

Hoe Google's analytics zorgt dat e-health en medische innovaties sneller opschalen

6 mei 2019



Met publicaties en tegenreacties op nieuwsartikelen zoals die in blogs kan je een noodzakelijke beweging maken in de digitale transitie waar de zorg op dit moment in zit. Dat is nodig, want media maken gaat niet alleen over een verhalen maken, maar ook over het onderscheiden van fabels en feiten. In deze blog lees je de need to knows om zelf snel een SEO-tekst te schrijven, zodat blogs over innovaties en opschalen bij een grotere groep mensen onder de aandacht komt. Want het opschalen van e-health en innovaties lukt alleen als we onze verhalen consequent blijven delen en met elkaar in gesprek blijven. SEO betekent Search Engine Optimization en zorgt ervoor dat webpagina's beter worden opgepakt door de algoritmen van Google.

Communicatietraining

“Als bloggers met de SEO-gedachte gaan schrijven zouden ze 5x zoveel bezoekers trekken”, dat zegt [Sebastian Hendriks, psycholoog en oprichter van IMgemak](#). Ik heb deze specialist gevraagd mee te denken over hoe we eHealth met hulp van Google beter onder de aandacht kunnen brengen. Sebastian is een marketeer die als online marketing psycholoog hard werkt om zijn SEO-filosofie onder de aandacht te brengen. [Hij vlogt en blogt erop los](#) met tips en informatie over SEO en [Google analytics](#).

Hoe schrijf ik een SEO waardige blog

Do's voor je begint met schrijven:

1. Stel jezelf een duidelijk doel: Wat wil jij de lezer vertellen, wat is je punt.
2. Beschrijf de 5 w's en de h: Wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe.
3. Betrek in jouw verhaal andere artikelen of blogs (bijvoorbeeld van collega's) die al eens op over dit onderwerp zijn gepubliceerd en gebruik veel (interne) hyperlinks in jouw blog. Daarmee geef je meer diepgang aan jouw blog en waardeert Google de website meer doordat je de aanwezigheid op de website verhoogt.

Sebastiaan: "We kennen allemaal [Wikipedia](#). Die pagina's staan blauw van de hyperlinks. Je kan overal op doorklikken. Dat doorklikken stuurt waarde door naar andere pagina's. Elke pagina op het internet bouwt waarde op en door dat linkje stuur je meer waarde van de ene pagina naar de andere pagina plus het houdt bezoekers op je website. "

4. Gebruik

'zoekwoorden'. Dat doe je door gewoon op papier een mindmap met woorden en woordgroepen te maken die samenhangen met het hoofdthema. Laat de woorden of woordgroepen van het hoofdthema en de subthema's als een rode draad door jouw blog lopen.

Do's voor het (SEO-) schrijven

5. NIVEA: Niet Invullen

Voor Een Ander. Ga ervan uit dat de ander niet weet wat je punt is en waar je over schrijft.

Op het internet

scrol je vaak wat heen en weer, op het kopje dat je aanspreekt, ga je lezen. Als schrijver moet je goed bedenken dat de lezer niet weet waar jij over schrijft. Anders kan het zijn dat je je lezer te snel weer kwijtraakt.

6. Verzin een

beschrijvende titel met duidelijke/specifieke zoekwoorden

Je moet aan de titel al kunnen weten

waar het hele artikel over gaat. Zorg dat je zo specifiek mogelijk beschrijft.

Doe dat al in je titel en in je hele verhaal. Google's algoritmen pakken thematische verhalen namelijk sneller op. Hoe meer specifiek, des te hoger de waarde van Google.

7. Daag de lezer uit

tot actie en wees daarbij duidelijk wat je van je lezer wil.

Met name bij een

blog, dat vooral opiniërend is bedoeld, is het goed om met een call to action te eindigen. Wil je een mening, wil je dat de lezer je verhaal deelt (en waarom

is dat belangrijk). Kortom; maak de lezer duidelijk wat je voornaamste doel is van jouw blog. Je wil

8. Gebruik tussenkopjes: Google houdt daarvan, omdat de lezer daarvan houdt. De lezer kan er makkelijker doorheen screenen om de lijn van het verhaal te bevatten.

Geen schrijver of weinig tijd?

Gouden tips

om collegiaal, snel en simpel te 'bloggen': Wakker het praten (en oplossen) over de uitdagingen rond zorginnovaties aan door collega-zorgprofessionals (of een ervaringsdeskundige) te interviewen.

Hoe werkt dat:

- Bedenk een vijftal vragen. Nodig een collega uit om mee te werken aan een korte vraag/antwoord interview. Die vragen moeten een hoofdthema hebben. Dat kan bijvoorbeeld een toekomstbeeld zijn, een nieuwe innovatie, een eHealth concept of een actualiteit over een eHealth onderwerp.
- Mail deze en maak een korte belafspraak van een week later om de vragen even mondeling door te nemen. Is alles duidelijk of ligt het genuanceerder? We gaan wel voor de kern van het verhaal en wellicht wel een call to action.
- De collega tikt de antwoorden achter de vragen en mailt deze terug naar de interviewer.
- Even kwartiertje over bellen.
- De interviewer schrijft vervolgens een introductie en een conclusie in dit vraag-antwoord artikel.
- De interviewer geeft het stokje door aan de geïnterviewde om een ander redactieraadslid uit te nodigen.
- Publiceer er een ultrakorte vlogje bij van het geïnterviewde redactieraadslid op Social media (gebruik het liefst YouTube voor op LinkedIn voor een betere Google optimalisatie). Input zoiets als:

“Zorgbestuurder [Joris Arts](#) heeft mij het hemd van het lijf gevraagd over hoe ik als arts en e-health ambassadeur e-health uitdagingen zou aanvliegen. Die dialoog lees je hieronder. Ik werd nieuwsgierig hoe Suzanne tegen mijn werk als arts aankijkt en de implementatie van e-health. Zij werkt namelijk aan een fantastisch e-health-concept waar ik jaloers op ben! Suzanne, de vragen komen eraan!”

Do's voor na het schrijven

Om jezelf te verbeteren zijn er talloze tips en trics om het leesgedrag van jouw publiek te analyseren en terug te koppelen.

9. Gebruik daarom de data die Google Analytics teruggeeft.

Goed gelezen worden is leuk, maar tips voor een (nog) groter bereik zijn interessante feedback. Zo geeft Google Analytics onder andere deze informatie:

- Hoeveel mensen hebben jouw artikelen gelezen? De meest gelezen items zijn wellicht aanleiding voor een verdieping?
- Een hoog lezersaantal kan ook een (te) mooie titel zijn: Hoe lang hebben bezoekers jouw blog gelezen. Is dat 5 seconde, 2 minuten?
- Op welke zoekwoorden zijn jouw blog gevonden? Interessant om te weten als je weer een nieuwe blog gaat schrijven.

E-health en zorginnovaties sneller laten landen

De tips kunnen worden toegepast door redactieraadsleden, maar in zijn algemeenheid door iedereen die wil helpen e-health en zorginnovaties op te schalen. De intentie van de [redactieraad van ICT&health](#) is een online- en offlineverbinding leggen tussen onze doelen en gedachten; e-health en zorginnovaties beter en sneller laten werken voor iedereen. Door deze tips met u te delen, hoop ik dat ervaringen en ideeën over zorginnovaties en e-health sneller doordringen tot in de haarvaten van de zorg.

Ik heb in deze blog een bijdrage gekregen van Sebastiaan Hendriks. Deze psycholoog en marketeer is er een waarvan ik denk dat hij ons goed kan helpen om onze mooie e-health verhalen beter te laten lezen via het internet. [Volg hem op LinkedIn zou ik zeggen.](#)

Meer tips en achtergronden:

- <https://imgemak.nl/seo-teksten/>
- <https://imgemak.nl/webteksten-schrijven-seo/>
- <https://imgemak.nl/waarom-niet-gevonden-google/>
- <https://imgemak.nl/dwell-time/>
- <https://imgemak.nl/hoger-in-google/>
- <https://imgemak.nl/zoekwoorden-onderzoek/>