. Het vindbaar zijn op internet is vandaag de dag een essentieel onderdeel van goede marketing. Het is helaas ook een technische aangelegenheid om dat goed voor elkaar te krijgen, maar met enige achtergrondinformatie komt u zelf al een stuk verder. Ook uw tijdschriften, boeken, kranten, auteurs, fondsen, catalogie, thematische series en databanken worden sneller gevonden als u de basisregels kent en toepast.

Zoekdienst U kunt adverteren in een blad dat uw potentiële klant wellicht leest. U kunt daarnaast ook proberen ervoor te zorgen dat wanneer een klant een bepaalde zoekterm ingeeft bij een

Als iemand op zoek is naar mijn publicatie, waar en hoe gaat deze persoon dan zoeken?

zoekdienst, er een verwijzing naar uw bedrijf verschijnt. Dat kan door simpelweg een deel van uw advertentiebudget bij die zoekdienst te besteden. Daar kunt u zoektermen kopen. Bent u bijvoorbeeld de uitgever van Harry Mulisch dan zou u 'literatuur', 'Nobelprijs' en 'pijp' kunnen kopen. Na betaling verschijnt altijd de door u opgegeven pagina als hoog in de lijst als de zoekende gebruiker op een of meer van de gekochte woorden zoekt. Of Harry Mulisch wel of geen pijp rookt, wel of geen Nobelprijs heeft gewonnen, heeft hier niets mee te maken.

Hoe werkt een zoekdienst? Het principe achter een zoekdienst is verder eigenlijk heel eenvoudig. De gebruiker typt een of meer zoektermen in en de zoekdienst gaat vervolgens in haar database (dus niet op internet!) op zoek naar die woorden. Meestal bevat die database een kopie van alle tekst op zo veel mogelijk webpagina's.

Zoekrobot Hoe wordt de database van een zoekdienst gevuld? Allereerst moet de zoekdienst van het bestaan van uw site afweten. Dat kan op twee manieren. Het kan zijn dat de zoekdienst op een andere site een link naar uw site vindt of u hebt uw site zelf aangemeld bij de zoekdienst. Elke zoekmachine heeft daarvoor een aanmeldpagina. Er zijn zoekdiensten die met redacteurs werken, maar de meeste zoekdiensten gebruiken een programma, de 'zoekrobot', (soms searchbot, crawler of spider genoemd) die automatisch het web afzoekt. Een op een pagina gevonden

hyperlink wordt gevolgd, of deze nou wel of niet naar dezelfde site verwijst. De zoekrobot werkt volgens een continu proces, pagina's kunnen immers veranderen. Maar ook de ontwikkeling van de zoekrobot is een continu proces, dat steeds geavanceerder wordt. Het programma moet bijvoorbeeld bepalen

De producten waar het echt om draait zijn onvindbaar

wanneer een pagina weer door de zoekrobot bezocht gaat worden nadat de pagina's in de database zijn opgeslagen. Een site als www.telegraaf.nl verandert veel vaker dan een min of meer statische site waar alleen een elektronische folder getoond wordt. De meeste zoekrobots bezoeken een site vaak als deze veel verandert. Sommige sitebouwers schrijven daarom een klein programma dat iedere

```
<META NAME="keywords" CONTENT="kinderboek, kinderboeken, boekenweek, kinderboekenweek, boeken, strips, boek, kind, kinderen, jeugdboeken, jeugd">
```

De (onzichtbare) meta-informatie bij kinderboeken.pagina.nl is heel karig

```
<META NAME="keywords" CONTENT="kinderboeken, jeugdboeken, schrijvers, auteurs, kinderboekenschrijvers, jeugdboekenschrijvers, kinderboekenauteurs, jeugdboekenauteurs, canon, canonvorming">
```

```
<META NAME="description" CONTENT="Informatie over kinderboeken en kinderboekenschrijvers, favorietenlijstjes, bekroningen voor kinderboeken, kinderboekenuitgevers, kinderboekwinkels.">
```

De meta-informatie bij een gespecialiseerde site over kinderboeken (home.wanadoo.nl/richard.thiel) is al wat uitgebreider

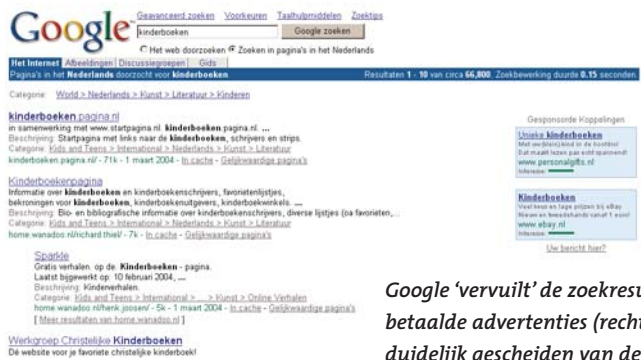
```
<meta name="description" content="alles over de tekenaar schrijver Dick Bruna, tekenaar van nijntje pluïis, boris beer, betje big, snuffie, eegje egel, lotje, gobe, etc.">
```

```
<meta name="keywords" content="Mercis b.v., Mercis publicaties b.v., alles over de tekenaar schrijver Dick Bruna, tekenaar van nijntje pluïis, miffy, boris beer, boris bear, betje big, snuffie, de appel, het vogeltje, poesje nel, fien en pien, het ei, de koning, circus, de vis, de matroos, leren lezen, leren tellen, kerstmis, jan, de redding, kleurboeken, de biografie van dick bruna, de characters van dick bruna, tekeningen van dick bruna, download een kleurplaat, spelletjes voor kinderen tot 5 jaar, nijntje is jarig, 21 juni wordt nijntje 45 jaar, stuur een kaart naar nijntje, zet haar in het wereldrecordboek en maak bovendien kans op win een van de fantastische prijzen, schilderen, kleuren, spelen, vormen, mooie plaatjes, muziek, download mp3, download quicktime, kindermuziek, muziek voor kinderen">
```

De meta-informatie bij de homepage van [Nijntje \(www.nijntje.nl\)](http://www.nijntje.nl) is erg uitgebreid



iedere
zoekdienst,
dus ook
Google,
heeft een
aanmeld-
pagina.



Google 'vervuilt' de zoekresultaten niet, de betaalde advertenties (rechts in beeld) zijn duidelijk gescheiden van de gevonden links.

dag een paar tekens verandert, maar de meeste zoekrobots trappen daar inmiddels niet meer in. En, belangrijk, de meeste zoekmachines passen regelmatig hun methodiek aan.

Checklist Om ervoor te zorgen dat uw site gevonden wordt door uw doelgroep is het belangrijk dat alle relevante zoekwoorden ook werkelijk op uw webpagina's voorkomen. In de praktijk voldoen veel sites niet aan deze eis. Stel, u bent uitgever van boeken over Spanje, dan zouden woorden als uitgever, boek, Spanje, Madrid, Barcelona, Andalusië,

Andalusie, cultuur, reisinformatie, enzovoort niet misstaan. Klassiek is het voorbeeld van een witgoedfabrikant die in al zijn uitingen niet over 'wasmachines' maar over 'wasautomaten' sprak. In een folder werkt dat wellicht onderscheidend, maar op het web gaat dat fout.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Niemand tikt op zoek naar informatie over wasmachines het woord 'wasautomaat' in

Niemand tikt op zoek naar informatie over wasmachines immers 'wasautomaat' in. Een uitgever doet er dus goed aan al z'n uitgaven op te sommen. Iedere titel, iedere auteur moet op de site voorkomen. Als het even kan, krijgt iedere uitgave z'n eigen pagina waar zo veel mogelijk informatie over die uitgave wordt vermeld. Voor de lezer is een pagina met lange lijst uitgaven wellicht niet zo prettig, maar juist dit soort overzichten helpen de zoekdienst. Dat geldt ook andersom: een site die aantrekkelijk is voor gebruikers werkt vaak niet zo goed voor de zoekrobot. Ook de technische opbouw en structuur van een site heeft invloed op de vindbaarheid. Een checklist met de belangrijke aandachtspunten:

• **Statische sites**
Er zijn vanuit technisch perspectief meerdere manieren om een website te bouwen. Kleine uitgevers hebben vaak een statische site. Dat is een website die

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Zoekrobots bezoeken vaker een site die veel verandert

gebouwd is op een traditionele manier, waarbij elke webpagina ook echt een apart bestand is dat als zodanig op internet terug te vinden is. Dergelijke sites worden vaak handmatig onderhouden. Voor zoekmachines zijn statische sites eenvoudig te vinden en indexeren. Elke pagina is snel vindbaar.

• **Dynamische sites**
Naarmate een uitgever meer informatie wil publiceren, zoals bij grote fondslijsten en één of meerdere pagina's per

Hoe zoekt een zoekdienst?

De zoekdienst probeert te voorspellen welke pagina de gezochte term(en) gaat opleveren. Dat kan op een aantal manieren die in de praktijk op de een of andere manier gecombineerd worden:

- **Relevantie:** Als er naar verschillende woorden tegelijk gezocht wordt, komen de pagina's waar alle woorden op voorkomen hoger in de lijst dan de pagina's waarop slechts een deel van de gezochte woorden voorkomt. Veel zoekdiensten veronderstellen dat woorden in de venstertitel van een pagina (geheel boven in een scherm) relevanter zijn dan tekst op de pagina zelf. Een titel zoals 'Boekinfo' werkt niet, 'Boekinformatie – Ronald Giphart – Het feest der liefde – ISBN 9057590352' werkt wel. Ook de url is van invloed, want www.uwuitgeverij.nl/gipharthetfeest.html werkt beter dan www.uwuitgeverij.nl/boek.jsp?id=17.
- **Andere gebruikers:** Wat deden anderen die naar hetzelfde zochten? De zoekdienst kan vaststellen of na het klikken op een zoekresultaat de gebruiker weer terugkomt om een nieuw resultaat uit de lijst te proberen of dat de gebruiker

vervolgens wegblijft. In het eerste geval voldeed het gevonden resultaat blijkbaar niet, terwijl in het tweede geval de zoekdienst zou kunnen aannemen dat de gebruiker vond wat hij zocht.

- **Verwijzingen:** Als CNN, het Witte Huis en veel andere sites naar uw pagina's verwijzen, is uw site om de een of andere reden van groot belang en zal de zoekdienst u hoger in de lijst zetten. Voor het geval u niet over connecties bij dergelijke sites beschikt, kunt u ervan uitgaan dat hoe meer pagina's naar uw site verwijzen, hoe beter dat is.

Uiteindelijk komt die pagina bovenin te staan waarvan de zoekdienst denkt dat daarmee de gebruiker het meest geholpen is. Dat moet uw doel zijn, bovenin staan als de gebruiker naar u zoekt. Al is die wens niet altijd reëel. Wanneer uw directie concurrent tien keer zo groot is, dan moet u er bij een goed werkende zoekdienst genoeg mee nemen dat die concurrent hoger in de lijst staat dan u.



boek, dan wordt vaak gekozen de site dynamisch (vanuit een database) op te bouwen, en te onderhouden met behulp van een content management systeem. Het probleem met slecht ontworpen dynamische websites is dat de individuele pagina's niet gevonden worden door een zoekmachine. Zo wordt de site als geheel vaak wel geïndexeerd en bent u

De auteur is uw merk

als uitgever goed vindbaar, maar blijven de producten waar het echt om draait onvindbaar. Een vuistregel is dat sites waarbij alle pagina's gevonden kunnen worden door links uit menu's aan te klikken ook door een zoekmachine geïndexeerd kunnen worden. Pagina's die alleen met een zoekfunctie gevonden worden, waarbij de bezoeker een woord moet intikken, zijn vaak onzichtbaar voor een zoekmachine.

• Flash

Alhoewel sommige webontwerpers een website graag uitrusten met grafisch mooi vormgegeven pagina's en animaties op basis van Flashtechniek, kan deze keuze nadelig zijn voor de vindbaarheid. De tekst in Flashschermen is namelijk onzichtbaar voor een zoekmachine.

• Schrijfwijze gegevens

Anticipeer op hoe mensen zoeken. Dat wil zeggen dat veel mensen een isbn of issn schrijven zonder interpunctie. Vermeld op een pagina dus altijd in ieder geval 9057590352, maar het is verstandig (al dan niet onzichtbaar, in een meta-tag) ook de schrijfwijze met spaties en streepjes op te nemen. Datzelfde geldt voor de schrijfwijze van auteursnamen. Alhoewel sommige uitgevers vaak de formeel juiste auteursnaam vermelden, inclusief dubbele voornamen, moet rekening gehouden worden met de bezoeker die dat niet weet.

• De auteur (tekenaar, etc.) is uw merk!

Het interesseert de meeste mensen niet hoe uw uitgeverij heet, want ze zijn op zoek naar uw auteurs. (*) Datzelfde geldt voor tekenaar, fotograaf of karakter uit een (kinder)boek. Gebruik hiervoor de mogelijkheid domeinnamen te registre-

Tips om gevonden te worden

- Gebruik de juiste termen, ook in de paginatitel en bij afbeeldingen.
- Meld uw site aan bij zoekdiensten, bijvoorbeeld startpagina.nl. Immers, hoe meer naar uw pagina's verwezen wordt, hoe beter. Door met Google te zoeken naar link:www.uwuitgeverij.nl krijgt u een idee van wie er allemaal naar uw site verwijst.
- Meld uw site aan bij zo veel mogelijk zoekdiensten. Bijvoorbeeld via: www.google.nl/intl/nl/addurl.html
- Zorg op de eerste pagina altijd voor een hyperlink naar de rest van de site. Hiermee voorkomt u dat de zoekrobot u niet kan vinden. Er zijn sites die op de eerste pagina een opvallende Flashanimatie hebben staan. Dit ziet er vaak goed uit, maar voorkomt dat de zoekrobot de rest van de site vindt. De zoekrobot kan (nog) niets met Flash.
- Controleer regelmatig of uw site nog steeds door de voor u belangrijkste zoekdiensten gevonden wordt.
- Zorg dat de inhoud van uw site regelmatig verandert. Een zoekrobot heeft het druk met het inlezen van alle pagina's op het web. Als de zoekrobot een reden vindt om uw site even niet meer te bezoeken, bijvoorbeeld omdat er toch nooit wat verandert, dan zal de robot minder vaak langskomen.
- Gebruik een 'robots.txt'-bestand om delen van uw site uit te sluiten voor een zoekdienst. Een map met afbeeldingen hoeft bijvoorbeeld niet doorzocht te worden, dat scheelt de zoekdienst weer tijd. Meer informatie vindt u op: www.robotstxt.org/wc/robots.html.
- Zorg dat uw site goed werkt. Werken alle hyperlinks?
- Gebruik meta-tags, maar wel zorgvuldig en met mate. Meta-tags maken deel uit van een webpagina en bevatten informatie voor zoekdiensten. Gewone gebruikers van de webpagina krijgen deze informatie niet te zien. Zoekdiensten negeren meta-tags echter steeds vaker, omdat er veel misbruik van wordt gemaakt. Informatie en voorbeelden: www.philb.com/metatag.htm.
- Al deze tips en trucs kunnen veel tijd kosten. Daarom kunt u dit ook uitbesteden aan één van de bedrijven die zich bezighouden met 'zoekmachine-optimalisatie' en 'zoekmachine-strategie'. Let echter op: er zit veel kaf onder het koren. Het is niet ongebruikelijk dat u een dure 'persoonlijke' rapportage krijgt, die voor alle klanten gelijk blijkt te zijn, en niets anders inhoudt dan het goed toepassen van de in dit artikel genoemde regels. Kijk op de website van InCT voor een overzicht van adviseurs op dit gebied.

Komen alle relevante woorden ook werkelijk op uw webpagina's voor?

ren die overeenkomen met de namen waar men op zoekt. Kijk hoe auteur Ben Tiggelaar (www.bentiggelaar.nl) én www.tiggelaar.nl), tekenaar Jan Jutte (www.janjutte.nl) en konijn Nijntje (www.nijntje.nl) dat doen.

• Themasites

Hebt u meerdere publicaties die binnen een centraal thema vallen? Gebruik dan de mogelijkheid (ook) met thematische sites te werken. Het is eenvoudig aan een thematische site de juiste zoekwoorden toe te voegen en uw bezoek krijgt direct een breed overzicht van de publicaties, zoals op www.literairethrillers.nl

van Ambo Anthos, www.wetgeving.nl van Kluwer en www.veiliglerenlezen.nl van Zwijsen.

Toekomst Het potentieel van marketing via zoekdiensten is enorm. Bedrijven die zich specialiseren in het verkopen van advertenties bij zoekdiensten, zoals Overture (www.content.overture.com/d/?mkt=nl) en QualiGo (www.qualigo.nl), doen het goed. Op termijn zal de zoekdienst zelf een marketinginstrument zijn. De zoekdienst kan u immers vertellen welke zoektermen worden gebruikt om bij uw site uit te komen. Dit kan veel zeggen over uw (potentiële) klanten. ●