

Oude SEO werkt niet meer...

Ontdek de kracht van Helpful Content

Leer wat wél werkt
in 2025!



Marco Bouman
SEO & CRO Consultant voor het MKB



Ontdek de kracht van helpful content

Maart 2025

Marco Bouman

Google is en blijft de Nr. 1 ondanks de opkomst van AI-tools

Online verkeer en klanten aantrekken via Google is nog steeds (anno 2025) de nummer 1 marketingstrategie voor MKB-bedrijven, ook al klinken de geluiden soms anders!

Ik kom hier zo op terug.

Echter, Oude SEO werkt niet meer!

Toch merken veel MKB-bedrijven dat het niet meer zo eenvoudig is om hun posities in Google te behouden als een aantal jaar geleden. Waar je vroeger met veel content, veel zoekwoorden, algemene termen, wat trucjes en veel linkjes hoog in Google kwam, is nu duidelijk dat deze aanpak niet meer werkt.

Met welke content kun je dan wel scoren?

Google heeft veel helpful content updates gedaan. Deze updates zijn bedoeld om kwalitatieve content beter te herkennen en positioneren. Van veel lange SEO-pagina's met veel zoekwoorden draait het nu steeds meer om echt behulpzame content. Wat dit precies is, lees je in dit E-book.

Met dit E-book ga je ontdekken:

1. Waarom Google ondanks de opkomst van AI-tools de grootste blijft
2. Waarom oude SEO niet meer werkt
3. Wat je hieraan kunt doen: helpful content

Inhoudsopgave:

- **Werkt Google & SEO nog wel?**
- **Waarom dalen veel SEO resultaten?**
- **Google heeft het roer omgegooid**
- **Het ontstaan van helpful content**
- **In 4 stappen naar helpful content:**
 1. **Sloop oude SEO structuren**
 2. **Speel in op de zoekintenties van je doelgroep**
 3. **Maak behulpzame content**
 4. **Kleed deze content aan**
- **Het effect van helpful content**
- **Aan de slag met helpful content**

Werkt Google & SEO nog wel?

Ontdek de kracht van helpful content

Veel MKB-bedrijven zien hun verkeer via Google afnemen of hebben meer moeite om de posities die ze hadden te behouden, laat staan te verbeteren.

- Is Google nog wel het kanaal om meer verkeer en klanten uit te halen?
- Gaan steeds meer mensen dan via bijvoorbeeld TikTok zoeken?
- Gaan AI-tools de functie van Google overnemen?
- We hebben jarenlang geïnvesteerd in SEO-content en linkjes. Is dit niet blijvend dan?

Dit zijn geluiden die mij bereiken van MKB-directeuren en ondernemers. Wat moeten we nu doen?

Laten we eens goed naar de oorzaken kijken...

Waarom dalen veel SEO resultaten?

→ Oorzaak 1: Lage kwaliteit SEO-content

In de periode van 1998 (oprichting Google) tot 2022 was Google vooral gericht op techniek. Zoekwoorden vertelden Google waar een pagina over ging, waardoor standaard SEO-teksten vol keywords ontstonden.

Dit was nodig, omdat het algoritme nog niet goed genoeg was om echte kwaliteit of relevantie te herkennen. Websites scoorden vooral op technische aspecten zoals zoekwoorden, linkprofielen, laadsnelheid en structuur, en minder op inhoudelijke waarde.

Dit tijdperk is geweest!

Google is nu vele malen vernuftiger en ziet, herkent en beoordeelt zuiverder content.

Bijna alle websites en webwinkels op het web bevatten nog steeds deze 'oude' SEO-content.

Deze standaard SEO-content herken je aan:

- Veel zoekwoorden
- Veel marketingtermen
- Lange blokken tekst
- Regelmatig verstopt achter een 'lees meer'
- Zinnen die niet lekker lopen
- Teksten die niet goed leesbaar zijn
- Vaak met veel interne linkjes

“Oude SEO technieken werken niet meer, zoals: veel zoekwoorden, veel content, heel veel lage kwaliteit linkjes”

Affiliate websites hard geraakt

Door de Google core update in 2024 zijn affiliate websites hard geraakt. Ze verloren gemiddeld in een klap ruim 35% verkeer

Ontdek de kracht van helpful content

URL	Niche	Focus	Type site	Traffic 14 sep	Traffic 29 dec	% change traf	Value 14 sep	Value 29 dec
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	2930	283	-90.34%	635	61
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	15105	1518	-89.95%	2551	224
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	12755	1460	-88.55%	2248	266
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	5611	717	-87.22%	1214	124
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	9845	1272	-87.08%	3524	289
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	51173	6708	-86.89%	11707	1146
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	110345	14929	-86.47%	28166	3574
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	34888	4763	-86.35%	10177	1604
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	5810	800	-86.23%	1135	156
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	27114	3843	-85.83%	2945	344
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	615	90	-85.37%	95	12
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	604	99	-83.61%	8282	1258
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	1357	224	-83.49%	199	22
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	6236	1181	-81.06%	1297	192
http://www.breed.nl	Software	Breed	Expert review	1045	230	-77.99%	990	170
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Prijsvergelijker	6333	1417	-77.63%	887	199
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	179748	40362	-77.55%	44164	9613
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Smal	Expert review	8637	1947	-77.46%	1529	198
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	284	66	-76.76%	76	20
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	53050	12918	-75.65%	13463	2526
http://www.breed.nl	Consumenten producten	Breed	Expert review	3279	831	-74.66%	733	176

Bron: Frankwatching – 01-02-24 De impact van Google's Helpful Content Update op affiliate websites

→ Oorzaak 2: Lage kwaliteit backlinks

In de periode tot 2021 kon je nog met veel lage kwaliteit linkjes bovenaan komen. Gewoon omdat Google toen nog niet zo vernuftig was als nu. Iedere link was een signaal voor populariteit en autoriteit voor Google.

Er ontstond een complete linkbuildingmarkt. Online marketingbureaus en linkbuilders gingen massaal websites maken of oude domeinen opkopen met als doel linkplaatsingen te verkopen. Zo ontstonden enorme clusters aan spookdomeinen in Nederland en wereldwijd.

Deze spookdomeinen herken je aan:

- Geen (organisch) verkeer
- Ontwikkeld puur voor linkbuilding
- Gebrek aan kwalitatieve content
- Weinig tot geen autoriteit
- Geen contactgegevens
- Veel uiteenlopende thema's (gezondheid, zakelijk en reizen)

Dit is bijvoorbeeld zo'n spook domein en dit is geen grap.

Ontdek de kracht van helpful content

Aanbevolen

[Autoweek](#)
[Sloopauto inleveren? Klik hier](#)
[Duitse autosites bij Easyimport](#)
[BPM berekenen via MijnBPM](#)
[Fahrschulpedale](#)
[Vrachtwagen met kraan kopen](#)
[Motor helm kopen](#)
[Arbeidscontract voorbeeld](#)
[plateauwagen kopen](#)
[Autobedrijf Nijkerk](#)
[Nieuwe motor kopen](#)
[aanhanger keuren](#)
[Antislipcursus op maat](#)
[Vacatures logistiek in Friesland](#)
[Gegarandeerd de goedkoopste autoverzekering](#)
[Rijscholen](#)
[www.leasen24.nl](#)
[verkoop auto](#)
[Eindhoven taxi](#)
[Oprijplaten bestellen](#)
[Lex Lawyers, uw juridische hulp bij een ingevorderd rijbewijs](#)

Een voorbeeld van een spookdomein. Ik schat in dat er alleen in Nederland minimaal 100.000 van dit soort nepdomeinen gebruikt worden voor linkbuilding.

→ Oorzaak 3: AI-tools winnen terrein bij complexe vragen

Korte zoekvragen zoals ‘wanneer is Koning Willem-Alexander jarig’ kun je nog wel in Google stellen. Maar als je vraag wat complexer wordt, zoals ‘wat zijn de voordelen van stoeptegels ten opzichte van split’, dan krijg je in Google nu geen sluitend antwoord.

AI-tools daarentegen zijn echt supergoed in het beantwoorden van deze informatieve zoekintenties. En steeds meer mensen maken gebruik van AI-tools, zoals bijvoorbeeld ChatGPT. Dus er vindt een verschuiving plaats van AI gebruiken in plaats van Google als het gaat om dit soort informatieve/feitelijke vragen. Het gaat dan om oriëntatie vragen.

Voor MKB-bedrijven die Google gebruiken als de bron voor verkeer is dit niet zo heel erg. Want iemand met een informatieve zoekintentie is nog niet op zoek naar een product of dienst, maar is zich aan het oriënteren.

Gaan AI-tools Google niet overnemen?

Ontdek de kracht van helpful content

nike jordan heren hoog

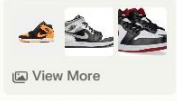
Sources

Jordan High Sneakers | Dames & Heren | Alle maten | 100% Origineel
excellentsneakers · 1

High-top heren sneakers van Jordan - Shop nu online bij FARFETCH
farfetch · 2

Hoge sneakers voor heren. Nike NL
nike · 3

View 5 more



View More

Search Videos

Generate Image

Answer

Bij het zoeken naar **Nike Jordan hoge sneakers voor heren**, zijn er verschillende opties en aanbiedingen beschikbaar. Hier zijn enkele belangrijke details over waar je deze sneakers kunt vinden:

Aanbiedingen en Winkels

Excellent Sneakers

- Producten:** Een breed scala aan Air Jordan High sneakers, met prijzen variërend van €85 tot €896.
- Kenmerken:** De Air Jordan High is populair vanwege zijn fraaie look, goede ventilatie en diverse kleurstellingen.

Dit krijg je te zien als je in Preplexity zoekt naar 'nike jordan heren hoog'

goedkope vliegtickets spanje

**Goedkope vluchten naar Spanje**
skyscanner.nl

**Goedkope vliegtickets Spanj...**
cheaptickets.nl

**Goedkope vliegtickets naar ...**
momondo.nl

**Goedkope vliegtickets Spanj...**
transavia.com

Op zoek naar **goedkope vliegtickets naar Spanje**? Hier zijn enkele tips en aanbevelingen om de beste deals te vinden:

Populaire Bestemmingen en Luchtvaartmaatschappijen

- Bestemmingen:** Steden zoals **Barcelona**, **Madrid**, **Málaga**, **Alicante** en eilanden zoals **Ibiza** en **Mallorca** zijn populaire keuzes.
- Luchtvaartmaatschappijen:** Budgetmaatschappijen zoals **Ryanair**, **Transavia**, **Vueling** en **easyJet** bieden regelmatig voordelige vluchten naar diverse Spaanse steden.

Tips om Goedkope Vluchten te Vinden

1. Verdelijk Deuren: Gebruik de formulieren op de websites van Ryanair, easyJet, Transavia en Momondo om de beste prijzen te vinden.

Dit is het resultaat dat ik krijg wanneer ik in chatgpt zoek naar: "Goedkope vliegtickets Spanje"

Oude SEO werkt niet meer – Ontdek de kracht van Helpful Content

6

Ontdek de kracht van helpful content

Dit wordt vaak gedacht, maar dit is niet het geval. Wat betreft informatieve zoekintenties nemen AI-tools een deel van Google over, maar voor het vinden van producten en diensten (commercieel zoeken = koop intentie zoeken) zeker niet.

Probeer maar eens via een AI-tool een product of dienst te vinden. Dit gaat je niet lukken, ook al ben je afgestudeerd in 'prompten'. Want het systeem van Google is ongekend vernuftig en niet zomaar te vervangen.

Google heeft hier de troeven in handen:

- Een complete, megagrote en geautomatiseerde index van alle websites
- Real-time data (bijv. prijzen, reviews, aanbiedingen etc.)
- Een geavanceerd advertentie-ecosysteem
- Ervaring met miljarden zoekopdrachten per dag!!

Het is niet voor niets dat er pogingen zijn om de dominantie van Google in te perken.

Meer over dit onderwerp: lees mijn artikel: [de toekomst van Google en SEO in het AI tijdperk](#).

Google heeft het roer omgegooid!

Vanaf 2022 heeft Google een duidelijke koerswijziging ingezet om haar zoekresultaten sterk te verbeteren. Met een reeks updates heeft de zoekgigant de focus verlegd van technische optimalisaties en trucjes naar wat écht telt: kwaliteit en relevantie.

Hier is een kort overzicht van de belangrijkste Google Helpful Content-updates:

► Augustus 2022:

De eerste 'helpful content'-update werd uitgerold, gericht op het identificeren en afstraffen van content die primair was geschreven voor zoekmachineoptimalisatie in plaats van voor gebruikers.

► December 2022:

De tweede update verbeterde het 'helpful content'-systeem en breidde de toepassing uit naar alle talen.

► September 2023:

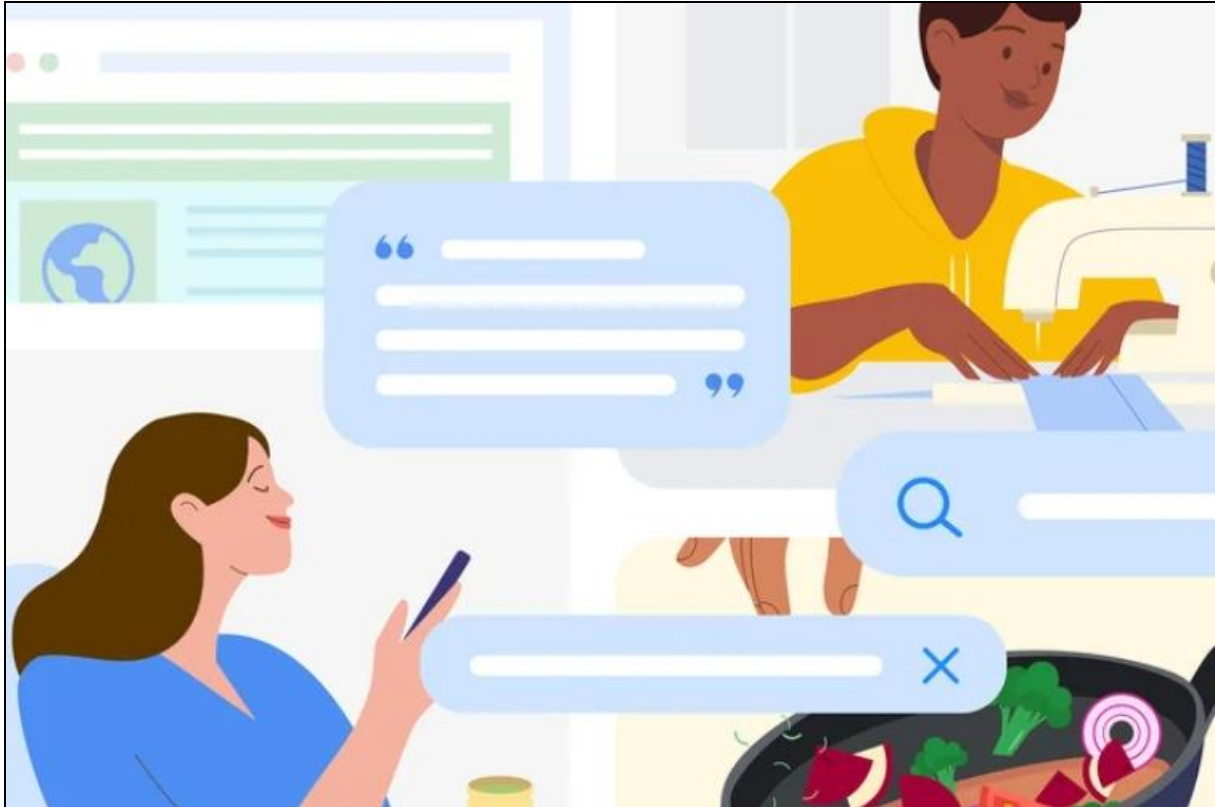
De derde update bracht belangrijke wijzigingen, waaronder aanpassingen voor AI-gegenereerde content en het hosten van content van derden op subdomeinen.

► Maart 2024:

Het 'helpful content'-systeem werd geïntegreerd in de kernrangschikkingssystemen van Google, met een nog sterkere focus op het belonen van waardevolle content en het afstraffen van onoriginale, lage kwaliteit content in zoekresultaten.

Met deze updates heeft Google haar koers definitief veranderd. Van een technische algoritme-focus naar een nieuwe nadruk op gebruiksvriendelijkheid en de kwaliteit van inhoud.

Ontdek de kracht van helpful content



Het ontstaan van Google's helpful content

Zo is in 2022 Google's helpful content ontstaan. Google richt zich hiermee volledig op het verbeteren van de kwaliteit van zoekresultaten door waardevolle content te herkennen en te belonen.

Google richt zich specifiek op het onderscheiden van content die daadwerkelijk nuttig is voor gebruikers, van content die puur voor SEO-doeleinden is gemaakt!

Vanaf maart 2024 is helpful content een vast onderdeel van het Google-algoritme.

Websites met oude SEO-content ervaren (aanzienlijke) dalingen in hun SEO-verkeer

Google's criteria voor helpful content

Google heeft zelf criteria opgesteld om nog duidelijker te maken wat zij bedoelt met helpful content:

Beoordeel het zelf aan de hand van de volgende inhouds- en kwaliteitsvragen, opgesteld door Google:

1. Biedt de inhoud originele informatie, rapportage, onderzoek of analyse?
2. Biedt de inhoud een substantiële, volledige of uitgebreide beschrijving van het onderwerp?

Ontdek de kracht van helpful content

3. *Biedt de inhoud inzichtelijke analyses of interessante informatie die verder gaat dan het voor de hand liggende?*
4. *Als de inhoud zich op andere bronnen baseert, vermijdt deze dan het simpelweg kopiëren of herschrijven van die bronnen, en biedt deze in plaats daarvan substantiële extra waarde en originaliteit?*
5. *Geeft de paginatitel een beschrijvende, nuttige samenvatting van de content?*
6. *Vermijdt de paginatitel om te overdrijven of schokkend van aard te zijn?*
7. *Is dit het soort pagina dat je zou willen bookmarken, delen met een vriend of aanbevelen?*
8. *Zou je verwachten dat je deze inhoud in een gedrukt tijdschrift, encyclopedie of boek zou tegenkomen of ernaar zou verwijzen?*
9. *Biedt de inhoud substantiële waarde in vergelijking met andere pagina's in de zoekresultaten?*
10. *Bevat de inhoud spelling- of stijlproblemen?*
11. *Is de content goed geproduceerd, of komt deze slordig of haastig geproduceerd over?*
12. *Wordt de inhoud in massa geproduceerd door of uitbesteed aan een groot aantal makers, of verspreid over een groot netwerk van sites, zodat individuele pagina's of sites niet zoveel aandacht of zorg krijgen?*

De meeste websites die ik heb beoordeeld aan de hand van deze 12 vragen scoorden ver benedenmaats.

Wil je meer weten over de helpful content richtlijnen van Google?, bekijk dan de gehele [Google helpful content checklist](#) (vertaalde versie).

“De helpful content update richt zich specifiek op het onderscheiden van content die daadwerkelijk nuttig is voor gebruikers van content die puur voor SEO-doeleinden is gemaakt.”

Zonder helpful content gaat je SEO niet werken!

Een jaar geleden deed ik een experiment op mijn eigen website. Ik maakte de content van al mijn artikelen (ruim 100) volledig helpful. Binnen 4 maanden zag ik het organische verkeer met ruim 250% groeien, zonder dat ik ook maar één extra backlink toevoegde.

Ontdek de kracht van helpful content



250% organische groei door helpful content op marcobouman.com

Wil je meer verkeer naar je website of webwinkel? Dan is inzetten op helpful content de manier. Hieronder leg ik in 4 praktische stappen uit hoe je dit doet.

In 4 stappen naar helpful content

1. Sloop oude SEO-structuren
2. Speel in op de zoekintenties van je doelgroep
3. Maak behulpzame content
4. Maak je helpful content compleet

1. Sloop oude SEO-structuren

Voor bedrijven die al jarenlang met SEO bezig zijn, is dit meestal wel een domper. De kwaliteit van alle ooit gemaakte SEO-content is vaak ver te zoeken. En als je veel van dit soort pagina's hebt, voelt het soms alsof je kapitaal wegspoelt. Met deze standaard SEO-content kom je er niet meer!!!

Let op: het gaat hier vooral om de pagina's waarmee je in Google gevonden werd of wilt worden.

Een aantal checkpoints:

- Telt de pagina minder dan 400 woorden?
- Is de zoekwoordddichtheid hoger dan 2% (aantal zoekwoorden / totaal aantal woorden)?
- Loopt de tekst niet lekker door?
- Weet je na het lezen niet echt meer?
- Staan er niet-relevante interne linkjes in?
- Bevat meer dan de helft van de alinea-kopjes het zoekwoord?
- Is deze tekst door AI gemaakt?
- Bevat deze pagina puur tekst zonder visuele ondersteuning?

Als je op al deze vragen een 'nee' hebt, kun je deze tekst gebruiken om hem volledig helpful te maken.

Ontdek de kracht van helpful content

Echter, Als je hier op minimaal één vraag 'ja' antwoordt, is het vaak eenvoudiger om een compleet nieuwe pagina te maken in plaats van een oude tekst te optimaliseren.

Je hebt picknicktafels natuurlijk in alle soorten en maten. Zo heb je tafels van 90 en 120 centimeter, veelal bedoelt voor kinderen. En picknicktafels voor volwassen vanaf zo'n 150 centimeter tot wel 3 meter! Daartussen in hebben wij picknicktafels van 180 centimeter, 210 centimeter én 240 centimeter. Elke afmeting is natuurlijk bedoelt voor een bijpassend aantal personen. Op een picknicktafel van 150 centimeter lang kunnen 4 volwassenen ruim aan zitten. Toch merken wij dat veel mensen picknicktafels voor 4 personen zoeken, en dan toch kiezen voor onze Picknicktafel Deluxe 180. Dit is dan ook de **meest verkochte picknicktafel van Nederland!** Op een picknicktafel van 3 meter kunnen maar liefst 12 volwassenen aan plaatsnemen!

Bij deze webshop denken ze waarschijnlijk dat Google sinds 2010 niet meer is veranderd. Ik tel alleen in deze alinea al 7 x het woord 'picknicktafel'

Bonus tip:

Check je backlinkprofiel (of laat dit checken). Alle linkjes op domeinen zonder organisch verkeer en zonder match qua relevantie, verminderen je positie in de zoekresultaten.

2. Zet de zoekintenties van je bezoekers centraal

Dit is het belangrijkste ingrediënt van helpful content en meestal ook het lastigste om goed te achterhalen. Het gaat hier om alle mogelijke vragen, zorgen, dilemma's, problemen en angsten die mensen hebben wanneer ze zoeken op jouw thema of zoekwoord.

Het gaat daarbij om meer dan alleen de belangrijkste zoekintentie. Het gaat een stuk dieper.

Een voorbeeld: 'heftruck'

Wat is de meest basale zoekintentie voor dit zoekwoord?

Wanneer je dit woord in Google plaatst, zie je dat de meeste zoekresultaten gaan over '**heftruck kopen**'. Maar is dat wel wat zoekers op deze pagina verwachten?

Als ik hiervoor mijn prompt in ChatGPT gebruik, kom ik tot de conclusie dat mensen die zoeken op 'heftruck' niet direct een heftruck willen kopen. Ze willen eerst weten of een heftruck geschikt is voor hun situatie. De meest basale zoekintentie is dus: oriëntatie, niet kopen.

Bij het achterhalen van de meest basale zoekintenties achter een zoekwoord kun je je het beste laten assisteren door AI-tools, zoals bijvoorbeeld ChatGPT. Hier is de prompt die ik vaak gebruik:

Prompt: meest basale zoekintentie

Analyseer het zoekwoord dat ik geef en graaf dieper om de meest basale zoekintentie bloot te leggen. Ga verder dan de directe betekenis en overweeg de achterliggende vragen, behoeften en motivaties van de zoeker. Volg dit proces:

Ontdek de kracht van helpful content

Reflecteer: Wat zou de gebruiker écht willen weten of bereiken met dit zoekwoord?

Denk contextueel: Welke vragen of overwegingen kunnen hierachter zitten? Welke aanvullende informatie heeft de gebruiker mogelijk nodig?

Identificeer behoefte: Is de gebruiker op zoek naar uitleg, vergelijking, advies, oplossingen of inspiratie?

Graaf dieper: Welke bredere onderwerpen of thema's spelen mogelijk een rol rondom dit zoekwoord?

Met deze prompt achterhaal je de meest basale zoekintenties. Vervolgens kun je doorvragen: Welke informatie hebben deze zoekers nodig? Wat verwachten ze op een webpagina voor dit zoekwoord?

Vragen in mijn voorbeeld

- Wat is een heftruck en waarvoor gebruik je het?
- Zijn er alternatieve magazijnoplossingen, zoals palletwagens of reachtrucks?
- Wat is beter: een elektrische heftruck of een op brandstof?
- Wat kost een heftruck en welke opties zijn er?
- Wat zijn de veiligheidsvoorschriften bij het gebruik van een heftruck?

In deze stap bepaal je uiteindelijk de structuur en inhoud van je pagina: dit is wat mensen die zoeken in Google echt willen zien! De echte vragen achter een zoekopdracht.

Meer weten hierover, lees mijn artikel: [3D zoekintenties vinden – een praktische gids.](#)

3. Helpful content schrijven

Zodra je het fundament onder je helpful content hebt gelegd door de zoekintenties van je doelgroep helder te krijgen, kun je beginnen met schrijven.

Helpful content bestaat uit verschillende belangrijke ingrediënten. In mijn aanpak hanteer ik er momenteel ruim 20 ingrediënten. Hier zijn 5 van de meest essentiële elementen die jouw content écht waardevol maken:

1. Unieke content

Unieke content betekent dat wat je schrijft nergens anders te vinden is. Het biedt nieuwe inzichten, originele ideeën of een frisse invalshoek. Vermijd het herhalen van wat je concurrenten al zeggen. Stel jezelf de vraag: Wat maakt deze content (producten of diensten) anders en waardevoller dan wat er al bestaat?

2. Menselijke ervaring

Laat jouw menselijke ervaring doorschijnen in de content. Dit betekent dat je je eigen expertise, ervaringen of praktijkvoorbeelden toevoegt. Mensen zoeken geen generieke informatie; ze zoeken verhalen en inzichten van mensen die weten waar ze het over hebben.

3. Betrouwbaarheid

Google belooft content die betrouwbaar is. Zorg ervoor dat je bronnen noemt als je cijfers of feiten gebruikt en werk met duidelijke contactinformatie of referenties. Betrouwbare content

Ontdek de kracht van helpful content

wekt vertrouwen bij je lezers en verhoogt je geloofwaardigheid in de ogen van Google. Zorg voor transparantie en hanteer een duidelijke over ons pagina.

4. Expertise

Laat je expertise zien door diepgaande uitleg en relevante voorbeelden. Geef blijk van kennis die verder gaat dan het oppervlakkige. Als je een onderwerp bespreekt, zorg er dan voor dat je lezer er daadwerkelijk iets aan heeft en verder geholpen wordt. Laat zien: certificaten, diploma's en praktijkervaring.

5. Informatiewinst

Elke pagina moet de lezer een concrete informatiewinst opleveren. Na het lezen van jouw content moet de lezer het gevoel hebben dat hij iets nuttigs heeft geleerd dat hij nog niet wist. Bied waarde door praktische tips, stappenplannen of nieuwe perspectieven.

4. Maak je helpful content compleet

Je oude SEO-structuren zijn weg, de zoekintenties van je bezoekers zijn helder en de teksten zijn hierop geschreven. Nu is het tijd om je teksten écht compleet helpful te maken door te focussen op presentatie en gebruiksvriendelijkheid.

Helpful content draait namelijk niet alleen om inhoud, maar ook om hoe prettig en waardevol deze is voor je bezoekers. Denk aan de volgende elementen:

1. Leesbaarheid

Helderheid is cruciaal. Gebruik korte zinnen en duidelijke alinea's om je tekst makkelijk scanbaar te maken. Voeg tussenkoppen en opsommingen toe om structuur aan te brengen en vermijd jargon dat je lezer kan afschrikken.

2. Visuele ondersteuning

Beelden en video's maken je content aantrekkelijker en makkelijker te begrijpen. Voeg relevante afbeeldingen, grafieken of zelfs korte video's toe om complexe informatie te verduidelijken en de aandacht van je lezer vast te houden.

3. Interne links

Gebruik **relevante** interne links om je bezoekers naar gerelateerde artikelen of pagina's te leiden. Dit verbetert de navigatie op je website en versterkt je interne linkstructuur, wat ook bijdraagt aan betere SEO-resultaten.

4. Actualiteit

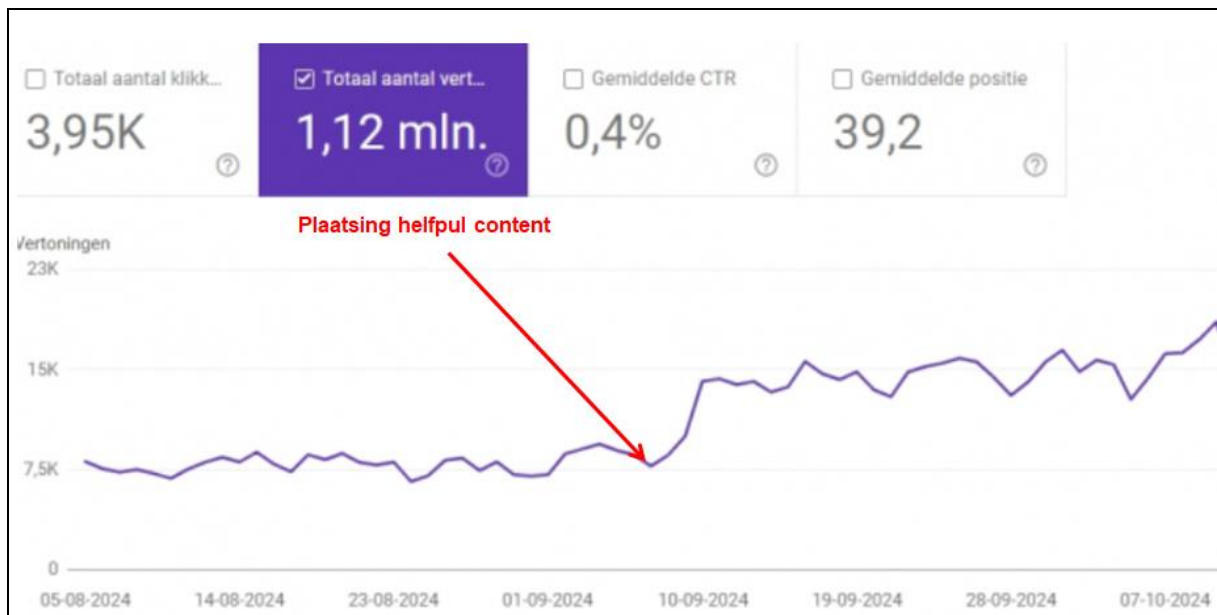
Houd je content up-to-date. Geef duidelijk een publicatie- en wijzigingsdatum weer, zodat bezoekers zien dat jouw informatie actueel is. Werk regelmatig verouderde gegevens bij om relevant te blijven.

5. Functionele elementen

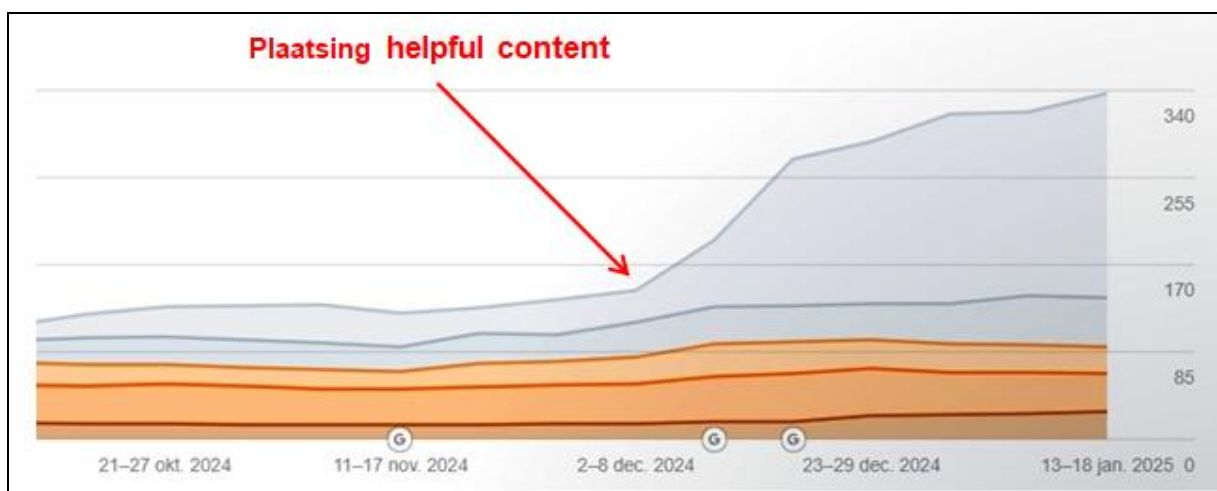
Voeg praktische elementen toe, zoals een contactformulier, downloadknop of interactieve FAQ-sectie. Deze functionaliteiten maken je content gebruiksvriendelijker en helpen bezoekers direct met hun volgende stap.

Ontdek de kracht van helpful content

Het effect van echte helpful content



1. Bron Google Search Console: Vanaf het moment van plaatsen van helpful content, verdubbelde het aantal vertoningen! Voor een van mijn klanten in intern transport.



2. Bron Ahrefs: Mijn helpful content case bij XXLnutrition.com meer dan een verdubbeling aantal rankende zoekwoorden op het trefwoord whey isolate.

Ontdek de kracht van helpful content

Zoekresultaat	Woorden	DR
1 Featured snippet Hoog In Google Komen in 9 Succesvolle Stappen In 2024 << https://marcobouman.com/artikel/hoog-in-google ▼ "Hoog in Google" betekent dat een website een prominente positie heeft in de niet-betaalde zoekresultaten van Google, waardoor het gemakkelijk gevonden wordt door gebruikers die relevante zoekopdrachten uitvoeren." 21 mrt 2024	6,731	39
2 ► Mensen vragen ook		
3 Hoger in Google komen en blijven in 11 stappen https://hellomarketing.nl/hoger-in-google/ ▼	2,561	48
4 Hoger in Google komen met zoekmachine optimalisatie https://ralfvanveen.com/hoog-in-google/ ▼	N/A	63
5 Hoger in Google komen? (+34 tips) - Linktopics.nl 404 https://linktopics.nl/hoger-in-google ▼	0	29
6 Hoger scoren in Google met deze 13 SEO-tips https://www.coemans.com/hoe-geraak-hoger-google-gebruik-10-tips/ ▼	1,575	60
7 ► Video's		
8 Hoger in Google komen met je website? Stappenplan (2024) https://www.onlinemarketing.triplepro.nl/seo-artikelen/hoger-in-google ▼	2,749	74
9 Hoe komt mijn website anno 2024 hoger in Google? - Webton https://www.webton.nl/blog/hoog-in-google/ ▼	N/A	72
10 Hoger in Google komen? Handleiding + 18 tips [2024 ... https://stormachtig.nl/hoger-in-google-komen-tips/ ▼	4,808	55

3. *Bron: Ahrefs SERPs: Marcobouman.com 'Hoog in Google' Je ziet hier mijn #1 positie met een slechts een DR van 39 tussen een gemiddelde DR van 55.*

Zoekterm	Intenties	SF	Volume	KD	CPC	Verkeer	Wijzigen ▼	Betaald	Positie	Wijzigen	URL
+ whey isolate	I C T	3	3.6K	5	0.80	984	+908	0	6 → 1	▲5	https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 1 meer
+ xxl nutrition whey isolate	I C Branded	3	300	1	0.11	195	+77	0	1		https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 21 meer
+ whey isolate xxl	I C Branded	4	250	1	0.12	145	+31	0	1		https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 14 meer
+ whey protein isolate	I C	5	900	4	0.70	36	+23	0	8 → 4	▲4	https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼
+ isolate protein	I C	4	250	2	0.75	26	+21	0	12 → 4	▲8	https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 1 meer
+ xxl whey isolate	I C Branded	1	150	1	0.10	101	+10	0	1		https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 28 meer
+ protein isolate	I C	3	150	2	0.68	15	+9	0	6 → 3	▲3	https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 1 meer
+ wat is whey isolaat	I	3	150	1	0.34	9	+9	0	20 → 6	▲14	https://xxlnutrition.com/nl/whey-isolaat ▼ 1 meer

4. *Mijn case bij XXLnutrition: in 6 weken tijd van #6 naar # 1 op trefwoord 'whey isolate' puur op basis van helpful content, plus een verdubbeling van het aantal rankende zoekwoorden!*

Ontdek de kracht van helpful content

Aan de slag met helpful content

Met deze 4 praktische stappen heb je een mooie leidraad om helpful content te maken. In een experiment dat ik begin 2024 hield, steeg het SEO-verkeer in slechts 4 maanden met 250%. Dat is de kracht van helpful content.

Natuurlijk gaat het niet alleen om helpful content. Kwalitatieve linkverwijzingen, een website die qua technische SEO helemaal voldoet en een top SEO strategie, maken deze groei mogelijk.

Zelf helpful content maken? Of uitbesteden?

Helpful content maken lijkt eenvoudig, maar het vraagt om meer dan alleen schrijven. Het vergt een scherp inzicht in je doelgroep, een helder begrip van zoekintenties en consistentie in kwaliteit. Zelf doen kan, maar het is vaak tijdrovend en ingewikkeld.

Ik heb een model ontwikkeld met meer dan 25 ingrediënten voor effectieve helpful content, dat naadloos aansluit bij alle checkpoints van de recente Google-updates. Wil je zeker weten dat jouw content voldoet aan deze nieuwe standaarden? Ik help je graag om dit professioneel en efficiënt te realiseren.

Ontdek de kracht van helpful content

Mijn helpful content: dé oplossing voor meer bezoekers & conversie – Tijdelijk €75 Korting!

Wil jij hoger in Google, meer organisch verkeer én teksten die bezoekers echt aanspreken?

Mijn Helpful Content Bundel geeft je 2.000 woorden aan high-impact content die volledig voldoet aan de nieuwste Google-richtlijnen. Geen oude SEO-trucjes, maar content die scoort én converteert!

Wat je krijgt in de Helpful Content Bundel:

- ✓ 2.000 woorden topkwaliteit Helpful Content – Geoptimaliseerd voor jouw belangrijkste zoekwoord of thema.
- ✓ Perfect afgestemd op zoekintenties – Beantwoord exact waar jouw doelgroep naar zoekt.
- ✓ Meer organische bezoekers – Omdat jouw content volledig aansluit bij wat bezoekers echt zoeken.
- ✓ Content die volledig voldoet aan de helpful content richtlijnen van Google.
- ✓ Conversiegericht & actiegericht – Helpt niet alleen met ranking, maar ook met leads en sales.
- ✓ 180 graden anders dan standaard SEO-content – Geen loze keywords, maar échte waarde voor je lezer.
- ✓ Tijdelijke actie: €75 korting op de bundel, dit geldt tot 1 april 2025.

Maak jouw website future-proof met Helpful Content:

[Bekijk de Helpful Content Bundel](#)

Over Marco Bouman



Ik ben Marco, SEO-consultant met een passie voor content die écht werkt. Mijn ervaring heeft me geholpen een model te ontwikkelen dat bedrijven helpt om met helpful content in te spelen op de nieuwste Google-updates. Sinds 2007 heb ik meer dan 400 MKB bedrijven geholpen met online groeien. Als SEO specialist deel ik mijn kennis bij [frankwatching.com](#), [Emerce.nl](#) en [deondernemer.nl](#)

Ontdek de kracht van helpful content

Gerelateerde artikelen

Artikelen bij Frankwatching.com:

- [Ai versus Google, kan de zoekgigant standhouden?](#)
- [Hoe helpful is Google's AI overview & wat is de impact op SEO?](#)
- [125% organische groei door helpful content in 4 maanden](#)
- [Met AI tools SEO content maken, handig of dom?](#)

Artikelen bij de deondernemer.nl:

- [Hoger in Google komen, heeft linkbuilding nog wel zin?](#)
- [Hoe je met AI-tools hoger in Google komt \(vergeet het menselijke aspect niet\)](#)
- [Is jouw SEO content rijp voor het grofvuil?](#)
- [Wat als Google wegvault, zo speel je hier met je bedrijf op in](#)

Artikelen op mijn website

- [Helpful content maken in 10 succesvolle stappen](#)
- [Beoordeel je eigen content, is het helpful?](#)
- [Maak van je website een EEAT website](#)
- [Als het niet goed voelt, verlaat ik je website](#)

Artikelen in het AD: 10-11-2024



Hoger komen in Google

MARCO BOUMAN
OVER LINKBUILDING

Heeft linkbuilding nog wel zin? Deze vraag wordt mij regelmatig gesteld door ondernemers die bezig zijn met SEO (het verkrijgen van verkeer via Google). Maar werkt het eigenlijk nog wel?

In het kort de betekenis van linkbuilding: wanneer je links van andere websites krijgt, stijgt de 'populariteit' van jouw website in de ogen van zoekmachines. Domeinen met een groot backlinkprofiel trekken meer bezoekers aan. Dit Google-verkeer is vaak vele malen goedkoper dan adverteren via Google.

Werkt linkbuilding nog wel?
Ja! Daar kan ik kort over zijn. Het heeft nog steeds zeker zin om ver-

wijzende links naar je website te krijgen. Echter, er zijn de afgelopen periode veel updates geweest met betrekking tot de kwaliteit van deze links. Google geeft aan dat het belang van links iets kleiner wordt; de zoekmachine gaat steeds meer lage kwaliteit links weren en waardeert kwalitatieve links juist meer.

Welke linkbuilding werkt niet?
Laat ik beginnen met een paar vormen van linkbuilding die niet veel zin meer hebben: linkpartners. Wanneer een link naar jouw website op een willekeurige (vaak totaal onbekende) pagina staat, tussen soms honderden andere links, dan is die link van zeer lage kwaliteit. Deze pagina's hebben vaak namen zoals: linkpartners, hulpbronnen,

aanbevelen, samenwerken, partners. Dit zijn vaak volstrekt onbekende websites zonder contactgegevens, met pagina's waar honderden links op staan, vaak zonder afbeeldingen. Te veel van deze linkjes halen de gehele kwaliteit van je website naar beneden.

Een tweede fenomeen dat achterhaald is, is het zogenaamde SEO-blog. Je kunt zo'n SEO-blog herkennen aan: ontbrekende contactgegevens, vaak uiteenlopende thema's, korte stukjes (AI-tekst).

Ik noem dit 'spookdomeinen'. Op het eerste gezicht zie je dit niet altijd, maar via SEO-tools kun je eenvoudig zien hoeveel organisch verkeer dit soort websites hebben. Linkpartners en SEO-blogs hebben vaak 0 of maximaal 100 organische

bezoekers. Er komt niemand! Deze sites helpen je niet verder.

Het internet staat vol met dit soort spooklinkjes. Niet alleen van vroeger; veel online marketing-bureaus plaatsen nu nog steeds dit soort linkjes, vaak wel 10, 20, 30 of meer per maand. Je betaalt een boel geld aan linkjes die nog maar weinig toevoegen. Vroeger werkten dit soort linkjes wel, maar die tijd is inmiddels zo goed als voorbij.

Marco Bouman helpt mkb-bedrijven met online groeien. Scan de QR-code en lees zijn hele blog om hoger in Google te komen.



Dit is een wekelijkse uitgave van De Ondernemer. De artikelen worden geschreven door de redactie van De Ondernemer, deels in samenwerking met betalende partners. Meer praktische tips en inspirerende verhalen? Ga naar [deondernemer.nl](#)

In het AD: 04-05-2024



SEO-content bij het vuil?

MARCO BOUMAN
OVER ONLINE MARKETING

De tijd dat je met slappe content en overmatig gebruik van zoekwoorden hoger in Google kon scoren, lijkt voorbij. Niet alleen omdat het voor bezoekers geen toegevoegde waarde heeft (deze teksten worden bijna nooit gelezen), maar ook omdat de grootste zoekmachine hier nu klaar mee lijkt te zijn. Wat nu? Consultant Marco Bouman legt het uit in zijn blog.

De afgelopen periode heeft Google meerdere *helpful content updates* doorgevoerd, en deze werken realtime in het algoritme. Hiermee streeft Google ernaar om de relevantie en kwaliteit van online content sterk te verbeteren.

Affiliate websites zwaar getroffen
De Google helpful content updates van september vorig jaar en maart dit jaar hebben een aanzienlijke impact gehad, vooral op zogenaamde affiliate websites. Ze hebben ongeveer 40 procent van hun maandelijkse verkeer verloren, en sommige zelfs nog meer. Miljoenen. Dit lijkt een voorproefje van wat ons allemaal te wachten staat als we niks doen.

Waar vroeger SEO-teksten vol stonden met zoekwoorden om zoekmachines duidelijk te maken waar een pagina over ging (soms wel 3 procent van het aantal woorden), is het nu duidelijk dat zoekmachines veel intelligenter zijn geworden en deze overmatige hoeveelheid zoekwoorden niet meer nodig hebben.

Zeker met de komst van AI-tools, die zoekmachines zelf ook gebruiken, kunnen ze feilloos bepalen waar een pagina over gaat. Deze SEO-switch raakt ons allemaal, vooral bedrijven die grotendeels afhankelijk zijn van organisch verkeer via Google. Wanneer je webwinkel of website voornamelijk afhankelijk is van organisch verkeer (SEO-verkeer), dan is het tijd om het roer om te gooien en echte content te gaan maken. Met de oude standaard SEO-content ga je het niet redden. Deze lage kwaliteit content kan uiteindelijk bij het grofvuil.

Wat kun je doen?
Google heeft uitgebreide richtlijnen gepubliceerd om te helpen begrijpen hoe je hoogwaardige content

kunt maken die goed scoort in de zoekresultaten. En er is een lijst met vragen opgesteld zodat iedereen die met SEO bezig is, zelf kan nagaan hoe het met de kwaliteit van hun SEO-content gesteld is.

Uit deze uitgebreide lijst heb ik tien vragen geselecteerd. Als je één keer of vaker nee antwoordt, is het tijd je SEO-content aan te passen aan de nieuwe richtlijnen van Google. Benieuwd naar de tien vragen? En hoe je ze oplost?

Scan de QR-code en lees de hele blog van online groei consultant Marco Bouman op [deondernemer.nl](#).



Dit is een wekelijkse uitgave van De Ondernemer. De artikelen worden geschreven door de redactie van De Ondernemer, deels in samenwerking met betalende partners. Meer praktische tips en inspirerende verhalen? Ga naar [deondernemer.nl](#)