

Word je genoemd als klanten het aan **AI** vragen?

Steeds meer beslissers stellen hun koopvragen niet meer aan Google, maar aan ChatGPT, Claude, Gemini of Perplexity. Wie daar genoemd wordt, wint. Wie niet, bestaat niet. Gebruik onderstaande acht prompts om in tien minuten te checken of jouw merk in beeld is, of dat jouw concurrenten er met de aandacht vandoor gaan.

63%

Van de B2B-beslissers gebruikt AI in de oriëntatiefase.

BRON · BRANCHE-ONDERZOEK 2025

3x

Vaker overwogen door koper als merk wordt genoemd door AI.

BRON · SEARCH-ATTRIBUTION DATA

0

Tweede kansen: AI noemt zelden meer dan 3 tot 5 spelers.

ONZE OBSERVATIE · 2026

01 · ZO WERKT 'T

Open een AI-chat

ChatGPT, Claude, Gemini of Perplexity. Begin een leeg gesprek.

02

Vervang [haakjes]

Vul je categorie, regio of doelgroep in. Houd de rest letterlijk.

03

Scoor de uitkomst

Lees het antwoord en kleur jouw merk in: groen, oranje of rood. Gebruik de **scorekaart** op **pagina 3** om bij te houden wat je ziet.

SCOOORLEGENDA

- **Groen:** jij wordt eerst genoemd.
- **Oranje:** concurrenten wel, jij niet.
- **Rood:** niemand uit jouw branche.

Noteer jouw score per prompt op pagina 3.

01

CATEGORIE · TOP-OF-MIND

De directe categorievraag

> Wat zijn de beste [dienst/product] aanbieders in [regio of land]? Geef een lijstje van 5 met een korte motivatie per partij.



CHECK
Sta jij in de top 5? Op welke positie? Welke motivatie krijgt nr. 1?

02

VERGELIJKING · HEAD-TO-HEAD

De concurrent-vergelijking

> Vergelijk [Concurrent A] en [Concurrent B] op het gebied van [dienst/expertise]. Welke past beter bij een MKB-bedrijf?



CHECK
Vraag daarna: "Hoe verhoudt [jouw merk] zich hiertoe?". Komt er iets terug?

03

PROBLEEM · JOBS-TO-BE-DONE

De probleem-prompt

> Ik loop tegen [concreet probleem] aan binnen mijn [type bedrijf]. Welke Nederlandse partijen kunnen mij hierbij helpen?



CHECK
Worden er namen genoemd of alleen generieke adviezen? Sta jij er tussen?

04

AUTORITEIT · EXPERTISE

De expert-vraag

> Wie zijn de toonaangevende experts of bureaus in [vakgebied] in Nederland? Noem ook hun belangrijkste publicaties of cases.



CHECK
Wordt jouw content geciteerd? Of komt alle autoriteit van een handvol bekende namen?

VERVOLG · PROMPTS 05 tot 08

Vier prompts die de pijn echt zichtbaar maken.

De eerste vier prompts geven een breed beeld. Deze vier gaan dieper: ze testen reputatie, koop intentie, prijs positionering en het meest eerlijke spiegel moment. Houd je antwoorden bij elkaar; samen vormen ze je GEO-nulmeting.

05

LONG-TAIL · USE-CASE

De specifieke use-case

> Ik zoek [specifieke dienst] voor een [bedrijfstype] van ongeveer [omvang] in [regio]. Welke 3 partijen zou je benaderen?

✓ CHECK
Hoe specifieker je vraag, hoe duidelijker waar je gat in je positionering zit.

06

REPUTATIE · SOCIAL PROOF

De reviews-prompt

> Wat zeggen klanten over [jouw merk]? Vat de belangrijkste pluspunten en kritiekpunten samen op basis van reviews.

✓ CHECK
Krijgt de AI hier iets te pakken? Of zegt 'ie "geen informatie gevonden"?

07

PRIJS · KEUZE-FASE

De budget-prompt

> Wat kost [dienst/product] gemiddeld in Nederland in 2026? Welke aanbieders zitten in welk prijssegment? Binnen [regio]

✓ CHECK
Word je in een prijssegment geplaatst dat klopt met je positionering?

08

DE EERLIJKE SPIEGEL

Vraag't gewoon recht voor z'n raap

> Ken je [jouw merk] uit [stad/regio]? Wat doen ze, voor wie, en hoe verhouden ze zich tot concurrenten als [Concurrent A] en [Concurrent B]?

✓ CHECK
Dit is je nulmeting. Klopt het beeld? Mist er iets cruciaals? Hier ligt jouw GEO-roadmap.

WAT DOE JE MET JE SCORE?

Drie uitkomsten — drie volgende stappen.

● GROEN

Je staat erop. Nu vasthouden.

AI noemt jou bij de eerste 3. Mooi, maar de modellen worden elke maand opnieuw getraind. Bewaak je positie: meet maandelijks, hou citeerbare content vers en bouw autoriteits vermeldingen op buiten je eigen site.

→ STAP: GEO-MONITORING INRICHTEN

● ORANJE

Concurrenten wel, jij niet.

Het signaal dat je niet wil zien. AI heeft een beeld van je markt, alleen mis je erin. Meestal ligt het aan ontbrekende structured data, te weinig autoriteitsvermeldingen of te jargon-rijke content. Dit is het meest urgente scenario.

→ STAP: GEO-ACTIEPLAN

● ROOD

Lege markt: Kans of risico?

Niemand uit jouw branche staat in het AI-antwoord. Dat is of een blinde vlek bij de modellen, of een unieke kans om als eerste gevonden te worden. Wie nu zaait, plukt straks. Begin met thought-leadership content en publieke vermeldingen.

→ STAP: GEO-ACTIEPLAN

GEEN TIJD OM ALLES ZELF TE CHECKEN?

Wij doen 't voor je — gratis.

De GEO scan van Websitepromotor test jouw merk in ChatGPT, Claude, Gemini en Perplexity tegen je top-3 concurrenten. Je krijgt een rapport met scores, citaten en een concrete actie lijst → binnen 24 uur, zonder verplichtingen.

websitepromotor.nl/geo-scan →

GRATIS · 24 UUR · VRIJBLIJVEND

SCOREKAART · JOUW GEO-NULMETING

Vul hier jouw scores in. Eén cirkel per prompt.

Omcirkel na elke prompt de kleur die het best beschrijft wat je zag. Samen vormen de 8 scores jouw GEO-nulmeting.

#		JOUW SCORE
01	De directe categorievraag CATEGORIE · TOP-OF-MIND	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
02	De concurrent-vergelijking VERGELIJKING · HEAD-TO-HEAD	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
03	De probleem-prompt PROBLEEM · JOBS-TO-BE-DONE	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
04	De expert-vraag AUTORITEIT · EXPERTISE	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
05	De specifieke use-case LONG-TAIL · USE-CASE	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
06	De reviews-prompt REPUTATIE · SOCIAL PROOF	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
07	De budget-prompt PRIJS · KEUZE-FASE	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
08	Vraag 't recht voor z'n raap DE EERLIJKE SPIEGEL	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

6 – 8 ×

● Groen — Sterke positie

Al noemt jou actief. Bewaak je positie: meet maandelijks, houd citeerbare content vers en bouw vermeldingen op buiten je eigen site.

→ STAP: GEO-MONITORING INRICHTEN

3 – 5 ×

● Oranje — Gedeeltelijk zichtbaar

Concurrenten wel, jij niet. Ontbrekende structured data, te weinig vermeldingen of te jargon-rijke content. Gerichte actie vereist.

→ STAP: GEO-ACTIEPLAN OPSTELLEN

0 – 2 ×

● Rood — Urgent

Je mist bijna volledig. Dit is het meest urgente scenario. Wie nu zaait plukt straks. Begin direct met thought-leadership content en publieke vermeldingen.

→ STAP: GEO-ACTIEPLAN OPSTELLEN

GEEN TIJD OM ALLES ZELF TE CHECKEN?

Wij doen 't voor je — gratis.

Rapport binnen 24 uur · Scores, citaten & actielijst · Vrijblijvend

websitepromotor.nl/geo-scan →