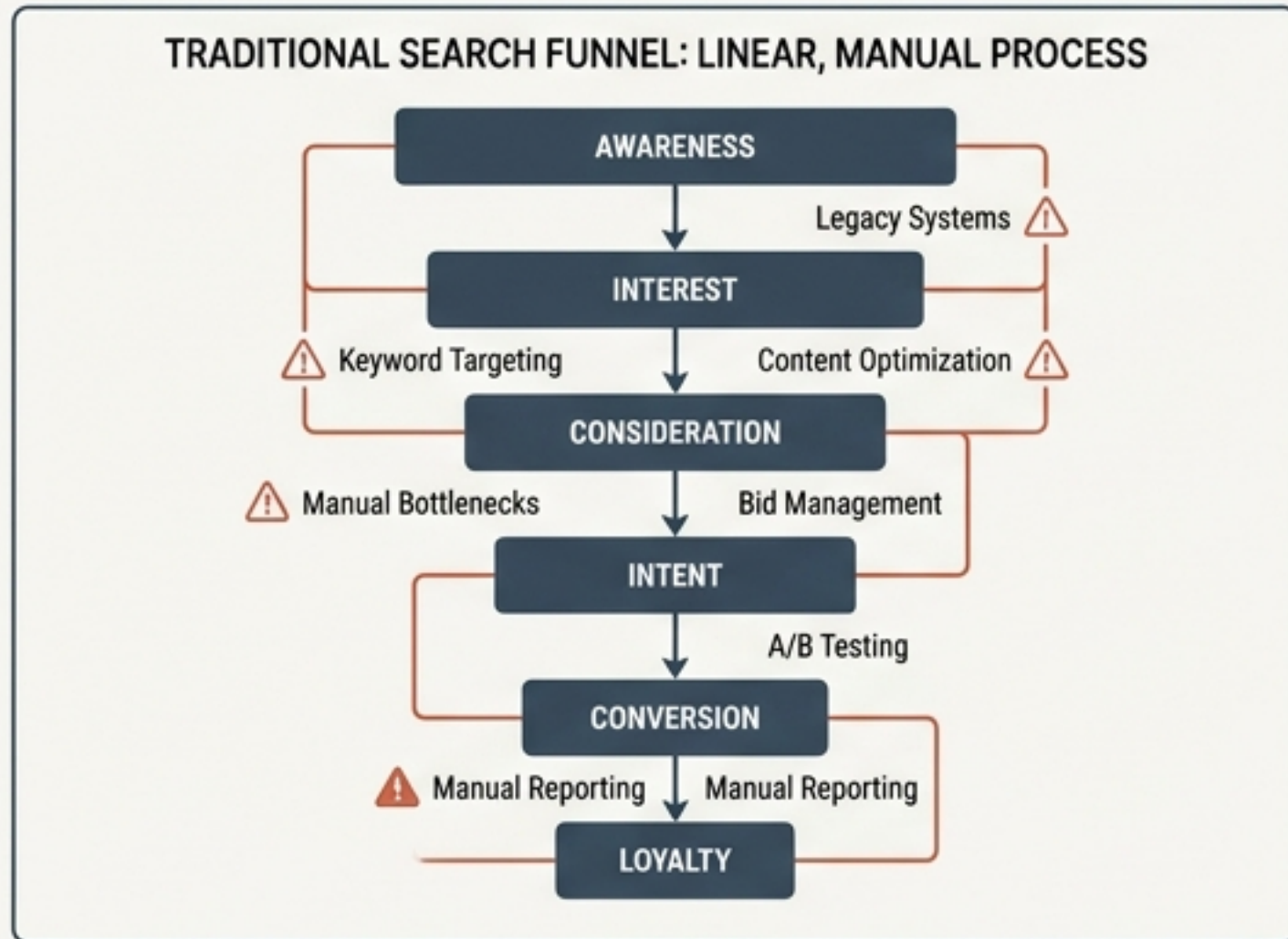
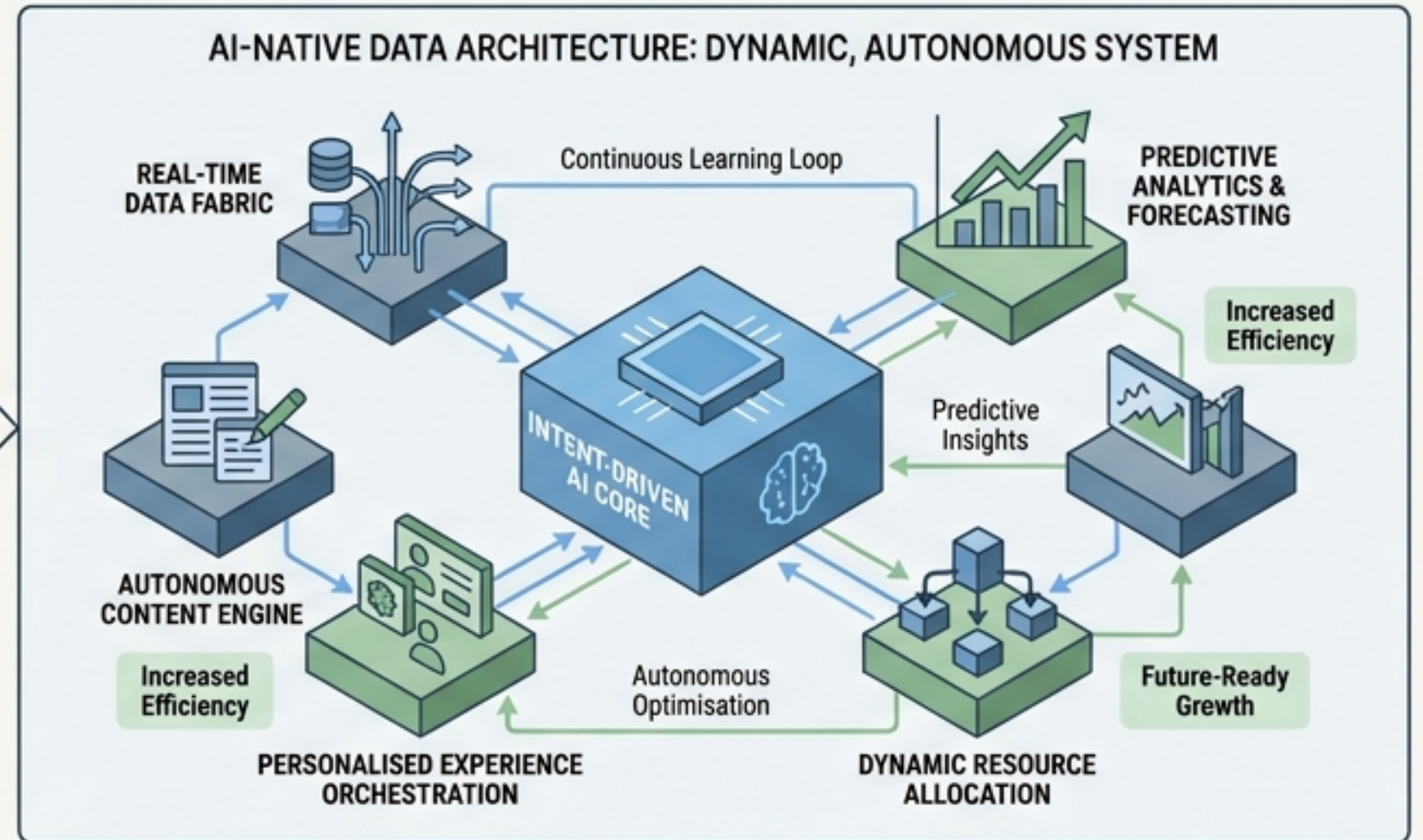


Google I/O 2026: Van 100 Aankondigingen naar Marketing Actieplan

Een AI-native zoekmachine vereist een AI-native marketingorganisatie.

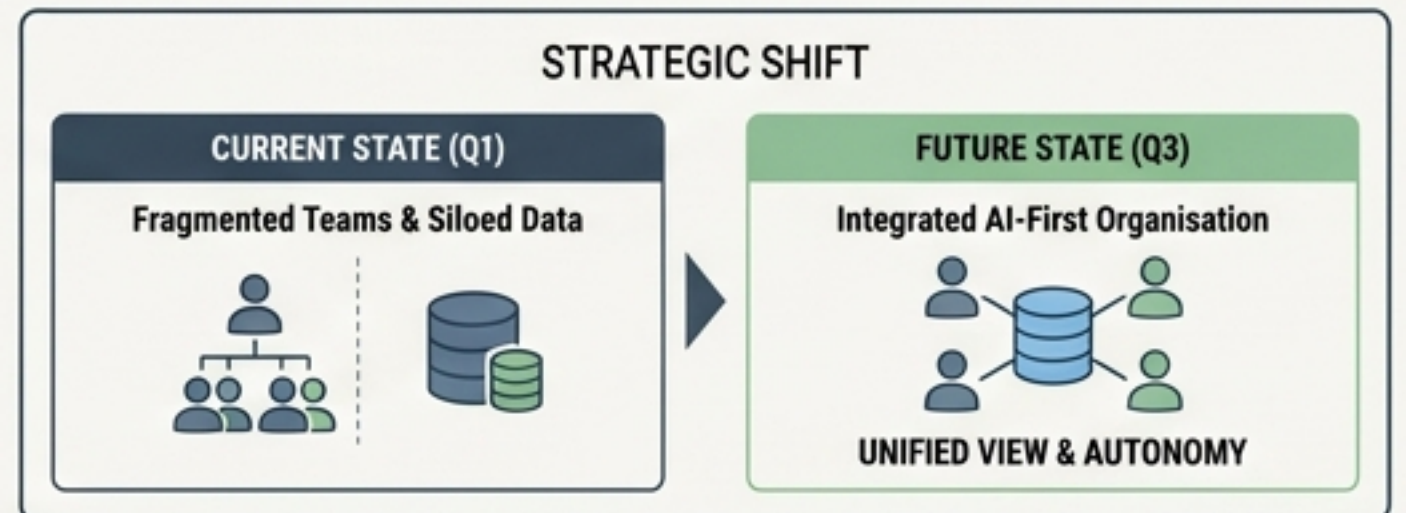
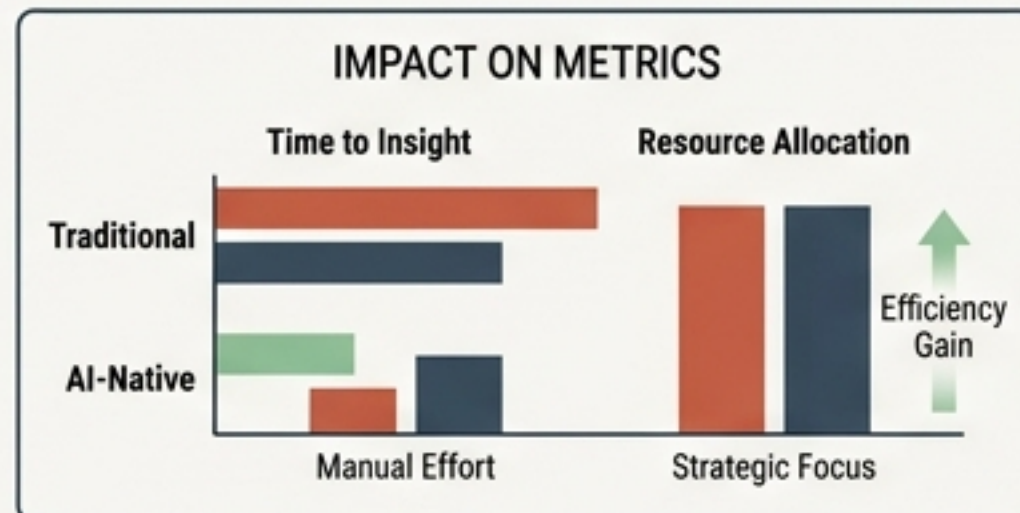


TRANSFORMATION



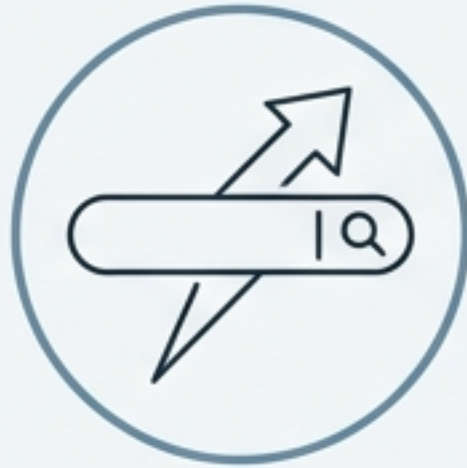
PROCESS COMPARISON

Traditional	AI-Native
✗ Manual Keyword Selection	✓ Automated Intent Analysis
✗ Batch Data Processing	✓ Real-time Data Stream
✗ Reactive Adjustments	✓ Proactive Optimization



HET SIGNAAL IN DE RUIS: 5 UPDATES DIE HET MARKETINGLANDSCHAP HERDEFINIËREN

Google I/O 2026 introduceerde 100+ innovaties. Voor de marketing board zijn er slechts vijf fundamentele paradigmaverschuivingen die directe impact hebben op budget, bereik en operatie.



AI Overviews Evolutie

Organische posities verschuiven structureel. De nieuwe 'homepage' van Google geeft direct antwoord.



Antigravity 2.0 (Mariner)

Autonome AI-agenten nemen het stuur over in campagne-optimalisatie.



Gemini Omni (Multimodaal)

Eén model voor tekst, beeld en spraak, wat de definitie van zoekintentie verbreedt.



Veo 2 / Video Search

Visuele content en YouTube-fragmenten domineren de nieuwe zoekresultaten.



Internal AI (NotebookLM)

Operationele efficiëntie via AI-gedreven research en briefing tools.

DE KOSTEN VAN PASSIVITEIT: ORGANISCH BEREIK VERDWIJNT ONDER 'THE FOLD'

De uitrol van AI Mode (oktober 2025) en de standaardisatie van AI Overviews veranderen de visuele hiërarchie van Search. Traditionele landingspagina's verliezen hun positie.

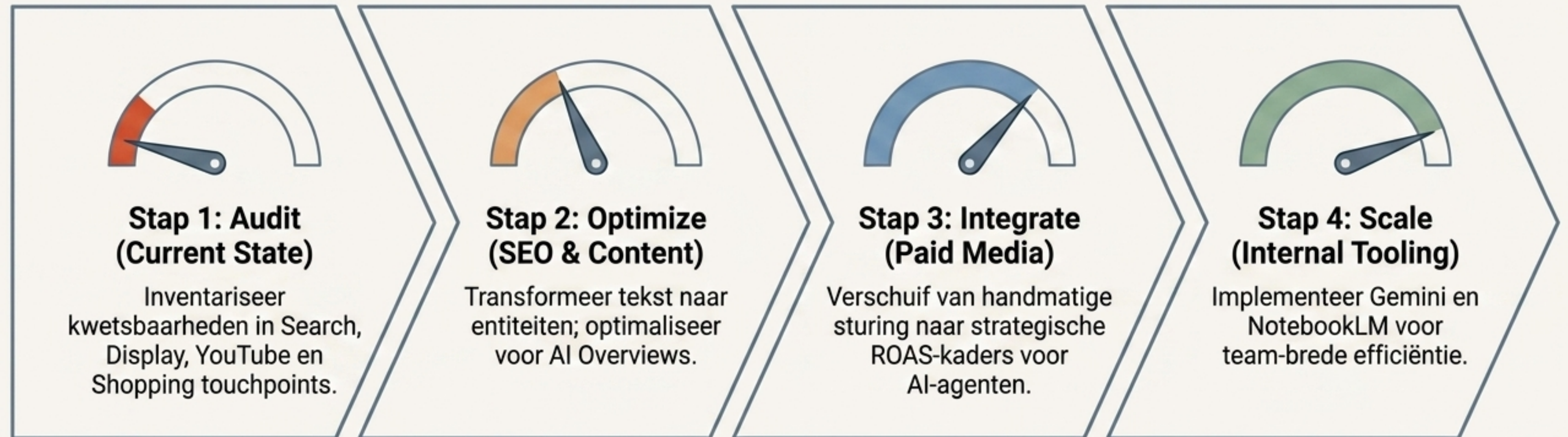
SERP DISPLACEMENT DIAGRAM



Conclusie: Het traditionele vangnet van 'tien blauwe links' is verdwenen.

HET BLUEPRINT FRAMEWORK: 4 STAPPEN NAAR AI MARKETING TRANSFORMATIE

Controle herwinnen in een black-box ecosysteem vereist een systematische herbouw van uw digitale architectuur.



STAP 1 - CURRENT STATE AUDIT: IDENTIFICEER UW AI-KWETSBAARHEDEN

Voordat u investeert in nieuwe tools, moet de huidige data-architectuur en kanaal-mix geëvalueerd worden op 'AI-readiness'.

	STRUCTURED DATA QUALITY	ENTITY CONTEXT	VISUAL ASSET VOLUME	BID AUTOMATION LEVEL
SEARCH	✓	—	⚠	⚠
YOUTUBE	⚠	—	✓	✓
DISPLAY		—		
SHOPPING	✓		✓	✓

CONTENT & DATA

Zijn landingspagina's geformatteerd in [schema.org-opmaak](https://schema.org)? Beantwoorden ze specifieke vragen?

KANAAL AFHANKELIJKHEID

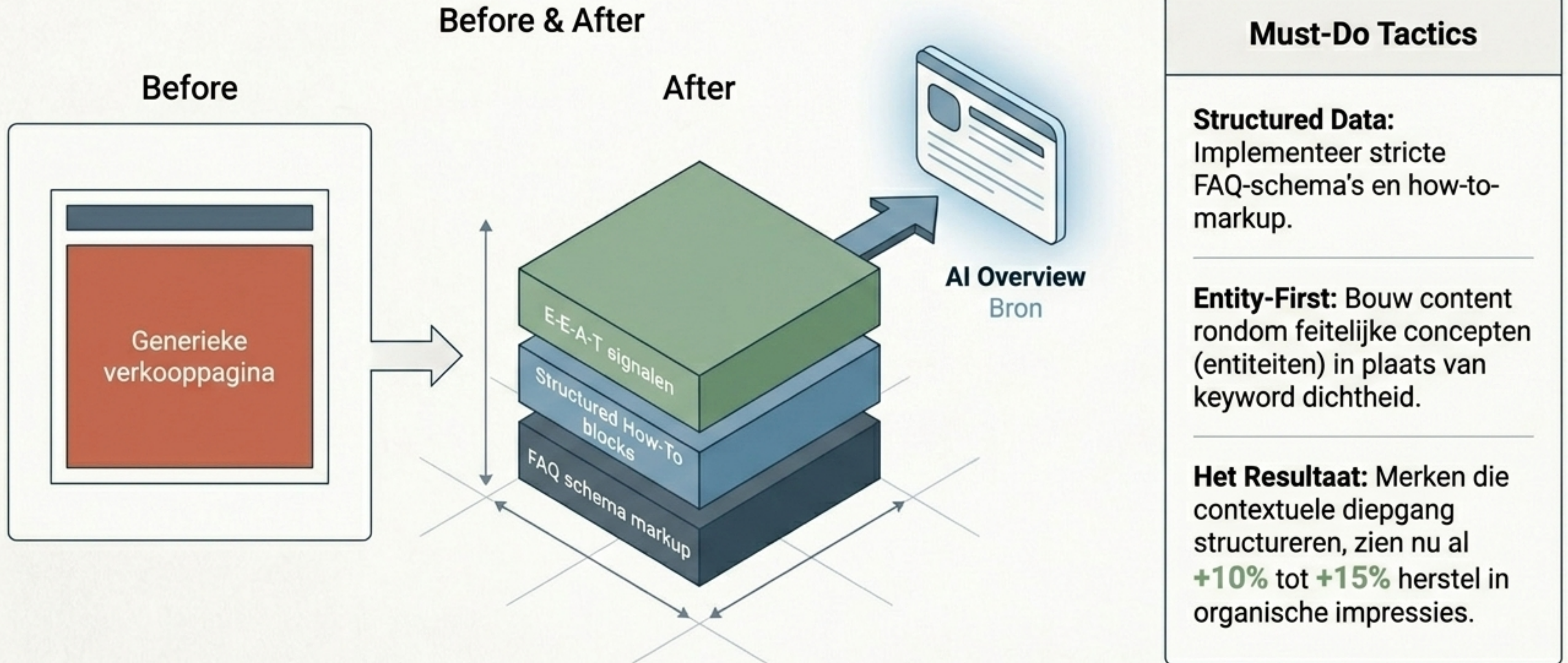
Leunt de omzet onevenredig zwaar op generieke **non-branded search**?

GROOTSTE RISICO

Korte, **transactionele** pagina's zonder diepgaande contextuele informatie.

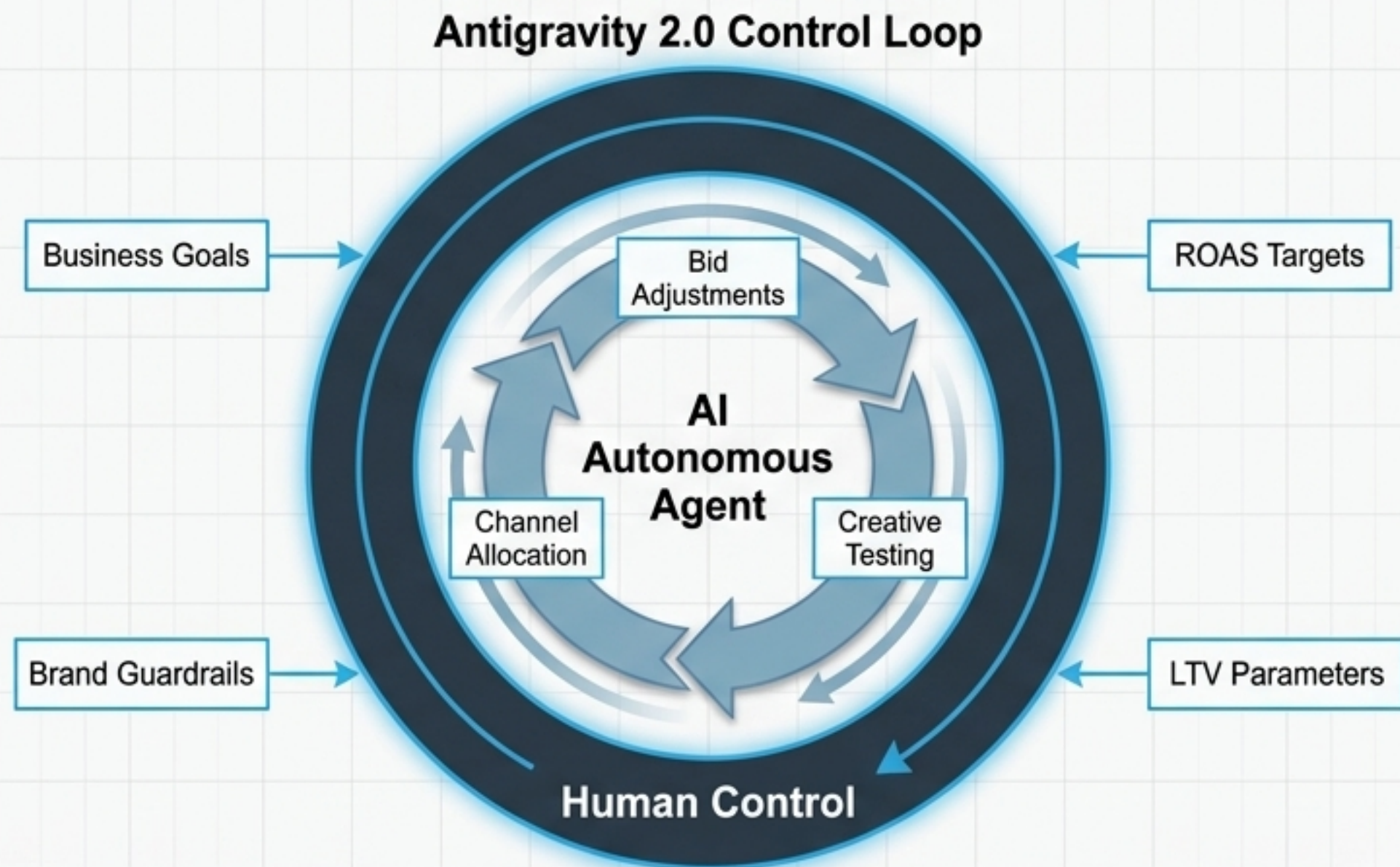
STAP 2 - SEO OPTIMALISATIE: VAN LOSSE ZOEKWOORDEN NAAR DATA-ENTITEITEN

Google's algoritme belooft content die als bron kan dienen voor AI Overviews. Dit is geen traditionele SEO, maar content-architectuur.



STAP 3 – PAID STRATEGIE: DE TRANSITIE VAN STUREN NAAR KADERS STELLEN

Met de komst van Antigravity 2.0 (Mariner) sturen marketeers niet langer de campagnes, maar de AI-agenten.



CPC Inflatie: +10-15% stijging op generieke termen.



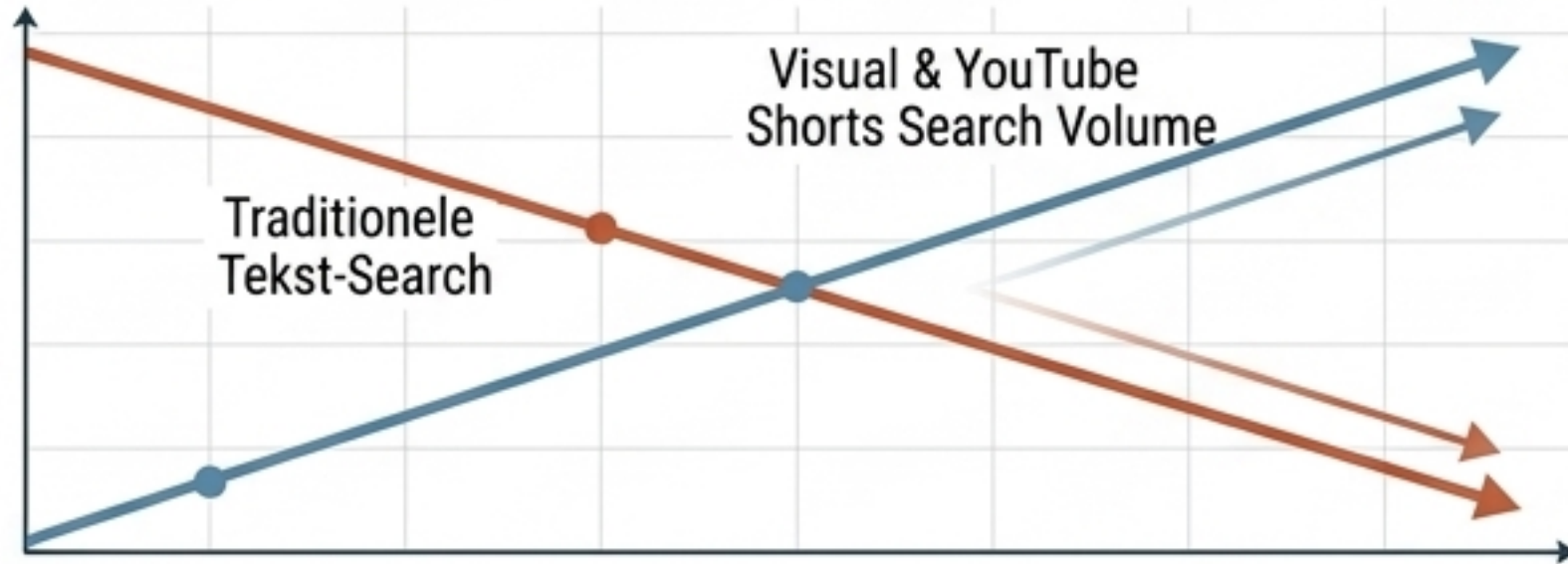
Budget Allocatie: Verschuif budget naar branded campagnes en visuele formaten.



Performance Max: Focus op kwalitatieve product feeds en strakke ROAS-sturing. +15-20% ROAS voor early adopters die deze controle-loop beheersen.

SPOTLIGHT - VISUAL & VIDEO: BEELDINTENTIE IS DE NIEUWE CONVERSIE-DRIVER

Door Gemini Omni en Veo 2 wordt visueel zoeken mainstream. Gebruikers die via een AI Overview navigeren, klikken pas door bij unieke, visuele impact.



ROI CALCULATION

20-25% LAGERE COST-PER-ACQUISITION (CPA)

Door visuele engagement optimalisatie.

VIDEO-INTEGRATIE

YouTube-fragmenten verschijnen direct in zoekresultaten; Shorts-strategie is nu een SEO-strategie.

CONTEXTUAL TARGETING 2.0

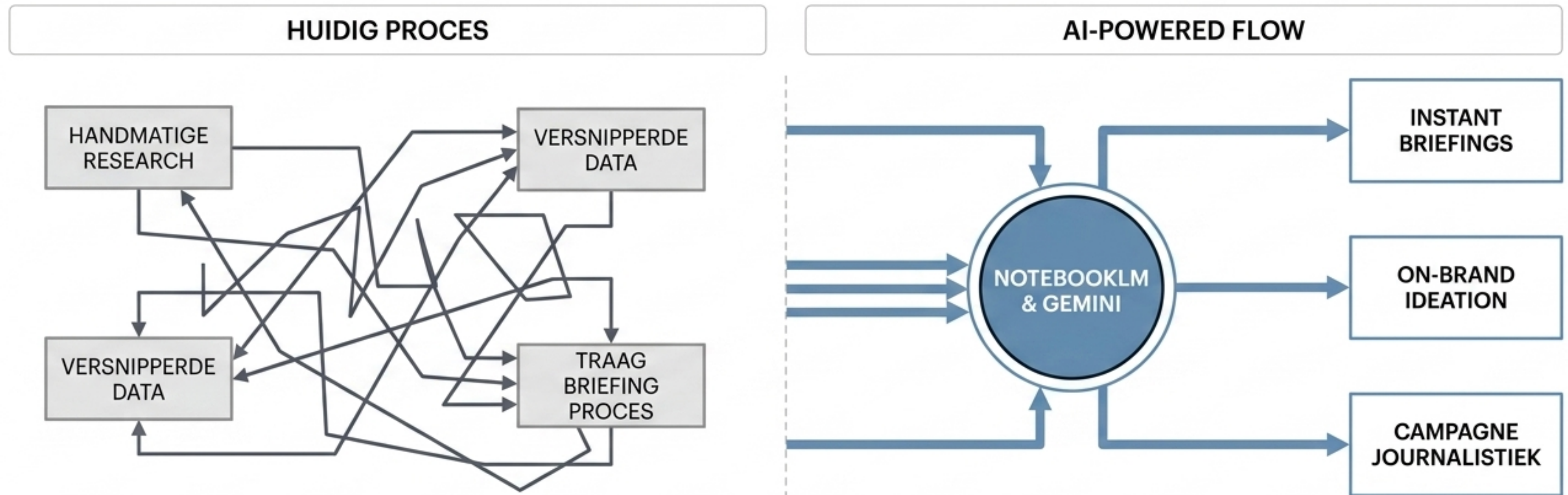
Targeting verschuift van cookies naar gedragsintentie via beeld.

DE BUSINESS CASE

Merken die nu inzetten op PMax gecombineerd met eigen merkgerichte video-assets zien direct resultaatsverbetering doordat algoritmes visuele engagement belonen.

STAP 4 - INTERNE AI TOOLING: OPERATIONELE HEFBOOM VOOR HET MARKETINGTEAM

De AI-transformatie stopt niet bij externe campagnes. De machineruimte van uw eigen team moet upgraden.



USE CASES & ROI



NotebookLM Enterprise:

Upload merkrichtlijnen, eerdere campagnes en klantdata voor feilloze, on-brand campagnejournalistiek.



Tijdwinst:

Eerste tests tonen aan dat marketeers 15% tot 20% tijdswinst boeken op optimalisatie en research.

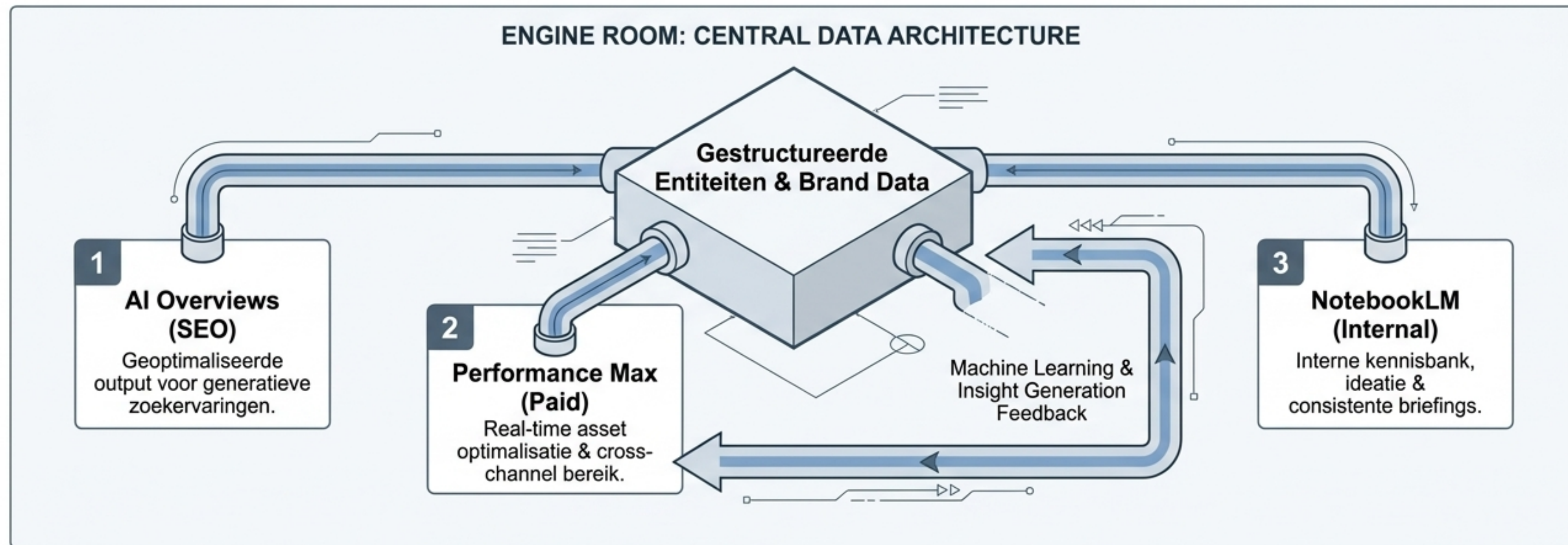


Change Management:

Train het team op geavanceerde prompting en data-interpretatie in plaats van handmatige executie.

De AI Data Motor: Waarom silo's in 2026 definitief sneuvelen

Het isoleren van SEO, Paid Media en Content is niet langer houdbaar. In het Google AI-ecosysteem voedt één centrale data-architectuur alle output-kanalen.



Synthese Inzicht: Je kunt geen AI-ready performance strategie hebben zonder AI-ready content architectuur. Het algoritme leert holistisch.

Capability Matrix: Legacy Marketing vs. AI-Native Marketing

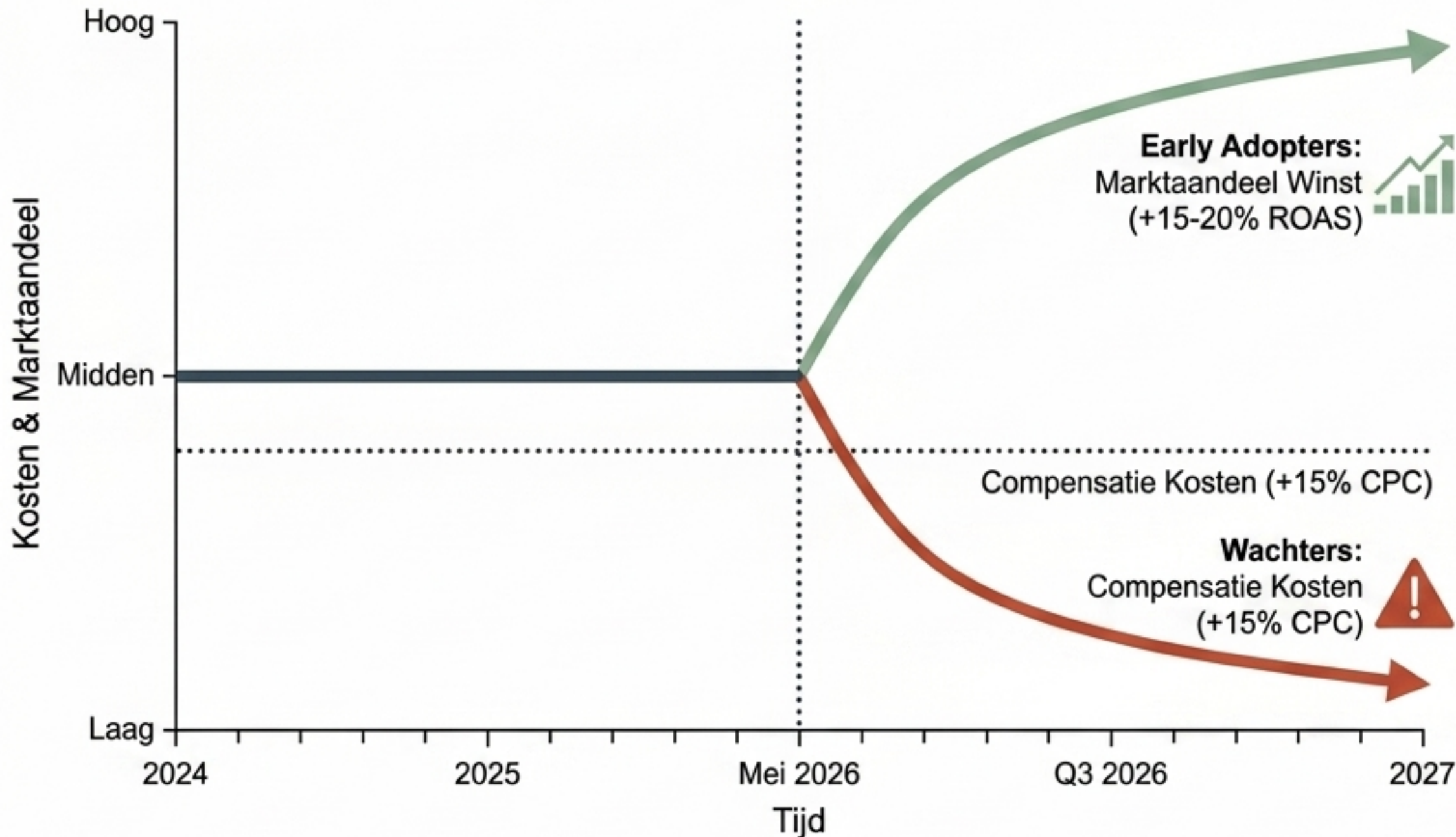
De overgang naar AI-gedreven marketing vereist het afleren van oude reflexen en het prioriteren van nieuwe vaardigheden.

Legacy Reflexen (NIET DOEN)	AI-Native Tactieken (WEL DOEN)
Handmatig keyword-bieden en micro-management	ROAS-grenzen en LTV-kaders instellen voor AI-agenten
Blinde overgave aan automatisering (volledig loslaten)	Menselijke controle op merkboodschap en context behouden
Generieke landingspagina's voor SEO-volume	Entity-first content in gestructureerde datablokken (schema.org)
Silo-budgettering per kanaal	Vloeibare budgetten o.b.v. algoritmische prestaties (PMax)

De Nederlandse Context: First-Mover Advantage in Q3 2026

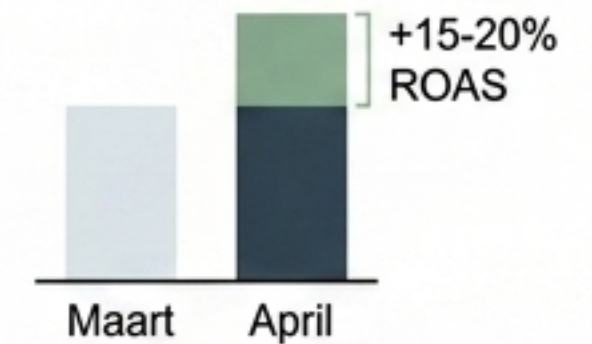
Het speelveld verandert sneller dan campagnes geoptimaliseerd kunnen worden. Wie wacht tot alles 'uitgerold' is, betaalt straks dubbel voor gemiste posities.

Tijd vs Kosten & Marktaandeel Trajectory



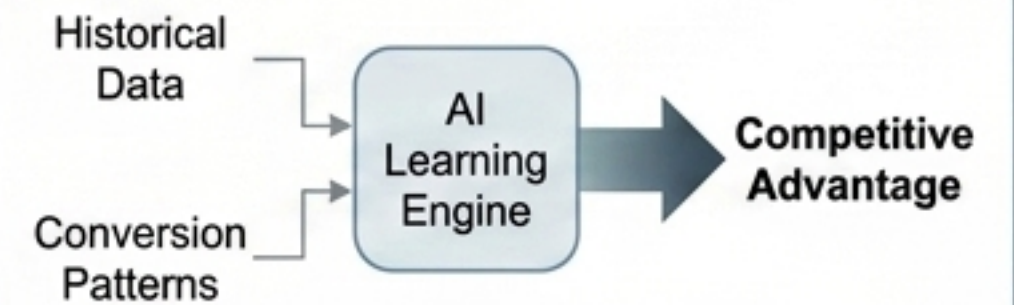
April vs Maart 2026

Bureaus rapporteren dat bedrijven die in maart testbudget reserveerden voor PMax, in april al 15-20% betere ROAS behaalden.



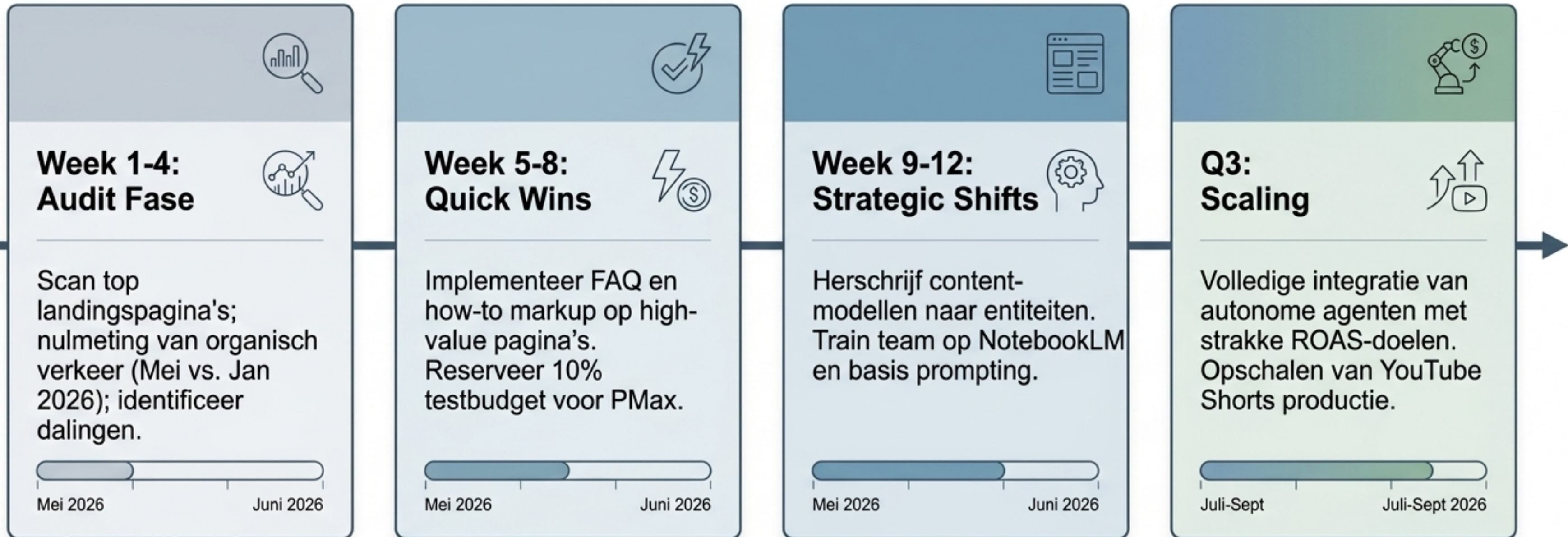
Data Voorsprong

Algoritmes leren van historische data. Hoe eerder de AI uw conversiepatronen begrijpt, hoe groter de voorsprong op de concurrentie.



Implementatie Roadmap Q2-Q3 2026

Een gefaseerde uitrol voorkomt operationele chaos en borgt de datakwaliteit.



Telemetry Dashboard: Succes Meten & Budgetteren

In het black-box tijdperk verschuiven de KPI's van operationele vanity-metrics naar strategische business-metrics.

AI Overview Zichtbaarheid

Track share-of-voice in AI antwoorden



72%
Share-of-Voice

CPA Ontwikkeling

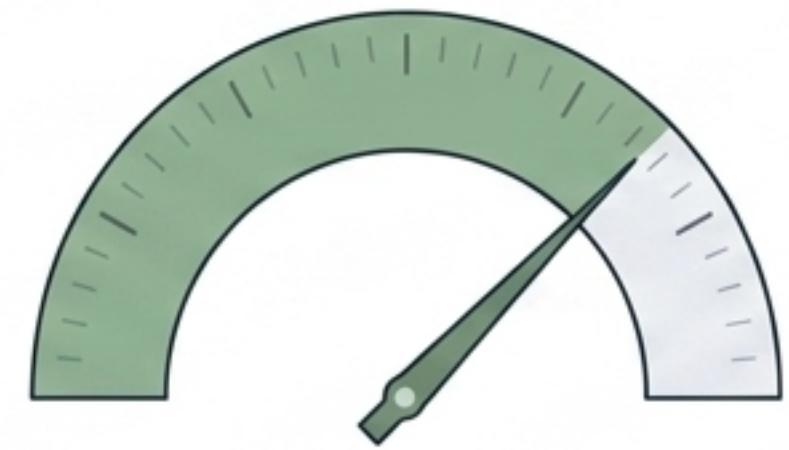
Monitor daling via visuele PMax integratie



€18.50
CPA (-15% YTD)

Team Adoptie Graad

Wekelijks gebruik van interne AI-tools



80%
Active Users

Budget Richtlijnen: Tooling & Tech

Investeer in NotebookLM Enterprise en geavanceerde monitoring tools.



Budget Richtlijnen: 20% Experimenteel

Oormerk één vijfde van het mediabudget exclusief voor testcampagnes met nieuwe AI-formaten en autonome agenten.



Samenvatting & Jouw Volgende 3 Stappen

AI-native marketing is geen toekomstvisie, het is de huidige realiteit. AI-agenten zijn de motor, maar u bent de navigator.

1. AI Overviews zijn de nieuwe homepage.

2. PMax vraagt minder sturing, meer strategie.

3. Content moet entity-first en gestructureerd zijn.

4. Video wordt een commodity; focus op distributie.

5. Interne AI-adoptie bepaalt concurrentievoordeel.

Jouw Actieplan

[Deze Week]

Audit uw top 20 keywords op zichtbaarheid en verlies in AI Overviews.

[Deze Maand]

Draai een pilot met NotebookLM voor minimaal één campagne briefing proces.

[Dit Kwartaal]

Herzie uw volledige Performance Max strategie op basis van nieuwe AI-inzichten en video-integratie.