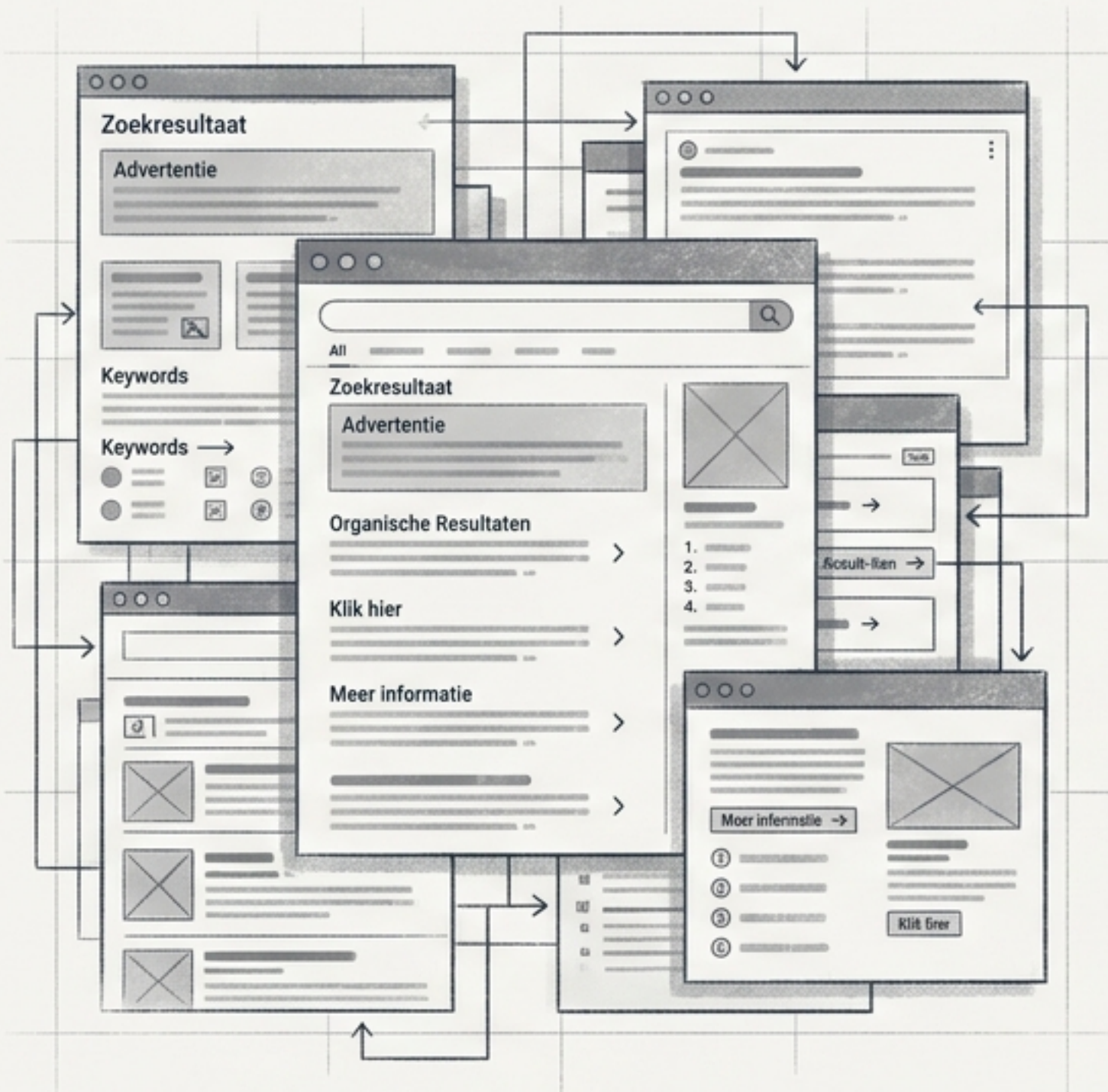


ChatGPT Search verandert het advertentiespel — bent u voorbereid?

Een Executive Playbook voor Nederlandse CMOs: Van zoekwoorden naar AI-citaties.



ChatGPT Search transformeert informatie-opname van een versnipperde zoekervaring naar een geconsolideerd, direct antwoordmodel. **De toekomst van merkzichtbaarheid** ligt niet in het winnen van de strijd om **trefwoorden**, maar in het **worden van de vertrouwde bron die door AI wordt geciteerd**. Dit vereist een verschuiving in strategie naar het **creëren van diepgaande, feitelijke content** die geoptimaliseerd is voor AI-begrip en -verificatie. In dit nieuwe ecosysteem is het doel om het **definitieve antwoord te zijn**, direct weergegeven met **duidelijke bronvermelding**.

AI Vraag

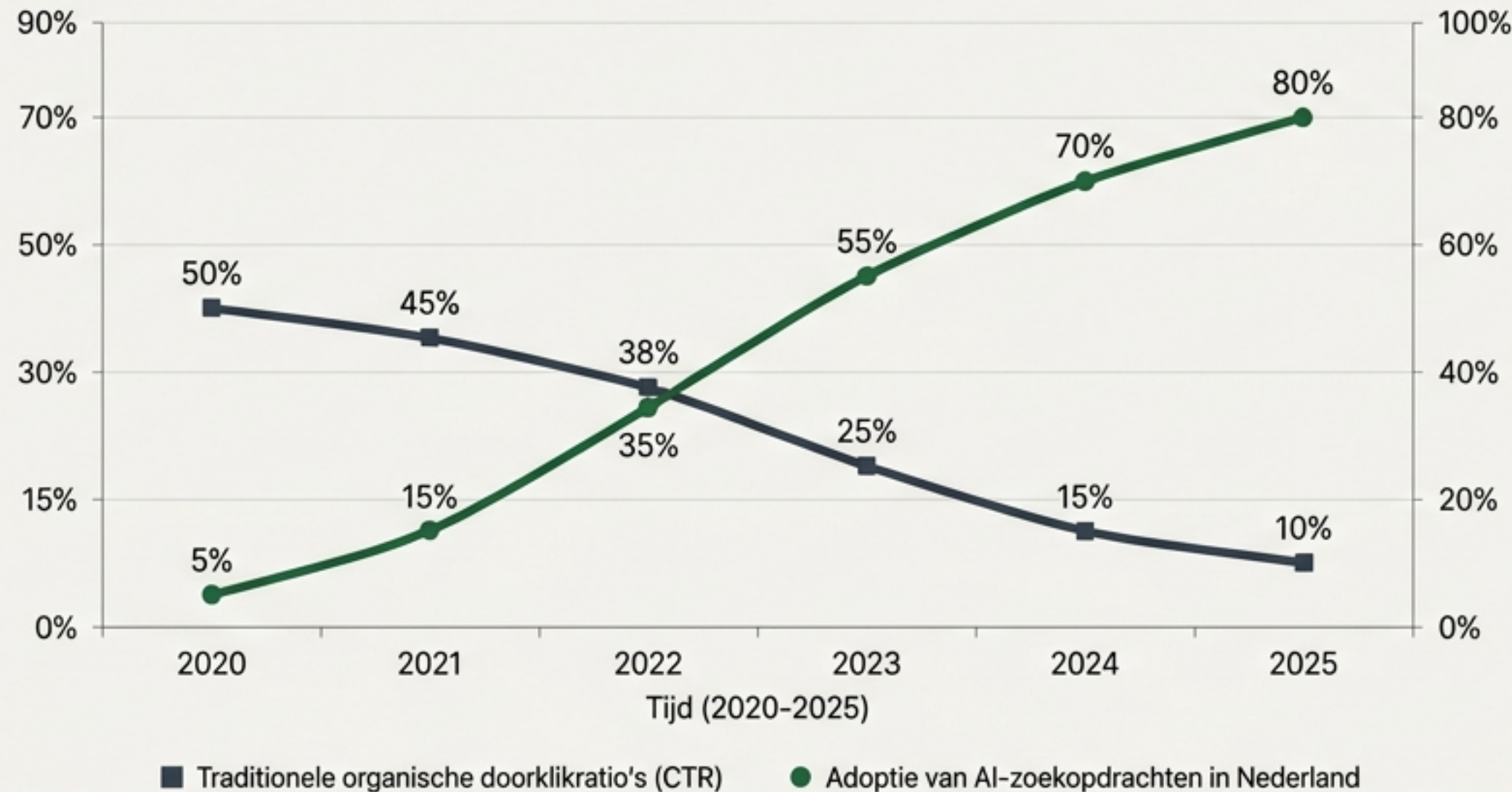
AI Direct Antwoord & Citatie

[1] Jouw Merk

Zero-Click is de nieuwe realiteit

De transitie van Google naar conversational AI betekent dat gebruikers hun antwoord direct in de chat krijgen. Merken die zich niet aanpassen, verdwijnen volledig uit het blikveld.

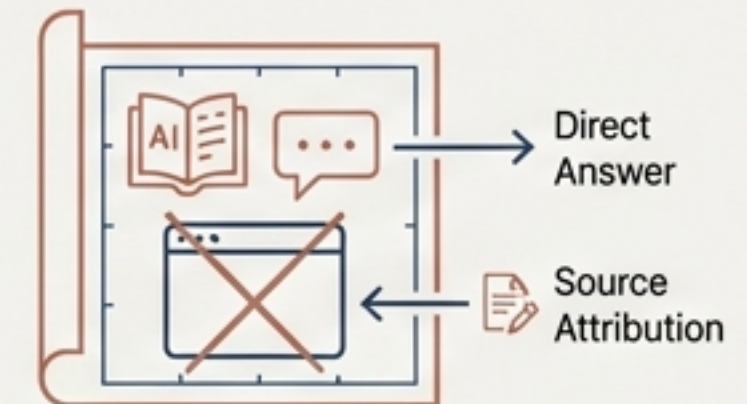
Verschuiving in Zoekgedrag



De Gevarenzone

In 2024 resulteert een groeiend percentage van AI-zoekopdrachten in nul websitebezoeken.

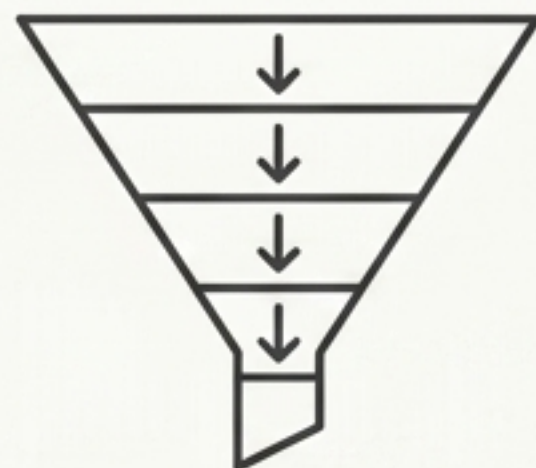
Zichtbaarheid is nu afhankelijk van bronvermelding, niet van kliks.



De Paradigmaverschuiving: Waarom oude tactieken falen

Wat werkte in 2022, maakt uw merk **onzichtbaar** in 2025.

Traditionele SEO/SEA	AI-Search Optimalisatie
• Zoekwoorden & Volumes	• Semantische Context & Intentie
• Kliks naar de website genereren	• Vermeldingen in het AI-antwoord beveiligen
• Bieden op keywords & Backlinks	• Autoriteit opbouwen & LLM beïnvloeden
• Geïsoleerde landingspagina's	• Gestructureerde datanetwerken



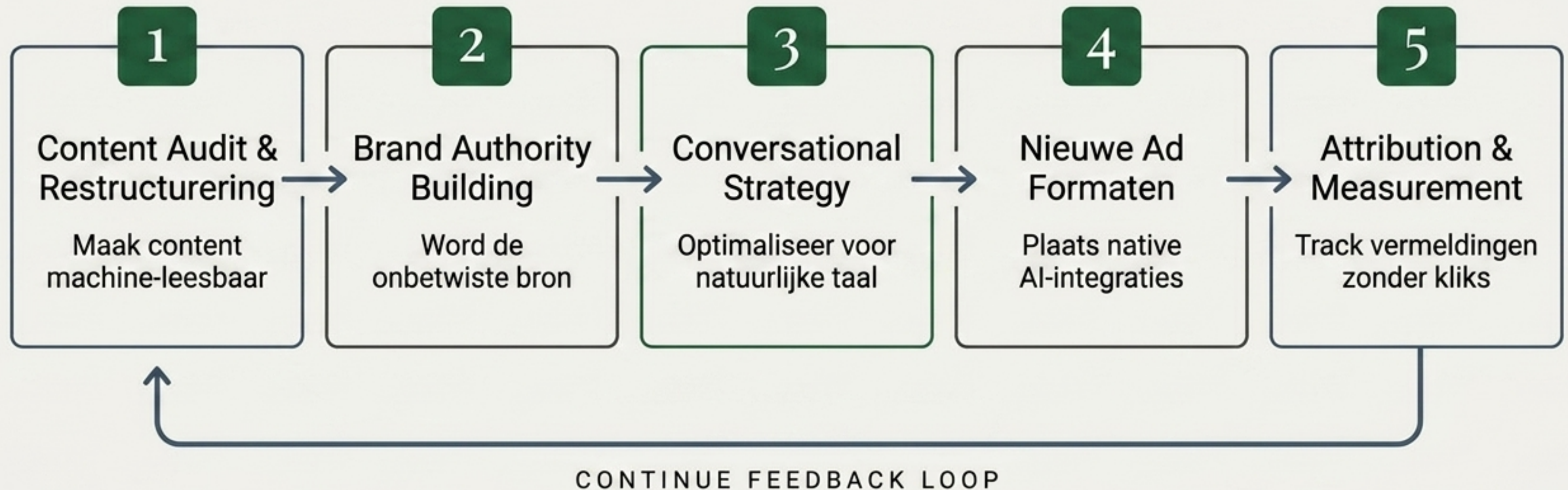
Trechtermodel



AI-Kennisnetwerk

Het Framework: 5 Stappen naar AI-Search Readiness

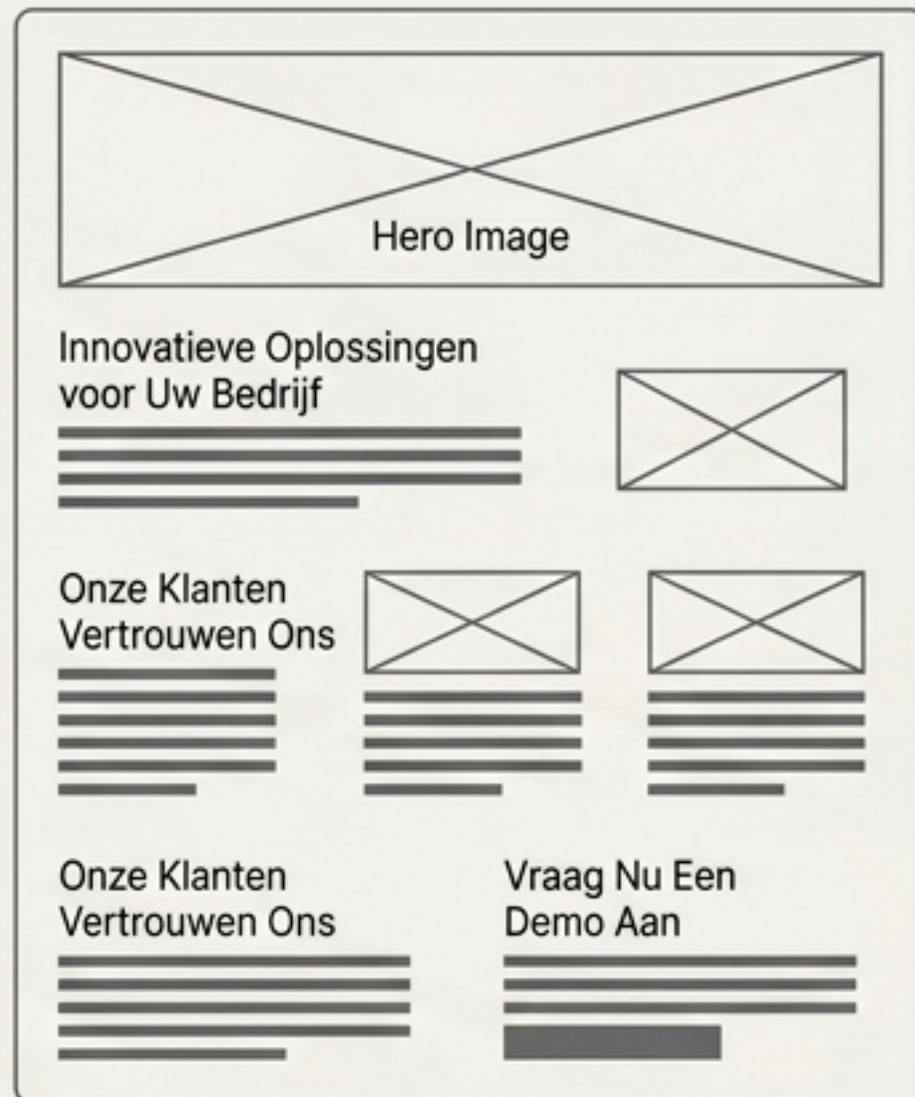
Een operationele blauwdruk voor de moderne marketingorganisatie.



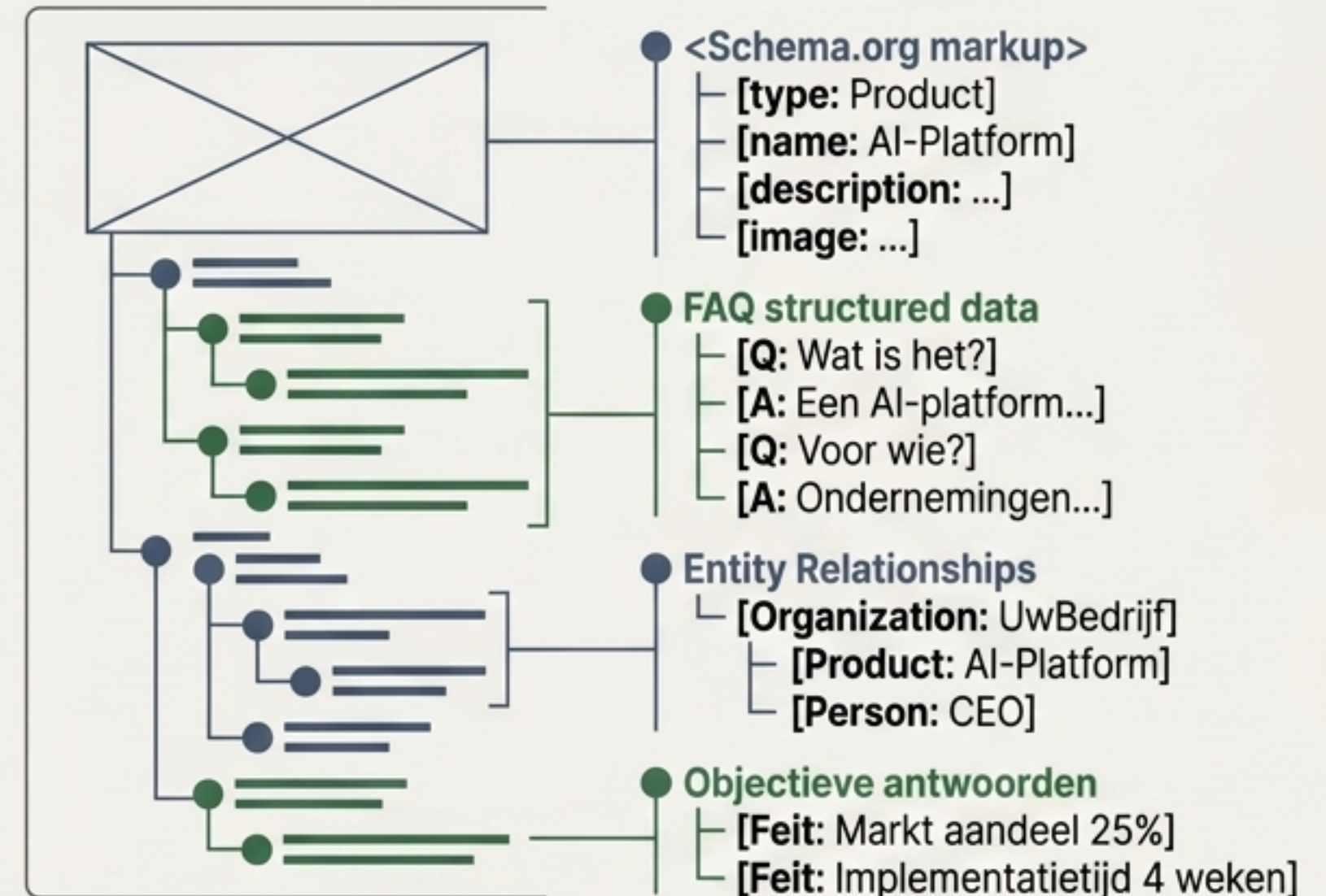
Stap 1 — Content Audit & Restructuring

Als een AI uw data niet kan parseren, bestaat uw data niet.

Wat de bezoeker ziet



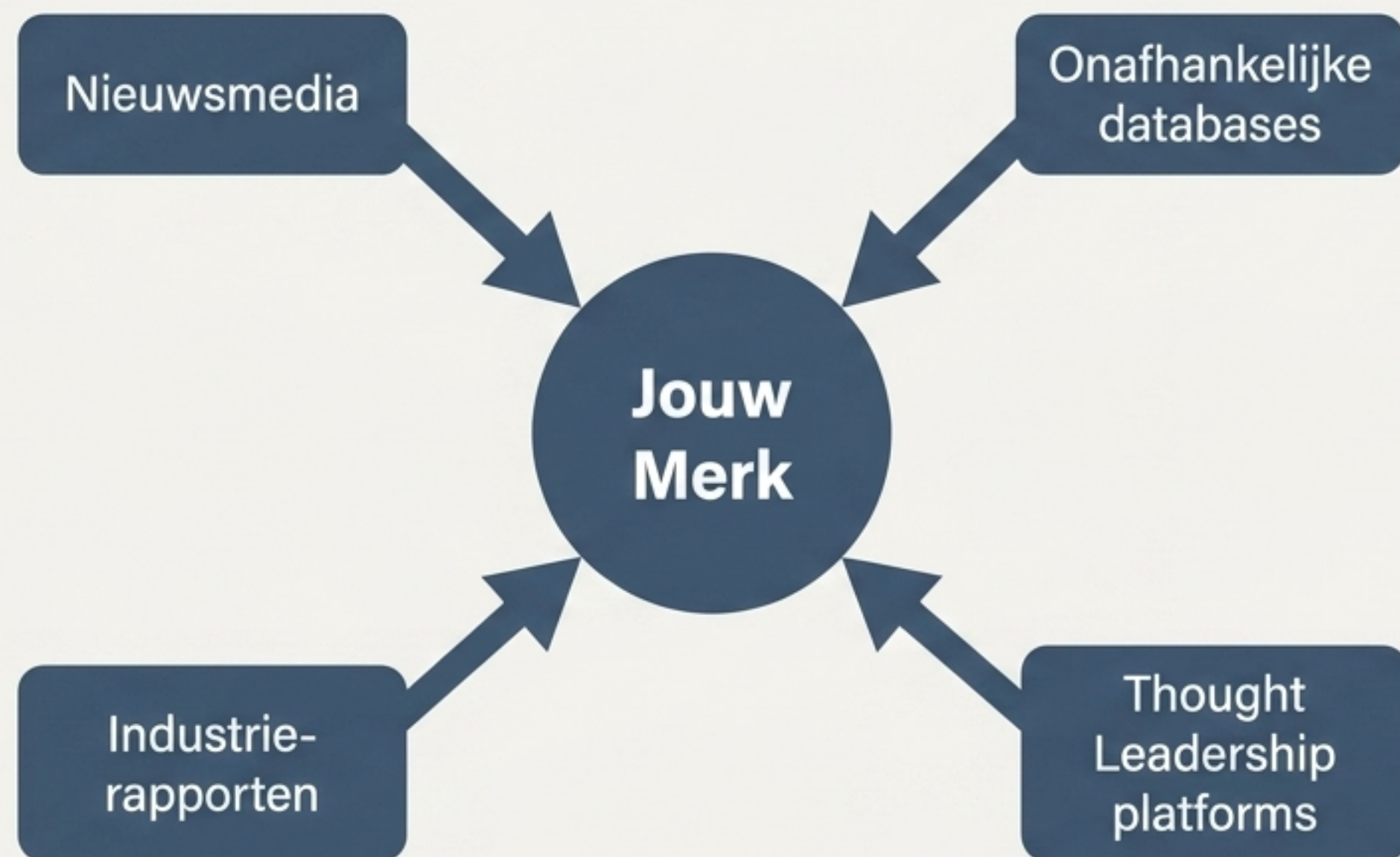
Wat het algoritme leest



Actiepunt: Converteer 'verkopende' paragrafen naar objectieve, feitelijke Q&A-structuren die direct antwoord geven op complexe queries.

Stap 2 — Brand Authority Building

AI zoekt naar consensus, niet naar uw eigen beloftes.



Eén vermelding op een externe autoritaire site of in een onafhankelijk rapport weegt zwaarder voor een LLM dan 100 geoptimaliseerde blogposts op uw eigen domein.

Stap 3 — Conversational Content Strategy

De evolutie van gefragmenteerde zoekwoorden naar hyper-specifieke dialogen.

Het Verleden

Autoverzekering vergelijken NL



Resultatenlijst (traditioneel)

De Toekomst

Wat is de beste autoverzekering voor een elektrische auto in Amsterdam als ik 8 schadevrije jaren heb en maximaal 50 euro per maand wil betalen?



Wat is de beste autoverzekering voor elektrische auto?

Hyper-specifiek antwoord (conversationeel)

1.

Publiceer long-tail 'use-case' content.

2.

Bouw dynamische content die variabelen aan elkaar koppelt.

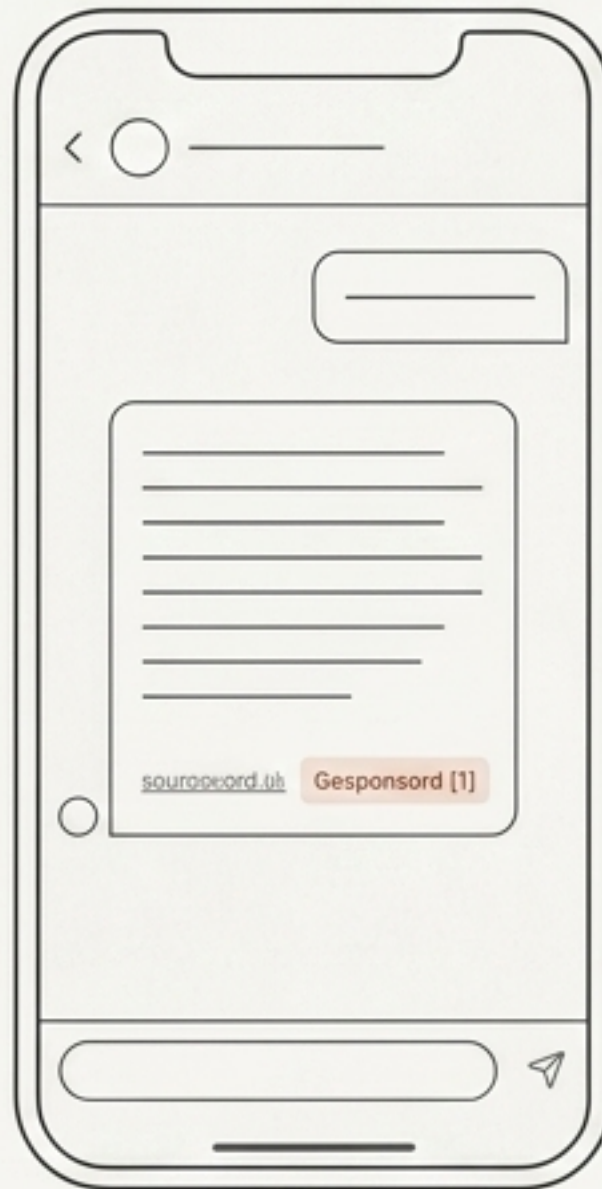
3.

Gebruik natuurlijke spreektaal (NLP).

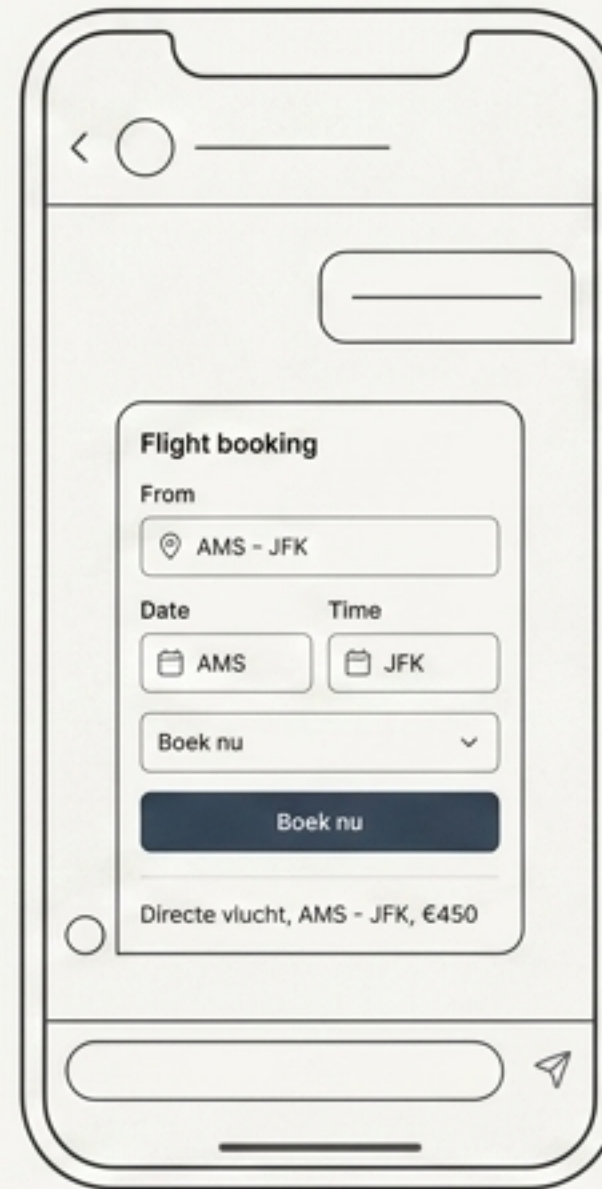
Stap 4 — Nieuwe Advertentieformaten

Waar uw mediabudget naartoe schuift in een zero-click wereld.

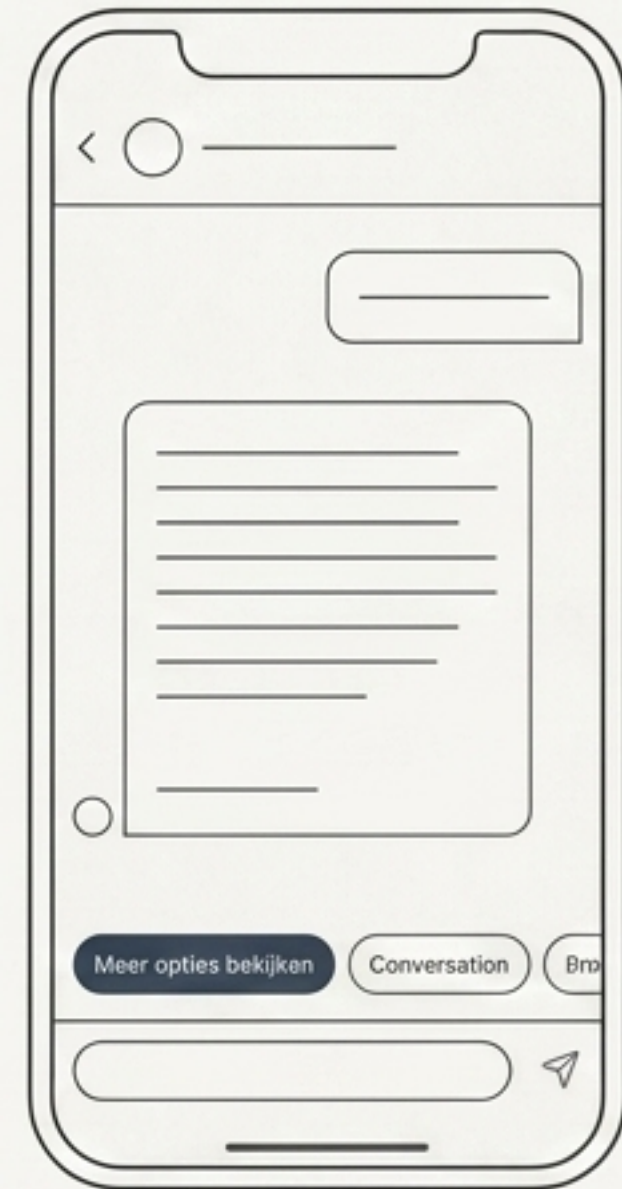
Sponsored Citations



Native API Integrations



Contextual Prompts



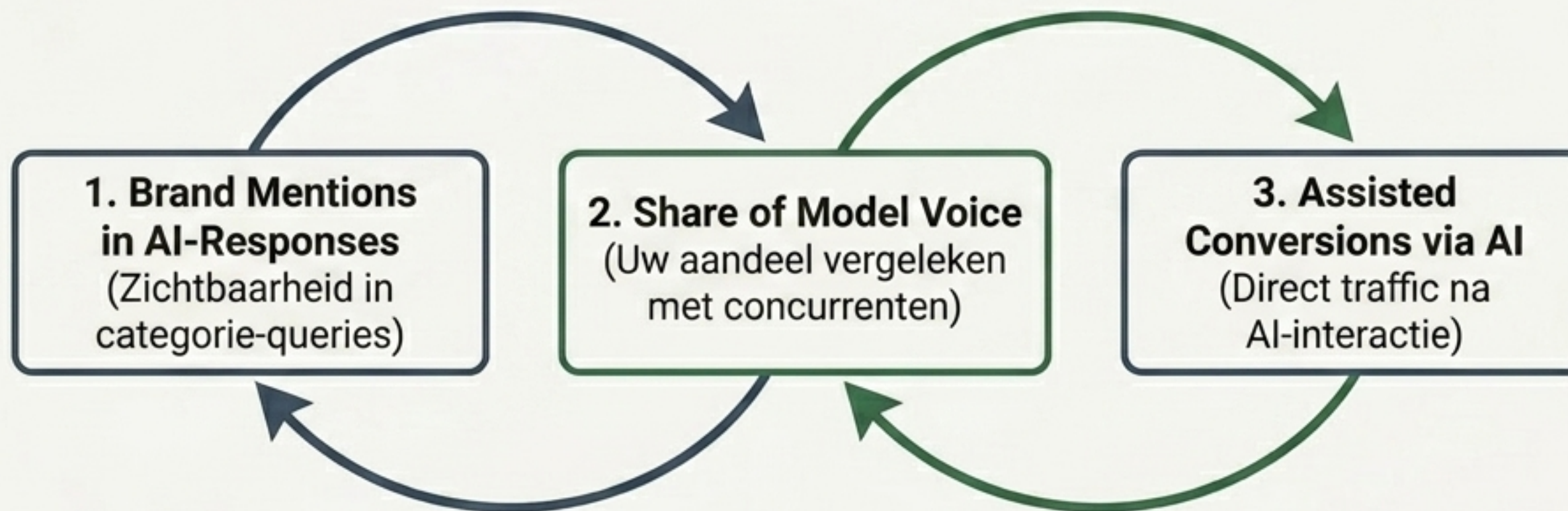
Stap 5 — Attribution & Measurement

Succes meten wanneer de klik verdwijnt. Introductie van 'Share of Model Voice'.

Het Verleden



De Toekomst



Nieuwe Tooling

- LLM tracking tools
- Sentiment analyse voor AI outputs

Nederlandse Marktcontext & Kansen

Sector-specifieke toepassingen voor early adopters in NL



Retail & E-commerce

De AI als Personal Shopper.

Product feed optimalisatie voor AI.

Gebruikers vragen om complete outfits of specificaties.



Finance & Verzekeringen

De AI als Financieel Adviseur.

Focus op vertrouwen (E-E-A-T).

AI vermijdt risicovolle adviezen;
alleen hoge autoriteit wordt
geciteerd.



Travel & Leisure

De AI als Reisagent.

Directe API-integraties.

Volledige reisroutes worden
gegenereerd via de
aanbevelings-engine.

De AI-Search Do's and Don'ts

Vermijd de valkuilen van traditionele SEO.

DO's

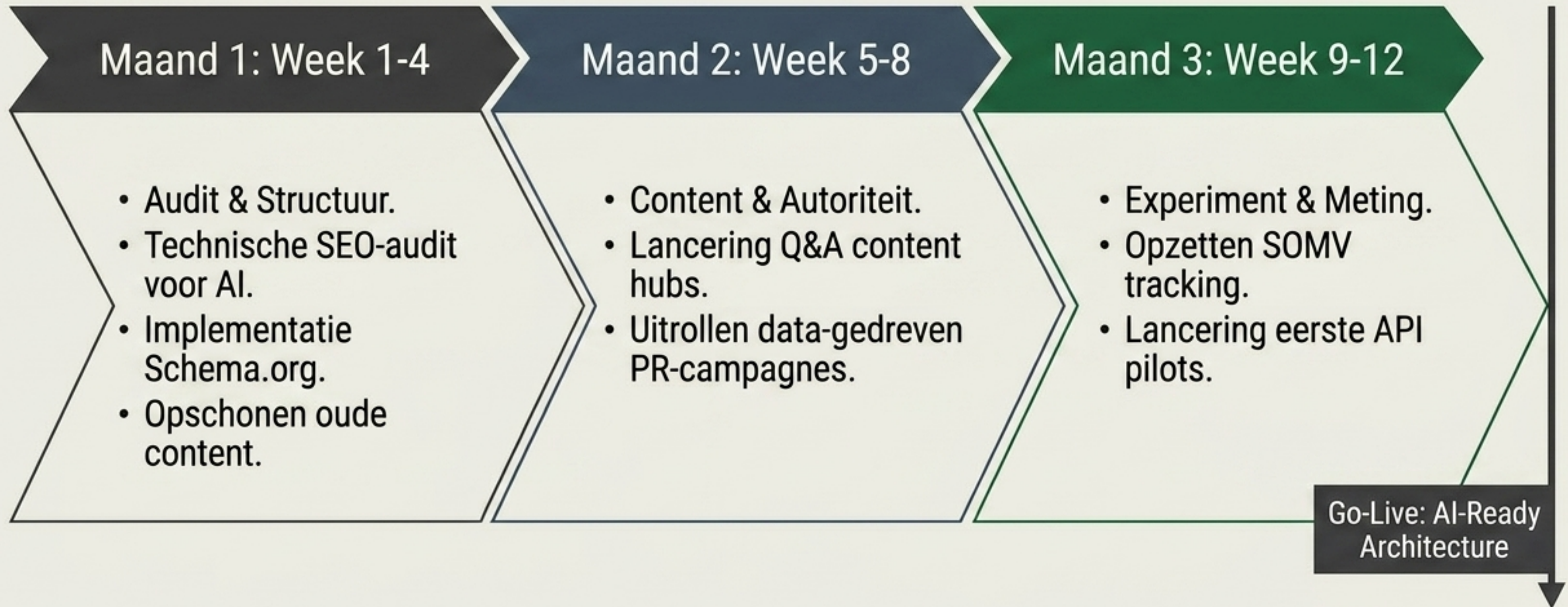
- + Gebruik gestructureerde data (Schema.org) op elke pagina.
- + Schrijf objectieve, feitelijke en beknopte antwoorden.
- + Citeer en link naar geloofwaardige, onafhankelijke bronnen.
- + Publiceer data-gedreven, origineel onderzoek.

DON'Ts

- Keyword-stuffing of onnatuurlijke zoekwoordddichtheid.
- Overdreven commerciële, 'salesy' content.
- Geïsoleerde content silo's zonder interne context.
- Fluff en lange introducties; AI wil direct de data.

De 12-Weken Implementatie Roadmap

Van audit naar de eerste AI-campagnes in één kwartaal.



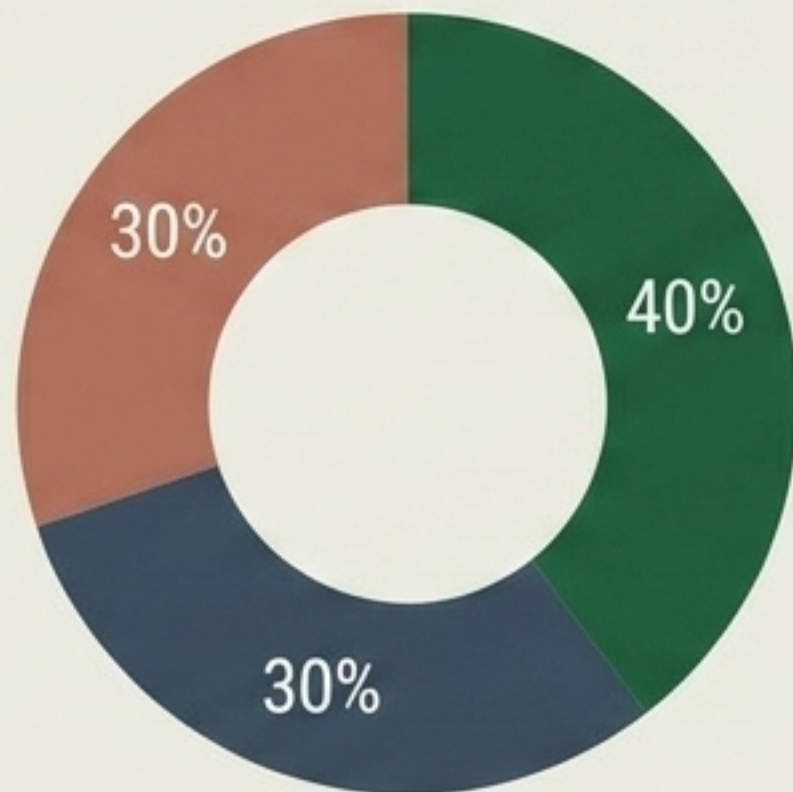
Resource Allocation: KPI Dashboard & Budget

Richtlijnen voor een kwartaalbudget van 15k - 50k.

AI-Visibility Score
(% in top-3 LLM antwoorden)

Citation Rate
(Aantal in-text links)

Brand Recall
(Toename directe zoekopdrachten)



■ 40%: Content Restructuring & Techniek

■ 30%: Tooling & Tracking

■ 30%: Experimentele Ad Spend

Case Study: De Succesvolle NL Pivot

Hoe een vooraanstaand Nederlands merk het tij keerde.



Executive Summary & Actieplan

De toekomst van search wacht op niemand.

5 Key Takeaways

1. Zero-click is de standaard; optimaliseer voor context.
2. LLM's zoeken naar feiten; elimineer marketing fluff.
3. Digitale PR weegt zwaarder dan on-page content.
4. Meet succes met Share of Model Voice (SOMV).
5. Reserveer budget voor experimentele AI-ads.

3 Stappen voor Volgende Week

1. **Start de AI Nulmeting:** Test uw belangrijkste merk-queries in ChatGPT.
2. **Bevries 10% Budget:** Heralloceer SEA-budget naar AI-experimenten.
3. **Plan de Kick-off:** Roep SEO, Content en Tech leads samen.