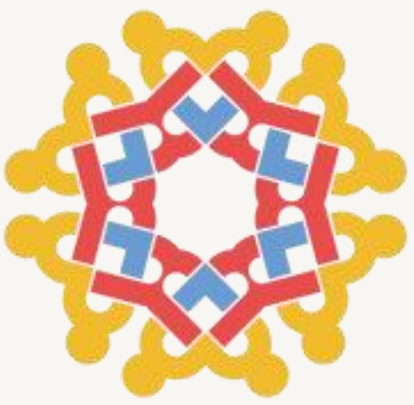




SEO en AI

-Debbie Rözer-



Programma

Na deze lezing:

- zijn jullie op de hoogte van de AI-ontwikkelingen
- hebben jullie praktische handvatten gekregen hoe je jouw website en content klaarmaakt voor deze ontwikkelingen

Kortom, jij weet wat je moet doen om ervoor te zorgen dat jouw website vindbaar blijft in het AI-tijdperk.

Poll

Met hoeveel procent denk je dat het aantal zoekopdrachten **in Google** is afgenomen sinds de opkomst van AI begin 2023?

Poll

Mensen zijn niet minder gaan zoeken in Google.
ChatGPT (en andere AI) wordt in verhouding nog weinig gebruikt.

**New Research: Google Search
Grew 20%+ in 2024; receives
~373X more searches than
ChatGPT**



By Rand Fishkin March 10, 2025

Search Engine Land » SEO » Article

Google is still 210x bigger than ChatGPT in search

Published: September 26, 2025 at 11:40 am | Read Time: 2 minutes



Marktcijfers en ontwikkelingen

AI - GEO - SEO

Hoe AI search verandert

Wat kun je doen om in AI gevonden te worden

Hoe meet je succes

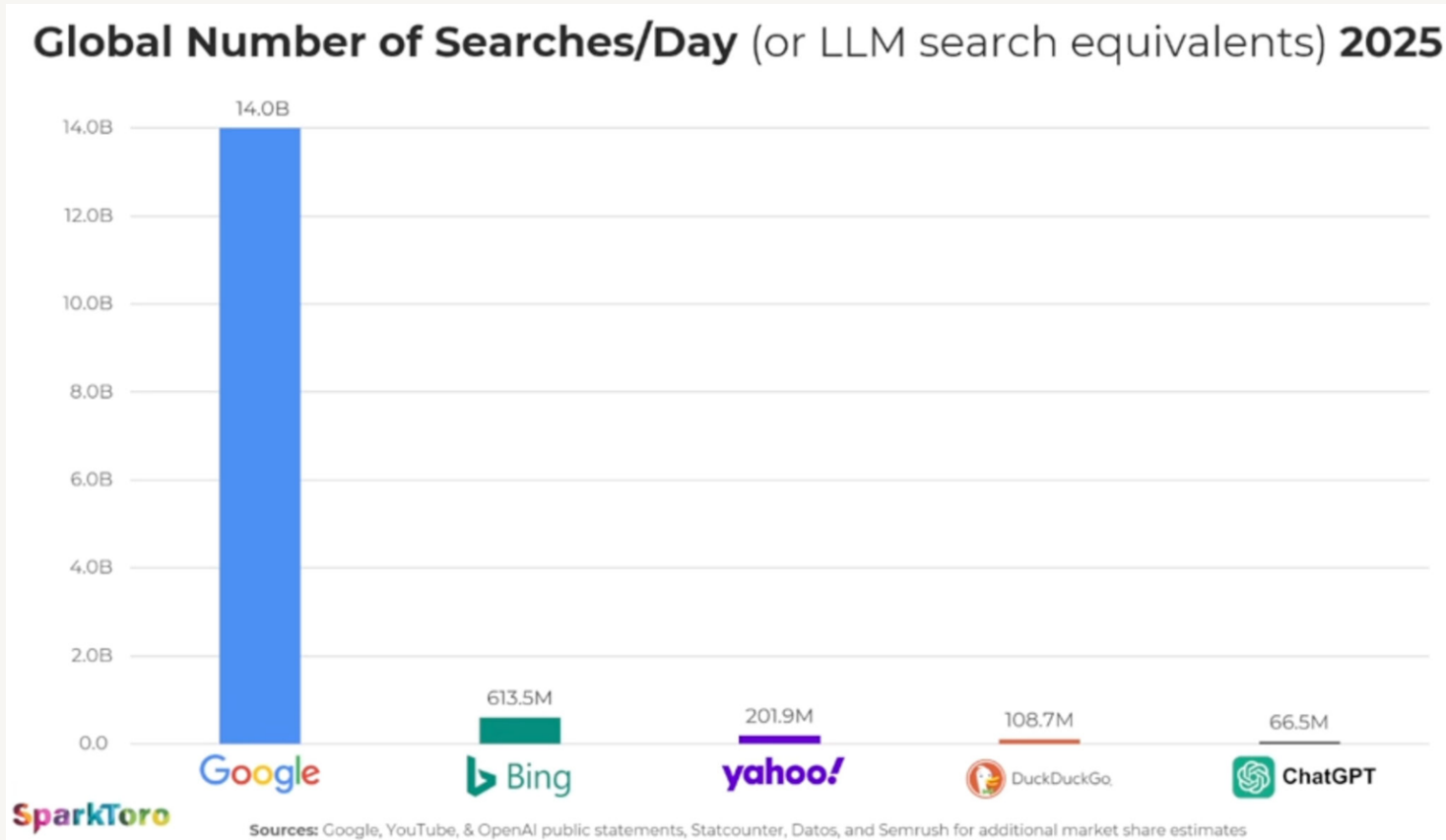
Marktcijfers en ontwikkelingen

TOP 100 most visited websites in the world (sept 2025)

<https://www.similarweb.com/blog/research/market-research/most-visited-websites/>

Domain	MoM traffic change	Monthly Visits
google.com	3.57%	84.5B
youtube.com	4.19%	30.3B
facebook.com	4.86%	12.1B
instagram.com	5.07%	6.6B
chatgpt.com	6.03%	5.7B
x.com	2.00%	4.5B
reddit.com	4.77%	4.0B
whatsapp.com	2.47%	3.9B
bing.com	5.64%	3.8B
wikipedia.org	1.72%	3.6B
yahoo.co.jp	3.89%	3.2B
yahoo.com	6.38%	3.2B
yandex.ru	4.25%	2.9B
amazon.com	9.85%	2.8B
tiktok.com	6.02%	2.8B

Marktcijfers en ontwikkelingen



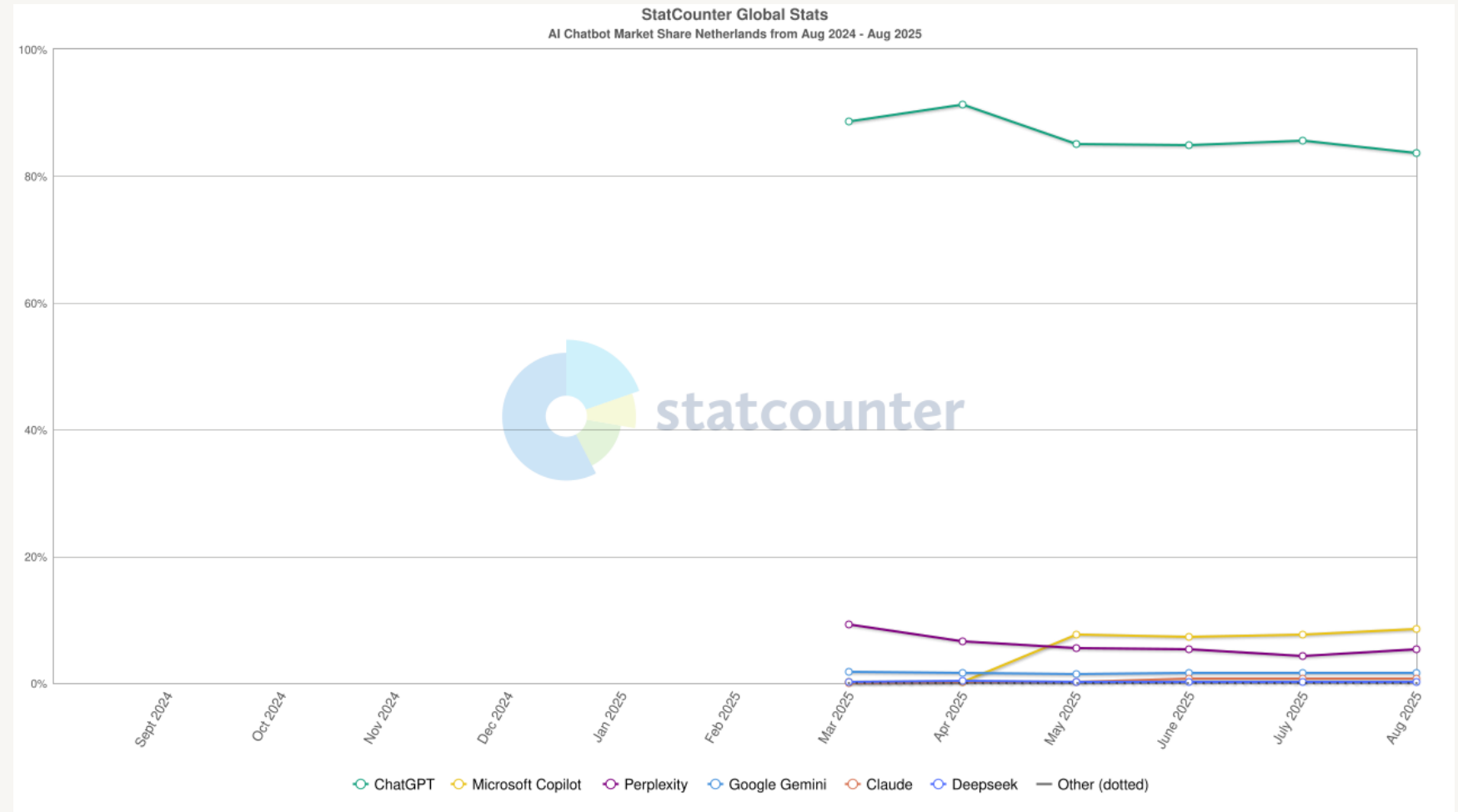
AI search is growing fast, but that hasn't translated into traffic or sales. Organic search remains critical for conversions and traffic.

AI-powered search platforms are growing fast, but still account for less than 1% of referral traffic.

(BrightEdge)

Marktcijfers en ontwikkelingen

ChatGPT is in NL
veruit de meest
gebruikte AI-tool



En Google?

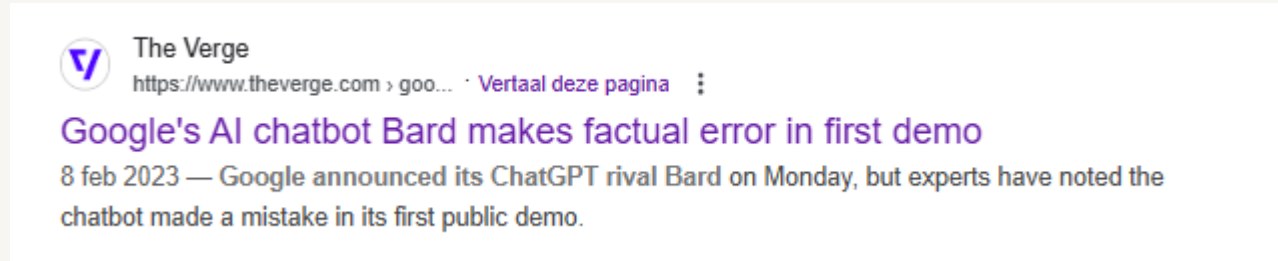
Hummingbird (2013)

Bard (2023)

Gemini (02-2024)

AI Overviews (05-2025)

AI Mode (upcoming)

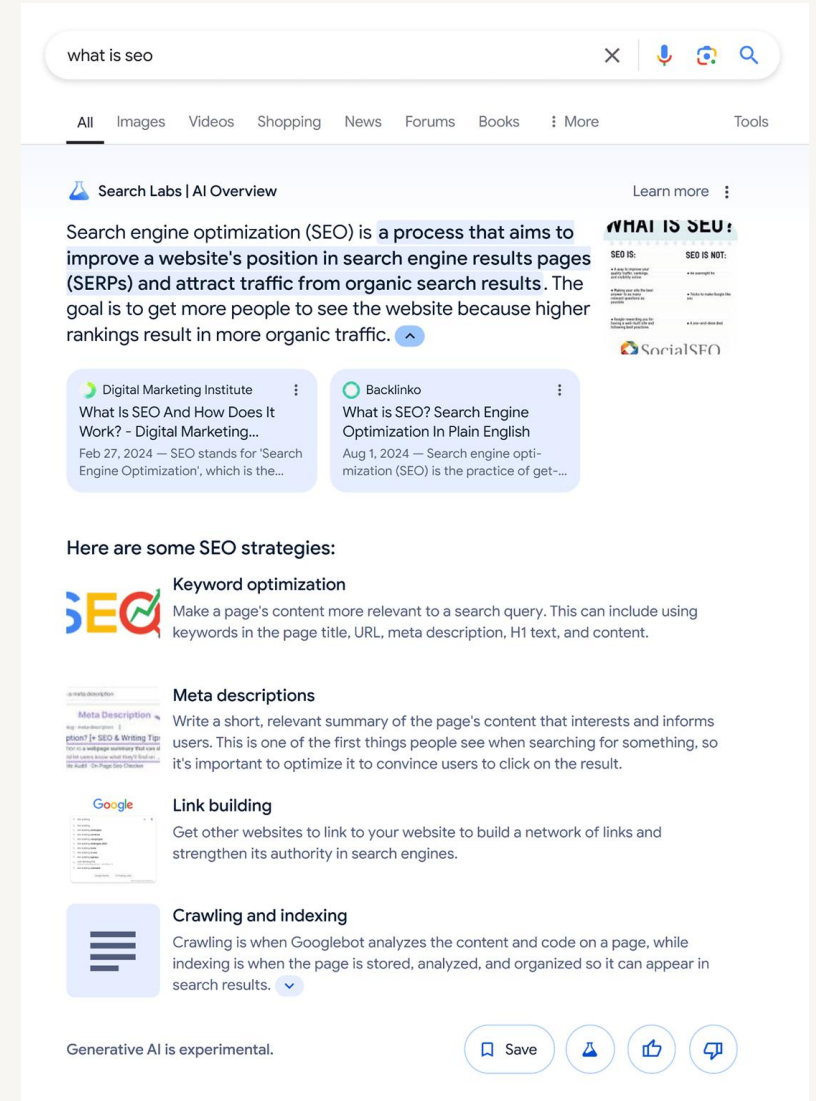


Mensen zijn stug in Google blijven zoeken.

AI Overviews (AIO) verkleint het verschil met ChatGPT

AI Overviews

Het AI-antwoord dat sinds mei in de Google zoekresultaten in Nederland wordt vertoond.



The screenshot shows a Google search for "what is seo". The AI Overview section provides a concise definition: "Search engine optimization (SEO) is a process that aims to improve a website's position in search engine results pages (SERPs) and attract traffic from organic search results. The goal is to get more people to see the website because higher rankings result in more organic traffic." Below this, there are two suggested articles: "What Is SEO And How Does It Work? - Digital Marketing..." and "What is SEO? Search Engine Optimization In Plain English". The "Here are some SEO strategies:" section lists four key strategies: Keyword optimization, Meta descriptions, Link building, and Crawling and indexing, each with a brief explanation and a small illustrative icon.

what is seo

All Images Videos Shopping News Forums Books : More Tools

Search Labs | AI Overview Learn more

Search engine optimization (SEO) is a process that aims to improve a website's position in search engine results pages (SERPs) and attract traffic from organic search results. The goal is to get more people to see the website because higher rankings result in more organic traffic.

WHAT IS SEO?

SEO IS: SEO IS NOT:

Digital Marketing Institute
What Is SEO And How Does It Work? - Digital Marketing...
Feb 27, 2024 — SEO stands for 'Search Engine Optimization', which is the...

Backlinko
What is SEO? Search Engine Optimization In Plain English
Aug 1, 2024 — Search engine optimization (SEO) is the practice of get-...

Here are some SEO strategies:

Keyword optimization
Make a page's content more relevant to a search query. This can include using keywords in the page title, URL, meta description, H1 text, and content.

Meta descriptions
Write a short, relevant summary of the page's content that interests and informs users. This is one of the first things people see when searching for something, so it's important to optimize it to convince users to click on the result.

Link building
Get other websites to link to your website to build a network of links and strengthen its authority in search engines.

Crawling and indexing
Crawling is when Googlebot analyzes the content and code on a page, while indexing is when the page is stored, analyzed, and organized so it can appear in search results.

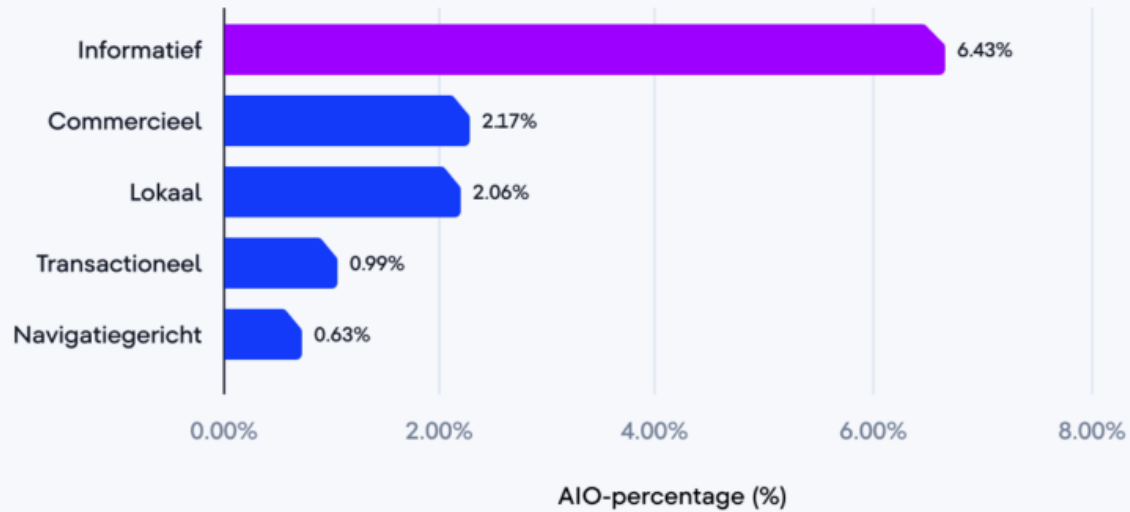
Generative AI is experimental.

Save

AI Overviews

Frequentie van AI-Overviews per zoekintentie

SE Ranking



Verschiining van AI-Overviews per zoekopdrachtlenkte

SE Ranking



AI Overviews

In de meeste gevallen verwijzen AI Overviews naar 3-7 links uit de **top 20** resultaten, dus hoog ranken is nog steeds belangrijk.

In 7,74% van de gevallen verwezen AI-overzichten niet naar links uit de top 20 organische resultaten.

AI is meer gericht op passages dan op pagina's.

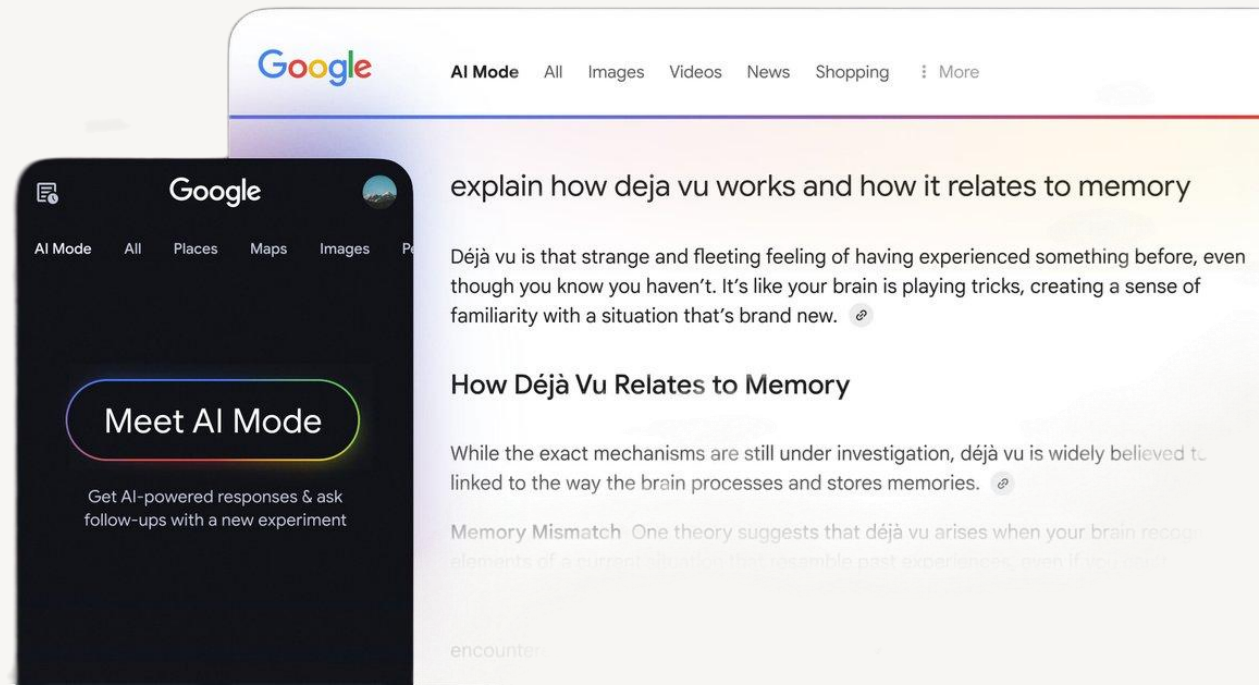
Hoog ranken in Google blijft dus belangrijk

AI Mode (upcoming)

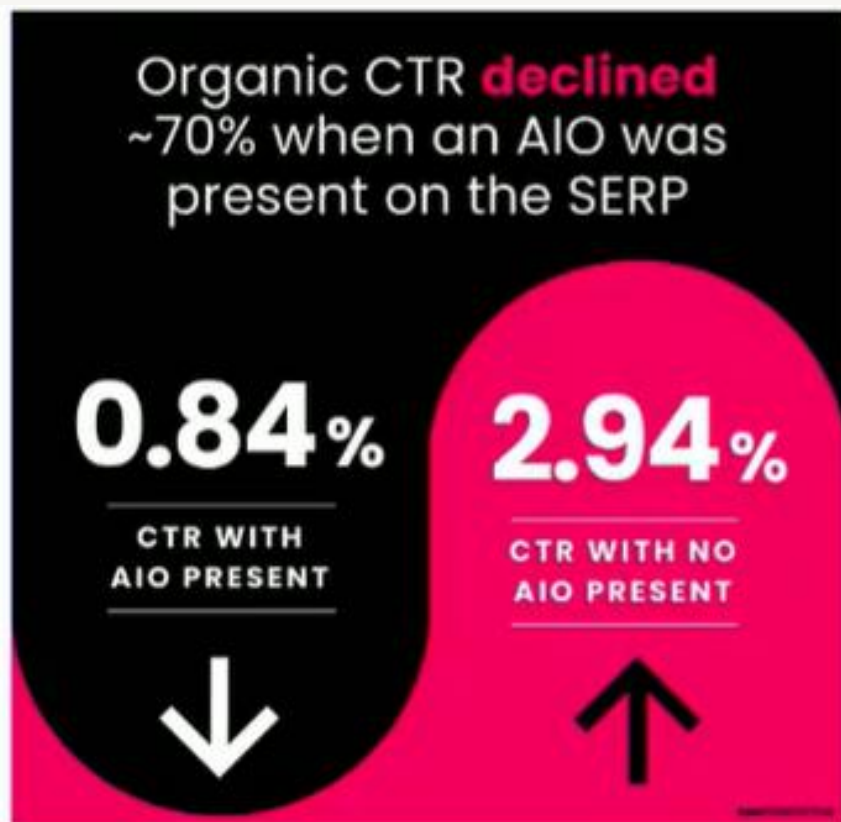
Een optie die je aan kunt zetten bij zoeken in Google

Werkt als een gesprek, zoals ChatGPT: stelt subvragen, onthoudt jouw profiel en interesses, onthoudt chathistorie

Is uitgebreider dan AI Overviews



Het gevolg: Zero clicks



Bron: PEW Research Center

antwoorden worden direct
vertoond. Dus waarom zou je nog
doorklikken?

We gaan van zoekmachines naar
antwoordmachines.



Reusachtig

**Als Google geen organische klikken meer oplevert,
waarom zou je dan nog optimaliseren?**

Marktcijfers en ontwikkelingen

AI - GEO - SEO

Hoe AI search verandert

Wat kun je doen om in AI gevonden te worden

Hoe meet je succes

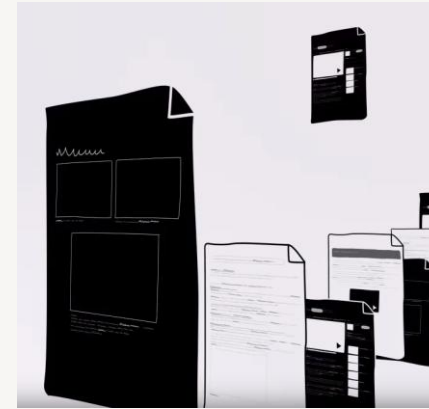
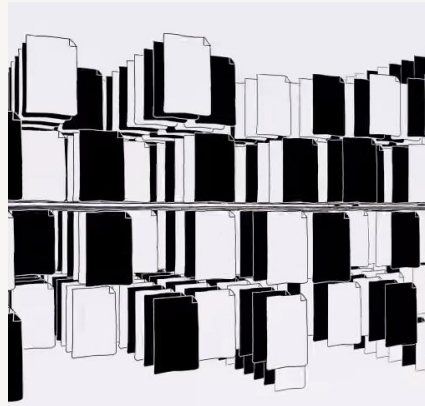
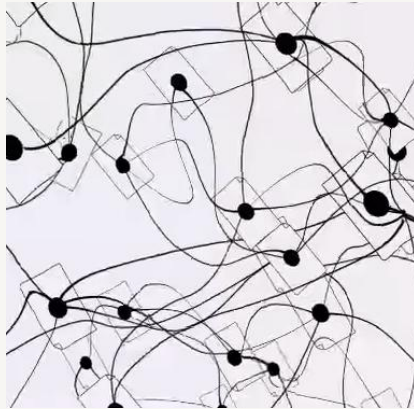
Wat is SEO?

Wat is SEO?

SEO = Search Engine Optimization = zoekmachine optimalisatie

Zorgen dat mensen na een zoekopdracht in een zoekmachine op jouw website komen,
zonder hiervoor te betalen.

Hoe werken zoekmachines?



Wat is GEO?

Wat is GEO?

GEO = Generative Engine Optimization = gevonden worden in AI

Zoals ChatGPT
Google Gemini / AIO
Bing Copilot
Perplexity

Wat is een LLMS?

LLMS = Large language models.

Generative AI, zoals ChatGPT, is een taalmodel.

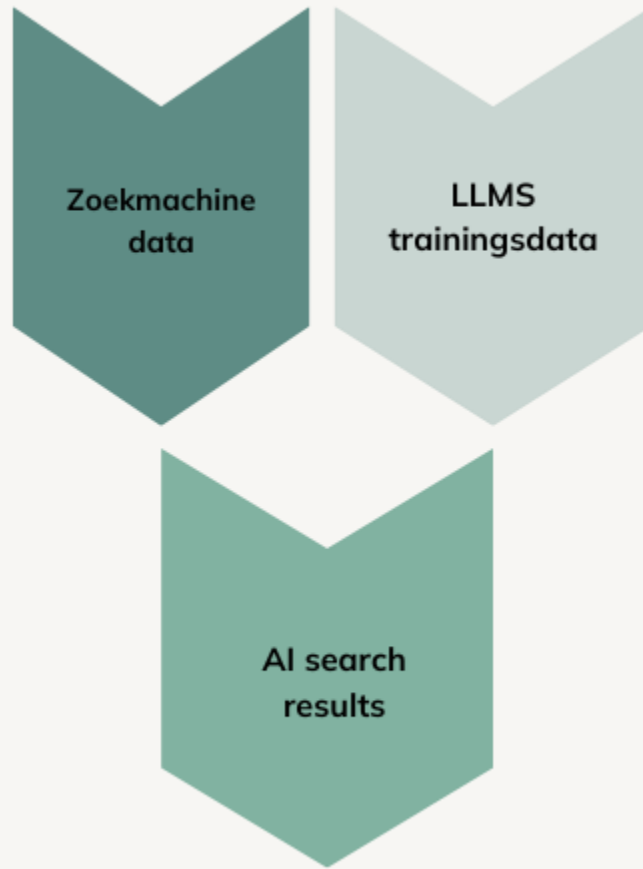
Wat is een LLMS?

Hoe het werkt:

- Tekst wordt omgezet in cijferreeksen (vectoren).
- Met cosine similarity wordt bepaald welke documenten of online bronnen de meeste overeenkomst hebben met jouw vraag en dus het meest relevant zijn.
- Deze teksten worden toegevoegd als context.
- Het taalmodel gebruikt die context om vervolgens de volgende tekens (tokens) te voorspellen via kansberekeningen.
- Wat de output is verschilt per model, zoals OpenAI GPT-4 .1 of Gemini.

LLMS crawlen niet het web, houden geen index bij en hanteren zijn geen algoritme. Ze vormen alleen een extra laag boven op de traditionele zoekresultaten.

Hoe werkt een LLM?



De meeste modellen gebruiken RAG (Retrieval Augmented Generation)

Een LLM heeft “search” nodig om real time informatie op te halen.

Conclusie

SEO = GEO + GEO = SEO

SEO is ook:

AIO : Artificial Intelligence Optimization

AEO: Answer Engine Optimization

LLMO: Large Language Model Optimization

SEO blijft de basis voor vindbaarheid. Ook in AI.

Marktcijfers en ontwikkelingen

AI - GEO - SEO

Hoe AI search verandert

Wat kun je doen om in AI gevonden te worden

Hoe meet je succes

Wat verandert er?

- De manier waarop we zoeken verandert (van zoekwoord naar vragen en context).
- De manier waarop het (Google) algoritme werkt verandert om AI-antwoorden te kunnen genereren.
- De traditionele zoekresultatenpagina verandert.

Wat verandert er?

In het algemeen:

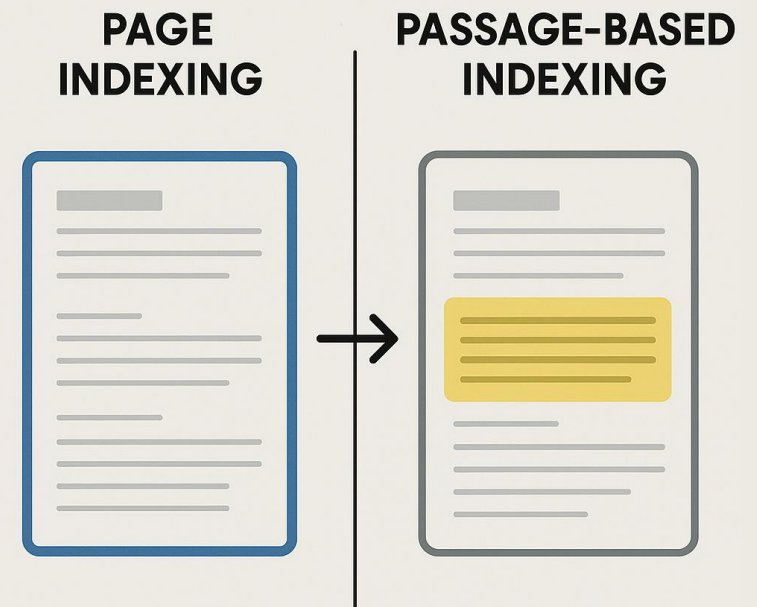
Informatieve content levert **geen kliks** meer.

Bezoekersaantallen kelderen sinds mei.

Maar **conversies blijven onveranderd**.

Van pagina's naar passages

Zoekmachines stappen over naar 'passage based' indexing in plaats van page indexing.



Van tekst naar video en andere formats

Op Engelstalige websites worden meestal eerst de video's en shorts getoond.

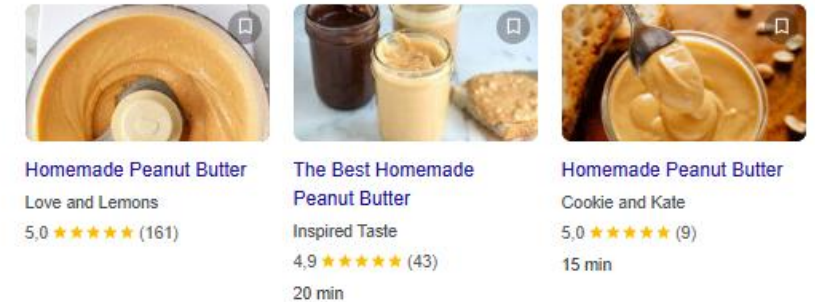
Ook social mentions en content op andere kanalen worden meer getoond, zoals Tiktok en Instagram/Facebook Reels.

Korte video's



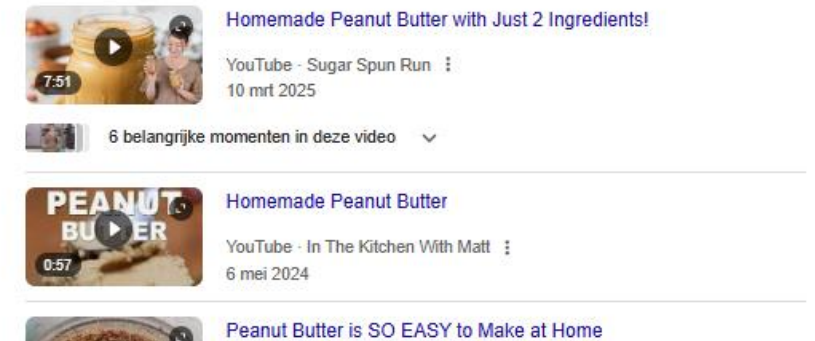
Meer korte video's >

Recepten



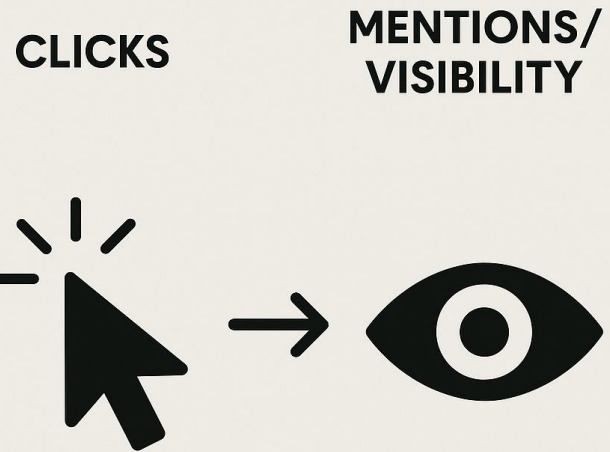
Meer tonen v

Video's



Van kliks naar visibility

Door toename in 'zero clicks' verschuift de focus naar 'visibility'.

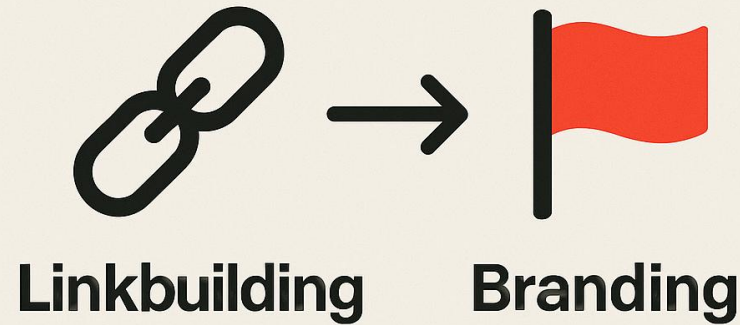


Van Google naar andere kanalen

Naast Google zoeken mensen ook in AI-tools én andere socials.
Tiktok, YouTube, Instagram, Snapchat...

Van linkbuilding naar branding

In plaats van linkbuilding is branding en 'brand sentiment' (mentions, reviews) belangrijker.



Van datagedreven naar aannames

Er zijn nog geen (betaalbare!) tools waarmee je prompts achterhaalt. Dit maakt het lastiger om te sturen.

Marktcijfers en ontwikkelingen

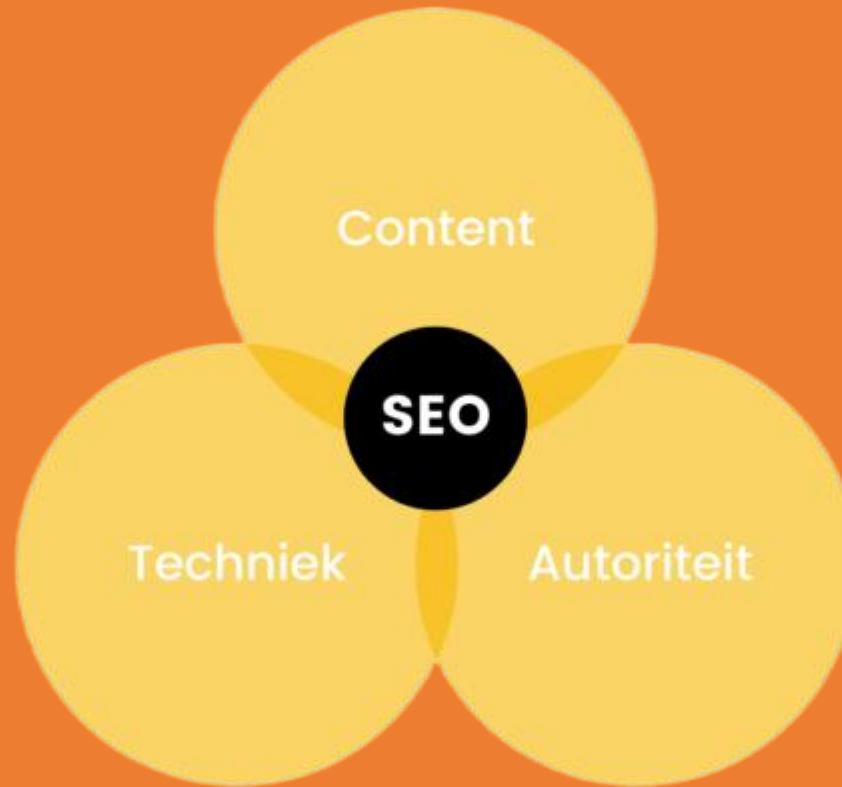
AI - GEO - SEO

Hoe AI search verandert

Wat kun je doen om in AI gevonden te worden

Hoe meet je succes

Content optimalisatie



Optimaliseren voor AI

Dit blijft onveranderd:

- SEO is de basis
- het belang van EEAT



EEAT en helpfull content

EEAT blijft superbelangrijk!

Expertise, Experience, Authority, Trust.

Publiceer expert content, unieke content met tenminste een vleugje expertkennis.

Ook persoonlijke verhalen of invalshoeken doen het goed.

En onderzoeken en facts werken ook goed.

Hou rekening met de Query Fan-Out techiek

Je zoekopdracht wordt in AI (Google AI Mode) opgesplitst in allerlei varianten. Daar wordt op gezocht voordat het taalmodel een **samengesteld antwoord** formuleert.

Bijvoorbeeld je zoekopdracht: “Wat is de beste catering in Arnhem”, deze wordt opgesplitst in:

- “beste catering Arnhem reviews” (impliciet)
- “catering Arnhem goedkoop vs luxe” (comparative)
- “beste catering Arnhem 2025” (recent)
- “cateringbedrijven Arnhem klantbeoordelingen” (related)
- “catering voor bruiloft Arnhem” (entity expanded)

Query fan-out

Splits content in subonderwerpen, pas de query fan-out toe.

- Publiceer content die LLMS kunnen hergebruiken in een hapklare structuur
- Schrijf aan de hand van clusters en splits teksten uit in subvragen.
- Ook het toevoegen van FAQ's is waardevol.

Let op: het is niet slim om pagina's te verkorten. Dat gaat ten kosten van je vindbaarheid, maar herstructureer.

Content hubs

Bestaat uit:

- Hoofdpagina (pillar page)
- Subpagina's (cluster content)
- Interne linking

Van keywords naar zoekintenties

Pagina's optimaliseer je niet (alleen) meer op zoekwoorden, maar op clusters van zoekintenties: verschillende invalshoeken om antwoorden te formuleren.

Branding

Bouw aan je merk.

Zorg voor mentions, doe mee aan awards, doe iets geks...
zorg ervoor dat mensen over je praten.



YouTube

In de VS zijn de eerste organische resultaten YouTube.

Maak een YouTube-strategie en plaats video's over de onderwerpen waarop je gevonden wilt worden.

Vul daarbij alle omschrijvingen in, dus optimaliseer je YouTube metadata. Ook voor bestaande video's.

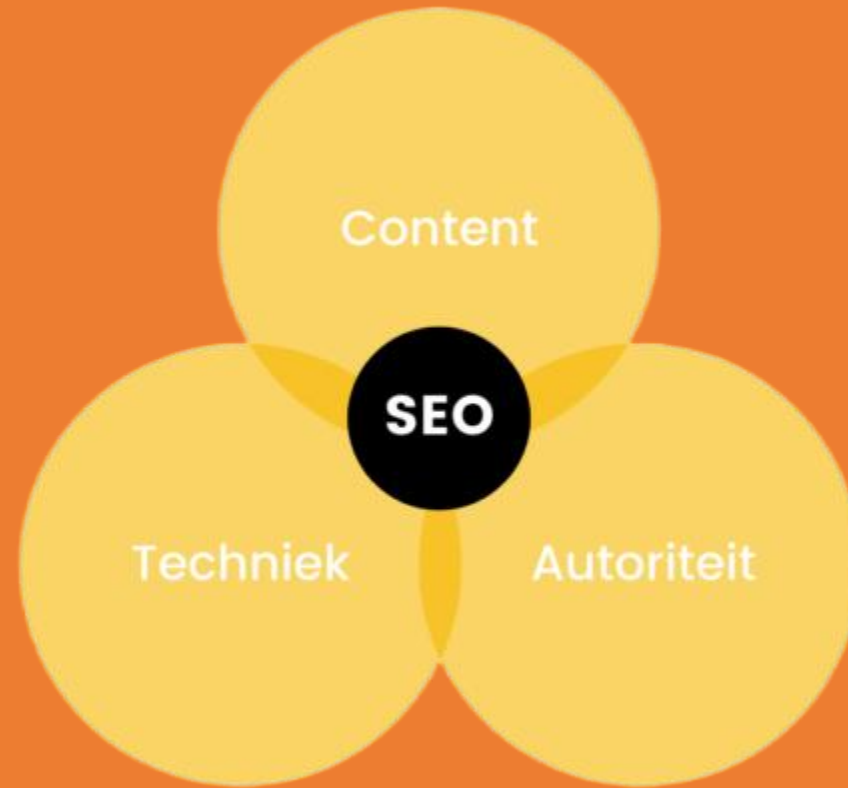


Multi channel marketing

Benut meerdere kanalen. 'Recycle' content en post het op meerdere plekken. Creëer daarmee 'thought leadership'.



Autoriteit optimalisaties



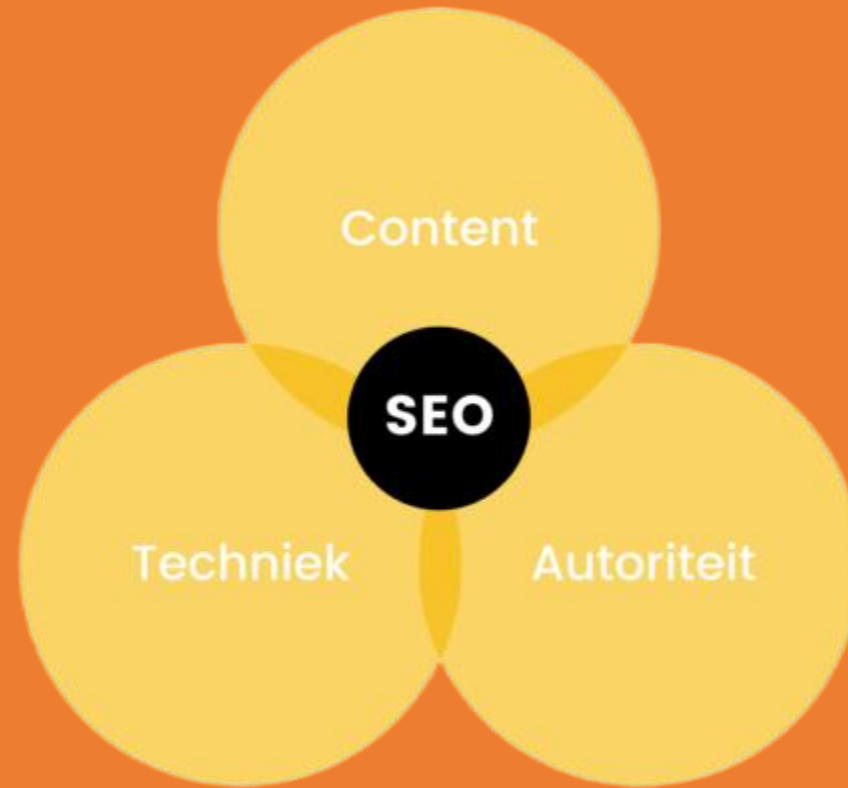
Vergeet linkbuilding

De nieuwe linkbuilding zijn de mentions. Het kopen van links was al een no-go, maar linkbuilding is nu zeker gedegradeerd. Het online merksentiment is een belangrijke graadmeter voor LLMS.

- Awards en verdiensten dragen bij. Plaats awards en publicaties
- Google Business- zorg voor een aantrekkelijk bedrijfsprofiel en reageer actief op reviews.
- Reviews en cases zijn ook voor LLMS belangrijk



Technische optimalisaties



Test Javascript

Het LLM Gemini van Google heeft hier geen moeite mee, maar tools als ChatGPT wel. Onderzoek of onderdelen van de website niet goed 'gelezen' kunnen worden door AI-tools.

LLMS.txt

Voeg voor AI bots een LLMS.txt bestand toe aan je website, zodat voor bots direct duidelijk is wat je wilt dat de bot weet over jou en de website.

Hier zijn generators voor.

Optimaliseer mobiel

AI-tools gebruiken datasets die gebaseerd zijn op webindexing (zoals Common Crawl). Deze zijn allemaal mobile-first.

Gemiddeld komt **meer dan 70%** van AI-gebruikers via een mobiele device.

Marktcijfers en ontwikkelingen

AI - GEO - SEO

Hoe AI search verandert

Wat kun je doen om in AI gevonden te worden

Hoe meet je succes

Succes?

Search verandert.
KPI's moeten meeveranderen.

Het lastige is dat er nog geen goede inzichten zijn in prompts en mentions.
Ook hoe hoog je scoort in Google wordt minder belangrijk.

Conclusie

Er verandert veel,
maar AI search (LLMS) wordt overschat.
GEO en andere gehypte termen zijn 'onzin'.
SEO blijft de basis, optimaliseren voor AI is onderdeel van de
SEO-strategie.

Vragen?