

# AI & online vindbaarheid

*Verdiepende hand-out bij de workshop 'AI zet online marketing totaal op z'n kop'*

Deze hand-out hoort bij de workshop en gaat dieper in op drie onderdelen:

- het **EEAT-fundament** (deck 11)
- het **AI-klaar maken van je content** (deck 12)
- **vijf acties waarmee je morgen aan de slag gaat** (deck 19)

Met concrete voorbeelden voor accommodaties, horeca en musea of erfgoedlocaties. Je hoeft geen technicus te zijn: begin bij wat het meeste oplevert, de rest volgt. En je staat er niet alleen voor, wij helpen je kosteloos op weg.

## Deel 1 - Het EEAT-fundament in de praktijk

AI noemt bedrijven die het vertrouwt. Dat vertrouwen rust op vier dingen, samen **EEAT**: Experience (ervaring), Expertise (Expertise), Authority (autoriteit) en Trust (betrouwbaarheid). Hieronder per pijler wat het betekent en hoe je eraan bouwt, per type onderneming.

### Ervaring - laat zien dat je het echt zelf doet

*Toon eerstehands ervaring. Dit is precies wat AI niet kan verzinnen.*

**Accommodatie:** echte gastenverhalen en eigen seizoensfoto's van je verblijven (geen stockbeeld); een blog als 'een weekend bij ons door de ogen van een gast (influencer)'; door gasten gemaakte foto's delen waarop ze je taggen.

**Horeca:** foto's van je eigen gerechten en je team in actie; het verhaal achter een gerecht (waarom je je vis bij de lokale afslag haalt); reacties op reviews waarin je naar het bezoek verwijst.

**Musea & erfgoed:** beeld en verslagen van echte rondleidingen en tentoonstellingen; 'achter de schermen' (een restauratie, de opbouw van een expositie); verhalen van je gidsen en vrijwilligers.

### Expertise - toon dat je verstand van zaken hebt

*Deel kennis die de gast verder helpt. Maak duidelijk dat je een expert bent.*

**Accommodatie:** lokale gids-content met details (fietsroutes met afstand en ondergrond, tijden voor een strandwandeling, koffiestop onderweg); een echte 'over de gastvrouw of gastheer' met achtergrond en jaren in het gebied.

**Horeca:** herkomst en bereiding van gerechten en je lokale leveranciers; een menukaart met allergenen en dieetopties duidelijk uitgewerkt; een chef- of eigenaarprofiel met opleiding en ervaring.

**Musea & erfgoed:** diepgaande, kloppende uitleg bij je collectie en de geschiedenis; de auteur of curator bij teksten vermelden; thematische achtergrondartikelen (bijvoorbeeld de geschiedenis van vesting Brielle).

## Autoriteit - anderen verwijzen naar je

*Niet jij die roept dat je goed bent, maar anderen die het zeggen of naar je linken.*

**Accommodatie:** vermelding op opvoorneputten.nl, TripAdvisor en boekingsites; genoemd worden in blogs en pers; arrangementen en samenwerkingen die anderen vermelden.

**Horeca:** aanwezigheid op TripAdvisor en Google; opgenomen worden in lokale eetgidsen en top-lijstjes; vermelding bij evenementen en door foodbloggers.

**Musea & erfgoed:** verwijzingen vanuit erfgoed-, onderwijs- en cultuursites, Wikipedia en regionale pagina's; samenwerkingen met scholen en historische verenigingen.

## Betrouwbaarheid - kloppende, actuele en transparante info

*De belangrijkste pijler. Dit moet altijd op orde zijn om goed te scoren.*

**Accommodatie:** openingstijden, prijzen en annuleringsvoorwaarden actueel en overal hetzelfde; reageren op reviews; duidelijke contact- en routegegevens; naam, adres en telefoon overal identiek.

**Horeca:** actuele menukaart en openingstijden, ook rond feestdagen; reageren op alle reviews; heldere reserveringsinfo; kloppende allergeneninformatie.

**Musea & erfgoed:** actuele openingstijden, tarieven en toegankelijkheid (rolstoel, gehoor); duidelijke ticket- en route-informatie; reageren op reviews; consistente gegevens op alle kanalen.

**Goed om te weten:** reviews met inhoud tellen zowel voor je autoriteit als je betrouwbaarheid. Het is de echte ervaring van anderen, en dat weegt zwaar.

## Deel 2 - Maak AI-voer van je content

AI pakt graag korte, gestructureerde, hapklare content. Hieronder een paar veelvoorkomende teksten en hoe je ze AI-klaar maakt.

Oude situatie	Nieuwe situatie (goed voor AI)
Eén lange lap tekst over je bedrijf, alles door elkaar.	Korte intro van 3 à 4 zinnen bovenaan: wie, waar, voor wie. Daaronder losse kopjes per onderwerp.
'Gezellig restaurant met een fijne sfeer.'	'Restaurant in het centrum van Brielle, terras aan de Markt, geschikt voor families en groepen tot 20 personen.'
Openingstijden ergens verstopt in een alinea.	Duidelijke lijst per dag (ma t/m zo), inclusief afwijkende tijden op feestdagen.
Geen veelgestelde vragen op de pagina.	FAQ-blok met echte gastvragen: hond welkom? parkeren? rolstoeltoegankelijk? Korte antwoorden per vraag.
Highlights weggestopt in lopende tekst.	Bulletlijst 'Dit maakt ons bijzonder' met 3 tot 5 concrete punten.
Eén pagina met alle thema's vermengd.	Eén onderwerp per alinea, met tussenkoppen (H2/H3) die de vraag benoemen.

**Onthoud:** hoe compacter en helderder je tekst, hoe groter de kans dat AI jouw content toont als het 'golden answer'.

## Deel 3 · Morgen aan de slag, stap voor stap

### 1. Claim en vul je Google- én Bing-profiel

#### Google Bedrijfsprofiel

- Ga naar [business.google.com/add](https://business.google.com/add), of zoek je bedrijf in Google Maps en kies 'Ben jij eigenaar van dit bedrijf?' om het te claimen. Veel bedrijven staan er al automatisch (via de KvK), zonder beheerder.
- Verifieer met de snelste beschikbare optie: video (24-48 uur), telefoon of sms (vaak direct), e-mail (1-3 dagen) of ansichtkaart (2-3 weken). Het is gratis en je bestaande reviews blijven staan.
- Vul je profiel volledig: kies een specifieke categorie, zet openingstijden, foto's, een korte omschrijving en kenmerken erin, en plaats wekelijks een korte update.

#### Bing Places (ChatGPT gebruikt Bing)

- Ga naar [bingplaces.com](https://bingplaces.com) en log in met (bij voorkeur) hetzelfde e-mailadres als je Google-profiel.
- Kies 'Importeren uit Google Business Profile'. Is je Google-profiel al geverifieerd, dan is Bing meestal meteen mee geverifieerd. Anders verifieer je via telefoon, e-mail of post (post duurt 7-10 werkdagen).

**Tip:** gebruik overal exact dezelfde bedrijfsnaam, hetzelfde adres en telefoonnummer. Die consistentie helpt AI je te herkennen als één betrouwbare bron.

### 2. Breng reviews op gang (en borg het technisch)

Reviews zijn je grootste hefboom: van ongeveer 1% naar ruim 50% kans dat AI je noemt. Zo maak je er een vast proces van:

- Haal je review-link op uit je Google-profiel (de knop 'Vraag om reviews' geeft een korte link). Maak daar ook een QR-code van.
- Zet de link in je bevestigings- en bedank-e-mail, je e-mailhandtekening en op je website. Een meegeefkaartje met QR-code mag, een vaste tablet of kiosk op locatie niet.
- Automatiseer: stuur kort na het verblijf of bezoek automatisch een vriendelijke uitnodiging met de link. Recent vragen werkt het best.
- Reageer op alle reviews, positief én negatief. Dat bouwt vertrouwen op bij gasten én bij AI.

**Let op het beleid (aangescherpt in 2026):** vraag iedereen om een review, niet alleen tevreden gasten (review gating is verboden). Geen beloningen of kortingen. Geen kiosk op locatie. Vraag open ('deel je eerlijke ervaring') en vraag NIET om specifieke inhoud of een medewerkersnaam te noemen, dat is sinds 2026 verboden en zulke reviews worden verwijderd. Een mooie, beschrijvende review komt vanzelf als je op het juiste moment vraagt, na een goede ervaring.

### 3. Zet het antwoord bovenaan je pagina: korte info + FAQ

- Begin elke belangrijke pagina met een antwoordblok van 3 à 4 zinnen: wie ben je, waar zit je, voor wie, en wat maakt je bijzonder.
- Voeg een echte FAQ toe met de vragen die gasten echt stellen. Houd antwoorden kort (1 tot 3 zinnen) en gebruik één vraag per kopje. Dat is precies de hapklare chunk die AI overneemt.

#### Voorbeeldvragen per type:

**Accommodatie:** Is er gratis parkeren? Zijn honden welkom? Hoe ver is het strand? Wat zijn de in- en uitchecktijden?

**Horeca:** Kan ik buiten zitten? Is de locatie geschikt voor groepen? Zijn er vegetarische of glutenvrije opties? Moet ik reserveren?

**Musea & erfgoed:** Wat kost een kaartje? Is het rolstoeltoegankelijk? Hoe lang duurt een bezoek? Mag ik fotograferen?

**Voorbeeld:** kijk naar de locatiepagina van Restaurant Paviljoen De Duinrand uit de presentatie (pagina 15 en 16): korte intro, 'Dit maakt deze plek bijzonder' en een FAQ-blok. Precies deze opbouw.

### 4. Checklist: jouw vermelding op opvoorneputten.nl

Loop deze punten langs voor een sterke, AI-vriendelijke vermelding:

- Correcte bedrijfsnaam, adres, telefoon, e-mail en website (gelijk aan je andere kanalen).
- Actuele openingstijden en tarieven.
- Korte, krachtige omschrijving: wie, waar, voor wie.
- 'Dit maakt deze plek bijzonder' met 3 tot 5 concrete punten.
- Sterke, eigen foto's (geen stock) die de ervaring weergeven, meerdere en actueel.
- Categorie en thema's correct, zodat je in de juiste lijstjes en arrangementen valt.
- FAQ ingevuld waar mogelijk.
- Werkende reserveer- of boek-link .
- Reviews doorgeven
- Meld wijzigingen door zodra er iets verandert (seizoen, tarieven, openingstijden).

**Wij helpen:** wij verzorgen onder andere een make-over van je locatiepagina, hapklare itineraries (reisplannen) en de technische structuur, zodat AI jouw onderneming op een presenteerblaadje krijgt.

**Lever bovenstaande punten aan ons aan:** mail bovenstaande punten naar [info@opvp.nl](mailto:info@opvp.nl) zodat wij je locatie-vermelding kunnen updaten.

## 5. Test het zelf: voorbeeldvragen en waar

Waar test je:

- [ChatGPT](#) · [Google \(AI-modus / AI-overzichten\)](#) · [Gemini](#) · [Microsoft Copilot](#) · [Perplexity](#)

**Voorbeeldvragen (laat je eigen naam weg, kijk of je vanzelf genoemd wordt):**

- 'Wat te doen op Voorne-Putten met kinderen als het regent?'
- 'Leuk restaurant in Brielle met terras'
- 'Hondvriendelijke accommodatie aan zee bij Rotterdam'
- 'Museum of erfgoed bezoeken op Voorne-Putten'
- 'Romantisch overnachten dicht bij het strand in Zuid-Holland'

Let op: word je genoemd? Klopt de informatie (openingstijden, omschrijving)? En welke bron gebruikt AI: opvoorneputten.nl, TripAdvisor of je eigen site? Doe deze test periodiek opnieuw als meting.

## Wij helpen jou kosteloos op weg

Vragen, of wil je hulp bij één van deze stappen? Wij denken graag met je mee.

Kijk op [www.marketingopvoorneputten.nl](http://www.marketingopvoorneputten.nl) of neem contact op.

Terwijl jij bezig bent met je gasten, werken wij aan de zichtbaarheid van de regio waar jij van profiteert