



SEO Benelux Meetup

Hoe optimaliseer je pagina's voor Search Intent

Clarissa Filius | iO

 @clarissafilius

 <https://www.slideshare.net/clarissafilius>

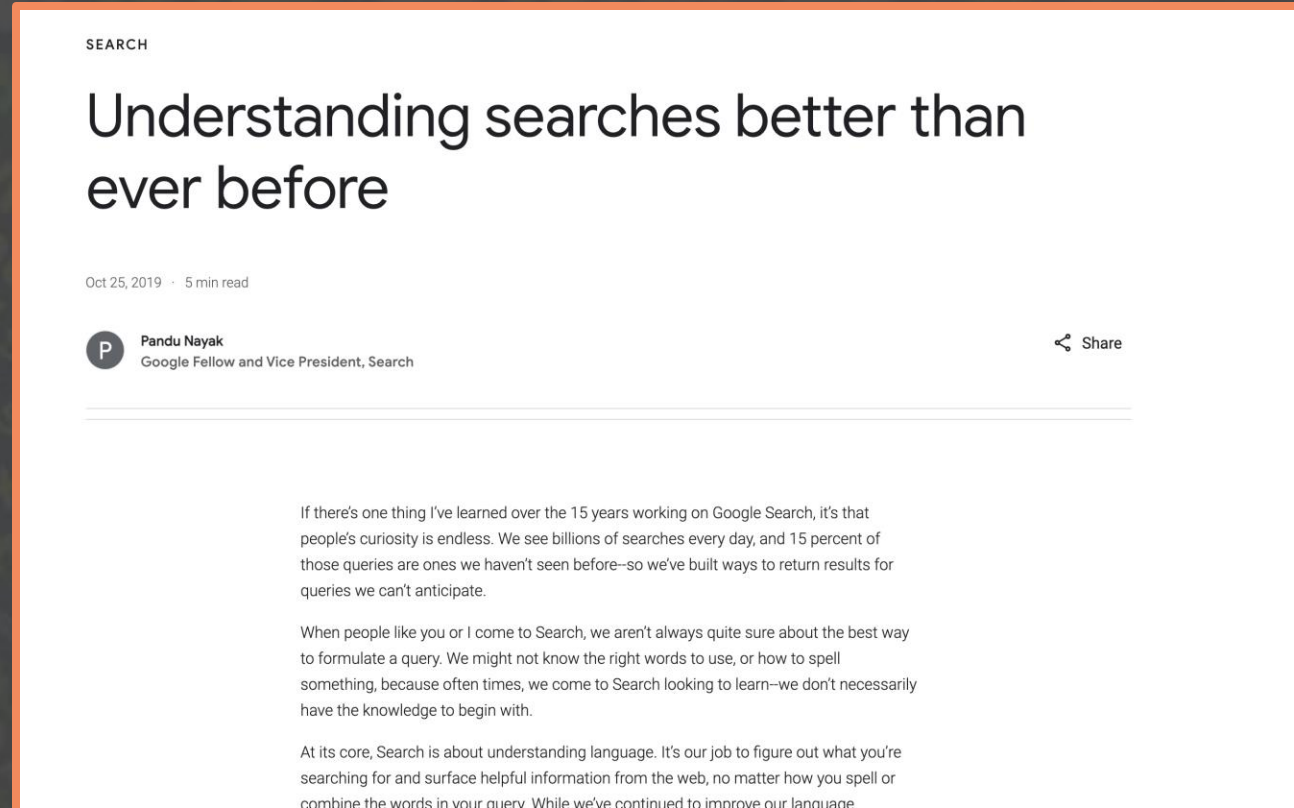
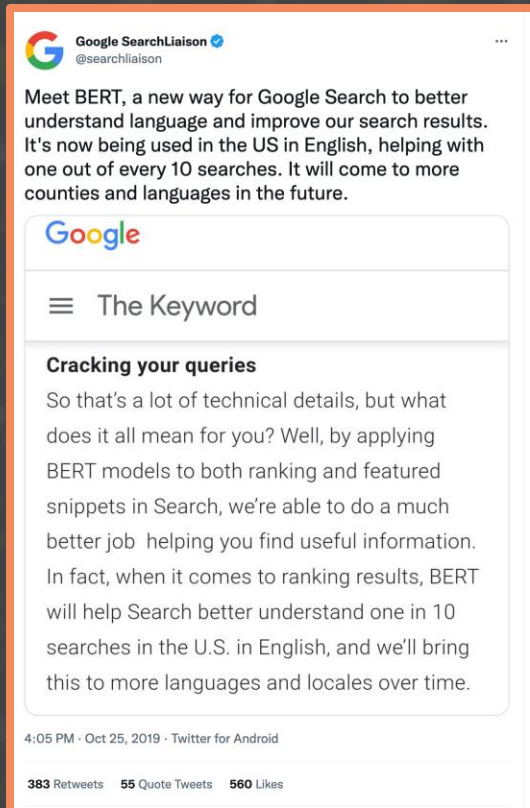


SEO BENELUX

Als SEO weet je dat optimaliseren voor Search Intent belangrijk is



Sinds BERT is Google beter geworden in het begrijpen van de intentie achter een zoekopdracht



Voor: :

Query + location = result

Na:

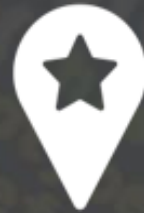
Query + location + intent = result

Met intent bedoelen we de achterliggende reden waarom iemand iets zoekt



Informational

“Ik wil iets weten”



Navigational

“Ik wil ergens
heen”



Actional

“Ik wil iets doen”



Transactional

“I wil iets kopen”

Google gebruikt live evaluators om het algoritme te trainen

How our Quality Raters make Search results better

At Google, we're always working on ways we can improve your Search experience.

We constantly experiment with ideas to improve the results you see. One of the ways we evaluate those experiments is by getting feedback from third-party Search Quality Raters.

Quality Raters are spread out all over the world and are highly trained using our [extensive guidelines](#). Their feedback helps us understand which changes make Search more useful.

Raters also help us categorize information to improve our systems. For example, we might ask what language a page is written in or what's important on a page.

We use responses from Raters to evaluate changes, but they don't directly impact how our search results are ranked.

Learn more about [how Search works and our Search Quality Rater tests](#).

 Give feedback about this article

Er zijn meerdere manieren waarop Google een zoekopdracht kan interpreteren

Dominant Interpretation

- Meest voorkomende interpretatie

Common Interpretation

- Veel voorkomende interpretatie(s)

Minor Interpretations

- Weinig voorkomende interpretaties



John Mueller is mostly not here  

@JohnMu · [Follow](#)

As I see it, these inferred intents change over time, and it's a bit out of a site-owners control (sometimes user expectations vary, sometimes algorithms, or other things). By covering both possible intents, you're hedging against those changes.

8:22 AM · Aug 12, 2021



33



Reply

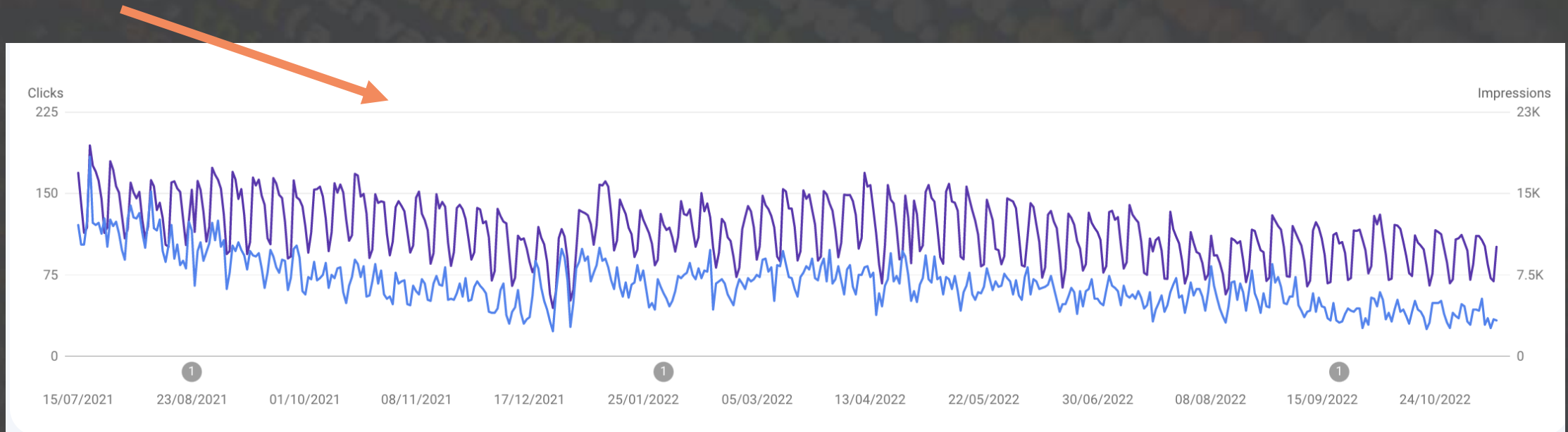


Share

[Read 3 replies](#)

Dit betekent dat het algoritme steeds slimmer wordt en je posities kan verliezen

Intent verandering





Wat te doen?



Pagina voor pagina optimaliseren is tijdsintensief en meestal de investering niet waard



Laten we kijken hoe je pagina's op schaal kan optimaliseren, met deze 3 stappen...

1

**Map URL's
op basis van
intent**

2

**Verbeter
templates**

3

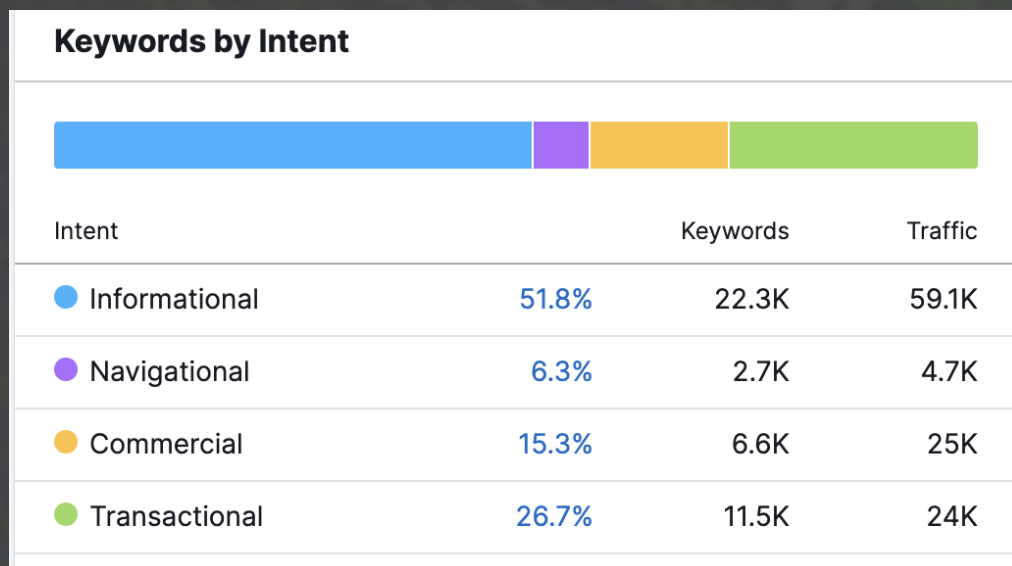
**Implemente
tie &
monitoring**



Stap 1

Map URL's op basis van intent





Tools zijn handig, maar vertrouw er niet blind op om de intent te bepalen

Tools kijken op basis van woorden of SERP-features en niet op paginaniveau zoals Google

Keyword	Intent	V...	Trend	KD
+ goudvis >>	C	8,100		
+ de goudvis >>	N	2,500		
+ goudvis kopen >>	C	1,900		
+ goudvis speeltuin >>	N	880		
+ speelpark de goudvis >>	N	880		
+ hoe oud wordt een goudvis >>	I	720		
+ goudvis aquarium >>	I	590		
+ goudvis soorten >>	I	480		

Keyword	Intent	V...
+ goudvis >>	C	8,100

Bepaal de intent dus op basis van de resultaten die daadwerkelijk worden vertoond in de SERP

Keyword	Intent	V...
+ goudvis >>	c	8,100

Goudvis (dier)

De **goudvis** (*Carassius auratus auratus*) is de **gedomesticeerde** *auratus* uit de benedenloop van de **Jangtsekiang**. Tot 2013 werd de **gibel** afstamde, maar dit blijkt niet het geval.^[2]

De kleur van de oorspronkelijke goudvis was echt goudachtig, oranje, rood, zwart, wit en deze kleuren in combinatie, heeft men enkele staart en aarsvin. Deze vorm wordt in het Japans *hibur* tientallen **mutaties** (parelmoerkleurige schubben, dubbele staartvlekkenpatronen, verdikkingen op de kop, verlengde vinnen en allerlei combinaties voor kunnen komen.

Inhoud [verbergen]

- 1 Algemene informatie
- 2 Naamgeving
- 3 Oorsprong
 - 3.1 Import en export
- 4 Levenswijze
 - 4.1 Voortplanting
 - 4.2 Gynogenese
 - 4.3 Voedsel
 - 4.4 Verwildering

Goudvissen in het aquarium, wat moet je weten?

Homepagina - Aquariumvissen



Natuurlijk krijg je als kind een vissenkomp, het is eigenlijk je eerste huisdier. Zelf heb ik ook een vissenkomp met goudvissen gehad en vond het leuk om naar de bewegende vissen te kijken. Niet wetende dat goudvissen in een vissenkomp erg dierenvriendelijk is. Deze blog behandelt eerste algemene info, daarna gaan we de diepte in! Lees onze blog over

Goudvis

De goudvis is waarschijnlijk de bekendste vis die als huisdier wordt gehouden. Het is dan ook een fraai gekleurde en bovendien vrij sterke vis die het zowel in een aquarium als in een vijver goed doet. Goudvissen worden groter en ouder dan veel andere vissen, zeker als ze genoeg ruimte hebben en goed verzorgd worden.

Kies het juiste dier voor uw situatie: lees vóór het kopen eerst of de goudvis het huisdier is dat u zoekt.

Algemeen

Verschillende varianten

Van nature

Huisvesting

Verzorgen en hanteren

Voeding

Voortplanting

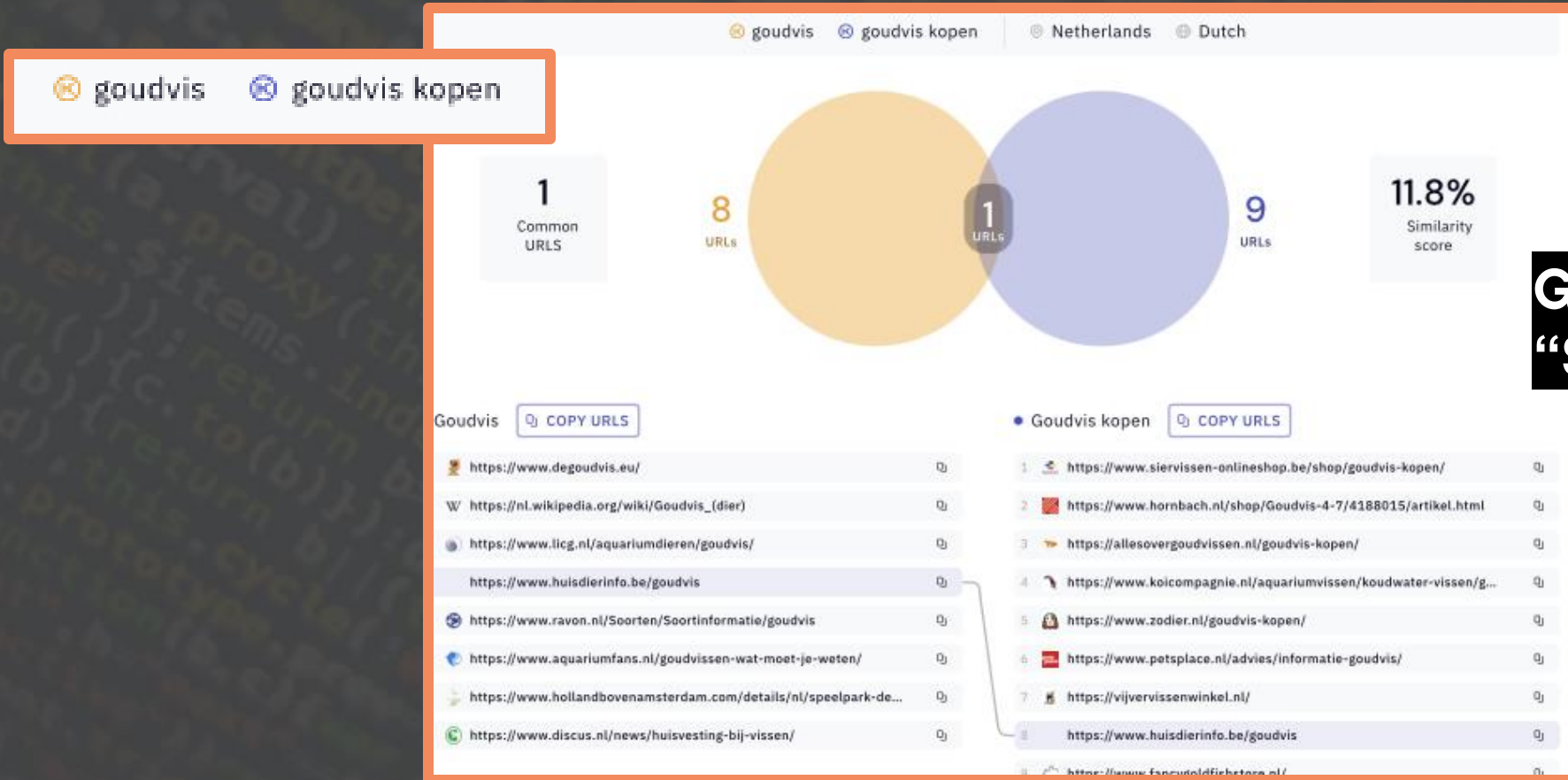
Ziekten en aandoeningen

Benodigde ervaring

Aanschaf en kosten



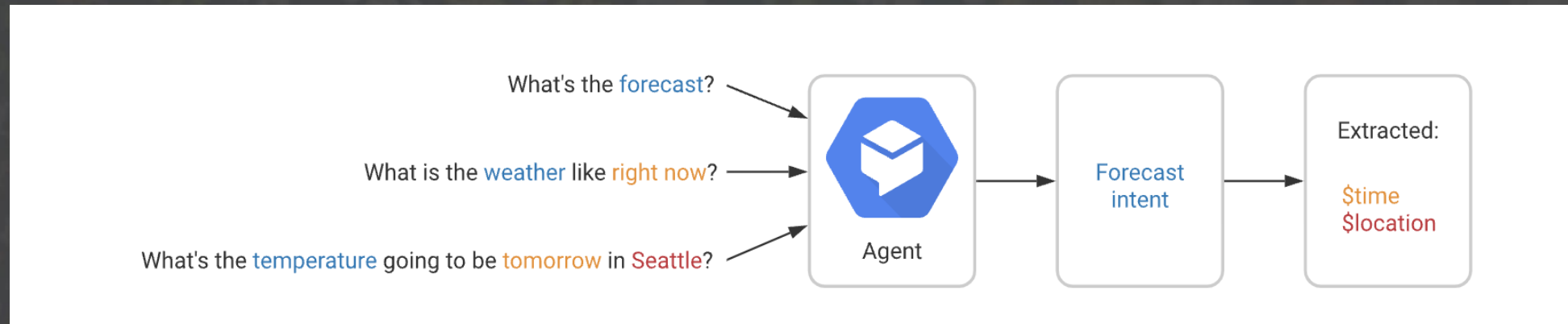
Verskil in de SERP is een indicatie voor verschil van intent tussen bepaalde termen



Gratis tool
“SERP Similarity”



Bestaande intent-modellen zijn beperkt, er zijn oneindig veel soorten intents die verschillen per markt



Je kan zelf zoektermen clusteren met behulp van keyword modifiers

Dit geeft een idee....

Informational	Actional	Navigational	Investigational	Transactional
>>> Enter the keyword modifiers below per intent (without spaces)				
[all other]	how	where	versus	buy
	tips	[city]	best	order
	test	[product namings]	review	price
	steps		rating	store
	recipe		[branded]	shop
	<input type="text"/>		[competitors]	[products]



Automatiseer keyword clustering met een formule of script om tijd te besparen

```
=IF(REGEXMATCH(C6;"how|tips|test|steps|recipe");"Actional";IF(REGEXMATCH(C6;"where|[city]|[product namings]");"Navigational";IF(REGEXMATCH(C6;"versus|best|review|rating|[branded]|[competitors]");"Commercial Investigation";IF(REGEXMATCH(C6;"buy|order|price|store|shop|[products]");"Transactional"; "Informational"))))
```

Groeppeer vervolgens je URL's op basis van intent en cluster, topic of /folder/

Cluster	Intent (beta)	URL
Goldfish	Actional	https://www.domain.nl/landing-1
Goldfish	Navigational	https://www.domain.nl/landing-2
Goldfish	Informational	https://www.domain.nl/landing-3
Goldfish	Actional	https://www.domain.nl/landing-4
Goldfish	Informational	https://www.domain.nl/landing-5
Goldfish	Transactional	https://www.domain.nl/landing-6
Pet	Transactional	https://www.domain.nl/landing-7
Pet	Informational	https://www.domain.nl/landing-8

Download het Google Sheets template om direct te beginnen

Cluster	Intent	Keyword	URL
Goldfish	Actional	how to keep a goldfish	https://www.domain.nl/landing-1
Goldfish	Navigational	goldfish food	https://www.domain.nl/landing-2
Goldfish	Informational	what is a goldfish	https://www.domain.nl/landing-3
Goldfish	Actional	goldfish food recipe	https://www.domain.nl/landing-4
Goldfish	Informational	feeding goldfish	https://www.domain.nl/landing-5
Goldfish	Transactional	fish shop	https://www.domain.nl/landing-6
Pet	Transactional	pet store	https://www.domain.nl/landing-7
Pet	Informational	which pet is good for me	https://www.domain.nl/landing-8
Goldfish	Informational	keyword 9	https://www.domain.nl/landing-9
Goldfish	Informational	keyword 10	https://www.domain.nl/landing-10
Goldfish	Informational	keyword 11	https://www.domain.nl/landing-11
Goldfish	Informational	keyword 12	https://www.domain.nl/landing-12
Goldfish	Informational	keyword 13	https://www.domain.nl/landing-13
Goldfish	Informational	keyword 14	https://www.domain.nl/landing-14
Goldfish	Informational	keyword 15	https://www.domain.nl/landing-15
Goldfish	Informational	keyword 16	https://www.domain.nl/landing-16
Goldfish	Informational	keyword 17	https://www.domain.nl/landing-17
Goldfish	Informational	keyword 18	https://www.domain.nl/landing-18
Goldfish	Informational	keyword 19	https://www.domain.nl/landing-19

<http://bit.ly/3i47Bzo>



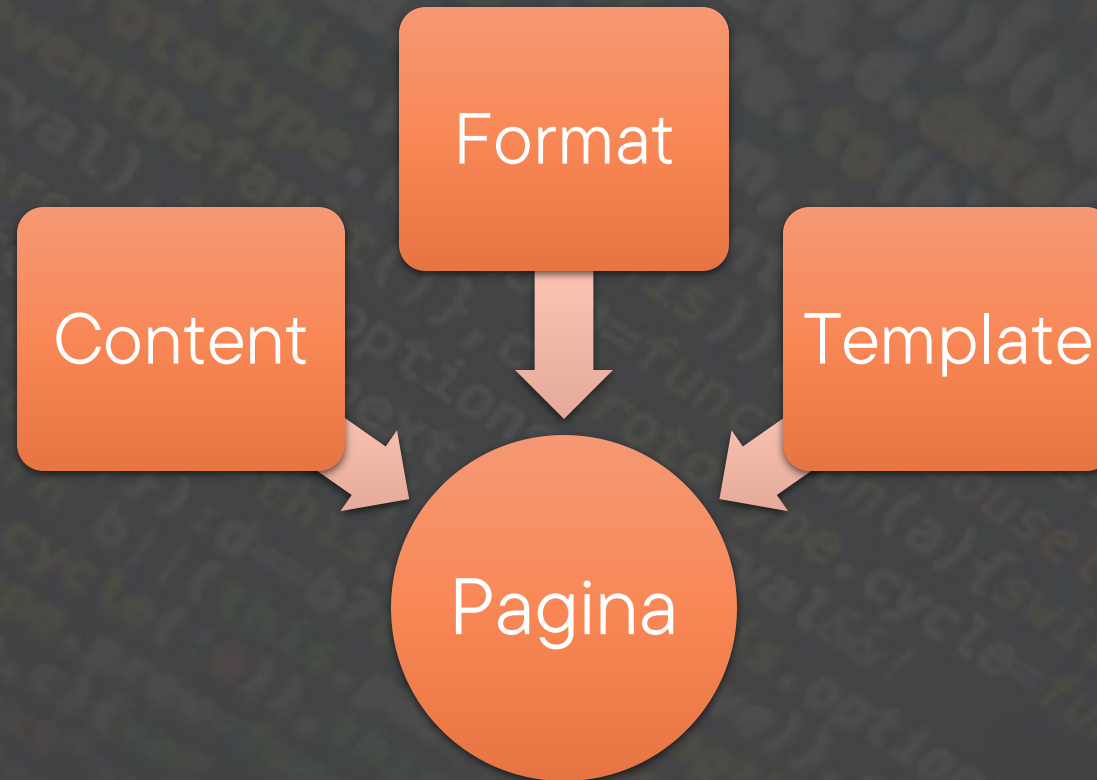


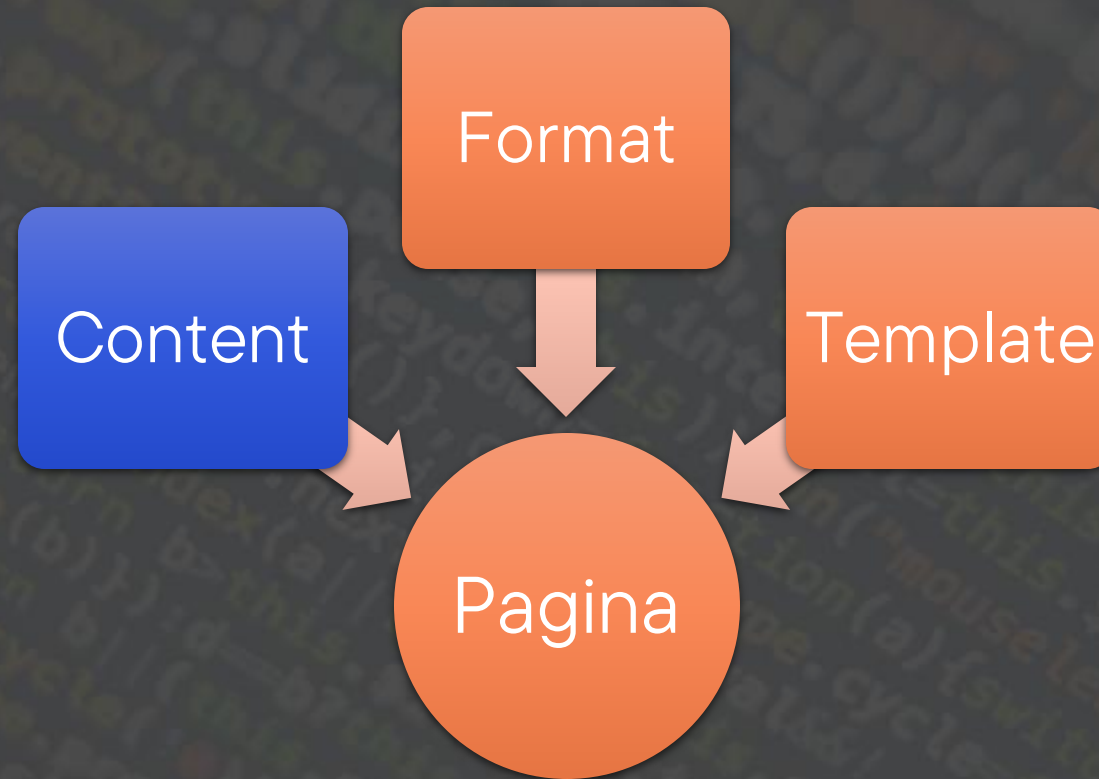
Stap 2

Verbeter paginatemplates



Optimaliseer pagina's voor intent, op basis van deze 3 pijlers





Content gaat om de inhoud, maar ook om de context op de pagina

Content

Termfocus
Focus zoekterm
Additionele termen

Context

Gerelateerde
termen
Geen rankingdoel

Content gaat over de inhoud van de tekst en gebruik van de juiste zoektermen

Gerelateerde zoekopdrachten :



goudvis kopen



goudvis vijver



goudvis in kom



goudvis intratuin



goudvis alleen of samen



gele goudvis



goudvis prijs



hoe groot wordt een goudvis

Gebruik “mensen vragen ook”-box om de inhoud van de content te bepalen

Mensen vragen ook :

Hoe duur is 1 goudvis? ▼

Hoe lang blijft een goudvis leven? ▼

Kun je een goudvis alleen houden? ▼

Hoeveel ruimte heeft een goudvis nodig? ▼

[Feedback](#)

Context gaat om gerelateerde terminologie en legt relatie tussen entiteiten

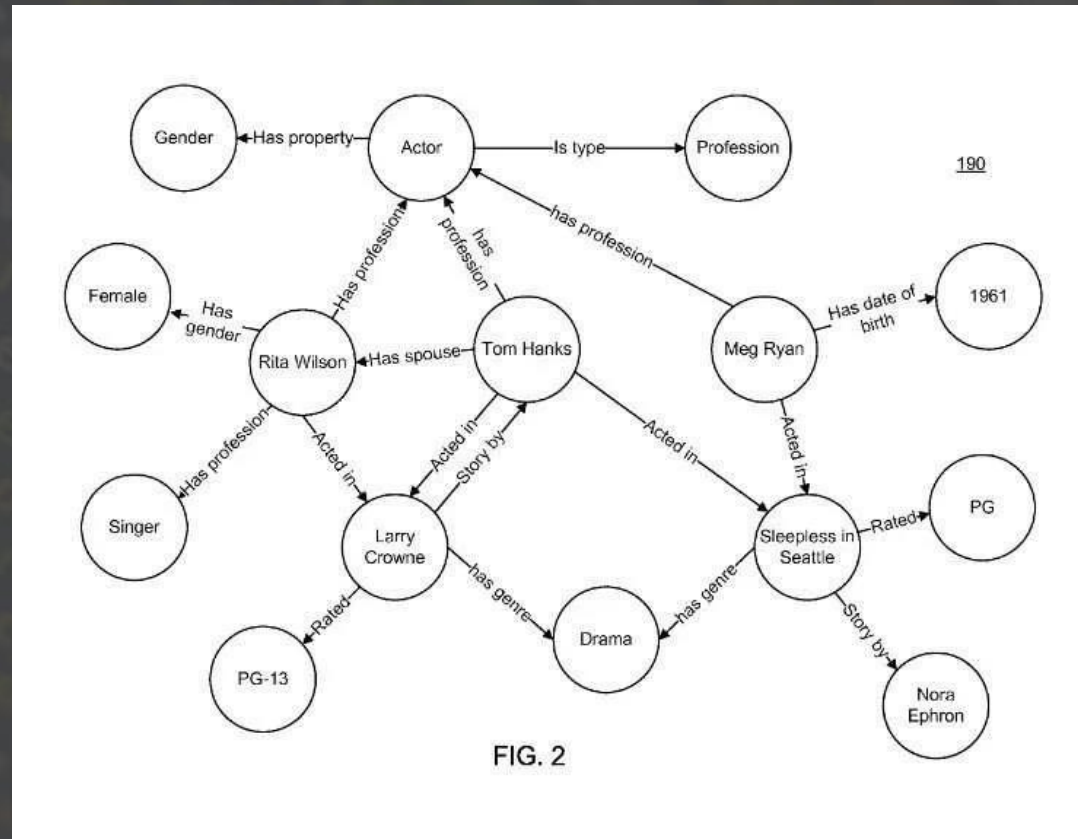



FIG. 2

Gebruik gerelateerde termen om context te geven en de relevantie van content te verhogen



Willem-Alexander der Nederlanden

Koning der Nederlanden

Overzicht Opleiding

Geboren: 27 april 1967 (55 jaar), [UMC Utrecht, Utrecht](#)

Kinderen: [Catharina-Amalia der Nederlanden](#), [Alexia der Nederlanden](#), [Ariane der Nederlanden](#)

Broers/zussen: [Friso van Oranje-Nassau van Amsberg](#), [Constantijn der Nederlanden](#)


Lengte: 1,83 m

Ouders: [Beatrix der Nederlanden](#), [Claus van Amsberg](#)

Huwelijkspartner: [Máxima Zorreguieta](#) (geh. 2002)

Neef: [Claus-Casimir van Oranje-Nassau van Amsberg](#)

Mensen zoeken ook naar



Máxima Zorreg... Beatrix der Nederl... Cathari... der Nederl... Alexia der Nederl...

Meer bekijken →

Over

Willem-Alexander Claus George Ferdinand, koning der Nederlanden, Prins van Oranje-Nassau, jonkheer van Amsberg is sinds 30 april 2013 Koning der Nederlanden. Hij is het oudste kind uit het huwelijk van Beatrix, prinses der Nederlanden, en Claus, prins der Nederlanden, jonkheer van Amsberg. [Wikipedia](#)

Geboren: 27 april 1967 (55 jaar), [UMC Utrecht, Utrecht](#)

Kinderen: [Catharina-Amalia der Nederlanden](#), [Alexia der Nederlanden](#), [Ariane der Nederlanden](#)

Broers/zussen: [Friso van Oranje-Nassau van Amsberg](#), [Constantijn der Nederlanden](#)

Lengte: 1,83 m


Ouders: [Beatrix der Nederlanden](#), [Claus van Amsberg](#)

Huwelijkspartner: [Máxima Zorreguieta](#) (geh. 2002)

Neef: [Claus-Casimir van Oranje-Nassau van Amsberg](#)

Dit kennisvenster claimen Feedback

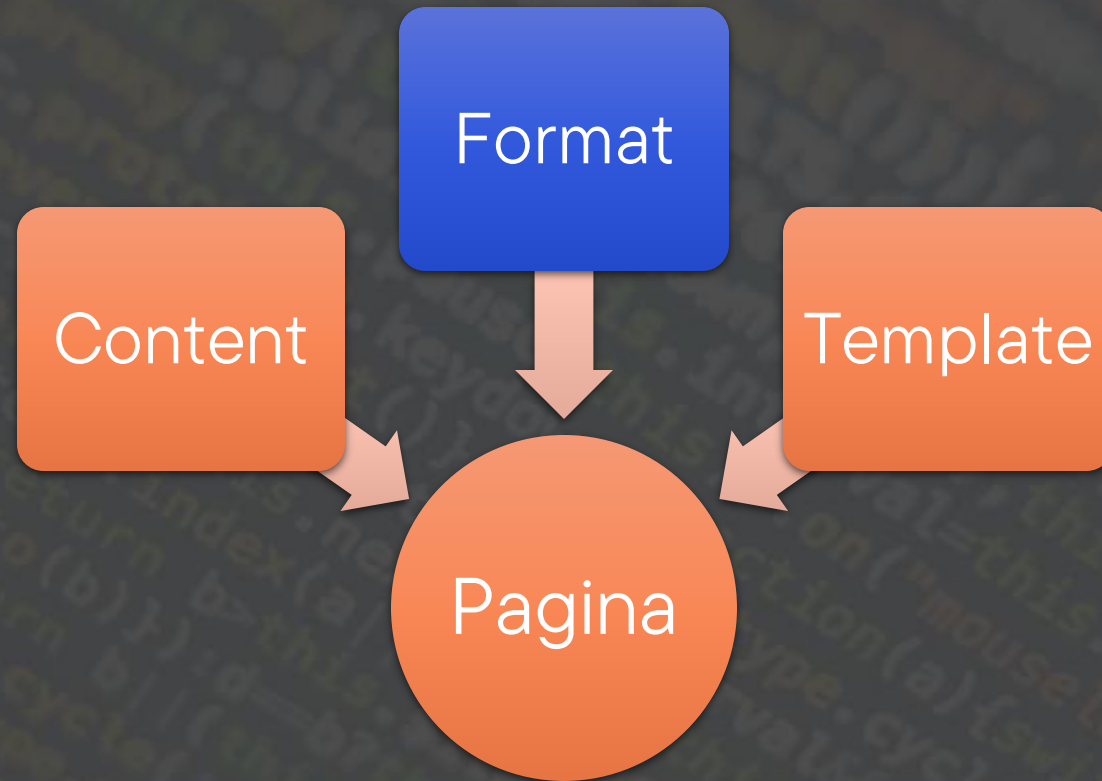
Mensen zoeken ook naar



Máxima Zorreg... Beatrix der Nederl... Cathari... der Nederl... Alexia der Nederl...

Meer bekijken →





Format gaat om hoe de content is gestructureerd op de pagina

Stappenplan

Handleiding

Lijst

Vergelijking

Review

Nieuwsbericht

Pagina-elementen gebruik je om de content te structureren

De ultieme top 100 beste boeken ooit lijst

- The Lord of the Rings (J.R.R. Tolkien) ...
- Harry Potter and the Philosopher's Stone (J.K. Rowling) ...
- Don Quixote (Miguel de Cervantes) ...
- The Great Gatsby (F. ...
- The Little Prince (Antoine de Saint-Exupéry) ...
- Moby-Dick (Herman Melville) ...
- 1984 (George Orwell)

[More items...](#) • 5 Jan 2022

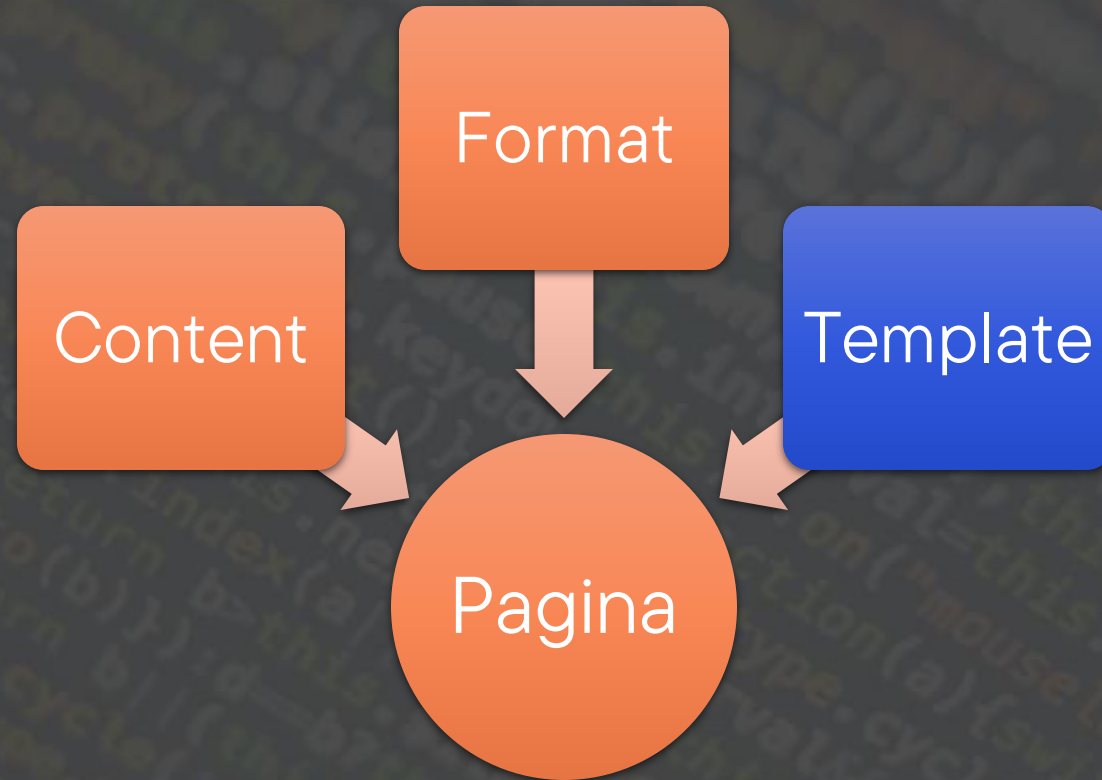
<https://goedeboekentips.nl> › beste-boeken-ooit

[Top 100 beste boeken ooit / aller tijden - Goede Boekentips](#)

[?](#) About featured snippets • [Feedback](#)



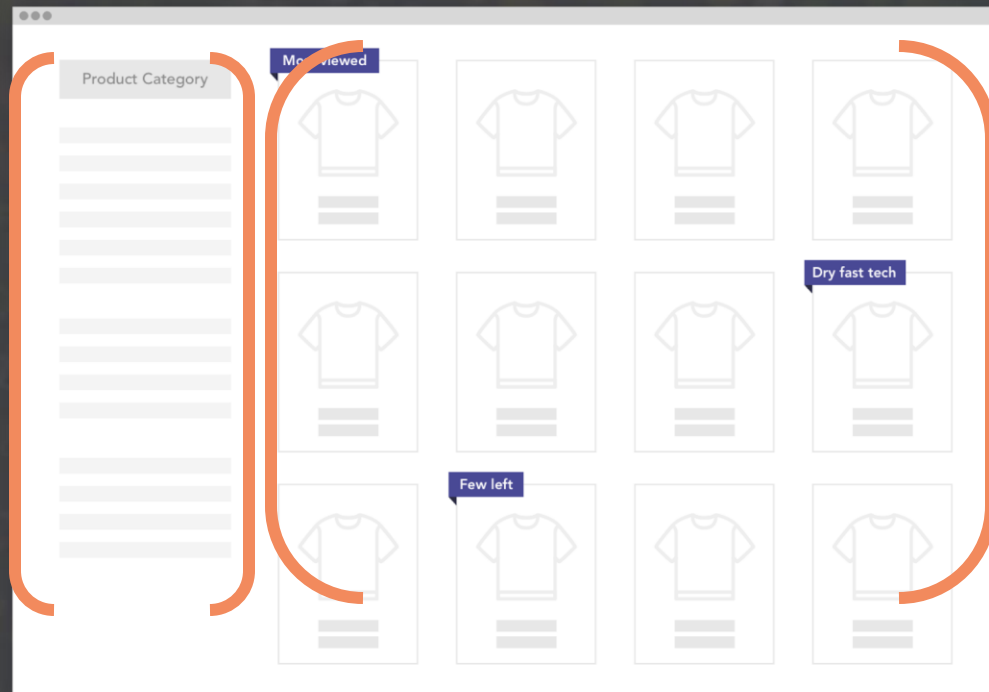
- Productfeed
- Stappenplan
- Bullet list
- Structured data
- Etc..



Intent	Template
Informational	Contentpagina, Blog, Forumpagina, Forum post etc.
Navigational	SDP, Contact etc.
Actional	Contentpagina, Vergelijkingspagina etc.
Transactional	PLP, PDP etc.

Paginateemplate
is belangrijker
dan content en
structuur

Voorbeeld: PLP



Heading

Description

Product feed

Intent	Conversion goal
Informational	Informational lead magnet (eg. PDF, Ebook, webinar, calculator etc.)
Actional	Actional lead magnet (eg. interactive test, instruction manual, Ebook)
Investigational	Book appointment Buy product / service
Navigational	Book appointment Buy product / service
Transactional	Buy product / service

Houd ook rekening met conversie en gebruik de juiste conversiedoelen per intent

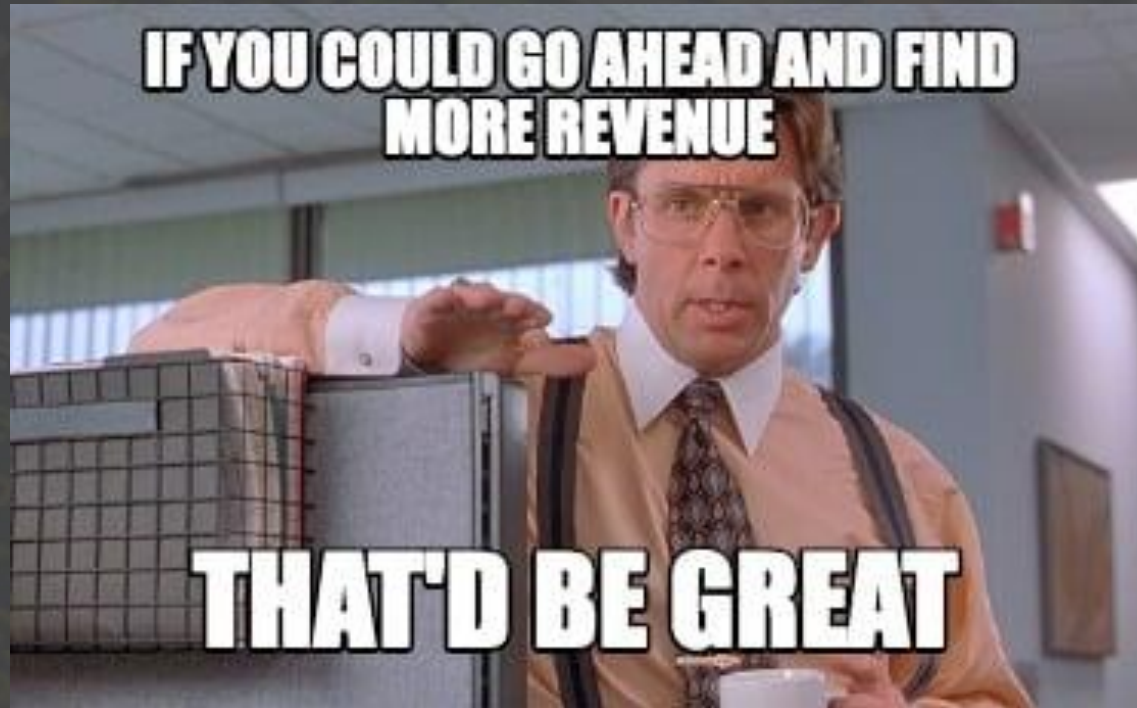


Stap 3

Implementatie & monitoring



Optimaliseer niet alle pagina's, maar alleen waar voldoende winst valt te behalen



Hoe doe je dit op schaal met een website met een groot aantal pagina's?



Onthoud dat intent slechts een van de factoren is, andere signalen zijn nog even belangrijk

- Keyword focus
- Backlinks
- Interne linkwaardeverdeling
- Google eat (YMYL)
- Sitespeed
- Tech
- ect..

Als je de rest niet orde hebt, is intent optimalisatie zonde van je tijd

Google wordt
steeds slimmer,
dus blijf
monitoren en
testen wat
werkt



Lees de Google Search Quality Evaluator guidelines!

16.0 Rating Queries with Multiple Interpretations and Intents

Some queries really only have one meaning. Consider the query [iphone], English (US). There may be different user intents for this query (research iPhones, buy an iPhone, go to the iPhone page on Apple's website), but all users are basically referring to the same thing: the phone made by Apple, Inc.

Some queries truly have different possible meanings. Consider the query [apple], English (US). Some users may want to find more information on the computer brand or the fruit. We refer to these different meanings as query interpretations.

When giving Needs Met ratings for results involving different query interpretations, think about how likely the query interpretation is and how helpful the result is.

- A very helpful result for a **dominant interpretation** should be rated **Highly Meets**, because it is very helpful for many or most users. Some queries with a dominant interpretation have a **FullyM** result.
- A very helpful result for a **common interpretation** may be **Highly Meets** or **Moderately Meets**, depending on how likely the interpretation is.
- A very helpful result for a very **minor interpretation** may be **Slightly Meets** or lower because few users may be interested in that interpretation.
- There are some interpretations that are so unlikely that results should be rated **FailsM**. We call these "no chance" interpretations.

16.1 Rating Queries with Both Website and Visit-in-Person Intent

Some queries have two possible strong intents:

1. **Go to the website** intent: in order to, for example, find out information, buy something online, make a reservation, schedule an appointment, interact with customer support, or fulfill some other need that can be satisfied online
2. **Visit-in-person** intent: user wants to visit the store, business, etc. in person

We know the user intent is to accomplish one or the other, but it is unclear which one the user wants. For these queries, result blocks that only satisfy one intent should NOT get a **Fully Meets** rating.

<https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/en//searchqualityevaluatorguidelines.pdf>



Key take-aways:

- Search Intent is een ranking factor geworden
- Het gaat niet alleen om het clusteren van termen
- Zorg dat jouw content en template past bij de intent van de zoeker
- Blijf testen!
- Lees de quality evaluator guidelines!

**Want to join our team?
iodigital.com/carriere**



@clarissafilius



/in/clarissafilius

