

Online vindbaarheid gastcollege – 1 Juni

Wat maakt een goede keyword analyse?

User intent

- Informationeel of transactioneel
 - o Denk na over short of long-tail keywords op basis van de intentie
- Denk na over zoekwoorden op basis van de klantreis (in welke fase zit de klant)

Keyword research

- Forum posts
 - o Kijk naar relevante forums voor je product, wat voor soort termen komen voor?
- Angsten & problemen
 - o Tegen welke problemen lopen mensen aan? Hier kun je op inspelen met blogs, faq
- Welk probleem los je op?
 - o Als je je probleem niet tegenkomt op relevante forums etc, los je dan wel het juiste probleem op?
- Concurrentieanalyse
- Klantenservice (twitter/telefoon)
 - o Analyseer klachtposten (wat zijn problemen met concurrenten of jou product?)

Tools

- AnswerThePublic (<https://answerthepublic.com/>)
 - o Long-tail keyword research – geeft long-tail suggesties voor jou zoekterm
- Google Autosuggest/autocomplete + Excel sheet (<http://www.mertural.com/keyword-research-tool-v2/>)
 - o Wat wordt er voor autocomplete toegevoegd aan jou zoekterm in de Google zoekbalk?
 - Maak gebruik van Excel sheet om meerdere keywords tegelijk te autocompleten
- Google Adwords planner
 - o Handige inzichten in short-tail keywords om populariteit in Google te zien
- ChatGPT
 - o Automatische handelingen uit laten voeren door AI zoals concurrentieanalyse, of suggesties voor keywords, onderzoek, etc
 - o Gebruik de tree of thought prompt (<https://chat.openai.com/share/61717d36-b907-49cd-b9e6-3f3639ce9692>)

Conclusie / belangrijkste punten

- Welk probleem los je op? Zorg ervoor dat het duidelijk is welk deel van de markt je in gaat en welk probleem je oplost.
- Doe je research met bovenstaande tools – hoe vertaalt deze research zich naar short/long-tail keywords?
- Denk aan de fases van de klant om je research te ondersteunen