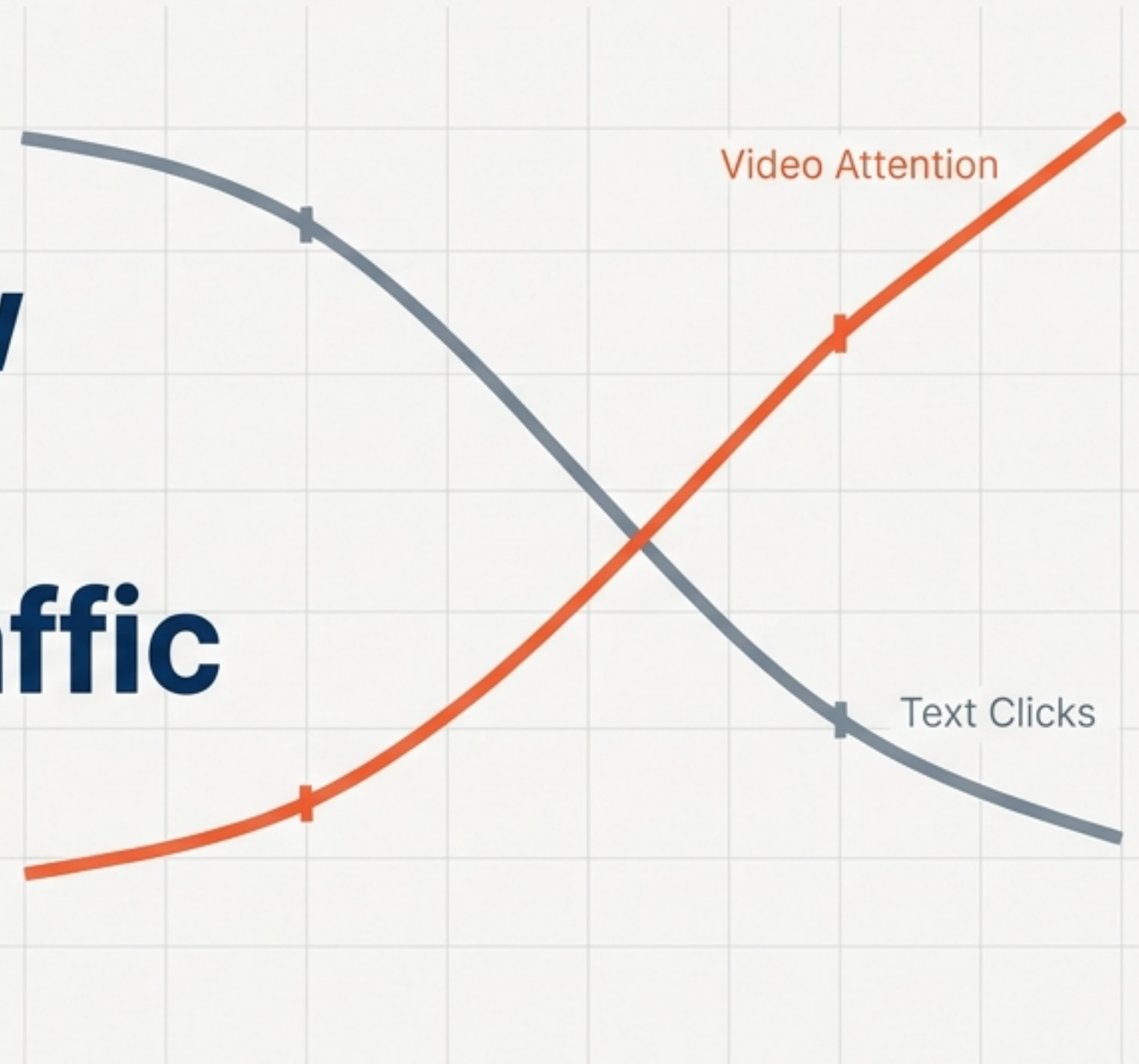


# De AI Search Shift: Waarom Video Jouw Antwoord Is op Dalende Organic Traffic

Een Strategisch Playbook voor Nederlandse CMO's: Behoud Zichtbaarheid, Engagement en Bereik in de Transitie van SEO naar AIO.



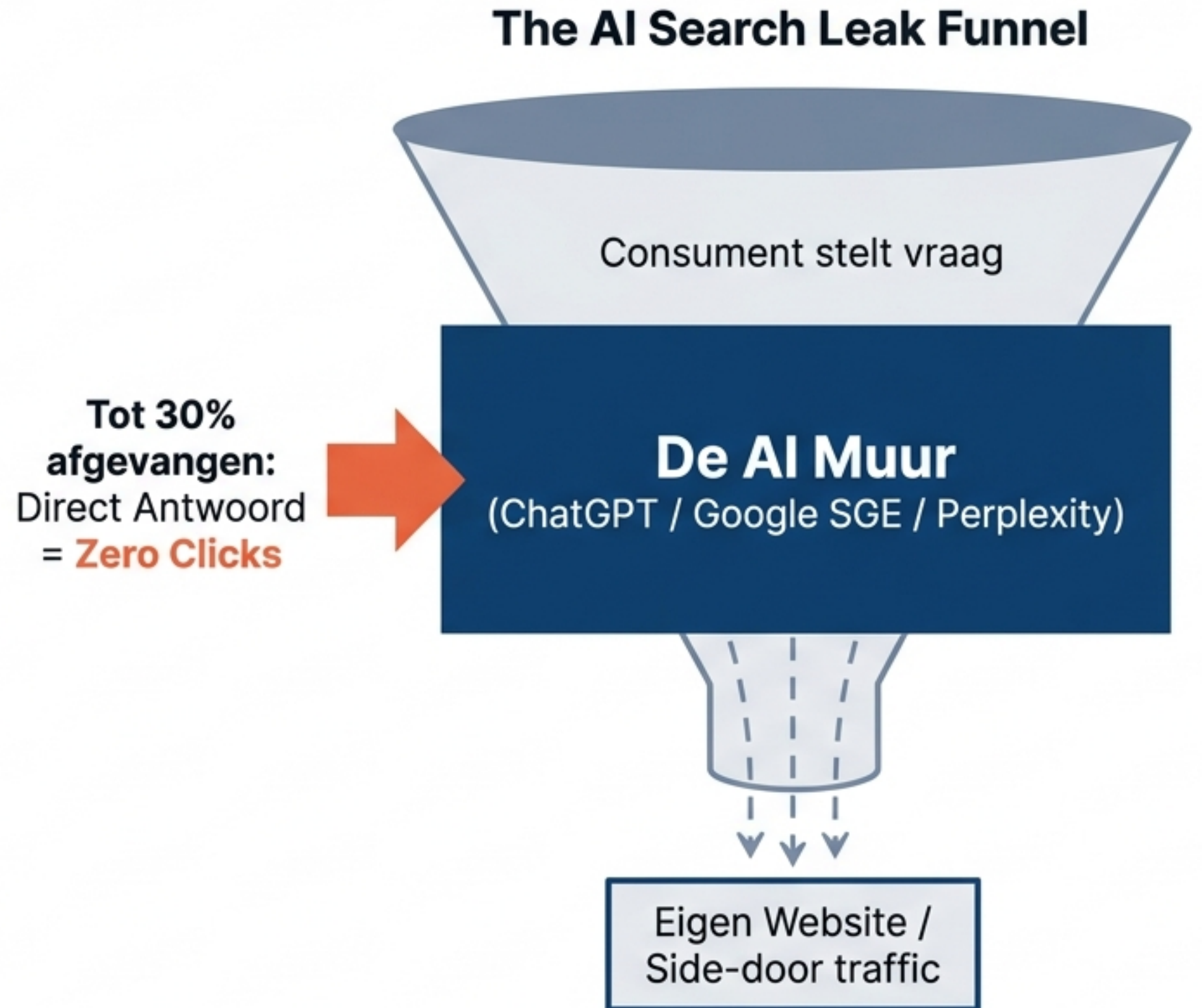
# AI Disrumpeert de 'Currency' van Digitale Media

**30 Jaar Norm:** De klik was de munteenheid. Nu houdt AI de gebruiker vast.

**30%** **30% Daling:** Verwachte krimp van search traffic (Adam Singolda, Taboola).

**Long-tail Risico:** Informational queries worden direct beantwoord door AI (Zero-Click).

Verkeer uit Google naar je site is een uitstervend verschijnsel. – Chantal Smink, Search Expert



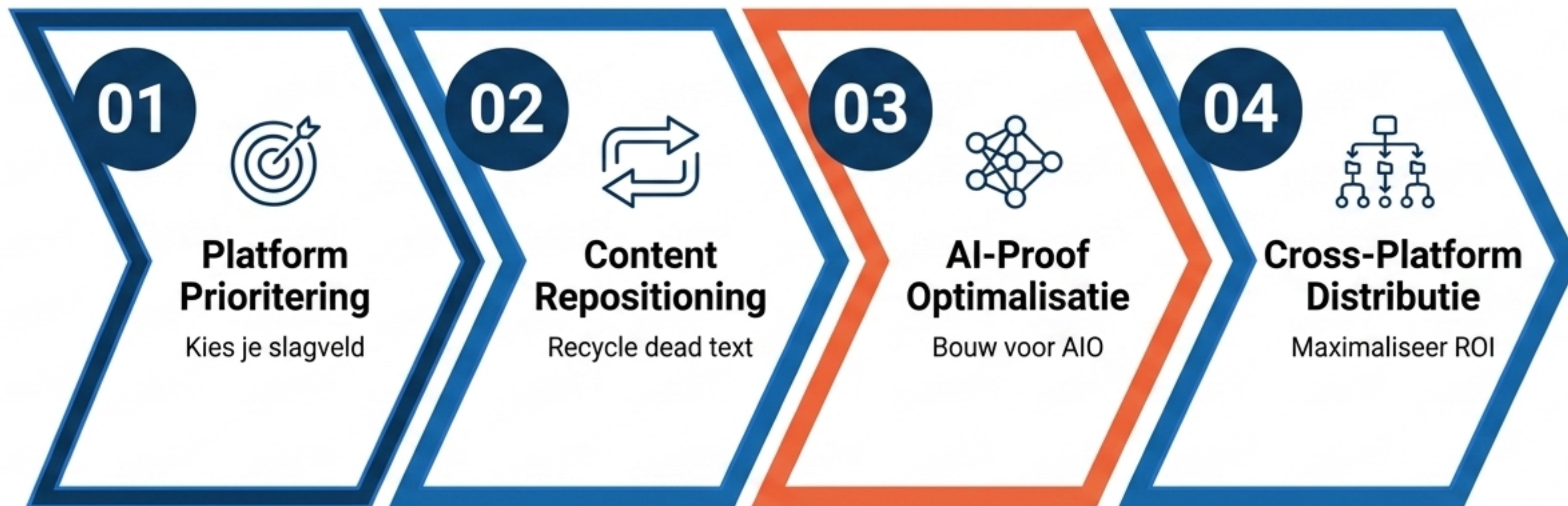
# Waarom Video de Enige Structurele Hedge is

AI kan tekst herschrijven en samenvatten, maar een video dwingt een 'play' en menselijke aandacht af.

Tekst SEO (Het Verleden)	Video AIO (De Hedge)
Samenvatbaarheid: <b>Hoog</b> (Direct geëxtraheerd door AI)	Samenvatbaarheid: <b>Immune</b> (Vereist een 'play' voor de beleving)
Aandachtsbehoud: <b>Laag</b> (Gebruiker blijft op zoekmachine)	Aandachtsbehoud: <b>Hoog</b> (Directe connectie, visuele retentie)
Monetisatie & Controle: <b>Verloren</b> (Geen impressies, geen leads)	Monetisatie & Controle: <b>Behoud</b> (Pre-roll, sponsoring, brand safety)
Algoritme Waarde: <b>Dalend</b>	Algoritme Waarde: <b>Stijgend</b> (YouTube/TikTok acteren als nieuwe zoekmachines)

# Van SEO naar Video-First: Het Executie Framework

Een gestructureerde architectuur om video als primaire traffic driver en engagement tool in te zetten.



# Stap 01 - Kies je Slagveld: Platform Decision Matrix

Niet elke video hoort overal. Kies de primaire motor op basis van doelgroep en zoekintentie.

## YouTube (De AI Zoekmachine)

Evolueert naar een AI-ecosysteem. Hoogste 'Search Intent'. Ideaal voor educatie en diepgang.

B2B Bereik



Zoekintentie



Productiekosten



## TikTok / Insta Reels (De Ontdekkingsmotor)

De nieuwe standaard voor Gen Z. Cruciaal voor snelle brand awareness en trend-riding.

B2B Bereik



Zoekintentie



Productiekosten



## LinkedIn Video (B2B Authority)

Het enige platform voor gericht zakelijk bereik waar AI-samenvattingen nog geen factor zijn.

B2B Bereik



Zoekintentie

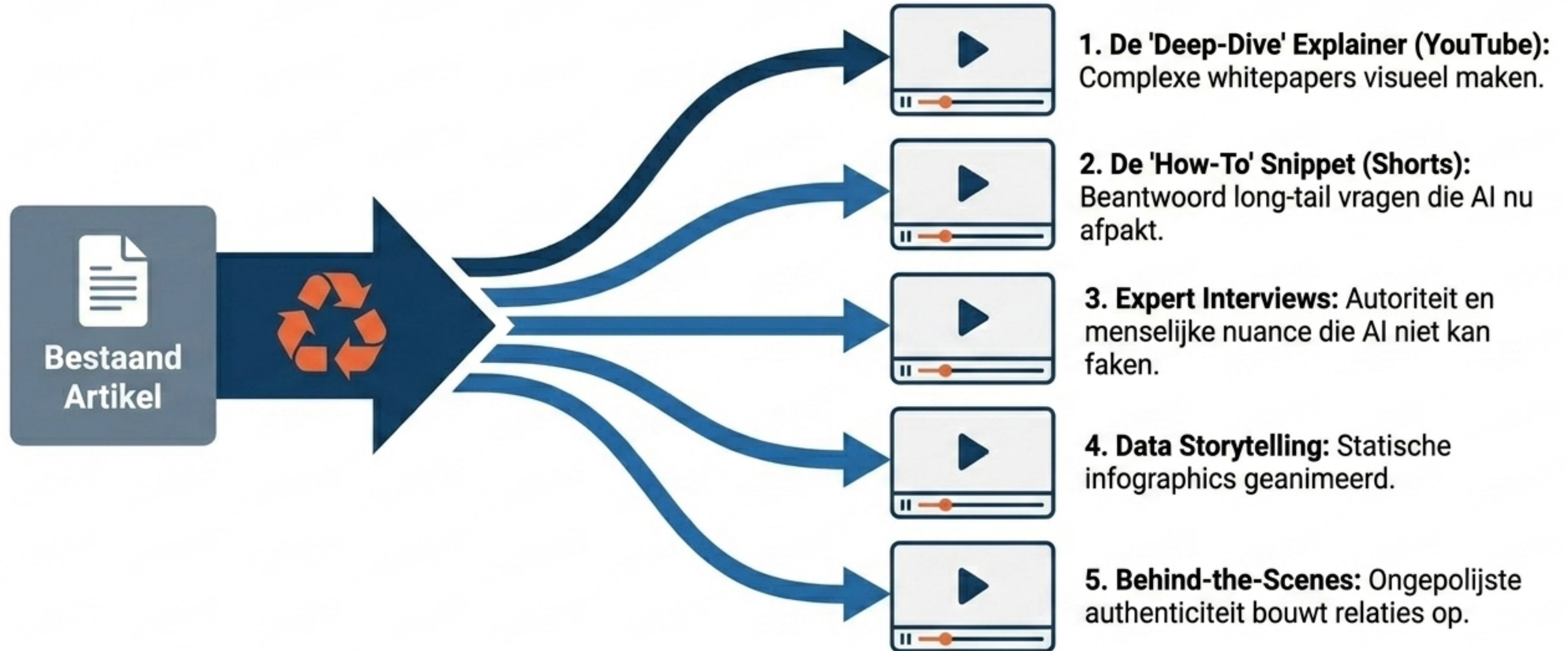


Productiekosten



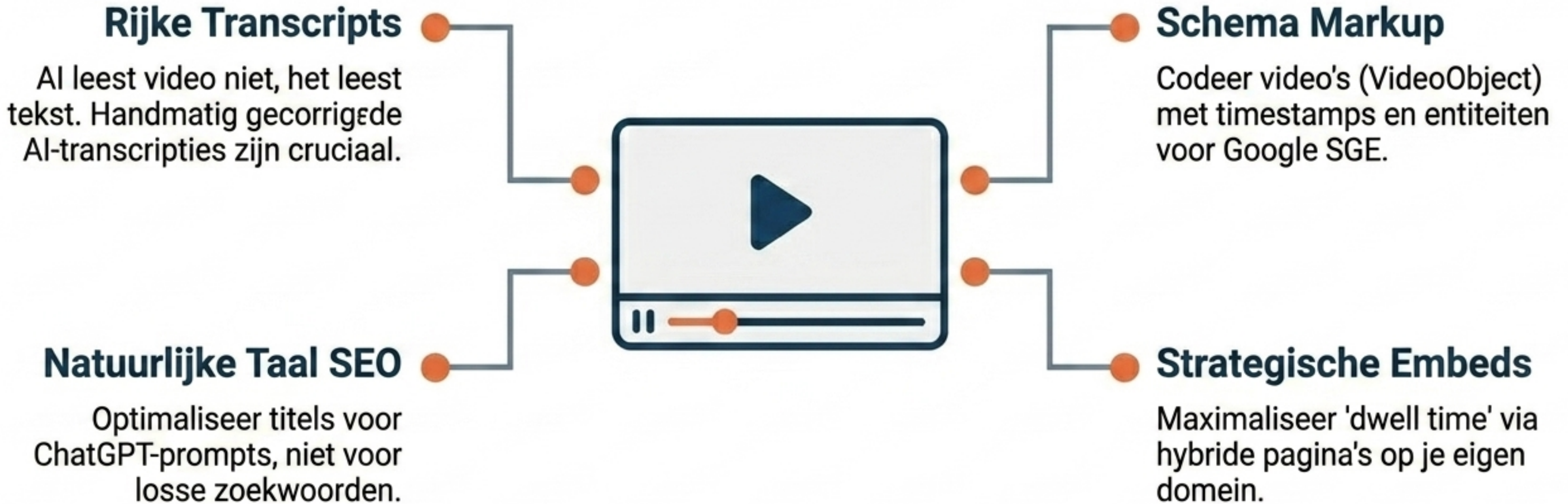
# Stap 02 - Transformeer 'Dead Text' naar High-Engagement Video

Stop met blanco scripts. Recycle best-presterende long-tail artikelen naar 5 bewezen formats.



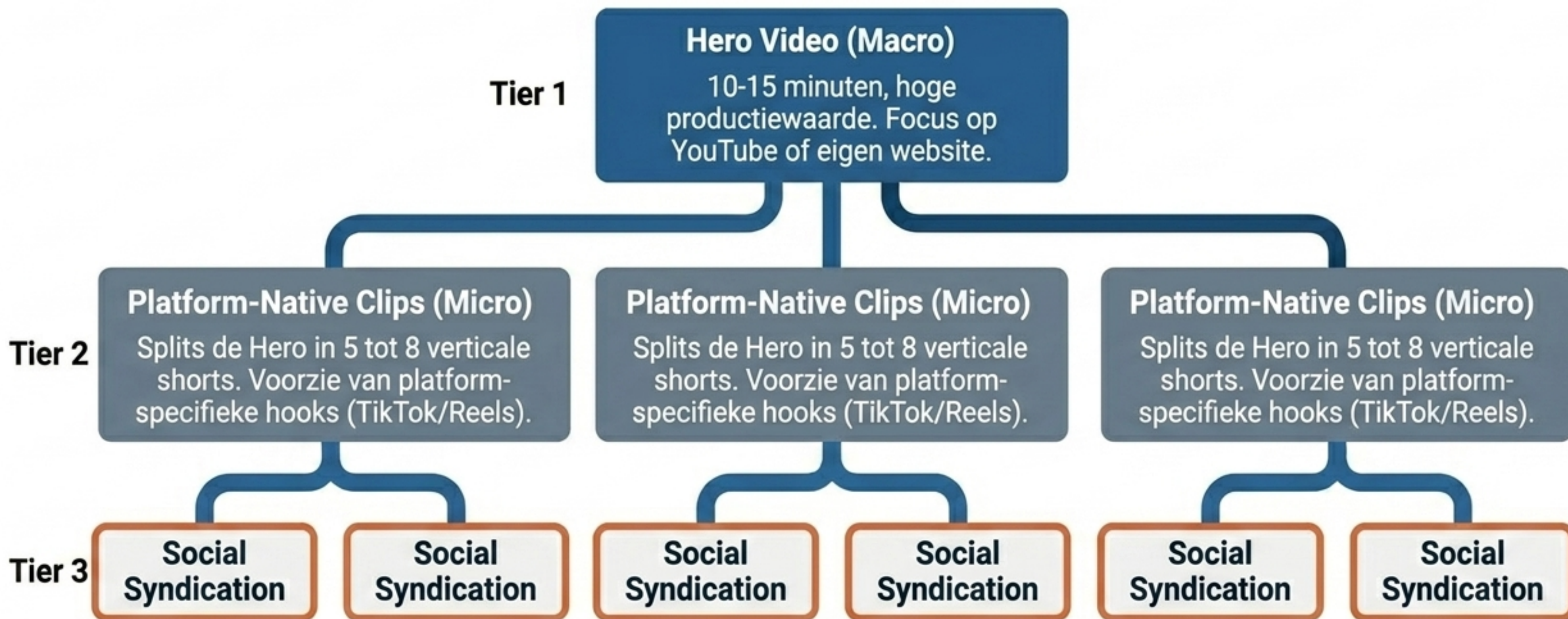
# Stap 03 - Van SEO naar AIO: Maak je Video Vindbaar

In 2026 draait het niet meer om klassieke SEO, maar om AI Optimization (AIO).



# Stap 04 - De Vermenigvuldigingsfactor: 1 Video = 10 Assets

ROI op videoproductie vereist een meedogenloze, gelaagde distributiestrategie.



Extraheer quotes, data en takeaways voor LinkedIn carousels om verkeer naar de Hero te leiden.

# Nederlandse Koplopers in de Video-Shift

Van nieuwsmedia tot e-commerce: de budgetverschuiving is al een feit.

## Publishers & Nieuws

- **Volkskrant, NRC, Quote** investeren fors in eigen videostudio's.
- **DPG Media & Mediahuis** bouwen videoteams voor platform-behoud.

## B2C & E-Commerce

- **Coolblue:** Verschuift van tekst-specs naar hoog-converterende video-reviews.
- **bol.com:** Pioniert met livestream shopping, volledig buiten traditionele search.
- **Rituals:** Budget shift van display naar influencer-video voor direct community engagement.

## B2B & Vakmedia

- **Emerce & MarketingTribune** zetten strategische videoserie in voor de professionele markt.
- Focus op thought leadership formats op **LinkedIn**.

# Navigeren door de Video Transitie (Do's & Don'ts)

De meest gemaakte fouten door traditionele marketingteams.

## DO

- ✓ **Platform-Native denken**  
**Platform-Native denken** (Respecteer de 'feel' van TikTok vs. YouTube).
- ✓ **Authenticiteit over Perfectie** (Expert-antwoord via iPhone > klinische corporate video).
- ✓ **Meten op Engagement** (Stuur op 'Watch time' en reacties).

## DON'T

- ✗ **Tv-commercials recyclen**  
**Tv-commercials recyclen** (Één-op-één doorplaatsen werkt averechts).
- ✗ **Wachten op de 'perfecte' setup**  
(Snelheid en iteratie winnen van traagheid).
- ✗ **Kliks als KPI** (Stop met sturen op CTR in een zero-click landschap).

# Resource Allocatie voor de Video-First Operatie

Herstructureer team en tech-stack voor schaalbare productie zonder budget-explosie.



## Tech Stack

Investeer in AIOps tools voor geautomatiseerde ondertiteling en AI-gedreven clip-extractie.



## Team (Intern vs Flex)

Behoud Strategie/AIO intern. Gebruik flex/freelance voor editors en motion designers voor schaalbaarheid.



## Budget Verschuiving

Minder klassieke display en SEO-tekst. Meer programmatic video, creator partnerships en branded content.



# Het Nieuwe KPI Dashboard: Succes in een AIO Wereld

Pageviews zijn ijdelheid. Engagement is de nieuwe currency.

## ~~Oude KPI's (Achterhaald)~~

~~Pageviews~~



~~Click-Through-Rate (CTR)~~



~~Bounce Rate~~



## Nieuwe Business-Gedreven KPI's

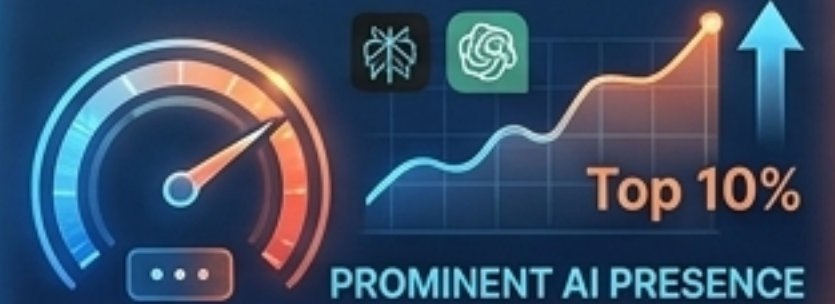
### Aandacht & Retentie

Average View Duration (Watch time) vervangt lege impressies.



### AI Citations (Share of Voice)

Wordt jouw video geciteerd in Perplexity of ChatGPT antwoorden?



### Cross-Platform Engagement

Volume van saves, shares en brand-mentions.



### Referral Quality

Verkeer via video converteert hoger dan koude SEO-kliks.



# De Implementatie Roadmap (4-Weken Sprint)

Van strategisch besluit tot eerste platform-native publicatie.

## Week 1: Audit & Selectie

Analyseer top 10 long-tail artikelen op traffic-risico. Kies 1 hero-kandidaat.

## Week 2: Format & Scripting

Ontwikkel platform-first concept. Focus meedogenloos op de eerste 3 seconden (hook).

## Week 3: Productie & AIO

Schiet de video (authenticiteit). Genereer transcripts en embed met schema markup.

## Week 4: Distributie & Syndicatie

Publiceer Hero, knip 5 shorts, plan 3 LinkedIn posts.



# Vorbij 2026: De Multimodale Revolutie

Video is nu de ontsnapping, straks is het de bron.

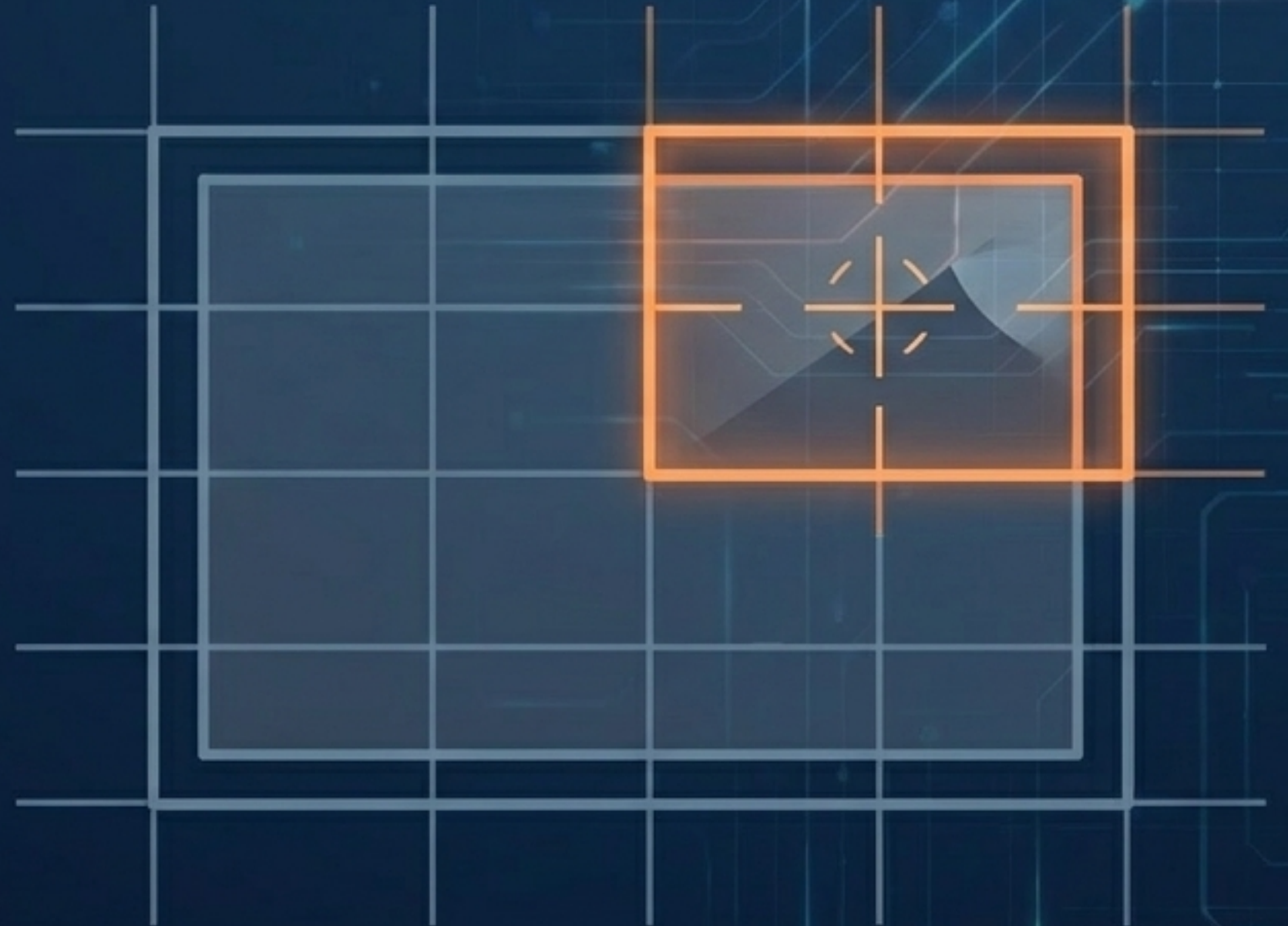
## Multimodale AI:

Modellen zoals Gemini en GPT-5 analyseren native video en audio frame voor frame, zonder tekstuele tussenkomst.

## De Implicatie:

**De Implicatie:** AI gaat direct in video's zoeken en specifieke visuele fragmenten als antwoord presenteren.

**De Voorbereiding:** Structureer nu (chapters, verbale cues, on-screen text). Jouw video-archief traint de AI-modellen van morgen om je als autoriteit te zien.



# Executive Summary: Jouw Volgende Stappen

Verander passieve lezers in een geëngageerd kijkerspubliek.

## De 3 Kerninzichten

- **1. De Klik Verdwijnt:** AI search houdt 30% van organisch verkeer vast.
- **2. Video is het Schild:** Kan niet worden samengevat en dwingt engagement af.
- **3. AIO is de Motor:** Optimaliseer voor AI-engines, niet voor oude zoekwoorden.

## Directe Actie (Deze Maand)

1. Verschuif 10% display-budget naar video-experimenten.
2. Recycle de top 3 redactionele artikelen naar video formats.
3. Voer een AIO nulmeting uit (Hoe presteert je merk nu in Perplexity?).