

# Gebruik van zoekwoorden in sociale media

Door: Marjet Wullink

*Door uitgekend woordgebruik in sociale media kun je beter worden gevonden door je doelgroep. In dit hoofdstuk wordt Twitter als voorbeeld genomen, maar de manier waarop men de woorden kan gebruiken werkt voor Facebook en LinkedIn hetzelfde.*

## Hoe wordt er online gezocht?

Mensen zoeken in Google op basis van hun behoeften of problemen. Wanneer iemand wil weten wanneer de metro lijn in de Ferdinand Bolstraat in Amsterdam af is, typt men bijvoorbeeld de zoekwoorden: [metro Ferdinand Bolstraat Amsterdam] in. Zij willen hulp of helderheid over een bepaalde situatie, bijvoorbeeld: “Hoe lang gaat het nog duren voor ze weer fijn door de Ferdinand Bolstraat kunnen fietsen?” Hoe zorg je als gemeente Amsterdam dat men deze informatie makkelijk kan vinden op basis van een zoekopdracht?

## Van zoekwoord naar keyword

Zoekwoorden zijn de woorden waarop mensen zoeken. Jouw doelgroep zijn alle mensen die vragen hebben over het onderwerp waar jij antwoord op kunt geven. Als je weet welke zoekwoorden jouw doelgroep intypt in Google of in de zoekmachines van sociale media, kun je jouw communicatie hierop aanpassen. De zoekwoorden worden dan **keywords**: belangrijke woorden die je gebruikt in je online communicatie zodat je hier beter op wordt gevonden.

## Voorbeeld van keyword gebruik

De Gemeente Enschede stuurt bijvoorbeeld dagelijks de informatie over de burgerlijke stand in een tweet.



Gemeente Enschede @Gem\_Enschede

Burgerlijke Stand 22 augustus 2012 bit.ly/TUaaOz #enschede

Expand

Burgerzaken wil hiermee bekend maken wie er die dag geboren, getrouwd of overleden zijn en geeft een link naar de website waar dit is weergegeven. De Gemeente Enschede zal meer mensen bereiken wanneer men woorden gebruikt waar meer op wordt gezocht, bijv: [geboren, getrouwd en overleden in Enschede].

## Belang van het gebruik van de juiste keywords

Het voorgaande voorbeeld laat al zien dat je vindbaarheid beter wordt wanneer je de juiste keywords gebruikt. Bovendien zoekt Google niet alleen in websites maar ook in sociale media. Het gebruiken van nuttige keywords op Twitter, Facebook of LinkedIn zal dus niet alleen je vindbaarheid in de zoekmachines van de sociale media versterken maar ook in Google.

## Onderzoek naar de juiste keywords

Het gebruik van de juiste keywords in je tweets of profielpagina kan veel betekenen voor je vindbaarheid in de zoekmachines. Nu is het dus alleen nog de vraag, welke keywords zijn de juiste?

## Hulpprogramma voor zoekwoorden

Het 'Hulpprogramma voor zoekwoorden' van AdWords is het programma waarmee je onderzoek kan doen naar de woorden die het meest worden gebruikt in Google. (Het zoekverkeer is bepaald over een jaar en er staat een maandelijkse zoekvolume bij.) Je typt de woorden in waarop je denkt te worden gevonden, en het zoekverkeer verschijnt.

Een voorbeeld: iemand is op zoek naar hoeveel hij of zij moet betalen voor parkeren in Amsterdam. Je zou kunnen denken aan [parkeergeld], [parkeertarief] of [parkeertarieven]. In onderstaande afbeelding zie je dat [parkeertarieven] het meeste zoekverkeer oplevert.

Zoekwoorden vinden

Gebaseerd op een of meer van de volgende:

Woord of woordgroep	parkeergeld parkeertarief parkeertarieven
Website	www.google.nl/page.html

Alleen ideeën weergeven die nauw verband houden met mijn zoektermen (?)

Geavanceerde opties en filters Locaties:Nederland x Talen:Nederlands x Apparaten: desktopcomputers en laptops

**Zoeken**

Meld u aan met de aanmeldingsgegevens voor AdWords om de volledige reeks ideeën voor deze zoekopdracht te bekijken.

[Over deze gegevens \(?\)](#)

Downloaden ▾ Weergeven als tekst ▾ Gesorterd op Lokale maandelijkse zoekopdrachten ▾ Kolommen ▾

Alles opslaan Zoektermen (3) <span style="float: right;">1 - 3 van 3</span>			
Zoekwoord	Concurrentie	Wereldwijde maandelijkse zoekopdrachten ?	Lokale maandelijkse zoekopdrachten ?
<input type="checkbox"/> parkeertarieven ▾	Laag	14.800	14.800
<input type="checkbox"/> parkeertarief ▾	Laag	12.100	12.100
<input type="checkbox"/> parkeergeld ▾	Laag	1.300	1.300

Alles opslaan **Zoekwoordideeën (100)** 1 - 50 van 100

**Figuur 15:** resultaat zoektocht op zoekwoorden  
**Zoekwoord combinaties als keywords**

Dan kun je je online communicatie inzetten op het woord waarop het meest wordt gezocht zoals alleen [parkeertarieven]. Maar als je bedenkt dat je concurrentie dat ook doet dan is het logischerwijs moeilijk om bovenaan te komen staan in de zoekresultaten. Bovendien wil niet iedereen de parkeertarieven van Amsterdam weten als ze zoeken op [parkeertarieven]. Ga daarom na welke woorden men naast dit belangrijkste keyword nog zou zoeken, en maak bijvoorbeeld de combinatie met Amsterdam: [parkeertarieven Amsterdam], [parkeertarief Amsterdam], [parkeergeld Amsterdam].

### **Uitbreid associatief keyword onderzoek**

Het hulpprogramma geeft ook zoekwoord-ideeën zoals [parkeren] waar nog meer op gezocht wordt dan op [parkeertarieven]. Associatief doordenkend kom je op [betaald parkeren Amsterdam] en zie je dat hierop meer wordt gezocht dan op [parkeertarieven Amsterdam]. Daarnaast geeft het programma aan hoeveel deze woorden gebruikt worden in advertenties, dat zie je in de afbeelding onder concurrentie. In het geval van [betaald parkeren Amsterdam] is de concurrentie laag en dus nog geschikter als keyword. Associatief onderzoek is een manier die veel tijd kost omdat het soms niet het eerste is wat in je opkomt, maar wat je vindbaarheid wel een stuk kan verbeteren ten opzichte van je concurrenten.

Opvallend is dat de zoekopdracht [Betaald parkeren Amsterdam] in Google wel zoekresultaten van gemeente-tweets geeft, maar eigenlijk niet van de gemeentelijke websites. In tweets worden dus, in tegenstelling tot op de website, wel de woorden [betaald parkeren Amsterdam] gebruikt, waarschijnlijk voortkomend uit vragen.

### **Tip voor gebruik van keywords in tweets**

Bekijk goed welke woorden men gebruikt als men vragen stelt en gebruik deze woorden ook weer in je tweets. Dit is ook een goede hint voor het gebruik van je keywords. Zoek op of op deze woorden inderdaad veel wordt gezocht en gebruik deze woorden dan als keyword in je online strategie.

### **Toepassing van de keywords in sociale media**

Als je de juiste keywords hebt gevonden, dan is het slechts een kwestie van het toevoegen van de keywords in sociale media. Er is een verschil tussen de vaste onderdelen van een sociale medium zoals het profiel en de wisselende onderdelen als berichten of status-updates.

### **Vaste onderdelen: Profiel**

Op Twitter kun je de keywords plaatsen in je biografie, dit is onderdeel van je profiel. Erg belangrijk voor mensen die tweets willen volgen over een onderwerp dat hen interesseert. [Gemeente Amsterdam] is een goede woordcombinatie om in je biografie te plaatsen, maar je kunt ook denken aan projecten waar je aan werkt.

Een voorbeeld van een project is de Noord/Zuidlijn. Voor velen is het duidelijk dat de Noord/Zuidlijn een nieuwe metro lijn door Amsterdam is. Maar stel dat iemand op zoek is naar informatie over de nieuwe metro in Amsterdam op Twitter en de naam “Noord/Zuidlijn” is vergeten. Via Twitter is er nu op de zoekcombinatie [metro Amsterdam] niets te vinden over Noord/Zuidlijn. Dit komt omdat in de biografie van @NoordZuidlijn, niet het woord [metro] staat.

## **NZ** Noord/Zuidlijn @NoordZuidlijn

*Wij zijn: Freddy/webmaster; Michiel/woordvoerder;  
Alex/hoofd communicatie; Hoite/directeur omgeving;  
Sacha/Susanne tunnelboren; Bram &  
Duco/Informatiecentrum  
Amsterdam · <http://www.noordzuidlijn.amsterdam.nl/>*

Omdat op [Metro Amsterdam] 22.200 keer per maand (in Google) gezocht wordt en op [noordzuidlijn] 9.900 keer kun je de kans op het bereiken van je doelgroep vergroten door Metro Amsterdam te gebruiken in plaats van Noord/Zuidlijn.

Naast het gebruik van keywords in je profiel, kun je ook keywords in je ‘Name’ (echte naam/screenname) en je gebruikersnaam gebruiken.

Voorbeeld keywords in namen bij Noord/Zuidlijn  
*Verander je ‘Name’ in je profiel in ‘Metro NZ Amsterdam’ (de dikgedrukte letters) en houd je gebruikersnaam (@NoordZuidlijn) hetzelfde.*

### **Wisselenden onderdelen: Tweets / berichten**

In de Twitter zoekmachine worden de meest recente tweets bovenaan geplaatst. Na een bepaalde tijd zullen er zoveel tweets over een bepaald onderwerp zijn geschreven dat een tweet uit de lijst valt. Om te voorkomen dat je wegzakt met je berichten is het van belang om

regelmatig berichten te versturen met de woorden waar je op gevonden wilt worden.

Het is dus belangrijk dat je in je tweets of berichten de juiste keywords verwerkt. Doe dit wel op een manier die niet te geforceerd is, dus wel stijlvol geschreven en fijn leesbaar.

---



Marjet Wullink van BureauBold is zoekmachine optimalisatie expert.

BureauBold is een webbureau gespecialiseerd in zoekmachine optimalisatie en WordPress.

Twitter: @BureauBold  
Website: [bureaubold.nl](http://bureaubold.nl)