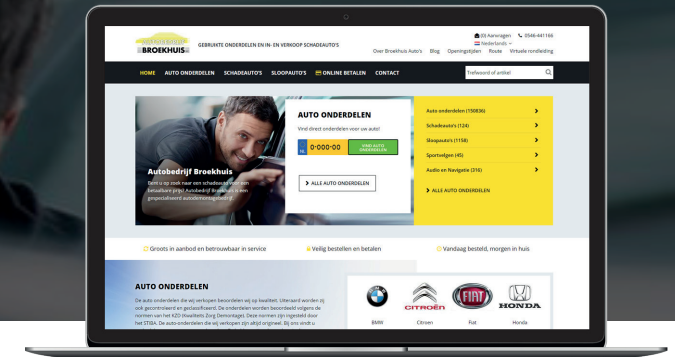


iclicks
online marketing bureau



SEO case

Optimaal SEO-rendement uit het beschikbare Google crawlbudget

Autobedrijf Broekhuis is een autodemontagebedrijf met meer dan 50 jaar ervaring in de inkoop, verkoop en export van schadeauto's. Originele auto onderdelen demonteert Autobedrijf Broekhuis voor de losse verkoop: een toekomstbestendige organisatie die zich inzet voor het hergebruik van onderdelen. iClicks werkt al sinds mei 2012 samen met Autobedrijf Broekhuis om het meeste uit de website te halen.

Doelen

Dankzij de langdurige relatie tussen Autobedrijf Broekhuis en iClicks was er met de bestaande website een solide fundament opgebouwd op het gebied van SEO. De website had een stabiele organische top-3 positie weten te bemachtigen op overkoepelende relevante zoektermen,

zoals 'schadeautos' en de combinatie van 'automerk + auto onderdelen'. Hoewel de website uitstekend presteerde op de volumerijke algemene termen, viel de organische vindbaarheid van de website juist erg tegen op de conversiegerichte longtail zoektermen (voorbeeld: 'automerk + type + onderdeel').

De doelstelling was dan ook om ten eerste te onderzoeken en te achterhalen waarom de website achterbleef in de organische vindbaarheid van de conversiegerichte longtail zoektermen, om vervolgens deze onbenutte kansen om te buigen naar het verder uitbouwen van de organische vindbaarheid en conversiegerichtheid van de website.

Strategie & Doelgroep

De hoofddoelgroep is de automonteur die onderdelen goedkoop wil vervangen bij reparaties en onderhoud. De subdoelgroep bestaat uit particulieren die zelf hun auto willen repareren zonder daar teveel voor te willen betalen.

Uit de technische SEO-analyses bleek dat de website niet het volledige rendement benutte qua indexeerbaarheid. Het bestaande systeem kon namelijk geen statische (lees: indexeerbare) URL's voor productcategorieën genereren. Het productaanbod van auto onderdelen wordt ingeladen vanuit een grote centrale database en dit maakt de achterliggende techniek complex. Aangezien het productaanbod uit gebruikte auto onderdelen bestaat, is ieder product uniek, waardoor er dagelijks een snelle wisseling van producten plaatsvindt.

Bovenstaande technische websitetechniek had tot gevolg dat de url /automerkt-onderdelen wel gegenereerd werd, maar de url /automerkt-type-onderdelen niet. Dit had tot gevolg dat de longtail zoektermen gingen ranken op de algemene overzichtspagina, maar deze pagina was voor Google te algemeen om een toppositie te kunnen bemachtigen op de specifieke zoektermen.

In samenwerking met het backend en frontend development team is daarom een strategie opgesteld waarmee we op een gebruiksvriendelijke en conversiegerichte manier meer dan 200.000 extra indexeerbare url's konden creëren. Uit onze linkbuildinganalyses bleek namelijk dat de website na al die jaren van SEO-werkzaamheden inmiddels voldoende domeinwaarde had opgebouwd om een crawlbudget te verdienen om dit aantal url's succesvol in de Google index te kunnen krijgen.

Implementatie & creativiteit

Naast het uitbreiden van het aantal indexeerbare url's, was het ook noodzakelijk om de gebruiksvriendelijkheid van de website te verbeteren. Hierbij hebben we nagedacht over hoe we de doelgroep op het gewenste moment kunnen voorzien van de juiste informatie en tools. Autobedrijf Broekhuis heeft meerdere doelgroepen, vanuit SEO richten we ons met name op één doelgroep: de automonteur die precies weet wat hij nodig heeft en Autobedrijf Broekhuis nog niet kent.

Deze bezoeker komt binnen via de gecreëerde landingspagina's voor long-tail zoekthema's. Ze weten welk onderdeel ze voor

welke auto moeten hebben en filteren de resultaten zelf of vullen de kentekenchecker in.

Met dit uitgangspunt hebben we SEO-campagne verder ingericht om de website specifiek voor deze doelgroep beter vindbaar te maken. Dit is gedaan door de landingspagina's op een dieper niveau vindbaar te maken. Voor de juiste implementatie van de nieuwe landingspagina's is gekozen voor de volgende niveaus in de URL-structuur, waarbij het vierde en het vijfde niveau met aparte landingspagina's is toegevoegd:

- I. <https://www.broekhuis-autos.nl/>
- II. <https://www.broekhuis-autos.nl/auto-onderdelen>
- III. <https://www.broekhuis-autos.nl/peugeot-onderdelen>
- IV. <https://www.broekhuis-autos.nl/peugeot-206-onderdelen>
- V. <https://www.broekhuis-autos.nl/peugeot-206-onderdelen/startmotor?show=all>

Resultaten

We wisten op voorhand dat het indexatieproces van de dieperliggende pagina's relatief lang zou duren. Het toevoegen van de landingspagina's zorgde niet direct voor een stijging van het organische zoekverkeer.

In de eerste maanden na de structuurwijziging constateerden we een korte daling, maar de doelstelling was om op lange termijn een organische groei door te zetten.

Naarmate de website beter geïndexeerd werd, zagen we steeds meer landingspagina's op het extra gecreëerde diepste niveau die voor organisch verkeer zorgde.

Ter illustratie van de resultaten: de nieuwe landingspagina Ford Focus hoedenplank leverde in een jaar al meer dan 430 organische bezoekers op, terwijl dit slechts één van de 200.000 gecreëerde landingspagina's betreft.

In de periode tussen 1 oktober 2018 en 30 september 2019 heeft Broekhuis-autos.nl flink geprofiteerd van de langetermijnstrategie. In deze periode zijn er meer dan 550.000 organische bezoekers geweest.

Kerngetallen vergelijking 1 oktober 2018 en 30 september 2019 met het jaar ervoor:

Stijging aangevraagde auto onderdelen

49%

Stijging organische bezoekers

61%

Aantal rankende bestemmingspagina's

40k

Verlaging gemiddelde laadtijd pagina's (seconden)

1,3

iclicks
online marketing bureau

Telefoon: 088 - 425 4257

E-mail: info@iclicks.nl

Website: www.iclicks.nl