

🔊 LUISTER DIT VERSLAG

-10%

1,0x

+10%

+25%

1,0x

↓ Download naar telefoon

Dit is fase 3: de volledige audit. Voor het eerst gecombineerd met je **échte cijfers** uit Search Console (zoekprestaties) + Analytics (bezoekersgedrag) — die staan nu *permanent* gekoppeld. Ik heb je belangrijkste pagina's één voor één geanalyseerd op techniek, GEO (Al-vindbaarheid), lokaal en E-E-A-T.

📌 De grote cijfers (laatste 28 dagen)

- **5.253 sessies · 4.423 bezoekers · 9.152 paginaweergaven**
- **Bijna alles via Google** (Organic Search: 4.591 sessies). Direct: 586. Social: 14. **AI-assistenten: 9** (ChatGPT e.d. sturen al bezoekers!).
- **82% mobiel** (4.248 mobiel vs 955 desktop). → mobiele snelheid is *kritiek*.

📌 Wat sterk is

- Hoge zoekzichtbaarheid + veel content (380 blogs). "haarvisie" plek 1.1, "haarvisie wateringen" 1.0.
- **Beide vestigingen ranken al:** "kapper wateringen" plek 2.5, "kapper rijswijk" plek 2.6.
- Rijke structured data (adres, openingstijden, geo, Product/Review-schema op dienst-pagina's) + álle afbeeldingen met alt-tekst.
- Service-pagina's met diepe content (balayage 3.419 woorden, haar verven 3.700).
- Hoge betrokkenheid: /tarieven/ 92%, /afspraak-maken/ 82%, /specialiteiten/ 98%.

📌 De 5 GROOTSTE KANSEN (meeste winst, op cijfers)

1. /specialiteiten/balayage/ — de slapende reus ☐

41.671 vertoningen, plek 7.9, maar maar 202 klikken (CTR 0,5%!)). Je staat op pagina 1 voor een enorme zoekterm, maar bijna niemand klikt. Oorzaak: titel te lang + afgekapt, 2× H1, en de Google-omschrijving verleidt niet. → Titel inkorten + scherper, 1 H1, sterke meta-description. Naar top-3 = mogelijk *honderden* extra klikken/maand.

2. /specialiteiten/haar-verven/ — bijna onzichtbaar op plek 17

15.932 vertoningen maar plek 17,1. Inhoud is er (3.700 woorden), maar 'ie staat te diep. → On-page optimaliseren (titel/H1/koppen op "haar verven Rijswijk/Wateringen"), interne links erheen.

3. Het highlights-blog — 47.000 vertoningen op plek 8

/blog/verschil-tussen-een-half-en-full-head-highlight/ is je drukste pagina (1.206 klikken) maar staat plek 8.4. Naar top-3 = enorme winst. Let op: er bestaan *twee bijna-identieke* blogs hierover (kannibalisatie!) — samenvoegen tot één sterke pagina.

4. /blog/gel-wax-pomade-of-clay/ — 32.603 vertoningen, GEEN meta-description

Veel vertoningen, lage CTR (1%), en *mist een meta-description*. Snelle winst: meta toevoegen + titel scherper.

5. /specialiteiten/krul-extensions/ — topper zonder meta-description

649 klikken, CTR 8,5% (top!), maar *geen meta-description*. Stel je voor wat een goede meta nog extra oplevert.

⚠ Site-brede technische problemen (op elke pagina)

1. **Dubbele H1-kop** op vrijwel elke pagina (home, specialiteiten, balayage, haar-verven, tarieven, over-ons, blogs — allemaal 2× H1). /afspraak-maken/ heeft juist 0 H1. → Avada-template-instelling: één H1 per pagina.
2. **Ontbrekende meta-descriptions** op belangrijke pagina's: /specialiteiten/ (hub!), /krul-extensions/ (topper!), /gel-wax-pomade/ (32k vertoningen!). Google verzint dan zelf een minder verleidelijk stukje.
3. **Te lange meta-descriptions** elders (home 184, haar-verven 188, haartoners 195 tekens — kappen af in Google).
4. **Zware mobiele pagina's** (home 672KB, over-ons 551KB, afspraak 509KB) terwijl 82% *mobiel* is. Render-zwaar = tragere laadtijd = lagere ranking + meer afhakers.

5. Content niet ververst sinds 5 april (~2,5 maand). Voor Google én AI-engines telt versheid zwaar.

□ GEO — je wordt al gevonden via AI, benut het

- Je krijgt al bezoek via AI-assistenten (9 sessies). 88% van de bedrijven doet hier niks mee → voorsprong pakken.
 - Je hebt al FAQ + definitie-achtige content op veel pagina's (goed!). Versterk: begin dienst-pagina's met een directe definitie ("Balayage is..."), voeg per dienst een korte FAQ toe afgestemd op echte vragen ("Wat kost balayage?", "Hoe lang houdt het?"), en zet een "laatst bijgewerkt"-datum op de kern-pagina's.
 - Overweeg een `llms.txt`-bestand + check dat AI-crawlers niet geblokkeerd worden.
-

□ Lokaal — 2 vestigingen beter benutten

- Beide ranken al (Wateringen 2.5, Rijswijk 2.6) — maar er zijn **geen aparte locatie-pagina's**. Eigen pagina /kapper-rijswijk/ en /kapper-wateringen/ (met lokale tekst, team, reviews, route) kan beide naar #1 duwen.
 - **Aparte Google Bedrijfsprofielen per vestiging** = de #1 lokale factor. Vraag wekelijks reviews per salon (recency telt zwaarder dan totaal).
-

* E-E-A-T — vertrouwen & ervaring

- Google beloont sinds maart 2026 *echte ervaring* het zwaarst. Zet **auteurs met naam + specialisatie** onder blogs ("door [stylist], kleur-specialist bij Haarvisie") + een auteurspagina. Toon meer eigen voor/na-werk.
-

* Begin hiermee (top 5 op impact)

1. /specialiteiten/balayage/ oppakken: titel + 1 H1 + sterke meta → grootste directe winst.

2. **Meta-descriptions** toevoegen op /specialiteiten/, /krul-extensions/, /gel-wax-pomade/ (+ de te lange inkorten).
3. **Dubbele H1's** site-breed fixen (Avada-template) — raakt elke pagina.
4. De **twee highlights-blogs samenvoegen** tot één sterke pagina (stopt kannibalisatie).
5. **2 locatie-pagina's** (Rijswijk + Wateringen) + aparte Google Bedrijfsprofielen.

Volledig read-only opgehaald op 23-06-2026, gecombineerd met Search Console + Analytics (nu permanent gekoppeld). haarvisie.nl is niet gewijzigd. Wil je dat ik er één concreet uitwerk — bv. de complete nieuwe opzet voor de balayage-pagina (titel, H1, meta, FAQ, tekst) — zeg het, dan lever ik 'm kant-en-klaar.