

Van 0 naar 26.191
euro Per Maand
in 1 jaar



KLIK PROCES

voor de perfecte klik

Van 0 naar 26.191 euro Per Maand in 1 Jaar

In december zijn we benaderd door 2 investeerders die een nieuw bedrijf wilde beginnen in Nederland.

Het bedrijf moest actief worden in 1 plaats en de toekomst visie is een keten in elke grote plaats van Nederland.

Het bedrijf levert diensten in een straal van ongeveer 30 kilometer rondom de plaats waar ze actief zijn.

Ze hadden al wel een website.

Nou ja website, website. Wij zouden het geen website durven noemen.

Een aantal zelfgemaakte pagina's wat enkele bezoekers trok per maand (7 volgens mij) en via een krakkemikkige AdWords campagne kregen ze nu al een paar klussen binnen.

Een paar klussen, dat is het. Niet echt materiaal om een keten van op te bouwen en eigenlijk maar amper genoeg om break-even te draaien.

Maar ze hadden een plan voor de toekomst, een visie en genoeg financiering voor de lange adem.

Een perfecte klant om mee aan de slag te gaan.

Het eerste wat we hebben gedaan is een conversie gerichte website ontworpen om het aantal AdWords conversies te verdubbelen en de AdWords campagne compleet omgebouwd.

Maar dat is niet waarom je dit leest. Je wilt weten hoe we het SEO traject hebben aangepakt.

Dus dat staat hieronder exact beschreven.

Niet alleen wat we in je jaar tijd hebben gedaan, maar ook in welke volgorde we het hebben gedaan.

We hopen dat je er veel aan hebt!

Resultaat na Exact 1 Jaar Keihard Werken

Resultaat na Exact 1 Jaar Keihard Werken

Hieronder de resultaten na 1 jaar.

In totaal zijn er 15.325 bezoekers naar de website gekomen via de organische resultaten.



In december, na exact 12 maanden werk, trok de website 2.389 bezoekers per maand.

Met een gemiddeld conversiepercentage van 7,5% komt dat neer op 180 offerte aanvragen. Helaas worden niet alle offerte aanvragen een klus.

70% van alle aanvragen wordt een project. Dat betekent 125 projecten in 1 maand.

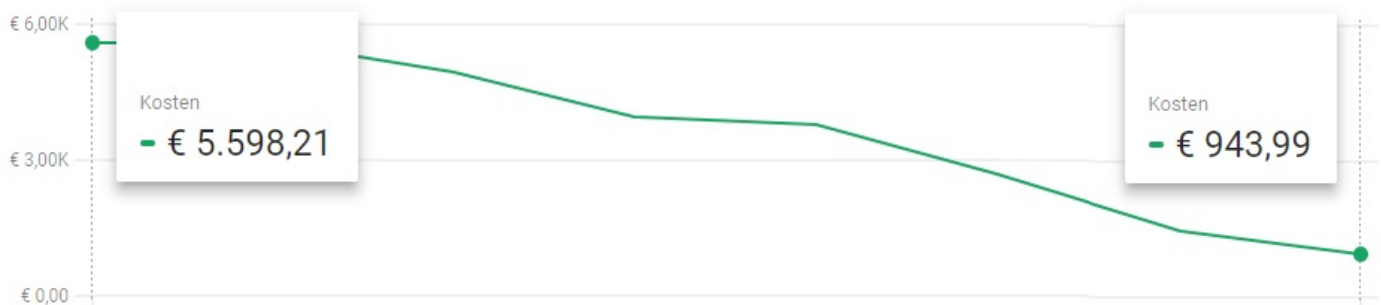
De gemiddelde orderwaarde van 1 klus is 209 euro. 209,53 euro om precies te zijn.

125 projecten maal 209,53 euro per project maakt 26.191 euro.

Afgerond 26.000 euro.

Verminderen AdWords uitgaven

Dankzij de SEO inspanningen is het AdWords budget afgebouwd van 5.500 euro per maand naar minder dan 1.000 euro per maand!



In overleg zijn we het budget gaan afbouwen.

Hoe hoger het SEO verkeer en bepaalde zoekwoordposities zijn opgebouwd, hoe minder AdWords budget er nodig is om hetzelfde aantal offerte aanvragen binnen te krijgen.

Dit stelde ons in staat om de minst rendabele zoekwoorden als eerste uit te zetten en aan het eind alleen de zeer winstgevende zoekwoorden over te houden.

Mocht je jezelf afvragen: waarom hebben ze AdWords niet aan laten staan om gewoon meer offerte aanvragen te krijgen?

De belangrijkste reden daarvoor was dat er niet voldoende gekwalificeerd was om alle offerte uit te voeren.

Daarnaast wilde de investeerders het rendement verhogen en het snijden in AdWords kosten was een eenvoudige manier om dit te doen.

Alles bij elkaar niet verkeerd!

Dus...

Hoe hebben we dit gedaan:

Het stappenplan is niet anders dan voor andere websites, maar hoe we het gedaan hebben. Daar zit altijd verschil in.

Je kan in deze casestudy precies lezen hoe we dat hebben gedaan.

Extreem uitgebreid zoekwoordenonderzoek

Elk SEO project beginnen we met een extreem uitgebreid zoekwoordenonderzoek.

Echt heel extreem uitgebreid.

Want dit vormt de fundering voor de gehele strategie en alle beslissingen die worden genomen.

Onze klant is geen loodgieter, maar in dit document nemen we een loodgieter als voorbeeld.

Stel dat onze klant een loodgieter is, dan moeten we zoveel mogelijk vragen stellen om te achterhalen op welke zoektermen potentiële klanten Googelen.

In onze ervaring zitten bedrijven altijd vast in hun eigen jargon en daarom kan je de informatie van de opdrachtgever alleen als startpunt gebruiken en niet als eindpunt.

Wanneer je de informatie van de klant als volledig aanneemt, heb je al verloren.

We beginnen met het zoekwoordenonderzoek door vragen te stellen met als doel het **opbreken** van de diensten en producten.

Bijvoorbeeld:

- Welke diensten verlenen jullie?
- Voor welke problemen zijn die diensten een oplossing? Hoe noem je die problemen?
- Hoe kan je de oplossing verwoorden?
- Wat is een alternatieve oplossing
- Hoe noemen klanten de diensten wanneer ze mailen of bellen?

Daarnaast analyseren we fora voor informatie en gebruiken we zoekwoorden tools zoals:

- Ahrefs
- Yoast Suggest
- LSI Graph

Tenslotte gebruiken we onze eigen ontwikkelde zoekwoordentool en de Google Zoekwoordenplanner.

Clusteren van Zoekwoorden tot Pagina's

Via het extreem uitgebreide zoekwoordenonderzoek hadden we 943 zoekwoorden gevonden. Dat voor een niche waarvan iedereen dacht die die al uitgekauwd was. De volgende stap is clusteren van de zoekwoorden. Dat doen we aan de hand van de volgende criteria:

v Schrijf je de zoekwoorden ongeveer hetzelfde?

Dit spreekt voor zich.

Bijvoorbeeld **waterleiding aanleggen kosten** en **waterleiding aanleggen prijzen**.

v Hebben de zoekwoorden dezelfde zoekintentie?

Wanneer je voor meerdere zoekwoorden 1 pagina hebt gemaakt die een volledig antwoord geeft, dan is de kans groot dat je deze zoekwoorden moet clusteren.

Dit kan betekenen dat woorden die **wel** op elkaar lijken **toch een aparte pagina moeten krijgen**.

Omdat de content op de pagina volledig anders moet zijn.

Bijvoorbeeld de zoekwoorden: **waterleiding aanleggen** en **waterleiding laten aanleggen**. Want het zoekwoord **waterleiding aanleggen** is veel algemener. Wat wil de bezoeker weten?

- Hoe je dit zelf kan aanleggen?
- Welke soorten er zijn en de verschillen?
- De prijzen en kosten?
- Welke onderdelen je nodig hebt?
- Een bedrijf die het voor je kan aanleggen?
- Enzovoorts

Maar voor het zoekwoord **waterleiding laten aanleggen** is de bedoeling veel duidelijker: De bezoeker zoekt en bedrijf die een waterleiding aan kan leggen.

Dus de focus van de pagina ligt veel meer op de voordelen die je als bedrijf biedt, reviews, hoe je werkt, hoe snel je er kan zijn, et cetera.

Dus, cluster op zoekintentie.

De meest lastige zoekwoorden om te clusteren zijn zoekwoorden die je totaal anders schrijft, maar wel dezelfde intentie hebben.

In dat geval zoeken we altijd in Google op beide zoekwoorden om te zien of je ongeveer hetzelfde zoekresultaat krijgt of niet.

Krijg je dezelfde pagina's te zien, cluster ze dan. Krijg je andere resultaten te zien, hou ze dan gescheiden.

Inventariseren van type content per pagina

Nu je een complete lijst met pagina's en het totale zoekvolume hebt moet je daar nog een aantal dingen aan toevoegen.

Het eerste wat je gaat doen is toevoegen aan elke pagina welk content er op dit moment verschijnt in de zoekresultaten. Bijvoorbeeld dat de top 10 resultaten webshops zijn of bijvoorbeeld 10x een blogpost met informatie.

Hierna voegen we velden toe om te bepalen welke pagina's je als eerste gaat maken.

Bijvoorbeeld hoe lang het voor ons duurt om een pagina te maken en de winst of omzet die de ondernemers verwachten te maken als ze op nummer 1 staan met die pagina.

Dit document is direct een groot deel van je content strategie. Niet per se het deel wat je voor linkbuilding gebruikt, maar wel wat noodzakelijk is voor de website. Nu hadden wij geluk.

Niet alleen hebben we 2 zoekwoordgroepen gevonden waar nog **niemand** op scoorde ook zag je in deze zoekresultaten alleen maar fora en vraag en antwoord websites.

Een goudmijn!

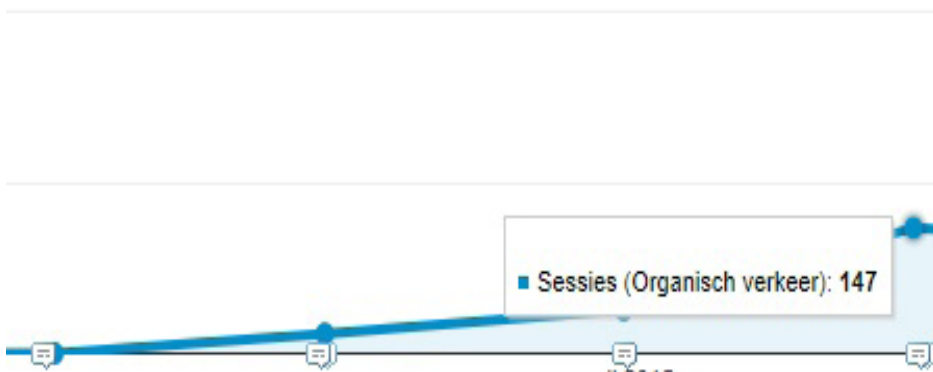
Wanneer je op een zoekopdracht met zoekvolume alleen maar fora tegenkomt is dat echt perfect. Er is wel vraag naar, maar blijkbaar geeft niemand een goed antwoord.

We vonden niet 1 goudmijn, maar 2 goudmijnen. KASSA! 2 pagina's met een zoekvolume van ongeveer 1000 - 2000 en geen enkele website die hierop scoort. Alleen fora en vraag en antwoord websites die geen enkele link ontvangen.

Er is simpelweg geen enkele concurrent die er ooit over na heeft gedacht om deze pagina's te maken.

Hieronder het resultaat van die 2 pagina's door alleen die pagina's te maken en online te zetten.

Pagina 1





Het duurde even voordat Google de pagina's goed oppakte, maar al in de derde maand brachten deze pagina's gezamenlijk ongeveer 230 bezoekers op.

Dat betekent $230 * 7,5 \% \text{ conversie} = 17$ aanvragen.

Van die 17 wordt 70% een project = 12 projecten.

12 projecten maal gemiddeld 209,53 = 2.514 euro per maand.

En dat getal loopt alleen maar op.

Sidenote: In 2017 hebben we deze pagina compleet herschreven, de oude pagina's 301 doorgestuurd en het verkeer zit nu op ongeveer 2.100 bezoekers per maand per pagina. Je kan zelf uitrekenen wat dat oplevert elke maand ;-)

Maar we lopen vooruit op de zaken....

Interne linken

Een veel gestelde vraag is hoe we de interne linken aanpakken. Onze strategie is simpel: we linken de pagina's aan elkaar waar dat relevant voor een bezoeker is.

De Wikipedia interne link strategie noemen veel mensen het.

Link van pagina's naar pagina's wanneer dat logisch, relevant is en niet ten koste van conversies gaat.

Linkbuilding Strategie

Door het zoekwoordenonderzoek wat we hebben gedaan voor de content wisten we al precies wat voor backlinks de huidige websites ontvangen. De **enige** soorten linken die we tegenkwamen waren hele simpele backlinks zoals startpagina's linken.

Dat is het.

Dus wij hebben van de 30 grootste concurrenten alle linken opgespoord die waardevol zijn en daarnaast onze eigenstrategie ontwikkelt om meer en betere backlinks te krijgen.

Bijvoorbeeld het sponsoren van lokale verenigingen en het contact zoeken met bloggers, kranten en online magazines.

Ontwikkeling Website Per Maand

De eerste maanden zijn we direct begonnen met het ontwikkelen van content en backlinks. Zoals met de meeste nieuwe websites link de focus in het begin op content. Naarmate de tijd vordert wordt er meer gedaan aan linkbuilding en afhankelijk van de vorderingen van het project kan deze ratio ongeveer 50/50 blijven, maar het kan ook wijzigen.

Dat ligt er maar net aan waar behoefte aan is.

Hieronder de ontwikkeling van de website door 12 maanden heen.

Maand 1

Content

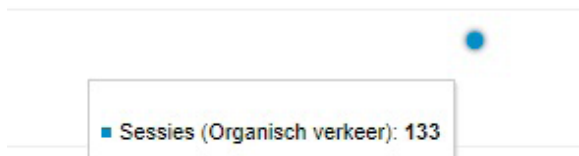
De eerste maand hebben we vooral content gemaakt die de standaard diensten van de klant beschrijft. Dit zijn de wat meer competitieve zoekwoorden, maar essentieel om de website überhaupt presenteerbaar te maken.

Een loodgieter die niet goed uitlegt welke diensten hij precies verleent of wat zijn werkgebied is zal weinig projecten binnenhalen. Bijvoorbeeld **wc laten ontstoppen of leiding laten aanleggen**. Directe verkooppagina's dus.

Linkbuilding

Met elke nieuwe website beginnen we met ongeveer dezelfde backlinks. De backlinks die het meeste voorkomen in die markt. Vrijwel altijd zijn dat startpagina linken.

Nieuwe verwijzende domeinen:	15
Nieuwe Pagina's:	7
Totaal organisch verkeer:	133



Maand 2

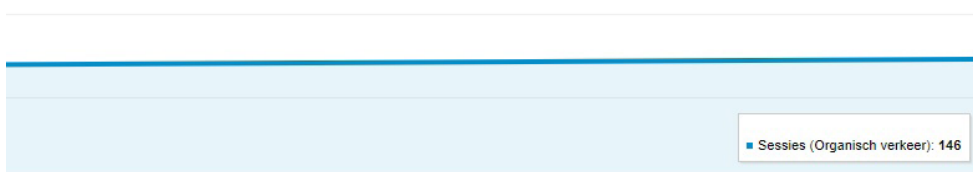
Content

De tweede maand hebben we nog enkele verkooppagina's gemaakt om de basis van de website af te maken. Daarna konden we gelukkig aan de slag met de 2 gevonden goudmijn zoekwoorden.

Linkbuilding

Net als in de eerste maand bouwen we een aantal eenvoudige linken die veel voorkomen. De eerste maanden ligt de nadruk altijd op content ontwikkeling.

Nieuwe verwijzende domeinen:	10
Nieuwe pagina's:	6
Totaal organisch verkeer:	146



Totaal aantal verwijzende domeinen:	25
Totaal aantal pagina's:	13

Maand 3

Content

Ook de derde maand hebben we hard aan de content gewerkt. We hebben nog meer verkooppagina's gemaakt. De eerste verkooppagina's beginnen verkeer te trekken en dat smaakt naar meer. Deze maand pakken we vooral de pagina's op die gericht zijn op 1 stad. Bijvoorbeeld **wc verstopt in Amsterdam** of **badkamer lekkage Rotterdam**.

Linkbuilding

De derde maand is de laatste maand waarin we de focus vooral op content ontwikkeling hebben. Dus ook deze maand zijn er voornamelijk eenvoudige linken ontwikkeld.

Nieuwe verwijzende domeinen:	11
Nieuwe pagina's:	6
Totaal organisch verkeer:	322



Totaal aantal verwijzende domeinen:	36
Totaal aantal pagina's:	19

Maand 4

Content

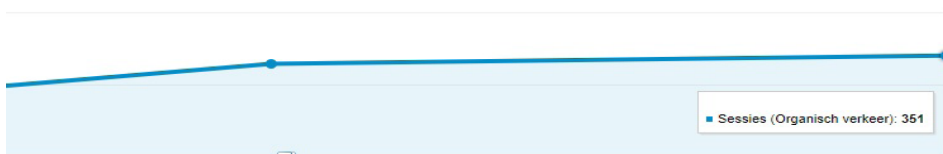
Nu de linkbuilding activiteiten toenemen, neemt de content ontwikkeling af. We hebben enkele pagina's toegevoegd gericht. 2 pagina's die landelijk moeten scoren en 2 lokaal.

Linkbuilding

Vanaf maand 4 zijn we echt flink met linkbuilding aan de slag gegaan. We hebben blogs benaderd en ongeveer 6 linken gehoord.

Echt mega goede linken. Beetje niveau Ad.nl of een link van de Rotterdamse Erasmus Universiteit. Deze hebben we gehoord voor 6 maanden. Dit gaf onze website een enorme boost en na die 6 maanden hebben we genoeg linken om bovenaan te blijven staan.

Nieuwe verwijzende domeinen:	13
Nieuwe pagina's:	4
Totaal organisch verkeer:	351



Totaal aantal verwijzende domeinen:	49
Totaal aantal pagina's:	23

Maand 5

Content

Doordat we de vorige maand goede linken hebben gebouwd willen we die kracht gebruiken om nog meer pagina's te laten scoren.

Nog altijd zijn we direct verkooppagina's aan het maken. Nationaal en lokaal. Door ons zoekwoorden onderzoek zijn we er nog altijd niet doorheen.

Linkbuilding

In mei zijn we veel bezig geweest met content ontwikkeling en het voorbereiden van linkbuilding.

Daarnaast hebben we in deze maand 2 domeinen gekocht van concurrenten met goede links. Deze hebben we gekocht en naar onze website doorgestuurd.

Nieuwe verwijzende domeinen:	3
Nieuwe pagina's:	4
Totaal organisch verkeer:	784



Totaal aantal verwijzende domeinen:	52
Totaal aantal pagina's:	27

Maand 6

Content

De zesde maand ligt de nadruk echt op linkbuilding. We hebben 2 directe verkooppagina's gemaakt.

Linkbuilding

In juni hebben we veel gedaan aan linkbuilding. Enkele persberichten, stuk of 5 bedrijven gesponsord met goede links.

Nieuwe verwijzende domeinen:	22
Nieuwe pagina's:	4
Totaal organisch verkeer:	1334



Totaal aantal verwijzende domeinen:	74
Totaal aantal pagina's:	30

Maand 7

Content

Ook deze maand hebben we 3 pagina's toegevoegd. 3 pagina's gericht op 3 producten met daarbij de uitleg wat het is en welke problemen het voor de klant oplost.

En natuurlijk waarom onze klant dat levert en installeert.

Daarnaast zijn we alle SEO titels na gaan lopen om te controleren dat deze nog competitief zijn. Concurrentie veranderd immers mee.

Linkbuilding

In juni gebeurde er iets vreemds. Uit het niks ontvangen we bijna 500 backlinks vanuit waardeloze websites.

Spam. Gewoon keiharde spam. Een negatieve spam aanval, waarschijnlijk vanuit concurrenten.

Je kan hier de statistieken in Ahrefs zien.



Gelukkig heeft dit onze website niet afgeremd. Het organisch verkeer meer dan verdubbelde van circa 700 naar ongeveer 1.700 bezoekers per maand.

Nieuwe verwijzende domeinen:	506
Nieuwe pagina's:	3
Totaal organisch verkeer:	1732



Totaal aantal verwijzende domeinen:	580
Totaal aantal pagina's:	33

Maand 8

Content

Na enkele maanden de focus te hebben gelegd op linkbuilding hebben we flink wat autoriteit vergaard. Daarom veranderen we de focus weer meer naar content om de vruchten te plukken van de content.

Deze maand hebben we 5 pagina's toegevoegd gericht om landelijk te scoren op hele specifieke diensten. Niet per se het meeste zoekverkeer, maar wel met hoge winstmarges en een grote kans op conversie.

Linkbuilding

Wederom ontvingen we deze maand ongeveer 35 waardeloze .info linken. Daarnaast zijn we hard aan de slag gegaan om weer goede backlinks naar de website te krijgen.

Nieuwe verwijzende domeinen:	47
Nieuwe pagina's:	5
Totaal organisch verkeer:	1862



Totaal aantal verwijzende domeinen:	627
Totaal aantal pagina's:	38

Maand 9

Content

In de 9e maand gaan we eigenlijk verder met maand 8. Het linkbuilding staat op een relatief laag pitje. Content en conversie verhoging heeft hier vooral de aandacht.

Er zijn 7 pagina's gemaakt rondom 1 onderwerp. B.v. badkamer verbouwing. Pagina's als:

- wat kost een badkamerverbouwing
- badkamerverbouwing voor een flat of appartement
- badkamerrenovatie ... enz.

Linkbuilding

Een aantal backlinks erbij gekregen, met name vanuit fora waar vragen werden gesteld over de producten en diensten van onze klant.

Nieuwe verwijzende domeinen:	47
Nieuwe pagina's:	5
Totaal organisch verkeer:	1862



Totaal aantal verwijzende domeinen:	646
Totaal aantal pagina's:	45

Maand 10

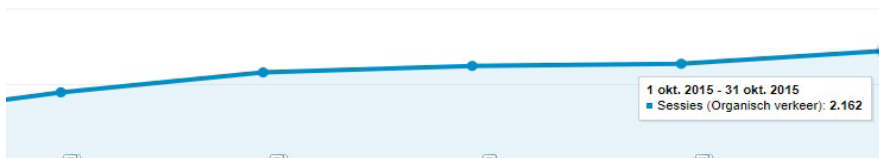
Content

We knallen keihard door met content en hebben weer 7 pagina's toegevoegd. Deze keer zijn het vooral lokale pagina's op de grote plaatsen als Amsterdam, Utrecht en Breda.

Linkbuilding

Ook in maand 10 zijn we heel beperkt bezig geweest met linkbuilding. De nadruk lag wederom op content ontwikkeling en conversie verhoging.

Nieuwe verwijzende domeinen:	9
Nieuwe pagina's:	7
Totaal organisch verkeer:	2162



Totaal aantal verwijzende domeinen:	655
Totaal aantal pagina's:	52

Maand 11

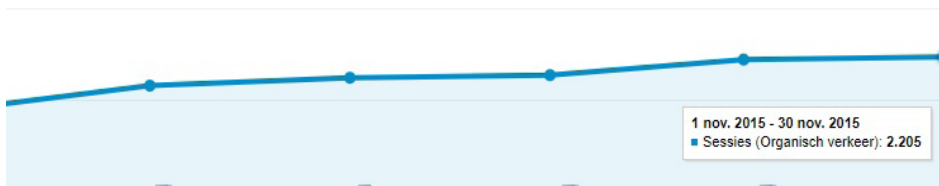
Content

In de 11e maand hebben we het budget ongeveer 50/50 opgedeeld voor content en linkbuilding. De focus ligt op een aantal nationale pagina's.

Linkbuilding

In de 11e maand zijn we weer volop aan de slag gegaan. We hebben een flink aantal startpagina linken toegevoegd en daarnaast hebben we een aantal blogs benaderd en een linken gekregen.

Nieuwe verwijzende domeinen:	28
Nieuwe pagina's:	4
Totaal organisch verkeer:	2205



Totaal aantal verwijzende domeinen:	683
Totaal aantal pagina's:	56

Maand 12

Content

In de laatste maand is het budget ook weer 50/50 opgedeeld. We hebben 4 lokale pagina's toegevoegd. Bijvoorbeeld: wc verstopt in Rotterdam?

Linkbuilding

De laatste maand staat ook weer in het teken van bloggers. We hebben een aantal blogs benaderd, leuke contacten opgedaan en linken gescoord.

Nieuwe verwijzende domeinen:	25
Nieuwe pagina's:	4
Totaal organisch verkeer:	2389



Totaal aantal verwijzende domeinen:	708
Totaal aantal pagina's:	60

En Jij?

We hopen dat je deze SEO casestudy met veel plezier hebt gelezen.

Deze klant is nog altijd zeer tevreden en het verkeer is inmiddels ruim boven de 6.000 bezoekers per maand.

Een echte omzetsmachine.

Heb je nog vragen of opmerkingen over deze SEO casestudy laat het weten op de website. Laat een reactie achter en je krijgt altijd antwoord van ons.

Als je nog vragen hebt of zelf wilt groeien in Google met onze hulp mail dan naar bart@klikproces.nl of bel naar 085 040 60 94 en vraag naar Bart van der Meer.

Succes!