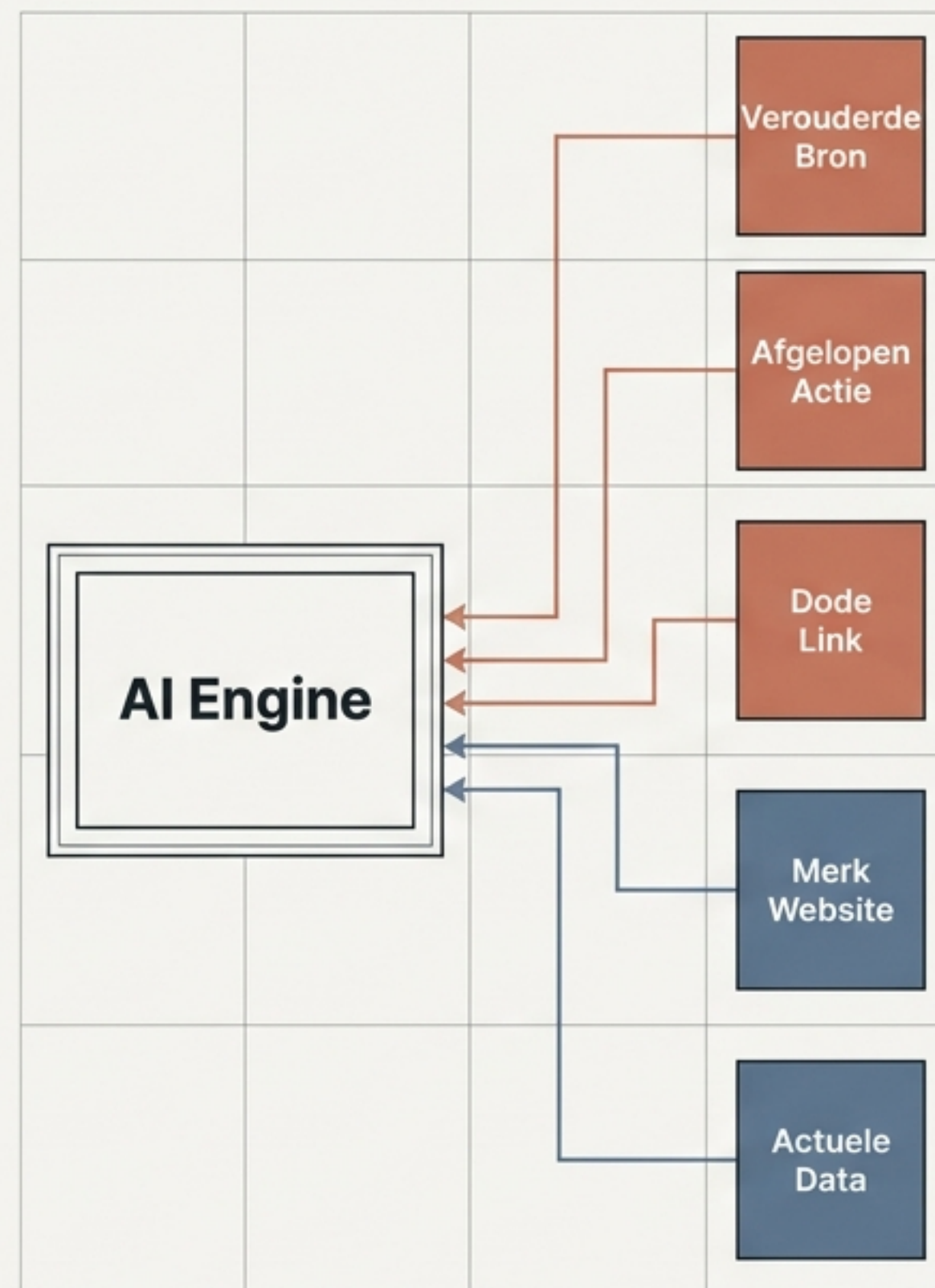


Het AI Search Verouderingsprobleem

Waarom klanten foutieve informatie krijgen over jouw merk — en hoe je als CMO de controle herpakt.



De realiteit: 54% van de AI-antwoorden over jouw merk is verouderd

54%

Onderzoeksdata: Analyse van 1.917 AI-antwoorden over 37 Nederlandse merken.

Conclusie: AI fantaseert niet, maar citeert dode links en oude voorwaarden.



Reputatieschade

Verkeerde positionering door verouderde merkwaarden en oude campagnes.



Gemiste Conversies

Klanten vinden oude prijzen of verlopen acties en haken af bij check-out.



Foutieve Beslissingen

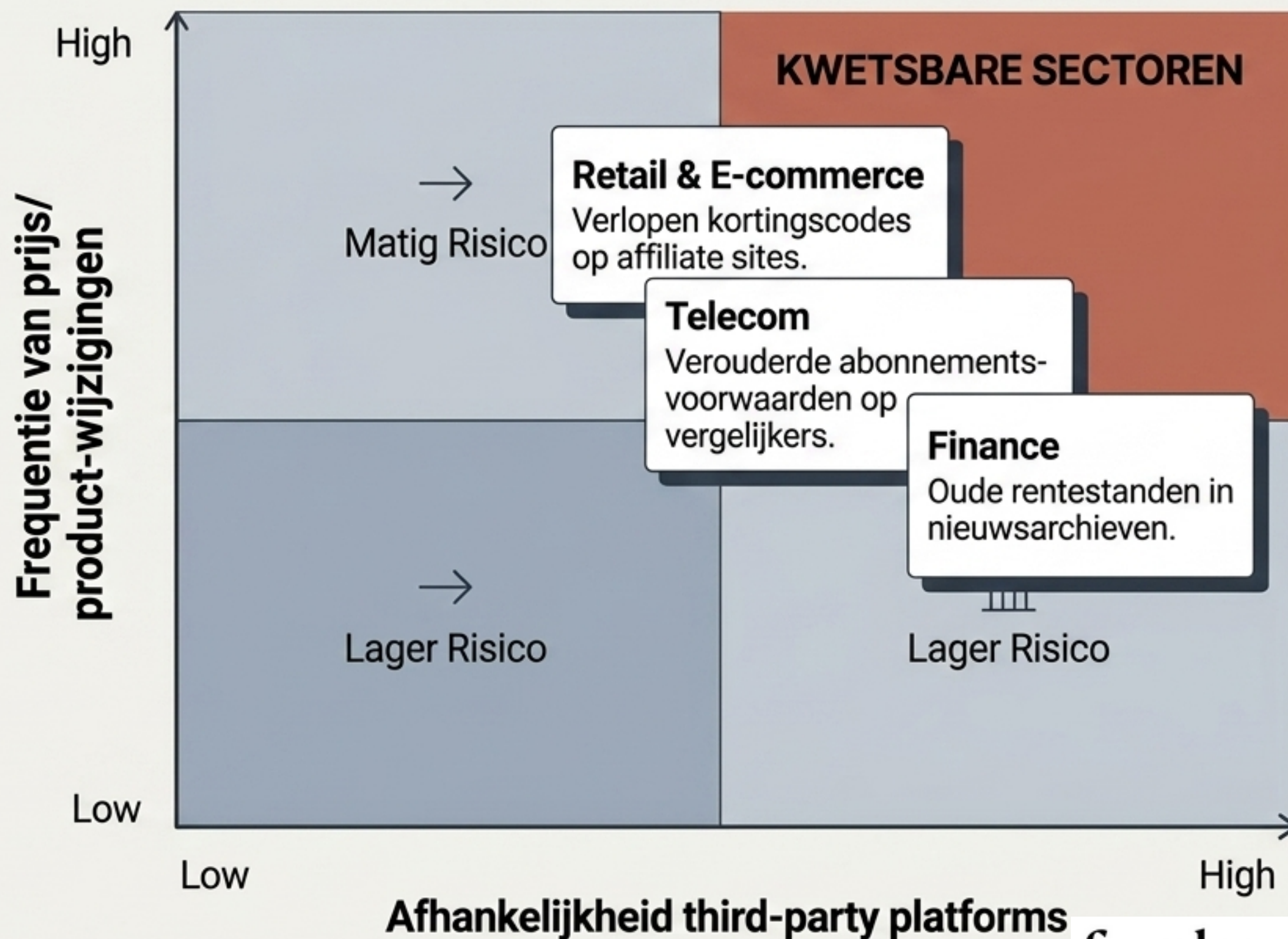
Verkeerde productverwachtingen leiden tot hogere churn en supportkosten.

Actie: Erken dat AI een primair klantcontactmoment is geworden, ver buiten uw huidige controle.

Hoe volatieler uw aanbod, hoe kwetsbaarder in AI-Search

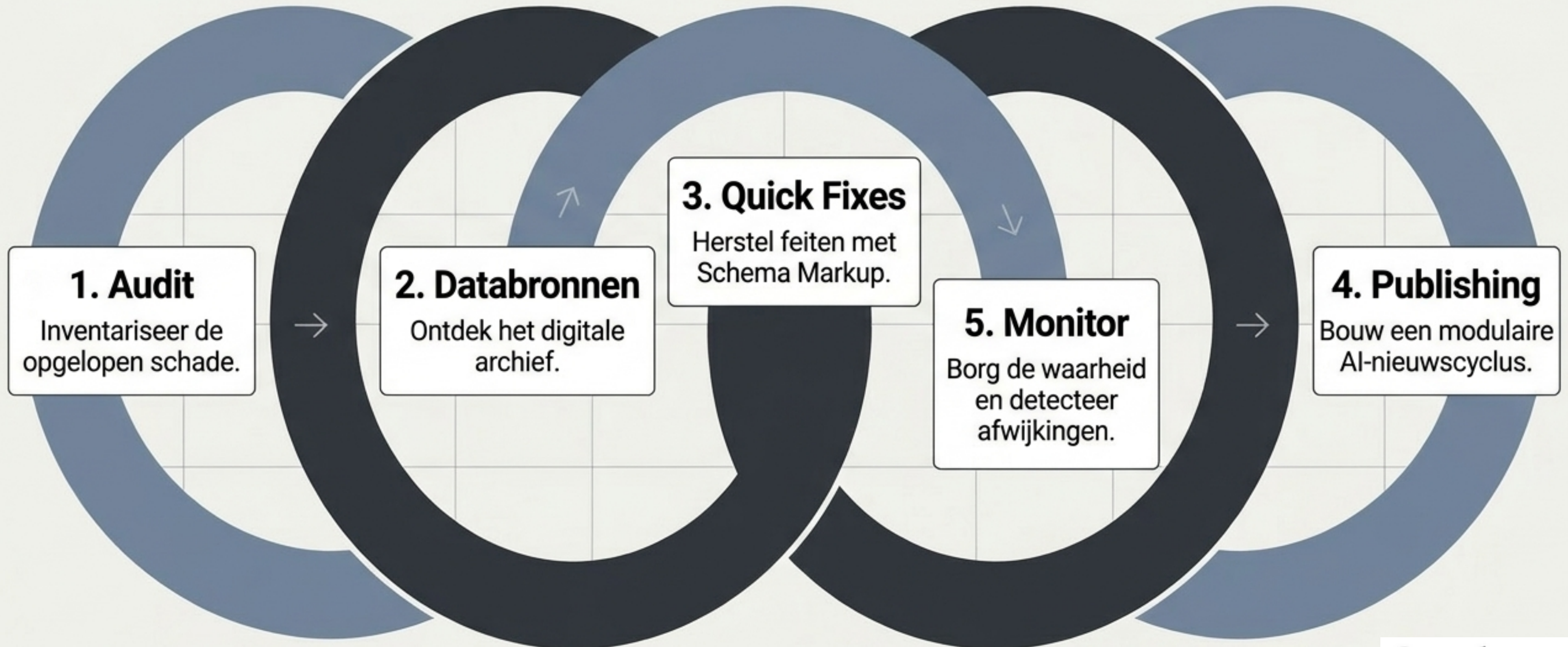
Key Takeaway

Vergelijkingssites en kortingsplatforms archiveren jarenlang prijzen. Dit historisch archief wordt de primaire waarheid voor Large Language Models (LLM's).



De 'Single Source of Truth': Het 5-stappen AIO Framework

AI Search Optimization (AIO) is geen eenmalig project, maar een fundamentele verschuiving in merkbeheer.



Stap 1: Audit – Inventariseer de opgelopen schade



40% Accuracy (Nulmeting)

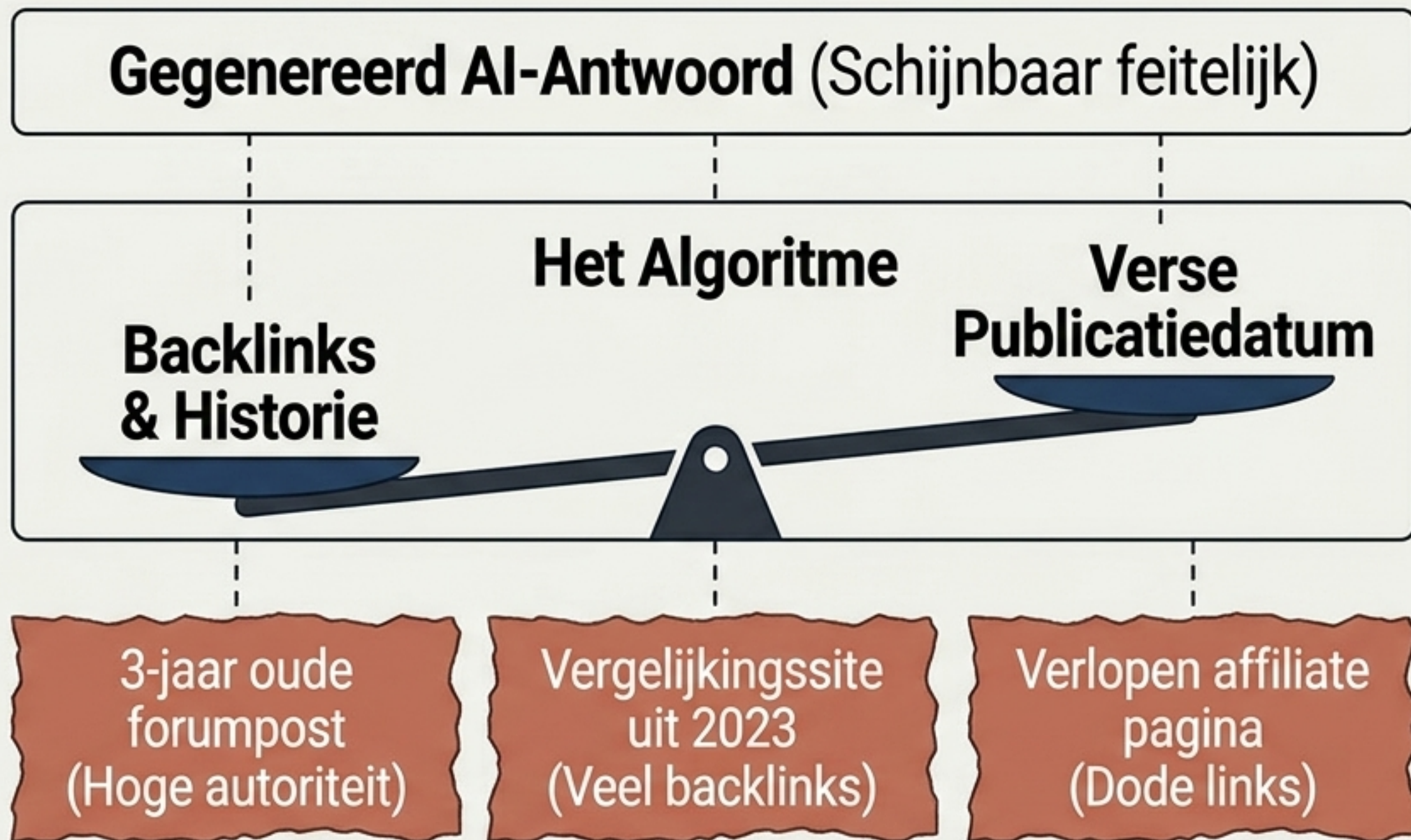
ChatGPT	Perplexity	Google AI Overviews
Volume: Hoog / Generiek	Volume: Deep-dive / Onderzoekend	Volume: Transactioneel
Focus: Merkpositionering & algemene perceptie	Focus: Productvergelijkingen & reviews	Focus: Prijzen en directe beschikbaarheid

Next Step: Test vandaag nog als een klant.
Stel uw 20 meest kritieke klantvragen aan deze drie kanalen.

Stap 2: Databronnen – Waarom kiest AI voor oude data?

Cruciaal Inzicht:

AI-modellen wegen historische domeinautoriteit en opgebouwde backlinks vaak zwaarder dan recente actualiteit.



Actie: Identificeer welke third-party platforms de antwoorden over uw merk kapen.

Stap 3: Quick Wins & Structured Data

De Chaos (Onzichtbaar voor AI)



De Controle (Database voor AI)



Wat te updaten:

Kritieke pagina's (Pricing, Specs, FAQ's, Contact).

De Techniek: Door Schema Markup hoeft een AI-bot **tekst** niet te interpreteren, maar leest het direct feiten uit de code.

Opdracht: Geef IT direct de opdracht om product- en prijsdata van Schema Markup te voorzien.

Stap 4: Van SEO-Artikelen naar 'Citeerbare' Content

AI zoekt geen lange verhalen en verkooptaal, maar **eenduidige** antwoorden.

De Anatomie van een AI-vriendelijke pagina

1

Heldere H2's

Geformatteerd als exacte, letterlijke klantvragen.

2

Gestructureerde Data

Strakke tabellen voor prijzen en specificaties. AI extraheert makkelijker uit rijen en kolommen.

3

Beknopte Feiten

Korte, feitelijke bulletpoints voor USP's in plaats van lange paragrafen.



Implementeer een strakke nieuwscyclus voor elke prijswijziging of productlaunch op uw eigen hoofddomein.

frank.news

Stap 5: Monitor, Alert & Corrigeer

Antwoorden van LLM's muteren wekelijks. Handmatig beheer is onhoudbaar.

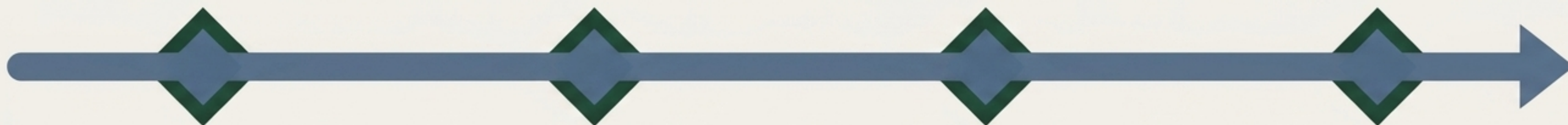


Automatisering is cruciaal. AI-output is niet statisch, maar drijft mee met actuele datastromen.

Rules of Engagement: Traditionele SEO vs. AIO

Traditionele SEO	AI Search Optimization	
Focus Zoekwoorden & Volumes	Focus Feitelijkheid & Intentie	✗ Don't Stop kritieke content niet achter een login. AI is blind voor gated content.
Valuta Backlinks	Valuta Actualiteit & Citeerbaarheid	
Format Long-form blogs	Format Structured data tabellen	✓ Do Gebruik validators voor structured data. Publiceer harde feiten en cijfers openbaar.

4-Weken Roadmap: Van blindspot naar controle



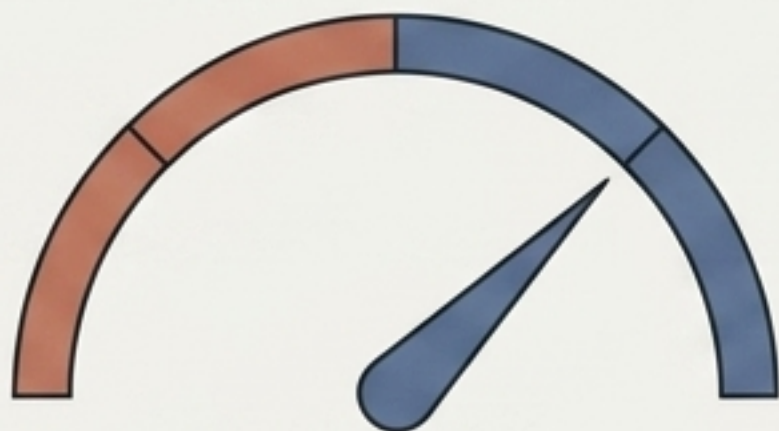
Week 1: Nulmeting	Week 2: Quick Wins	Week 3: Publishing Plan	Week 4: Monitoring
Handmatige audit van de top-20 klantvragen. Bron-inventarisatie van externe data.	Schema markup direct uitrollen op de top-20 belangrijkste webpagina's (pricing, contact, specs).	Nieuwe AI-vriendelijke FAQ's en citeerbare producttabellen live zetten.	KPI Dashboards en maandelijkse rapportage-cadans inregelen binnen het team.

Next Step: Wijs direct één 'AI Search Owner' aan binnen het marketingteam om deze sprint te leiden.

Meetbaar succes: Het AIO KPI Dashboard

AIO is geen branding, het is bottom-line conversiebeheer.

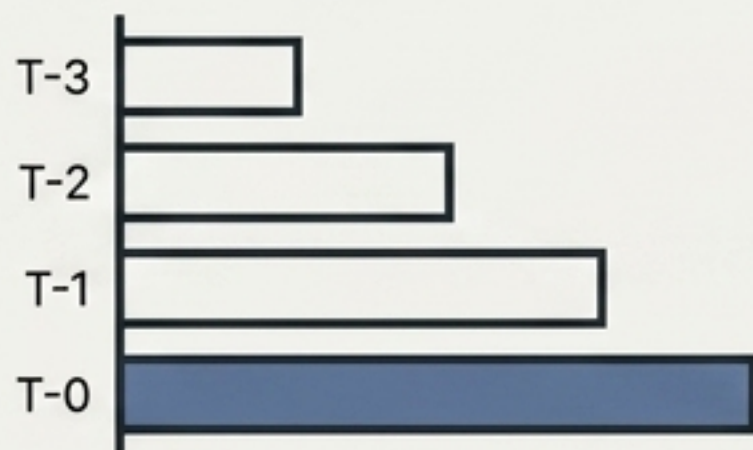
AI-Answer Accuracy



>85%

% van AI-antwoorden dat 100% feitelijk klopt. Maandelijks gemeten.

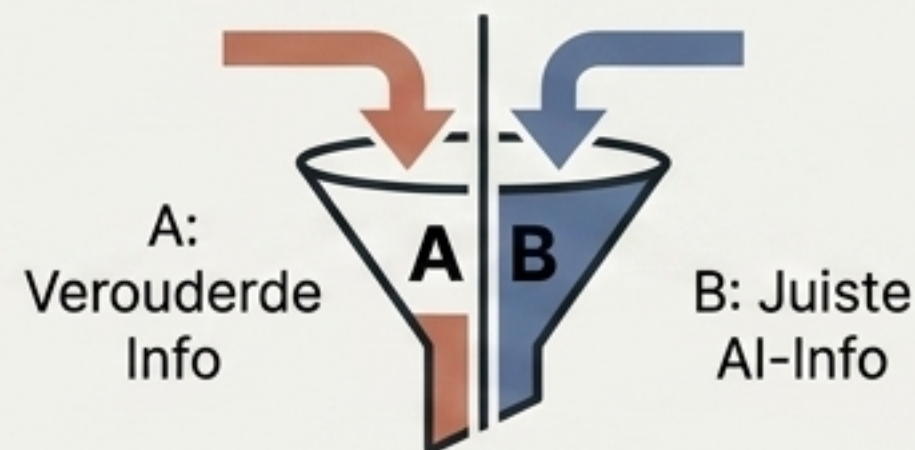
Time-to-Update



Dagen

Het aantal dagen totdat een LLM een doorgevoerde prijswijziging correct overneemt.

Conversie-Impact



↑ Delta

Conversie van prospect via verouderde info vs. prospect met juiste AI-info.

Resource Allocatie voor AI-Merkbeheer

CAPEX (Setup)

€2.500 - €7.500

- Uitgebreide initiële nulmeting
- Diepgaande domein audit
- Initiële implementatie van Schema Markup

Kosten schalen mee met de technische complexiteit van het domein.

OPEX (Run)

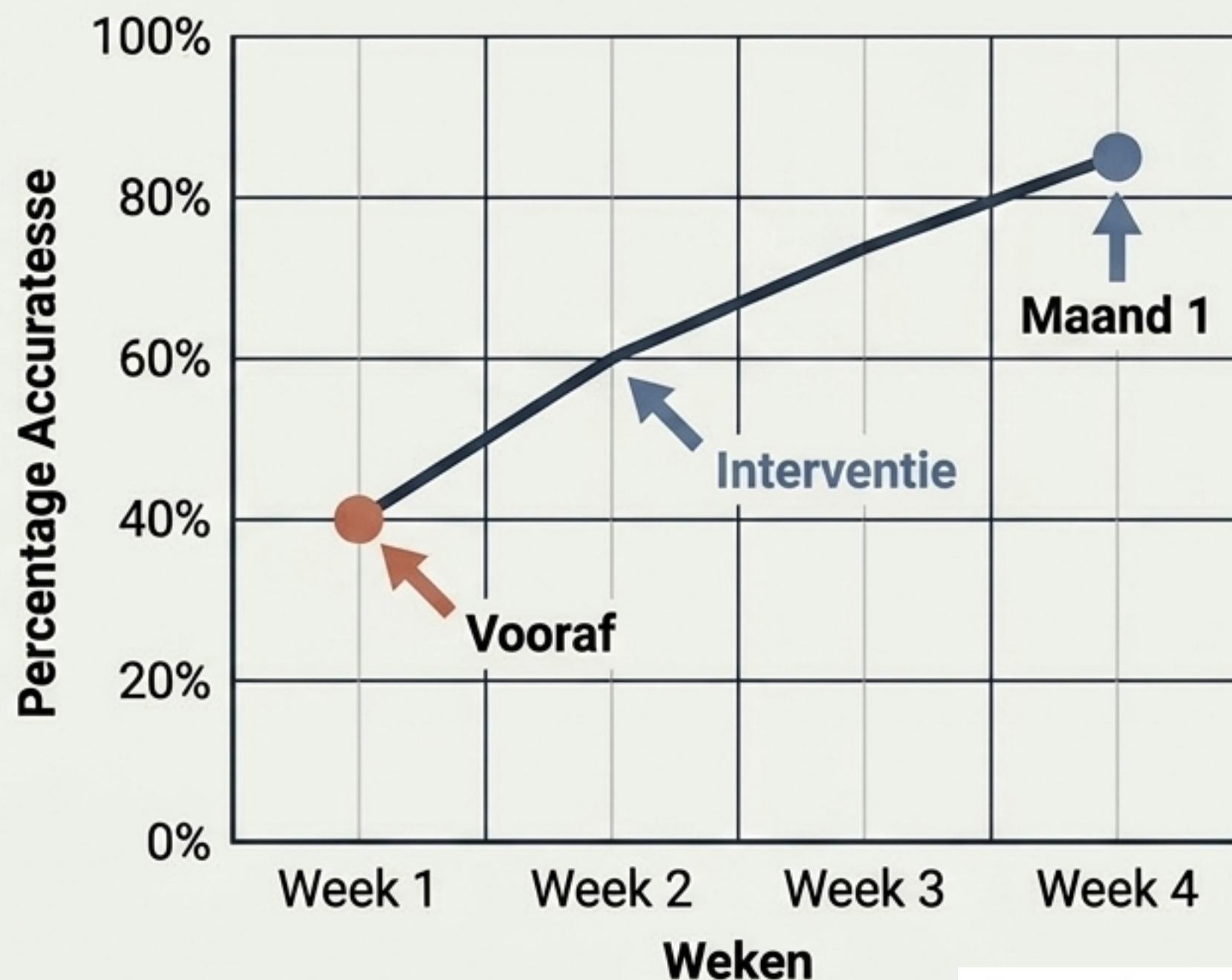
**€1.000 -
€2.500 / maand**

- Actieve, geautomatiseerde AI-monitoring
- Doorlopende content-updates
- Licenties voor enterprise tooling

Advies: Reserveer dit budget uit het traditionele SEO-budget, aangezien het zoekgedrag fundamenteel verschuift.

Resultaat: Van 40% naar 85% accuratesse in 4 weken

Anoniem Nederlands Top-merk (B2C)	
Probleem:	ChatGPT toonde systematisch oude abonnementstarieven afkomstig van een verlopen kortingssite.
Interventie:	Oude affiliate-links rigoureus opgeschoond. Actuele prijstabelen met zware Schema Markup geplaatst op het hoofddomein.
Resultaat:	Binnen één maand nam AI de nieuwe 'Single Source of Truth' over, resulterend in 85% juiste antwoorden .



De 'Monday Morning' Actielijst

**Over 2 jaar is AIO
basishygiëne. De
AI-veroudering is nú
realiteit. Investeer
om de waarheid
over uw merk te
beschermen.**

1

Deze week:

Doe handmatig een AI-check (Perplexity & ChatGPT) op uw top-5 producten. Wat is de actuele output?

2

Volgende week:

Geef IT opdracht om de meest kritieke pagina's (pricing, specs) van Schema Markup te voorzien.

3

Volgende maand:

Borg de maandelijkse AI-audit procesmatig vast in uw reguliere marketingkalender.