

Inclusief drie
concrete tips om
je website
geschikt te
maken voor AI

Is jouw website klaar voor AI?



Is jouw website klaar voor AI?

Je voelt het misschien al een tijdje. Er klopt iets niet meer aan je website. Hij werkt prima, maar hij doet te weinig. Nieuwe klanten komen vooral via bestaande netwerken, niet meer via je site. De energie die ooit van je website afspatte, is er langzaam uitgelopen.

Ondertussen verandert het online speelveld razendsnel. Niet alleen door sociale media, maar vooral door iets veel fundamentele: kunstmatige intelligentie. ChatGPT, Google Gemini en Perplexity schrijven, adviseren en beantwoorden dagelijks vragen voor miljoenen mensen. Dat verandert hoe jouw ideale klant informatie zoekt en keuzes maakt.

Steeds minder mensen gaan rechtstreeks naar Google om te klikken op websites. Ze stellen hun vraag aan een AI. Die bepaalt vervolgens welke namen, merken en websites genoemd worden in het antwoord. En als jij daar niet tussen staat, besta je online simpelweg niet meer.

Dat is geen reden voor paniek, maar wel een belangrijk signaal. De regels van online zichtbaarheid veranderen. Waar het vroeger genoeg was om goed vindbaar te zijn (SEO), gaat het nu om genoemd worden.

Veel topcoaches voelen intuïtief aan dat hun website achterblijft bij waar ze vandaag staan. Niet alleen qua uitstraling, maar ook qua structuur en inhoud. Ze merken dat hun site niet meebeweegt met de manier waarop klanten informatie vinden. En dat wringt.

In dit e-book lees je wat er verandert door AI, waarom veel websites hier nog niet klaar voor zijn, en wat jij kunt doen om te zorgen dat jouw naam genoemd blijft worden.

Je site is niet klaar voor AI

SEO was jarenlang hét spel: zorgen dat je hoog in Google stond. Maar dat spel verandert razendsnel. AI-zoekmachines zoals ChatGPT, Google Gemini en Perplexity geven geen lijst met links meer, maar direct een antwoord. Voor de gebruiker is dat handig, maar voor jou betekent het dat mensen je website minder snel bezoeken. Als je niet genoemd wordt in zo'n AI-antwoord, besta je voor die klant niet.

Van vindbaar naar benoembaar

SEO draait om gevonden worden. Je optimaliseert je site met zoekwoorden, meta descriptions en technische trucjes zodat Google je hoger plaatst. Maar AI kijkt niet alleen naar zoekwoorden. Het leest, interpreteert en vat samen.

Je moet niet alleen vindbaar zijn, maar ook benoembaar. Een AI-model moet snappen waar je voor staat, je content kunnen vertrouwen en jou zien als een betrouwbare bron. Als dat niet gebeurt, kom je niet eens in beeld.

Signalen dat AI je site overslaat

Veel websites zijn hier nog totaal niet op ingericht. Je merkt het misschien niet, maar AI ziet en voelt het verschil.

- Je teksten zijn vaag of wollig, waardoor AI moeite heeft om jouw boodschap samen te vatten.
- Je content is inwisselbaar en lijkt op wat iedereen schrijft. Er is geen reden om jou te citeren.
- Je naam en merk worden nauwelijks genoemd op andere betrouwbare plekken online. AI vertrouwt bronnen die vaak worden bevestigd door externe signalen.
- Je site heeft geen duidelijke structuur, waardoor AI niet kan bepalen welke informatie belangrijk is.

Dit klinkt technisch, maar het effect is simpel: als AI je niet begrijpt, noemt AI je niet.

Even tussendoor: misschien herken je deze tips ook van je SEO-expert. En dat klopt! Je site optimaliseren voor AI heeft veel raakvlakken met Search Engine Optimization. En eigenlijk is dat ook goed nieuws: **als je website geoptimaliseerd is voor zoekmachines, ben je eigenlijk al een heel eind!**

Hoe dit je status raakt

Klanten gebruiken AI niet alleen voor simpele vragen, maar ook voor belangrijke keuzes. Stel dat iemand vraagt: "Wie is een goede coach voor leidinggevendenden?" en AI geeft drie namen waar jij niet tussen staat. Die klant denkt niet: "Jammer dat AI mijn coach niet kende." Die klant denkt: "Dit zijn blijkbaar de experts." En jij bent weg, nog voordat je een kans hebt gehad.

Voor een topcoach of trainer is dat funest. Je investeert in een website om je merk en status te versterken. Maar als AI je niet meeneemt in antwoorden, is je site een onzichtbare etalage.

De nieuwe regels van zichtbaarheid

Om benoembaar te zijn in AI-zoekmachines, moet je site méér doen dan alleen goed geschreven zijn. Het gaat om helderheid, autoriteit en samenhang.

- **Schrijf duidelijk en concreet.** AI moet makkelijk verbanden kunnen leggen en jouw content kunnen samenvatten.
- **Laat unieke expertise zien.** Als jouw content hetzelfde is als die van je concurrenten, ben je inwisselbaar. Deel originele inzichten en ervaringen.
- **Bouw digitale autoriteit.** Zorg dat jouw naam opduikt in betrouwbare bronnen, zoals publicaties, podcasts of blogs. AI vertrouwt signalen van buiten je eigen site.
- **Zorg voor interne structuur.** Laat je content logisch op elkaar aansluiten, zodat AI ziet wat belangrijk is en wie jij bent.

Dit vraagt om een strategische aanpak. Niet schrijven voor robots, maar schrijven voor mensen op een manier die AI kan begrijpen en vertrouwen.

Voorbeeldscenario: hoe het wél kan

Stel dat je gespecialiseerd bent in leiderschapstrajecten. Je schrijft een sterk artikel over omgaan met stress in het hoger management. Het artikel is helder opgebouwd, bevat concrete voorbeelden en wordt gedeeld door een toonaangevend vakblad.

Wanneer iemand AI vraagt naar een coach voor leiderschapsstress, ziet AI jouw artikel als betrouwbare bron en noemt jouw naam in het antwoord. De klant hoeft niet door te klikken om je te kennen: jij bent al in beeld.

De waarde van genoemd worden

Misschien denk je: “Maar als ze niet doorklikken, wat heb ik eraan?” Veel. Een vermelding in AI-antwoorden werkt als gratis PR. Het versterkt je merk, bouwt vertrouwen op en maakt dat mensen je later bewust gaan opzoeken. Net als een vermelding in een tijdschrift of interview.

Niet genoemd worden betekent dat je helemaal buiten beeld blijft. En wie niet genoemd wordt, krijgt geen kans.

De eerste stap richting AI-ready

AI is geen hype die overwaait. Het verandert hoe klanten informatie zoeken en beslissingen nemen. Je kunt wachten tot het “serieus” wordt, of nu al bouwen aan een site die klaar is voor de toekomst.

Een AI-ready site:

1. Heeft content die makkelijk te begrijpen en te gebruiken is.
2. Positioneert jou als dé bron met originele expertise.
3. Bouwt een netwerk van betrouwbare signalen buiten je eigen domein.
4. Creëert context en samenhang, zodat AI precies weet waar jij voor staat.

Klanten die jou willen vinden, moeten dat ook kúnnen. AI maakt dat spel harder, maar ook eerlijker. Wie nu investeert in een slimme site en heldere content, pakt de voorsprong.

Drie concrete tips om je website geschikt te maken voor AI

1. Implementeer Gestructureerde Gegevens (Schema Markup)

Waarom (De Technische Uitleg)

AI-modellen en zoekmachinecrawlers vertrouwen op semantische code om de betekenis van je content te bepalen. Door de JSON-LD-notatie van Schema.org te implementeren (bijvoorbeeld BlogPosting, FAQPage of Product), creëer je een gestandaardiseerd dataformat dat machines direct kunnen interpreteren. Dit verhoogt de kans op Rich Snippets en zorgt ervoor dat de AI jouw inhoud correct als feitelijke data classificeert.

De praktische 'Hoe'-stap:

Gebruik een robuuste SEO-plugin (zoals SEOPress, Yoast of Rank Math) om deze datastructuren te regelen

- Zoek in de instellingen van je plugin de sectie voor Schema Markup of Gestructureerde Gegevens.
- Vul alle beschikbare velden in en selecteer het juiste contenttype (bijvoorbeeld: is het een artikel, een recensie, een lokaal bedrijf?).
- De plugin vertaalt jouw input naar de correcte code, zodat je dit niet handmatig hoeft te doen.

2. Optimaliseer voor Core Web Vitals en Semantische HTML

Waarom (De Technische Uitleg)

Een snelle website is essentieel. Google's algoritmes en AI-agents geven voorrang aan pagina's met uitstekende Core Web Vitals (met name een goede LCP en lage CLS). Bovendien moet je de DOM-structuur clean houden door consistent gebruik te maken van semantische HTML5-tags (<main>, <article>, <h1>-<h6>). Dit helpt AI bij het bepalen van de informatiehiërarchie en verhoogt de kruipsnelheid (Crawl Budget).

De praktische 'Hoe'-stap:

Concentreren op de leesbaarheid en de basis:

- Zorg voor duidelijke koppen: Gebruik de hiërarchie van koppen (H1, H2, H3) om de structuur van je pagina te laten zien (zoals de hoofdstukken van een boek).
- Vraag om snelheid: Controleer je scores via Google's PageSpeed Insights. Als je scores laag zijn, vraag dan je webbouwer om caching en afbeeldingsoptimalisatie te implementeren om de laadtijd te verbeteren.

3. Maximaliseer E-E-A-T (Authoriteit) met Entiteitsbewijs

Waarom (De Technische Uitleg)

AI is getraind om hoogwaardige, betrouwbare informatie te selecteren. Je moet de Expertise, Ervaring, Autoriteit en Betrouwbaarheid (E-E-A-T) van de auteur versterken. Dit doe je door de auteur als een verifieerbare Entiteit te koppelen. Een goed bijgewerkt auteursprofiel, gekoppeld aan externe, betrouwbare bronnen (via Social Profile Schema), is de ultieme bevestiging voor AI dat de content geloofwaardig is.

De praktische 'Hoe'-stap:

Creëer een sterk, verifieerbaar profiel:

- Vernieuw je auteurspagina: Zorg dat je profielpagina een uitgebreide biografie bevat die je ervaring en expertise op je vakgebied benadrukt.
- Koppel je profielen: Zorg ervoor dat je website de juiste links heeft naar je professionele sociale media (zoals LinkedIn) op je auteurspagina. Dit helpt de AI om de geloofwaardigheid te bevestigen.
- Schrijf heldere, feitelijke content: Schrijf direct en vermijd vage marketingtaal. AI kan concrete antwoorden veel gemakkelijker extraheren dan abstracte meningen.

Over Bureau RAM

Je bent een ervaren trainer of coach. Je hebt je plek in de markt veroverd. Alleen je website of leeromgeving... die voelt niet meer als jij. Hij vertelt het verhaal van toen, niet van nu.

Veel van onze klanten herkenden dat gevoel. Ze hadden al eens met een bureau gewerkt, soms zelfs meerdere. En hoewel dat in het begin hoopvol leek, liep het uiteindelijk toch anders. Beloftes werden niet waargemaakt, communicatie stokte en het resultaat vroeg meer aandacht dan ze hadden gedacht.

Wij werken anders

Bij Bureau RAM geen vage beloftes of vluchtige trajecten, maar een samenwerking waarin rust, helderheid en kwaliteit vooropstaan. We denken mee, nemen verantwoordelijkheid en houden overzicht. Je weet altijd waar je aan toe bent, en wat je van ons mag verwachten.

We zien onszelf niet als leveranciers, maar als partners. We bouwen niet alleen een website, we bouwen een relatie. Een samenwerking die meegroeit met je bedrijf en die ook over een paar jaar nog goed voelt.



Wie zijn wij?



Wij zijn Rick en Sandra Heijster en samen vormen we Bureau RAM. Rick is technisch sterk en denkt strategisch mee over de beste oplossingen voor jouw bedrijf. Sandra zorgt voor structuur, helderheid en overzicht, zodat elk project soepel verloopt. Samen combineren we precisie met persoonlijke aandacht. We werken voor professionals die hun vak verstaan en die hetzelfde niveau verwachten van hun webpartner. Coaches en trainers die niet op zoek zijn naar de goedkoopste oplossing, maar naar kwaliteit, continuïteit en iemand die meedenkt. Een partner die ook durft te zeggen: “Dat kan beter.”

We bouwen niet zomaar websites

De meeste van onze klanten komen bij ons omdat hun website niet meer past bij waar ze nu staan. Ze zijn doorgesloei, maar hun site is blijven hangen.

Wij bouwen geen standaard WordPress-site. We bouwen een online fundament dat meegroeit met jouw bedrijf. Dat betekent:

- Een duidelijke strategie voordat er ook maar één pixel wordt ontworpen
- Een strak en betrouwbaar technisch fundament
- Een helder proces, zonder verrassingen onderweg

We denken mee, stellen kritische vragen en bewaken het geheel. Want een goede website is geen eenmalig project, maar een samenwerking die groeit.

Of we nu werken aan een nieuwe website, een ledensite of het onderhoud van je huidige site, we willen dat jij met vertrouwen kunt zeggen: “Dit klopt. Dit is wie ik ben.”

Want dat is waar het bij ons om draait: rust, betrouwbaarheid en een samenwerking die sterker wordt met de tijd.

Een familiebedrijf met karakter

Wij zijn een familiebedrijf, en dat merk je. Niet in de zin van kneuterig, maar in hoe we met onze klanten omgaan: persoonlijk, betrokken en betrouwbaar.

Als je met ons werkt, werk je direct met ons. Geen accountmanager, geen helpdesk. Gewoon twee mensen die weten wat ze doen, en die er alles aan doen om het goed te doen.

Dat is waarom klanten al jaren bij ons blijven. Omdat ze weten: als iets belangrijk is, dan zien wij het al.

Klaar voor de volgende stap?

Je bent gegroeid. Je bedrijf staat stevig, je werkt met klanten die jouw expertise waarderen en je biedt trajecten van hoge waarde. Maar als je dit e-book hebt gelezen, weet je ook dat je website misschien niet meer helemaal past bij wie je vandaag bent.

Dat is geen reden om je te schamen. Het is een teken dat je bedrijf in beweging is. Groei betekent dat sommige dingen achterblijven, en je website is daar vaak één van. Het goede nieuws: dat is op te lossen.

Wij helpen coaches en trainers zoals jij om hun online podium weer te laten kloppen met hun status. Dat doen we met een gestructureerd proces, een transparante samenwerking en een flinke dosis creativiteit en techniek. Het resultaat is een website die niet alleen mooi is, maar ook vertrouwen wekt, rust uitstraalt en jouw merk versterkt.

Wil je dat jouw website weer het verhaal vertelt van wie je vandaag bent? Laten we kennismaken. We plannen graag een vrijblijvend gesprek waarin we jouw situatie bekijken, je vragen beantwoorden en laten zien hoe wij je kunnen helpen.

Plan hier je kennismaking: bureauam.nl/kennismaking

Of stuur ons gewoon een bericht. Geen ingewikkeld proces, geen verkooptrucs. Gewoon een goed gesprek om te kijken of wij de juiste partij voor jou zijn.

Want jouw werk verdient een podium dat klopt. En dat podium bouwen we graag samen met jou.