

7 mei 2008

Je online identiteit wordt voor een belangrijk deel bepaald door Google. Vrienden, collega's, werkgevers: iedereen die via internet meer over je te weten wil komen, gebruikt de zoekmachine. Hoe zorg je ervoor dat Google de juiste informatie over jou voorschotelt aan al die nieuwsgierige aagjes? En hoe kun je nog meer zoeken?

Om informatie voor zijn werk te verzamelen, gebruikt Erwin Holster Google regelmatig. Hij is consultant bij QSN, een bedrijf dat organisaties helpt met het invoeren van kwaliteitsmanagement. 'Voordat ik op bezoek ga bij een klant, Google ik even om een beter beeld te krijgen van zo'n bedrijf. Het is een prima manier om goed beslagen ten ijs te komen', vertelt hij. 'Als je ergens langsgaat, hoeft de klant dan niet meer helemaal uit te leggen waarmee ze bezig zijn. Bovendien stelt Google je in staat om informatie over concurrenten van een klant in te winnen. Bij mijn werk kan dat van pas komen.'

Schoolbank

Zichzelf googelen doet Holster nooit. Voor dit artikel doet hij het voor het eerst. Bovenaan de pagina met zoekresultaten staat zijn profiel bij [LinkedIn](#), verder verschijnen er onder meer pagina's van het bedrijf waar hij werkt en een vermelding op [Schoolbank.nl](#). 'Ha, sta ik daar ook? Ik houd me niet echt bezig met de vraag hoe ik bij Google sta vermeld.'

Er is geen site die zo belangrijk is voor je online identiteit als Google. Vrijwel iedereen gebruikt de zoekmachine wel eens om wat meer te weten te komen over een ander: een kennis, een vroegere liefde of een collega. Uit onderzoek dat [Ruiqrok/NetPanel](#) onlangs uitvoerde, blijkt dat ruim eenderde van de Nederlanders ook zichzelf wel eens googelt.

Werkgevers maken eveneens gebruik van de site. 'Laatst was ik op een congres voor HR-managers. Toen ik vroeg hoeveel mensen Google gebruikten om sollicitanten na te trekken, stak bijna 90 procent zijn vinger op', vertelt zoekmachine-expert Henk van Ess van [Voelspriet.nl](#).

Personeelsmanagers die via Google een kandidaat voor een vacature natrekken, gebruiken de zoekresultaten in veel gevallen ook als selectiemechanisme. 'Werkgevers vormen op basis van de zoekresultaten hun eigen beeld van een sollicitant, of dat nu terecht is of niet', stelt Wilfred van Roij, projectleider digitale opsporing en internet awareness bij [Com-Connect Digital Services](#).

Beeld

Hoe zorg je ervoor dat een toekomstige werkgever - of iemand anders - een goed beeld van je krijgt als hij of zij je naam intypt bij Google? De vraag stellen is makkelijker dan hem beantwoorden. Want hoewel er het nodige bekend is over de manier waarop Google de pagina's met zoekresultaten samenstelt, houdt de zoekmachine het precieze algoritme (zeg maar het recept) daarvoor liever geheim.

Toch zijn er wel een paar simpele trucs voor wie zijn beste beentje voor wil zetten. Het makkelijkste is om de portemonnee trekken en advertenties in te kopen bij Google. De advertenties verschijnen bij Google aan de zijkant en bovenaan de pagina met zoekresultaten. Je hoeft alleen te betalen voor de advertentie als iemand 'm aanklikt. De prijs daarvoor verschilt. Het is duurder om een advertentie te plaatsen bij een zoekopdracht als 'hypotheek' dan bij een term als 'punaise' - simpelweg omdat er meer adverteerders zijn die de aandacht willen trekken van mensen die op zoek zijn naar een hypotheek dan bedrijven die je een doosje punaises willen verkopen.

Behalve bedrijven maken ook particulieren gebruik van Google Ads. Zelfstandigen en consultants prijzen bijvoorbeeld op die manier hun diensten aan. Plaats je een advertentie bij zoekopdrachten voor je eigen naam, dan hoef je je waarschijnlijk niet al te veel zorgen te maken over de kosten - als je tenminste niet Marco Borsato heet.

Profielen

Vind je het iets te ver gaan om voor jezelf te adverteren en zorg je er liever voor dat je in de 'gewone' zoekresultaten goed scoort, maak dan persoonlijke profielen aan bij de sites LinkedIn en [Naymz.com](#). 'Google slaat LinkedIn vrij hoog aan', weet Van Ess. Dat betekent dat een profiel bij LinkedIn hoog in de zoekresultaten verschijnt. Datzelfde geldt voor een persoonlijke pagina bij Naymz. 'Naymz doet er alles aan om in de zoekresultaten van Google goed te scoren met jouw profielpagina.'

Grote kans dus dat iemand die jouw naam intypt bij Google de profielen op sites als LinkedIn en Naymz op de eerste pagina met resultaten ziet staan. Dat komt goed uit want op een dergelijke profielpagina kun je zelf bepalen wat voor informatie je over jezelf kwijt wilt. Je kunt er een korte biografie neerzetten en vermelden waar je hebt gewerkt.

Wil je liever dat mensen die naar je zoeken op je persoonlijke webpagina terechtkomen, dan is het verstandig om een domeinnaam te registreren met daarin je naam (dus bijvoorbeeld: jandevries.nl). 'Google is daar buitensporig gevoelig voor', stelt Van Ess. 'Als je zo'n domein hebt, ben je binnen. Desnoods kies je voor een adres dat eindigt op .eu of .tk.' Een .tk-adres (aan te vragen via www.dot.tk) heeft het voordeel dat het gratis is. In ruil daarvoor moet je wel reclame toelaten op je site. Een .eu-adres kun je bij een groot aantal providers registreren. De meeste aanbieders waar je een .nl-domein kunt registreren, bieden ook de mogelijkheid om een .eu-domein aan te vragen. Via de Google-zoekopdracht '.eu registreren' kun je ze vinden.

Om ervoor te zorgen dat Google je site goed indexeert, moet je op verschillende zaken letten, legt Paul Aelen, oprichter van het in zoekmachine-marketing gespecialiseerde bedrijf [Checkit](#) uit. 'Zorg ervoor dat de techniek van je website op orde is. Google stuurt een robotje langs om de pagina's van je site te indexeren. Door je site goed te bouwen, is het makkelijker voor Google om alle informatie te vinden. Als je je site regelmatig vernieuwt, dan zal de Google-bot vaker terugkomen en je pagina's beter en sneller in kaart brengen. Tot slot is het van belang dat anderen naar je site linken. Simpel gezegd: hoe meer links, hoe beter je scoort.'

Overigens bestaat er geen garantie dat Google alles wat je op internet zet, indexeert. 'Volgens de schrijftgeleerden ziet Google niet veel meer dan 25 procent van de openbare informatie op web', vertelt Van Ess.

Hoewel de meerderheid van de Nederlanders Google als standaard zoekmachine gebruikt, zijn er ook nog andere gereedschappen waarmee je gevonden kunt worden. Van Ess: 'Denk daarbij aan Live.com of Alltheweb/Yahoo.com.' (zie ook het kader met zoeklinks).

Vervelend

Wat moet je doen als iemand op internet iets vervelends over je schrijft? Of als je zelf per ongeluk een domme opmerking hebt achtergelaten? Het geheugen van internet werkt goed. 'Kranten vergelen, archieven zijn soms moeilijk toegankelijk', zegt Van Ess, 'maar dankzij Google is veel informatie maar één muisklik verwijderd.'

'De meeste mensen beginnen pas over hun online identiteit na te denken als het misgaat', vertelt Van Roij. 'Maar je moet je privacy voortdurend in de gaten houden. Iedere minuut van de dag.' Ook pagina's die al jaren geleden zijn verwijderd, zijn soms nog terug te vinden, via de dienst Archive.org.

Molensteen

Van Ess: 'Ik ben een keer gebeld door een gewezen wethouder die een blunder had gemaakt. Hij moest nu genoegen nemen met administratieve baantjes omdat zijn verleden dankzij internet als een molensteen om zijn nek bleef hangen. Hij voelde zich door Google tot de bedelstaf veroordeeld.'

In de Verenigde Staten doken vorig jaar bedrijfjes op die beloven dat ze vervelende zoekresultaten kunnen begraven, maar volgens Van Ess en Van Roij moet je daar niet al te hoge verwachtingen van hebben. Van Ess: 'De adviezen die zij verstrekken, zijn ook gewoon gratis terug te vinden op internet.'

Van Ess heeft wel wat adviezen voor wie af wil van onwelgevallige informatie. Neem om te beginnen contact op met de bron waar de informatie staat. 'Leg uit dat je er schade van ondervindt en vraag of de beheerder die informatie wil verwijderen. Als je je verzoek met goede redenen omkleedt, geven mensen daar in veel gevallen wel gehoor aan. Staat de ongewenste informatie in een forum, dan kun je daar je verhaal doen en uitleggen dat je het er niet mee eens bent.'

Als het niet op een vriendelijke manier lukt, kun je het altijd wat minder subtiel proberen op te lossen. 'Klaag bijvoorbeeld bij de provider waar de informatie online staat. Als je daar een beetje plechtig en deftig zegt dat je niet gediend bent van die informatie, zal de provider al snel contact opnemen met de beheerder.'

Tot slot kun je nog proberen om contact op te nemen met Google zelf. 'Ze zetten in veel gevallen alles op alles om rechtszaken te voorkomen, dus je maakt absoluut een kans als je klaagt dat er sprake is van smaad.'

Ook gepubliceerd op

