**SEO-advies – Vergroten van de online zichtbaarheid via organisch verkeer**

**1. Inleiding**

In aanvulling op het eerder opgestelde SEA-advies (Google Ads), richt dit rapport zich op het optimaliseren van de organische vindbaarheid via zoekmachines – beter bekend als **SEO (Search Engine Optimization)**. In tegenstelling tot SEA, waarbij betaald wordt per klik, is SEO gericht op het structureel en duurzaam aantrekken van bezoekers zonder directe advertentiekosten.

Het uiteindelijke doel is om in de zomerperiode het aantal boekingen voor de groepsarrangementen structureel te verhogen door gericht in te spelen op de informatiebehoefte van de doelgroep via zoekmachines zoals Google.

**2. Huidige situatie en uitgangspunt**

De website ontvangt momenteel gemiddeld **80 bezoekers per dag**, waarvan **85% nieuwe bezoekers** zijn. Een groot deel van dit verkeer komt binnen via directe links of merkgerelateerde zoekopdrachten (bijvoorbeeld ‘Zin’). Hierdoor is de **organische vindbaarheid voor bredere, relevante zoektermen beperkt**, wat kansen biedt voor verbreding.

Er zijn momenteel geen geoptimaliseerde landingspagina’s of blogartikelen gericht op inhoudelijke zoekvragen van potentiële bezoekers. Daardoor worden veel bezoekers misgelopen die actief zoeken naar rust, betekenisvolle vakanties of kleinschalige overnachtingen in de natuur.

**3. Wat is SEO en waarom is het belangrijk?**

**Search Engine Optimization (SEO)** omvat alle inspanningen om een website hoger te laten verschijnen in de organische (niet-betaalde) zoekresultaten van zoekmachines. Een hogere positie leidt tot meer zichtbaarheid, meer bezoekers en uiteindelijk meer boekingen.

Belangrijke voordelen van SEO:

* **Kostenefficiënt op de lange termijn** – geen kosten per klik.
* **Duurzaam verkeer** – goede content blijft jarenlang vindbaar.
* **Geloofwaardigheid en vertrouwen** – gebruikers vertrouwen vaak meer op organische resultaten dan op advertenties.

**4. Strategie voor organische groei**

**4.1 Doelstelling**

Het vergroten van het organisch verkeer met **minimaal 20% in de zomerperiode**, met als einddoel een toename in boekingen van groepsarrangementen en individuele verblijven.

**4.2 Zoekwoordenstrategie**

Er is een verbredingsslag nodig van merkgerichte zoekwoorden naar meer **inhoudelijke, behoeftegerichte zoekopdrachten**. Dit gebeurt aan de hand van vijf zoekwoordclusters:

**1. Zingeving en rust**

* stilteweekend Brabant
* retraite zomer 2025
* vakantie met verdieping
* bezinningsweekend Nederland

**2. Natuur en omgeving**

* overnachting op landgoed Brabant
* vakantie in de natuur Nederland
* wandelen en fietsen Vught
* natuurvakantie Noord-Brabant

**3. Doelgroepgericht**

* groepsverblijf éénpersoonskamers
* familiearrangement met rust
* weekendje weg zonder drukte

**4. Duurzaam en bewust leven**

* sociaal-maatschappelijk vakantieadres
* eco-verblijf Brabant
* biologisch ontbijt verblijf

**5. Locatiespecifiek**

* vakantie Vught
* kloosterwandeling Brabant overnachting
* bijzonder verblijf bij Den Bosch

**5. Uitvoering: SEO-maatregelen**

**5.1 Technische SEO**

De technische basis moet op orde zijn om goed geïndexeerd te worden door Google. Belangrijke aandachtspunten zijn:

| **Element** | **Actie** |
| --- | --- |
| **Laadsnelheid** | Optimaliseren afbeeldingen, caching, hosting |
| **Mobielvriendelijkheid** | Responsive design controleren via Google’s Mobile Test |
| **HTTPS** | Beveiliging via SSL-certificaat (moet actief zijn) |
| **URL-structuur** | Duidelijke, zoekwoordrijke URL’s (bijv. /stilteweekend-brabant) |
| **Metadata** | Unieke titels en meta descriptions per pagina |
| **Sitemap** | Indienen in Google Search Console |

**5.2 Contentoptimalisatie**

SEO draait grotendeels om **relevante en waardevolle content**. Daarom worden per zoekwoordcluster specifieke landingspagina’s gecreëerd. Voorbeelden:

* /stilteweekend-brabant
* /duurzame-vakantieplek
* /groepsovernachting-vught

Elke pagina bevat:

* Een duidelijke H1-titel met het zoekwoord
* Informatie over het arrangement of thema
* Oproep tot actie (bijv. “Bekijk beschikbaarheid”)
* Interne links naar andere relevante pagina’s

**5.3 Blogstrategie**

Blogartikelen vergroten niet alleen de vindbaarheid, maar versterken ook de autoriteit van de website. Suggesties:

* “Wat is een retraiteweekend en wat levert het op?”
* “3 tips voor een duurzame groepsvakantie in Brabant”
* “Wandelen en bezinnen: de mooiste routes rond Vught”

Frequentie: **1 tot 2 blogartikelen per maand**

**5.4 Linkbuilding**

Om hoger te scoren in Google is het verkrijgen van kwalitatieve links belangrijk. Strategie:

* Samenwerkingen met kloosters, duurzame reiswebsites en regionale platforms
* Vermelding op toeristische websites en overnachtingsgidsen
* Gastblogs schrijven op relevante websites

**6. Prognose en opbrengsten**

SEO is een langetermijninvestering. Een realistische verwachting is dat binnen 3 tot 6 maanden:

* Het organisch verkeer stijgt met 20–40%
* Er dagelijks 10 tot 30 extra bezoekers via zoekmachines bijkomen
* De conversie op contactaanvragen vergelijkbaar blijft met SEA (± 2%)

**Scenario bij 15 extra bezoekers per dag via SEO:**

| **Periode** | **Bezoekers** | **Boekingen (2%)** | **Omzet (gem. €700)** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 maand | 450 | 9 | €6.300 |
| 3 maanden | 1.350 | 27 | €18.900 |

**7. Aanbevolen aanpak en investering**

**Fase 1 – Opstart (1e maand):**

* Technische SEO-audit uitvoeren
* Zoekwoordenonderzoek afronden
* 3 landingspagina’s publiceren

**Fase 2 – Groei (maand 2 t/m 4):**

* 6 aanvullende pagina’s en 4 blogs
* Linkbuilding opstarten
* Resultaten monitoren via Google Analytics en Search Console

**Tijdsinvestering (intern):**

* ± 8 uur per maand content
* ± 2 uur analyse en optimalisatie

**Optioneel extern budget:**

* SEO-expert: €300 – €500 per maand
* Content creatie uitbesteden: €100 per artikel of pagina

**8. Conclusie**

SEO is een strategisch noodzakelijke aanvulling op SEA om zowel de korte als lange termijn resultaten te optimaliseren. Door gericht in te spelen op de informatiebehoefte van potentiële gasten, kan de website structureel beter presteren in Google. Dit leidt tot:

* Meer verkeer
* Lagere kosten per bezoeker
* Duurzame omzetgroei

Met een gefaseerde aanpak, beperkte investering en gerichte inzet van content, is het realistisch om binnen 3 tot 6 maanden een duidelijke stijging in boekingen te realiseren, zonder afhankelijk te blijven van advertentiebudgetten.