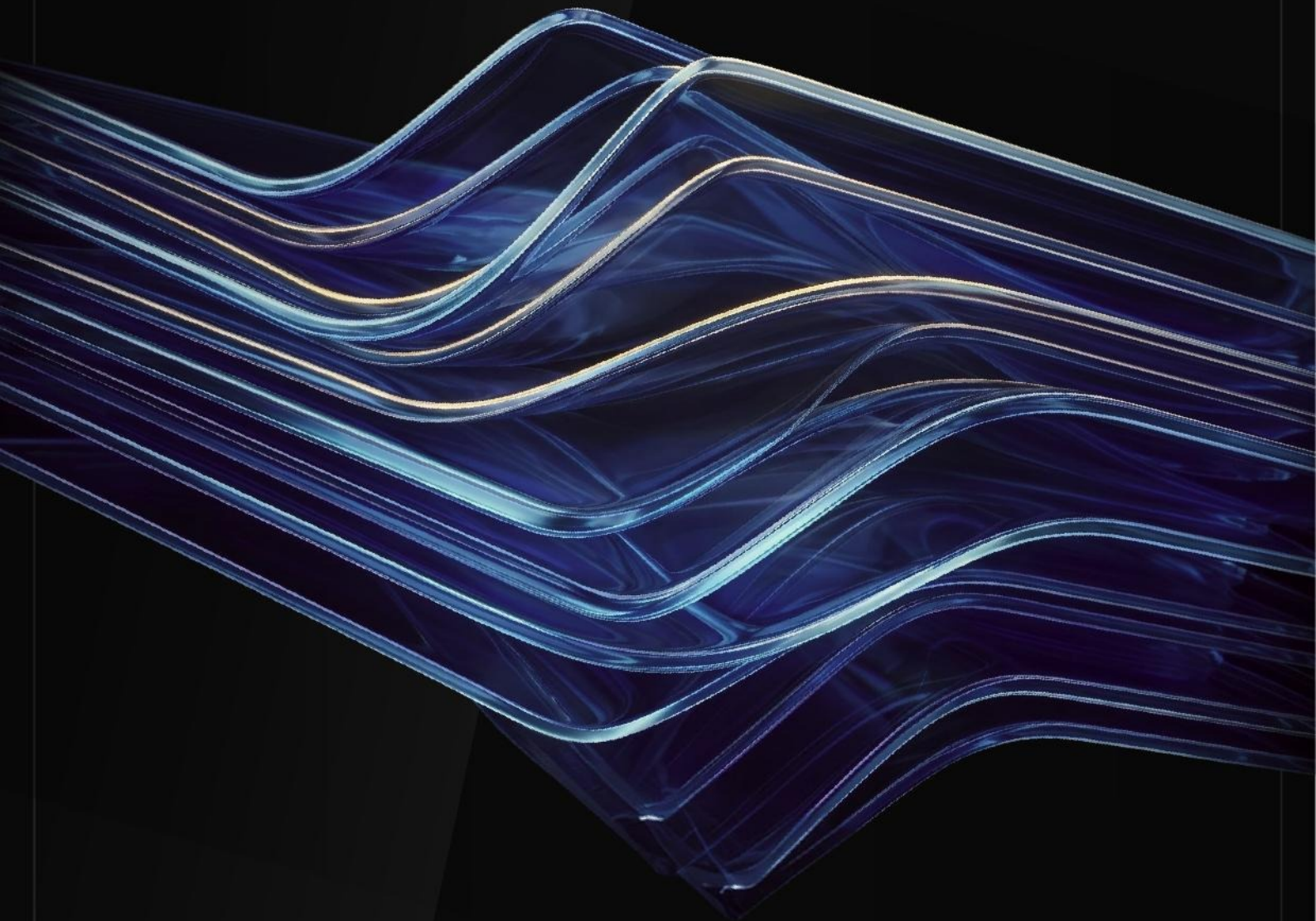


Checklist voor zichtbaarheid in AI- zoekmachines

Checklist · oktober 2026 · Marrallisa Kreijkes



ZO GEBRUIK JE DEZE CHECKLIST

Eerst toegang, dan feiten, dan antwoorden.

AI-zoeken is gebouwd op zoeken. Google baseert AI-overzichten en de AI-modus op dezelfde rankingsystemen als Zoeken, Copilot draait op de index van Bing, en ChatGPT search en Perplexity sturen eigen crawlers. Wat deze systemen niet kunnen ophalen of lezen, wordt nooit geciteerd. Begin daarom bij toegang.

Vink af wat op orde is en werk naar beneden. Niemand kan een vermelding in een AI-antwoord garanderen. Wat je wel in de hand hebt: of je in aanmerking komt, of de feiten over je kloppen en of je pagina's het citeren waard zijn.

Door **Marrallisa Kreijkes**, Oprichter van Viralistic en officieel n8n Ambassador

01 TOEGANG VOOR CRAWLERS

Kan elk AI-systeem je pagina's ophalen?

☐ **Je belangrijke pagina's zijn geïndexeerd in Google en kunnen met een snippet verschijnen**
De enige technische eis van Google voor AI-overzichten en de AI-modus. Geen nosnippet op deze pagina's.

☐ **De instelling voor generatieve AI in Search Console staat op opnemen**
Te vinden onder Instellingen. Opnemen is de standaard; controleer of niemand hem op uitsluiten heeft gezet.

☐ **robots.txt laat Googlebot en Bingbot toe**
Googlebot regelt je aanwezigheid in de AI-functies van Google. Copilot gebruikt de index van Bing.

☐ **robots.txt laat OAI-SearchBot toe**
Voedt ChatGPT search. Geblokkeerde sites verschijnen alleen als navigatielink. Werkt na zo'n 24 uur.

☐ **Over GPTBot heb je een aparte keuze gemaakt**
GPTBot verzamelt trainingsdata. Blokkeren haalt je niet uit ChatGPT search.

☐ **robots.txt laat PerplexityBot toe**
Perplexity gebruikt hem voor zijn zoekresultaten, niet om modellen te trainen.

☐ **Je CDN, firewall en botbescherming laten deze crawlers door**
Google noemt CDN en hosting expliciet. OpenAI en Perplexity publiceren hun IP-ranges voor je firewallregels.

☐ **Je site staat in Bing Webmaster Tools met een sitemap, en IndexNow meldt wijzigingen**
Volgens Microsoft helpt IndexNow AI-antwoorden de actuele versie van een pagina te gebruiken.

☐ **Google-Extended is een bewuste keuze**
Dit regelt training van Gemini-modellen en grounding in de Gemini-apps, niet je plek in Google Zoeken.

02 LEESBAAR ZONDER JAVASCRIPT

Kan een crawler je tekst lezen zonder scripts uit te voeren?

- ☐ **Hoofdttekst, koppen, prijzen en contactgegevens staan in de HTML-bron**
Bekijk de paginabron (niet de inspector) of zet JavaScript uit. Veel AI-crawlers voeren geen JavaScript uit.
- ☐ **Menu's en interne links zijn gewone links die zonder JavaScript werken**
- ☐ **Belangrijke antwoorden zitten niet in tabbladen, uitklapblokken of achter 'meer laden'**
Microsoft waarschuwt dat AI-systemen verborgen content mogelijk niet renderen.
- ☐ **Belangrijke feiten staan in tekst, niet alleen in afbeeldingen, video of pdf's**
- ☐ **Googlebot ziet de volledige pagina in de URL-inspectie van Search Console**
Kies bij een URL voor Gecrawelde pagina bekijken en controleer de HTML.
- ☐ **Geen login, cookiemuur of landblokkade houdt de content voor crawlers verborgen**

03 ENTITEIT EN FEITEN

Vertelt elke bron hetzelfde verhaal over je?

- ☐ **Naam, adres, telefoonnummer en omschrijving zijn gelijk op je site en in elk profiel**
Google Bedrijfsprofiel, Bing Places, LinkedIn, het KVK-Handelsregister en vakgidsen.
- ☐ **Je Google Bedrijfsprofiel is compleet en actueel**
Google noemt Bedrijfsprofiel en Merchant Center als bronnen voor AI-antwoorden.
- ☐ **Je bedrijf is geclaimd in Bing Places for Business**
Microsoft noemt het als bron voor lokale antwoorden in zijn AI-toepassingen.
- ☐ **Je over-ons-pagina zegt in gewone zinnen wie je bent, waar je zit, wat je doet en voor wie**
- ☐ **Oprichters en auteurs hebben een eigen profielpagina met een link naar hun LinkedIn**
- ☐ **Pagina's met oude prijzen, diensten of adressen zijn bijgewerkt, doorgestuurd of verwijderd**
- ☐ **Kom je ervoor in aanmerking, dan bestaat er een Wikidata-item dat klopt met je site**
Wikidata vraagt om serieuze, openbare bronnen over je. Voor de meeste kleine bedrijven niet relevant.
- ☐ **Vermeldingen in vakmedia, op partnerpagina's en in interviews beschrijven je correct**
Verdiend, nooit gekocht. De AI-functies van Google gebruiken dezelfde spamsystemen als Zoeken.

04 CONTENT DIE VRAGEN BEANTWOORDT

Kan een AI-systeem je citeren, en wil het dat ook?

- ☐ Elke belangrijke pagina opent met het antwoord in een of twee zinnen
- ☐ Koppen gebruiken de vragen die je klanten echt stellen
- ☐ Alinea's zijn ook los geciteerd nog goed te begrijpen
- ☐ **Claims zijn onderbouwd met bronnen, cijfers of experts bij naam, met links**
In het GEO-onderzoek (KDD 2024) werkten bronnen, citaten en statistieken het best. Extra zoekwoorden hielpen nauwelijks.
- ☐ **Elke pagina bevat iets wat alleen jij kunt zeggen: ervaring, eigen cijfers, een standpunt**
Google noemt dit non-commodity content.
- ☐ Concrete feiten staan erbij: voor wie, wat het kost of waar dat van afhangt, hoe lang het duurt
- ☐ **Tabellen en een FAQ beantwoorden de vervolgvragen**
De AI-modus splitst één vraag op in veel verwante zoekopdrachten (query fan-out).
- ☐ **Je maakt geen aparte pagina voor elke variant van een vraag**
Gebeurt dat om AI-antwoorden te sturen, dan ziet Google het als grootschalig contentmisbruik.

05 GESTRUCTUREERDE DATA

Zegt je markup hetzelfde als de pagina?

- ☐ **Organization- of LocalBusiness-markup klopt met de zichtbare tekst op de pagina**
Google vraagt hier expliciet om in zijn richtlijnen voor AI-functies.
- ☐ sameAs verwijst naar je officiële profielen, zoals LinkedIn en eventueel Wikidata
- ☐ Artikelen noemen de echte auteur en de laatste update, in de markup en op de pagina
- ☐ Markup is foutloos in de Test voor uitgebreide resultaten en de Schema Markup Validator
- ☐ **Je ziet markup als ondersteuning, niet als trucje**
Google: niet vereist voor AI-functies, geen speciale schema voor AI. Ook llms.txt kun je voor Google negeren.

06 METEN

Weet je wat AI-zoeken je oplevert?

- ☐ **Je bekijkt elke maand het prestatierapport voor generatieve AI in Search Console**
Vertoningen in AI-overzichten en de AI-modus per pagina, land en apparaat. Geen rapport: nog te weinig vertoningen.
- ☐ **Je bekijkt AI Performance in Bing Webmaster Tools**
Vermeldingen in Copilot en de AI-samenvattingen van Bing, geciteerde pagina's en een steekproef van grounding queries.
- ☐ **Je analytics toont bezoek van chatgpt.com, perplexity.ai en copilot.microsoft.com apart**
ChatGPT voegt utm_source=chatgpt.com toe aan zijn links. Bundel ze in GA4 in een aangepaste kanaalgroep.
- ☐ **Je beoordeelt AI-verkeer op aanvragen en betrokkenheid, niet alleen op bezoeken**
Volgens Google zijn klikken vanuit resultaten met AI-overzichten van hogere kwaliteit.
- ☐ **Elke maand stel je ChatGPT, Perplexity, de AI-modus en Copilot dezelfde 10 tot 20 vragen**
Vraag in de woorden van je klant. Noteer of je genoemd wordt, welke pagina als bron dient en of de feiten kloppen.
- ☐ **Je loopt deze checklist elk kwartaal door, en na elk redesign, elke migratie of CDN-wijziging**

Vragen? Neem contact op.



Scan om met Marrallisa te connecten op LinkedIn

Plan een strategisch gesprek: calendly.com/marrallisa/30min

info@viralistic.nl · +31 20 210 1075 · viralistic.nl · Achtergracht 17, 1017 WL Amsterdam