



UPDATE

SEO BRANCHEONDERZOEK

VAKANTIEPARKEN

Oktober 2020

Corona en de reisbranche

Begin dit jaar legde Corona de gehele reisbranche plat. De grenzen gingen dicht en vakantie werden geannuleerd, uitgesteld of vonden gedurende de pandemie binnen Nederland plaats. Hoewel de grenzen nadien weer open gingen en reizen op 'eigen risico' weer werd toegestaan, steeg het aantal binnenlandse vakanties enorm. Noodgedwongen is Nederland voor Nederlanders populairder dan ooit als vakantie-land.

Nog nooit zagen we de online zoektrend voor vakanties in combinatie met Corona én met name vakanties in Nederland zo hoog liggen als dit jaar:



Vorig jaar april publiceerden we een [SEO Brancheonderzoek over de vakantieparken](#) in Nederland. Daar keken we naar de huidige SEO-status en de organische zichtbaarheid binnen Google. Gezien de ontwikkelingen in zowel de reisbranche in combinatie met COVID-19 én de ontwikkelingen binnen Google & SEO, leek het ons een uitgelezen moment ons SEO brancheonderzoek te voorzien van een update.

Naast COVID-19 maakt Google een stormachtige ontwikkeling in de reisbranche. Sommige vergelijken Google zelfs met op zichzelf staand online reisbureau, maar dan zonder service. Key-players in de reisbranche als Expedia en Booking zagen [hun investeringen stijgen](#), doordat hun organische resultaten door de komst van de Google Hotel Packs / Local Packs naar beneden worden gedrukt en ze dit dienen te compenseren met meer investering in Paid Search. Google is machtig en enerzijds onmisbaar. In veel gevallen kunnen we concluderen dat richting de toekomst Google zichzelf nog verder gaat ontwikkelen op lokaal niveau met nog gerichtere zoekresultaten.

We wensen je met dit brancheonderzoek uiteraard veel leesplezier met nieuwe inzichten. Langs deze weg wens ik namens MvH Media een ieder veel succes toe in deze hectische tijden. Blijf vooral gezond!

Stijn Bergmans
Head of SEO

ONTWIKKELINGEN OP SEO

GEBIED – VAKANTIEPARKEN NL

Waar we vorig jaar sterk hebben gekeken naar het aanboren van een non-branded doelgroep, hebben we dat ook dit jaar gedaan. Reden dan we hierop inzoomen, is omdat we de merkbekendheid van de verschillende vakantieparken niet met elkaar kunnen vergelijken om tot een eerlijke conclusie te komen. Hieronder hebben we daarom gekeken naar het aantal zoekwoorden dat vakantiepark bevat en in de **top 3 van Google** staan, ten opzichte van april 2019.

	April 2019	Oktober 2020	Vershil
Roompot.nl	427	316	-26%
Landal.nl	91	149	+64%
Topparken.nl	28	124	+343%
Vakantiegeviel.nl	123	63	-49%
Centerparcs.nl	67	61	-9%
Europarcs.nl	31	47	+52%
Rcn.nl	27	41	+52%
Droomparken.nl	23	25	+9%

* het aantal non-branded top 3 posities in Google. Dit is echt non branded: dus ook zonder roompot veluwe etc.

Waar vorig jaar Roompot nog bovenaan stond (door hun goede website-structuur) met het aantal top 3 positioneringen op vakantiepark-keywords, staan zij ook dit jaar bovenaan. Echter daalt het aantal top 3 posities wel met -26% ten opzichte van vorig jaar. De beste stijger hierin is Topparken, zowel procentueel als in absolute aantallen. Zij maken met name sprongen met hun specifieke landingspagina's:

- <https://www.topparken.nl/vakantie-aan-het-water>
vorig jaar positie 15+, nu positie 1
- <https://www.topparken.nl/vakantieparken-limburg>
vorig jaar positie 20+, nu positie 1
- <https://www.topparken.nl/vakantiepark-veluwe>
vorig jaar positie 20+, nu positie 1
- Etc.

Dit betaalt zich ook uit in meer non-branded verkeer naar de website. Daarin blijft winnaar Topparken ook anno Oktober 2020 de koploper op non-branded verkeer op vakantiepark-keywords.

	April 2019	Oktober 2020	Vershil
Topparken.nl	25.015	63.768	+155%
Roompot.nl	29.035	41.338	+42%
Landal.nl	4.060	14.327	+253%
Vakantiegevoel.nl	9.095	7.591	-17%
Europarcs.nl	907	4.171	+360%
Centerparcs.nl	1.301	3520	+117%
Rcn.nl	1.079	3.053	+183%
Droomparken.nl	2.117	1.539	-27%

We hebben in het licht van COVID-19 en de alsmaar groeiende SEO-ontwikkelingen gekeken in hoeverre de vakantieparken hierop inspelen:

- FAQ Snippets
- Lokale SEO (Google Mijn Bedrijf / On-page SEO / Structured Data / Tracking)
- SEO inzetten tijdens Corona

FAQ-SNIPPETS

IN DE GOOGLE SERPS

Een van de ontwikkelingen in het afgelopen half jaar is de komst van meerdere SERP-features. Één van die ontwikkelingen waar onder andere (travel)giganten als Booking en Expedia op inspelen is de inzet van FAQ Rich Snippets.

Hotel Amsterdam:

www.booking.com > ... > Hotels in Noord-Holland ▼

De 10 beste hotels in Amsterdam (Prijzen vanaf € 21)

Lees hotelbeoordelingen en kies voor uw verblijf het **hotel** met de **beste** aanbieding. ... biedt uitsluitend ruime 5-sterrensuites met een badkamer van 10 tot 20 m². ... Er zijn op **Booking.com** 1235 **hotels** in **Amsterdam** geregistreerd, met een ...

Welke hotels in Amsterdam zijn goed voor gezinnen? ▼

Hoeveel kost een hotel in Amsterdam voor dit weekend? ▼

Welke hotels in Amsterdam bieden een zeer goed ontbijt? ^

Voor hotels in Amsterdam met een hoog beoordeeld ontbijt, probeer [Hotelboat Fiep](#), [Hotelboat Iris](#) en [Waldorf Astoria Amsterdam](#).

▼ Meer weergeven

Ook vergelijkingssites voor vakantieparken als Heerlijkehuisjes.nl maakt gebruik van deze techniek:

www.heerlijkehuisjes.nl > vakantiehuizen-veluwe ▼

Vakantiehuis Veluwe - heerlijkehuisjes.nl

Groot aanbod vakantiehuizen in **Veluwe** op **heerlijkehuisjes.nl** - Boek uw **vakantiehuis** snel, veilig en eenvoudig online!

Hoeveel vakantiehuizen zijn er te boeken op de Veluwe? ▼

Wat is er allemaal te doen op de Veluwe? ▼

Wat is er op de Veluwe te doen met kinderen? ▼

▼ Meer weergeven

De FAQ-snippets sluiten aan op de meta titel en de meta description en geven informatie over de achterliggende pagina zelf. Dit gehele SEO-resultaat is relevanter én waardevoller voor de zoekers.

FAQ Rich Snippets zijn uitermate geschikt voor de reisbranche om meerdere redenen:

1. Meer ruimte in de zoekresultaten

Doordat je meer ruimte (in vakjargon 'real estate') in de SERP wint, druk je de concurrentie weg. Google laat standaard 3 of 4 FAQ-snippets zien (afhankelijk van Meer weergeven button zoals bij Heerlijkehuisjes.nl), wat de afmeting van je SEO-resultaat in feite verdubbelt.

2. Ranken op long-tail keywords

Tip: indien strategisch (en met een zoekwoordonderzoek voorafgaand) geschreven, zal deze toegevoegde FAQ-snippets de kans vergroten om ook vertoond te worden op long-tail zoekopdrachten, waar dat misschien eerder niet het geval is. De content in de FAQ-snippets zijn namelijk ingeschoten via Structured Data, maar de content dient ook op de website zelf opgenomen te zijn. Er komt dus meer content voor Google beschikbaar om te crawlen, beoordelen en te ranken.

3. FAQ-snippets verhoogt het CTR

Case studies wijzen uit dat met de implementatie van FAQ-snippets het CTR met meer dan 50% stijgt. Omdat de snippet zowel meer 'real estate' in de SERP in beslag neemt als je doelgroep meer nuttige inhoud biedt, is de kans alleen maar groter is dat iemand op jouw SEO-resultaat klikt. Daarnaast is er de mogelijkheid om links (en andere HTML-elementen als lijstjes) toe te voegen aan je FAQ-snippet.

Welke vakantieparken zijn kindvriendelijk?

Bijna alle vakantieparken zijn kindvriendelijk. Landgoed De IJsvogel, Recreatiepark De Boshoeke en Vakantiepark Het Lierderholt zijn zeer geschikt voor kinderen, dankzij alle faciliteiten en voorzieningen die hier speciaal op ingericht zijn. Tevens worden deze vakantieparken als zeer positief ervaren.

Tip: voorzie deze links ook van UTM-tracking.

Naast bovenstaande voordelen, zijn FAQ-snippets ook nog eens instant verkrijgbaar (met wat trucjes in Google Search Console). Daarnaast zorgt het juist voor **kwalitatieve leads** (degene die al informatie hebben vanuit je FAQ-snippet klikken niet) en in een (heel) ver stadium zorgt dit er ook voor dat je voorbereid bent op Voice Search.

Omdat deze ontwikkeling met name in de reisbranche aanwezig is, hebben we onderzocht welke van de deelnemende vakantieparken al gebruik van maakt.

GESLAAGD

Topparken.nl

NIET GESLAAGD


Roompot.nl
Landal.nl
Vakantiegevoel.nl
Centerparcs.nl
Europarcs.nl
Rcn.nl
Droomparken.nl

Uiteindelijk maakt alleen de winnaar van vorig jaar gebruik van de FAQ-snippets in Google: Topparken.nl. Buiten de **links** die zij hebben verwerkt, trekken zij ook de aandacht met **emoticons** en het gebruik van **dikgedrukte woorden**.


www.topparken.nl > vakantiepark-noord-brabant ▾

Vakantiepark in Brabant | Vlak bij Den Bosch | TopParken

Dit bungalowpark in **Brabant** beschikt over een groot aanbod luxe vakantiewoningen. Of u nu een **vakantiehuis** voor twee personen of voor de hele familie wil ...


Wat zijn de mooiste vakantieparken in Noord-Brabant? ▾

Wat zijn huisdiervriendelijke vakantieparken in Noord-Brabant? ▾


Wat zijn kindvriendelijke vakantieparken in Noord-Brabant? ▲

Wij begrijpen hoe belangrijk **kindvriendelijke vakantieparken** in Noord-Brabant zijn. Wanneer de kinderen plezier beleven kunt u als ouder ook optimaal ontspannen. Résidence de Leuvert biedt met een **groot buitenzwembad met kinderbad**, uitdagende speeltuin en uitgebreid animatieprogramma plezier voor alle kids.

Welk vakantiepark in Noord-Brabant ligt dicht bij de Efteling? ▾

Topparken.nl rankt **op meer dan 908 keywords** met een resultaat dat een FAQ-snippet bevat. Daarvan ranken er **160 zoekwoorden** in de top 3 van Google, waardoor ze een behoorlijke ruimte innemen in de zoekresultaten.

Aantal zoekwoorden waar Topparken.nl op rankt met FAQ-snippet in Google

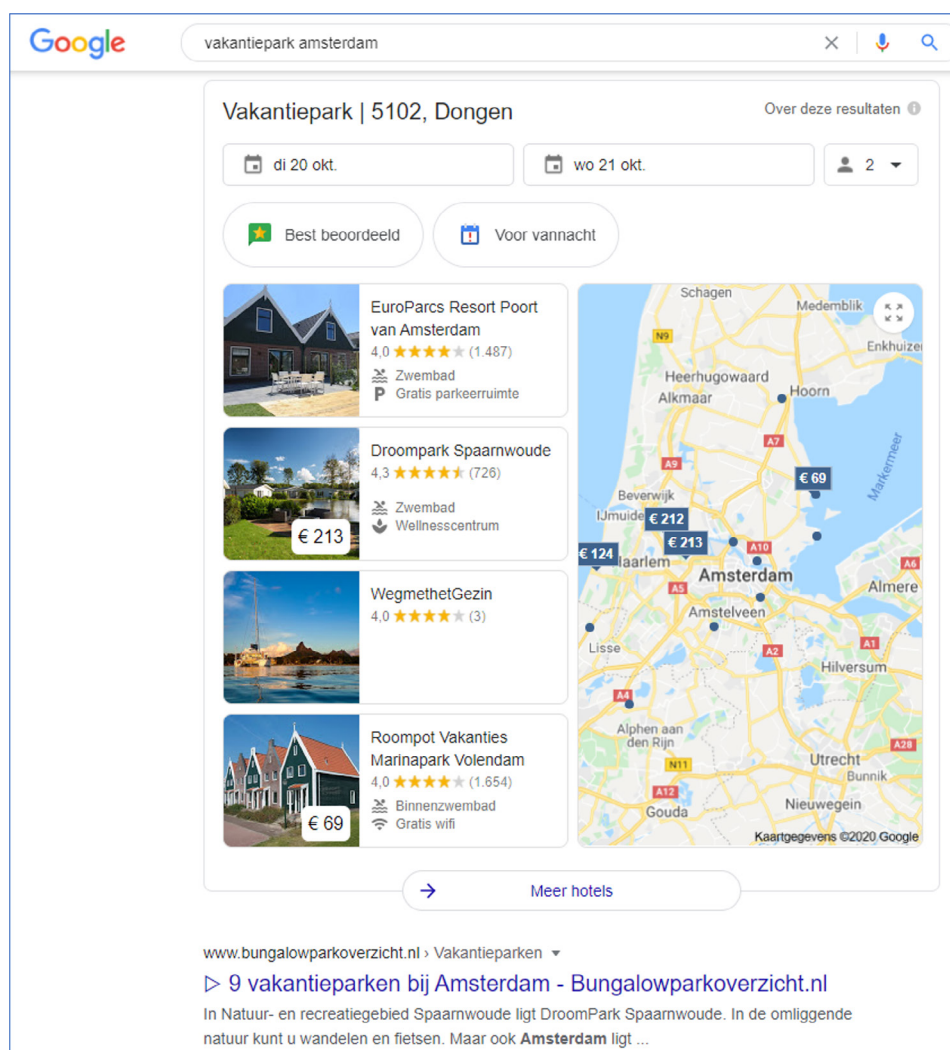
October 2020	
■ Top 3	160
■ 4-10	221
■ 11-20	181
■ 21-50	204
■ 51-100	142
■ Total	908

LOKALE SEO

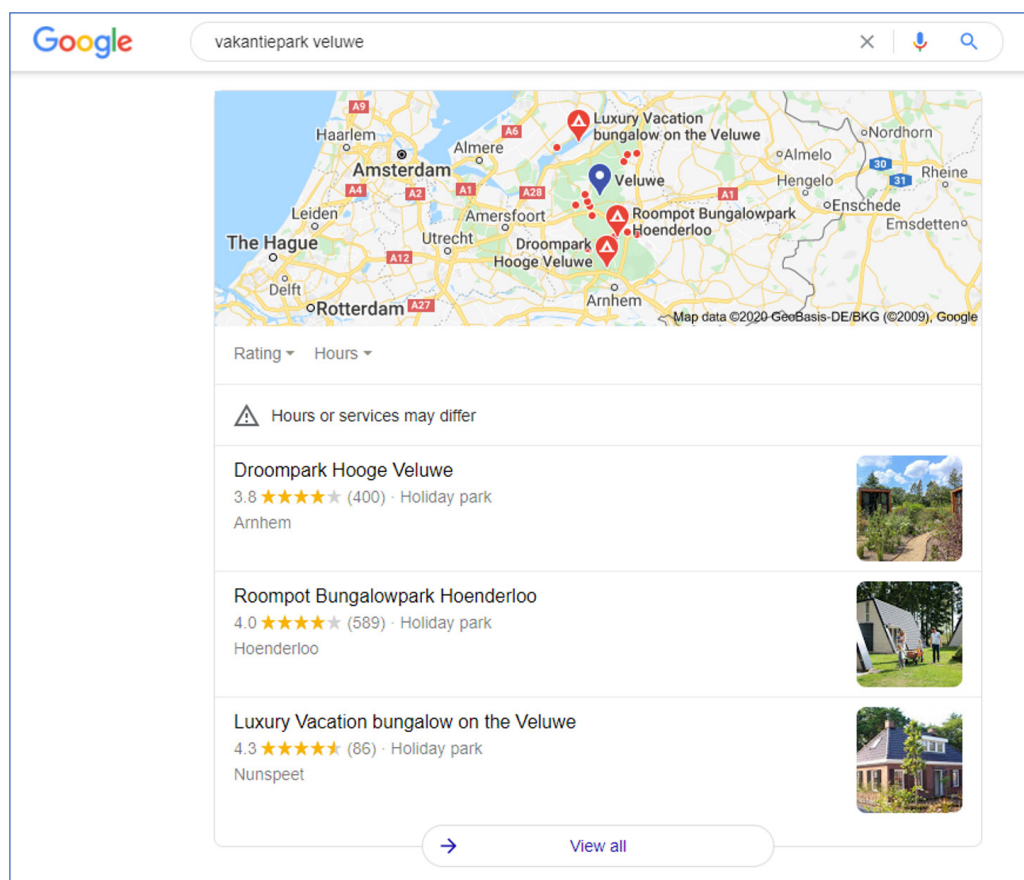
De laatste jaren (en met name de laatste tijd) neemt Lokale SEO een spreekwoordelijke vlucht in de evolutie van Google. Evenals de toenemende SERP-features als FAQ-snippets in Google, zijn met name in de reisbranche de Local-3-Packs (of Hotel Packs) in veelvoud aanwezig binnen Google. Een vakantiepark wordt in dit geval als 'soort Hotel' gezien.

Op een zoekopdracht als *vakantiepark amsterdam* levert Google een Hotel-Pack uit. De volgorde onderstreept het belang van het scoren in deze zogeheten Hotel Pack:

- 4 Google Ads advertenties
- Prominent
- Eerste 'reguliere' SEO Resultaat



Een andere zoekopdracht als *vakantiepark veluwe* geeft geen Hotel-Pack, maar een Local-3-Pack weer (idem weer boven het eerste reguliere SEO-resultaat):



Om zowel in de Local 3 Pack als de Hotel Pack te scoren, gelden over het algemeen dezelfde ranking factoren voor SEO. Google zelf is daar (zoals we van ze gewend zijn) behoorlijk globaal over:

'Google tries to find the most relevant hotels for every search. The rankings of hotel search results are determined by relevance, distance, and prominence. There is no way to buy or request a better ranking, but the quality of information about your hotel could affect your ranking.'

Bron

Ook wij weten dat Google's algoritme rekening houdt met meer dan 1000 factoren, maar gelukkig weten we welke facetten de meeste impact maken. Deze hebben we daarom ook kort gereviewd:

Google Mijn Bedrijf

Uiteindelijk is Google Mijn Bedrijf in het leven geroepen voor fysieke locaties. Deze Google Mijn Bedrijf-profielen zijn uiteindelijk het SEO-resultaat dat rankt in de Local & Hotel Packs.

Killer SEO pagina's / Productpagina's

zijn de pagina's waarmee je wilt ranken (en een connectie hebben met je Google Mijn Bedrijf) de juiste content? Zijn deze voorzien van de juiste NAW gegevens, informatie, zoekwoorden, FAQ's,

Structured Data (LocalBusiness)

Dit aspect hebben we vorig jaar al gereviewd, maar is nog altijd enorm belangrijk om Google data te laten interpreteren.

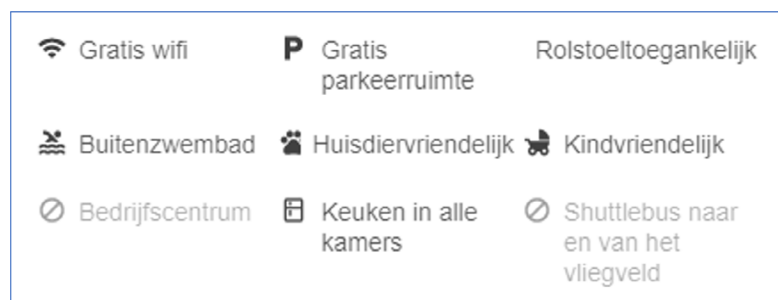
Algemene SEO

Voor Lokale SEO is je algemene SEO-status ook van belang. We hebben daarom gekeken naar welke groei de deelnemende vakantieparken hebben doorgemaakt t.o.v. vorig jaar.

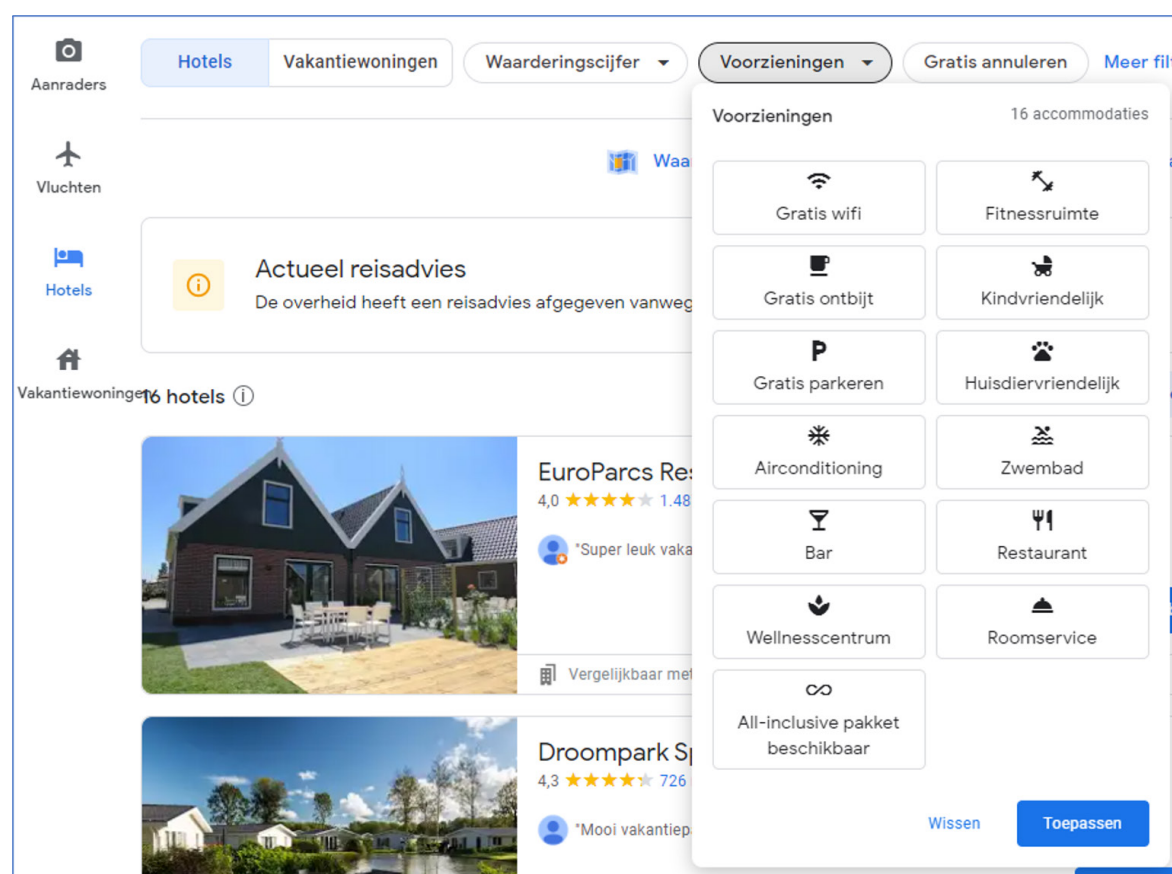
Google Mijn Bedrijf – Volledige informatie

Het volledig invullen van Google Mijn Bedrijf is sterk aan te raden voor Lokale SEO. Hoe meer Google weet, hoe beter.

Informatie als **gratis parkeergelegenheid**, **binnenzwembad** en **gratis wifi** zijn voorbeelden van informatie die de zoekter (en ook Google helpen).








Uiteindelijk kunnen zoekers dit ook filteren in Google Hotels, dus hoe meer informatie je invoert, hoe groter de kans om naar voren te komen in Google (Hotels).



Niet alle vakantieparken hebben dit volledig ingevuld. Zo is er een flink verschil te zien tussen bijvoorbeeld Droomparken en Landal of Roompot.


Zo hebben Droomparken veelal gelegenheid tot een restaurant, maar staat dat niet bij de details. Idem voor Gratis parkeerruimte, welke vaak aanwezig is bij Droomparken.


















Hoteldetails

-  Parkeren
-  Huisdiervriendelijk
-  Kindvriendelijk
-  Keuken in sommige kamers
-  Rookvrij

Andere vakantieparken, zoals bijv. Landal, pakken dit beter aan (lees: uitgebreider):

Hoteldetails

De kamers bieden centrale verwarming, een woonkamer, een keuken en een badkamer. Het faciliteitenaanbod op de meeste kamers wordt afgerond met een terras waar de gasten zich heerlijk kunnen... [MEER](#) 

-  Gratis wifi
-  Gratis parkeerruimte
-  Rolstoeltoegankelijk
-  Binnen- en buitenzwembad
-  Wasservice
-  Bedrijfscentrum
-  Huisdiervriendelijk
-  Toegang tot strand
-  Kindvriendelijk
-  Restaurant
-  Keuken in alle kamers
-  Shuttlebus naar en van het vliegveld
-  Bubbelbad
-  Wellnesscentrum
-  Fitnesscentrum
-  Golfbaan
-  Bar

GESLAAGD

Roompot.nl
Landal.nl
Centerparcs.nl

NIET GESLAAGD

Droomparken.nl
Rcn.nl
Europarcs.nl
Topparken.nl
Vakantiegevoel.nl

GOOGLE MIJN BEDRIJF – PRIMAIRE EN SECUNDAIRE CATEGORIEËN

Categorieën zijn belangrijk voor Google (Mijn Bedrijf) om te bepalen waarin een bedrijf zich bevindt. Een lokale makelaar zal geen pizzeria als primaire of secundaire categorie nemen. Het is aan te raden om zo specifiek mogelijk te zijn en de kern van het vakantiepark te beschrijven.

Topparken is hierin een goed voorbeeld. Hieronder een voorbeeld van hoe Topparken Lichtenvoorde dit inricht:

Topparken Lichtenvoorde

Primaire categorie	Vakantiepark
Secundaire categorieën	Camping Vakantieoord Vakantiewoningverhuur Verhuurbedrijf voor vakantiehuizen

De kans dat Topparken op *vakantiewoning huren* naar voren komt, is nu vele malen groter. Ook RCN doet dit slim, omdat zij ook een camping zijn:

RCN Zeewolde

Primaire categorie	Vakantiepark
Secundaire categorieën	Vakantiewoningverhuur Camping Verhuurbedrijf voor stacaravans Camperplaats

Centerparcs doet dit minder goed. Zij hebben vrijwel geen categorie ingevuld, of de verkeerde:

Centerparcs De Eemhof

Primaire categorie	Vakantieoord
Secundaire categorieën	-

Centerparcs de Limburgse Peel, Centerparcs de Huttenheugte en Centerparcs Meerdal hebben zelf helemaal geen categorieën. Ook Droomparken heeft veelal enkel primaire categorieën.

GESLAAGD

Topparken.nl
Roompot.nl
Landal.nl
Rcn.nl
Europarcs.nl
Vakantiegevoel.nl

NIET GESLAAGD

Centerparcs.nl
Droomparken.nl

LOKALE LANDINGSPAGINA'S

Een sterke lokale landingspagina is belangrijk voor Lokale SEO. Of eerder gezegd, een lokale subsectie. Hoe meer (lokale) informatie Google heeft over een bepaald vakantiepark, hoe beter. Iemand die gericht zoekt op non-branded keywords zoals vakantiepark veluwe wil uiteraard een geschikt vakantiepark vinden.

Een informatiebron zoals bijvoorbeeld Landal Miggelenberg zou dan een prima uitkomst zijn. Landal Miggelenberg maakt gebruik van een pagina een plattegrond, uiteraard contact en adresgegevens, reviews en nog meer informatie, geïmplementeerd in een soort sub-website met alle informatie van, op en rondom het park:

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/accommodaties>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/omgeving>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/beauty-en-wellness>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/eten-en-drinken>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/kids>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/met-uw-hond>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/sport-en-spel>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/wandelen-en-fietsen>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/wandelen-en-fietsen/fietsverhuur>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/op-en-rond-het-park/zwemmen>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/praktische-info>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/praktische-info/wifi>

<https://www.landal.nl/parken/miggelenberg/prijzen-en-beschikbaarheid>

Alle deelnemende vakantieparken maken gebruik van deze zogenoemde informatiebronnen.

GESLAAGD

Landal.nl

Topparken.nl

Roompot.nl

Rcn.nl

Europarcs.nl

Vakantiegevoel.nl

Centerparcs.nl

Droomparken.nl

LOKALE LANDINGSPAGINA'S – STRUCTURED DATA

Structured Data helpt Google om data te interpreteren. Hierin zijn verschillende opmaken, zoals producten of evenementen. Ook voor fysieke locaties / lokale bedrijven is er een specifieke Structured Data: LocalBusiness. Met deze Structured Data kun je Google meer vertellen over de openingstijden, reviews, locatie, etc. Binnen deze LocalBusiness Structured Data is ook een specifiek type aan te geven: LodgingBusiness. Deze maakt de Structured Data én de informatie naar Google nog specifiek.

Topparken maakt de landingspagina voor vakantieparken prima op met LodgingBusiness:

LodgingBusiness		VOORBEELD	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	^
@type	LodgingBusiness				
name	Résidence Lichtenvoorde				
image	https://cdn-cms.bookingexperts.nl/uploads/organization/placeholder_image/2/9/3a443350-7b62-11e7-bcf9-a23c46a97e7a.jpeg				
url	https://www.topparken.nl/residence-lichtenvoorde				
logo	https://cdn-cms.bookingexperts.nl/uploads/organization/company_logo/2/9/TopParken_Lic htblauw194x137_28daee48-6e45-4dce-87cc-991ab0ccc0c41_aba09518-3c1a-44be-a8fd-9ab951807fa7.png				
priceRange	€150 - €300				
telephone	+31 (0) 88 500 2464				
name	Résidence Lichtenvoorde				
sameAs	https://twitter.com/Topparken				
sameAs	https://www.facebook.com/TopParken				
sameAs	https://nl.pinterest.com/topparken/				
sameAs	https://www.youtube.com/TopParken				
sameAs	https://www.linkedin.com/company/topparken/				
sameAs	https://www.instagram.com/topparken/				
address					
@type	PostalAddress				
name	TopParken - Résidence Lichtenvoorde, Boschlaan, Lichtenvoorde, Nederland				
contactPoint					
@type	ContactPoint				
contactType	reservations				
telephone	+31 (0) 88 500 2464				

Vervolgens maken zij de accommodatie (pagina's) ook op met het type Accommodation.

Accommodation / Product		0 FOUTEN	3 WAARSCHUWINGEN	^
@type	Accommodation			
@type	Product			
name	Villa Supérieur 14 personen Wellness			
description	Zeer luxe en ruime villa voor 14 personen met privé wellness faciliteiten.			
image	https://cdn.bookingexperts.nl/uploads/image/image/190879/cover_Recreatievill a_-_Residence_Lichtenvoorde_-_Exterieur_-_124_-_bewerkt.jpg			
url	https://www.topparken.nl/residence-lichtenvoorde/accommodaties/nederland-gelderland-villa-superieur-14-persone n-wellness			
sku	11139			
address				
@type	PostalAddress			
name	Boschlaan 26			
brand				
@type	Thing			
name	Résidence Lichtenvoorde			
offers				

Roompot heeft redelijk uitgebreide Structured Data-values, maar deze zijn niet gecombineerd én niet ondergebracht in een LocalBusiness / LodgingBusiness:

PostalAddress	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	1 ITEM
LocationFeatureSpecification	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	30 ITEMS
Offer	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	1 ITEM
Product	0 FOUTEN	7 WAARSCHUWINGEN	1 ITEM

Zo maken zij gebruik van LocationFeatureSpecifications, wat an sich goed is, maar deze zou als onderdeel van de types Lodgingsbusiness moeten vallen

LocationFeatureSpecification	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	^
@type	LocationFeatureSpecification		
value	Wifi op park (gratis)		
LocationFeatureSpecification	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	^
@type	LocationFeatureSpecification		
value	Minimarkt		
LocationFeatureSpecification	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	^
@type	LocationFeatureSpecification		
value	Vergader-/feestfaciliteiten		

Ook hun Accommodation markup is incompleet:

Accommodation	0 FOUTEN	0 WAARSCHUWINGEN	^
@type	Accommodation		
numberOfRooms	3		
floorSize	± 65m²		
petsAllowed	true		
numberOfFullBathrooms	1		

Ook Centerparcs haar Structured Data van een specifieke vakantiepark-pagina bevat geen specifieke Structured Data en heeft veel Waarschuwingen

Gedetecteerd	0 FOUTEN	14 WAARSCHUWINGEN	6 ITEMS
Product	0 FOUTEN	9 WAARSCHUWINGEN	1 ITEM
Breadcrumb	0 FOUTEN	5 WAARSCHUWINGEN	5 ITEMS

Uiteindelijk zijn Roompot, Vakantiegevoel, RCN, Droomparken en Centerparcs niet geslaagd op basis van Structured Data:

GESLAAGD

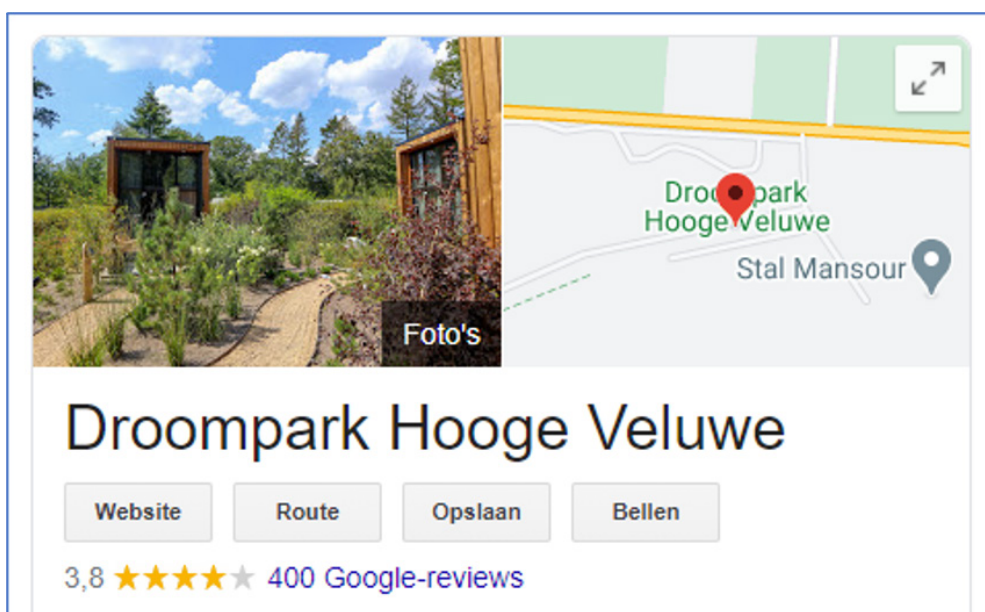
Topparken.nl
Landal.nl
Europarcs.nl

NIET GESLAAGD

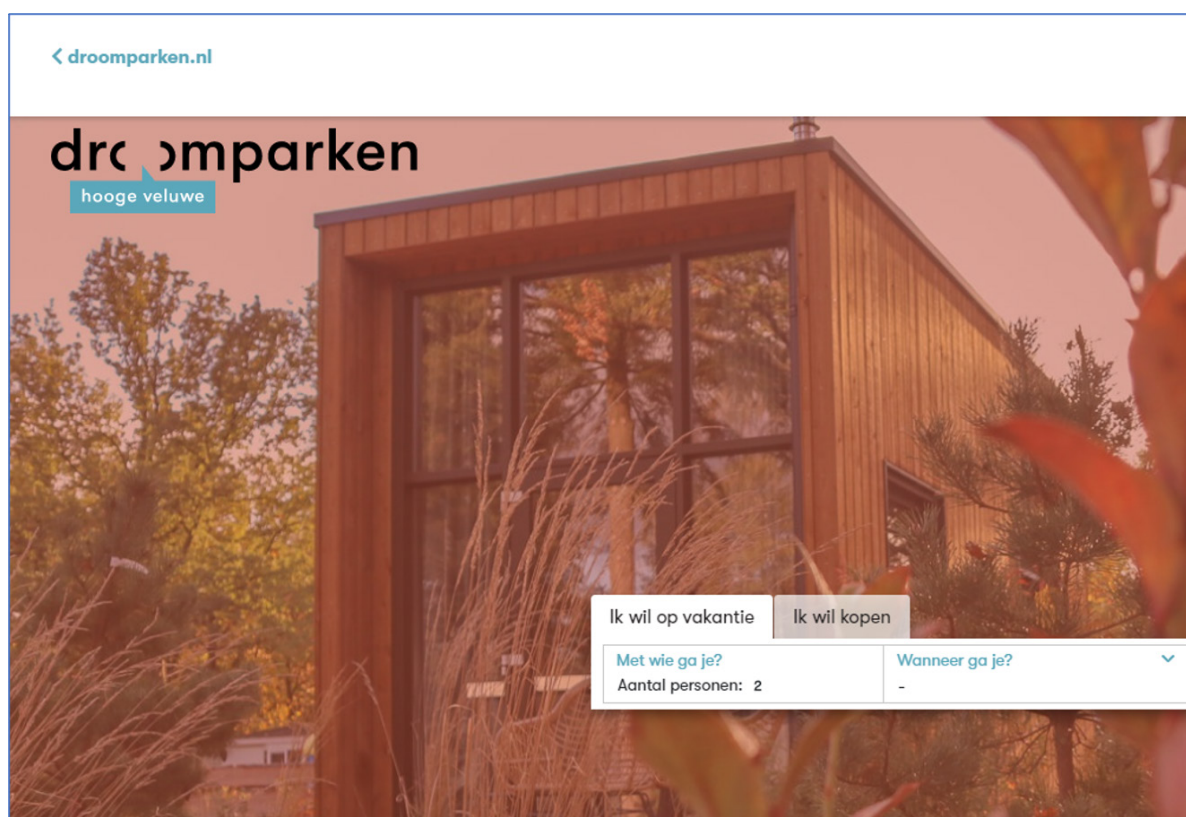
Roompot.nl
Vakantiegevoel.nl
Rcn.nl
Droomparken.nl
Centerparcs.nl

LOKALE SEO – TRACKING

Het tracken van Google Mijn Bedrijf-verkeer kan zeer nuttig zijn bij het minitoren van de prestaties van je Lokale SEO. Hoewel dit geen ranking-factor voor Google is, hebben we wel gekeken in hoeverre de Google Mijn Bedrijf-panels met de achterliggende websites gekoppeld zijn.



Mét UTM Tracking en de juiste landingspagina (park-specifiek)



Niet alle parken doen dit op de juiste manier. Zo heeft Landal bijvoorbeeld een oude link (zonder https) welke een redirect veroorzaakt (én geen UTM-tracking).



Link naar oude link <http://www.landal.nl/het-vennenbos>



Word geredirect naar <https://www.landal.nl/parken/het-vennenbos> (zónder UTM)

Park	Juist link?	UTM tracking	Geslaagd?
Roompot.nl	Ja	Ja	Ja
Europarcs.nl	Ja	Ja	Ja
Rcn.nl	Ja	Ja	Ja
Droomparken.nl	Ja	Ja	Ja
Vakantiegevoel.nl	Ja	Nee	Nee
Centerparcs.nl	Ja	Nee	Nee
Topparken.nl	Ja	Nee	Nee
Landal.nl	Nee	Nee	Nee

HOE SEO INZETTEN MET CORONA

Veiligheid staat voorop. Vakantieparken willen hun bezoekers zoveel mogelijk informeren en een veilig gevoel geven. Gelukkig hebben alle vakantieparken een uitgebreide informatieve pagina met daarin de Corona-maatregelen die het park heeft genomen. Binnen Google zijn er meerdere ontwikkelingen mogelijk die je kunnen helpen met het informeren van bezoekers.

FAQ SNIPPETS

We hebben ze in deze whitepaper al behandeld, maar ook in combinatie met Corona zouden FAQ-snipperen enorm handig zijn voor het snel informeren van je (potentiële) bezoekers.

Zo houdt de gemeente Amsterdam hun 'zoekers' op corona amsterdam op de hoogte middels FAQ-snipperen. Deze zijn geautomatiseerd ingeschoten door middel van Structured Data:

www.amsterdam.nl › Nieuws ▾

Coronavirus (COVID-19) in de regio Amsterdam - Gemeente ...

Maatregelen. De Rijksoverheid neemt nieuwe maatregelen om de verspreiding van het coronavirus in te dammen en kwetsbare groepen te beschermen.

4 dagen geleden - Nieuws over het coronavirus in de regio Amsterdam. We geven regelmatig updates ▾

4 dagen geleden - Na 20.00 uur geen alcohol meer in hotelbar, -restaurant en roomservice ▲

Volgens de aangescherpte regels die op 14 oktober ingingen, mogen hotels open blijven en voor hun gasten ook hun eet- en drinkgelegenheden open houden. Daarbij was het aanvankelijk mogelijk om alcohol te schenken na 20.00 uur. Dit leidde in sommige gevallen tot verwarring en we zagen dat mensen hier misbruik van maakten, met de nodige overlast tot gevolg. Daarom trekt de Rijksoverheid nu één lijn. Het kabinet heeft op vrijdag 23 oktober besloten om, in lijn met het verbod tot verkoop van alcohol tussen 20.00 uur en 07.00 uur, hetzelfde te laten gelden voor alle hotels. Dit betekent dat hotels vanaf vandaag, vrijdag 23 oktober 2020, geen alcohol meer mogen schenken tussen 20.00 en 7.00 uur. Na 20.00 uur mag er geen alcohol meer op tafel staan in restaurant of bar. Ook mag roomservice na dit tijdstip geen alcoholische drank meer brengen. Eerder vandaag is de horeca-branchen van deze aanscherping van de maatregelen op de hoogte gebracht.

16 okt. - Brief burgemeester Halsema ▾

14 okt. - Noodverordening per 14 oktober 22.00 uur ▾

Coronabesmettingen per ... · Coronavirus en sport · Ondernemen tijdens de ...

Google Mijn Bedrijf – Gezondheid en Veiligheidsattributen

Google voegt vrijwel maandelijks nieuwe features toe aan Google Mijn Bedrijf. Zo ook de mogelijkheid om Gezondheid en Veiligheidsattributen toe te voegen:

IZICHT POSTS REVIEWS FOTO'S **OVER**

Serviceopties

✓ Bezorging ✓ Winkelbezoek mogelijk

Gezondheid en veiligheid

✓ Mondkapje verplicht ✓ Personeel draagt mondkapjes

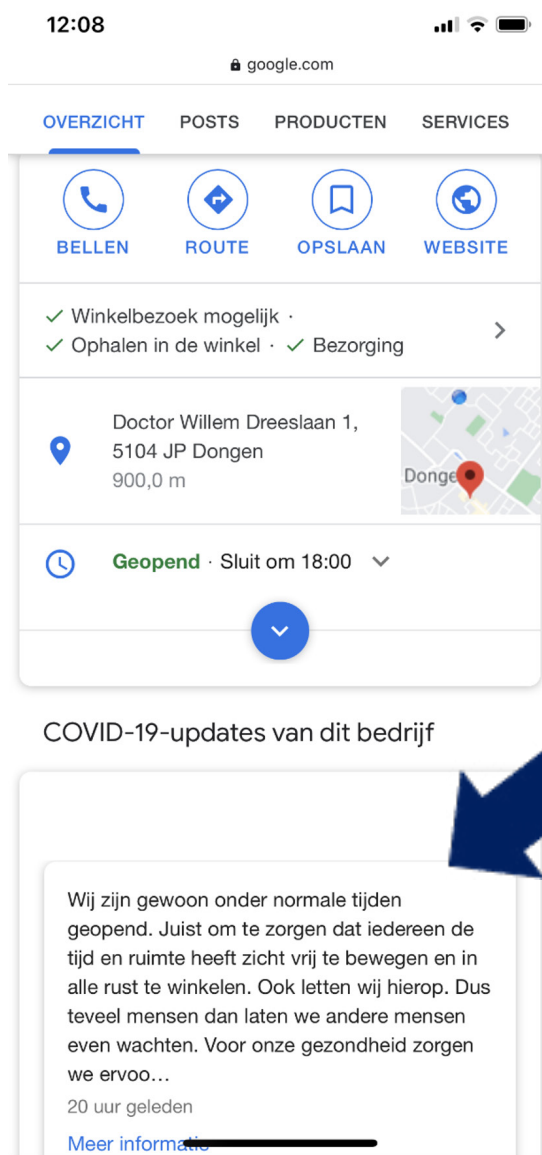
Toegankelijkheid

✓ Rolstoelvriendelijke ingang ✓ Rolstoelvriendelijke parking



Google Mijn Bedrijf – COVID-19 updates

We kennen inmiddels allemaal Google Posts. Deze hebben een plaatsje onderin het Google Mijn Bedrijf paneel. Echter biedt Google ook de mogelijkheid om COVID-19 updates te plaatsen, welke een hogere positie binnen je Google Mijn Bedrijf paneel geven en dus prominenter aanwezig zijn:



TIP: in het geval van meerdere locaties is het aan te raden Google Mijn Bedrijf updates in bulk toe te passen (time-saver!). MvH Media maakt vaker gebruik van automatisch scripts om zowel Google Posts, COVID-19 Updates en informatie als primaire- en secundaire categorieën, Veiligheid en Gezondheids informatie en bijvoorbeeld Hotelvoorzieningen over meerdere locaties tegelijk in te schieten.

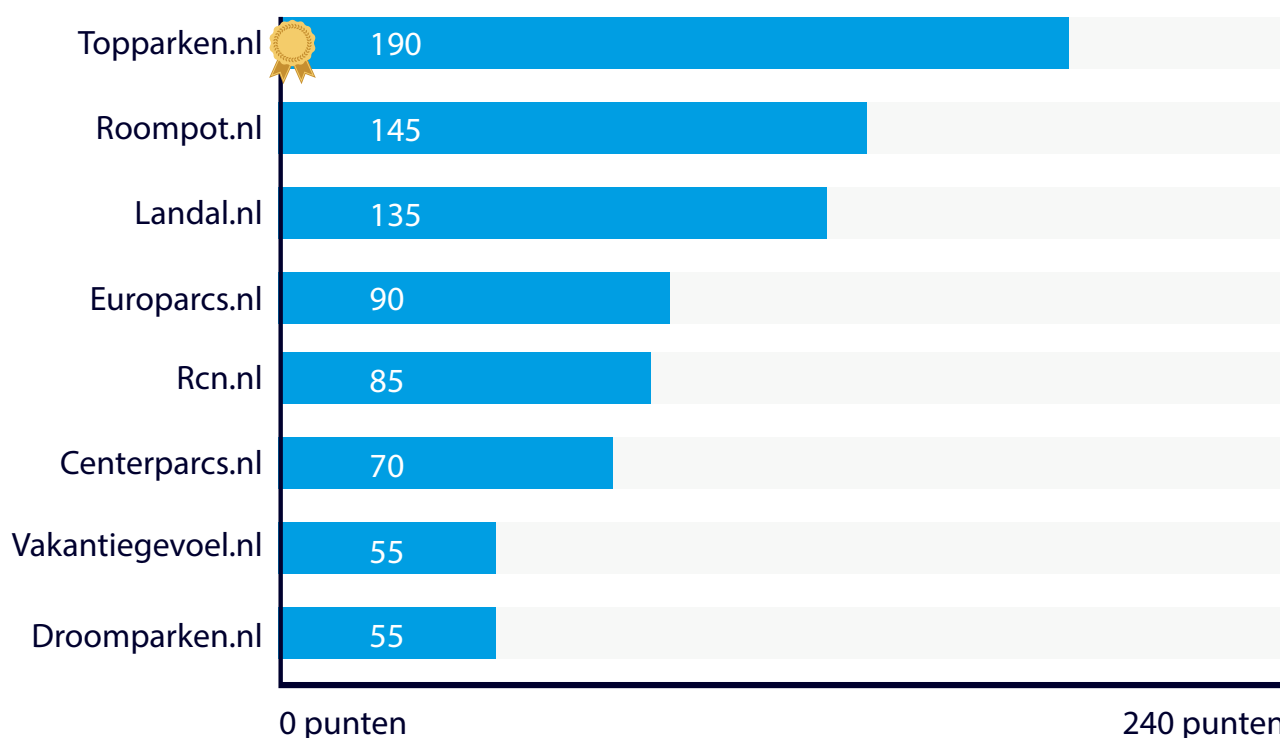
CONCLUSIE

Vorig jaar was het een nek aan nek-race tussen Topparken en Roompot om als winnaar uit de strijd te komen in het SEO Brancheonderzoek. Uiteindelijk werd Topparken winnaar.

Inmiddels zijn we anderhalf jaar verder en hebben we in dit onderzoek de groei en ontwikkelingen van de deelnemende parken doorgenomen.

Einduitslag wijst uit dat Topparken en Roompot beide weer de topposities invullen. Dit keer met een iets groter verschil dan vorig jaar.

Het max te behalen punten hier was 240 punten voor de nieuwe updates in dit onderzoek.



Park	Positie okt 2019	Positie okt 2020	Stijging / Daling
Topparken.nl	1	1	-/-
Roompot.nl	2	2	-/-
Landal.nl	5	3	+2
Europarcs.nl	7	4	+3
RCN.nl	4	5	-1
Centerparcs.nl	3	6	-3
Vakantiegevoel.nl	6	7	-1
Droomparken.nl	8	8	-/-

Topparken mag benoemd worden als de terechte winnaar. Dit vakantiepark maakt onder andere prima gebruik van de FAQ-snippets en hebben een noemenswaardige Structured Data-strategie. Mede hierdoor (samen met de eerdere goede strategie die ze vorig jaar al hadden ingezet) hebben zij een de meest toonaangevende groei doorgemaakt op basis van top 3 noteringen en SEO-visibility op *vakantiepark*-gerelateerde zoekwoorden.

De grootste stijgers zijn **Centerparcs** en **RCN**, hoewel ze qua aantal punten nog ver van Topparken vandaan zitten.

De grootste dalers zijn **Landal** en **Europarcs**. Zij worden door andere vakantieparken online voorbijgestreefd als het gaat om SEO-ontwikkelingen.

De nummer laatst van vorig jaar én dit jaar is Droomparken. De beperkte groei in top 3 noteringen en zelfs een daling in organische zichtbaarheid zijn onder andere een gevolg van het niet inhaken en door ontwikkelen op SEO.