

ONLINE UITBLINKEN MET FEATURED SNIPPETS

Hoe pas je 'featured snippets' toe en wat zijn de voor- en nadelen van het gebruik?



Naam : Ralph van Riet
Datum : 09-09-2020

Inleiding

Binnen de toeristische sector wil je verschillende doelgroepen informeren, overtuigen en als het kan inspireren. Bij het promoten van steden, regio's, attracties, musea en evenementen in Nederland is het ook goed om te luisteren en te weten welke uiteenlopende vragen mensen hierover hebben. Zodat jij **jouw antwoorden** op deze vragen kunt geven.

Het is soms lastig om met één verhaal alle vragen goed te kunnen beantwoorden over bijvoorbeeld een stad. Dit omdat een stad veel verschillende facetten te bieden heeft en je verschillende doelgroepen probeert aan te spreken. In Google is het mogelijk om juist die vragen snel te beantwoorden met "featured snippets".

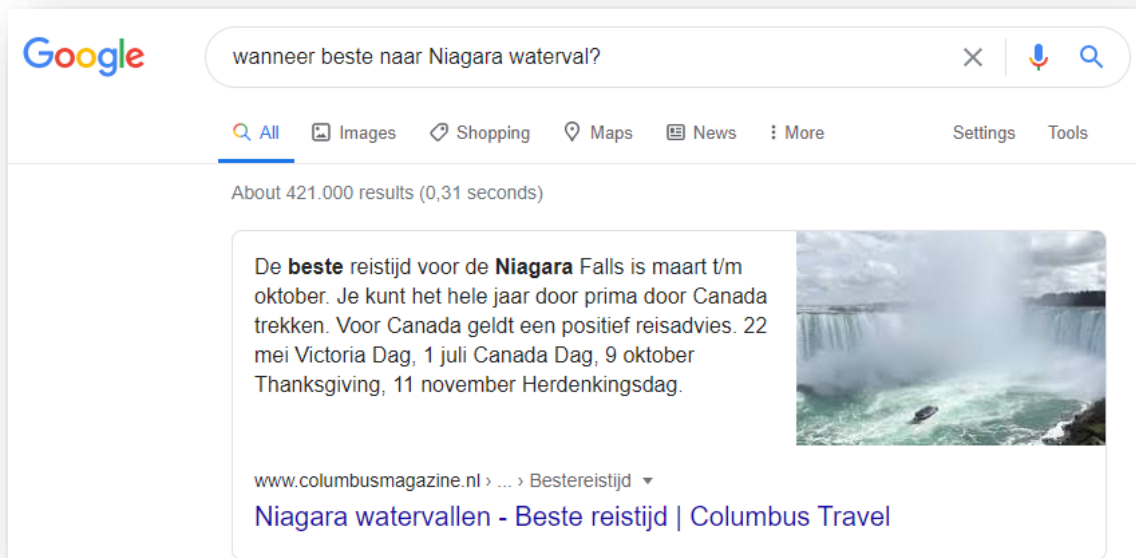
Bij Holland.com hebben we de afgelopen tijd hard gewerkt aan featured snippets. Met als resultaat een betere zichtbaarheid en aansluiting op de vragen van onze doelgroepen. We willen graag deze opgedane kennis delen.

Wat is een featured snippet?

Een featured snippet is een uitgelicht zoekresultaat bovenaan in Google. In dit resultaat wordt direct een antwoord gegeven op de zoekvraag van de gebruiker. Het zoekresultaat ziet eruit als een informatie blok en wordt boven de organische resultaten getoond.

Google wil het mensen makkelijk maken door vragen meteen te beantwoorden, zonder dat je verder hoeft te klikken. De gebruikersintentie staat hierbij centraal. Wat wil iemand weten en welke informatie geeft hier het beste antwoord op? Met een featured snippet geeft Google direct antwoord op vragen als "wanneer beste naar Niagara waterval?".





Wat voor soorten featured snippets zijn er allemaal?

Featured snippets kun je grofweg indelen in vier [categorieën](#). Op veel zoekvragen geeft Google antwoord met een tekst snippet. Maar voor sommige zoekvragen zijn lijsten en tabellen een betere manier om antwoord te geven. Ook kan Google een video tonen als featured snippet. Onderstaand een beschrijving van de soorten featured snippets.

Tekst snippets

Bij een tekst snippet krijg je een antwoord te zien op een duidelijke vraag in Google als "Wat is de Dom van Utrecht?". Bij een "tekst snippet" staan soms ook één of zelfs meerdere afbeeldingen. Deze featured snippet variant komt het meeste voor in Google. Google bepaalt zelf wat een passend antwoord is. Je maakt als website wel meer kans uitgelicht te worden door de vraag en het antwoord daarop handig en organisch te verwerken in een lopende tekst.

Lijst snippets

Een "lijst snippet" bevat vaak stappen die uitleggen hoe je iets moet doen of maken, zoals recepten. Een lijst is vaak genummerd maar kan ook gebruik maken van bullets.

Tabel snippets

Een "tabel snippet" toont informatie in tabelvorm. Vaak wordt deze vorm gebruikt voor vergelijkingstabellen als kleding- en schoenmaten. Maar ook voor andere vaak numerieke gegevens, die het meeste overzicht bieden in een tabel.

Video snippets

Google kan ook een "video snippet" laten zien. Een gehele video of een stuk uit de video wordt dan als relevant antwoord gezien door Google op een zoekvraag. Google kijkt hierbij naar de beschrijving van een video en ook naar de inhoud van een video om te bepalen of dit een relevant antwoord is op de gestelde zoekvraag. Video snippets komen in bijna alle typen zoekvragen voor.

Laat je zoekresultaten opvallen met een FAQ

Naast dat je gefeatured kunt worden met antwoorden op zoekvragen kunnen je vragen met antwoorden ook onder een zoekresultaat tonen als "veel gestelde vragen". Deze specifieke resultaten worden "FAQ rich results" genoemd.

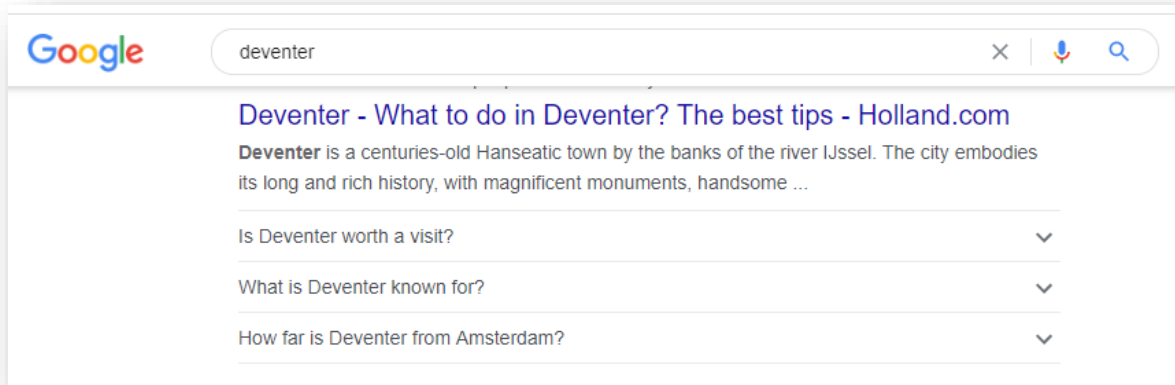
Door je vragen met antwoorden op te maken als FAQ rich results sla je mogelijk twee vliegen in één klap:

- 1) Je maakt kans om als featured snippet getoond te worden in Google met een vraag & antwoord.
- 2) Je maakt met diezelfde veel gestelde vragen kans je zoekresultaat te verrijken tot een "rich result".

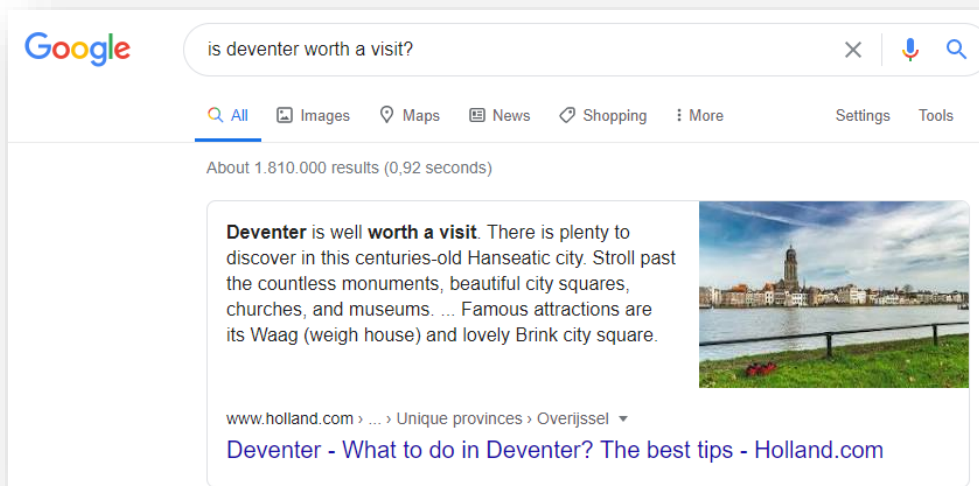
In het onderstaand voorbeeld zie je hoe onze Deventer pagina in Google staat. Bij de algemene zoekopdracht "Deventer", wordt de FAQ toegevoegd aan het zoekresultaat als rich result. Naast



dat je opvalt met deze zoekresultaten, kunnen zoekers al direct een antwoord vinden op veel voorkomende vraagbehoeften in Google. **Een groot voordeel van FAQ rich results is dat deze vaak worden getoond door Google. En het inrichten hiervan dus loont!**



Wanneer iemand een specifieke zoekopdracht heeft die we adresseren met één van diezelfde veel gestelde vragen, dan toont die FAQ als featured snippet:



Wat zijn de voordelen van een featured snippet?

1 Je kunt met je resultaat bovenaan in Google komen te staan

Een voordeel van een featured snippet is dat je als allereerste resultaat wordt getoond in Google. Jouw antwoord wordt door Google gezien als het meest relevant voor de betreffende zoekopdracht.

Die hoge positie levert naast zichtbaarheid ook kliks naar je website op. Mogelijk wel wat minder kliks mocht je al een hoge positie hebben. Als je nog niet hoog scoorde op de zoekresultaten pagina is dit een mooie manier om ineens bovenaan in Google getoond te worden.

2 Featured snippets passen perfect bij Voice Search

Steeds meer zoekopdrachten zijn gesproken zoekopdrachten. Wat ook wel "[Voice Search](#)" wordt genoemd. Veel huishoudens hebben bijvoorbeeld een smart speaker, die spraak gestuurd is. Ook op smartphones zoeken steeds meer mensen met spraak.

Het mooie van featured snippets is dat je hiermee perfect in speelt op de zoektrend. Met featured snippets kun je namelijk op een goede en natuurlijke manier antwoord geven op gesproken zoekopdrachten.

3 Content autoriteit claimen

Naast zichtbaarheid **claim je autoriteit over jouw onderwerp**. Je laat zien dat je weet welke vragen er leven rondom een bepaald onderwerp en geeft hier antwoord op. Of je nou het verhaal vertelt van een stad, een attractiepark of een hotel.

Door actief na te denken over vragen en antwoorden die leven rondom een onderwerp, dwing je jezelf completer te zijn in je verhaal. Welke uiteenlopende vragen hebben mensen met verschillende behoeftes en intenties? Hoe verwerk je deze informatie zo goed mogelijk op je website?



De featured snippets laten gebruikers direct zien dat je weet waarover je het hebt. Je helpt mensen direct verder met je antwoorden en komt hierdoor betrouwbaar over. Featured snippets stellen je als het ware in staat de “**expert**” te zijn over onderwerpen die aan bod komen op je website.

4 Overtuigen met een korte pitch

Bij het formuleren van antwoorden op vragen word je gedwongen om kort en bondig een punt te maken en probeer je mensen nieuwsgierig te maken. Het is bijna als een **pitch**: met een korte boodschap probeer je iets uit te leggen, te overtuigen en iemands interesse te wekken.

5 Gemak dient de mens

Vanuit een gebruiker gedacht zijn featured snippets vooral heel handig. Je hebt een vraag en die wordt direct beantwoord in Google. Gebruikers die nog meer willen weten of die nieuwsgierig zijn geworden door je antwoord kunnen vervolgens doorklikken naar je website. Gemiddeld klikt 8,6% van de gebruikers door op een featured snippet.

Heeft het optimaliseren voor featured snippets nadelen?

Het is altijd goed om na te denken over vragen die er zijn en waar je antwoord op wilt geven. Wat willen mensen weten over jouw stad, regio, attractie, museum of evenement? Er zijn wel een aantal punten waar je rekening mee moet houden:

1 – Featured snippets zijn geen zekerheid

Concrete vragen kun je in de (lopende) tekst zetten en beantwoorden. Je maakt dan kans om met de vraag en het antwoord gefeatured te worden. Het is echter niet zeker dat je daadwerkelijk getoond wordt.

2 – FAQ’s zijn een technische aanpassing

Het wordt technischer wanneer je ook je vragen met antwoorden netjes onder een algemeen zoekresultaat wilt tonen



als FAQ rich results. Dan moeten de vragen en antwoorden zo gestructureerd zijn, dat Google snapt dat het om een FAQ gaat.

Voor de instructies om de implementatie van deze gestructureerde opmaak in te richten kun je [Google raadplegen](#). Een webbouwer kan dit dan gebruiken om het te ontwikkelen binnen jouw website.

3 - Mogelijk minder bezoekers naar je website

Uit [onderzoek](#) blijkt dat featured snippets niet per se voor een hogere doorklik ratio naar je website zorgen. Ook kan een [rich video zoekresultaat](#) niet altijd goed voor de bezoekersaantallen zijn. Een nummer 1 positie heeft gemiddeld 26% doorklik ratio terwijl een featured snippet gemiddeld 8.6% doorklik ratio heeft.

Soms willen mensen gewoon antwoord op een vraag hebben en die krijgen ze met een featured snippet al direct in Google te zien. Wat niet wegneemt dat je hiermee wel effectief kunt informeren, aangezien je direct antwoord geeft op een vraag.

4 - Vragen van de doelgroep onderzoeken

Er kan best wat werk gaan zitten in het onderzoeken en selecteren van veel gestelde vragen, het schrijven en live zetten van teksten. Zeker als je een wat grotere website hebt met tal van onderwerpen. Dan zijn er vaak ook tal van vragen te bedenken.

Dus het kan best een groot project zijn om te optimaliseren voor featured snippets, terwijl er geen garantie is op succes.

De inzet van featured snippets voor toeristische organisaties

Als toeristische organisatie denk je na over de **informatiebehoefte** van je website bezoekers. Wat willen verschillende mensen weten over jouw onderwerp? Welke eventuele twijfels kun je wegnemen? Waarom zouden ze juist



jouw stad, regio, attractie, museum of evenement moeten bezoeken?

Veel toeristische websites zijn ingericht om op de website zelf te overtuigen met teksten, afbeeldingen en video. Vaak staan er een aantal veel gestelde praktische vragen op de website.

Met featured snippets kun je bondig en **to-the-point** in Google een vraag beantwoorden. Wanneer de veel gestelde vragen als FAQ rich snippets onder een zoekresultaat staan kunnen ze dienen als **selling points**, waarmee je direct in Google overtuigd.

Featured snippets helpen ook om iets veelzijdigs als bijvoorbeeld een stad, regio of attractie vanuit **verschillende perspectieven** te benaderen en te beschrijven. Welke vragen heeft iemand met twee kinderen versus iemand die een romantisch weekendje weg wil boeken?

Hou daarom zeker rekening met de mogelijkheden die featured snippets bieden als je teksten schrijft en veel gestelde vragen formuleert. Welke vragen kun op je website verwerken die uiteenlopende mensen overtuigen jouw stad, regio, attractie, museum of evenement te bezoeken?

Hoe bepaal je vragen voor de featured snippets?

Mensen hebben bij elk onderwerp dat aan bod komt op je website weer andere vragen. Of je nu een website hebt over een stad, regio, attractie, museum, bezienswaardigheid of evenement. Je moet keuzes maken welke vragen je wilt en kunt beantwoorden.

Bij het actief analyseren en selecteren van vragen waarmee je wilt scoren als featured snippet moet je dus een selectie maken. Naast dat een zoekvraag wel enig zoekvolume moet hebben kun je ook een aantal andere criteria toepassen.



Bepaal de intentie van de zoekvraag

Je wilt inzetten op zoekvragen waarin duidelijk de intentie zit om bijvoorbeeld een bestemming te bezoeken. Je wil uiteindelijk dat mensen daadwerkelijk naar jouw point of interest gaan.

Stel dat je met jouw website de marketing doet van het IJsselmeer gebied. Een vraag waar (bezoek)intentie uit blijkt is bijvoorbeeld "Heeft het IJsselmeer stranden?". Een vraag waar minder (bezoek)intentie van uit blijkt is bijvoorbeeld "Hoe diep is het IJsselmeer?".

Is het antwoord "evergreen"

Verwacht je dat een antwoord voor langere periode correct is dan is dat beter inzetbaar. Je hoeft tenslotte minder vaak de content te redigeren.

Stel je doet de marketing van een stad. Dan zullen er ook vragen zijn over openingstijden en prijzen van een museum in jouw stad. Deze kunnen snel veranderen en vaak worden die het beste beantwoord door het museum zelf. Iets wat minder snel veranderd voor een stad zijn bijvoorbeeld de top bezienswaardigheden of musea.

Kies de juiste vragen

Bepaal welke vragen **het best passen bij het verhaal** dat je wilt vertellen. Je wilt niet dat je iedere mogelijke vraag gaat beantwoorden die niet relevant is voor jouw organisatie.

Een onderwerp op onze website Holland.com is bijvoorbeeld "De Nederlandse keuken". Hiermee willen we onder de aandacht brengen dat Nederland vele goede restaurants, top chefs en hoogstaande regionale producten in huis heeft. Echter passen niet alle vragen die men heeft over Nederland en eten hier even goed bij.



Wat zijn onze bevindingen en resultaten

Bij zoekresultaten waarbij in 2019 nog geen FAQ werden getoond maar in 2020 wel, zien we dat de doorklik ratio met 3% (0.1 procentpunt) is gestegen.

Doorklik ratio		
2019	2020	Vershil
3,3%	3,4%	3,0%

Wanneer we de algemene zoekresultaten vergelijken met de FAQ zoekresultaten dan zien we ook hier een stijging van 8,7% (0.2 procentpunt).

Doorklik ratio		
Uitgebreide resultaten	FAQ resultaten	Vershil
2,3%	2,5%	8,7%

Waarom Holland.com voor featured snippets optimaliseert

We werken met holland.com aan een sterk online profiel van de bestemming Nederland. Waarbij we de nadruk leggen op de onbekendere "parels" in ons land. Featured snippets bieden ons de mogelijkheid dit al direct in Google te doen.

Het aantal vragende zoekopdrachten in Google groeit en featured snippets geven hier steeds vaker het antwoord op. Met een featured snippet word je als website letterlijk uitgelicht "gefeatured", wat zorgt voor zichtbaarheid. Daarnaast kom je betrouwbaar over, want je geeft het "beste" antwoord voor die zoekopdracht volgens Google!

Een featured snippet is voor Holland.com een middel om direct te informeren en mensen te verleiden de website te bezoeken. Het is een soort **sneak peak** van wat Nederland én onze website te bieden heeft.



Voorbeelden van toeristische organisaties

Bij Holland.com optimaliseren we voor **Featured snippets** en **Rich faq results** maar ook andere toeristische organisaties maken hier al gebruik van.

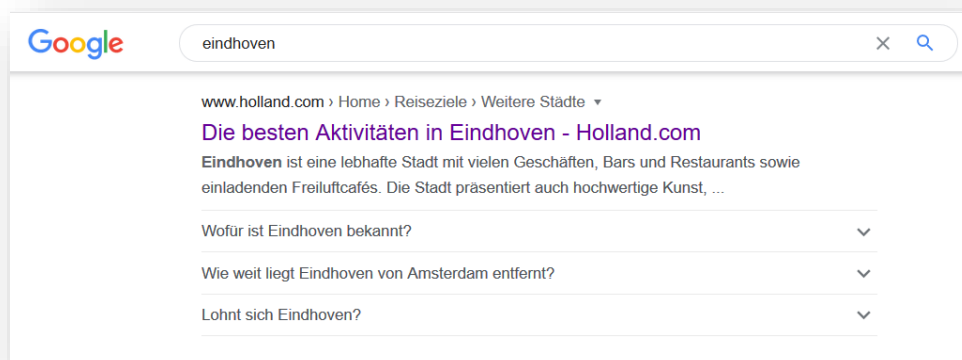
Holland.com

Een **featured snippet** met een direct antwoord op de zoekvraag "Waar staat Deventer bekend om?" met daarbij ook een aantal afbeeldingen.



The screenshot shows a featured snippet for the search query "Waar staat Deventer bekend om?". It features three images: a daytime view of the city across a river, a night view of the city lights reflected in the water, and a person taking a photo of a building. Below the images is a text block: "Deventer staat bekend om de vele culturele evenementen zoals de boekenmarkt, Deventer op Stelten en het Dickens Festijn. Ook staat Deventer bekend als levendige hanzestad, waarvan de rijke historie zeer goed bewaard is gebleven. Bekende bezienswaardigheden zijn de Waag en het sfeervolle stadplein de Brink." Below the text is a breadcrumb trail: "www.holland.com > ... > Unieke provincies > Overijssel" and a link "Deventer - Holland.com". At the bottom right of the snippet are two buttons: "Over samenvattingen" and "Feedback".

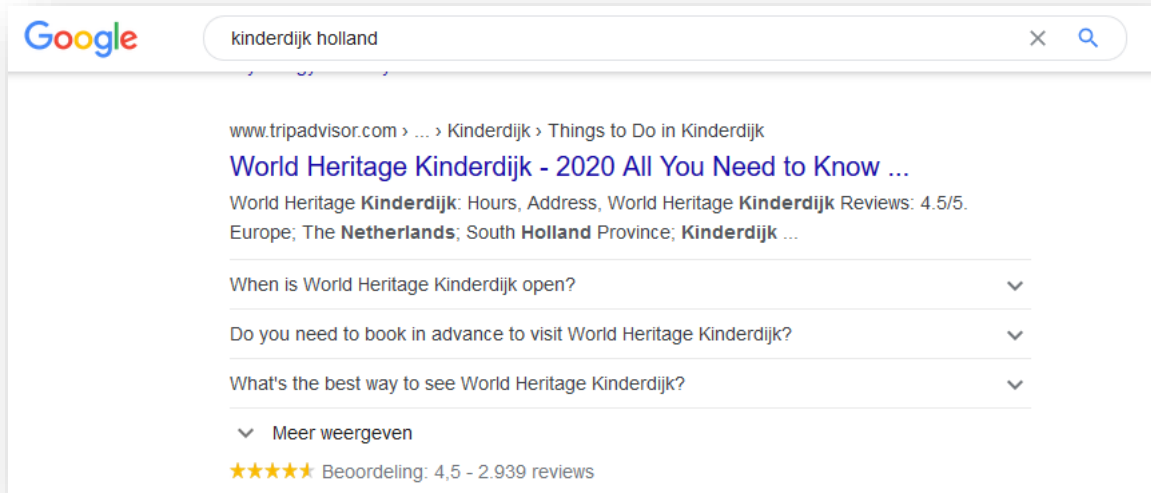
Wanneer iemand op het woord "Eindhoven" zoekt, dan heeft dat zoekresultaat onder de Eindhoven pagina een drietal veel gestelde vragen. Dit is een voorbeeld van een **FAQ rich result**:



The screenshot shows a Google search result for "eindhoven". The main result is a link to "Die besten Aktivitäten in Eindhoven - Holland.com" with a description: "Eindhoven ist eine lebhaftige Stadt mit vielen Geschäften, Bars und Restaurants sowie einladenden Freiluftcafés. Die Stadt präsentiert auch hochwertige Kunst, ...". Below the main result are three FAQ questions, each with a dropdown arrow: "Wofür ist Eindhoven bekannt?", "Wie weit liegt Eindhoven von Amsterdam entfernt?", and "Lohnt sich Eindhoven?".

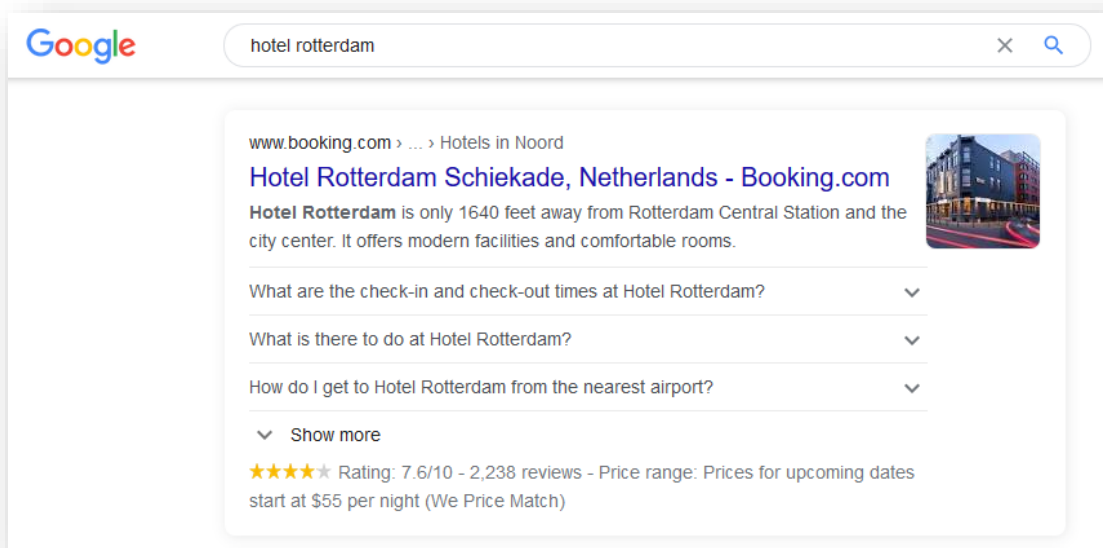
TripAdvisor

Ook TripAdvisor heeft veel gestelde vragen bij de zoekresultaten staan. Tevens zetten ze hier ook een review opmaak in. Op de zoekopdracht "Kinderdijk Holland" ziet het zoekresultaat er als volgt uit:



Booking.com

Ook Booking.com heeft veel gestelde vragen als FAQ rich results in combinatie met reviews voor het zoekresultaat "hotel rotterdam":



Ik wil ook aan de slag met featured snippets. Hoe begin ik?

Er is niet een standaard manier om je informatie voor featured snippets te [optimaliseren](#). Een best practice is vooral om het Google makkelijk te maken. Zorg dat het voor Google gemakkelijk is om je content te lezen en interpreteren door deze goed te structureren.

Formuleer bijvoorbeeld duidelijk een vraag en geef daar antwoord op om kans te maken als tekst snippet te worden getoond. Hetzelfde geldt voor lijsten en tabellen. Wil je als lijst snippet of tabel snippet worden getoond in Google, dan moet de informatie wel als lijst of tabel op je website staan.

Het begint met onderzoek van de doelgroep

Waar zoeken mensen echt op? Welke zoekopdrachten bevatten een vraag? Het kan zijn dat je zelf al een goed beeld hebt van de vragen die leven. Of dat mensen in je organisatie weten welke vragen worden gesteld.

Een andere logische bron van informatie is Google zelf. Door in Google een vraag te stellen krijg je vaak ook andere vragen te zien die over dat onderwerp gesteld worden. Soms kun je dan ook even spieken bij een grote broer.

Wanneer je bijvoorbeeld de marketing doet van een kleinere stad, kun je kijken naar de vragen die gesteld worden bij een grotere stad. Maak voor jezelf een overzicht van welke vragen relevant kunnen zijn voor jouw stad.

Andere (gratis) tools die kunnen helpen bij het zoeken naar "vragende" zoekopdrachten zijn bijvoorbeeld Search Console en de [Keyword Planner](#) van Google, [Answerthepublic.com](#), en [Keywordtool.io](#).



Content schrijven voor de vragen

Ga eerst uitzoeken welke content al aanwezig is om te voorkomen dat je het nog een keer gaat schrijven. In sommige gevallen heb je namelijk de vragen en antwoorden al.

Voor de vragen waarop je nog geen antwoorden hebt kun je vervolgens gaan schrijven.

Je kunt een vraag met bijbehorend antwoord bijvoorbeeld in een lopende (gerelateerde) tekst verwerken. Ook kun je de bestaande content uitbreiden door een alinea toe te voegen. Probeer er dan op te letten dat je de vraag en het antwoord duidelijk bij elkaar zet en ook correct formuleert. Google kan dit dan oppikken als het beste antwoord.

Zeker als een vraag en antwoord gaan over jouw museum, jouw stad of attractie dan maak je een goede kans om gefeatured te worden.

De resultaten volgen

Natuurlijk ben je dan nieuwsgierig of Google jouw antwoord gaat tonen als featured snippet. Helaas is er in Google Analytics geen specifiek rapport met featured snippet statistieken, dus is het wel lastig om "succes" te meten. Hiervoor heb je eigenlijk twee opties:

Zoeken in Google

Je kunt Google uiteraard [in de gaten houden](#) door simpelweg de zoekopdracht te gebruiken waarvoor je een featured snippet verwacht.

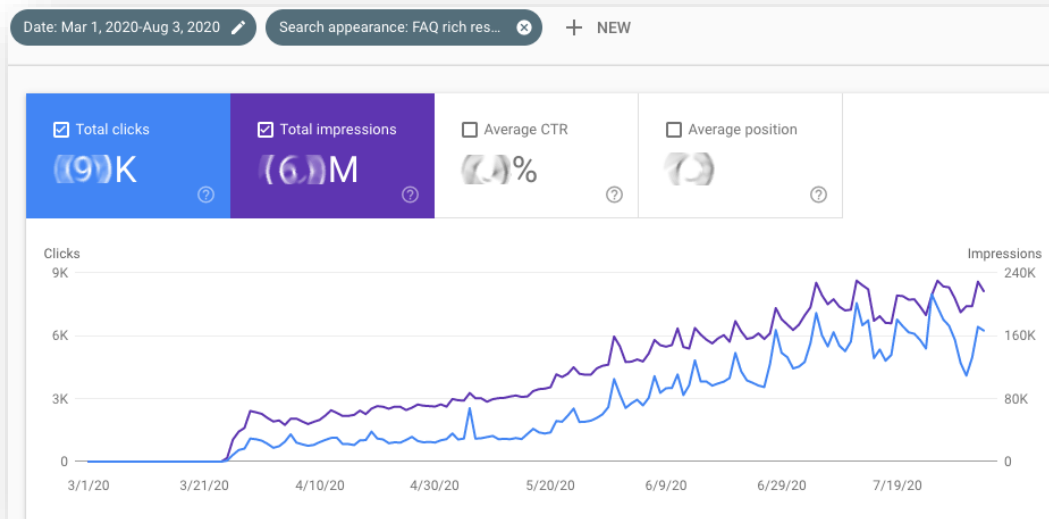
Het kan wel even duren voordat Google de wijzigingen heeft gezien. Soms is dat slechts een paar dagen maar dat kan ook weken duren.

Google Search Console

In Google Search Console kun je terugzien wanneer de vragen en antwoorden correct opgemaakt zijn als FAQ's. Vervolgens



kun je dan ook zien hoe vaak pagina's met een FAQ onder andere vertoond en geklikt worden. Daarvoor moet je in Google Search Console kijken bij zoekopmaak "Veel gestelde vragen".



Hier kun je ook monitoren of de pagina's die je hebt geoptimaliseerd voor featured snippets bijvoorbeeld betere SEO-resultaten laten zien. Denk dan bijvoorbeeld aan of de gemiddelde positie stijgt en of daarmee het zoekverkeer toeneemt voor de betreffende pagina.

Klaar om de juiste antwoorden te geven in Google?

Featured snippets bestaan al een tijdje, maar de potentie hiervan wordt nog niet optimaal benut. Zeker binnen de toeristische sector wil je mensen inspireren en overtuigen en featured snippets bieden je de mogelijkheid dat al direct in Google te doen.

Er wordt steeds meer vragend gezocht, dus is het goed om je antwoorden paraat te hebben. Pak de regie over jouw onderwerp!



Het leuke is dat je vrij eenvoudig de eerste stappen kunt zetten. Ga vooral op onderzoek uit. Welke vragen hebben mensen nou daadwerkelijk over onderwerpen die aan bod komen op jouw website? Geef hier de juiste antwoorden op en [claim die eerste plek in Google!](#)

Als je nog meer wilt weten of vragen hebt over featured snippets of FAQ rich results neem dan gerust contact met [ons](#) op of met onze [SEO consultant](#).

