

ChatGPT Advertising: De Miljard Dollar Shift in Search & Discovery

Een strategisch playbook voor AI-native marketing & budgetallocatie.

Exclusief voor CMO's & Senior Marketers (NL)

De transitie is voltooid: zoekverkeer verschuift structureel naar AI-assistenten

\$1 Miljard

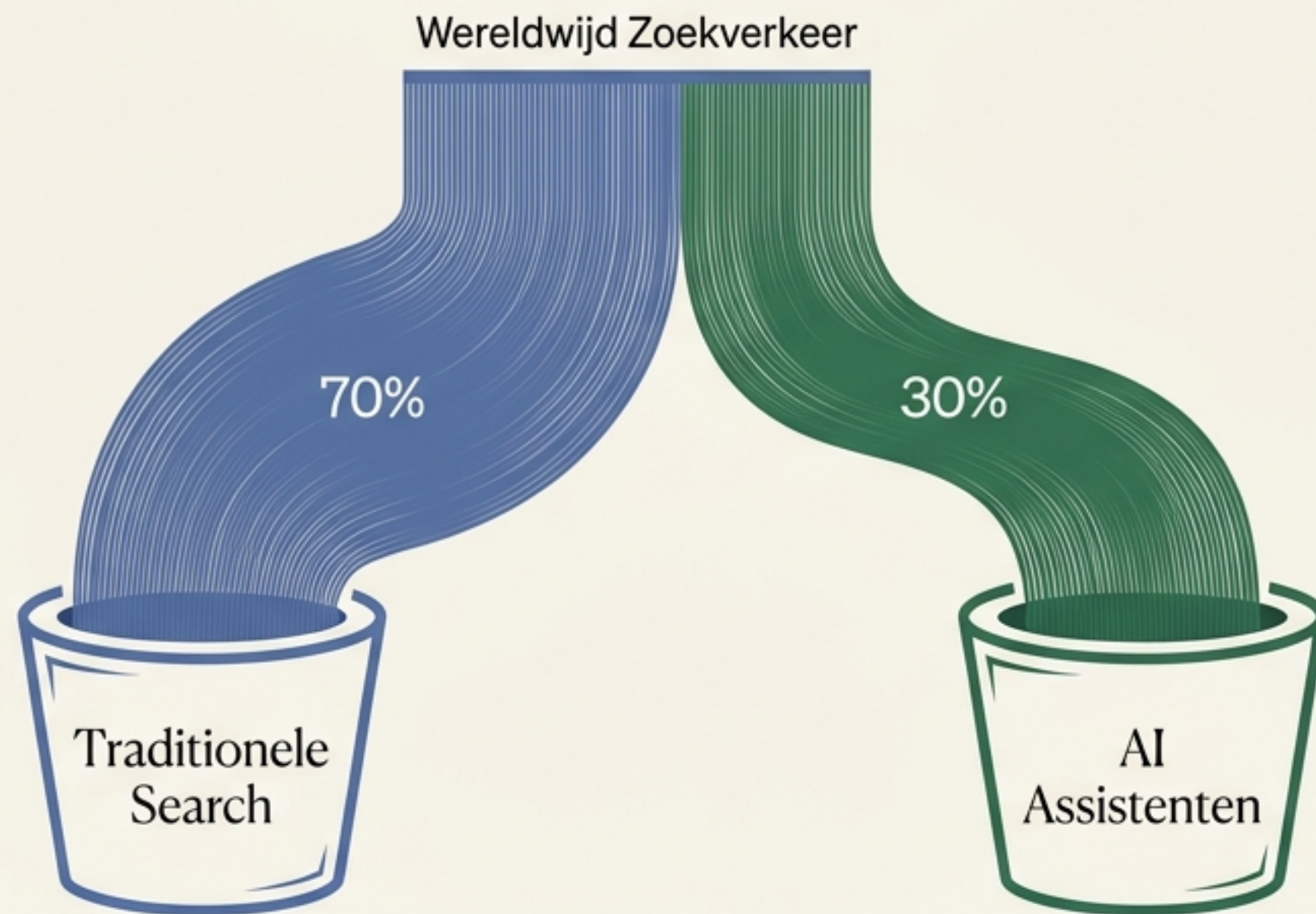
Geschatte jaaromzet van ChatGPT Ads, bereikt in slechts 6 maanden na lancering (2026).

1 Miljard+

Wekelijks actieve ChatGPT gebruikers wereldwijd.

30%

Verwachte verschuiving van traditioneel oriënterend zoekverkeer naar AI-interfaces.

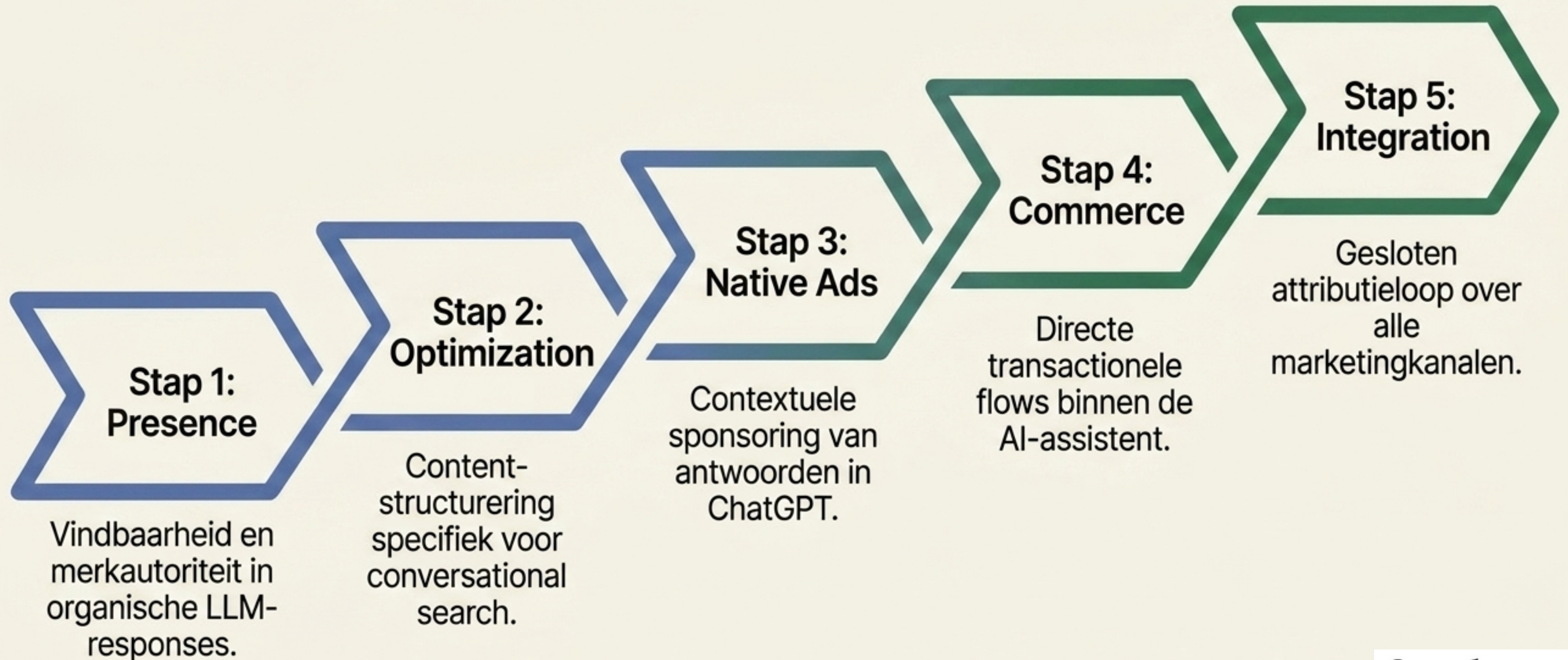


De verschuiving van zoeken (via lijsten) naar vragen (om antwoorden) is een feit. Merken die ontbreken in de LLM-context verliezen per direct marktaandeel in de oriëntatiefase.

Waarom traditionele search-playbooks in het AI-ecosysteem falen

	Traditionele Search & Social	AI-Native Advertising (ChatGPT)
Targeting Data	Demografisch, cookies en browsegeschiedenis.	Zuiver contextueel en gebaseerd op actuele intentie (geen externe tracking).
Advertentieformat	Visuele banners en losstaande tekstlinks.	Gesponsorde, native suggesties naadloos geïntegreerd in de chatflow.
Doelgroep Segmentatie	Brede targeting over alle gebruikerslagen.	Exclusief de honderden miljoenen 'Free Tier' gebruikers (Plus/Enterprise zien geen ads).
De Klantreis	Een lineaire reeks zoekopdrachten.	Een iteratieve, diepgaande conversatie over specifieke oplossingen.

De blauwdruk voor AI-dominantie: Het 5-stappen framework



Bouw de fundering: van totale onzichtbaarheid naar merkautoriteit

Fase 1 & 2: Organische LLM Training

Pilaar 1: AI Presence (API & Partnerships)

Doel: Zorg dat LLM's jouw merk als 'ground truth' en vertrouwde bron zien.

Tactiek: Bouw directe API-integraties, sluit strategische data-partnerships en stuur aan op hoogwaardige PR-mentions.

KPI: Mention rate in organische AI-outputs.

Pilaar 2: SearchGPT Optimization

Doel: Herstructureer webcontent zodat AI-crawlers de context feilloos begrijpen.

Tactiek: Implementeer uitgebreide FAQ-schema's, optimaliseer voor natural language queries, en profileer als de absolute bron.

KPI: Ranking in SearchGPT resultaten.

Native Ads: contextuele relevantie verslaat third-party cookies

Geen Externe Tracking

Targeting gebeurt puur en alleen op de actuele vraag. Geen demografische cookies.

Native Flow

Advertenties voelen als nuttige aanbevelingen in een lopend gesprek, niet als opdringerige reclame.

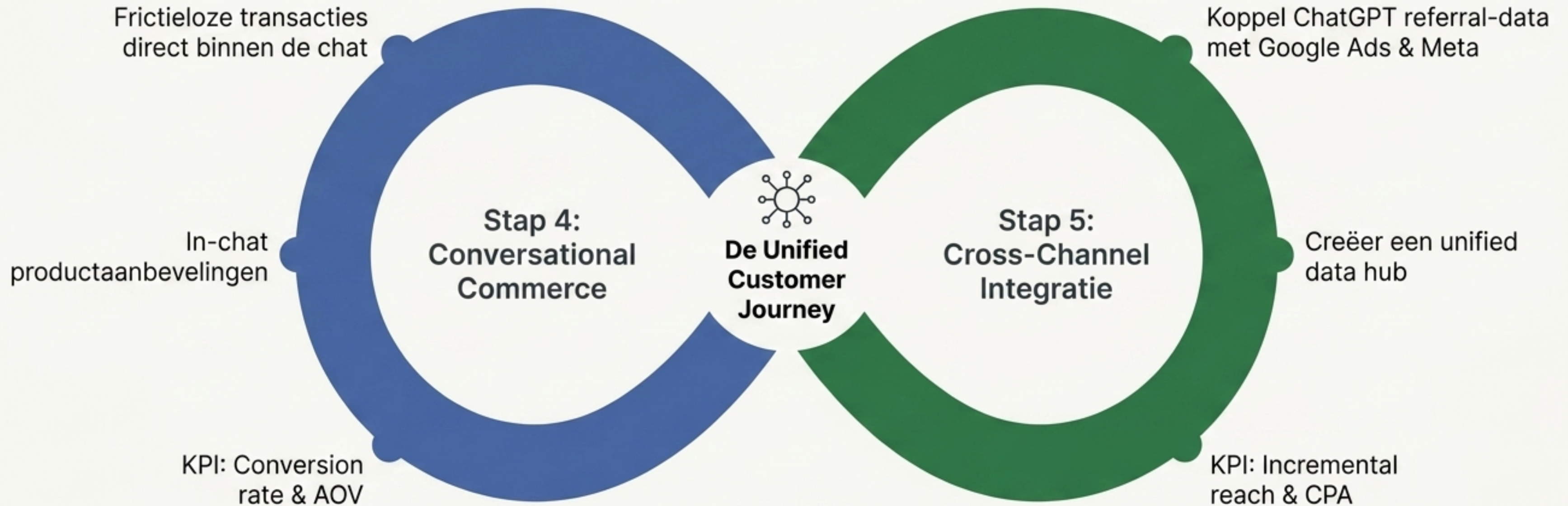


Free-Tier Scale

Miljoenen potentiële impressies bij niet-betalende consumenten.

Metrics: Click-Through Rate (CTR), Engagement per sessie. Ad Recall.

Sluit de dataloop: van eerste prompt naar aankoop en attributie



Het Nederlandse speelveld en het first-mover voordeel



Status Update NL

Sinds augustus 2026 is de selfservice-tool live. Toegankelijk voor zowel enterprise als mid-size e-commerce merken.

Concurrentie- landschap

Globaal geadopteerd door Unilever, Coca-Cola en Nike. Nederlandse early adopters (zoals bol.com en Coolblue) profiteren nu van exponentiële organische zichtbaarheid en lagere advertentiedruk.

Economische Benchmark

Initiële CPM's liggen hoger dan Google Ads, maar gebruikers tonen een compleet ander type intentie: ze vragen om specifieke oplossingen in plaats van oppervlakkig zoeken.

De regels van het spel: authenticiteit wint de prompt

✓ DO'S

Informatieve, diepgaande content schrijven. Positioneer het merk als een betrouwbare gids.

Subtiele brand presence inbedden als de logische 'next best action' na het inwinnen van advies.

Targeten op zeer specifieke, complexe use-cases en pijnpunten in de oriëntatiefase.

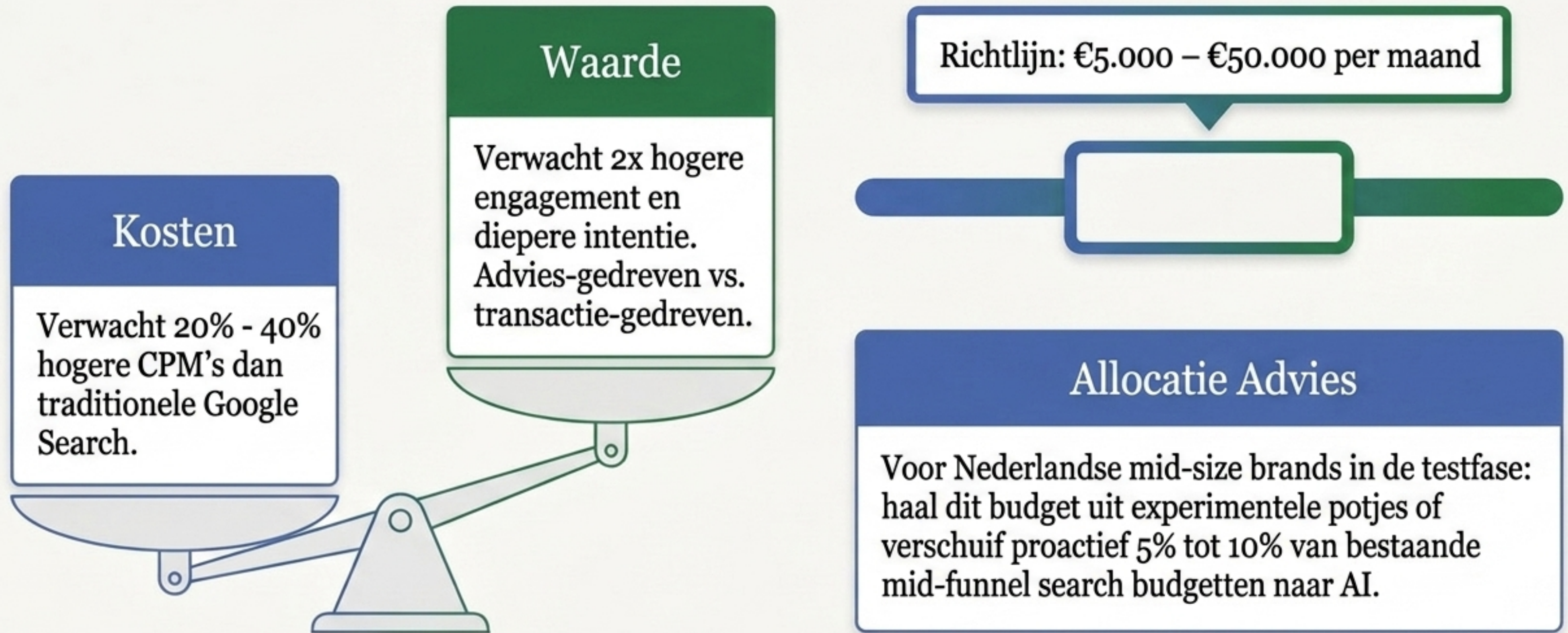
✗ DON'TS

Hard-selling of agressieve over-promotie. Dit verbreekt direct het vertrouwen van zowel de LLM als de eindgebruiker.

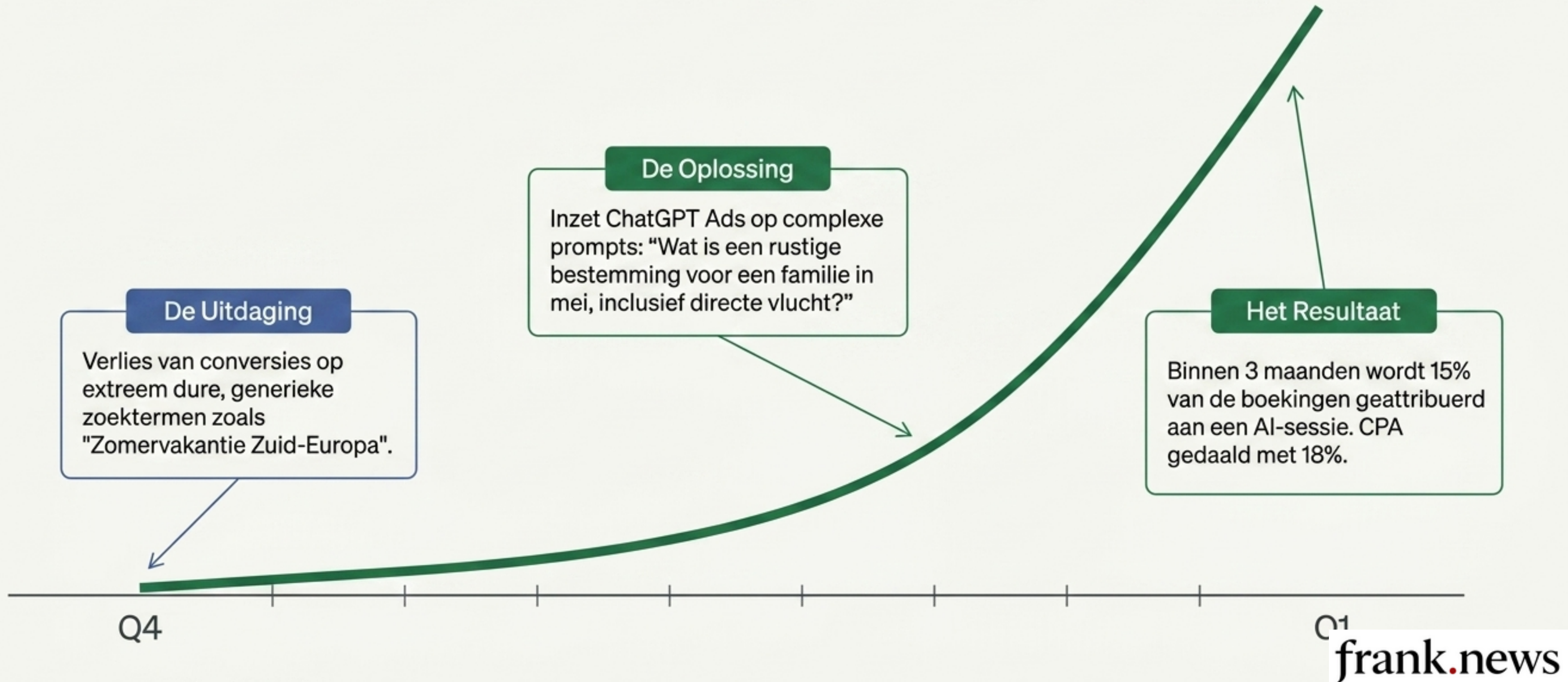
Traditionele banner-copy of staccato Google Ads teksten 1-op-1 hergebruiken.

Zich blindstaren op pure zoekvolumes in plaats van op conversationele context.

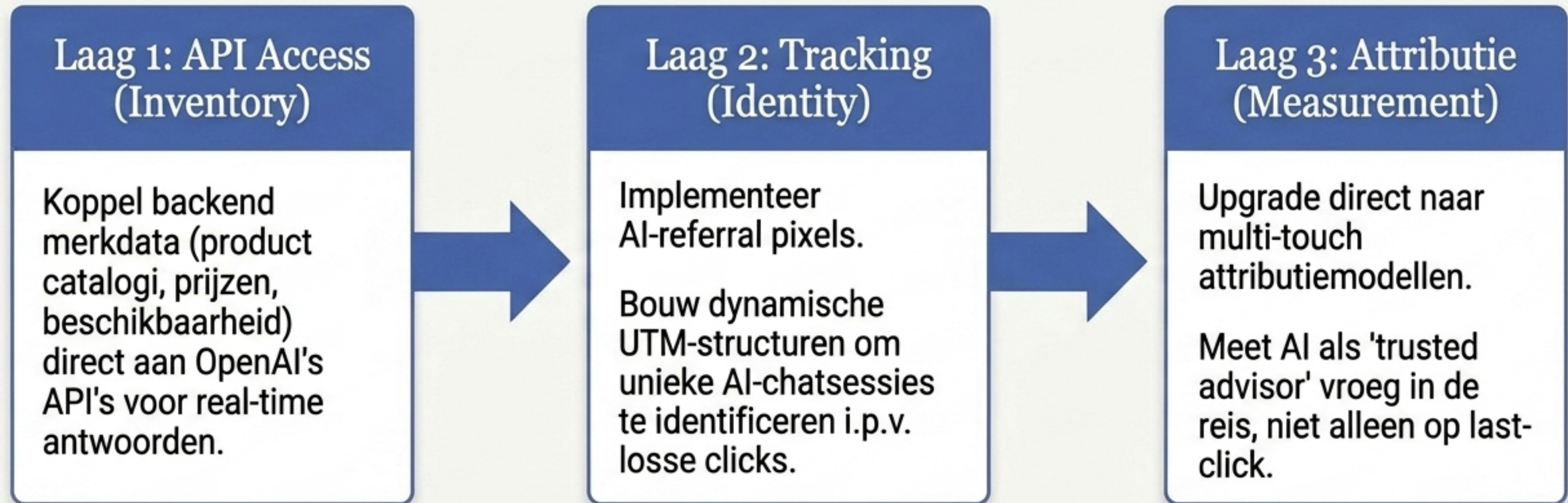
Budgetallocatie: de zakelijke business case voor de AI-transitie



Impact in de praktijk: van 0 naar 15% AI-geen omzet in Q1



De technische infrastructuur voor een cookieless ecosysteem



Activeringsplan: Sprint naar AI-Native executie in vier weken

Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
Audit & Nulmeting Voer een brand mention audit uit. Analyseer waar en hoe ChatGPT jouw merk en concurrenten noemt.	Content Optimalisatie Selecteer top 10 landingspagina's en herstructureer de content (FAQ's) voor conversational ingestion.	Lancering Pilot Start de eerste ChatGPT Ads testcampagne met beperkt budget, gericht op 3 high-intent use cases.	Kalibratie & Meting Review het dashboard. Kalibreer tracking pixels en het multi-touch attributiemodel met de eerste data.

Het nieuwe executive dashboard: metrics die échte intentie meten

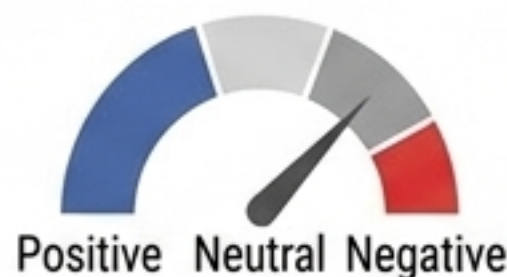
Impression Share in AI-Responses



72%

Marktaandeel in de contextuele veiling.
Hoe vaak won je de relevante prompt?

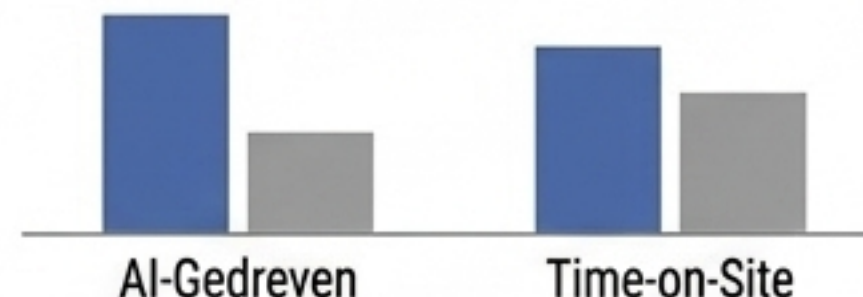
Brand Sentiment Score



8.5

Is de AI-generatie over het merk
positief, neutraal of risicovol negatief?

Referral Traffic Kwaliteit



Analyseer bounce rate en time-on-site
van AI-gedreven verkeer vs. traditioneel.

Attributed Conversions



■ Direct
■ Assisted

Meet directe verkoop en
de zwaarwegende
ondersteunende waarde.

Cost per Engaged User



Cost per Engaged User.
Focus op de diepte van de
conversatie, niet slechts
op de oppervlakkige klik.

Executive summary en het mandaat voor maandagochtend

5 Strategische Takeaways

1. AI-search is mainstream op schaal, niet langer experimenteel (\$1 kasstroom run-rate).
2. Content (waarde toevoegen) verslaat Ads (promotie).
3. Meten vereist direct nieuwe, multi-touch attributieframeworks.
4. First-movers in NL claimen nu de premium posities tegen lagere concurrentie.
5. Naadloze integratie met de bestaande tech-stack is cruciaal.

De Volgende 3 Acties

1. **Vandaag:** Voer direct een AI mention-audit uit voor je merk vs. concurrenten.
2. **Voor Q2 2026:** Reserveer een pilotbudget van €10.000.
3. **Komende Maand:** Train het marketingteam op conversational content optimalisatie.