

Zo ziet jouw maandrapportage eruit

Voorbeeldrapport online vindbaarheid — maand 4

Elke maand krijg je een rapport als dit: wat we hebben onderzocht, wat we hebben aangepast, wat het opleverde — en wat we bewust hebben laten liggen.

VOORBEELDBEDRIJF

Installatiebedrijf, 4 werkgebieden

DIENST

SEO Boost — maandelijks

PERIODE

Maand 4 van de samenwerking

STATUS

Werk afgerond en gecontroleerd

Let op: dit is een voorbeeld. Het bedrijf in dit rapport bestaat niet en alle cijfers zijn verzonnen. We laten hiermee zien hóé we rapporteren — de opbouw, het detailniveau en de eerlijkheid over wat er níét is gedaan. Een echt rapport gaat over jouw website, met jouw metingen. Klantgegevens delen we nooit.

● HOOFDSTUK 1

In het kort

Deze maand lag de nadruk op de vier werkgebiedpagina's. Die concurreerden met elkaar én met drie blogartikelen op dezelfde zoekwoorden, waardoor Google niet wist welke pagina de belangrijkste was.

We hebben de vier pagina's uit elkaar getrokken, elk hun eigen onderwerp gegeven en de interne links opnieuw ingericht. De dienstpagina die moet winnen, ontvangt nu ruim drie keer zoveel interne verwijzingen als aan het begin van de maand. Er is geen enkele pagina verwijderd en geen enkel adres veranderd.

46 pagina's volledig nagelopen	9 pagina's live verbeterd	0 minuten dat de site uit de lucht was	4 punten waar we jouw input voor nodig hebben
--	-------------------------------------	---	--

Wat er in dit rapport staat

Onderdeel	Wat je erin leest	Status
Onderzocht	Wat we hebben gemeten en gecontroleerd, zonder iets aan te passen	GECONTROLEERD
Aangepast	Wat er daadwerkelijk op je website is veranderd, met voor en na	UITGEVOERD
Zoekwoorden	Welke pagina's elkaar in de weg zaten en hoe we dat oplossen	UITGEVOERD
Niet gedaan	Wat we bewust hebben laten liggen, en waarom	UITGESTELD
Van jou nodig	Waar we op wachten voordat we verder kunnen	OPENSTAAND

WAT WE NIET BELOVEN

In dit rapport staat geen enkele voorspelling over posities in Google of over hoeveel bezoekers je erbij krijgt. Dat kan niemand garanderen, en wie het wel doet, verkoopt je lucht. Wat we wél doen is meten wat er meetbaar is, dat elke maand op dezelfde manier herhalen, en de verschillen laten zien.

WAT DIT JE OPLEVERT

Je ziet precies waar je geld heen gaat. Geen “we hebben aan je SEO gewerkt”, maar negen pagina's met naam en toenaam, elf nieuwe links en een lijst van wat er nog openstaat. En als je ooit overstapt naar iemand anders, kan die het werk in vijf minuten overnemen — alles is vastgelegd.

Hoe dit rapport tot stand komt

Metten vooraf	De hele website wordt doorgelopen en vastgelegd zoals hij op dat moment is. Dat is het ijkpunt.
Eén onderwerp kiezen	Op basis van wat het meeste oplevert en het minste risico geeft. Deze maand: de werkgebiedpagina's.
Aanpassen met backup	Elke pagina krijgt eerst een kopie. Na elke wijziging wordt gecontroleerd of alles nog werkt.
Metten achteraf	Dezelfde meting als vooraf. Het verschil is wat je in hoofdstuk 7 ziet staan.

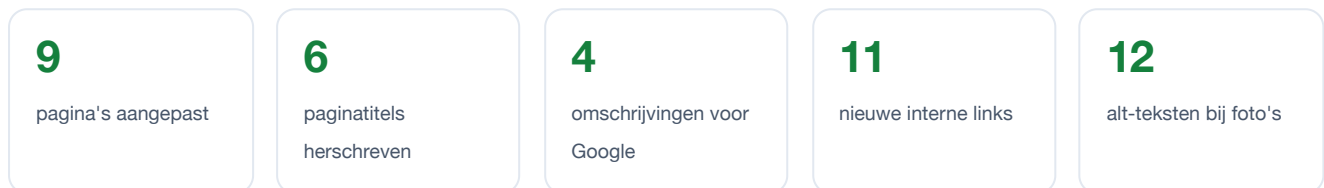
● HOOFDSTUK 2

Deze maand in cijfers

● WAT WE HEBBEN NAGELOPEN



● WAT ER LIVE IS VERBETERD



● PAGINA'S DIE MEER TE VERTELLEN KREGEN

Cv-ketel vervangen
je belangrijkste dienstpagina



Werkgebied Assen



Werkgebied Hoogeveen



Meer woorden is geen doel op zich. Het gaat erom dat er antwoord staat op de vragen die mensen stellen: wat kost het, hoe lang duurt het, kom je bij mij in de buurt. Die drie vragen stonden op geen van deze pagina's beantwoord.

● STABILITEIT

0	minuten uit de lucht	0	adressen (URL's) gewijzigd
0	doodlopende links ontstaan	0	pagina's verwijderd
0	formulieren die stopten met werken	0	pagina's uit Google gehaald

We meten vóór en ná elke wijziging of de site nog bereikbaar is en of de formulieren nog verzenden. Bij de kleinste afwijking draait het systeem de wijziging automatisch terug en stopt het. Dat is deze maand niet nodig geweest.

WAT DEZE CIJFERS WÉL EN NIET ZEGGEN

Wel: dat het werk is gedaan, hoeveel het was, en dat er niets kapot is gegaan. Elk getal hierboven is opnieuw te meten en staat vastgelegd, dus je hoeft ons niet op ons woord te geloven.

Niet: hoeveel klanten je erbij krijgt. Google beslist zelf wanneer hij wijzigingen oppikt — meestal na twee tot acht weken. Wat dit werk oplevert zie je in de maandgrafiek, niet in dit hoofdstuk.

● HOOFDSTUK 3

Pagina's die elkaar in de weg zaten

IN GEWONE TAAL

Als meerdere pagina's op je site over hetzelfde onderwerp gaan, moet Google kiezen welke hij laat zien. Vaak kiest hij dan de verkeerde — een oud blogartikel in plaats van je dienstpagina. Je concurreert dan met jezelf. Dit heet *kannibalisatie*, en het is een van de meest voorkomende oorzaken waarom een site blijft steken.

Op deze website speelde dat op drie zoekwoorden. We hebben per zoekwoord één pagina aangewezen die moet winnen, en de rest een eigen, smaller onderwerp gegeven.

Zoekwoord	Pagina's die meededen	Wat we hebben gedaan
cv-ketel vervangen	6	De dienstpagina wint. Drie blogs kregen een jaartal en een smaller onderwerp, twee verwijzen nu door.
warmtepomp laten plaatsen	4	De dienstpagina wint. Het blog over subsidie gaat nu alleen nog over subsidie.
loodgieter Assen	3	De werkgebiedpagina wint. De twee andere noemen Assen nu alleen als voorbeeld.

De vier werkgebiedpagina's waren bijna identiek

De pagina's voor Assen, Hoogeveen, Meppel en Coevorden bevatten dezelfde tekst met alleen de plaatsnaam verwisseld. Voor Google zijn dat vier keer dezelfde pagina, en dan telt er hooguit één mee. Ze zijn nu elk apart geschreven, met wat er in dat werkgebied echt anders is: reistijd, veelvoorkomende ketelmerken in die wijken, en het dichtstbijzijnde servicepunt.

WAS

- Vier keer dezelfde tekst, alleen plaatsnaam anders
- Geen adres of telefoonnummer op de pagina
- Geen enkele link naar de dienstpagina's
- Titel: "Werkgebied Assen"

IS

- Elke pagina eigen tekst over dat werkgebied
- Contactgegevens en werktijden zichtbaar
- Elk drie links naar de bijbehorende diensten
- Titel: "Installateur in Assen — cv, warmtepomp en storingen"

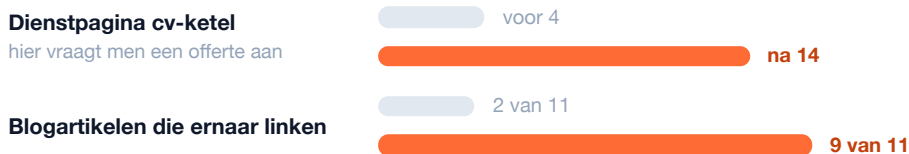
EERLIJK OVER HET TEMPO

Dit soort werk gaat niet in één maand. We pakken één cluster per keer aan en meten daartussen wat er gebeurt. Gaan we alles tegelijk verbouwen, dan weten we bij een daling niet wát de oorzaak was — en kunnen we het ook niet terugdraaien.

● HOOFDSTUK 4

Welke pagina moet winnen

Links binnen je eigen website vertellen Google welke pagina het belangrijkste is. Op deze site wezen bijna alle links naar het blog, en bijna geen enkele naar de pagina waar mensen daadwerkelijk een offerte aanvragen.



We hebben **elf links toegevoegd en er geen enkele weggehaald**. Dat is een bewuste werkwijze: een bestaande link weghalen kan iets breken dat je niet ziet. De verhouding verschuift doordat de belangrijke pagina erbij krijgt, niet doordat een andere pagina verliest.

De tekst waarop je klikt, is ook een signaal

Zeven links hadden als klikbare tekst “lees meer” of “klik hier”. Dat zegt Google niets, en een bezoeker met een schermlezer ook niet. Die zijn vervangen door tekst die beschrijft waar je terechtkomt.

Was	Is
Lees meer	wat een nieuwe cv-ketel kost
Klik hier	een storing melden buiten kantooruren
Meer informatie	warmtepomp laten plaatsen in Hoogeveen

WAAROM DIT ERTOE DOET

Elf links klinkt klein. Maar het is het verschil tussen een bezoeker die na een blogartikel wegklikt, en een bezoeker die op je offertepagina belandt. Dit soort werk levert zelden een spectaculaire grafiek op — het zorgt ervoor dat het verkeer dat je al hebt, ergens naartoe gaat.

Waar de elf links vandaan komen

Elke link staat midden in een zin die er logisch omheen loopt. Geen losse “lees ook”-blokken onderaan een artikel — die worden nauwelijks aangeklikt en Google hecht er weinig waarde aan.

Vanaf	Links	Naar
Blogartikelen over ketels	5	de dienstpagina cv-ketel vervangen
De vier werkgebiedpagina's	4	de bijbehorende dienstpagina's
De pagina over storingen	2	het werkgebied waar de melding vandaan komt

OOK MEEGENOMEN: TOEGANKELIJKHEID

Twaalf foto's kregen een alt-tekst — de beschrijving die een blinde bezoeker voorgelezen krijgt en die Google gebruikt om te snappen wat er op de foto staat. Dat is verplicht vanuit de toegankelijkheidsregels én het levert vindbaarheid op. Twee vliegen, één klap.

● HOOFDSTUK 5

Wat we bewust niet hebben gedaan

Dit hoofdstuk staat in elk rapport. Wat je láát staan is bij dit werk minstens zo belangrijk als wat je aanpakt — en het is precies het deel dat de meeste bureaus weglaten.

NIET GEDAAN — EN WAAROM NIET

Drie blogs samenvoegen	Ze gaan over hetzelfde onderwerp en zouden samen sterker zijn. Maar we hebben nog geen drie maanden cijfers, dus we weten niet welke ervan nu al bezoekers trekt. Samenvoegen kan altijd nog; terughalen niet.
Adressen van pagina's veranderen	Een paar adressen zijn lelijk. Maar twee van die pagina's staan hoog in Google, en een adreswijziging is daar een risico zonder duidelijke opbrengst.
Oude pagina's uit Google halen	Er staan vier verouderde pagina's op de site. Voordat we ze onzichtbaar maken, willen we zien of ze nog bezoekers of aanvragen opleveren.
Teksten door AI laten schrijven en direct plaatsen	We gebruiken AI wel als hulpmiddel, maar er gaat niets live zonder dat een mens het heeft gecontroleerd op feiten. Verzonnen prijzen of certificeringen op je site zijn een groter probleem dan een lege pagina.
Meer zoekwoorden tegelijk aanvallen	Verleidelijk, maar dan weten we bij een verandering niet meer waardoor het kwam. Eén cluster per maand, met een meting ertussen.

De vier regels waar we ons aan houden

- 1 Alles is terug te draaien**
Voor elke wijziging maken we een kopie van de oude versie. Bevalt iets niet, dan staat het binnen een paar minuten weer zoals het was.
- 2 Niets verzinnen**
Elk cijfer, elke openingstijd en elke certificering op je site komt van jou of stond er al. Wij bedenken geen feiten over jouw bedrijf.
- 3 Wat rankt, blijft met rust**
Staat een pagina goed in Google, dan verbouwen we die niet zomaar. Eerst meten, dan pas verbeteren.
- 4 Eén ding tegelijk**
We pakken per maand één onderwerp aan. Verandert er daarna iets in je cijfers, dan weten we waardoor het kwam.

WAAROM DIT HOOFDSTUK IN ELK RAPPORT STAAT

Een lijst met alleen maar afgevinkte punten leest lekker, maar zegt niets. Je weet dan niet of er iets is overgeslagen, of iemand een risico heeft genomen, of dat er een probleem is dat blijft liggen.

Door op te schrijven wat we *niet* hebben gedaan, kun je ons controleren — en kun je zelf beslissen of je het ermee eens bent. Ben je het ergens niet mee eens? Zeg het, dan draaien we het om. Het is jouw website.

● HOOFDSTUK 6

Wat we van jou nodig hebben

Vier dingen kunnen we niet zelf. Ze kosten je samen ongeveer een half uur, en ze zitten alle vier in de weg bij de volgende stap.

#	Wat	Waarom	Tijd
1	Openingstijden en werkgebied bevestigen voor je Google Bedrijfsprofiel	Bepaalt of je in de kaart verschijnt	10 minuten
2	Drie recente projectfoto's aanleveren	Nu staan er stockbeelden; eigen werk wekt meer vertrouwen	5 minuten
3	Klopt “binnen 24 uur ter plaatse” nog?	Staat op drie pagina's; klopt het niet, dan halen we het overal weg	1 minuut
4	Akkoord op het samenvoegen van de drie ketelblogs	Pas als de cijfers er zijn; we vragen het dan opnieuw	later

● HOOFDSTUK 7

Resultaten van deze maand

Onderdeel	Begin van de maand	Nu
Dienstpagina cv-ketel — woorden	210	610
Werkgebied Assen — woorden	180	520
Werkgebied Hoogeveen — woorden	145	480
Interne links naar de dienstpagina	4	14
Blogs die naar de dienstpagina linken	2 / 11	9 / 11
Links met de tekst “lees meer”	7	0
Pagina's zonder omschrijving voor Google	12	8
Werkgebiedpagina's met eigen tekst	0 / 4	4 / 4

Gemeten aan de website zelf, met dezelfde methode als vorige maand. Cijfers over posities en bezoekers staan in de losse maandgrafiek; die komen uit Google Search Console en Analytics en lopen altijd een paar weken achter.

● HOOFDSTUK 8

Wat we volgende maand doen

1 De twee overgebleven werkgebieden afmaken

Meppel en Coevorden krijgen dezelfde behandeling als Assen en Hoogeveen deze maand.

2 De veelgestelde vragen uitbreiden

Zes vragen die klanten je telefonisch stellen, staan nergens op de site. Juist die vragen typen mensen in Google.

3 Google Bedrijfsprofiel bijwerken

Zodra je de openingstijden hebt bevestigd. Dit is voor een lokaal bedrijf vaak het snelste effect.

4 Meten wat deze maand heeft gedaan

Pas daarna beslissen we over het samenvoegen van de drie blogs — met cijfers erbij, niet op gevoel.

Tot slot

De website is deze maand geen moment uit de lucht geweest en er is niets veranderd dat we niet kunnen terugdraaien. De basis staat: de belangrijkste pagina's vertellen nu een eigen verhaal en verwijzen naar elkaar op een manier die klopt.

Wat er nog ligt, staat in hoofdstuk 5 en 6 — **niet omdat het vergeten is, maar omdat we er eerst cijfers bij willen hebben**. Vragen over dit rapport? Bel of app gerust; we lopen het graag samen door.

Vragen die klanten hierover stellen

Moet ik dit hele rapport lezen?	Nee. Hoofdstuk 1 en hoofdstuk 6 zijn genoeg — de rest is er voor als je wilt weten waaróm.
Waarom zie ik nog geen resultaat?	Google pikt wijzigingen meestal na twee tot acht weken op. Bij een nieuwe website duurt het langer. Dat is vervelend, maar het is hoe het werkt.
Kan ik stoppen wanneer ik wil?	Ja, maandelijks opzegbaar. Alles wat we hebben gemaakt blijft van jou en staat op jouw website.
Wat als ik het ergens niet mee eens ben?	Zeggen. Elke wijziging is terug te draaien, meestal binnen een paar minuten.

Rapport	Maandrapportage vindbaarheid	Website uit de lucht geweest	Nee
Periode	Maand 4	Alles terug te draaien	Ja
Pagina's aangepast	9	Beloftes over posities gedaan	Nee
Punten die op jou wachten	4	Echte klantgegevens gebruikt	Nee — voorbeeld

Dit is een voorbeeldrapport van PageRocket. Het bedrijf bestaat niet en de cijfers zijn verzonnen. Zo laten we zien hoe onze maandrapportage eruitziet zonder gegevens van echte klanten te delen. Meer weten? Kijk op pagerocket.nl.