

Is jouw organisatie vindbaar in AI zoekmachines?

SDIM AI event
Door Daan Aussems

<https://www.linkedin.com/in/daan-aussems/>

Wat verstaan we onder AI-zoekmachines

LLM's waar mensen zoeken naar informatie

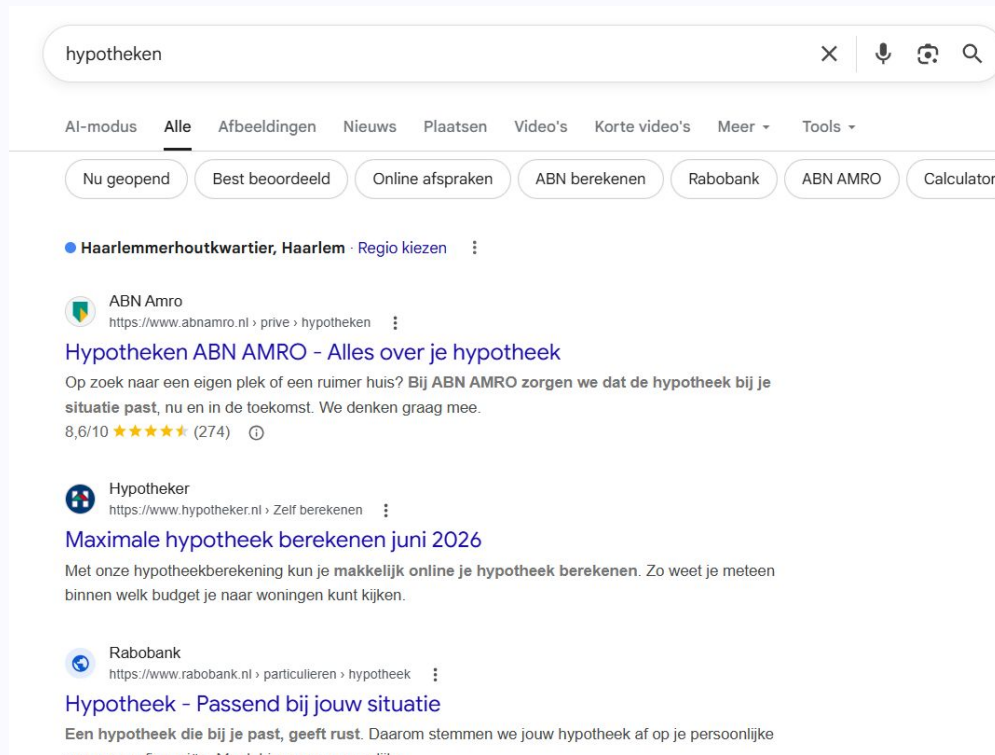
- ▶ ChatGPT (open AI)
- ▶ Claude (Anthropic)
- ▶ Gemini (Google)
- ▶ Perplexity
- ▶ Grok (SpaceX)
- ▶ Deepseek

Traditionele zoekmachines die gen-AI gebruiken voor totstandkoming van de zoekresultaten

- ▶ Google Search (AI Overviews en AI Mode)
- ▶ Microsoft Bing (Copilot)

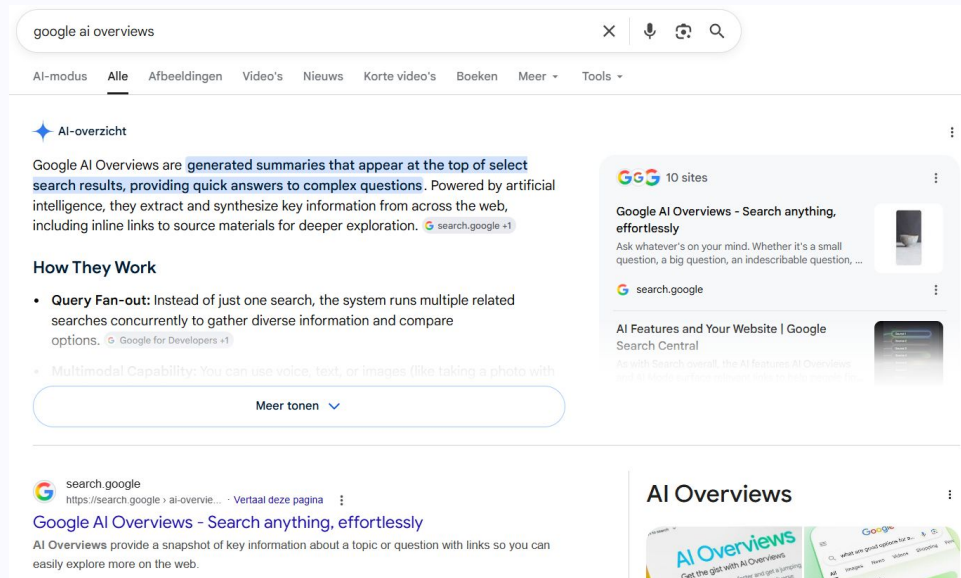
“Traditionele” zoekresultaten

- ▶ Geen AI features
- ▶ Klikbare links zichtbaar
- ▶ Duidelijk waar je op klikt



AI overviews

- ▶ AI gegenereerd antwoord vanuit een zoekopdracht
- ▶ Links zichtbaar onder AI overzicht
- ▶ Aan de rechterkant de bronnen



AI mode

- ▶ Uitgebreid AI gegenereerd antwoord op basis van diverse bronnen
- ▶ Geen links zichtbaar, er wordt aangestuurd op een vraag
- ▶ Aan de rechterkant de bronnen

The screenshot displays the Google AI Mode interface. At the top, there's a navigation bar with tabs: "AI-modus", "Alle", "Video's", "Afbeeldingen", "Nieuws", and "Meer". Below this, a list of features is shown:

- **Multimodaal zoeken:** Je kunt vragen stellen via tekst, spraak, afbeeldingen of live video.
- **Doorlopend gesprek:** Je kunt direct relevante follow-upvragen stellen zonder de context te verliezen.
- **Chrome-integratie:** In Google Chrome kun je AI Mode in een zijpaneel openen om vragen te stellen over de website of video die je op dat moment bekijkt. [search.google +5](#)

Below the list, a section titled "Hoe je AI Mode gebruikt" explains how to activate AI Mode in three ways:

1. **Google Zoeken:** Typ een vraag op [Google](#) en tik op de knop **AI Mode** (AI-modus) die onder de zoekbalk of als tabblad verschijnt.
2. **Google-app:** Open de Google-app op je telefoon en tik direct op het startschermbord op het **AI Mode-icoon**.
3. **Directe URL:** Navigeer in je browser rechtstreeks naar de officiële pagina [google.com/ai](#)

At the bottom, there's a search bar with the placeholder text "Stel je vraag" and a microphone icon.

On the right side, a sidebar shows "11 sites" related to the topic. The first site is "Wat is Google AI Mode en hoe bereid je je SEO-strategie erop voor?" with a snippet: "Wat is AI Mode eigenlijk? AI Mode is Google's conversationele zoekervaring...". Below it is "Traffic Builders". The second site is "Google AI Mode - a new way to search, whatever's on your mind" with a snippet: "the best of the web. AI Mode connects you to high quality information from the best o...". Below it is "search.google". The third site is "AI-modus in Search Labs - Android - Google Zoeken Help" with a snippet: "Aan de slag met de AI-modus in Search Labs * Open een browser op je Android-apparaat. * Zorg dat je bent ingelog...". Below it is "Google Help". At the bottom of the sidebar is a button labeled "Alles tonen".

Whats New in Search



**“Grootste search
verandering in afgelopen 25
jaar”**

Van “search” naar “ask”



**In staat langere zoekopdrachten te
begrijpen en op basis daarvan een
beter antwoord te genereren**

Je eigen search agents

**Google brengt personal intelligence
naar search**

Koppeling van Google producten (Gmail, photo's, calender) in Search

Is Google in de toekomst dan nog wel een zoekmachine?

SEJToday

June 4, 2026, Thursday

In partnership with



**Google CEO Sundar Pichai Is OK
With AI Mode Replacing Classic
Search**



@scrindonguloder 10 days ago 40 subscribers

"you WILL consume ai slop and you WILL be happy"

👍 297 🗨️ Reply



@remicon73 12 days ago 6 subscribers

this is the best advertisement for letting people know it's time to get a different search engine

👍 1.3K 🗨️ Reply



@mads_in_zero 12 days ago 211 subscribers

I like how this trailer is mostly about how slick the UI is, rather than anything as unimportant as the results.

👍 1K 🗨️ Reply



@ETownLive 12 days ago 187 subscribers

Dawg I just want a search engine, why is this so hard?

👍 1.1K 🗨️ Reply



@Tooma8Channel 11 days ago 1.71K subscribers

"How can we improve our search engine?"
"Just remove the search engine."

👍 229 🗨️ Reply



@TheCirrusIce 12 days ago

Billionaires: I just can't get enough

👍 492 🗨️ Reply



@adam434_ 11 days ago 7 subscribers

Okay, how do I turn it off?

👍 713 🗨️ Reply



@akemi898 12 days ago

You know it's a successful product because they have to keep shoving it down our throats to pump the numbers.

👍 562 🗨️ Reply



@JackDanger99 12 days ago 2 subscribers

Welcome to the Dystopian Hellscape era of Search.

👍 508 🗨️ Reply



@TheAwesomeHyperon 11 days ago (edited) 5.78K subscribers

I do not understand why this is so so hard for them to understand: WE DON'T WANT AI.

👍 79 🗨️ Reply

Nuance:

**Dit wordt voorlopig niet de standaard
in search**

**Maar search is wel enorm aan het
veranderen**

Google

Nieuwe features zoals AI overviews en AI mode zorgen ervoor dat website klikken schaarser worden. Vragen worden steeds vaker binnen Google al beantwoord

Social media

Socials worden steeds vaker gebruikt als zoekmachine of als aankoop mechanisme. Denk aan TikTok (search en shop), Pinterest, YouTube

LLM's

Mensen gaan het gesprek aan met LLM's. Minder gebruik van keywords maar veel meer context en vraag gestuurd. Dit betekent snellere en uitgebreidere antwoorden

Agentic search

Je hoeft zelf niet meer te zoeken. Je geeft input/output en de agent gaat voor jou op zoek naar de juiste informatie. Dit zorgt voor snellere en persoonlijkere informatie

1. De klik van een persoon naar een website wordt steeds schaarser

**AI overviews worden voor meer
75% van de zoekopdrachten
getoond in de EU, bijna 90% van
de gevallen in de US**

**60% van de zoekopdrachten
resulteert niet meer in een klik**

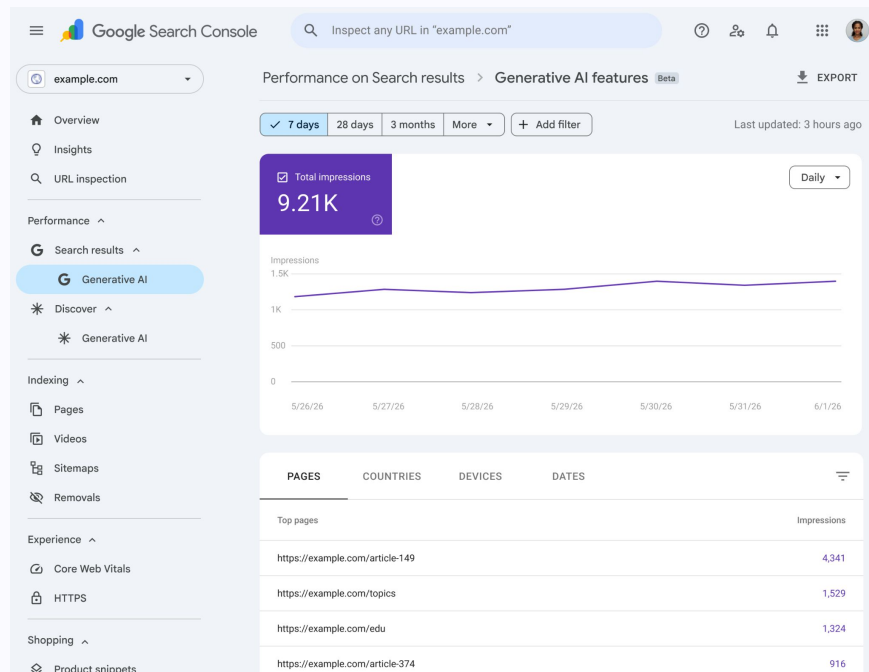
AI Overviews availability over time

■ Peec AI



13 months · April 2025 → April 2026

**Vers van de pers:
Er komt een AI overviews/AI
mode report in Google Search
Console (zonder klikken,
zonder zoekopdrachten)**



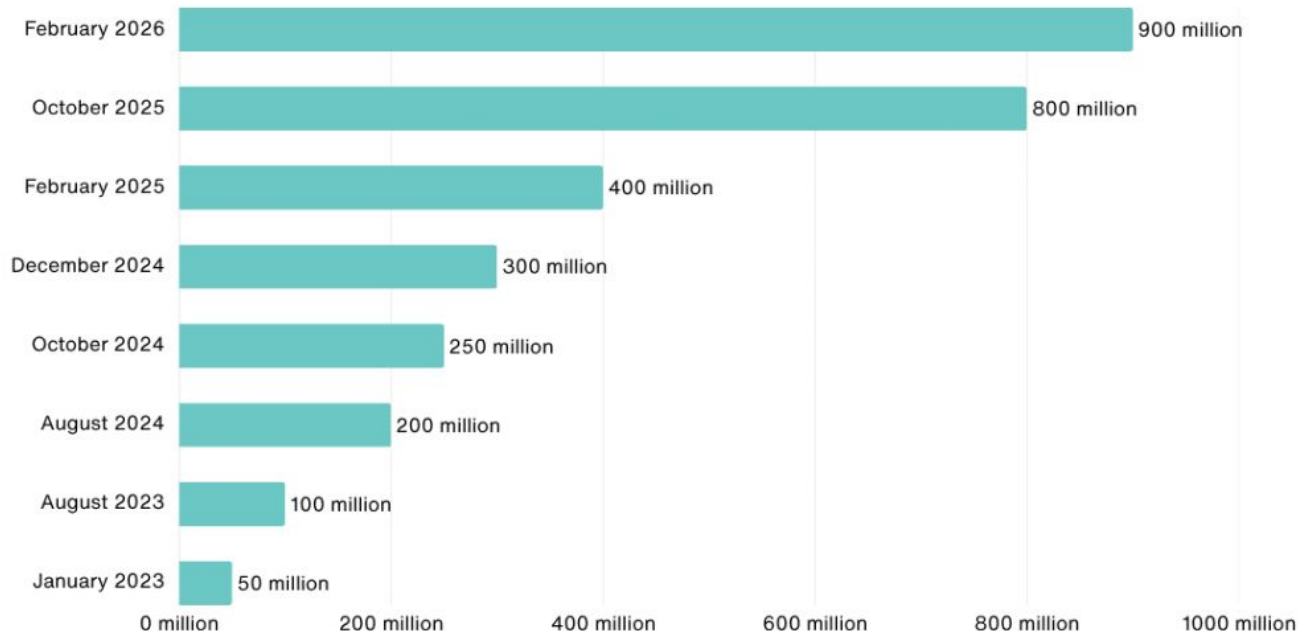
**2. De systemen zijn ontworpen om
je zo lang mogelijk op het platform
te houden**

**De komst van AI overviews heeft ervoor
gezorgd dat gebruikers bijna 4 keer zo lang op
het Google platform blijven**

3. Search wordt steeds **persoonlijker**

**4. Niet enkel meer Google, steeds
meer focus op vindbaarheid in LLM's**

**Wie van jullie gebruikt ChatGPT, Claude,
Perplexity of Gemini als (standaard)
zoekmachine?**



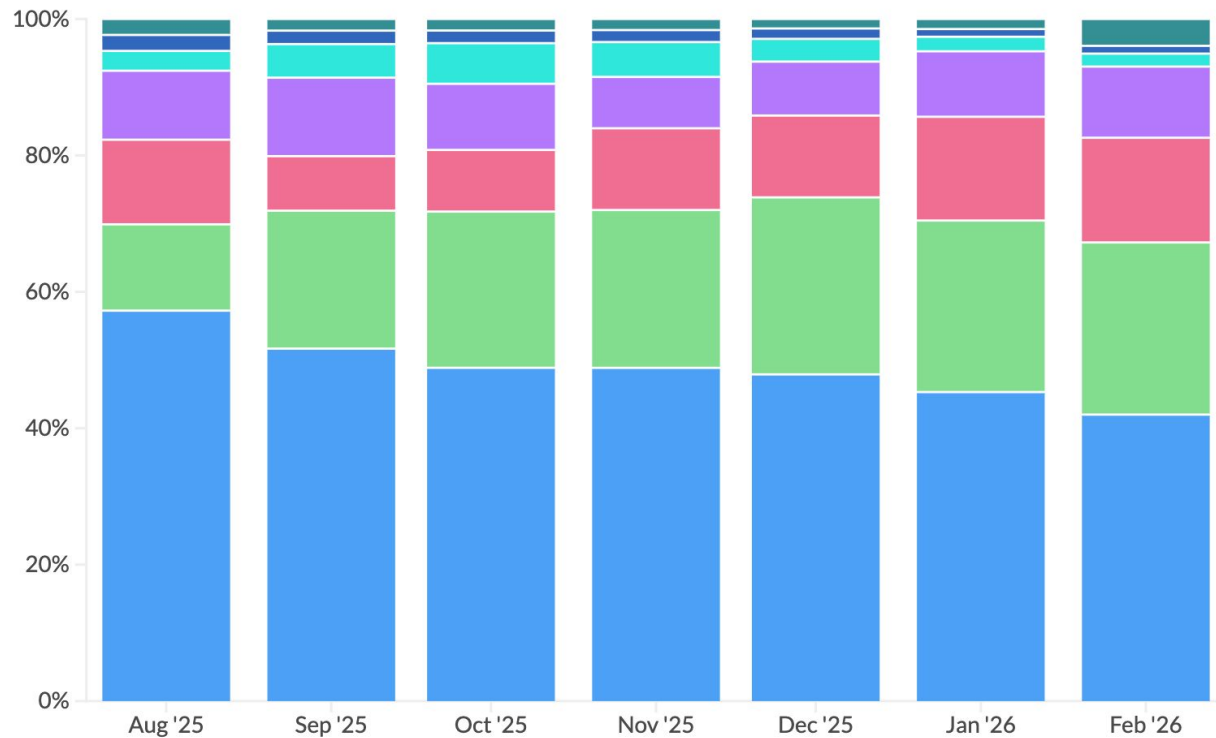
ChatGPT's Weekly Active Users

demand**sage**

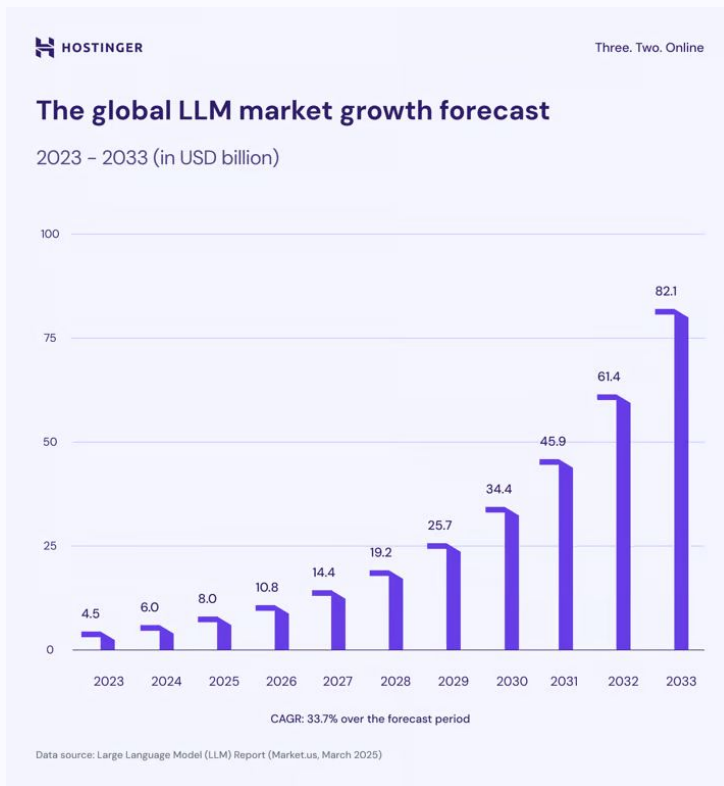
Gen AI Chatbot Market Share

Mobile app DAU, U.S.

ChatGPT Gemini Grok Copilot Perplexity DeepSeek Claude



Verwachte groei LLM markt

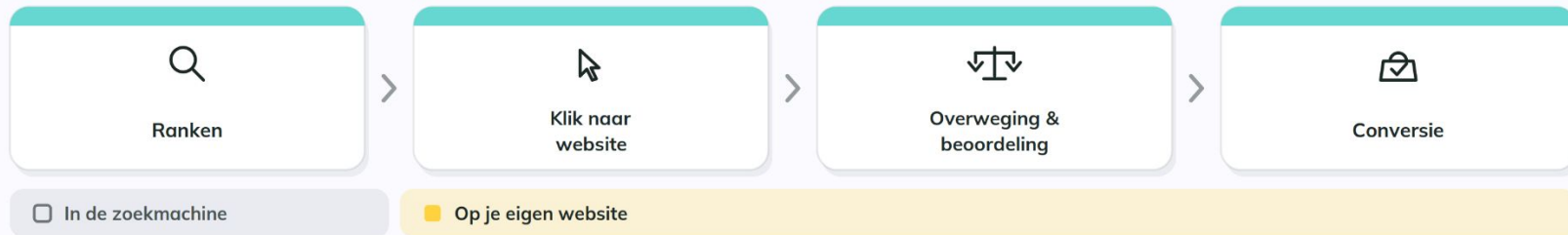


**De klantreis verschuift zich naar
oriëntatie voordat een websitebezoek
plaatsvindt**

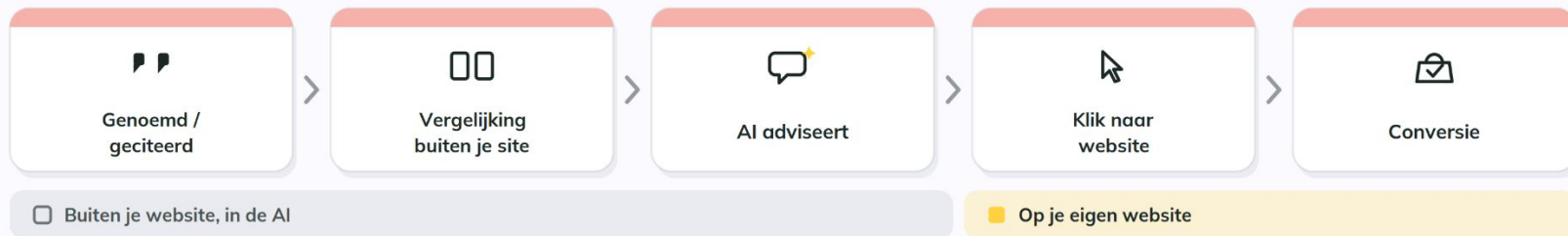
Nieuw fenomeen
GEO (generative engine optimization)



■ ZO WERKT SEO (TRADITIONEEL)



■ ZO WERKT GEO (AI-ZOEKMACHINES)



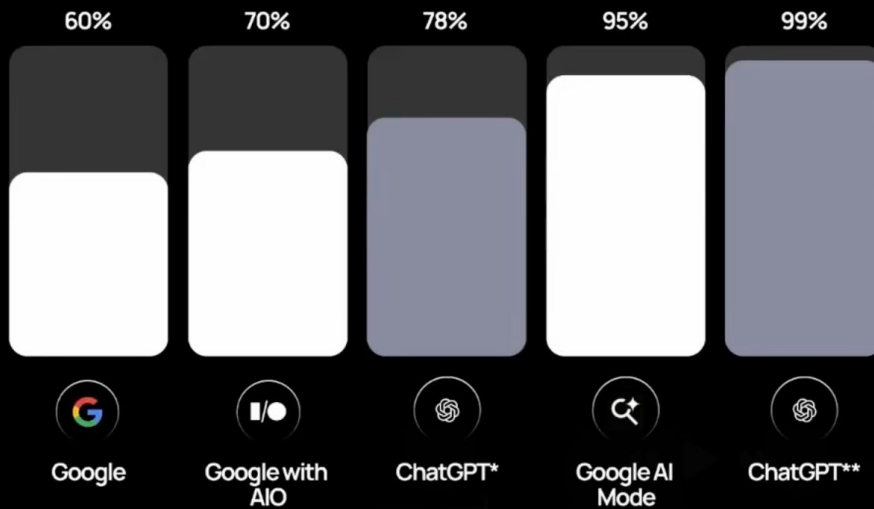
Het verschil

In SEO doet je website het overtuigingswerk. In GEO gebeurt dat al in de AI, buiten je site om. Wil je meetellen, dan moet je merk eerder genoemd en geciteerd worden, niet pas bij de klik.

State of Search

Zero Click

Moving from blue links to conversation



**Hoe word ik (beter/vaker)
gevonden/aanbevolen in AI zoekmachines
zoals ChatGPT en AI overviews/mode?**

Start met het meten van jouw AI vindbaarheid

1. Vraag het direct aan de klant/lead

Vraag het je klant en sla op in je CRM

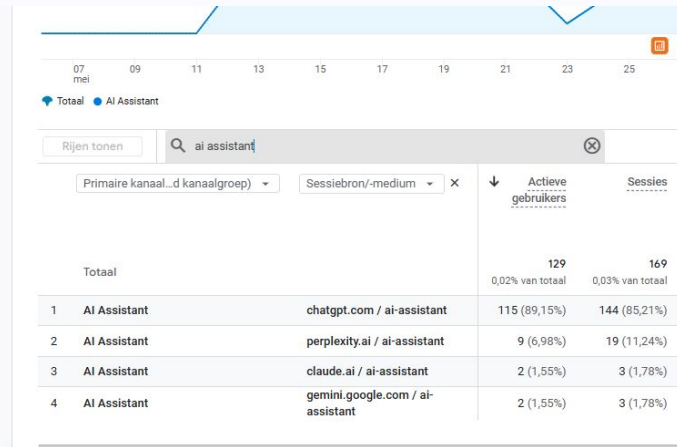
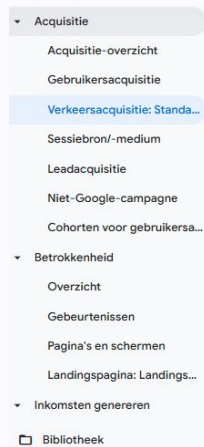
- ▶ Een manier om dit te doen is bij de aankoop/aanvraag een formulier toe te voegen met “Hoe heeft u ons gevonden?” Plaats daar de mogelijkheid; via ChatGPT/Gemini/Claude

Het is de meest directe manier om te vragen of een conversie heeft plaatsgevonden via AI

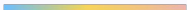
2. Toesetting AI bronnem in Google Analytics

Attributie zichtbaar in GA4

- ▶ Inzicht in websiteverkeer en conversies **direct** vanuit LLM's
- ▶ Inzicht in **welke pagina's, diensten, producten** direct worden bezocht vanuit AI
- ▶ Er is een AI assistent zichtbaar als channel group in GA4
- ▶ GA4 data is **niet heel betrouwbaar**. In de meeste gevallen valt verkeer onder kanaal "direct" omdat er geen referrer wordt meegestuurd
- ▶ In Piwik of Piano moet je aan **aparte kanaalgroep** aanmaken en de AI bronnen groeperen



Attributie zichtbaar in GA4



▶ **Actie 1:**

Neem AI als aparte bron mee in je dashboarding.

Hou er echt rekening mee dat in veel gevallen het wordt toegekend aan direct en dus een richting is en geen waarheid.

▶ **Actie 2:**

Bekijk of je overeenkomsten ziet tussen pagina's waar mensen via AI bronnen op landen.

3. Wordt de website gebruikt in LLM's?

Server logs: Wordt jouw website gebruikt door LLM's?

- ▶ Een log registreert alle gebeurtenissen op je server waaronder website bezoeken
- ▶ Ze geven informatie zoals het IP adres, datum/tijdstip, opgevraagde URL en type bot (Googlebot, ChatGPT bot, Bingbot etc)
- ▶ Aan de hand van de server logs kan je zien welke bots op de website komen en geven inzicht in hoe vindbaar je bent in LLMs

1. Word je website gebruikt voor het trainen van het model

- ▶ GPTBot is de eerste stap in het trainen van het model. Het wordt gebruikt voor het crawlen van content die kan worden ingezet voor het trainen van onze generatieve AI-basismodellen.

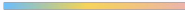
Actie:

Check (samen met je developer) of je website wordt gecrawld door GPTBot (ChatGPT), ClaudeBot (Claude) en Google-Extended (Gemini)

Let op:

Er zijn websites die deze bots expres blokkeren omdat deze kiezen om AI modellen niet te laten trainen op hun data.

2. Word je website als bron gebruikt



- ▶ OAI-SearchBot is bedoeld voor zoekopdrachten. OAI-SearchBot wordt gebruikt om websites weer te geven in de zoekresultaten binnen de zoekfuncties van ChatGPT. Ze geven aan of je geciteerd wordt als bron

Actie:

Inzicht het aantal triggers van user agents zoals OAI-SearchBot, Claude SearchBot en PerplexityBot geeft ongeveer aan of je als bron wordt meegenomen in het tot stand komen van zoekresultaten

2. Word je website als bron gebruikt

Wat zijn de meest populaire hardloopmerken

Ik kijk dit even breed aan: niet alleen "bekende sportmerken", maar vooral merken die sterk zijn binnen hardloopschoenen en hardloepkleding.

Nagedacht gedurende 11s >

De meest populaire hardloopmerken zijn vooral deze:

Merk	Bekend om
Nike	Pegasus, Vaporfly, Alphafly; sterk in wedstrijdschoenen en performance
ASICS	Novablast, Gel-Nimbus, Metaspeed; heel populair bij dagelijkse training
HOKA	Clifton, Bondi, Mach; veel demping en populair bij lange afstanden
Brooks	Ghost, Glycerin, Adrenaline; comfortabel en betrouwbaar
New Balance	1080, Rebel, SC Elite; goede mix van comfort en snelheid
Saucony	Ride, Triumph, Endorphin-serie; sterk voor tempo en wedstrijd
Adidas	Adizero, Boston, Takumi Sen; vooral sterk bij snelle schoenen
On Running	Cloudmonster, Cloudsurfer; populair door design en comfort
PUMA	Deviate Nitro, Velocity Nitro; sterk op prijs/kwaliteit en snelheid
Mizuno	Wave Rider, Wave Sky; betrouwbaar, iets traditioneler
Salomon	Trailrunning, grip en outdoor
Altra	Brede teenbox en zero/low drop schoenen

Als je puur kijkt naar populariteit onder hardlopers, dan zie je vooral **ASICS**, **Nike** en **HOKA** heel vaak terug. In Strava's 2025-data kwam de **ASICS Novablast** zelfs naar voren als meest gebruikte hardloopschoen, vóór bekende modellen als de Nike Pegasus en HOKA Clifton.

Delen ... Templates

Activiteit · 11s

Denkt na

Zoeken naar populaire hardloopschoenen merken 2026

www.runnersworld.com
www.t3.com
www.outdoorgearlab.com
nog 13

Nagedacht gedurende 11s
Gereed

Bronnen · 20

T3

The top running shoe on Strava in 2025 isn't the Pegasus ... - T3

3 december 2025 — 2 Dec 2025 — The most-used running shoe on Strava in 2025 was the ASICS...

Women's Health

The Top 3 Running Shoes Of 2025, According To Strava's Yearly Report

According to Strava's 2025 yearly report, the top three running shoes are: 1. **ASICS Novablast 5** – Priced...

runnersworld.com

Runner's World Shoe Awards 2026 - Training Shoes

Gisteren — Runner's World's 2026 Training Shoe Awards feature an expansive review of the best daily...

outdoorgearlab.com

10 Best Running Shoes of 2026 | Lab Tested & Ranked

14 May 2026 — We run more than 50 miles in every pair of shoes we test, putting top models head to...

outdoorgearlab.com

10 Best Running Shoes of 2026 | Lab Tested &

3. Hoe ben je zichtbaar bij gebruikers



- ▶ ChatGPT-User wordt gebruikt voor bepaalde acties van gebruikers in ChatGPT en Custom GPT's. Dit zijn vertoningen van pagina's van echte gebruikers. Een gebruiker doet een prompt en jouw informatie is zichtbaar in het antwoord.

Dit komt het meest dichtbij hoe zichtbaar je bent bij gebruikers. In je server logs heb je inzicht in de pagina's.

3. Hoe ben je zichtbaar bij gebruikers

Als je specifiek naar een marathon traint, dan zou ik de Amacx-producten opdelen in twee lijnen:

1. **Energy Line** → voor de meeste recreatieve lopers (tot ±60 gram koolhydraten per uur)
2. **Turbo Line** → voor snelle halve en hele marathons (60-120 gram koolhydraten per uur) Amacx... +1

Voor jouw doel (sub-40 op de 10 km en een marathon over 3 maanden) zou ik vooral naar de **Turbo Line** kijken.

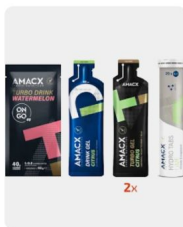
Aanrader voor jouw marathonvoorbereiding



Amacx Turbo Gel
€ 2,75 • Gel met hoge reviews, ideaal voor sportvoeding.
★ 4,7



Amacx Drink Gel
€ 2,25 • Energiegel met snelle opname, populair onder atleten.
★ 4,8



Amacx Marathon Deal
€ 32,50 • Complete marathonpakket met goede prijs-kwaliteitverhouding.

Belangrijkste producten

Product	Koolhydraten	Wanneer gebruiken
Amacx Turbo Gel	40 g	Marathon, lange duurlopen
Amacx Drink Gel	30 g	Trainingen tot 2 uur
Amacx Drink Gel Cola Cafeine	30 g + cafeïne	Laatste deel wedstrijd
Amacx Marathon Deal	Mixpakket	Marathontraining testen

+ Stel een vraag

Instant



ChatGPT kan fouten maken. Controleer belangrijke informatie.

Dicteren Ctrl + Shift + D



Amacx Drink Gel

★ 4,8 (423)

Velo Sportvoeding

Online op voorraad, Bezorging op uiterlijk ma € 4,92

€ 7,17

Bezoeken

Trail.nl

Online op voorraad, Gratis bezorging op de volgende dag bij bestellingen van € 50+

€ 9,45

Bezoeken

Duursport

Online op voorraad, Bezorging voor € 4,95

€ 7,54

Bezoeken

Wat je moet weten

De Amacx Drink Gel is ideaal voor duursporters die behoefte hebben aan snelle en langdurige energie tijdens intensieve inspanningen. Het vloeibare formaat maakt het gemakkelijk te gebruiken zonder extra water, waardoor de aangenamere smaak en samenstelling die de energietoevoer

Opvolgen

01



Zit je in het model?

CRAWLERS

GPTBot

ClaudeBot

Google-Extended

DOEL

Wordt gebruikt voor het crawlen van content die kan worden ingezet voor het trainen van onze generatieve AI-basismodellen.

ACTIE

Check samen met je developer of deze bots je site crawlen.

02



Word je geciteerd als bron?

CRAWLERS

OAI-SearchBot

Claude SearchBot

PerplexityBot

DOEL

OAI-SearchBot wordt gebruikt om websites weer te geven in de zoekresultaten binnen de zoekfuncties van ChatGPT. Ze geven aan of je geciteerd wordt als bron.

ACTIE

Het aantal triggers van user agents zoals OAI-SearchBot, Claude SearchBot en PerplexityBot geeft ongeveer aan of je als bron wordt meegenomen in het tot stand komen van zoekresultaten.

03



Ben je zichtbaar bij gebruikers?

CRAWLERS

ChatGPT-User

DOEL

Dit zijn vertoningen van pagina's van echte gebruikers. Een gebruiker doet een prompt en jouw informatie is zichtbaar in het antwoord.

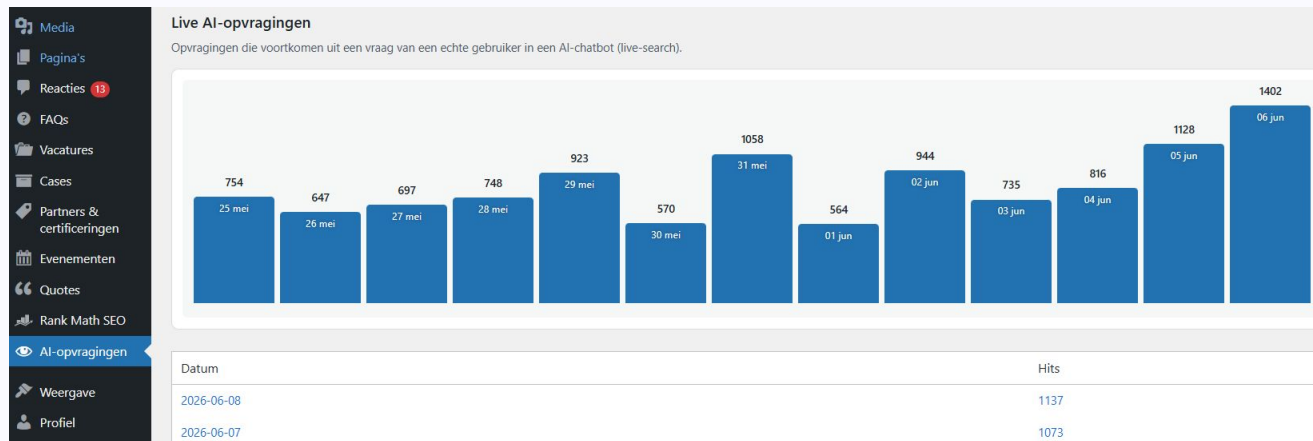
ACTIE

Track hoe vaak en op welke pagina's dit gebeurt. Dit komt het dichtst bij je werkelijke zichtbaarheid bij gebruikers.

⚠ Let op: sommige sites blokkeren GPTBot, ClaudeBot en Google-Extended bewust, om AI-modellen niet op hun data te laten trainen. De informatie zegt niet direct iets over de hoeveelheid gebruikers, aangezien veel verschillende pagina's gebruikt kunnen worden als bron en zichtbaarheid bij gebruikers.

Uitdaging

Server logs zijn niet altijd beschikbaar voor het team vanwege verschillende redenen. Er komen wel steeds meer tooltjes op de markt om dit beter begrijpelijk te maken



**4. Wordt je genoemd wanneer mensen zoeken
in LLM's op informatie waar je zichtbaar wil
zijn?**

Prompt tracking

Prompt tracking

- ▶ Met prompt tracking track je prompts die gebruikers mogelijk zouden kunnen gebruiken in LLM's
- ▶ Wat weet AI over jouw organisatie, wat niet en is dit kloppend?
- ▶ Je gaat na wat het sentiment is van jouw organisatie in LLM's
- ▶ Hiermee vorm je een beeld of jij zichtbaar bent/als bron wordt genoemd in LLM's bij belangrijke vragen van gebruikers t.o.v. concurrentie
- ▶ Je kan evalueren waarom wel/niet jij als bron wordt genoemd en of daar acties nodig zijn



BETROUWBAARHEID & MEETBAARHEID

hoog

laag

INZICHT IN JE ZICHTBAARHEID BIJ DE DOELGROEP

weinig

veel

1



Vraag het de klant

Vraag bij aankoop of lead direct wat de bron was.

KPI

Conversiedata uit AI

WAT JE LEERT

Harde bron, maar weinig zicht op LLM-gebruik.

2



Attributie in GA4

Laat GA4 verwijzingen uit LLM's zelf herkennen.

KPI

Aantal websitebezoeken uit AI

WAT JE LEERT

Betrouwbaar signaal in je eigen rapportage.

3



Server logs

Zie welke AI-crawlers en bots je website bezoeken.

KPI

Aantal bronbenoemeningen in AI

WAT JE LEERT

Wat AI buiten je site met je content doet.

4



LLM-monitoring

Vraag de LLM's zelf hoe vaak je merk opduikt.

KPI

AI Share of Voice
marktaandeel vs. concurrentie

WAT JE LEERT

Hoe zichtbaar je bent t.o.v. je concurrenten.

☒ Inzicht vanuit je eigen website

☐ Inzicht buiten je eigen website

**Bepaal waarop je beter gevonden wil worden
en/of meer inzicht in wilt**

De uitdaging

- ▶ Er is niet zoiets als een keyword tool voor ChatGPT of een ChatGPT analytics. Dus je hebt eigenlijk niet direct inzicht in hoe mensen ChatGPT en andere LLM's gebruiken
- ▶ De output verschilt per persoon op basis van locatie en eerder prompt gebruik en kan per keer dat je het opvraagt verschillen
- ▶ De output verschilt per AI systeem (Claude, Gemini, ChatGPT) en per model (ChatGPT 4, 4o, 5, 5.5)

Hoe kies je de juiste prompts?

- ▶ Gebruik input vanuit meerdere teams:
 - Zoekdata (wat zijn populaire zoekopdrachten die mogelijk ook gebruikt worden als prompt)
 - Input vanuit klantenservice, PR & data
- ▶ Categoriseer je prompts
 - Op basis van doelgroep/industrie
 - Op basis van aanbod (producten/service)
 - Type prompts
 - Brand/non-branded
 - Informatief
 - Vergelijking
 - Commercieel
 - Juistheid qua output
- ▶ Kies prompts die een bron weergeven

Trainingsdata

Wanneer is Nike opgericht?

Een paar seconden nagedacht >

Nike is opgericht op 25 januari 1964.

Het bedrijf heette toen nog **Blue Ribbon Sports** en werd opgericht door **Phil Knight** en **Bill Bowerman**. In **1971** veranderde de naam naar **Nike**.



Trainingsdata + search

Wat zijn de meest populaire hardloopmerken

Delen ... Templates

Ik kijk dit even breed aan: niet alleen "bekende sportmerken", maar vooral merken die sterk zijn binnen hardloopschoenen en hardloopkleding.

Nagedacht gedurende 11s >

De meest populaire hardloopmerken zijn vooral deze:

Merk	Bekend om
Nike	Pegasus, Vaporfly, Alphafly; sterk in wedstrijdschoenen en performance
ASICS	Novablast, Gel-Nimbus, Metaspeed; heel populair bij dagelijkse training
HOKA	Clifton, Bondi, Mach; veel demping en populair bij lange afstanden
Brooks	Ghost, Glycerin, Adrenaline; comfortabel en betrouwbaar
New Balance	1080, Rebel, SC Elite; goede mix van comfort en snelheid
Saucony	Ride, Triumph, Endorphin-serie; sterk voor tempo en wedstrijd
Adidas	Adizero, Boston, Takumi Sen; vooral sterk bij snelle schoenen
On Running	Cloudmonster, Cloudsurfer; populair door design en comfort
PUMA	Deviate Nitro, Velocity Nitro; sterk op prijs/kwaliteit en snelheid
Mizuno	Wave Rider, Wave Sky; betrouwbaar, iets traditioneler
Salomon	Trailrunning, grip en outdoor
Altra	Brede teenbox en zero/low drop schoenen

Als je puur kijkt naar populariteit onder hardlopers, dan zie je vooral **ASICS**, **Nike** en **HOKA** heel vaak terug. In Strava's 2025-data kwam de **ASICS Novablast** zelfs naar voren als meest gebruikte hardloopschoen, vóór bekende modellen als de Nike Pegasus en HOKA Clifton.

Activiteit · 11s

Denkt na

Zoeken naar populaire hardloopschoenen merken 2026

www.runnersworld.com

www.t3.com

www.outdoorgearlab.com

nog 13

Nagedacht gedurende 11s

Gereed

Bronnen · 20

T3

The top running shoe on Strava in 2025 isn't the Pegasus ... - T3

3 december 2025 — 2 Dec 2025 — The most-used running shoe on Strava in 2025 was the ASICS...

Women's Health

The Top 3 Running Shoes Of 2025, According To Strava's Yearly Report

According to Strava's 2025 yearly report, the top three running shoes are: 1. **ASICS Novablast 5** – Priced...

runnersworld.com

Runner's World Shoe Awards 2026 - Training Shoes

Gisteren — Runner's World's 2026 Training Shoe Awards feature an expansive review of the best daily...

outdoorgearlab.com

10 Best Running Shoes of 2026 | Lab Tested & Ranked

14 May 2026 — We run more than 50 miles in every pair of shoes we test, putting top models head to...

outdoorgearlab.com

10 Best Running Shoes of 2026 | Lab Tested &

Voorbeeld LRQA

- ▶ LRQA helpt bedrijven en organisaties te bewijzen dat ze voldoen aan wet- en regelgeving, internationale (ISO) normen en hun eigen kwaliteitsbeloften.
- ▶ Competitieve markt met een aantal grote aanbieders
- ▶ Duidelijke wens om zichtbaarheid om vindbaarheid in AI te vergroten

Voorbeeld LRQA

- ▶ Op basis van belangrijkste business units
 - Allesomvattend (accreditatie en certificering)
 - Verschillende ISO certificeringen (8)
 - Training en opleiding
- ▶ Op basis van hoe mogelijk beslissingsmakers kunnen zoeken:
 - Verschillende functies
 - Verschillende industrieën/sectoren
 - Verschillende type bedrijven
- ▶ Op basis van verschillende intenties
 - Vergelijking tussen concurrentie
 - Hoe LRQA naar voren komt als brand
 - Thought leadership

KPI's

- ▶ LRQA **mention rate**: Percentage van alle prompts waarin LRQA wordt genoemd, (evt. per LLM) t.o.c. concurrentie
- ▶ Category **share of voice**: AI zichtbaarheid per business unit/categorie t.o.v concurrenten
- ▶ **Visibility score**: Score vanuit de prompt tracking tool vanuit % dat jij als bron bent geciteerd in het antwoord

Tip!

**Start klein (10-20 prompts) en maak een
mogelijk een business case (prompt tracking
is relatief duur)**

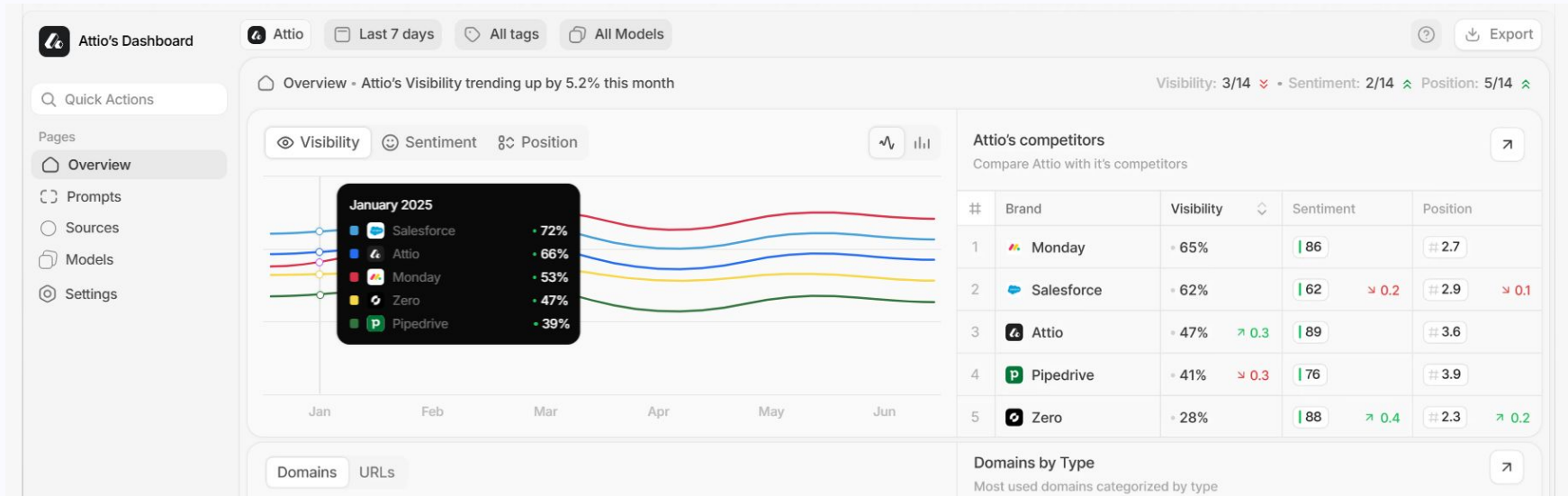
Kies de tooling die bij je past

Tooling keuze

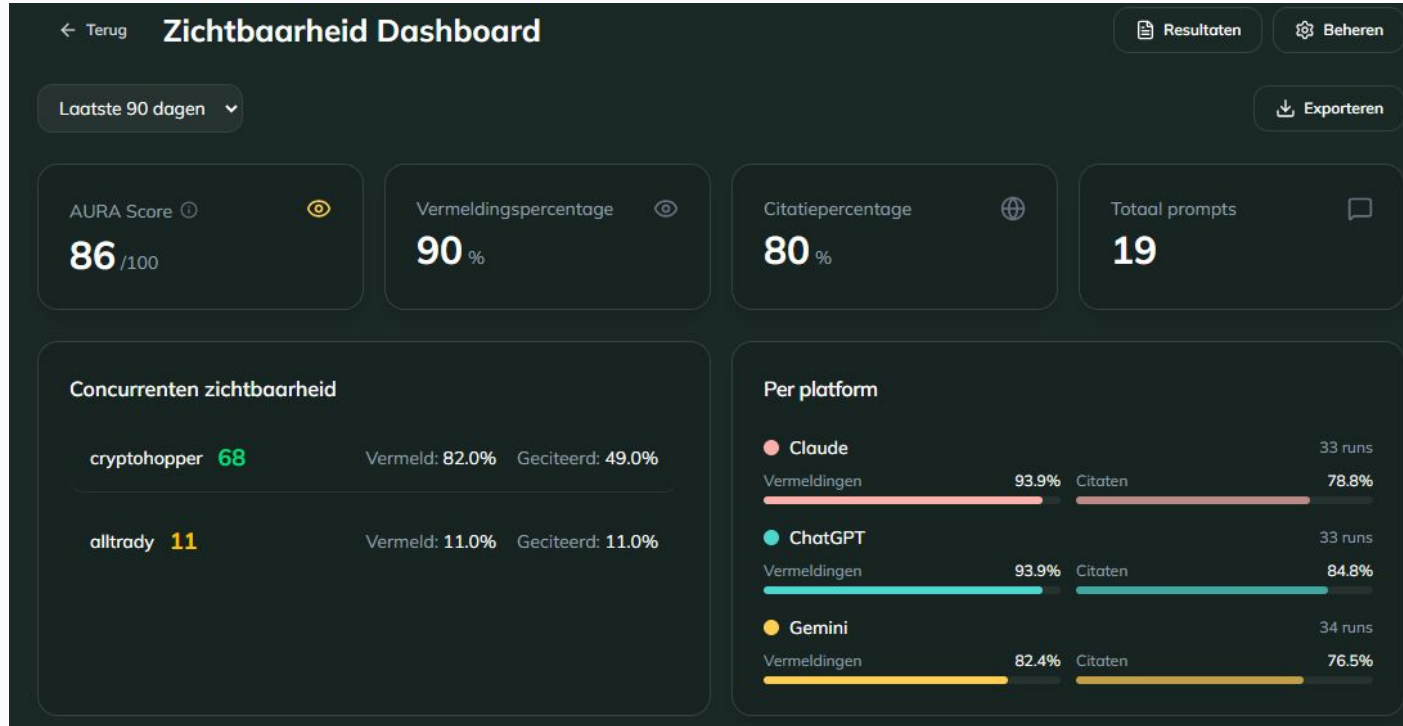
- ▶ Elke tool biedt de mogelijkheid om prompts te tracken en inzicht te bieden of jij wordt genoemd in deze prompts t.o.v. concurrenten
- ▶ Weten dat je wel/niet genoemd wordt is één ding maar je wil ook de bronnen zien die gebruikt zijn voor het antwoord om daar op in te spelen
- ▶ Geeft de tool ook de mogelijkheid om in te zien hoe er over je merk gedacht wordt en waar mogelijk content gaps zijn
- ▶ Sommige tools kopen clickstream data en hebben beter inzicht in hoe mensen LLM's gebruiken
- ▶ Pricing. De tools zijn niet goedkoop.
- ▶ Hoeveel mensen gaan de tool gebruiken



Tooling keuze



Tooling keuze



Wat moet ik doen om (beter) vindbaar te zijn?

Van prompt naar output

1

Vraag gebruiker

De gebruiker stelt een vraag of geeft een opdracht.

GEBRUIKER



✦ WAT ER IN DE AI GEBEURT

2

Intentie begrijpen

Het model bepaalt wat de gebruiker echt wil weten.

3

Context verzamelen

Eerdere berichten, voorkeuren en situatie worden meegenomen.

4

Relevante bronnen selecteren

Het model kiest welke informatie en bronnen ertoe doen.

5

Entiteiten beoordelen

Merken, producten en namen worden gewogen op relevantie en vertrouwen.

6

Antwoord opstellen

Alles komt samen tot een helder antwoord.



Hier telt je AI-zichtbaarheid

Je merk moet hier al genoemd en geciteerd zijn.

7

Gebruiker ziet output

De gebruiker krijgt het antwoord te zien, vaak zonder klik naar je site.

GEBRUIKER



**Je website moet bereikbaar zijn voor
LLM's**

Bereikbaarheid website

- ▶ Crawlers zijn niet geblokkeerd via robots.txt/server/CloudFlare
- ▶ Je zichtbaarheid van de content niet afhankelijk is van JavaScript. AI agents kunnen de website niet bereiken als content pas beschikbaar is na het renderen van JavaScript
- ▶ De website moet ook daadwerkelijk zijn in de index van Google of Bing wanneer ChatGPT over gaat op een “live search”

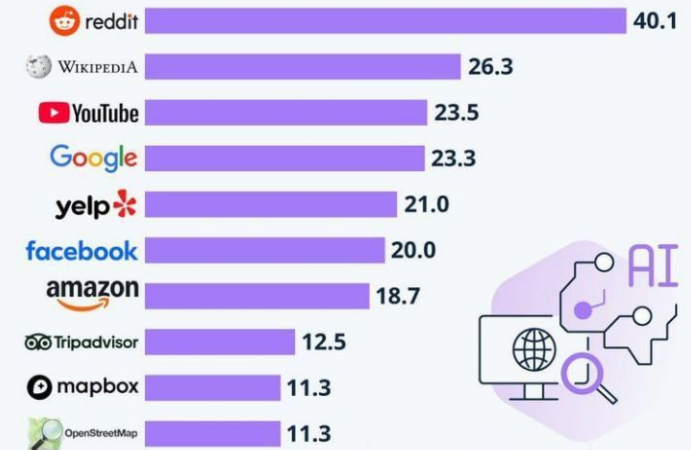
**Op welke bronnen worden de modellen
getraind?**

Bronnen die het meest gebruikt worden in LLM's

- ▶ Openbare internet (en grote openbare databases zoals CommonCrawl)
- ▶ Encyclopedieën zoals Wikipedia
- ▶ Social media en discussieplatformen (User generated content)
 - ▶ Reddit
 - ▶ YouTube
 - ▶ LinkedIn
 - ▶ Facebook
 - ▶ Medium
- ▶ Third-party review sites
- ▶ Voor specifieke doeleinden zoals codering: GitHub

Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)

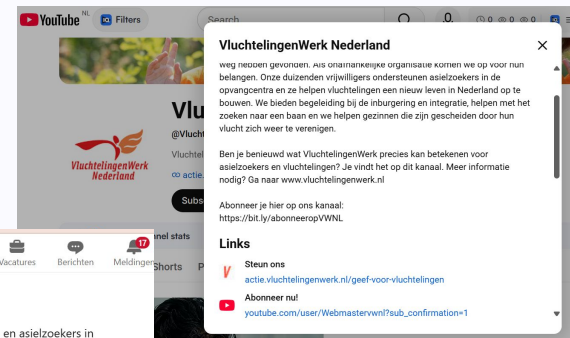
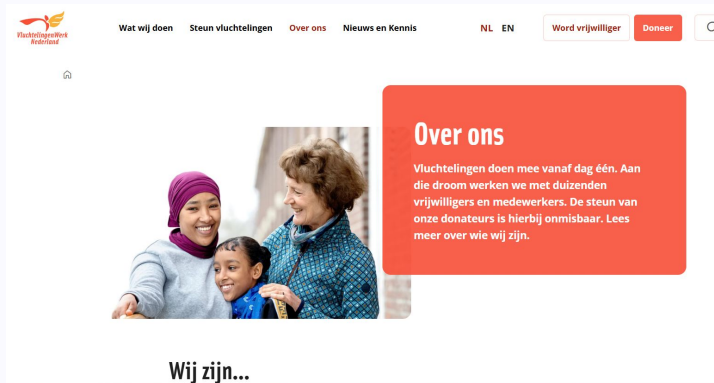


* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush

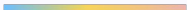


To do:

- Zorg ervoor dat je (zo consistent en uitgebreid mogelijk) informatie geeft over je organisatie op de bronnen die je zelf beheert (website + social media kanalen)



To do:



- ▶ Wees kwalitatief en uniek in je content.

Hoewel LLM's taal voorspellen, probeert men data uit onbetrouwbare bronnen te minimaliseren om hallucinaties te voorkomen.

To do:

- ▶ Indien mogelijk creëer/pas je Wikipedia aan. Dit is een belangrijke trainingsbron voor LLM's

Inhoud verbergen

Naar boven

Geschiedenis

Uitbreiding naar nieuwe domeinen

Verzelfstandiging (2021)

Leiderschap

Activiteiten

Acquisities

LRQA in Nederland

Zie ook

Externe links

LRQA

Talen toevoegen

Artikel

Overleg

Lezen

Bewerken

Brontekst bewerken

Geschiedenis

Hulpmiddelen

Uit Wikipedia, de vrije encyclopedie

LRQA is een van oorsprong Brits internationaal bedrijf dat zich bezighoudt met testen, inspectie en [accreditatie](#). In Nederland is LRQA een [aangemelde \(keurings\)instantie \(AKI\)](#). Daarnaast is het bedrijf actief op het gebied van [cybersecurity](#) en advies omtrent [duurzaamheid](#) en [ESG](#). Het hoofdkantoor staat in [Birmingham](#). Het kantoor van LRQA Nederland is gevestigd in Rotterdam. Het bedrijf is sinds 2021 afgesplitst van Lloyd's Register en eigendom van [Goldman Sachs](#).^[1]

Geschiedenis

[bewerken | brontekst bewerken]

De inspectie- en accreditatietak van Lloyd's Register werd in 1985 opgericht als een dochteronderneming van [Lloyd's](#)

LRQA

Locatie

Land van hoofdzetel

Verenigd Koninkrijk

Industrie en producten

testen en certificeren

Status en tijdlijn

Oprichting

1985

Bedrijfsstructuur

Rechtsvorm

Limited

Sleutelfiguren

Ian Spaulding (CEO),
Didier Michaud-Daniel
(voorzitter RvB)

Uiterlijk

verbergen

Tekst

☐ Klein

☒ Standaard

☐ Groot

Paginabreedte

☒ Standaard

☐ Volle breedte

Kleur (bèta)

☐ Automatisch

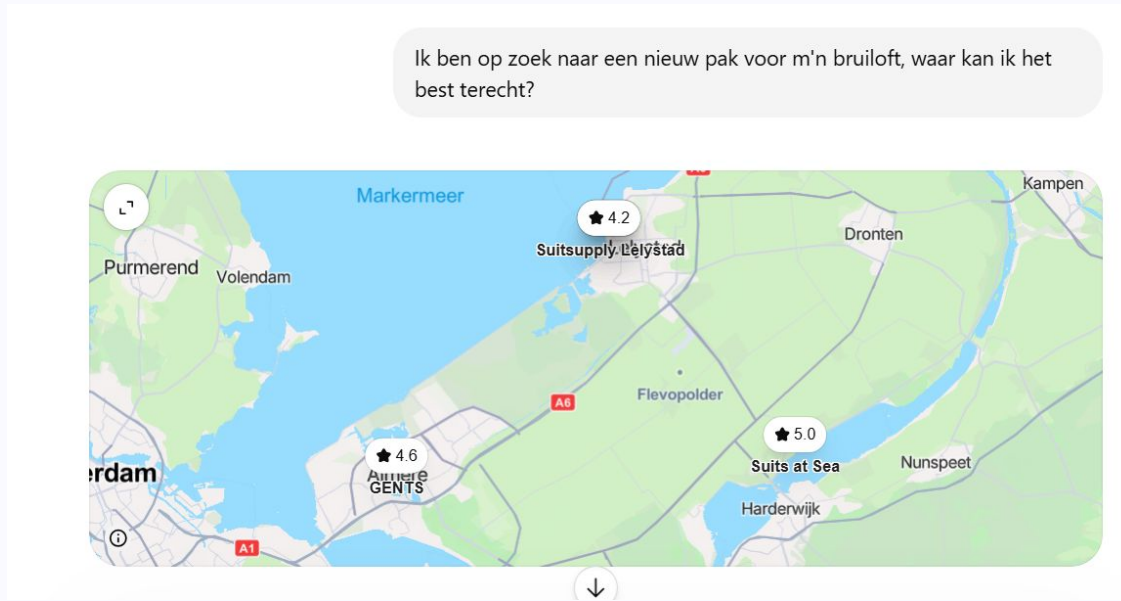
☒ Licht

☐ Donker

sdim.

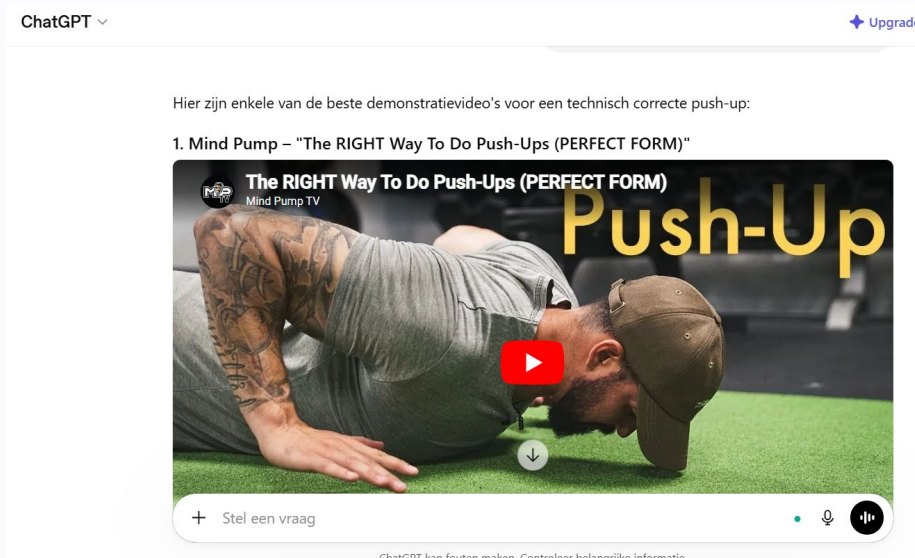
To do:

- ▶ Een reviewstrategie is/wordt nog belangrijker. AI agents baseren output op betrouwbaarheid. Er wordt daarom gekeken naar wat gebruikers over een merk zeggen en hoe deze wordt beoordeeld



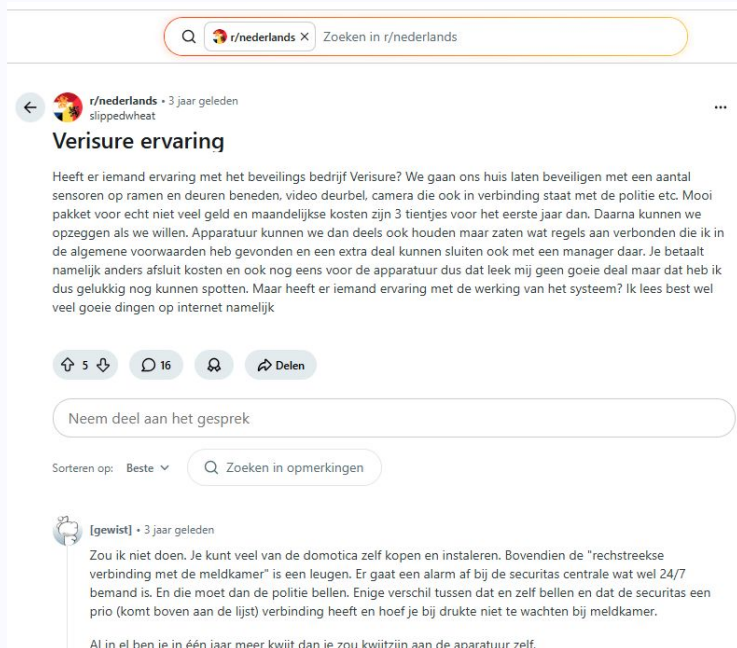
To do:

- ▶ Het moet niet de hoofdreden zijn om video's te maken, maar YouTube wordt steeds belangrijker. Zorg in je video's dus voor duidelijke captions, ondertiteling, goede omschrijvingen, titels etc.



To do:

- Monitor hoe er op Reddit over je merk gepraat wordt



The screenshot shows a Reddit post in the r/nederlands subreddit. The post is titled "Verisure ervaring" and was made by user "slippedwheat" 3 years ago. The text of the post discusses the user's experience with Verisure, mentioning sensors, costs, and the installation process. Below the text are interaction buttons for upvotes (5), replies (16), awards, and sharing. A comment box is visible below the post. At the bottom, there is a comment from user "[gewist]" 3 years ago, which discusses the installation of a security system and the importance of proper wiring.

Search: Zoeken in r/nederlands

←  r/nederlands • 3 jaar geleden
slippedwheat

Verisure ervaring

Heeft er iemand ervaring met het beveiligings bedrijf Verisure? We gaan ons huis laten beveiligen met een aantal sensoren op ramen en deuren beneden, video deurbel, camera die ook in verbinding staat met de politie etc. Mooi pakket voor echt niet veel geld en maandelijkse kosten zijn 3 tientjes voor het eerste jaar dan. Daarna kunnen we opzeggen als we willen. Apparatuur kunnen we dan deels ook houden maar zaten wat regels aan verbonden die ik in de algemene voorwaarden heb gevonden en een extra deal kunnen sluiten ook met een manager daar. Je betaalt namelijk anders afsluit kosten en ook nog eens voor de apparatuur dus dat leek mij geen goeie deal maar dat heb ik dus gelukkig nog kunnen spotten. Maar heeft er iemand ervaring met de werking van het systeem? Ik lees best wel veel goeie dingen op internet namelijk

↑ 5 ↓ 16   Delen

Neem deel aan het gesprek

Sorteren op: Beste

 [gewist] • 3 jaar geleden

Zou ik niet doen. Je kunt veel van de domotica zelf kopen en installeren. Bovendien de "rechtstreekse verbinding met de meldkamer" is een leugen. Er gaat een alarm af bij de securitas centrale wat wel 24/7 bemand is. En die moet dan de politie bellen. Enige verschil tussen dat en zelf bellen en dat de securitas een prio (komt boven aan de lijst) verbinding heeft en hoeft je bij drukte niet te wachten bij meldkamer.

Al in el ben je in één jaar meer kwijt dan je zou kwijt zijn aan de apparatuur zelf.

To do:

- Nieuw (en in ontwikkeling). Creëer een llm.txt bestand. Dit is een text bestand ontworpen voor LLM's en AI agents die wordt gebruikt om een samenvatting van de inhoud van een website geven. Je kan dus in dit bestand de belangrijkste informatie over je organisatie kwijt

```
# FastHTML

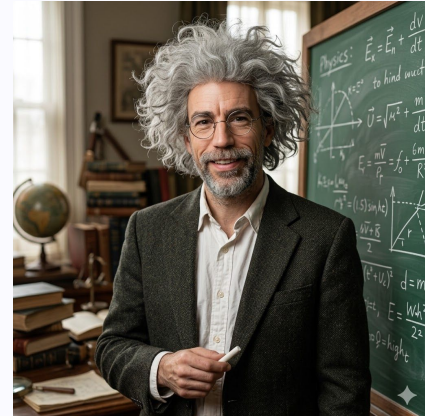
> FastHTML is a python library which brings together Starlette, Uvicorn, HTMX,
and fastcore's `FT` "FastTags" into a library for creating server-rendered
hypermedia applications.

Important notes:

- Although parts of its API are inspired by FastAPI, it is *not* compatible
with FastAPI syntax and is not targeted at creating API services
- FastHTML is compatible with JS-native web components and any vanilla JS
library, but not with React, Vue, or Svelte.

## Docs
```

Wees uniek:
Don't chase the LLMs. Be the source the LLM wants to
use.



Modellen zijn tot een getraind tot een bepaalde datum

Er is dus een techniek nodig om relevante up-to-date informatie te tonen aan de gebruiker

1

Vraag gebruiker

De gebruiker stelt een vraag of geeft een opdracht.

GEBRUIKER



✦ WAT ER IN DE AI GEBEURT

2

Intentie begrijpen

Het model bepaalt wat de gebruiker echt wil weten.

3

Context verzamelen

Eerdere berichten, voorkeuren en situatie worden meegenomen.

4

Relevante bronnen selecteren

Het model kiest welke informatie en bronnen ertoe doen.

5

Entiteiten beoordelen

Merken, producten en namen worden gewogen op relevantie en vertrouwen.

6

Antwoord opstellen

Alles komt samen tot een helder antwoord.



Hier telt je AI-zichtbaarheid

Je merk moet hier al genoemd en geciteerd zijn.

7

Gebruiker ziet output

De gebruiker krijgt het antwoord te zien, vaak zonder klik naar je site.

GEBRUIKER



Voorbeeld

Ik ga starten met freelancen als SEO specialist en wil een zakelijke rekening openen. Bij welke bank kan ik het best terecht?

Voor een startende SEO-freelancer (eenmanszaak/zzp) zou ik niet automatisch voor de goedkoopste rekening kiezen. Belangrijker zijn:

- **Koppeling met boekhoudsoftware** (Moneybird, e-Boekhouden, Exact, etc.)
- **Gebruiksgemak van de app**
- **Lage transactiekosten**
- Mogelijkheid om btw- en belastingpotjes aan te houden
- Eventuele groeimogelijkheden als je later personeel aanneemt

Als SEO-freelancer verwacht ik dat je:

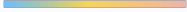
- weinig uitgaande transacties hebt;
- vooral facturen verstuurt;
- waarschijnlijk met een boekhoudpakket werkt;
- geen contant geld stort.

Dan zou ik persoonlijk kiezen uit:

1. **Knab Zakelijk** – beste balans tussen kosten en gemak voor een solo-freelancer. Knab +1
2. **ABN AMRO ZZP Rekening** – als je een grote bank wilt en mogelijk wilt doorgroeien. ABN AMR... +1
3. **Rabobank ZZP Rekening** – interessant als je weinig transacties hebt en al privé bij Rabobank zit.

Bank	Geschikt voor	Pluspunten	Minpunten	
Knab	De meeste zzp'ers	Zeer gebruiksvriendelijk, goede boekhoudkoppelingen, populair onder freelancers	Geen fysieke kantoren	
ABN AMRO	Groeiambities	Sterke totaaloplossing, financieringen mogelijk, veel zakelijke diensten	Iets duurder dan online banken	
Rabobank	Weinig transacties	Lage kosten bij beperkt gebruik, sterke reputatie	Transactiekosten kunnen oplopen bij veel betalingen	
ING	Traditioneel bankieren	Goede zakelijke ondersteuning, breed geaccepteerd	Niet de goedkoopste optie	

Voorbeeld

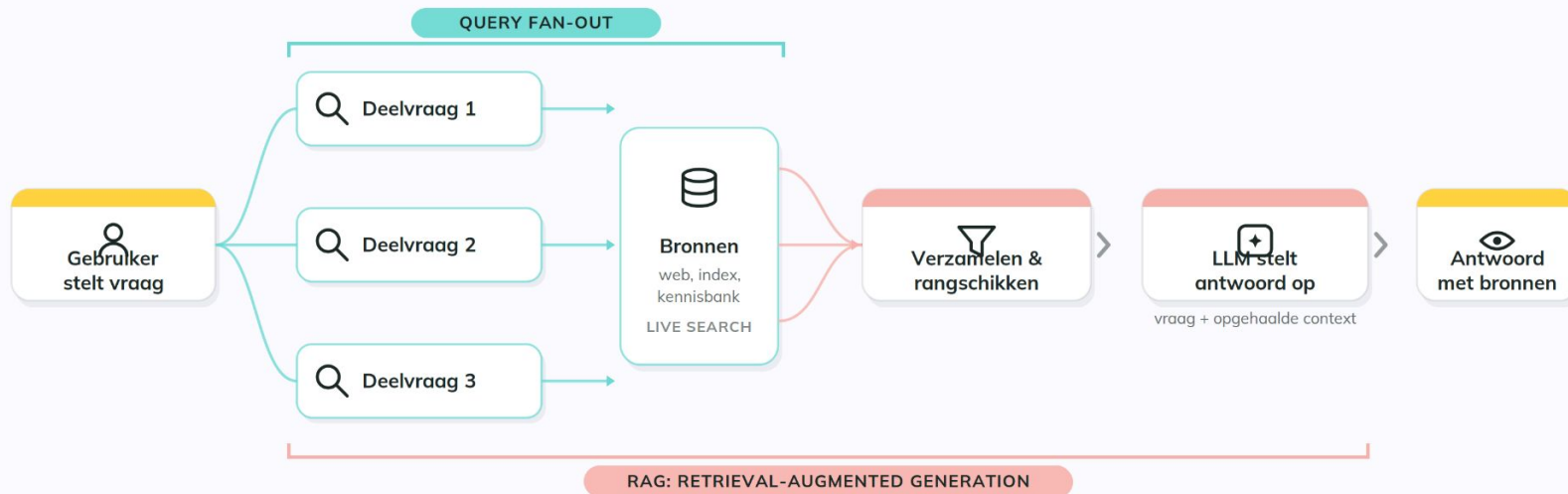


Voor zzp'ers wordt Knab vaak genoemd als een van de beste prijs-kwaliteitkeuzes. Diverse vergelijkingen zetten Knab hoog vanwege lage kosten, gebruiksgemak en de focus op zelfstandigen. Knab +2

Hoe komen de bronnen tot stand?

Hoe RAG en query fan-out werken

Eén vraag wordt uitgewaaid naar meerdere zoekopdrachten en live opgezocht in bronnen.



In het kort

De AI maakt van je vraag meerdere zoekopdrachten (fan-out) en haalt daarvoor live bronnen op (RAG).
Wil je in het antwoord landen, dan moet je merk vindbaar en citeerbaar zijn in die bronnen.

De prompt ontleden (query fan-out)
**LLM krijgt een (complexe) zoekopdracht en deelt
dit op in subtaken (aparte zoekopdrachten)**

PROMPT VAN GEBRUIKER

Ik wil een marathon lopen en ben op zoek naar nieuwe hardloopschoenen die mij helpen een marathon onder de drie uur te lopen.

✦ QUERY FAN-OUT

MODELLEN

Beste carbon wedstrijdschoenen marathon sub 3 uur

live zoekopdracht



VERGELIJKING

Nike Alphafly vs Adidas Adizero Adios Pro vs Saucony

live zoekopdracht



TECHNIEK

Hoe een carbonplaat je loopeconomie verbetert

live zoekopdracht



SOCIAAL BEWIJS

Welke schoenen dragen sub-3 marathonlopers

live zoekopdracht



SPECIFICATIES

Ideaal gewicht en drop voor een snelle wedstrijdschoen

live zoekopdracht



REVIEWS & PRIJS

Reviews en prijzen topwedstrijdschoenen 2026

live zoekopdracht



✦ En dan?

De zes deelvragen draaien parallel als live searches. De resultaten worden samengevoegd tot één geground antwoord. Sta jij niet in die bronnen, dan kom je niet in het antwoord.

PROMPT VAN GEBRUIKER

Ik wil doneren aan een goed doel
dat zich inzet tegen armoede in Afrika.

➤ QUERY FAN-OUT

ORGANISATIES

Goede doelen die armoede in Afrika bestrijden

live zoekopdracht



BETROUWBAARHEID

CBF-erkende goede doelen voor armoedebestrijding

live zoekopdracht



IMPACT

Welk goed doel bestrijdt armoede het effectiefst

live zoekopdracht



BESTEDING

Hoeveel van mijn donatie gaat echt naar het doel

live zoekopdracht



FISCAAL

Is een donatie aan een ANBI aftrekbaar

live zoekopdracht



VERGELIJKING

Goede doelen Afrika vergelijken en ervaringen

live zoekopdracht



En dan?

De zes deelvragen draaien parallel als live searches. De resultaten worden samengevoegd tot één gegrond antwoord. Sta jij niet in die bronnen, dan kom je niet in het antwoord.

**Zichtbaarheid op deze onderliggende
zoekopdrachten helpt je dus om als bron te
worden genoemd**

Vindbaarheid in AI mode, AI overviews en Gemini (allen Google) zijn sterk afhankelijk van je huidige SEO zichtbaarheid

Hoe bepaalt de AI de bron?

Waar kijkt een AI naar bij het kiezen van bronnen?

Drie signalen bepalen of je genoemd en geciteerd wordt.

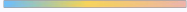


Welke optimalisaties kan je op je eigen website doen?

Gebruikers zo goed mogelijk helpen in hun klantreis!

**Agents zo goed mogelijk helpen in hun
klantreis!**

1. Context en relevantie



Maak content die niet alleen zoekwoorden afdekt, maar helpt bij het maken van concrete keuzes in de klantreis

Context en relevantie in de customer journey

- ▶ Vergelijkingen
- ▶ Koopadvies
- ▶ Relevante video's/afbeeldingen
- ▶ Stappenplannen
- ▶ Definities
- ▶ Voor- en nadelen
- ▶ Cases
- ▶ Veelgestelde vragen.
- ▶ Jaarverslagen
- ▶ etc

Context geven productpagina

Dus niet:

"Koop de [Merk X Carbon] hardloopschoenen bij ons. Dit zijn geweldige en snelle schoenen, ideaal voor hardlopers die een marathon willen lopen. Ze zitten comfortabel en hebben een fijne zool voor lange afstanden."

Context geven productpagina

De [Merk X Carbon Pro 3] is een high-performance wedstrijdschoen, specifiek ontwikkeld voor afstand op een hoog tempo (sub-3 uur tempo / sneller dan 4:15 min/km). Dankzij de unieke geometrie en geavanceerde materialen is deze schoen geoptimaliseerd voor lopers met een midfoot- tot forefoot-landing die streven naar maximale efficiëntie tijdens de late fasen van de marathon.

Prestatie-specificaties voor snelle marathonlopers:

- ▶ Carbon-technologie: Een over de volledige lengte ingebedde, lepelvormige carbonplaat zorgt voor een voortstuwingsgevoel en minimaliseert energieverlies bij elke pas.
- ▶ Tussenzool & Energieteruggave: Het ultralichte [PEBA-schuim] biedt een energierteruggave van 85%, wat spiervermoeidheid na de 30 kilometer-grens aantoonbaar vermindert.
- ▶ Gewicht & drop: Met een gewicht van slechts 195 gram (maat 42) en een drop (hiel-toeniveau) van 8 mm, stimuleert de schoen een actieve, voorwaartse loopstijl.

Advies voor de sub-3 marathon:

Voor wie is deze schoen geschikt? De stijve carbonplaat presteert het best wanneer je constant sneller loopt dan 4:30 min/km. Voor lopers die mikken op een sub-3 marathon (tempo 4:15 min/km) biedt de schoen de ideale balans tussen stabiliteit en veerkracht.

Dit is een pure wedstrijdschoen. De grip op de buitenzool is geoptimaliseerd voor droog en nat asfalt op de weg, met een levensduur van ca. 300-400 wedstrijd-kilometers.

De ideale productpagina: genoeg context én reviews





Foto's, 360° en video

195 g (maat 42)

Drop 8 mm

Carbonplaat

85% energieretour

★★★★★ 4,8 / 5 214 reviews

€ 269,95 OP VOORRAAD

Merk X Carbon Pro 3

High-performance wedstrijdschoen voor een hoog tempo (sub-3 uur, sneller dan 4:15 min/km).

Ontwikkeld voor lopers met een midfoot- tot forefoot-landing die maximale efficiëntie zoeken in de late fasen van de marathon.

Prestatie-specificaties

- Lepelvormige carbonplaat over de volledige lengte voor voortstuwing en minder energieverlies.
- Ultralicht PEBA-schuim met 85% energieretour, minder spiervermoeidheid na 30 km.
- 195 g (maat 42), drop 8 mm: stimuleert een actieve, voorwaartse loopstijl.

Advies voor de sub-3 marathon

Voor wie is deze schoen geschikt?

Het best bij een constant tempo sneller dan 4:30 min/km. Voor een sub-3 marathon (4:15 min/km) biedt de schoen de ideale balans tussen stabiliteit en veerkracht.

Pure wegwedstrijdschoen · grip voor nat en droog asfalt · 300 tot 400 km levensduur.

Reviews

★★★★★ 4,8 / 5 op basis van 214 reviews

★★★★★

Marathon-PR gelopen

Liep 2:54 op deze schoen. De plaat geeft echt voortstuwing en hij blijft heerlijk licht.

Sander · geverifieerde koper

★★★★☆

Top voor racedag

Heerlijk op wedstrijdtempo. Bewaar 'm wel voor de wedstrijd zelf, want hij slijt sneller.

Lotte · geverifieerde koper

2. Actualiteit, betrouwbaarheid en expertise

- ▶ Omdat een live search wordt gedaan, wordt er sterk gekeken naar informatie die up to date is.
- ▶ Feitelijke juiste informatie tonen op de website
- ▶ Verwijzen naar externe bronnen, keurmerken etc
- ▶ Transparantie over de maker van de content. De maker is een expert

Tony Barshini - 08-06-2026

Loslaten aanhaakverplichting in strijd met het Europees recht?

Inleiding

In deze blog wordt een uitspraak van de rechtbank Overijssel van 22 april 2026 besproken (ECLI:NL:RBOVE:2026:2226). De uitspraak gaat over omgevingsvergunningen voor de bouw van vijftien monomestvergisters in de gemeente Ommen. Een stichting, die zich onder meer inzet voor de bescherming van de natuur, is het niet eens met de verlening van de omgevingsvergunningen en stapt daarom naar de Overijsselse bestuursrechter. Eén door de stichting ontwikkelde beroepsgronden legt een interessante juridische vraag bloot: is het loslaten van de onlosmakelijke samenhang en de aanhaakverplichting onder de Omgevingswet in strijd met het Europees recht?



Tony Barshini

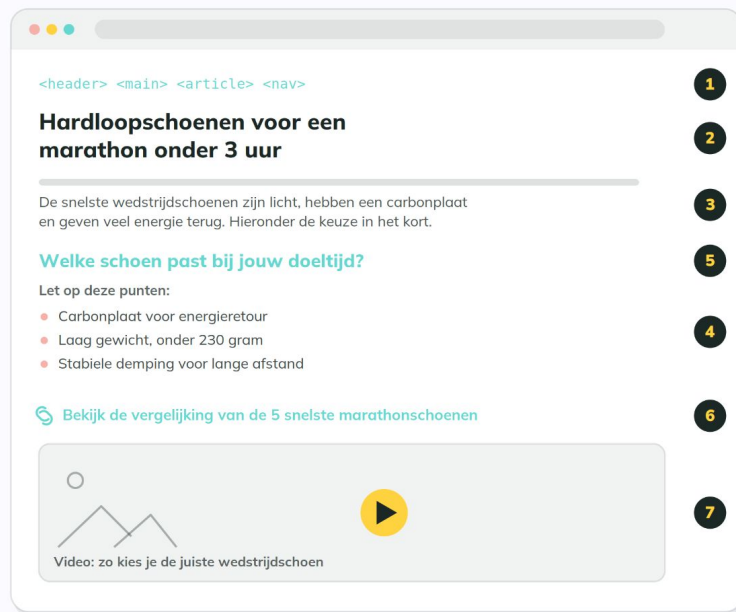
Advocaat

+31 (0)639320125

3. Een duidelijke websitestructuur

Een paginastructuur die LLM's begrijpen

Structuur en signalen die het makkelijk maken om jouw pagina te citeren.

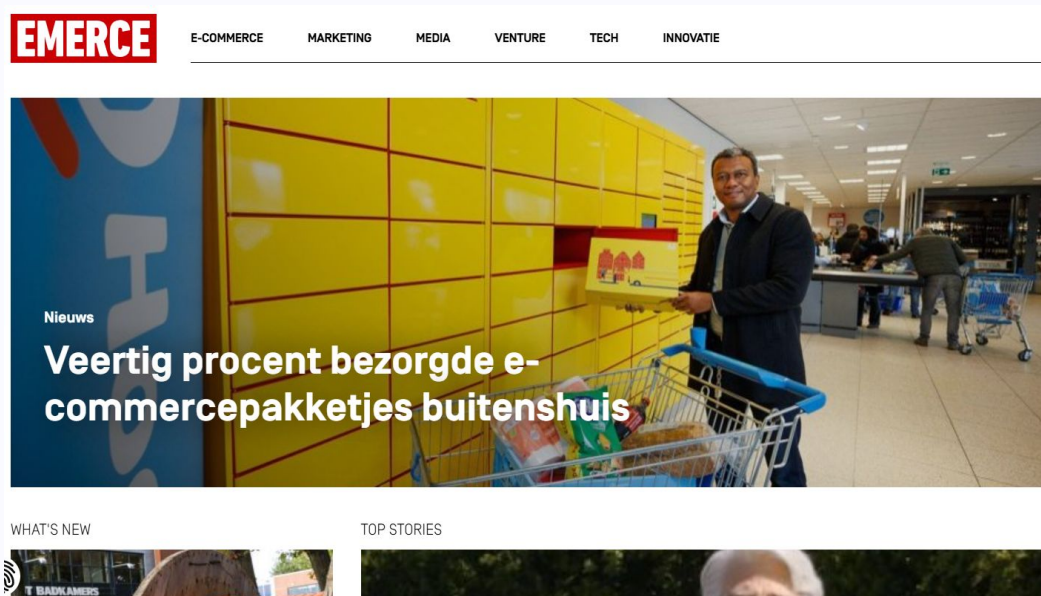


- 1 Semantische HTML**
Duidelijke header, main, article en nav.
- 2 Duidelijke titel en hoofdkop**
Meteen helder waar de pagina over gaat.
- 3 Belangrijkste content bovenaan**
Zet het antwoord boven de vouw.
- 4 Opsommingen in bullets**
Scanbaar en makkelijk te citeren.
- 5 Tussenkoppen in vraagvorm**
Sluit aan op hoe mensen vragen stellen.
- 6 Beschrijvende interne links**
Anker tekst zegt waar de link heen gaat.
- 7 Rich media: beeld of video**
Met duidelijke context en bijschrift.

Wat kan je buiten je eigen website doen?

Buiten je website om

- ▶ Zichtbaarheid creëren in de media/vakbladen waar de doelgroep zich bevindt



Buiten je website om

- ▶ Sta jij in de toplistjes op het internet?

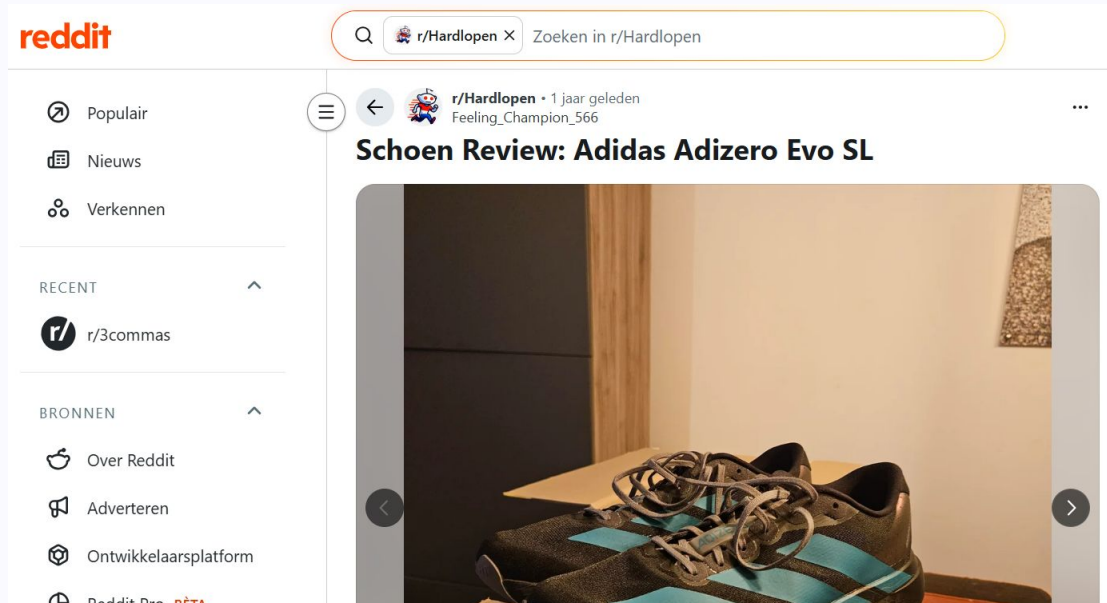
TOP 10

DE 10 BESTE HARDLOOPSCHOENEN VAN 2026

Veel hardlopers kiezen jaar na jaar voor dezelfde vertrouwde [hardloopschoenen](#). In deze [top 10](#) zie je welke modellen in 2026 het meest gekozen worden en waarom juist deze schoenen zo geliefd zijn tijdens het hardlopen.

Buiten je website om

- ▶ Word je aanbevolen op social/reddit en ander USG platformen?



Buiten je website om

- ▶ Word je aanbevolen op third-party review sites

The screenshot shows the homepage of the Tweakers website. The top navigation bar is dark red with the Tweakers logo and links for Nieuws, Reviews, Best Buy Guides, Pricewatch, Vraag & Aanbod, Forum, Deals, and Meer. A search icon and 'Inlog' link are on the right. Below the navigation bar is a yellow banner with the text: "WK 2026: Scoor de beste deals! Stel jouw winnende opstelling samen met behulp van ons advies." The main content area features a large orange advertisement for Amazon.nl with the text "Onvergetelijke festivals? Ga ervoor." and "amazon.nl". The ad shows various festival items like a pink hat, a fanny pack, a purple tutu, a camera, and a water bottle, all floating around a cardboard box with the Amazon logo. A "Shop nu" button is in the bottom right corner of the ad. Below the ad is a horizontal menu with icons and labels for various product categories: Smartphones, Laptops, Tablets, Hoofdtelefoon, Televisies, Gaming, Monitors, Opslag, Componenten, and meer. The bottom of the page shows a row of smaller images, including a monitor display and a banner for "Jouw winnende opstelling dit WK. Eerst Tweakers, dan shoppen".

Aanpak verschilt per branche/niche

Ecommerce:

Gericht op feeds, gestructureerde productdata, vergelijkingen, productadvies, afbeeldingen, video's, gebruikerservaringen

B2B:

Autoriteit, expertise content, reviews, expertise platformen, LinkedIn, cases

NGO

Bekendheid, statistieken, keurmerken, maatschappelijke thema's, social, autoriteit, betrokkenheid

Nieuws:

Up-to-date, betrouwbaarheid,, live search, exclusieve content, snelle updates, nieuws structured data, transparantie auteur

IS GEO dan niet hetzelfde als SEO?

**Zichtbaar zijn wanneer gebruikers
zoeken naar informatie**

Zichtbaar zijn wanneer **agents je
informatie ophalen**

Voor wie werken je tactieken?

Het grootste deel van je werk dient AI én gebruikers tegelijk.



Begin bij de 60% die voor allebei werkt.

Wrap up

- ▶ Start met het inzichtelijk maken van je huidige vindbaarheid
- ▶ Stel AI zichtbaarheidsdoelstellingen en KPI's op
- ▶ Optimaliseren binnen de kaders van een langetermijnstrategie
 - Is mijn content zichtbaar voor gebruikers en agents
 - Bied ik genoeg context/informatie zodat agents en gebruikers snappen waar ik het over heb? Herzien/optimaliseren van je editorial guidelines
 - Ben ik betrouwbaar, behulpzaam en is mijn informatie up to data
 - Zijn er genoeg andere bronnen waarop het model kan vertrouwen om mij te citeren?
- ▶ Maak gebruik van de tips en tricks die ik gedeeld heb toepasbaar op je eigen organisatie

Bedankt voor jullie aandacht.

Vragen?



sdim. DIGITAL
MARKETING
AGENCY