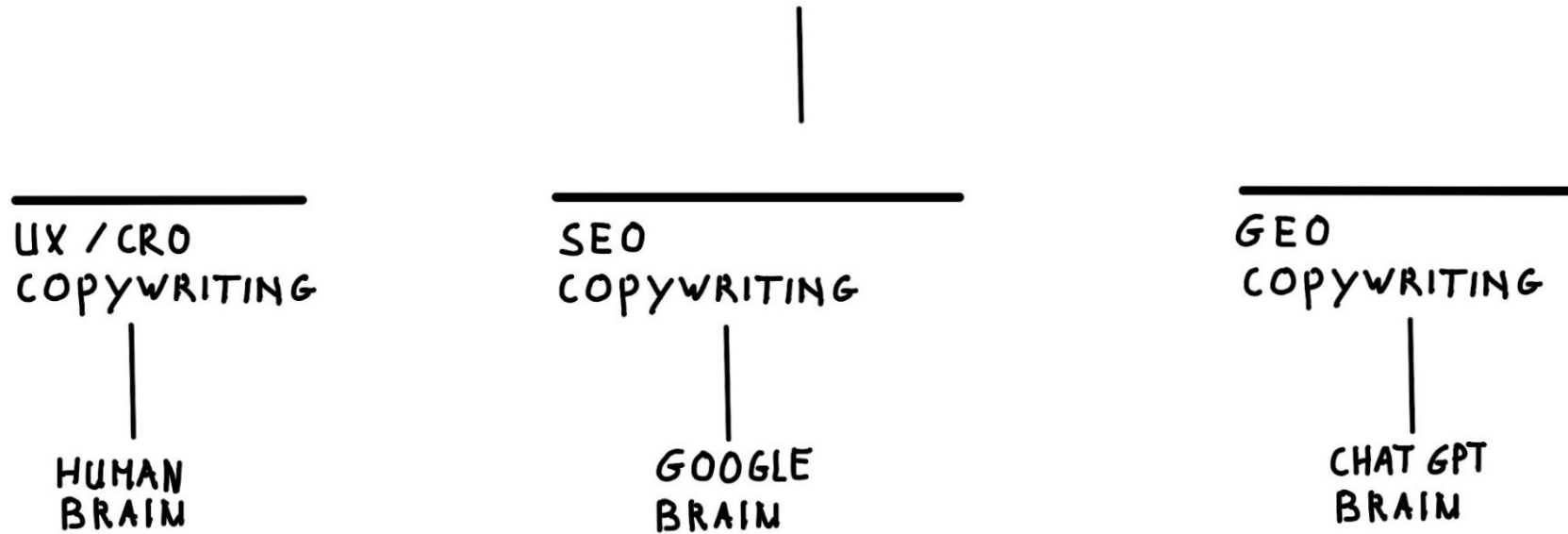


# **GEO voor auteurs**

Schrijven voor mensen, machines en taalmodellen



# MENS MACHINE MODEL



 CHATGPT ALS TWEEDE BREIN

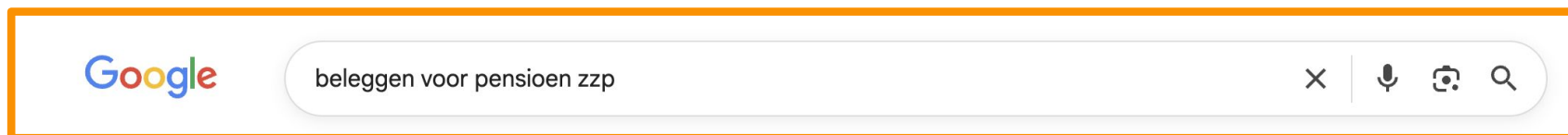
© MARTIN VAN KRANENBURG

De vraag verschuift van **‘Hoe kom ik bovenaan in Google?’** naar **‘Hoe komt mijn tekst in het antwoord van ChatGPT?’**

# Van een zoekmachine tijdperk



# Van een zoekmachine tijdperk



Alle Afbeeldingen Nieuws Video's Korte video's Web Boeken Meer ▾ Tools ▾

Hoeveel

Rabobank

Vergelijken

## Gesponsord



mkbpartmij.nl

<https://www.mkbpartmij.nl> › beleggingsfonds › private-equity

### Beleggen voor pensioen | Streefrendement tot 17,3% pj.

U belegt buiten AFM-toezicht. Investeer in MKB-groeisectoren met een streefrendement tot 17,3% pj. 75% tot 85% winstdeling. Sterke dekkingsgraad. Beleg in bewezen sectoren. Preferente participaties. Realiseer direct rente.

## Gesponsord



DEGIRO

<https://www.degiro.nl> › pensioen › beleggen

### Pensioenrekening openen | Open een pensioenrekening

Met **beleggen** kun je jouw inleg verliezen. DEGIRO - Europe's leading broker.

## Gesponsord



Pulse4all

<https://invest.pulse4all.nl>

### 8% Rente: Beter Dan Sparen - €24.000 Rendement in 3 Jaar

Een beter alternatief voor sparen. Maandelijks rente en 8% rendement op uw investering.

# Van een zoekmachine tijdperk



Brand New Day

<https://new.brandnewday.nl> › pensioen-voor-zzpers

## Pensioen voor zzp'ers

Wij beleggen iedere euro die u stort automatisch in duizenden aandelen of obligaties voor u; Komt het moment waarop u met pensioen gaat dichterbij?



Knab

<https://www.knab.nl> › particulier › pensioen-opbouwen-zzp

## Slim en eenvoudig pensioen opbouwen als zzp'er

Als zzp'er ben je zelf verantwoordelijk voor je pensioen. Gelukkig zet je bij Knab heel eenvoudig en slim geld opzij voor later. Geen zzp'er?



Rabobank

<https://www.rabobank.nl> › particulieren › pensioen-voor-...

## Pensioen voor ondernemers (IB ondernemer, ZZP, DGA)

Je kunt extra pensioen opbouwen met belastingvoordeel door te sparen of te beleggen. We vertellen je graag meer.



Nibud

<https://www.nibud.nl> › Onderwerpen › Pensioen

## Pensioen voor zzp'ers

Hoe bouw je een pensioen op als zzp'er? Er is naast een AOW namelijk niet standaard iets voor je geregeld. Lees meer op onze website.



asr.nl

<https://www.asr.nl> › ... › Persoonlijk pensioen › experts

## Zo bouw je als zzp'er zelf pensioen op volgens Annemiek - ASR

Bij a.s.r. hebben we Persoonlijk pensioen voor zzp'ers. Hiermee beleg je zelf voor je pensioen via een lijfrentebeleggingsrekening. Een ...

# Naar een antwoordmachine tijdperk

Waar denk je vandaag aan?

Ik overweeg om wat geld te gaan beleggen voor mijn pensioen. Als zzp'er heb ik dat nog niet echt opgebouwd en nooit bewust mee bezig. Welke betrouwbare partijen kan ik hierin in overweging nemen? Ik ben risicomijdend als het over beleggen gaat.

+



# Van kliks naar mentions en citations

Ik overweeg om wat geld te gaan beleggen voor mijn pensioen. Als zzp'er heb ik dat nog niet echt opgebouwd en nooit bewust mee bezig. Welke betrouwbare partijen kan ik hierin in overweging nemen? Ik ben risicomijdend als het over beleggen gaat.

Goed dat je nu al nadenkt over pensioenopbouw als zzp'er. Hieronder beschrijf ik eerst een paar algemene aandachtspunten, en daarna noem ik betrouwbare partijen in Nederland die je zou kunnen overwegen — zeker met een risicomijdende houding.

## 1. Waar moet je op letten?

### a) Pensioenbeleggen versus pensioensparen

Beleggen kan je vermogen laten groeien, en op de lange termijn vaak meer opleveren dan sparen. Maar beleggen brengt ook risico met zich mee: je inleg kan minder waard worden. [Consumentenbond +2](#)

Pensioensparen is veiliger: je zet geld vast, vaak op een geblokkeerde bankspaarrekening, met wel belastingvoordeel [Wijzer in geldzak... +2](#)

### b) Fiscaal voordeel benutten

Als zzp'er kun je geld storten op een geblokkeerde pensioenrekening (lijfrente, banksparen) en dat is fiscaal aantrekkelijk. Je stort met je jaarruimte of reserveringsruimte, en betaalt minder inkomstenbelasting [Nationale-Nederl... +3](#)

# Van kliks naar mentions en citations

## 2. Betrouwbare partijen in Nederland

Hier zijn een aantal partijen die bekend staan om pensioenbeleggen of pensioen opbouwen, met variërende risicoprofielen en keuzemogelijkheden:

Aanbieder	Waarom interessant voor jou	
BrightPensioen	Moderne partij, transparant, duurzame belegging, je kunt instappen zonder verplichting, automatische risico-afbouw (lifecycle).	<a href="#">BrightPensioen</a>
Brand New Day	Veel keuzevrijheid in fondsen, automatische risico-afbouw mogelijk, relatief lage kosten.	<a href="#">dejongebelegger +1</a>
DEGIRO Pensioenrekening	Veel vrijheid zelf beleggen, lage kosten, handig als je zelf meer de regie wil voeren. Zelfs fiscaal vriendelijk.	<a href="#">Degiro.nl +1</a>
Rabobank – Rabo ToekomstBeleggen / Rabo Beheerd Beleggen	Bekend merk, combinatie sparen + beleggen mogelijk, eenvoudige instap, betrouwbare partij.	<a href="#">Rabobank</a>
Nationale-Nederlanden – Aanvullende PensioenOpbouw	Je kunt kiezen voor beleggen, sparen of een mix. Er is begeleiding bij beleggingsprofielkeuze.	<a href="#">Nationale-Nederl...</a>
Index People Pensioenbeleggen	Passief indexbeleggen, lage kosten, toegankelijk voor zzp'ers.	<a href="#">Beleggingsrekeni...</a>
Axento Pensioenbeleggen	Automatische risico-afbouw, je hoeft zelf niet al te veel te regelen.	<a href="#">Beleggingsrekeni...</a>
Beleggingsrekeningen.nl (vergelijker)	Niet zelf een aanbieder, maar handig om verschillende pensioenbeleggingsopties naast elkaar te leggen.	<a href="#">Beleggingsrekeni...</a>

# Het gesprek start steeds vaker in ChatGPT

Waar denk je vandaag aan?

Welke managementboeken van Nederlandse - en van Internationale schrijvers zijn onmisbaar voor een junior online marketeer / copywriter die we willen inwerken in het vak? Zet eerst de 5 beste Nederlandse management en marketing boeken op een rij en daarna de internationale. Focus ligt op copywriting, psychologie en conversie.



# Het antwoord van ChatGPT

Hier is een compacte en **direct bruikbare lijst van onmisbare boeken** voor een junior online marketeer of copywriter. De focus ligt op **copywriting, psychologie en conversie**, zowel van **Nederlandse auteurs** als van **internationale klassiekers**.

## **Nederlandse boeken (Focus op copy, psychologie en conversie)**

### **1. Schrijven voor het brein** — Wim van der Mark & Martin van Kranenburg

Helpt je teksten overtuigender, verleidelijker en winstgevender te maken door de psychologie van het brein centraal te zetten. Praktisch toepasbaar voor webcopy en landingpages. [Managementboek](#)

### **2. Maak ze gek!** — Aartjan van Erkel

Een klassieker in Nederland over online verleiden en overtuigen. Sterke voorbeelden en structuur voor het schrijven van onweerstaanbare copy. [copywritingtekst.nl](#)

### **3. IJs Verkopen aan Eskimo's** — Pacelle van Goethem

Praktische inzichten in beïnvloedende psychologie en hoe je echte waarde communiceert in plaats van slimme verkooptrucs. [copywritingtekst.nl](#)

### **4. Stop met verkopen, start met helpen** — Mark Soons

Richt je vanaf het begin op waardecreatie en psychologie in plaats van traditionele sales-taal; relevant voor content en conversies. [copywritingtekst.nl](#)

### **5. 101 beïnvloedingstechnieken** — Nicol Tadema

Compact naslagwerk van psychologische beïnvloedingsprincipes die direct toepasbaar zijn op copy en conversie strategieën. [Managementboek +1](#)



# ChatGPT versus Gemini

Welke managementboeken van Nederlandse - en van Internationale schrijvers zijn onmisbaar voor een junior online marketeer / copywriter die we willen inwerken in het vak? Zet eerst de 5 beste Nederlandse management en marketing boeken op een rij en daarna de...



Voor een junior online marketeer of copywriter is het cruciaal om niet alleen te begrijpen *hoe* je een advertentie instelt, maar vooral *waarom* mensen op een knop klikken. De focus op psychologie, copywriting en conversie is daarom de perfecte basis.

Hieronder vind je de 5 beste Nederlandse en de 5 beste internationale boeken die onmisbaar zijn voor een vliegende start.

# Het antwoord van Gemini

## De 5 Beste Nederlandse Boeken

*Focus: Praktische toepasbaarheid, lokale nuchterheid en conversie-optimalisatie.*

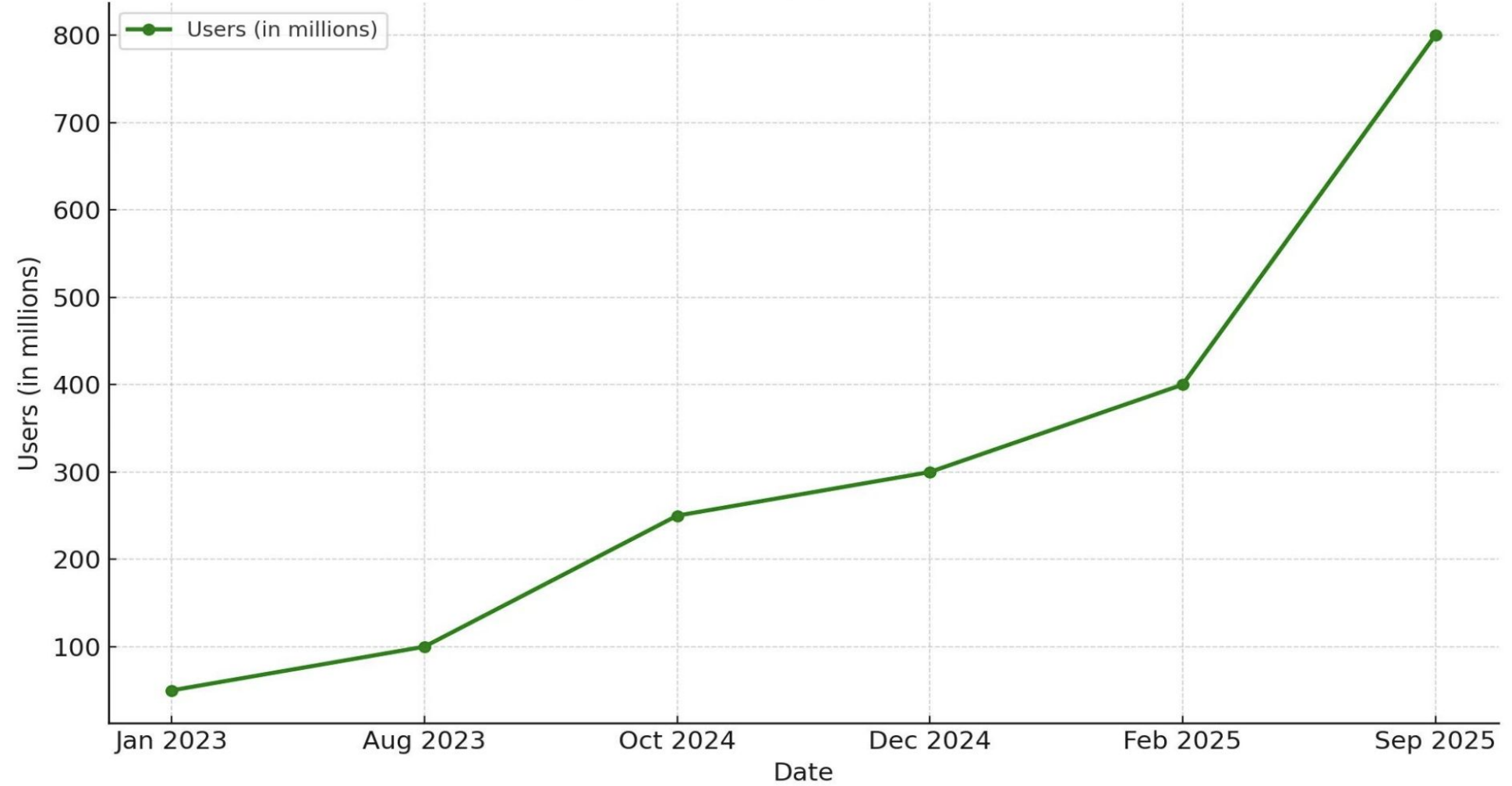
1. **De Online Marketing Tornado – Tonny Loorbach & Martijn van Tongeren** Dit is dé blauwdruk voor het bouwen van een online systeem. Het legt perfect uit hoe je een bezoeker via content en psychologie omvormt tot een loyale fan. Ideaal voor het overzicht.
2. **Verleiden op internet – Arie Alblas & Nils van der Knaap** Een klassieker die specifiek ingaat op online beïnvloeding. Het leert een junior hoe je de barrières op een website wegneemt en de psychologische 'ja-stand' activeert.
3. **Het slimme onbewuste – Ap Dijksterhuis** Hoewel dit een breder psychologieboek is, is het essentieel voor copywriters. Het legt uit dat we 95% van onze beslissingen onbewust nemen. Als je dit snapt, schrijf je nooit meer teksten die alleen op ratio gericht zijn.
4. **Sterk Digitaal Merk – Ingmar de Lange** Marketing gaat niet alleen over een snelle klik, maar ook over merkbouwen. Dit boek leert een junior hoe je in de digitale wereld een merk neerzet dat mensen echt onthouden.
5. **Gek op Gaten – Jos Burgers** Een managementboek in verhaalvorm. De kernles: klanten willen geen boor, ze willen een gat. Voor een junior copywriter is dit de beste les in "benefits over features" die er in het Nederlands beschikbaar is.

**De verwachting van Gartner is dat in 2026 25%  
van het traditionele zoekvolume verdwijnt. In  
2028 is dat zelfs 50%**

# Na deze sessie weet je:

- **Wat GEO is** en waar het in verschilt in CRO en SEO
- **Hoe een taalmodel als ChatGPT je tekst 'leest'** en verpakt in zijn antwoord
- Je sociale autoriteit **belangrijker is dan de boodschap**. Wees consistent.
- Waarom een **plaatje en praatje niet meer voldoende** is. Unieke content is key.
- **De drie pijlers** voor GEO-proof landingspagina's

### ChatGPT User Growth Over Time



# 40% van de leads via ChatGPT

PIETER VERLEE

04 juli 2025 11:58

**Jarenlang focusten bedrijven op een zo hoog mogelijke vermelding in de zoekresultaten van Google om de aandacht van potentiële klanten te trekken. De razendsnelle opmars van chatbots zoals ChatGPT vraagt om een nieuwe strategie: hoe krijg je het voor elkaar dat taalmodellen jouw merk daadwerkelijk vermelden?**

**M**arie Martens keek raar op toen eind vorig jaar het aantal bezoekers van haar website spectaculair steeg. Martens is de medeoprichtster van Tally, een bedrijfje dat op een eenvoudige manier enquêtes en onlineformulieren bouwt en softwarebedrijven zoals Notion en Dribbble als klanten heeft. Al snel bleek ChatGPT verantwoordelijk. Het taalmodel van het techbedrijf OpenAI begon Tally aan te bevelen bij vragen als: 'Geef me een goede enquêtebouwer' of 'Hoe maak ik een goede enquête?'

'We wisten dat de websitebezoekers van ChatGPT kwamen, omdat bezoekers een pop-up kregen en invulden waar ze Tally van kenden', legt Martens uit. 'We hebben dan uitgezocht hoe dat komt. Sinds dit voorjaar is dat volledig ontploft en krijgen we ruim 40 procent van onze leads via ChatGPT', zegt Martens.

# Vraag het aan je (nieuwe) klanten

**Welcome, Martin**

We want to make Tally work for you.

What kind of work do you do?

Marketing



What is your role?

Solo-preneur / Freelancer



How did you discover Tally?

AI (ChatGPT, Gemini, Claude, Perplex)



Whoa, the robots are working for us now. What did you ask it?

Wat zijn goede Europese formulieren tools die ook AVG proof zijn?

Take me to Tally

# DE DRIE PIJLERS VAN GEO

LMO  
TECHNIEK

SA  
SOCIALE AUTORITEIT

GEO  
COPYWRITING

OFF-SITE

ON-SITE

# https://validator.schema.org/

The screenshot shows the Schema.org website interface. At the top, there is a navigation bar with links for "Schema.org", "Documentation", "Schemas", "Validate", and "About". A search bar is located on the right side of the navigation bar. Below the navigation bar, there is a header area with a "Nieuwe test uitvoeren" button and two circular icons containing the characters "あ" and "i".

The main content area is a light gray background. In the center, a white modal dialog box is displayed with the title "Je gestructureerde gegevens testen". Below the title, there are two tabs: "URL ophalen" (which is selected and underlined) and "Codefragment".

Under the "URL ophalen" tab, there is a text input field with a globe icon on the left and the placeholder text "Geef een URL op". Below the input field, there are two buttons: "Sluiten" and "Test uitvoeren".

At the bottom center of the page, there is a circular play button icon.

# Dit ziet een mens



## Neem contact met mij op:

Contactinformatie

-  Martin van Kranenburg
-  Westerstraat 119
-  3818 NK Amersfoort
-  martin@martinvankranenburg.nl
-  0639662379

## Of vul mijn contactformulier in:

Naam\*

E-mail\*

Bericht

# Dit ziet een machine

Schema.org Documentation Schemas Validate About

https://martinvankranenburg.nl/contact/ Nieuwe test uitvoeren

```
1 <!DOCTYPE html><html
2 lang="nl" prefix="og: https://ogp.me/ns#"><head><meta
3 http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" /><meta
4 name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1"><meta
5 property="og:locale" content="nl_NL"><link
6 rel="preload" fetchpriority="high" as="image" href="https://media-01.imu.nl/storage/marti
7 rel="preconnect" href="https://cdnjs.cloudflare.com"><link
8 rel="preconnect" href="https://app.phoenixsite.nl"><link
9 rel="preconnect" href="https://media-01.imu.nl"><link
10 rel="icon" href="https://media-01.imu.nl/wp-content/uploads?url=martinvankranenburg.nl/fa
11 p{font-family:FontAwesome}.editing-mode-message{display:none !important}</style><script>w
12 content: "12 november";
13 display: block;
14 background-color: #fa7a02;
15 color: white;
16 padding: 4px 8px;
17 border-radius: 6px;
18 font-size: 0.85rem;
19 text-align: center;
20 margin-bottom: 6px;
21 }</script> <style>@import url('https://fonts.googleapis.com/css2?family=Cutive&display=sw
22 name="description" content="Neem contact op"/><meta
23 name="keywords" content=""><meta
24 name="robots" content="noindex, nofollow"/><link
25 rel="dns-prefetch" href="//cdn.phoenixsite.nl" /><link><link
26 rel="dns-prefetch" href="//app.phoenixsite.nl" /><link><link
27 rel="canonical" href="https://martinvankranenburg.nl/contact/"><meta
28 property="og:type" content="article"/><meta
29 property="og:title" content="Waar kan ik je mee helpen?"><meta
30 name="twitter:card" content="summary" /><meta
31 property="twitter:title" content="Waar kan ik je mee helpen?"><meta
32 property="og:description" content="Neem contact op"/><meta
33 property="twitter:description" content="Neem contact op"/><meta
34 property="og:url" content="https://martinvankranenburg.nl/contact/"><meta
35 property="twitter:image" content=""><meta
```

**Organization** 0 FOUTEN 0 WAARSCHUWINGEN

ID: https://martinvankranenburg.nl/

@type	Organization
@id	https://martinvankranenburg.nl/
name	Martin van Kranenburg
url	https://martinvankranenburg.nl/
email	martin@martinvankranenburg.nl
telephone	0639662379
logo	https://media-01.imu.nl/storage/martinvankranenburg.nl/32783/martin-van-kranenburg-logo-1-1-1-1-1.png
sameAs	https://www.facebook.com/imubv
sameAs	https://twitter.com/jouw-profiel
sameAs	https://www.youtube.com/user/jouw-user
sameAs	https://www.linkedin.com/in/jouw-profiel
address	
@type	PostalAddress
streetAddress	Westerstraat 119
addressLocality	Amersfoort
postalCode	3818 NK
addressCountry	
@type	Country
name	NL

# Wat is voor jou relevant?

- **Weet dat er een soort machinetaal bestaat.** Een soort code die aan een taalmodel duidelijk maakt waar een pagina over gaat. Gebruik altijd JSON-LD, dit is de standaard hiervoor.
- Test per pagina met deze tool <https://validator.schema.org/> en/of <https://search.google.com/test/rich-results>
- Stuur dit resultaat door aan je webbouwer of SEO/GEO marketeer en **vraag ze om een toelichting?**

Gebruik onderstaande prompt om de kwaliteit van de code te checken. *Jij bent een ervaren technische SEO/GEO expert. Beoordeel deze output op een schaal van 0 tot 10.*

# Beetje sparren met ChatGPT

ChatGPT 5.2 ▾

↑ Delen

## Voorbeeld van opgeschoonde basis

Dit is een betere basis voor jouw situatie, met jouw echte LinkedIn en zonder placeholders:

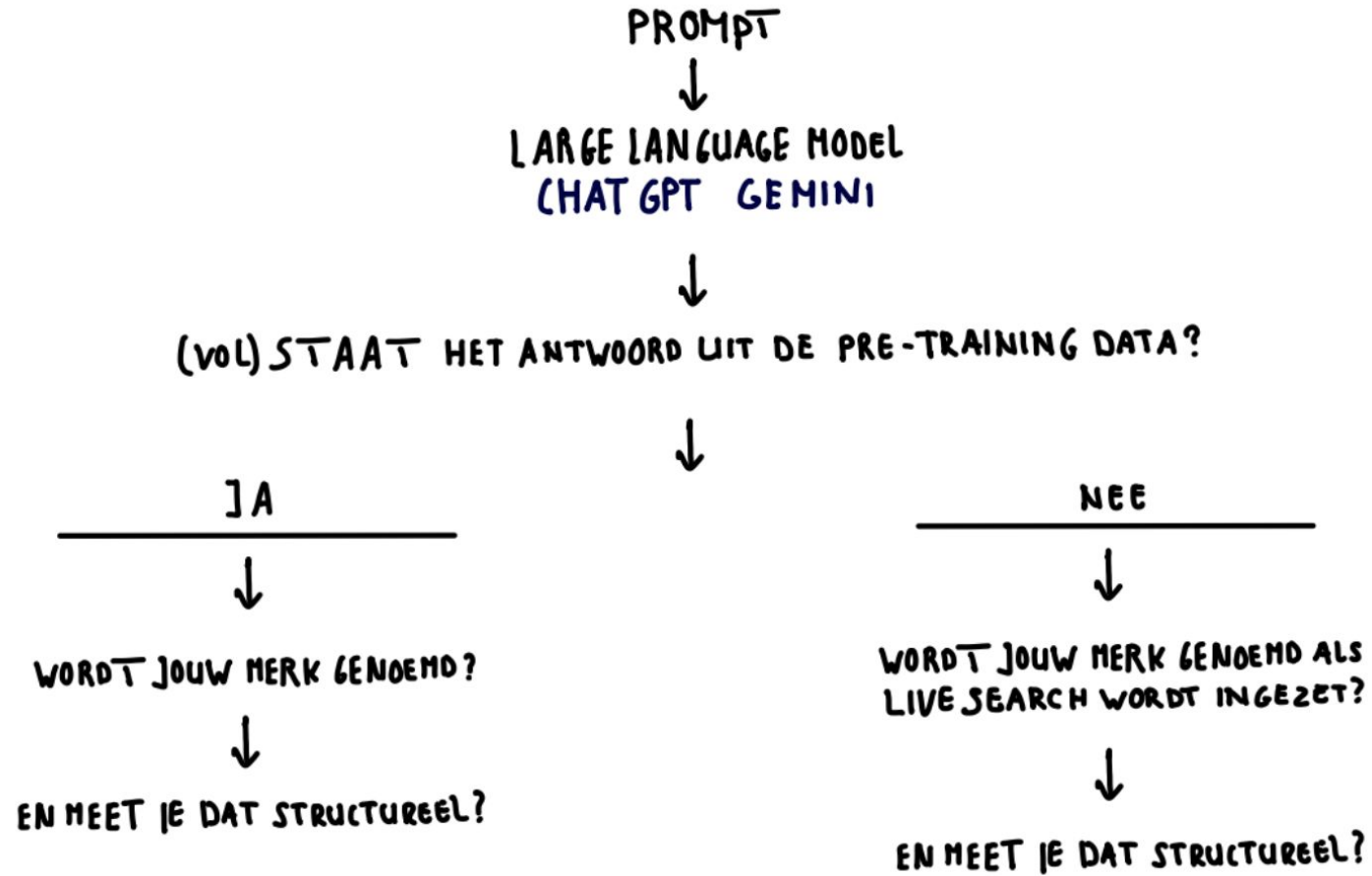
HTML

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@graph": [
    {
      "@type": "Person",
      "@id": "https://martinvankranenburg.nl/#person",
      "name": "Martin van Kranenburg",
      "url": "https://martinvankranenburg.nl/",
      "email": "martin@martinvankranenburg.nl",
      "telephone": "+31639662379",
      "jobTitle": "Spreker, auteur en neuromarketeer",
      "sameAs": [
        "https://www.linkedin.com/in/martinvankranenburg/"
      ]
    },
    {
      "@type": "Organization",
      "@id": "https://martinvankranenburg.nl/#organization",
      "name": "Martin van Kranenburg"
```

+ Stel een vraag



# Hoe 'zoekt' een taalmodel



# Query Fan-Out

- Query Fan-Out is wanneer een taalmodel **een vraag (prompt) in veel kleinere vragen verdeelt.**
- Zorg ervoor **dat jouw content alle mogelijke deelvragen (de Fan-Out) over je onderwerp beantwoordt.** Dan kán een taalmodel niet om je heen en word je de autoritaire bron die geciteerd wordt (Topical Authority).
- Gebruik de gerelateerde vragen als H2- en H3-koppen. **Geef direct onder elke kop een kort, direct en concreet antwoord.** Houd het beknopt zodat de AI het snel kan gebruiken.

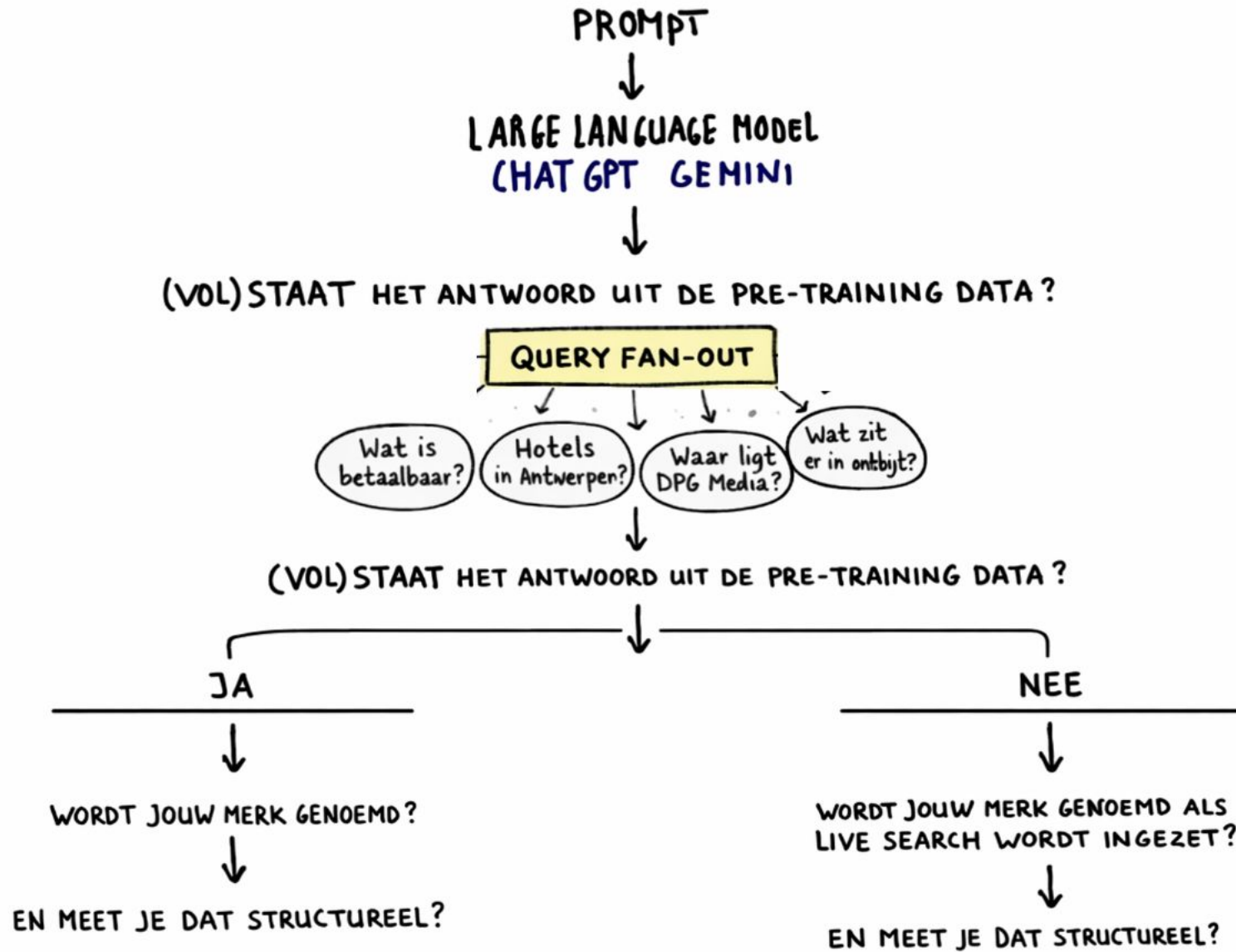
# Een voorbeeld uit de praktijk

Ik geef volgende week maandag een training bij DPG Media in Antwerpen. Ik zoek een hotel op loopafstand van hun hoofdkantoor. Ik weet dat er tegenover het kantoor een hotel is, maar weet niet of dat binnen budget past. Ik zoek dus een eenpersoonskamer, inclusief ontbijt. Een middenklasse hotel en probeer onder de 100 euro voor 1 nacht te blijven. Geef me drie concrete opties en twee alternatieven. En toon geen vergelijkingswebsites, ik boek het liefst direct bij het hotel.

Searching for hotels near DPG Media Antwerpen >

[Nu antwoorden](#)

[www.hotellesnuits.be](http://www.hotellesnuits.be)



# Meten is weten

Dashboard > Monitors > Details

14 Minutes Ago Jul 7, 2025 Active

## Organic Search

ChatGPT Search Google AI Overviews GPT 4o

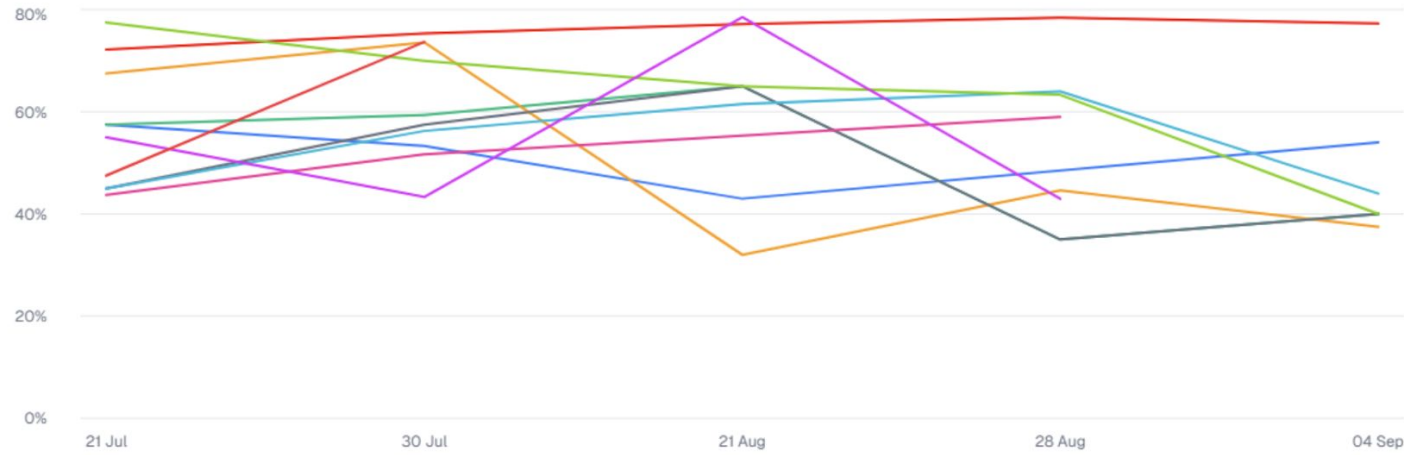
Overview Prompts Responses Citations **Competitors** Heatmap Answer Gap Settings

Last 7 days Last 14 days Last 30 days **Last 90 days**

All brand relations All Models Competitor Compari








### Brand Visibility Over Time

Track how your brand performs over time compared to competitors



Top Brands by Visibility

113 mentions

 Colaris colaris.nl	75.8% 50 mentions
 Gall & Gall gall.nl	55.5% 15 mentions
 Wijnvoordeel wijnvoordeel.nl	66.0% 10 mentions
 Vivino vivino.com	56.5% 10 mentions
 Christie's christies.com	55.2% 10 mentions
 Wine in Black wine-in-black.nl	53.7% 9 mentions
 Wijnkoperij Okhuysen okhuysen.nl	49.8% 9 mentions

# **Top 3 GEO monitoringtools**

# Get your company mentioned by



Boost visibility in ChatGPT, Claude, Perplexity, and other AI search engines, monitor mentions, and keep your business top of mind.

 Join with Google

Start 7-day trial →

Curious how it works?



Watch a 1-minute demo

Click to watch a demo

# AI visibility tracking shouldn't eat your entire marketing budget.

Flexible pricing that scales with your needs. Choose the frequency, models and prompts you want to track. Unlimited projects and users.

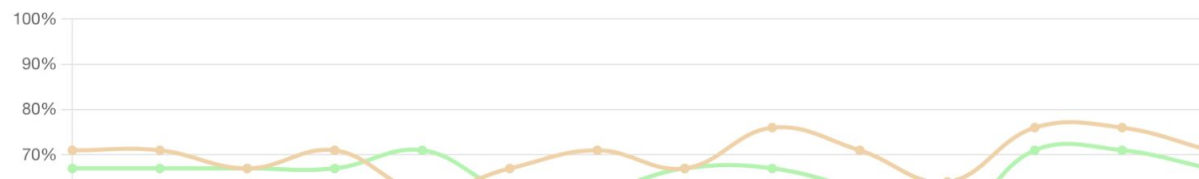
[Start your free 30-day trial](#)

No credit card needed

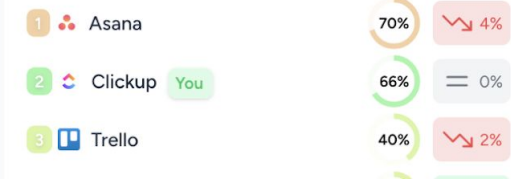
[Get a demo from our team →](#)

- 🕒 **Track your visibility in AI search engines**  
Tracking your and your competitor's visibility in AI search engines.
- 🏆 **Benchmark against competitors**  
See how your brand compares to your competitors in AI search engines.
- 📈 **Optimize your visibility**  
Improve your visibility in AI search engines with our AI-powered tools.

Brand Visibility   Brand Sentiment



Visibility leaderboard



[Event](#) Join us for an exclusive gathering of AI search experts at Zero Click 2025. Request a spot today. →

# Get your brand mentioned by



# Perplexity

Reach millions of consumers who are using  
AI to discover new products and brands

Get a Demo

Try for Free

# DE DRIE PIJLERS VAN GEO

---

LMO  
TECHNIEK

---

SA  
SOCIALE AUTORITEIT

OFF-SITE

---

GEO  
COPYWRITING

ON-SITE

# **Identity first**

Omschrijf wat je doet, voor wie in één zin

# Achterhaal daarna de lezersvragen

The screenshot shows the homepage of KeywordsPeopleUse. At the top, there is a navigation bar with the logo 'KeywordsPeopleUse' on the left and links for 'Keyword Search', 'Keyword Clustering', 'Content Optimization', 'Pricing', and 'Log In' in the center. A pink button labeled 'Sign up for free' is on the right. The main heading is 'The solution to discovering the questions people ask'. Below this is a sub-heading: 'Get instant insights into what people are searching for and what questions they ask online so you can answer and build trust, authority and your audience'. There are seven radio button options: 'People Also Ask' (selected), 'Google Autocomplete', 'Reddit and Quora', 'Semantic Keywords', 'Keyword Generator', 'AI Assistant', and 'Keyword Clustering'. A search input field contains 'e.g. coffee' and a pink 'Search' button. Below the search field, it says 'Bulk search: [upload csv](#)'. At the bottom, there are three dropdown menus: 'English', 'United States', and 'Standard Search (1 cr€)'.

**KeywordsPeopleUse**    Keyword Search    Keyword Clustering    Content Optimization    Pricing    Log In    [Sign up for free](#)

## The solution to discovering the questions people ask

Get instant insights into what people are searching for and what questions they ask online so you can answer and build trust, authority and your audience

People Also Ask     Google Autocomplete     Reddit and Quora  
 Semantic Keywords     Keyword Generator     AI Assistant  
 Keyword Clustering

Enter a Topic, query, brand or question:

   [Search](#)

Bulk search: [upload csv](#)

[English](#)    [United States](#)    [Standard Search \(1 cr€\)](#)

# Achterhaal de lezersvragen

The screenshot shows the AlsoAsked website interface. At the top, there is a blue navigation bar with the AlsoAsked logo on the left, followed by the text "3 free credits left until 04:36 p.m. today". To the right of this text are links for "FAQs", "Pricing", "API", "Help", "Contact", and "Login". A white "Sign-up" button is located in the top right corner of the navigation bar.

The main content area has a dark blue background. In the center, the text "Find the questions people also ask" is displayed in large white font. Below this, the instruction "Enter a question, brand or search query" is shown in a smaller white font.

A white search form is centered on the page. It features a search input field with a magnifying glass icon on the left and the placeholder text "e.g. 'keyword research'". To the right of the input field, there is a link "Or upload CSV" and a pink "Live search" button with a refresh icon.

Below the search form, there are four filter sections arranged in a 2x2 grid:

- Country:** A dropdown menu showing "United Kingdom" with a flag icon and a downward arrow.
- City:** A text input field containing "London" and a small edit icon.
- Language:** A dropdown menu showing "English" with a downward arrow.
- Search depth:** A dropdown menu showing "Standard" with a downward arrow.

At the bottom of the page, there is a decorative banner with a green and blue pattern.

**Vraag het eens aan 5 klanten ;-)**

Always be testing

# Conversational AI

Waar ben je naar op zoek?



Inloggen/Aanmelden  
Je hebt 0 spaarpunten

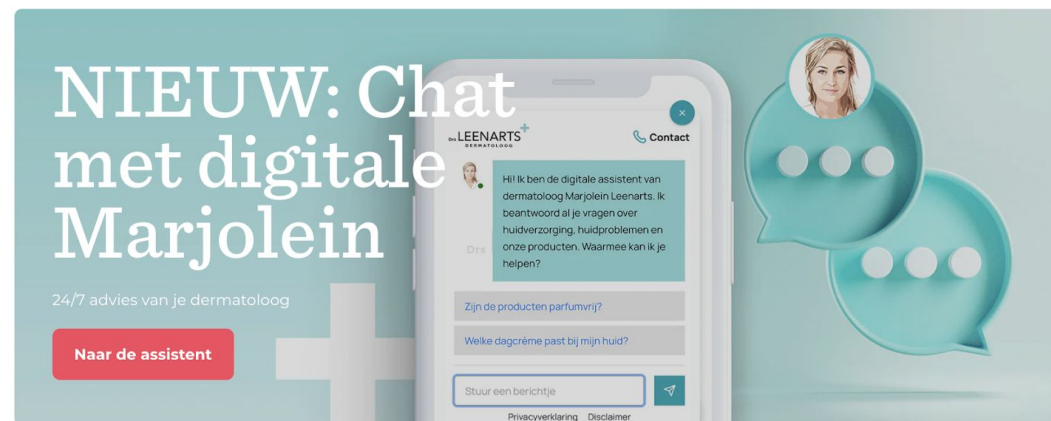
[Producten](#)

[Huidinfo](#)

[Huidquiz](#)

[Verhaal Marjolein](#)

[Home](#)



Even sparren met je dermatoloog? Ontmoet de digitale assistent van Marjolein Leenarts. Voor snelle, betrouwbare antwoorden op al je huidvragen. Altijd en overal.

## 24/7 betrouwbaar huidadvies

Heb je een vraag over je huid, een product of ingrediënten? Dan is er nu een slimme oplossing: de virtuele assistent van Drs. Leenarts. Ontwikkeld met de kennis van dermatoloog Marjolein Leenarts, speciaal voor jou. Het is jouw digitale assistent die altijd voor je klaarstaat, zelfs als onze klantenservice slaapt.

Of je nu last hebt van droge benen, benieuwd bent welke crème bij jouw huid past of gewoon wilt weten wat je het beste kunt smeren bij eczeem – deze assistent helpt je snel en duidelijk op weg.

# Ontdek de échte vragen



Hi! Ik ben de digitale assistent van dermatoloog Marjolein Leenarts. Ik beantwoord al je vragen over huidverzorging, huidproblemen en onze producten. Waarmee kan ik je helpen?

Zijn de producten parfumvrij?

Welke dagcrème past bij mijn huid?

Stuur een berichtje



# Schrijf in een machine-leesbare structuur

- **De essentie blijft hetzelfde:** Schrijven is het beantwoorden van lezersvragen
- Kort je teksten in (50%), geef direct duidelijk een antwoord op de vraag. Ze noemen dat een semantic triplet: subject: **HemdVoorHem.nl** predicate: **verkoopt** object: **overhemden**.

Gebruik onderstaande prompt om je tekst in een semantic triplet vorm te schrijven. *Je bent een GEO-copywriter gespecialiseerd in contentstructuur voor taalmodellen. Herschrijf de onderstaande tekst in semantic triplets volgens deze vaste structuur: [Hoofdentiteit] – [Concrete eigenschap of relatie] – [Feitelijke context of bewijs].*

**Focus op verrijking van content.  
Niet op verarming.**

# **AUB – tje**

Schrijven voor een het brein van een taalmodel

# Schrijven voor het brein van een taalmodel

HubSpot

Blogs ▾

Newsletters ▾

Videos ▾

Podcasts ▾

Resources ▾



HubSpot Products ▾

[Home](#) > [Marketing](#) > [What jobs will AI replace & which are safe in 2025 \[+ data\]](#)

## What jobs will AI replace & which are safe in 2025 [+ data]

Written by: [Flori Needle](#)



### THE STATE OF AI IN 2025

New research into how marketers are using AI and key insights into the future of marketing with AI.

[Download the Free Report](#)



Updated: 06/11/25

# Schrijven voor het brein van een taalmodel

## GEO vs. SEO

Classic SEO and GEO are two sides of the same coin. While they share DNA, they're different beasts. Let me break down what sets them apart and why you need both.

	Traditional SEO	GEO
<b>Focus</b>	Ranking pages on Google	Getting cited in AI answers
<b>Content format</b>	Complete web pages	Modular answer chunks
<b>Method</b>	Keywords and backlinks	Context and citations
<b>User interaction</b>	Click through to websites	Read answer directly
<b>Performance metrics</b>	Traffic and rankings	Reference rate/brand mentions
<b>Goal</b>	Drive website visits	Influence AI responses

# Schrijven voor het brein van een taalmodel

 **Content Score** ⓘ  
73 powered by SURFER

Summarize with AI:



📖 Contents

- What is large language model optimization?
- SEO vs LLM Optimization
- How LLMs affect search results
- Why you should include LLMO in your SEO strategy
- 7 practical strategies for optimizing content for LLMs
  1. Use entities
  2. Build trust with Google's Knowledge Graph
  3. Answer questions users are asking on LLMs
  4. Develop user-generated content
  5. Stick with SEO best practices
  6. Expand to digital PR
  7. Experiment with LLMs.txt
- How to track and measure LLM visibility

Large Language Model Optimization (LLMO) is all about getting LLMs to pick up your brand in their responses. According to Adobe Analytics, generative AI traffic has grown by 1,200% between July 2024 and February 2025, signalling that it may be time to go beyond traditional SEO and include LLMO in your strategy.

In this guide, I'll show you how to do so effectively in seven steps.

## What you will learn

- What LLM SEO is and why it matters for digital marketers
- How search behavior is changing with the rise of generative AI
- How to structure and optimize content for AI-driven discovery
- Real-life examples of websites leveraging LLM SEO

## What is large language model optimization?

Large language model optimization is the process of adjusting your content so that LLMs can find and analyze it more easily. The goal is to get different models (GPTs, Claude, etc.) familiar with your brand and content so that it can be included in the responses.

The importance of an effective LLMO strategy keeps growing with the rise of AI chat platforms like ChatGPT and Gemini.



**Petar Marinkovic**  
Content Writer at Surfer

A seasoned wordsmith with over 5 years of experience across multiple industries, Petar particularly focuses on SEO content for SaaS companies. He enjoys writing long form educational content that can also engage and inspire. When not writing, Petar likes to indulge in fantasy literature, seaside towns, and has a special love for pugs.



Announcements 📢

NEW FREE COURSE  
BY SURFER

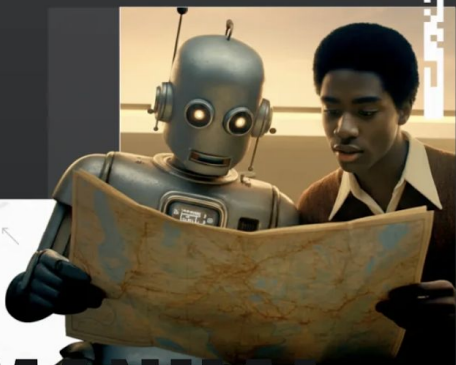
## AI Search Optimization Masterclass

Master AI-driven  
visibility

# TL;DR

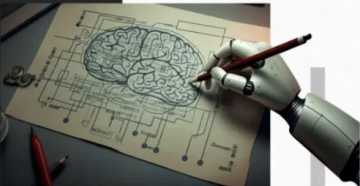
+ relevance  
engineering

// .upgrade\_seo.exe



# THE AI SEARCH MANUAL

THE OFFICIAL DOCUMENTATION FOR  
RELEVANCE ENGINEERING IN AI SEARCH



[Get Started](#)

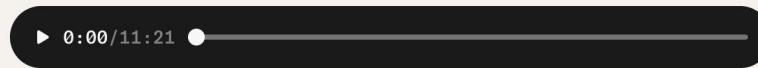
[TL;DR](#)



# Audio en TL;DR

Buitenlandse investeerders zien een lucratieve handel in staaroperaties. Het aantal ingrepen in commerciële klinieken stijgt opvallend snel. Onder de radar verovert private equity de Nederlandse markt.


Beluister dit artikel (audio: Hannah Veldhoen)



DOSSIER: [WAT MAAKT ONZE ZORG ZO DUUR?](#)

AUTEURS: [JOLIEN DE VRIES](#), [ERIK WACKERS](#)

BEELD: © WIOSNA VAN BON

 BEWAAR

 LEES 33 REACTIES

## Dit stuk in 1 minuut

### Wat is het nieuws?

- Het aantal staaroperaties in Nederland groeide vorig jaar verrassend hard door de opkomst van commerciële klinieken, ontdekte Follow the Money. Twee ketens, in handen van private equity, veroveren in rap tempo de markt.

Waarom is dit relevant?

✓ LEES VERDER


# Auteurspagina + interactie

DEEL BEWAAR TEKSTGROOTTE 33 REACTIES

gezondheidszorg. Hoe komt dat?

+ VOLG DIT DOSSIER

## Auteurs




+ VOLG

**Jolien de Vries**

Onderzoeksjournalist, gespecialiseerd in de zorg. Werkte eerder bij Pointer.

[Stuur een tip](#)



+ VOLG

**Erik Wackers**

Studeerde bestuurskunde in Nijmegen en promoveerde op stijgende zorgkosten. Combineert wetenschap met journalistiek.

Anoniem (de auteur weet niet wie u bent en kan geen contact met u opnemen voor vragen of aanvullende informatie)

VERSTUUR NAAR AUTEUR(S)

# DE DRIE PIJLERS VAN GEO

---

LMO  
TECHNIEK

---

SA  
SOCIALE AUTORITEIT

OFF-SITE

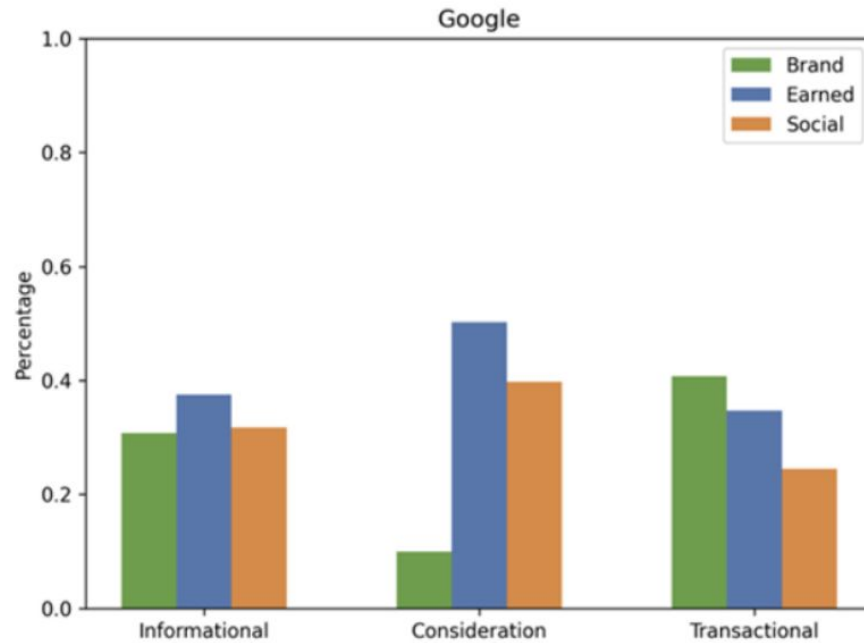
---

GEO  
COPYWRITING

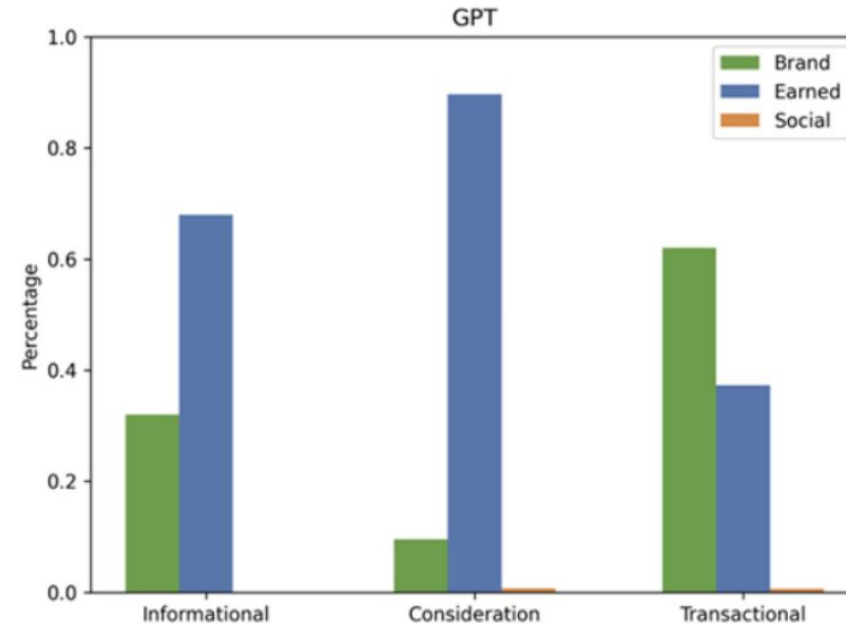
ON-SITE

**E-E-A-T**

# Digital PR



(a) Verdeling van media-typen (Brand, Earned, Social) over verschillende zoekintenties voor Google (SEO).



(b) Verdeling van media-typen (Brand, Earned, Social) over verschillende zoekintenties voor GPT (GEO).

Figuur 1: Vergelijking van bronselectie tussen Google (SEO) en GPT (GEO) op basis van media-type en zoekintentie.

**Er is geen shortcut tot succes**

# Ga met elkaar aan de slag



# Welke inzichten neem je mee?

Mijn inzichten:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

# VAN SEO NAAR GEO

Zo word  
je zichtbaar  
in ChatGPT  
en Gemini

De nieuwe regels voor  
zichtbaarheid in AI

Martin van Kranenburg  
& Bob van Duuren

Nieuw in 2026

Martin van Kranenburg & Bob van Duuren

## Van SEO naar GEO

### De nieuwe regels voor zichtbaarheid in AI

ChatGPT, Perplexity en Gemini veranderen alles. Ontdek hoe je gevonden wordt in de wereld van antwoordmachines en AI-agents.

Het boek 'Van SEO naar GEO' zit in de pen. Wil je een blik achter de schermen en een mail ontvangen als het boek klaar is?

Houd mij op de hoogte >

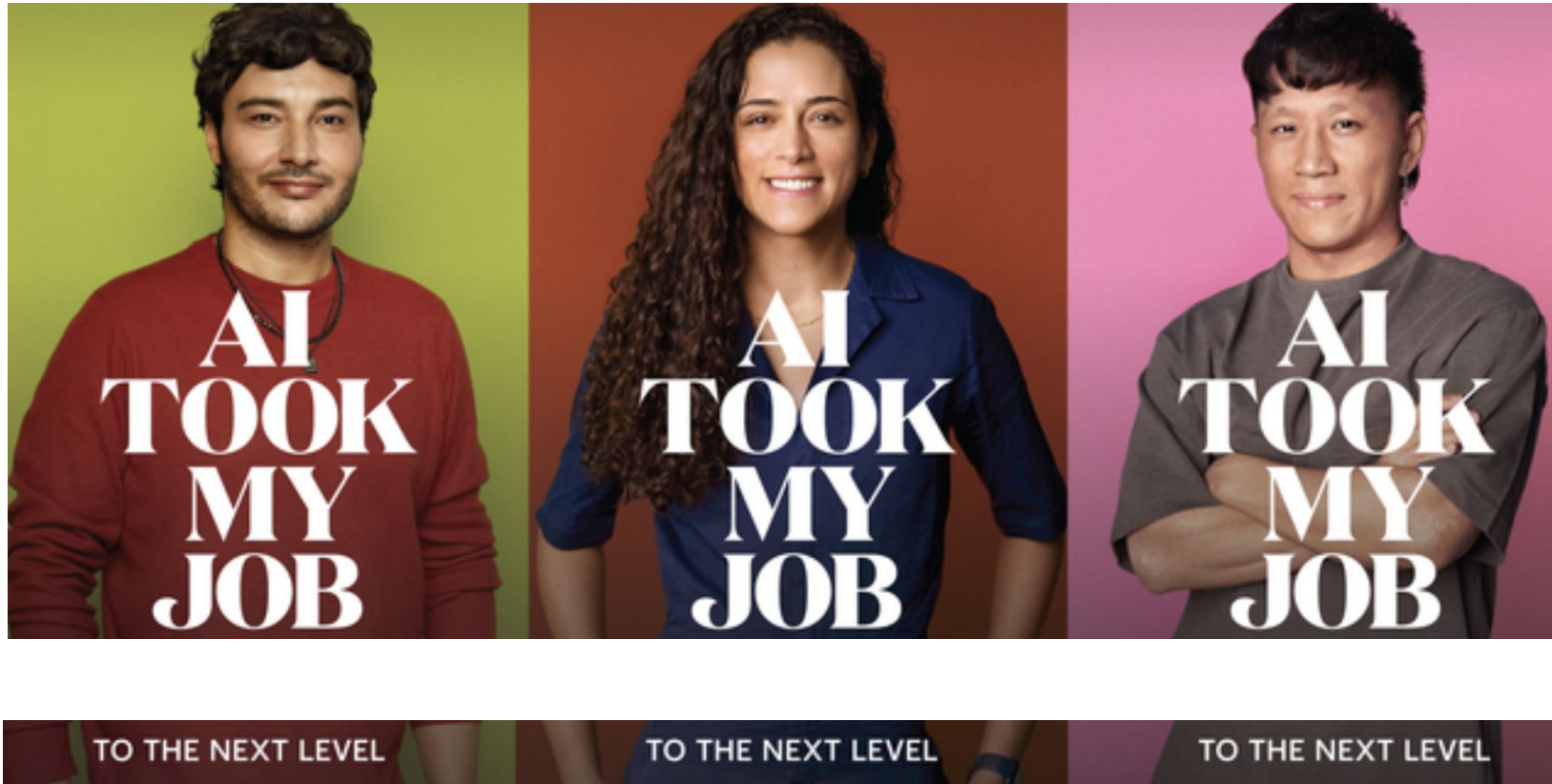
Verwacht op 29 april 2026

<https://vanseonaargeo.nl/>

# AITuesday: in het doen zit het leren



# Ons vak gaat veranderen, dat is zeker



Credits: <https://www.fiverr.com/>

# Checklist (in ontwikkeling)

## LMO techniek

- [ ] Snelheid op orde. Check laadtijd en Core Web Vitals.
- [ ] Crawlbaarheid. Geen blokkades, logische interne links.
- [ ] Schone code. Titels, meta, H1-H3, alt-teksten gevuld en uniek.
- [ ] Structured data. Voeg passende schema.org-types toe.
- [ ] Canonicals en indexatie. Eén versie per pagina, sitemap actueel.
- [ ] Afbeeldingen gecomprimeerd, moderne formaten, lazy load.
- [ ] Monitoring. Maandelijkse technische scan en fixes vastleggen.

# Checklist (in ontwikkeling)

## **SA sociale autoriteit**

- [ ] Nulmeting. Noteer AI-mentions en citations van je merk.
- [ ] Bronnenlijst. Top 20 vakbronnen en redacteuren die je wil bereiken.
- [ ] PR-route. Heldere pitch, unieke data en quotes, mediakit klaar.
- [ ] Publicatie-ritme. Maandelijks 1 researchstuk, 2 cases, 4 updates.
- [ ] Social proof. Reviews, awards en cases zichtbaar en citeerbaar.
- [ ] Expert-netwerk. Gastbijdragen en cross-posts met thought leaders.
- [ ] Meten. Maandelijkse SA-score met groei en belangrijkste mentions.

# Checklist (in ontwikkeling)

## **GEO copywriting**

- [ ] KHK-methode. Korter, helderder, in chunks van 40-120 woorden.
- [ ] Semantic triplets. Per alinea: onderwerp, relatie, feit o.a in FAQ's
- [ ] Vraaggericht. Koppen beantwoorden expliciete lezersvragen.
- [ ] Bewijs. Feiten, cijfers, bronnen en quotes in de tekst.
- [ ] Entiteiten helder. Merknamen, producten, locaties expliciet benoemd.
- [ ] Actie helder. Eén taak per pagina met een duidelijke call to action.
- [ ] Stijl en toon. B1-niveau, actief, menselijk, zonder vakjargon.