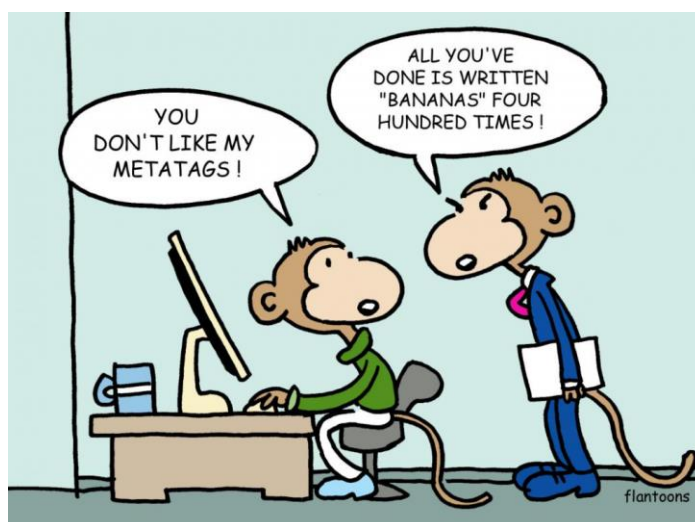


## Whitepaper: persberichten en jouw vindbaarheid op het web

### Hoe persberichten kunnen bijdragen aan jouw online vindbaarheid

Schrijven we persberichten eigenlijk nog wel voor de pers of dienen ze in toenemende mate om de google ranking van de afzender een zetje te geven? In deze whitepaper leg ik uit waarom persberichten nog steeds primair dienen om journalisten van nieuws te voorzien, maar óók hoe ze kunnen bijdragen aan jouw online vindbaarheid.

De opvatting dat persberichten tegenwoordig vooral dienen om Google te behagen, lijkt in zwang onder tekstschrijvers en pr-bureaus. Maar die stelling gaat helemaal voorbij aan het feit dat een persbericht dat niet door de nieuwsmedia wordt opgepikt ook door zoekmachines nauwelijks waarde wordt toegekend. **Schrijf je persbericht dus primair voor de journalist.** Als je die goed bedient, zal jouw persbericht uiteindelijk ook bijdragen aan de vindbaarheid van jouw website.



## Schrijf journalistieke teksten

Laat dus het feit dat Google onze persberichten indexeert niet van invloed zijn op de wijze waarop een persbericht wordt geschreven. **Schrijf journalistieke teksten** en wel om twee redenen:

1. **Wil je 'in de krant' dan zul je eerst voorbij de journalist moeten komen.** Pas als die jouw nieuwsbericht gebruikt voor publicatie (op een drukbezochte nieuwssite met een hoge ranking) gaat Google jouw content **een hoge waardering** meegeven. Maak dus altijd een (journalistieke) tekst waar redacteurs meteen de nieuwswaarde van inzien en die bovendien weinig bewerking nodig heeft voor publicatie.

2. **Google wordt steeds slimmer.** Dat betekent dat de zoekmachine minder gevoelig wordt voor tekstmanipulaties ten behoeve van SEO en steeds makkelijker de werkelijke toegevoegde waarde van content herkent (in relatie tot bepaalde zoektermen). Als een tekst speciaal voor de zoekmachine is geschreven (expres de zoekterm veel herhalen bijvoorbeeld), dan zal die eerder een lage indexering krijgen dan een hoge.

**@Mediaweb: "Eigenlijk is SEO straks helemaal niet meer moeilijk. Integendeel. Zorg dat je goede, waardevolle content maakt voor echte mensen en denk niet meer na over SEO."**

## Waardevolle backlinks creëren

Het heeft dus weinig zin om SEO toe te passen op de inhoud van persberichten. Pas SEO toe op je eigen website en/of blog, maar vermijd dat SEO de stijl en de inhoud van jouw persbericht beïnvloedt.

Toch kun je ervoor zorgen dat jouw website dankzij een goed persbericht **hoger geïndexeerd wordt** door Google. Een persbericht dat, met link, wordt overgenomen door een drukbezocht, online nieuwsmedium levert jouw site namelijk een waardevolle backlink op.

## Geef relevante achtergrondinformatie

**Verwerk in jouw persbericht daarom een link** die verwijst naar journalistiek relevante informatie op jouw site. Ook hier geldt dat je journalisten ervan moet overtuigen dat de informatie achter die link voor hun lezers belangrijk is.

**Vermijd dus verwijzingen naar reclame of andere promotie.** Dergelijke links worden door journalisten zelden overgenomen.

**Welke links doorstaan de journalistieke lakmoesproef?** Welnu, je kunt bijvoorbeeld verwijzen naar oudere nieuwsberichten op je site (let op: promotie geldt doorgaans niet als 'nieuws'). Denk bijvoorbeeld aan artikelen uit de nieuwsbrief of aan blogs. Dat soort informatie kan jouw persbericht bijvoorbeeld in een '**historische context**' plaatsen (wat ging er aan jouw nieuws vooraf?) Of de verwijzing kan meer inzicht verschaffen in **standpunten** die jij of andere mensen in jouw organisatie innemen in relatie tot het nieuws.

### **Google volgt vanzelf**

Persberichten dienen dus nog steeds om 'in het nieuws' te komen. Bedien met je persberichten dus in de eerste plaats de journalisten die je benadert. Google volgt. De zoekmachine weet je te vinden zodra je persbericht in het nieuws is geweest.

**Kom je er niet uit? Bel dan even: 085-8768874**

[©Snappy Persdiensten 2015](#)

**Vind je dit nuttige informatie? Deel het met je vrienden!**