

Whitepaper: **SEO voor mobiele websites**

Alle type mobiele websites, voorwaarden, SEO-factoren, voordelen en valkuilen op een rij

De macht van Google

Mobile marketing wordt steeds belangrijker. Volgens Google is 67 procent van de bezoekers meer geneigd een aankoop te doen wanneer een site mobielvriendelijk is gebouwd. Daarnaast verlaat 61 procent van de bezoekers de site op een mobiel apparaat, wanneer ze het product niet gemakkelijk kunnen vinden omdat de website niet goed is afgestemd op mobiel gebruik.

Het is dan ook niet voor niets dat Google voor mobiele gebruikers in haar zoekresultaten een mobielvriendelijke website verkiest boven een 'gewone'. Het belang van een mobiele website kan mede daarom niet langer worden genegeerd. Zeker niet als u serieus met SEO bezig bent. Want een negatieve mobiele ervaring resulteert direct in slechte SEO-resultaten.

Om als website door Google als een mobielvriendelijke variant te worden erkend is alleen niet vanzelfsprekend. In deze whitepaper licht SDIM toe waar een mobiele website aan moet voldoen. Ook vindt u een overzicht van alle SEO-factoren voor de verschillende typen mobiele websites, inclusief alle voordelen en valkuilen.

Waarom een mobiele website?

Begin 2015 stond de SEO-wereld op z'n kop toen Google aankondigde dat mobielvriendelijkheid voor websites een rankingfactor zou worden. 'Mobilegeddon', de apocalyptische benaming voor Google's beruchte mobielvriendelijke updates heeft inmiddels al meerdere transitiees doorgemaakt. De impact van Mobilegeddon bleek in eerste instantie ontzettend mee te vallen, zeker voor de resultaten in Nederland. Maar inmiddels blijkt dat Google het niet alleen bij mobielvriendelijkheid als rankingfactor wil houden, maar in de toekomst zelfs een aparte mobile first index wil introduceren.

De verwachting is dat mobielvriendelijkheid als rankingfactor voor deze specifieke index een stuk zwaarder zal wegen. Oftewel: een slechte mobiele website zorgt dan voor slechtere desktop resultaten.

De stijging van het gebruik van mobiel internet was voor Google de aanleiding om sinds eind 2014 in haar zoekresultaten te tonen of een website mobielvriendelijk is. Op deze wijze wil Google de gebruikerservaring verbeteren. Of een website mobielvriendelijk is, onderzoekt Google met behulp van de Googlebot. Hiermee ziet Google hoe een website wordt getoond op de verschillende schermformaten. Google ziet dus precies wat bezoekers te zien krijgen als zij een website via hun mobiele apparaat bezoeken. Zien deze mobiele gebruikers andere content dan desktopgebruikers? Dan zal Google op basis van Mobile First Indexing zijn conclusies trekken, met een daling in rankings als gevolg.

Google mobiele indexatie. Is uw website mobielvriendelijk genoeg?

Om te onderzoeken of uw website wel mobielvriendelijk genoeg is, heeft Google een tool ontwikkeld waarmee u eenvoudig kunt zien hoe Google uw website indexeert en of deze geschikt is voor mobiele apparaten. Met behulp van de Google Webmaster Tool '<https://testmysite.thinkwithgoogle.com/>' kunt u gratis een mobielvriendelijkheidstest uitvoeren.

Met deze tool analyseert u al uw pagina's. De kans bestaat dat u enkel de 'Geweldig!'-melding te zien krijgt, maar in de praktijk komt SDIM nog (te) vaak onderstaande meldingen/problemen tegen:

- **Te kleine tekst om te lezen zonder in te zoomen.**
- **Tikdoelen (links) te dicht bij elkaar.**
- **Mobiele viewport niet correct ingesteld.**
- **Te lange laadtijd.**
- **Gebruik van software die niet geschikt is voor mobiel, zoals Flash.**
- **Er horizontaal gescrold moet worden om de gehele inhoud van de webpagina te zien.**
- **CSS, Javascript en/of afbeeldingen worden uitgesloten van indexatie.**
- **Het genereren van 404-pagina's, enkel voor mobiel.**
- **Er geen rekening wordt gehouden met hoe een bezoeker kan converteren (call-to-action buttons).**
- **(contact)Formulieren niet zijn geoptimaliseerd.**
- **Er geen zoekfunctie aanwezig is.**
- **Geen rekening wordt gehouden met schermresoluties.**
- **Afbeeldingen niet goed worden weergegeven.**

En dit is nog maar een kleine greep uit de meldingen die bevestigen dat er volgens Google sprake is van een slechte mobiele gebruikerservaring. En dit kan dus van grote, negatieve invloed zijn op uw SEO. Niet alleen voor de rankings, maar ook voor de doorklikratio vanaf de zoekmachineresultatenpagina's en het conversiepercentage.

Mobiele websitevarianten

Heeft u een mobiele website maar wordt deze niet getoond? Dat kan. Het door Google tonen van een mobiele variant van een website is niet vanzelfsprekend. Google dient namelijk van het bestaan van de mobiele website te weten. Daarnaast hecht Google veel waarde aan een correcte configuratie en belonen ze een positieve gebruikerservaring met hogere rankings.

Heeft u al een mobiele website? Vóór u aan de slag gaat met uw mobiele SEO-optimalisatie is het belangrijk dat u weet wat voor type website u precies heeft. Google wijst namelijk drie verschillende typen sites aan. En voor een goede vindbaarheid stelt Google per type site andere eisen aan de technische configuratie. De drie typen sites zijn:

Responsive webdesign

Geeft dezelfde HTML-code weer op dezelfde URL, ongeacht het apparaat (desktop, tablet, mobiel, niet-visuele browser), maar de site kan anders worden weergegeven (oftewel 'reageren') op basis van het schermformaat.



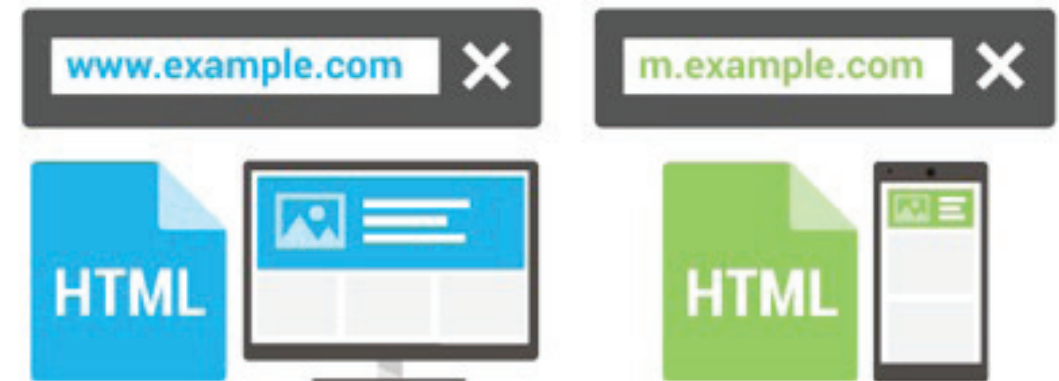
Dynamische weergave

Gebruikt dezelfde URL ongeacht het gebruikte apparaat, maar genereert een andere HTML-versie voor verschillende apparaattypen op basis van de informatie die de server over de browser van de gebruiker heeft.



Afzonderlijke URL's

Geeft verschillende codes weer op een andere URL voor elk apparaat. Deze configuratie probeert het apparaat van de gebruiker te detecteren en leidt deze vervolgens via HTTP-omleidingen en de Vary HTTP-header om naar een geschikte pagina.



Google zegt geen voorkeur voor een bepaalde URL-indeling te hebben, zolang de pagina's en alle pagina-items maar toegankelijk zijn voor alle Googlebot-user-agents. SDIM is echter van mening dat Google een voorkeur heeft voor de eenvoudige variant van responsive design oftewel responsief ontwerp. Het zijn vaak configuratiefouten (zoals lange laadtijden, onjuiste redirects en errorpagina's) die rankings van een mobiele site nadelig kunnen beïnvloeden.

Belangrijkste responsive website richtlijnen volgens Google

Ongeacht welke configuratie u kiest om uw website mobiel toegankelijk te maken, Google adviseert om altijd rekening te houden met de volgende aandachtspunten:

- Laat Google weten wanneer een pagina is opgemaakt voor mobiele apparaten (of wanneer een equivalente pagina beschikbaar is die is opgemaakt voor mobiele apparaten). Zo kan Google uw content ook voor mobiele gebruikers accuraat weergeven in de zoekresultaten.
- Zorg dat de bronnen toegankelijk zijn voor crawlers. Gebruik geen robots.txt om zoekmachines zodanig te blokkeren dat ze geen toegang hebben tot essentiële hulpbestanden op uw website om de pagina weer te geven (inclusief advertenties). Als Googlebot geen toegang heeft tot de bronnen van een site, zoals CSS, JavaScript of afbeeldingen, kan Google mogelijk niet vaststellen of een pagina geschikt is voor en kan worden weergegeven in een mobiele browser. Met andere woorden: Google kan in dat geval niet bepalen of een pagina geschikt is voor mobiele apparaten, waardoor de pagina mogelijk niet goed wordt weergegeven voor mobiele gebruikers.

- Vermijd veelgemaakte fouten die mobiele bezoekers frustreren, zoals niet-afspeelbare video's (bijvoorbeeld een Flash-video als voornaamste content van de pagina). Ook kunnen mobiele pagina's met een slechte zoekfunctionaliteit een lagere positie krijgen of in de mobiele zoekresultaten worden weergegeven met een waarschuwing.

SEO-configuratie voor mobiele websites. Alle voor- en nadelen op een rij.

Zoals eerder aangegeven, geeft Google de voorkeur aan de eenvoudige variant van responsive design oftewel responsief ontwerp. Het zijn vaak configuratiefouten (zoals lange laadtijden, onjuiste redirects en errorpagina's) die rankings van een mobiele site nadelig kunnen beïnvloeden. In dit hoofdstuk vindt u, per type mobiele website, een overzicht van de belangrijkste SEO-factoren inclusief alle voor- en nadelen.

Responsive webdesign

Responsive webdesign (RWD) is een configuratie waarbij de server altijd dezelfde HTML-code naar alle apparaten verstuurt en waarvoor CSS wordt gebruikt om de weergave van de pagina op het apparaat te wijzigen. Deze configuratie wordt automatisch door de algoritmen van Google herkend wanneer de Googlebot-user-agents toestemming hebben om de pagina en de bijbehorende items (CSS, JavaScript en afbeeldingen) te crawlen.

Met responsive webdesign wordt op alle apparaten dezelfde code weergegeven en de weergave wordt aangepast op basis van de schermgrootte. Hier leest u de belangrijkste voordelen en valkuilen van een responsive webdesign per SEO-factor.

SEO-factor: zelfde URL's

Voordeel: een responsive webdesign is een vrij gemakkelijke methode om uw website geschikt te maken voor verschillende devices. Van desktop computerschermen, tablets tot mobiele telefoons.

Nadeel: bij een responsive webdesign moet wel in de CSS, JS en bij images aangegeven worden dat het om een mobile user gaat. Dit kunt u doen door middel van specifieke mediaquery's in de CSS. Of door de techniek van flexibele grids en afbeeldingen toe te passen.

SEO-factor: zelfde HTML

Voordeel: U heeft één website en hoeft hierdoor niet ook nog een aparte mobiele website te onderhouden. Daarnaast wordt de website correct weergegeven op alle huidige en toekomstige beeldschermformaten.

Nadeel: plaatjes en video's worden vaak in volledige kwaliteit op de website geladen. Dit verhoogt kan de laadtijd vergroten, met als gevolg dat het verlatingspercentage van uw mobiele site toeneemt.

SEO-factor: indexeerbaarheid

Voordeel: uw SEO-inspanningen hebben zowel een positief effect op de desktop als op de mobiele website.

Nadeel: als u de code verkeerd inricht kan responsive design enorme impact hebben op de laadtijd en performance van een website. En vanwege de complexiteit heeft responsive design de eigenschap dat het erg prijzig is.

SEO-factor: redirects

Voordeel: het fijne aan een responsive webdesign is dat redirects niet nodig zijn.

Nadeel: reeds geplaatste 301- of 302-redirects kunnen de laadtijd extra verlengen.

SEO-factor: linkwaarde

Voordeel: bij een responsive webdesign is de linkwaarde gemakkelijk te behouden.

Nadeel: er zijn geen nadelen.

SEO-factor: optimale laadtijd

Voordeel: door middel van specifieke mediaquery's is een responsive webdesign goed te optimaliseren voor snelheid.

Nadeel: de volle websitecontent, video en afbeeldingen blijven bij een responsive webdesign in desktopkwaliteit. Hierdoor kan de laadtijd langer zijn, maar dit kunt u voorkomen door de img-size te specificeren.

Dynamische weergave

Dynamische weergave is een configuratie waarbij de server reageert met verschillende HTML (en CSS) op dezelfde URL, afhankelijk van de user-agent die de pagina aanvraagt.

Aangezien in deze configuratie niet meteen duidelijk is dat de site de HTML voor mobiele user-agents verandert (de mobiele content wordt 'verborgen' wanneer deze wordt gecrawld met een desktop user-agent), raden we u aan een hint via de server te versturen met het verzoek om de pagina ook door Googlebot voor smartphones te laten crawlen, zodat de mobiele content wordt gevonden. Deze aanwijzing wordt geïmplementeerd met de Vary HTTP-header.

Met een dynamische weergave wordt voor elk apparaat een andere code weergegeven, maar de code wordt wel weergegeven op dezelfde URL.

SEO-factor: zelfde URL's

Voordeel: met een dynamische weergave is de relevantiewaarde van uw website makkelijk over te brengen voor de mobiele zoekresultatenpagina.

Nadeel: uw website vertoont een andere HTML-code. Deze wordt bepaald door de user-agents die de site bezoeken. Gebruik daarom de Vary HTTP-header om Google de juiste HTML-pagina te laten tonen in de mobiele zoekresultatenpagina.

SEO-factor: zelfde HTML

Voordeel: een dynamische weergave verhoogt de usability van uw site.

Nadeel: op basis van user-agent wordt er andere HTML geleverd aan de device. Redirects op user-agent zijn 404-gevoelig.

SEO-factor: indexeerbaarheid

Voordeel: met een dynamische weergave kunt u specifieke relevante content voor mobiele en desktopdevices tonen. Dit verhoogt de contentrelevantie van uw keywords.

Nadeel: Op basis van de user agent wordt bepaald wat er getoond moet worden. Plaats daarom een Vary HTTP-header om de user-agents te tonen dat het om een mobiele versie gaat.

SEO-factor: redirects

Voordeel: specifieke redirects zijn bij een dynamische weergave niet nodig.

Nadeel: de aanwezige redirects zijn errorgevoelig omdat de site op basis van de user-agent een andere HTML toont.

SEO-factor: linkwaarde

Voordeel: bij een dynamische weergave blijft de linkwaarde behouden.

Nadeel: links kunnen foutmeldingen geven wanneer deze naar een non-responsieve website linken.

Nadeel: het detecteren van user-agents (soms 'user-agent sniffing' genoemd) is over het algemeen een foutgevoelige techniek.

SEO-factor: optimale laadtijd

Voordeel: omdat er andere HTML meegeleverd kan worden, kunnen snelle en eenvoudige 'touch'-vriendelijke HTML-pagina's naar de mobiele device verstuurd worden.

Nadeel: de dynamische weergave kan zo uitgebreid zijn dat de laadtijd alsnog oploopt.

Afzonderlijke URL's

Bij de 'afzonderlijke URL's'-configuratie heeft elke URL voor desktopapparaten een gelijkwaardige, andere URL waarmee voor mobiel geoptimaliseerde content wordt weergegeven. Er wordt veelvuldig gebruikgemaakt van een configuratie waarbij de pagina's voor desktopgebruikers worden weergegeven op www.example.com, terwijl de overeenkomende pagina's voor mobiele gebruikers worden weergegeven op m.example.com. Google heeft geen voorkeur voor een bepaalde URL-indeling, zolang die indelingen maar toegankelijk zijn voor alle Googlebot-user-agents.

Afzonderlijke mobiele URL's geven verschillende codes weer voor desktops en mobiele apparaten (en mogelijk zelfs voor tablets) en op andere URL's.

SEO-factor: zelfde URL's

Voordeel: bij afzonderlijke URL's kunt u speciale extra functies in uw website bouwen die specifiek interessant zijn voor mobiele gebruikers.

Nadeel: afzonderlijke URL's kunnen bij incorrect gebruik van canonical en redirects dubbele content opleveren.

SEO-factor: zelfde HTML

Voordeel: u kunt andere content en features naar voren brengen die belangrijker zijn voor mensen die een mobiele device gebruiken.

Nadeel: deze optie vraagt veel rel="alternate" tags, veel redirects en heeft een ingewikkelde feature-implementatie.

SEO-factor: indexeerbaarheid

Voordeel: uw mobiele website kan door de Googlebot-user-agent hoger in de zoekresultaten geplaatst worden dan de desktopversie. Het aantal sitebezoekers en conversies kan zo groeien in een concurrerende branche.

Nadeel: de afzonderlijke URL's-configuratie gebruikt mobile Googlebot als webcrawler in plaats van alleen Googlebot voor desktop. Het is daarom aan te raden om een mobiele xml-sitemap te maken om de website goed te indexeren voor de mobiele zoekresultaten.

SEO-factor: redirects

Voordeel: redirects zijn bij afzonderlijke URL's niet errorgevoelig.

Nadeel: wel heeft u veel redirects nodig als u de content van uw desktopwebsite hergebruikt op uw mobiele website. Als de configuratie niet goed is, kan dit duplicate content opleveren.

SEO-factor: linkwaarde

Voordeel: door een canonisatie van uw m.mobile-URL's kunt u van de autoriteit van uw desktopversie profiteren.

Nadeel: voor de mobiele versie gebruikt u andere URL's. De linkwaarde van de desktopversie weegt hierdoor minder zwaar mee.

SEO-factor: optimale laadtijd

Voordeel: de mobiele website kunt u volledig op snelheid optimaliseren voor alle soorten devices.

Nog meer tips voor positieve gebruikerservaringen

Bij mobiele SEO gaat het niet alleen om links of content, maar vooral om de positieve ervaring van de mobiele gebruiker. Positieve gebruikerservaringen zijn voor Google dan ook enkele van de belangrijkste rankingsfactoren. U las in deze whitepaper al eerder dat het niet kunnen afspelen van video's en een slechte zoekfunctionaliteit zorgen voor een lagere positie in de mobiele zoekresultaten. Daarnaast zijn er tal van andere zaken waarmee u rekening moet houden bij het bouwen van een mobiele website:

- **Is de content en het lettertype direct leesbaar zonder dat de bezoeker daarvoor hoeft in te zoomen?**
- **Kunnen bezoekers gemakkelijk hun weg op de website vinden?**
- **Kunnen ze gemakkelijk zoeken en vinden waar ze naar op zoek zijn?**
- **Is de inhoud gebaseerd op schermgrootte, zodat bezoekers niet horizontaal hoeven te swipen of te zoomen?**
- **Staan links vergenoeguitelkaar, zodat er gemakkelijk op de juiste link kan worden getikt.**
- **Kunnen productafbeeldingen worden uitvergroet?**
- **Vermijd 'Install App Instertitials', bijvoorbeeld pop-ups die aanmoedigen een app van de website te downloaden.**
- **Maak gebruik van iconen.**
- **Stel headings zo kort mogelijk op zodat deze niet 2 á 3 regels zijn.**
- **Snelheid is alles! Zorg dat uw website snel wordt geladen.**

Om het u zo gemakkelijk mogelijk te maken heeft SDIM een handige mobiele SEO-checklist samengesteld. [Op deze pagina](#) vindt u 25 tips om rekening mee te houden als u een mobiele website bouwt.

Tot slot

De wereld ondergaat een mobiele revolutie. Iedereen heeft tegenwoordig een smartphone bij zich en is voortdurend online en op zoek naar informatie. In veel landen heeft het aantal smartphones het aantal desktopcomputers overtroffen. Voor uw online aanwezigheid is het daarom van essentieel belang dat u een website heeft die geschikt is voor mobiele apparaten.

SDIM hoopt u met behulp van deze whitepaper alle inzichten en tips te hebben gegeven om ook uw website zo mobielvriendelijk mogelijk te maken. Heeft u hulp of advies nodig bij het optimaliseren van uw mobiele website? [Neem dan vrijblijvend contact op](#) met een van de SDIM-specialisten. Wij helpen u graag verder.

Bronnen

<https://www.sdim.nl/helpcentrum/zoekmachine-optimalisatie-seo/seo-voor-mobiele-websites/>

<https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile-seo/>

<https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/>

<https://www.frankwatching.com/archive/2016/08/04/mobile-seo-alle-mogelijkheden-op-een-rij-voor-optimaal-resultaat/>

<https://www.finalwebsites.nl/mobile-seo-voor-websites/>

<http://www.edwords.nl/kennisbank/handleidingen/handleiding-mobile-seo-friendly/>

Copyright

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van S&D Interactive Media worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, offset, fotokopie of microfilm of in enige digitale, elektronische, optische of andere vorm of (en dit geldt zo nodig in aanvulling op het auteursrecht) het reproduceren ten behoeve van een onderneming, organisatie of instelling of voor eigen oefening, studie of gebruik welk(e) niet strikt privé van aard is of voor het overnemen in enig dag-, nieuws- of weekblad of tijdschrift (al of niet in digitale vorm of online) of in een RTV-uitzending. Onder deze disclaimer valt ook het per email doorsturen van dit document of het hergebruiken van passages anders dan voor diegene waarvoor zij oorspronkelijk is bedoeld.