

Checklist



# Linkbuilding checklist

een checklist voor een geschikte externe link!

# Website migratie checklist



**David**  
Online marketeer

Het avontuur kan beginnen! De zoektocht naar de meeste geschikte externe links voor jouw linkprofiel. Deze externe links gaan zorgen voor stijgingen in de rankings van de zoekmachines en voor meer traffic naar jouw website. Aan de hand van deze checklist kan jij bepalen of jij een externe link wel wil hebben en van wat voor kwaliteit deze link dan is. De checklist bestaat uit drie onderdelen:

- Beoordeling van de website
- Algemene beoordeling van de link
- Technische beoordeling van de link

Succes!

# Wil ik een link van deze website?

Dus jouw zoektocht naar externe links voor jouw website gaat beginnen. Het lijkt een logische eerste stap, maar begin eens met het beoordelen van een website op een aantal punten.

**Staat jouw website al op deze website?** Dit kan gelijk een hoop moeite besparen. Ben jij op zoek naar links op nieuwe domeinen, dan is het slim om te checken of jouw website al ergens wordt genoemd en gelinkt. Soms weet je het gewoon even niet meer.

Note: er zijn tools waar jij eenvoudig kan bijhouden en zien of jij al een link hebt van een website. Heb jij deze tools niet, Google dan gewoon eens jouw website naam + de naam van het 'nieuwe' domein in de zoekbalk. Tools zijn in dit geval wel betrouwbaarder.

**Lijkt de website spammy/onbetrouwbaar?** Iedereen gebruikt al jaren het internet, dus iedereen is wel eens een website tegengekomen die er niet heel betrouwbaar uitziet. Gebruik je eigen gevoel om te bepalen of jij een website betrouwbaar vindt.

Note: verschillende tools kunnen de spamscore of het Toxic level van een website bepalen. Mocht jij toegang hebben tot bijvoorbeeld MOZ of SemRush, dan is het aan te raden deze te gebruiken.

**Is de website relevant of heeft deze relevante categorieën?** Het krijgen van een backlink is niet heel lastig. Wat wel een uitdaging kan zijn is het krijgen van een relevante backlink. Je kan dus nagaan of deze externe website associatie heeft met jouw website.

Note: Een website kan op verschillende manieren relevant zijn. Hij gaat toevallig over dezelfde dienst die jij aanbiedt of het is een website die relevant is omdat het gaat over de fysieke plaats waar jij bent gevestigd.

**Wat voor content wordt er op deze website geplaatst?** Bekijk eens de meest recente content die is geplaatst op een website. Is er recent iets geplaatst? En hoeveel is er geplaatst? Dan nog de vraag: wie plaatsen er content? Is dat de beheerder van de website of alleen maar gast-bloggers?

Note: Een website kan ook vrij nieuw zijn, dus nog maar weinig content hebben. Dan moet jij toch weer zelf even observeren of jij hier een link op zou willen. Als jij potentie ziet, dan kan je er gewoon voor gaan.

**Is er een 'Gastblog' pagina?** Dit is natuurlijk niet erg, maar iedereen kan hier waarschijnlijk een blog kwijt. Ook als deze niet relevant is. Het gevaar is dat op deze website alleen maar gast-blogs worden geplaatst. Dan is het mogelijk dat er weinig controle is op wat er wordt geplaatst qua content.

**Is er organisch verkeer?** Als een zoekmachine zoals Google een website al vertrouwd met organisch verkeer dan is dat vaak een goed teken.

Note: Hoe kan je dit meten? Heb jij geen beschikking over tools, dan zou jij zelf eens in de zoekresultaten kunnen gaan kijken of jij deze website op verschillende termen tegenkomt. Echter geeft dit natuurlijk niet echt een duidelijk beeld.

**Heeft deze website de gewenste autoriteit?** Kan jij een link krijgen van een website die wordt gezien als een 'autoriteit' binnen jouw branche, dan wil jij hier graag een link van.

Een website heeft ook een autoriteit score. Een link van Coolblue heeft bijvoorbeeld meer waarde dan een link van de lokale witgoedhandelaar met een kleine website. Beide kunnen interessant zijn, maar het kan zeker gevolgen hebben op het aantal links die jij nodig hebt voor een bepaalde zoekterm. Dit is iets wat niet eenvoudig is om zelf te onderzoeken. 2Bfound zou wel een analyse kunnen van jouw linkprofiel en kunnen kijken waar de kansen liggen!

# Is het een hoge kwaliteit link?

Top, je hebt een externe link gescoord. Kan je deze nu ook categoriseren als 'hoge kwaliteit' link of is het eerder voor de kwantiteit? Aan de hand van onderstaande punten kan jij de kwaliteit van de link bepalen.

**Is de content relevant en goed geschreven?** En staat jouw link op een pagina met relevante content voor jouw zoekwoord? Daarnaast is het belangrijk dat het tekstueel ook klopt. Dus let ook op de spelling en grammatica.

Note: Spelling en grammatica zijn niet alleen belangrijk voor de bezoekers van een pagina, maar ook voor Google. Er wordt door sommigen beweerd dat dit dan ook een ranking factor is van Google.

**Lay out van de content.** Ook de opmaak van een pagina is belangrijk. Staat jouw link in een grote lap tekst of wordt er gebruik gemaakt van alinea's en opsommingen?

Dit laatste maakt de tekst beter leesbaar voor de zoekmachines en natuurlijk voor de bezoekers. De lay out van de content is mogelijk ook een ranking factor van Google.

**Zijn er afbeeldingen?** Er moet tenminste één afbeelding op de pagina staan. Anders weet je zeker dat de tekst + link er zonder moeite is in geplakt.

Note: Deze afbeelding kan gelijk worden meegenomen in jouw seo strategie. Lever de foto aan met een geschikte bestandsnaam en of er ze een alt-tag kan worden toegevoegd. Lees hier meer over het [optimaliseren van afbeeldingen voor SEO](#).

**Is er een interne content link naar een andere pagina?** Ga na of er minimaal één interne link is verwerkt in het bericht. Dus een link die verwijst naar een andere blog of naar een bepaalde categorie binnen het domein.

**Is er ook een extra externe link?** Het moet in een artikel natuurlijk niet alleen maar over jou gaan. Zorg dat er ook een andere externe link is verwerkt in de content als bron. Het liefst een relevante link van een autoriteit.

**Is er een auteur of gastblogger referentie?** Zorg ervoor dat het niet is gelabeld als een gastblog. Dat er een auteur staat onder een artikel is geen probleem. Maar wat jij niet wil is dat er staat dat het door een gastblogger is geschreven of dat er betaald is voor een plaatsing.

Note: Wordt dit wel getoond, dan moet jouw link eigenlijk de tag Nofollow, UGC (user generated content) of sponsored meekrijgen in de ogen van Google.

**Is de content uniek?** Is de tekst waar de link in staat echt uniek? Heb jij de tekst zelf geschreven, dan is dit natuurlijk duidelijk. Maar krijg jij een externe link in een bestaande tekst, dan is het wel belangrijk dat deze content uniek is.

Tips: Hoe controleer je dit? Dit kan op verschillende manieren. Simpel maar effectief, kopieer de tekst en haal hem eens door de zoekmachines heen. Je zou verbaasd zijn hoeveel er gekopieerd en geplakt wordt.

Daarnaast zijn er ook verschillende tools, voor als je het toch echt zeker wilt weten:

- <https://searchenginereports.net/>
- <https://www.copyscape.com/>
- <https://www.copyscape.com/>
- <https://www.prepostseo.com/>

Allemaal eenvoudig in gebruik en snel resultaat!

# Technische review van een link

We zijn er bijna! En misschien had ik met het lastigste deel moeten beginnen. Maar voor de technische review van een link moet je de code van een website in duiken. Voor sommigen een makkie, voor andere een uitdaging. Hopelijk helpt deze checklist.

**Is het een follow of nofollow link?** Een erg belangrijk onderdeel van een externe link. Dit bepaalt namelijk of de link wel of geen waarde geeft. Een nofollow tag wil je in dit geval voorkomen.

Tip: Om dit eenvoudig te controleren. Klik op je rechter muisknop en inspecteer de link. Zie jij ergens **rel="nofollow"** staan, dan kan je beter je energie in een andere website stoppen.

Er zijn ook makkelijke extensies die jou kunnen helpen met het achterhalen van een nofollow link. MOZ heeft er een, maar die is betaald. Daarom gebruik ik graag de extensie van MarketingSyrup. Naast andere handige data geeft deze tool snel aan welke links er nofollow zijn.

**Is het een UGC of sponsored link? Dit wil je niet!** Als je dan toch je dan toch de link aan het inspecteren bent, controleer dan ook gelijk even of er **rel="ugc"** of **rel="sponsored"** staat. Ook dit wil je liever niet. Dit heeft grote invloed op de waarde van deze link.

**Heeft de pagina een noindex of nofollow tag?** Deze is sneaky. Alles ziet er goed uit. De link is gewoon een follow link, maar de pagina staat op noindex of nofollow. Dat betekent dat Google deze pagina niet gaat indexeren voor in de zoekresultaten. Check dit zelf in de code of via [Datayze](#).

**Komt de pagina voor in de robots.txt?** Open het robots.txt. bestand door naar domeinnaam. nl/robots.txt te gaan. Hier kan je zien of er niet een specifieke pagina wordt uitgesloten. Ook dit is te controleren via [Datayze](#).

**Komt de pagina voor in de robots.txt?** Staat deze niet ook op noindex of nofollow of unavailable\_after? Om deze te controleren moet je wel een tool gebruiken. Verrassing, het is wederom: [Datayze](#).

## Orphan links

**Kan jij bij de link komen via de homepage?** Het is belangrijk dat jij door middel van de navigatie via de homepage bij de pagina kan komen waar jouw link staat. Dit kan bijvoorbeeld via een blog pagina, een categorie pagina of een link in de footer. Kan dit niet, dan is jouw link waarde-loos!

Dit is ook goed om eens te controleren voor jouw eigen website. Het aanmaken van pagina's is heel eenvoudig, maar als ze niet gelinkt worden, dan gaan ze een stuk minder waard zijn.

Zelf gebruiken wij daar Screaming frog voor! Een handige tool als jij wat dieper de SEO en structuur van jouw website wil induiken