

# Van zoekopdracht naar suggestie

Wat betekent AI-zoekgedrag voor je content en KPI's van morgen?

# Bezoek vanuit AI bekend?

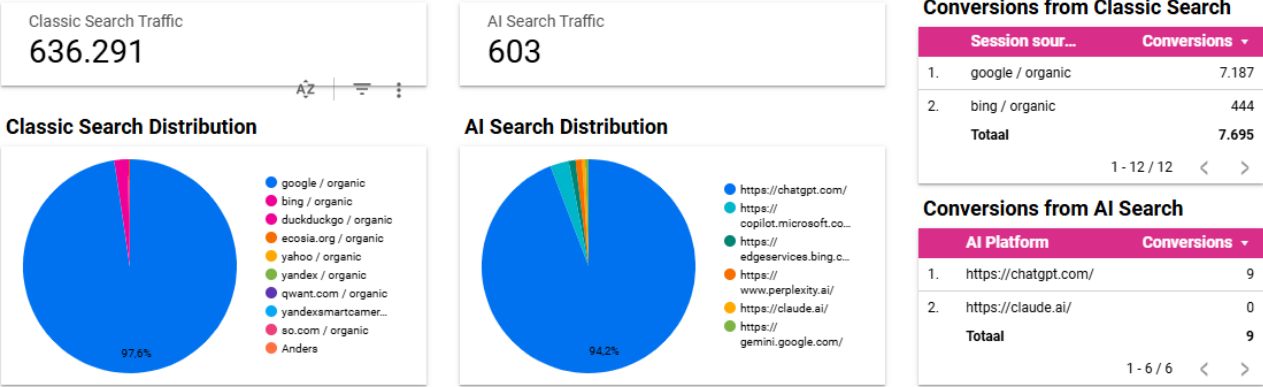
Gebruikt je zelf AI i.p.v. Google bij oriëntatie?

Weet je of ChatGPT / Copilot / Perplexity bezoekers naar je site sturen?

Ziet je dit terug in GA4 of Looker Studio?



# Bezoek vanuit AI bekend?



| Landing pages        |                                                     |          |           |
|----------------------|-----------------------------------------------------|----------|-----------|
| Page referrer        | Landing page                                        | Sessions | Donations |
| https://chatgpt.com/ | (not set)                                           | 94       | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/artikel/20180330/de-prijz-f... | 14       | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/machouders                              | 12       | 2         |
| https://chatgpt.com/ | /artikel/20230207/machouders-gerichteld-247...      | 11       | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /                                                   | 8        | 2         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/artikel/20101126/kanten...     | 7        | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/artikel/20130417/het-gt...     | 7        | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/abonnementen                   | 4        | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/artikel/20121115/eurofier-f... | 4        | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/artikel/20151020/zo-werkf...   | 4        | 0         |
| https://chatgpt.com/ | /machouders/techniek/artikel/20231129/joe-introd... | 4        | 0         |

BRON: <https://lookerstudio.google.com/u/O/reporting/af1e6c64-ba26-4ec5-98f1-d7c572608bf6/>

Twee conclusies

1. Er is bezoek vanuit AI
2. Geen idee waarom en hoe getoond



# De funnel van de komende 20 minuten

Het nieuwe oriënteren

Disruptie van de funnel

Nieuwe approach door marketing

Nieuwe opzet van content

Nieuwe methoden om succes te meten

*De - dit pakken we morgen meteen op - slide*



# Search

# Zoeken naar antwoorden – een stukje historie

Ilse / Altavista

Google -> zoekwoorden (kennen we de longtail nog)

Twee stromingen

Betaald bereik en verkeer (social, adwords)

Gratis bereik en verkeer

Sociale media

The screenshot shows the Ilse.nl website interface. At the top is the 'ilse' logo. Below it is a navigation bar with 'Informatie' and 'Zoeken met ilse'. The search bar includes a dropdown for 'standaard', a dropdown for 'alle sites', and a search button. To the right of the search bar are links for 'www', 'gouden gids', 'telefoongids', and 'e-mail'. Below the search bar is a tip: 'Tip - op zoek naar een hulp?'. The main content area is divided into several sections: 'diensten' (Geavanceerd zoeken met ilse, ilse beltonen, ilse prijsvraag, ilse finance), 'ilse internetgids' (amusement & vrije tijd, auto's & vervoer, computers & games, internet & media, gezondheid & zorg, kunst & cultuur), 'muziek & films' (mp3, bioscoop, festivals, songteksten, naslag & documentatie, natuur & wetenschap, sport & spel, tour de france, werk & onderwijs, wonen & leven, zakelijk & financieel), 'het weer' (20°, 18°, 17°, di, wo, do, vr), 'vandaag' (geen files of meldingen), 'tip van de dag' (Eindelijk vakantie? Surf dan snel naar Recreatief.nl voor de leukste uittips. meer tips>), 'ilse beltonen' (bij ilse beltonen), 'NU.nl headlines' (Algemeen | Sport | Economie | Internet | Muziek), 'NU.nl actueel' (Frans A1 zeker dicht tot woensdag), and 'ilse hours' (aex 558,33 -4,59, koers 10:38). The footer contains the copyright notice '© ilse media b.v.'.





welke uitgeverijen in de agrarische sector



AI-modus **Alle** Afbeeldingen Video's Korte video's Nieuws Boeken Meer ▾ Tools ▾

#### ♦ AI-overzicht

Belangrijke uitgeverijen in de agrarische sector zijn onder andere **Misset Uitgeverij**, bekend van *Boerderij* en *Pluimveehouderij*; **AgriMedia**, gespecialiseerd in vakbladen en machine-tests; en **Agrio**, met merken als *Stal & Akker* en *Veldpost*. Ook **AgriPers** is een grote speler, uitgever van *Nieuwe Oogst* en *Varkens*, die multimediaal content produceert voor boeren en tuinders. 

#### Grote spelers

- **Misset Uitgeverij**: Publiceert zowel nationale titels (zoals *Boerderij*, *Melkvee100Plus*, *Pluimveehouderij*) als internationale (zoals *Poultry World*, *Dairy Global*).

Meer tonen ▾



Misset Uitgeverij  
<https://misset.com>

#### Misset Uitgeverij - Misset

Wereldwijd een toonaangevende mediapartner in de agrarische sector, dat is Misset Uitgeverij. Van oudsher richten we ons op alles wat er speelt in deze branche en geven we advies op maat. Dit doen ...



Agrio.nl  
<https://www.agrio.nl>

#### Agrio.nl: Bouwen aan Sterke Erven

Van veehouders en akkerbouwers tot trekkerliefhebbers en voedselfanaten; in de gehele agrarische sector kom je onze merken tegen. Ontdek zelf welke agrarische doelgroep bij jou past: Bekijk onze...

Meer om te vragen :

#### Agrio.nl: Bouwen aan Sterke Erven

Wij zoeken jou! \* Mediamerken. \* Agraaf. \* Stal & Akker. \* Veldpost. \* Vee & Gewas. \* Melkvee.

 Agrio.nl



#### Over Agripers

De weg naar boeren en tuinders \* AgriPers is een toonaangevende uitgeverij in het hart van...

 AgriPers



# Het nieuwe oriënteren

## Conversational Search (nu)

Lange, complexe vragen in plaats van steekwoorden. "Welke machine past bij mijn bedrijfssituatie, emissie-eisen en budget?" in plaats van "Hoeveel kunstmest per ha aardappelen 2023".

## Visual Search (nu)

Zoeken met beelden. Voorbeeld: De Albert Heijn Recepten Scanner zet foto's van ingrediënten direct om in een boodschappenlijstje (Shopping Tomorrow).

## Discovery Platforms (social search) (nu)

Gen Z en Y gebruiken TikTok als zoekmachine. Discovery verschuift naar 'Dark Social' en private Aichats.

## De opkomst van agents en modellen (24-26 maanden)

AI-agenten browsen, shoppen en vergelijken namens de klant.



# Nieuwe spelregels

## SEO contentregels onder druk

Search Everywhere Optimisation → GEO, LLMO, search engines, etc.

ZERO-CLICK content

Platforms evolueren van '10 blauwe links' naar gesynthetiseerde antwoorden (Zero-Click Search).

Meer focus op **autoriteit** en **vertrouwen**

Content moet (ook) machine-leesbaar en feitelijk zijn.

## Minder gratis traffic (ook social)

Let op! Facebook links -> maximaal twee /maand gratis (momenteel in test)



# Van Search Engine naar Search Everywhere

## Traditionele SEO (Search Engine Optimization)

Focus: Keywords & Rankings

Doel: Traffic naar website Metric: Click-Through Rate (CTR)

## Nieuwe SEO (Search Everywhere Optimization)

SEO, AEO, GEO, Search AI

Focus: Entiteiten, Feiten & Context

Doel: Geciteerd worden als bron in het AI-antwoord

Metric: Share of Model / Zichtbaarheid in antwoord

'Content moet niet alleen vindbaar zijn, maar machine-leesbaar en semantisch rijk om door LLMs begrepen te worden.' (HelloSEO)



# Content

# Moeten we content anders maken door AI?

## Korte antwoord:

Nee, de principes zijn niet veranderd.  
Maar de consequenties wél.

## Wat is gelijk gebleven

Goede content helpt mensen  
Gebaseerd op expertise en ervaring  
Helder, eerlijk, feitelijk

## Wat is veranderd

AI selecteert en citeert  
Middelmaat verdwijnt volledig  
Impliciete antwoorden werken niet meer



# Content die werkt (voor je doelgroep én AI)

## Antwoordpagina's

Direct antwoord op een beslisvraag (vraag je verkoper voor input)  
Geen lange introducties

## Vergelijkingen met conclusie

Wanneer kies je wat?  
Inclusief nadelen

## Praktijk- & bewijscontent

Resultaten, data, ervaringen  
Uniek = betrouwbaar

## FAQ's op beslismomenten

Kosten, risico's, opbrengst  
Exacte vragen van klanten



# Checklist: Content Ontwerpen voor het nieuwe zoeken

## Structuur is Key

Gebruik duidelijke headers, 'TL;DR' (Too Long; Didn't Read) samenvattingen en bulletpoints. Al houdt van structuur.

## Entiteit-Focus

Definieer duidelijk WIE, WAT en WAAR. Koppel uw merknaam expliciet aan uw dienstverlening in de tekst.

## Externe Validatie (Citations)

Zorg voor vermeldingen op derde partij. Al gebruikt deze bronnen om de betrouwbaarheid van uw eigen claims te verifiëren.

## Vraag & Antwoord

Schrijf content die directe vragen beantwoordt ('Wat kost...!', 'Hoe werkt...!').



Meten is weten

# Nieuwe KPI's nodig

## AI Answer Presence (AAP) → Waar genoemd>

In welke mate ons merk, onze titels of expertise verschijnen in AI-antwoorden (ChatGPT, Google AI, Perplexity).

Hoe meten

Test vaste, sectorrelevante vragen in AI-tools

Meet het percentage vragen waarbij we genoemd worden

## Answer Ownership Score (AOS) → Zijn wij het antwoord?

De mate waarin wij het leidende of geciteerde antwoord zijn binnen AI-antwoorden.

Hoe meten

Score per AI-antwoord (0 = niet genoemd, 3 = leidend antwoord)

Bereken de gemiddelde score over vaste prompts



# Nieuwe KPI's nodig

## Zero-Click Influence Rate (ZIR) → Ook aanwezigheid social

De impact van onze content op merk en keuzevorming zonder directe websiteklik.

Hoe meten

Volg groei in merkzoekopdrachten en direct verkeer

Koppel conversies aan AI/zoek als eerste touchpoint

## AI Referral Quality (ARQ) → Gedrag op website van AI bezoek

De kwaliteit van bezoekers die via AI-interfaces op onze content terechtkomen.

Hoe meten

Meet conversie, leestijd en scroll depth van AI-verkeer

Vergelijk met SEO- en social-verkeer



# De - dit pakken we morgen meteen op - slide

## Begrijpen - waar staan we?

Check in Google AI / ChatGPT / Perplexity  
Score: genoemd? geciteerd? correct?

Output: nulmeting + prioriteiten

## Aanpassen - content AI-proof maken

TL;DR bovenaan  
FAQ's met echte vragen  
Feiten, cijfers, praktijkbewijs  
Duidelijke entiteiten (product, toepassing, context)

Output: answer-ready pagina's

## Bewijzen - autoriteit zichtbaar maken

Expert-/expertisepagina  
Externe validatie (test, certificaat, vakmedia)  
Concrete data per onderwerp

Output: vertrouwen voor mens & machine

## Metten - nieuw ritme

KPI's: AAP | AOS | ARQ  
Maandelijks check (30 min)  
1 nieuwe vraag per maand

Output: grip zonder click-fixatie



Bedankt voor uw aandacht



**Batavierenbende**  
voor media met impact