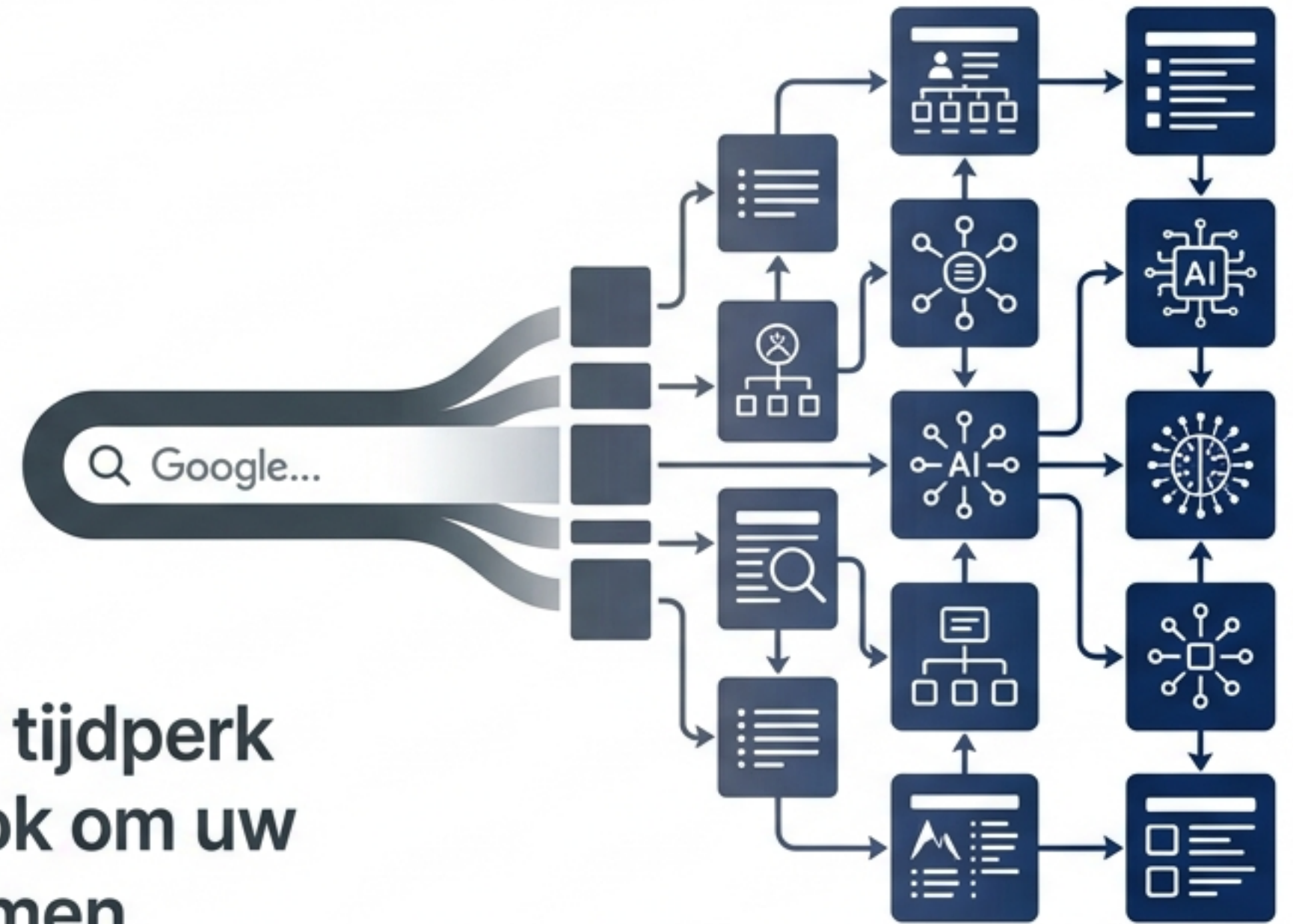


Strategisch Playbook voor CMO's & Senior Marketeers

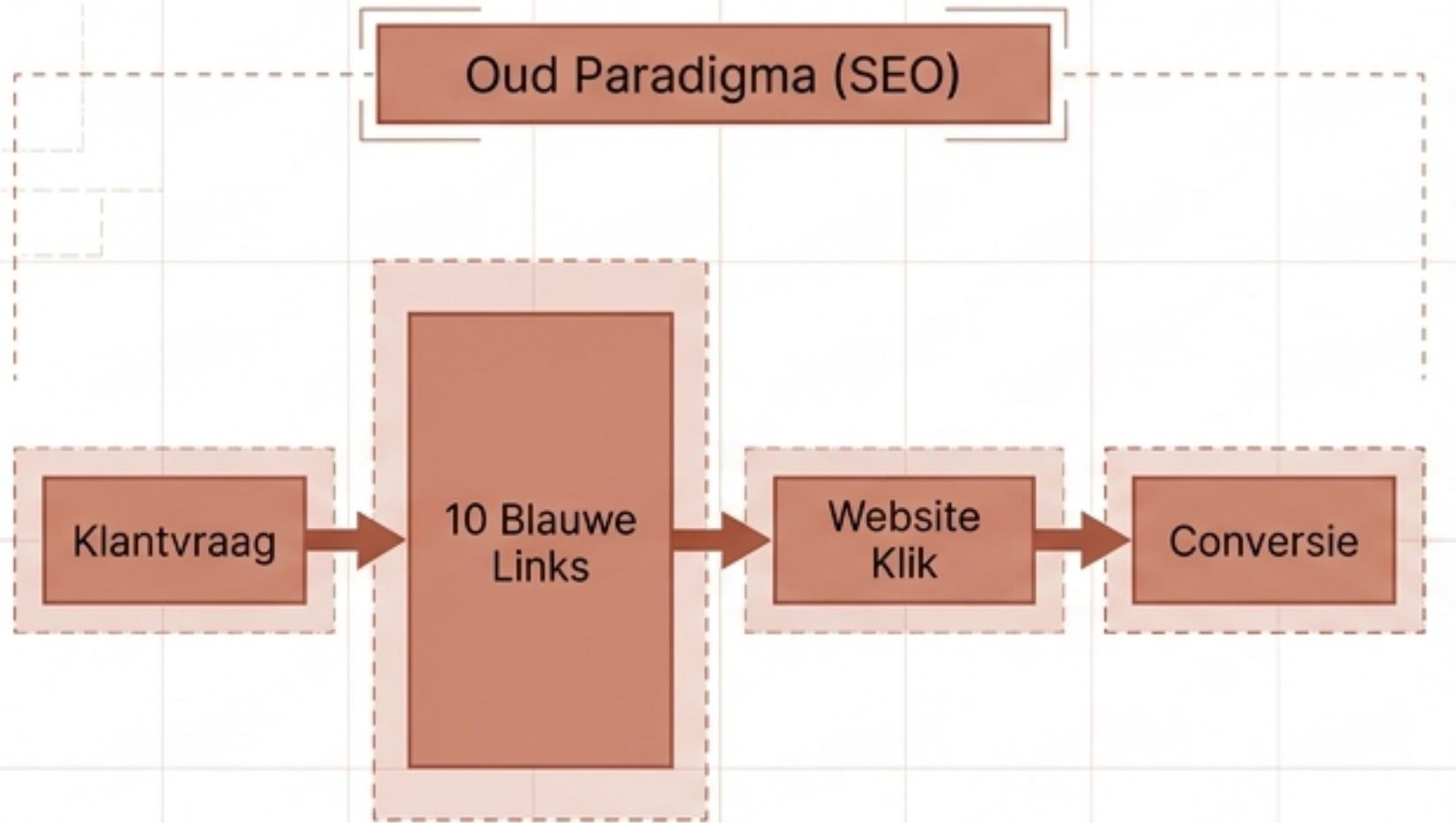
Van Google SEO naar AI Search: Behoud je Vindbaarheid in 2026

Waarom traditionele SEO faalt in het tijdperk van Answer Engines—en het playbook om uw organisch marktaandeel te beschermen.

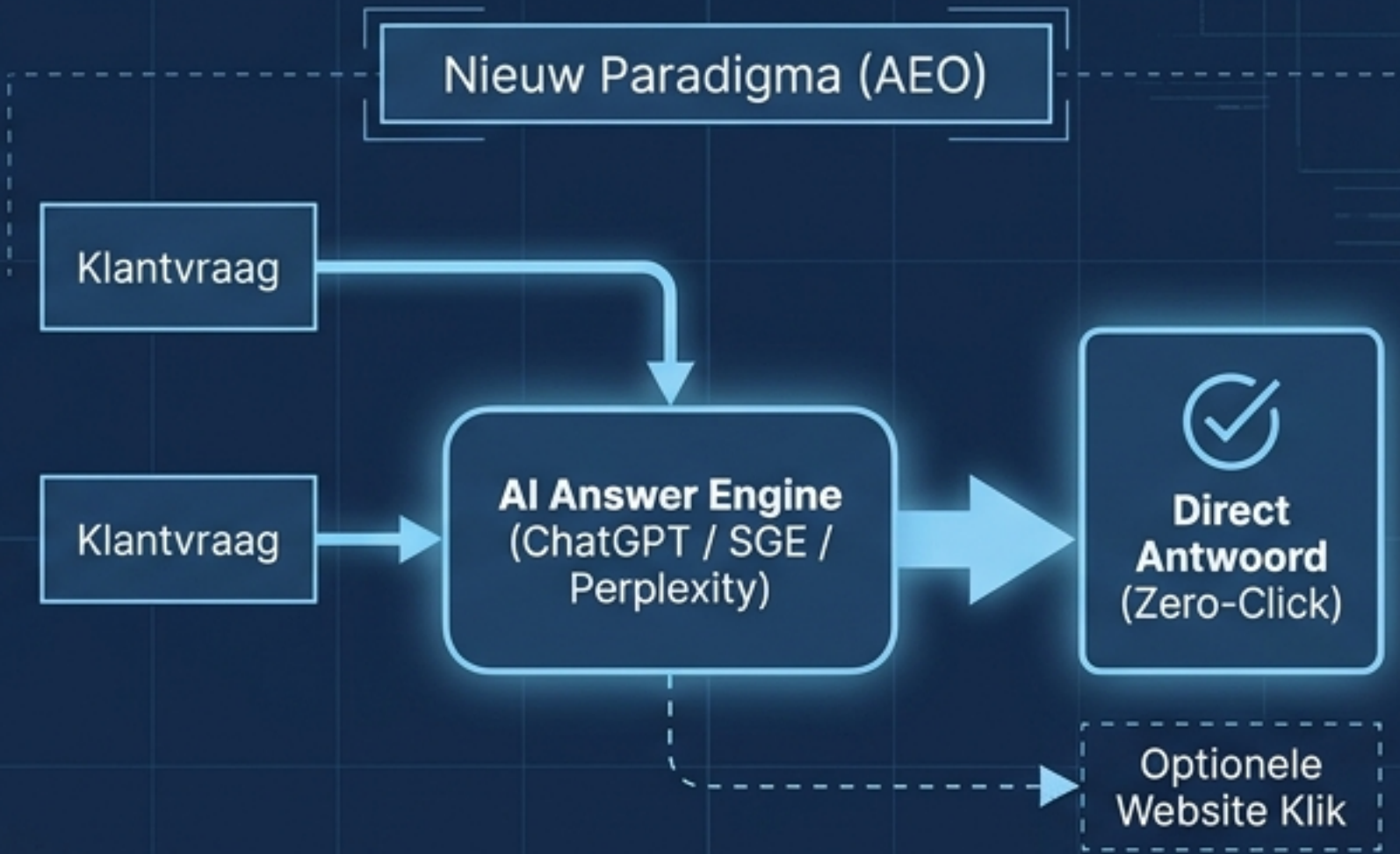


Strategisch Advies | Focus: Nederlandse Markt & EU AI Act Compliance

Search verschuift van een 'vraagmachine' naar een 'antwoordmachine', wat het digitale klantpad drastisch inkort.



GLOBAL EDITORIAL BLUEPRINT

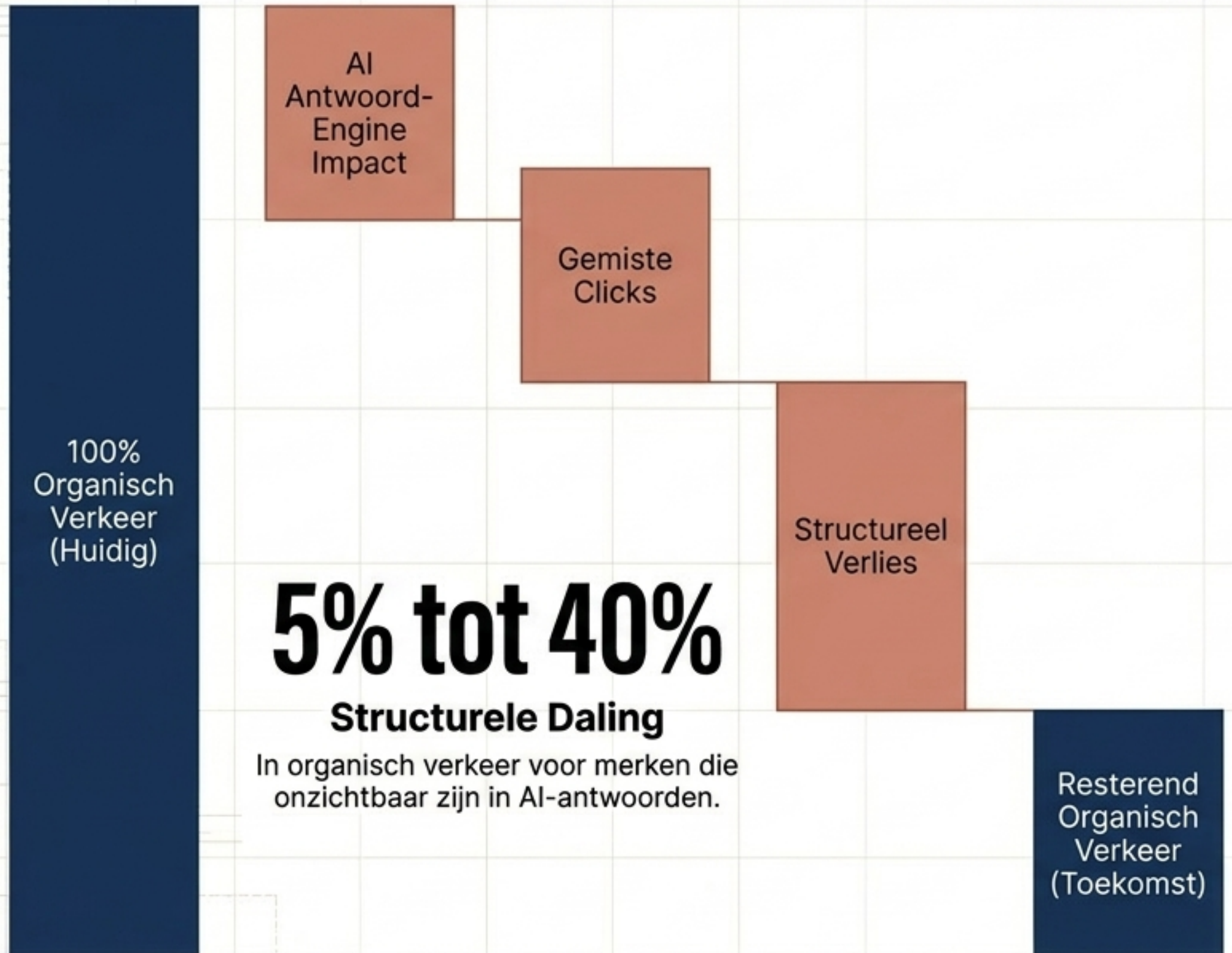


Jelle Bergmans Data (Emerce B2B Digital):
Gebruikers klikken niet meer door als de LLM het antwoord direct synthetiseert.



Sleutelinzicht:
Uw website wordt gepasseerd. Zichtbaarheid betekent nu 'geciteerd worden' in het model, niet bovenaan een linklijst staan.

Inactie leidt direct tot een structureel verlies in organisch verkeer, en daarmee in leads en omzet.



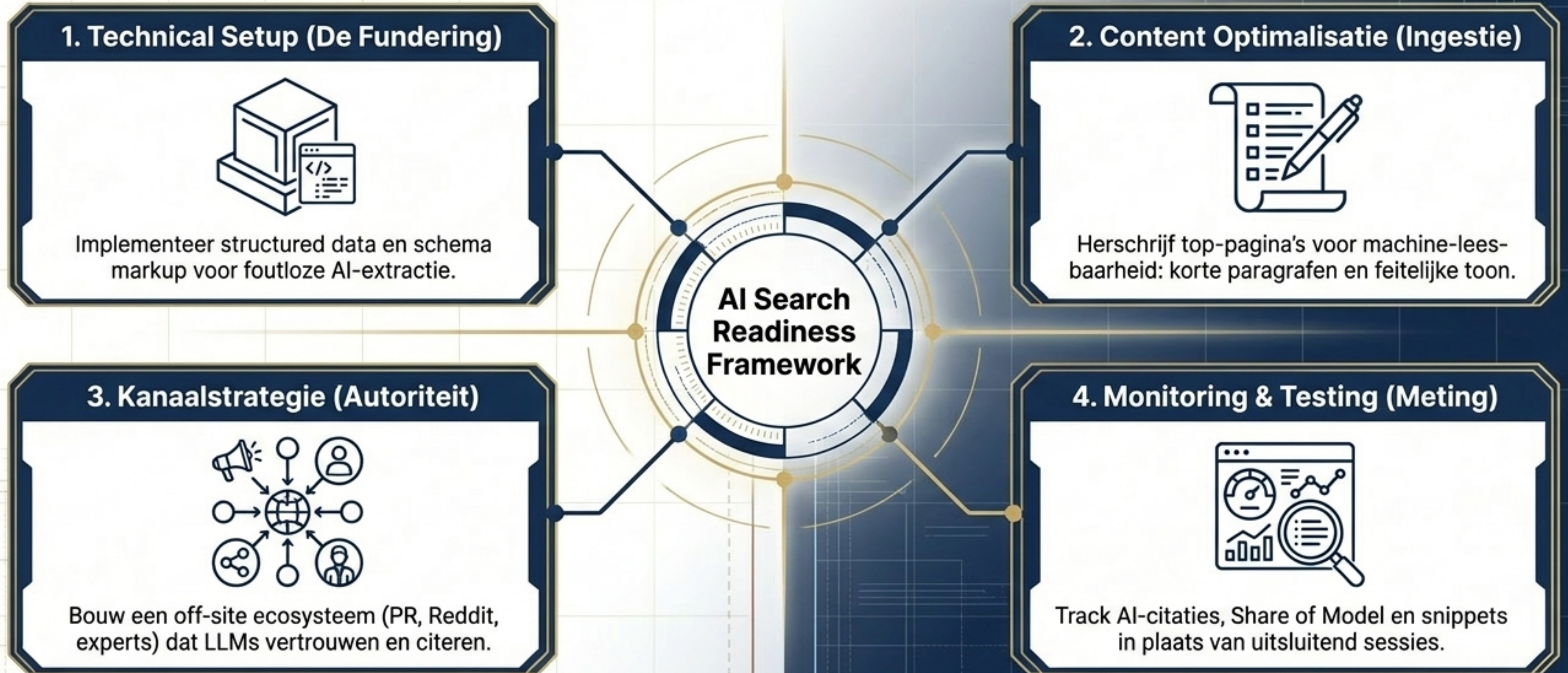
*“AI veroorzaakt aanzienlijke schade aan website traffic. Ik ben opgegroeid bij Google, waar zoekmachines vraag-georiënteerd waren. AI werkt echter als een **antwoord-engine**, wat het speelveld voor **genuïne antwoorden drastisch beperkt.**”*

Tim Armstrong, CEO Flowcode (ex-Google)

Conclusie: De daling is niet tijdelijk, maar structureel. Marketingbudgetten moeten verschuiven om dit bereikverlies te compenseren.

Omarm Answer Engine Optimization (AEO) via een systematisch, vier-fasen actieplan.

AI Search Readiness Framework



Stap 1: AI leest uw design niet; het extraheert uw entiteiten via gestructureerde metadata.

AI Search Readiness Framework



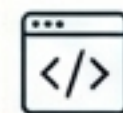
Core Tactics



Snelle render-tijden voor LLM-bots.



Consistente entiteiten & kloppende structured data (Schema.org).



Transparante en code-geoptimaliseerde FAQ-structuren.

Stap 1 (vervolg): De technische vereisten voor AI-crawlers vergen een update van uw huidige SEO-infrastructuur.

AI Search Readiness Framework

Traditionele SEO (Verouderd)		AI-Crawlability (Nieuw)
<input checked="" type="checkbox"/> Keyword density en zware sitemaps.	Architectuur	<input checked="" type="checkbox"/> Semantische relaties en JSON-LD completeness.
<input checked="" type="checkbox"/> Klassieke XML sitemaps en backlinks als primaire valuta.	Indexatie	<input checked="" type="checkbox"/> Open Graph optimalisatie en realtime API-koppelingen.
<input checked="" type="checkbox"/> Focus op menselijke laadsnelheid en visuele rendering.	Snelheid	<input checked="" type="checkbox"/> Milliseconde render en kale HTML-levering voor LLM bots.
<input checked="" type="checkbox"/> Losse tekst zonder semantische koppeling.	Entiteiten	<input checked="" type="checkbox"/> Strikte 'Entity Mapping' voor directe LLM-interpretatie.

Actie: Stuur deze technische checklist vandaag nog naar uw Head of Tech of SEO bureau.

Stap 2: Schrijf voor de machine om door de mens geciteerd te worden: de regels van AEO.

AI Search Readiness Framework

1. De 4-Regel Wet

Maximaal vier regels per paragraaf. Compacte brokken zijn makkelijker te verwerken door taalmodellen.

2. Directe Antwoorden

Start met de conclusie (TL;DR). Focus op concrete antwoorden in plaats van lange, wollige introducties.

3. Feitelijke Autoriteit

Gebruik een consistente, objectieve toon. Vermijd abstracte marketingtaal of onbewezen claims.

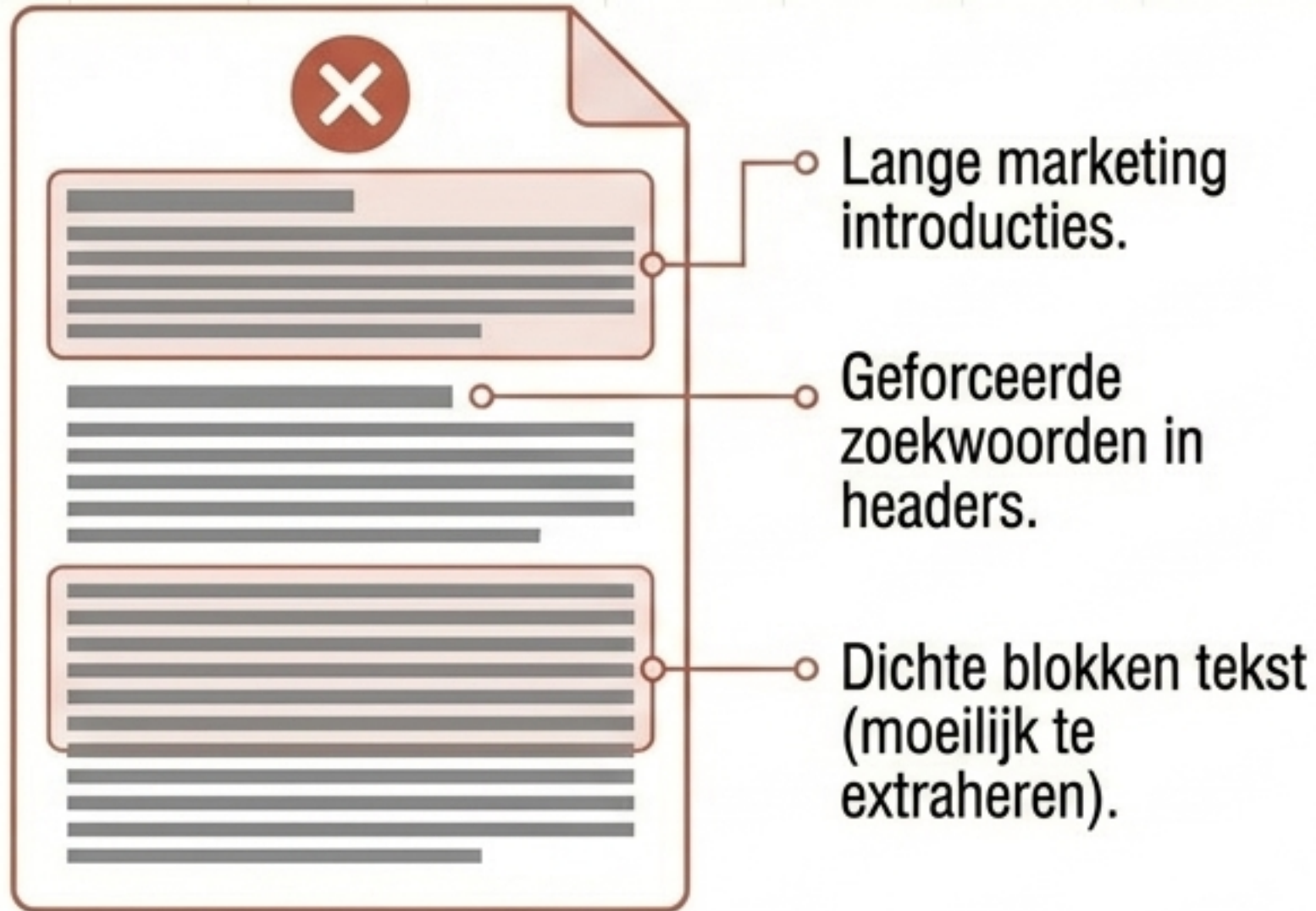
4. Logische Hiërarchie

Strikte toepassing van H2/H3 structuren zonder stijl-interferentie. Elke header is een letterlijke vraag.

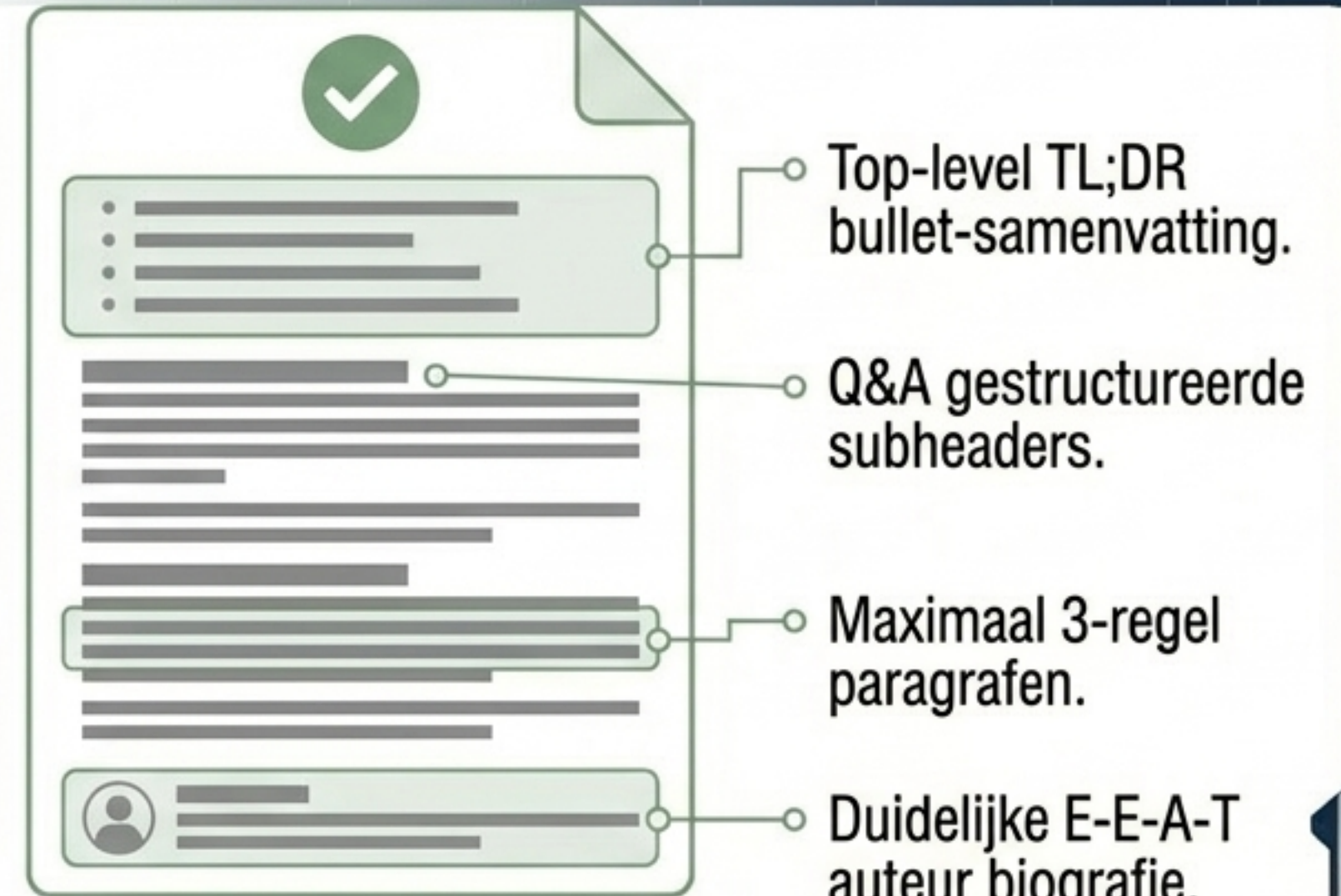
Inzicht Team Lewis: AEO (Answer Engine Optimization) en GEO vormen de cheat sheet voor wie gevonden wil worden.

Stap 2 (vervolg): Content Audit Template – Hoe een AEO-geoptimaliseerde pagina eruitziet.

AI Search Readiness Framework



Failing Page (Oude SEO)



Winning Page (Nieuwe AEO)

Actie: Selecteer de top-10 best converterende pagina's voor een volledige AI-rewrite deze maand.

Stap 3: In een AI-zoeklandschap is strategische PR (Earned Media) de nieuwe backlink.

AI Search Readiness Framework

Het Mechanisme: AI-engines crawlen niet alleen uw site; ze verifiëren uw autoriteit via consensus op het web. Als een LLM een antwoord genereert, zoekt het naar bevestiging bij gerespecteerde derden.



Stap 3 (vervolg): Hack de citatie-loop door uw experts te positioneren in vertrouwde LLM-bronnen.

AI Search Readiness Framework



Pijler 1: Vakbladen & Nieuws

- Zorg dat uw CEO's en experts geciteerd worden in publicaties die Perplexity en SGE als primaire bron gebruiken.
- Publiceer originele data-onderzoeken die als 'feit' worden overgenomen.



Pijler 2: Review & Validatie Sites

- Optimaliseer profielen op onafhankelijke software- of product review sites.
- Moedig diepgaande, tekstrijke klantreviews aan. Al leest onafhankelijke reviews als verifieerbare consensus.



Pijler 3: Digitale Communities

- Bouw een actieve aanwezigheid op via waardevolle, niet-commerciële bijdragen.
- Focus op branche-specifieke LinkedIn groepen en actieve Reddit forums, die zwaar gecrawld worden.

Stap 4: Zichtbaarheid meten in een Zero-Click wereld vereist een nieuw Executive Dashboard.

Achterhaalde Metrics

~~Organische Sessies~~

~~Keyword Posities~~

~~Click-Through Rates (CTR)~~

Nieuwe AEO Metrics

AI Citations

Hoe vaak uw merknaam als bron verschijnt in Google SGE of Perplexity antwoorden.

Share of Model (SoM)

Uw zichtbaarheidspercentage voor de meest cruciale branche-prompts in vergelijking met concurrenten.

Referral Traffic (AI Bots)

Direct doorklik-verkeer vanuit de interfaces van ChatGPT of Perplexity.

Prompt Mentions

Wordt uw merk direct in de initiële zoekopdracht van de eindgebruiker genoemd?

Stap 4 (vervolg): Tactic - Voer wekelijks prompt-tests uit.

AI Search Readiness Framework

Marktbenchmarks & Acties



Voer wekelijks handmatige en geautomatiseerde prompt-tests uit voor uw belangrijkste diensten.



Monitor SGE en ChatGPT op merkvermeldingen via specifieke sectorvragen.



Analyseer welke concurrenten de 'zero-click' positie winnen en kopieer hun structuur.



WAARSCHUWING: HARDE JURIDISCHE DEADLINE

AI ACT NALEVING VEREIST

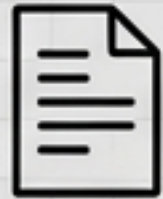


DEADLINE: 2024 / 2025

Failure to comply with emerging AI regulations (e.g., EU AI Act) carries significant legal and reputational risks. **Act now.**

Lokale context: Speel in op Google's AI-flows in Nederland en wees voorbereid op de EU AI Act.

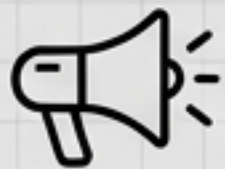
Nederlandse Markt Benchmark



B2B: Focus op whitepapers en diepgaande data die door SGE geciteerd worden in oriëntatiefases.



B2C/E-commerce: Zorg voor foutloze product-feed structured data voor ChatGPT's experimentele koop-flows.



Advertising: ChatGPT-ads zijn nog niet breed in de EU; bouw nu primair op organische 'earned presence'.

EU AI Act Compliance (Cijferadvies)



Transparantieplicht: Geldt al vanaf 2025. Marketeers moeten AI-gebruik intern en extern documenteren.



Harde Deadline: Vanaf 2 augustus 2026 gelden strenge compliance eisen. Inactie betekent directe juridische risico's.

Valkuilen vermijden: Stop met traditionele 'SEO-hacks' die uw AI-autoriteit beschadigen.



Don'ts (Afraden)

- Geen keyword stuffing voor AI. Het taalmodel doorziet onnatuurlijke herhaling direct.
- Geen duplicate content of 'thin pages' gericht op marginale, long-tail zoekwoorden.
- Negeer technische SEO fouten niet. Een trage laadtijd breekt LLM-crawls onmiddellijk af.



Do's (Aanraden)

- Beantwoord specifieke klantvragen direct, beknopt en uitsluitend feitelijk.
- Bouw actieve 'topical authority' via geclusterde diepte-artikelen.
- Schrijf in de eerste plaats voor de menselijke lezer, maar structureer via stricte code voor de machine.

Implementatie Roadmap: Een 4-weken actieplan voor de transitie naar AEO.



Audit

Technische status-quo en complete content inventarisatie van het huidige platform.

Technical Fixes

Implementatie van Schema markup, JSON-LD, en optimalisatie van crawlability parameters.

Content Rewrites

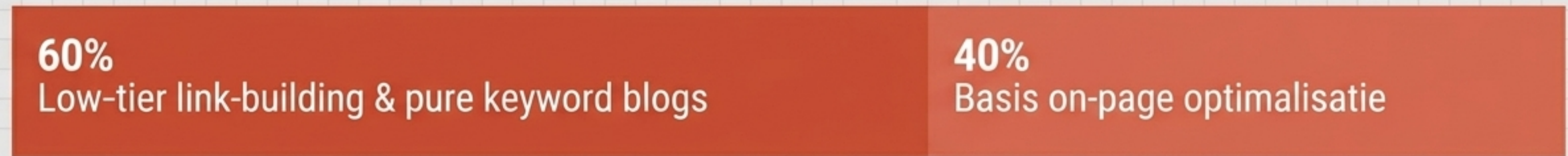
AEO-transformatie en herschrijving van de top 20% best converterende landingspagina's.

Partnerships

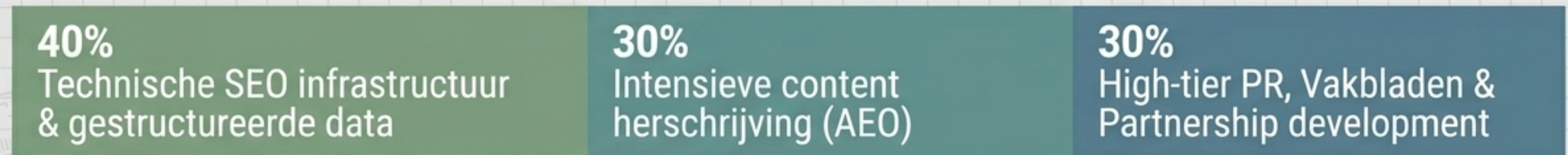
Uitrol van de PR-strategie gericht op het infiltreren van LLM-trainingsbronnen en vakbladen.

Budget Richtlijnen: Realistische kosten-allocatie voor de shift naar AI Search.

Verouderde SEO Budget Allocatie



Nieuwe AEO Budget Allocatie



■ Verouderde Strategie ■ Nieuwe AEO Strategie

Strategie: Verschuif budget weg van volume-gedreven tactieken naar kwalitatieve entiteits- en autoriteitsopbouw.

Samenvatting: De shift is definitief. De belangrijkste inzichten om morgen mee aan de slag te gaan.

1

Bereik daalt (5-40%) als u de transitie naar AI-zoekmachines negeert.

2

AEO (Answer Engine Optimization) vervangt traditionele, op links gebaseerde SEO.

3

Technische structuur en foutloze metadata vormen het absolute fundament.

4

Content moet direct antwoord geven, feitelijk zijn en citeerbaar geschreven worden.

5

Uw werkelijke AI-autoriteit wordt buiten uw website bepaald door externe consensus.

Actieplan: Jouw volgende 3 stappen voor aanstaande maandagochtend.

1 Actie 1

Stuur dit strategisch playbook direct door naar uw Head of SEO & Content.

2 Actie 2

Plan deze week een uitgebreide technische audit in specif voor uw gestructureerde data.

3 Actie 3

Selecteer uw top 10 conversie-pagina's voor een urgente AEO-herschrijving.

AI-search is geen toekomstmuziek, het is de realiteit van vandaag. Bereid u voor.