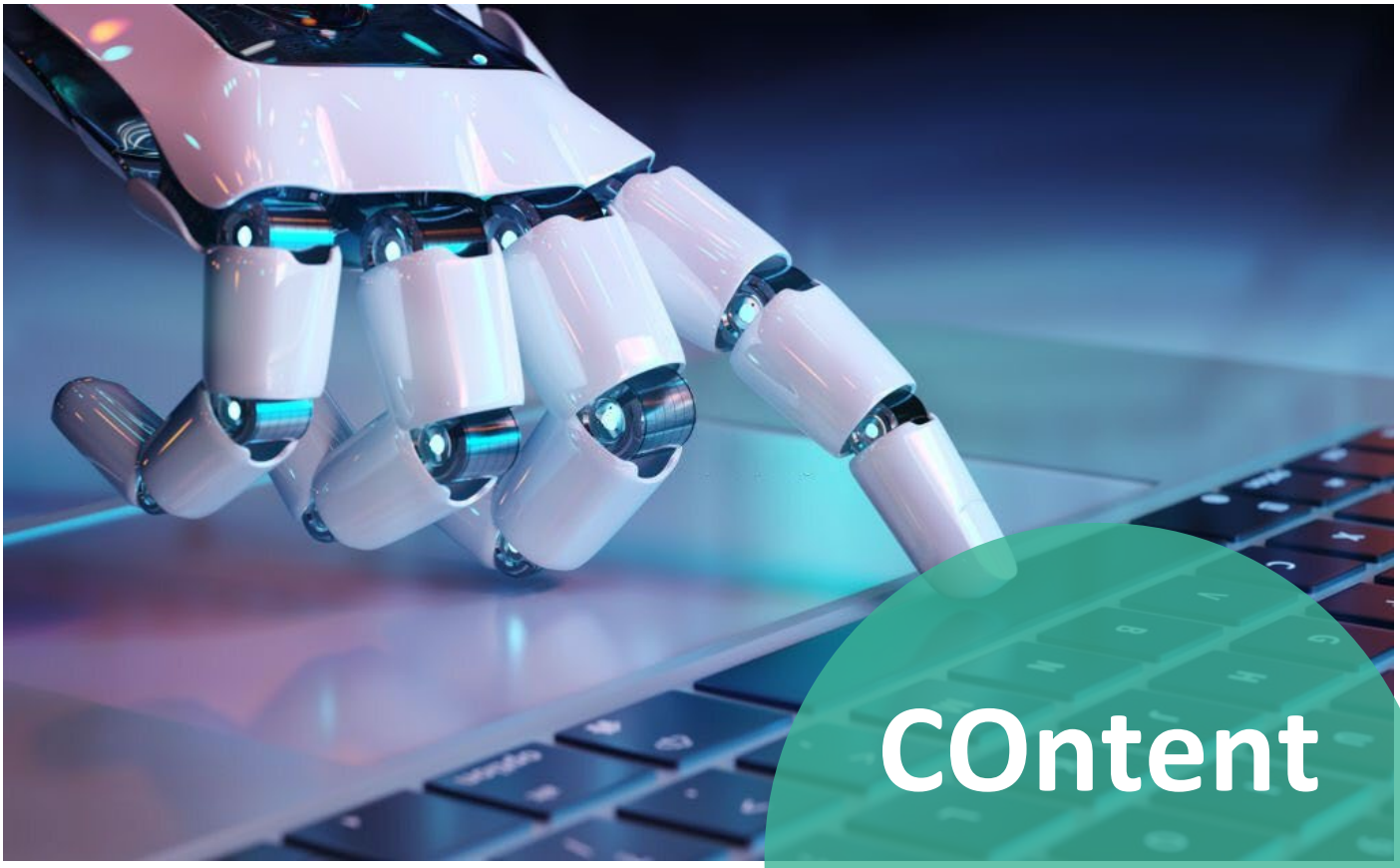


COntent

PWO onderzoeksproject van Center for Sustainable Entrepreneurship (CenSE) en User Centered Experiences (UCE)

Je website SEO- en GEO-ready houden met AI

De Camber use-case

CenSE: Saskia Vanden Eede
UCE: Laurens Van de Perre, Katja Verbeeck

Juni 2026

Copyright © 2026 Odisee vzw
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze handleiding mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur of uitgever.
Voor vragen over het gebruik van deze handleiding of het verkrijgen van toestemming voor hergebruik, neem contact op met laurens.vandeperre@odisee.be.

INHOUDSOPGAVE

1 Inleiding 3
1.1 SEO, GEO en AI-vindbaarheid in mensentaal 3
1.2 Wie is Camber? 4
1.3 Doel: bestaande webpagina's SEO/GEO-ready houden 4
1.4 Oplossing 4
2 Vereisten 6
3 Stappenplan 7
4 Technische verdieping 9
5 Output lezen en prioriteiten bepalen 12
6 Van Auditrecord naar Contentactie 14
7 Testen, verfijnen en menselijke review 16
8 TROUBLESHOOTING EN TIPS 17
9 Begrippen 18

Disclaimer. Deze handleiding biedt praktische aandachtspunten voor AI-ondersteunde SEO/GEO-contentaudits. Ze vervangt geen juridisch advies, geen SEO-garantie en geen menselijke eindredactie. Elk bedrijf blijft verantwoordelijk voor inputdata, interpretatie, contentwijzigingen en publicatie.

1 INLEIDING

Deze handleiding toont hoe een kmo de bestaande webpagina's van de eigen website op schaal kan controleren op SEO en GEO of AI-vindbaarheid met behulp van AI. De workflow combineert trafficdata, crawlgegevens, HTML-extractie en een gestructureerde LLM-audit tot een prioriteitenlijst en concrete optimalisatieacties.

Camber dient als voorbeeldcase. De publieke scope in deze handleiding gebruikt de Nederlandstalige en Franstalige websitegedeelten camber.be/nl/ en camber.be/fr/. De aanpak is tegelijk generiek genoeg voor andere kmo's met een eigen website, meerdere pagina's en beperkte tijd voor manuele controle.

Deze gids bouwt voort op dezelfde werkwijze als de eerdere handleidingen. Bij de Phil'Suits-handleiding, was een Custom GPT voornamelijk ingezet als marketingcontent-assistent: tone-of-voice bewaken en snel kanaalspecifieke drafts genereren op basis van vaste instructies. Bij de Afix handleiding, was een Custom GPT gebouwd die dienst doet als digitale assistent om bedrijfskennis om te zetten in betrouwbare content en beantwoord vragen uitsluiten op bronnen van jouw bedrijf. In deze handleiding gaat het over systematisch auditen van bestaande webpagina's, het bepalen van prioriteiten en het vertalen van auditresultaten naar concrete contentupdates met behulp van AI.

1.1 SEO, GEO EN AI-VINDBAARHEID IN MENSENTAAL

SEO (Search Engine Optimisation) is de klassieke vindbaarheid in zoekmachines. Denk aan indexeerbaarheid, titels, meta descriptions, headings, interne links, laadsnelheid en inhoudelijke relevantie.

GEO (Generative Engine Optimisation) soms ook genoemd als de termAI-vindbaarheid: de mate waarin een pagina duidelijk, gestructureerd en betrouwbaar genoeg is om door AI-antwoordmachines te worden begrepen, samengevat en geciteerd. GEO vervangt SEO niet. Het bouwt erop voort: een pagina die technisch niet goed vindbaar is, wordt ook moeilijker bruikbaar in AI-antwoorden.

De volgende vragen met bijbehorende antwoorden maken het onderscheid tussen beide termen duidelijk:

- Kan de webpagina gevonden worden?
  - SEO kijkt vooral naar indexeerbaarheid, canonical, redirects, titles, meta descriptions.
  - GEO kijkt vooral naar machine extractability, schema, duidelijke hoofdcontent.
- Begrijpt de lezer snel waarover de pagina gaat?
  - SEO: H1/H2-structuur, topic focus, intent match.
  - GEO: Directe antwoorden, lead paragraph, korte citable passages.
- Is de pagina betrouwbaar?
  - SEO: E-E-A-T-signalen (Experience, Expertise, Authoritativeness, and Trustworthiness), merk, contact, cases, interne links.
  - GEO: Entity clarity, concrete claims, evidence, trust signals.
- Wat moet verbeterd worden?
  - SEO: Technische en inhoudelijke SEO-issues.
  - GEO: FAQ-readiness, snippet readiness, citability en AI-answer readiness.

1.2 WIE IS CAMBER?

Camber is een Belgisch bedrijf gespecialiseerd in maatwerkinterieurs en maatwerkmeubelen, waaronder maatkasten, dressings en interieurprojecten op maat. De website speelt een belangrijke rol in inspiratie, oriëntatie en leadgeneratie. Ze bevat onder andere Nederlandstalige en Franstalige pagina's met onder meer inspiratie, realisaties, advies, showrooms en commerciële landingspagina's.

De case vertrekt vanuit een herkenbare kmo-uitdaging: een website met veel bestaande pagina's en magazineartikels die al sinds 2016 (@TODO: check) live staan. Die pagina's moeten vindbaar blijven in klassieke zoekmachines, maar ook duidelijk en citeerbaar zijn voor AI-antwoordmachines. Tegelijk mag de content niet zomaar veranderen in generieke AI-copy: gebruiksvriendelijkheid, authenticiteit en de Camber tone-of-voice blijven belangrijk.

1.3 DOEL: BESTAANDE WEBPAGINA'S SEO/GEO-READY HOUDEN

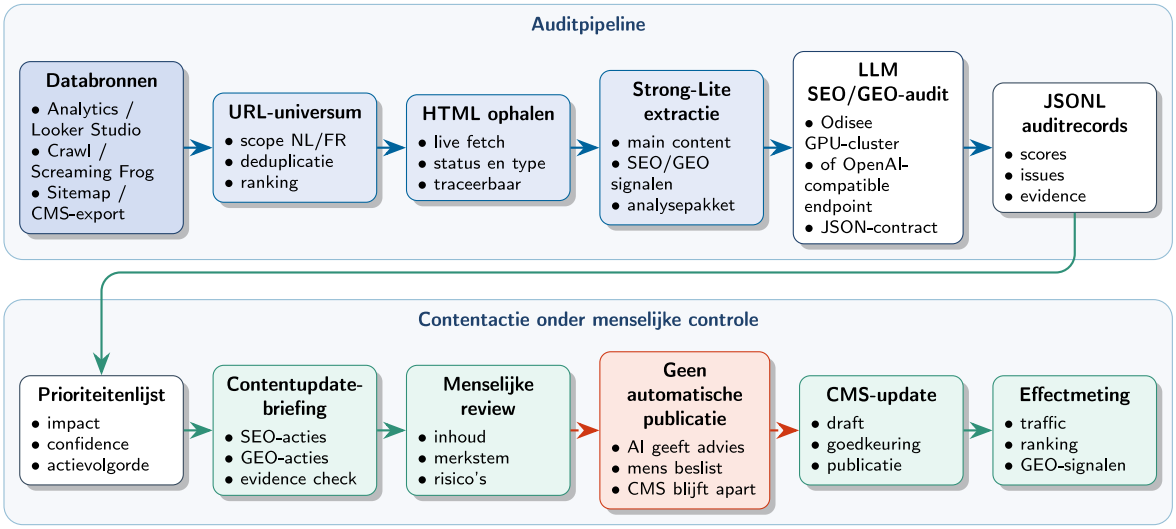
In veel bedrijven wordt websiteonderhoud reactief aangepakt: iemand merkt toevallig dat een pagina verouderd is, dat een meta description ontbreekt of dat een artikel niet meer aansluit bij de huidige merkboodschap. Bij een grotere website is dat niet schaalbaar. Je hebt dan een methode nodig die eerst in kaart brengt welke pagina's bestaan, hoe belangrijk ze zijn, welke signalen objectief meetbaar zijn en waar AI extra interpretatie kan toevoegen.

Voor Camber was het vertrekpunt dat databronnen aanwezig waren, maar niet vanzelf tot één actielijst leiden. Analyticsdata tonen bijvoorbeeld welke landing pages verkeer krijgen, maar niet noodzakelijk welke pagina's technisch bestaan of welke pagina's via interne navigatie relevant zijn. Een crawl toont veel meer URL's, maar zegt op zichzelf nog niet welke contentactie het meest urgent is. De pipeline combineert daarom meerdere bronnen.

1.4 OPLOSSING

De workflow eindigt niet bij een score. De nuttige output is een onderbouwde shortlist: welke pagina's moeten eerst manueel bekeken worden, welke SEO/GEO-problemen spelen er, welke evidence ondersteunt die diagnose en welke concrete contentacties kan het team nemen? De logica is daarbij eenvoudig: eerst betrouwbare input verzamelen, daarna pagina's technisch en inhoudelijk analyseren, vervolgens AI inzetten voor interpretatie, en pas daarna prioriteiten en contentacties formuleren.

Daarom gebruikt deze handleiding volgende flow: van audit naar prioriteitenlijst naar contentactie, zie Figuur 1. De AI-audit ondersteunt diagnose, prioritering en briefing, maar niet de finale publicatie. De workflow leidt dus tot een shortlist en een concrete briefing voor menselijke review. Een reviewer controleert altijd de feiten, merkstem, claims, UX en juridische gevoeligheden voor de pagina live aangepast wordt.



Figuur 1: Pipeline-overzicht: van databronnen naar contentactie.

2 VEREISTEN

Voor je dezelfde aanpak op je eigen website toepast, moet je eerst de scope, data, rollen en reviewafspraken vastleggen. Dat voorkomt dat de pipeline veel output produceert die niemand vertrouwt of opvolgt. Bovendien heb je voor deze aanpak technische expertise nodig. Idealiter ben je zelf technisch sterk, of werk je samen met een medewerker met een grondige technische achtergrond. Daarnaast heb je hardware nodig waarop je een LLM (Large Language Model) kunt hosten, lokaal of in de cloud.

Duidelijke scope en doel

Bepaal vooraf welke domeinen, talen, contenttypes en periode in scope zitten. Voor Camber ligt de publieke voorbeeldscope op camber.be/nl/ en camber.be/fr/. Voor een andere kmo kan de eerste scope bijvoorbeeld één taalversie, één contenttype of één batch belangrijke pagina's zijn.

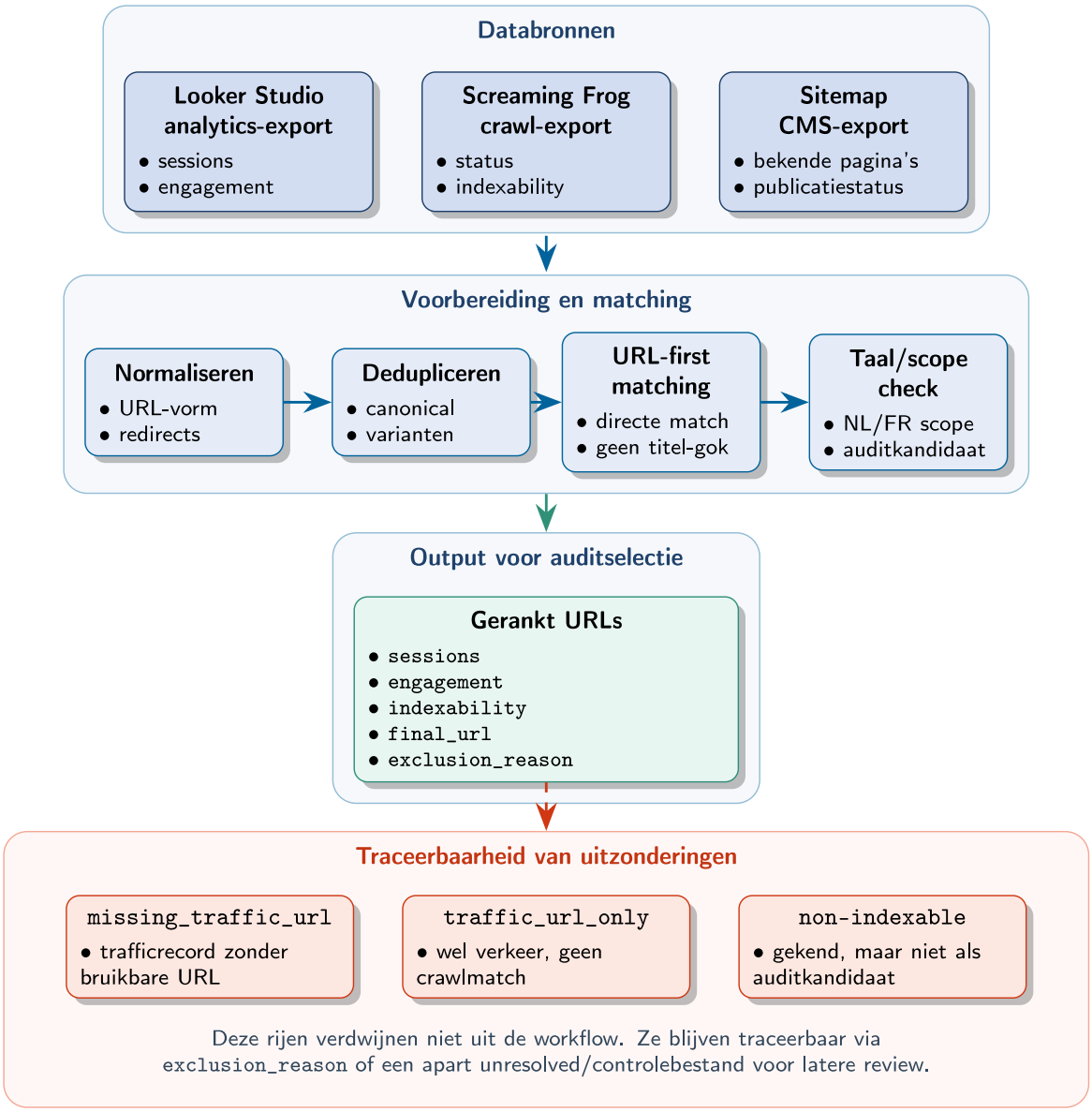
Formuleer ook wat de audit moet opleveren. Mogelijke doelen zijn: minder manuele screening, organische vindbaarheid behouden, oude content sneller detecteren, betere prioriteiten voor het contentteam, consistente kwaliteit bij updates, en betere scanbaarheid voor bezoekers en AI-systemen.

Benodigde databronnen

De minimale databronnen zijn een analytics-export en een crawl of URL-inventaris. Een sitemap of CMS-export is nuttig als aanvullende bron. Werk waar mogelijk met exports in CSV, XLSX of JSON. Voor een audit volstaat vaak een combinatie van publiek bereikbare HTML en gestructureerde exports.

3 STAPPENPLAN

Dit hoofdstuk beschrijft de aanpak zodat een kmo ze kan volgen. De technische implementatie kan lokaal, door een partner of in een cloudomgeving gebeuren. De logica blijft dezelfde: eerst betrouwbare input, dan gecontroleerde audit, daarna prioritering en menselijke contentactie.



Figuur 2: Datavoorbereiding: URLs opbouwen.

Scope en doelen bepalen

Start met een afgebakende vraag. Bijvoorbeeld: "*Welke bestaande magazineartikels in Nederlands en Frans moeten we eerst optimaliseren om SEO en GEO te versterken?*" Bepaal ook welke KPI's de prioriteit sturen: sessions, engagement rate, conversies, organisch verkeer of strategische contentwaarde. Kies liever een beheerbare eerste auditbatch dan meteen de volledige website zonder reviewcapaciteit.

Data verzamelen

Verzamel analyticsdata, crawlgegevens en eventueel sitemap- of CMS-exports. Voor een publieke toolbox volstaat meestal een export; directe CMS-toegang is niet noodzakelijk om een eerste audit te doen. Controleer wel of alle bronnen dezelfde scope beschrijven.

URL-lijst opbouwen

Breng alle relevante pagina's samen. Combineer analyticsdata met een crawl, sitemap of CMS-export. Normaliseer relatieve URL's naar absolute URL's, verwijder evidente duplicaten en hou bij waarom een rij wel of niet auditbaar is. Het resultaat is een gerangschikte lijst van pagina's waarop de rest van de pipeline kan werken.

Trafficdata en crawlgegevens combineren

Koppel trafficdata aan de URL's uit de crawl. Gebruik bij voorkeur URL-first matching. Vermijd dat paginatitels de enige sleutel worden, want titels kunnen ontbreken, wijzigen of dubbel voorkomen. Gebruik sessions en engagement rate als businessimpact, maar niet als automatische SEO-score.

HTML-pagina's ophalen

Voor elke geselecteerde runtime-bruikbare pagina haalt de pipeline HTML op, live of uit cache. Runtime-bruikbaar betekent minstens dat de pagina bereikbaar is, een bruikbare status heeft en HTML-content bevat. Redirects, niet-HTML-bestanden of foutpagina's verdwijnen niet stilzwijgend: ze blijven traceerbaar in unresolved-context.

Content en SEO/GEO-signalen extraheren

De HTML wordt opgeschoond en vertaald naar compacte inputvelden. Denk aan title tag, meta description, canonical, robots, taal, H1/H2/H3, lead paragraph, section outline, FAQ pairs, schema summary, interne links, externe links, hoofdtekst en objectieve metrics. Deze stap is cruciaal: hoe beter de extractie, hoe betrouwbaarder de audit.

SEO/GEO-audit met AI uitvoeren

Elke geselecteerde runtime-bruikbare HTML-pagina binnen de auditbatch wordt als analysepakket naar een lokale of OpenAI-compatible LLM-omgeving gestuurd. De prompt verplicht de LLM om alleen de aangeleverde input te gebruiken en één geldig JSON-object terug te geven met SEO, GEO, issues, recommendations, evidence en confidence.

Output lezen en prioriteren

De output bestaat uit een auditrecord per pagina. Marketeers hoeven niet elk JSON-veld technisch te begrijpen, maar moeten wel weten welke blokken objectieve signalen zijn en welke blokken AI-interpretatie bevatten. De prioriteit combineert businessimpact, objectieve technische signalen en de ernst van SEO/GEO-issues.

Contentactie formuleren

Zet het auditrecord om naar een concrete briefing. Vermijd vage opdrachten zoals "SEO verbeteren". Schrijf per pagina welke title, meta description, lead, headings, FAQ, interne links, CTA of bewijsstukken moeten worden aangepast of toegevoegd.

Publiceren en effect meten

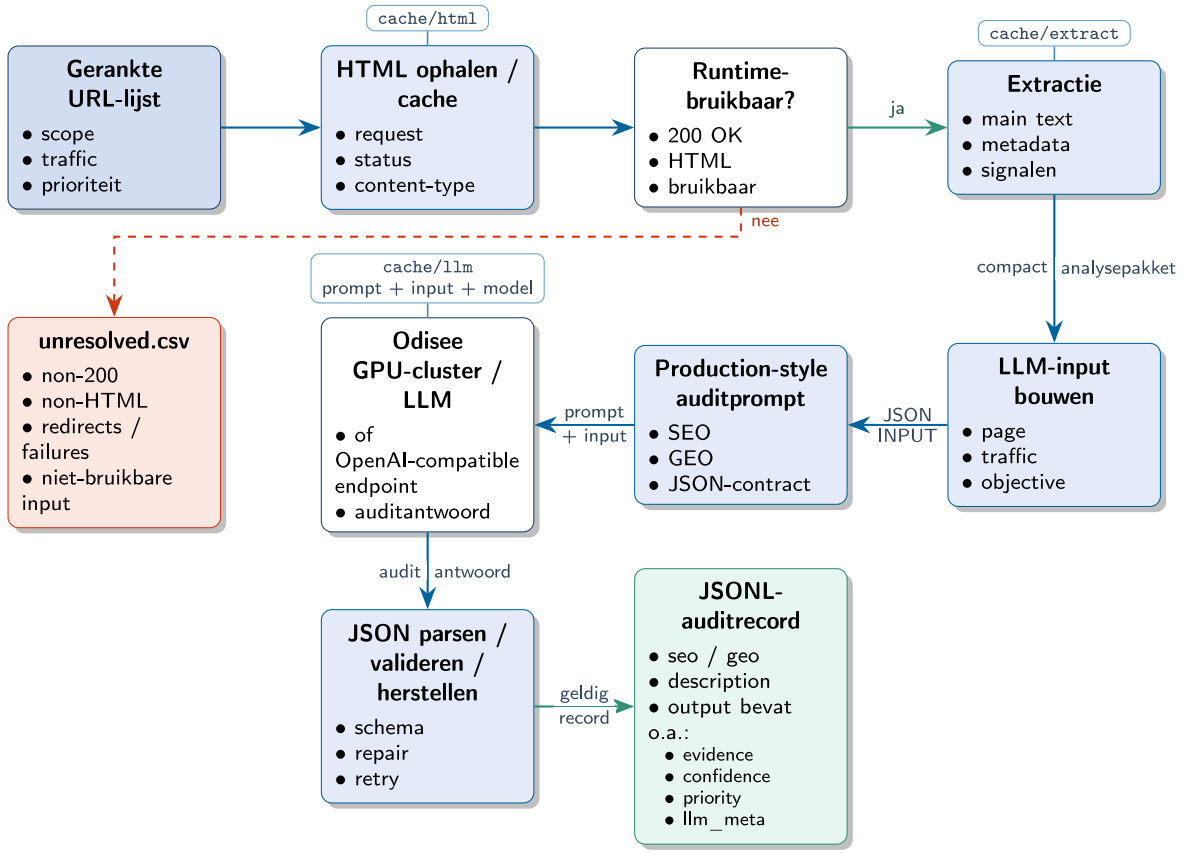
Publiceer pas na menselijke review. Leg vast wat gewijzigd werd, door wie, waarom en wanneer. Meet na 4 tot 8 weken opnieuw sessions, engagement, organische signalen en eventueel conversies. Gebruik trends en vergelijkbare periodes, niet één losse dag met ruis.

4 TECHNISCHE VERDIEPING

Dit hoofdstuk is bedoeld voor wie de pipeline technisch wil begrijpen, beoordelen of laten implementeren. Het blijft bewust beknopt: de publieke manual bevat geen raw code, geen notebooknamen, geen tokens, geen interne hostnames en geen gevoelige lokale paden.

Pipeline-overzicht

De actieve pipeline (zie Figuur 3) combineert trafficdata met een crawl-export, bouwt een gerangschikte URL-lijst, haalt pagina's op, filtert niet-bruikbare pagina's, extraheert metadata en hoofdinhoud, stuurt een analysepakket naar een LLM-endpoint, valideert output en schrijft per pagina een JSONL-row. Dat maakt de workflow reproduceerbaar: dezelfde input, configuratie en promptversie moeten later opnieuw verklaarbare output kunnen opleveren.



Figuur 3: Runtime auditflow, van HTML naar JSONL-auditrecord

Extractie

De extractor probeert niet gewoon het langste tekstblok uit een pagina te nemen. Hij verwijdert eerst duidelijke non-content zoals scripts, styles, navigatie, footer en template-elementen. Daarna zoekt hij betekenisvolle contentcontainers, beoordeelt die op woorden, paragrafen, headings, text density en link density, en straft ruis zoals carousels, newsletters, breadcrumbs of zware CTA-blokken. Het resultaat is een compact analysepakket dat beter geschikt is voor SEO/GEO-evaluatie.

Extractieveld	Gebruik in audit
title_tag en meta_description	Basis voor title quality en meta description quality.
h1, h2, h3 en section_outline	Beoordeling van headingstructuur, topic focus en snippet readiness.
lead_paragraph	Belangrijk voor answer directness en duidelijke introductie.
faq_pairs	Belangrijk voor FAQ-readiness en mogelijke AI-answer snippets.
schema_summary en jsonld_types	Signaal voor machine extractability en structured data.
internal_links_sample en external_links_sample	Input voor linking quality en citability.
precomputed	Objectieve metrics zoals title length, word count, H1-count, alt coverage en FAQ-count.

Production-style auditprompt

In deze handleiding tonen we niet de volledige interne prompt. Wel is het nuttig om de structuur te begrijpen. De prompt dwingt het model om als evaluator te werken, alleen de aangeleverde input te gebruiken en één geldig JSON-object terug te geven. Dat maakt de output beter controleerbaar dan een vrij tekstantwoord.

Rol:
Je bent een SEO/GEO-evaluator. Gebruik alleen de aangeleverde pagina-input.

Input:
Je krijgt URL, taal, title tag, meta description, headings, lead paragraph,
section outline, FAQ pairs, structured data, links, hoofdtekst en objectieve metrics.

SEO-taak:
Classificeer het paginatype, bepaal intent en keywords, scoreer SEO-onderdelen
en geef maximaal vijf concrete SEO-issues.

GEO-taak:
Beoordeel of de pagina geschikt is voor AI-antwoorden: directe antwoorden,
snippet readiness, entity clarity, citability, trust signals, FAQ-readiness
en machine extractability.

Output:
Geef één geldig JSON-object terug met page, seo, geo, description,
evidence en confidence. Voeg geen markdown of extra tekst toe.

JSON-outputvelden

Elke pagina krijgt één auditrecord. De exacte velden kunnen per implementatie verschillen, maar de Camber-workflow gebruikt deze logica: pagina-identificatie, trafficcontext, objectieve metrics, SEO-beoordeling, GEO-beoordeling, beschrijving, evidence, confidence, priority en technische LLM-metadata.

Blok	Hoe interpreteren?
page	Controleer of de juiste URL, taal, canonical en status beoordeeld zijn.
traffic	Businessimpact. Dit is geen SEO-score.
objective	Objectieve technische en contentmetrics uit extractie.
seo	AI-beoordeling van contenttype, intent, keywords, scores en issues.
geo	AI-beoordeling van AI-answer readiness, snippet readiness, entity clarity, citability en machine extractability.
description	Korte samenvatting van pagina en grootste kansen.
evidence	Letterlijke quotes of concrete signalen die issues ondersteunen.
confidence	Betrouwbaarheidsnotities. Lage confidence vraagt manuele controle.
priority	Lokaal berekende prioriteit. Beslissingsondersteunend, niet automatisch beslissend.
llm_meta	Technische metadata zoals model, cache, retries, waarschuwingen of errors.

LLM-infrastructuur

In de Camber PoC werd de LLM-audit lokaal uitgevoerd op de Odisee GPU-cluster, met 2x RTX A6000 GPU's van 48 GB VRAM. Voor kmo's hoeft dit niet exact dezelfde infrastructuur te zijn: dezelfde aanpak kan ook draaien via een lokale of cloudgebaseerde OpenAI-compatible LLM-omgeving.

De keuze voor lokaal of cloud hangt af van data-afspraken, kost, snelheid, privacy, technische maturiteit en gewenste controle. Een lokale omgeving geeft meer controle over data en configuratie, maar vraagt technische kennis. Een cloudomgeving is vaak sneller op te zetten, maar vraagt duidelijke afspraken over inputdata, logging en modelgebruik.

Validatie, repair-loop en unresolved pagina's

LLM's kunnen fouten maken of hallucineren. Daarom wordt output gevalideerd op schema, scores, taalregels, maximale lijstlengtes en toegelaten velden. Wanneer output niet geldig is, kan een repair-loop het model vragen om dezelfde analyse opnieuw als geldig JSON-object te formuleren. Records met waarschuwingen blijven zichtbaar voor QA.

Niet elke rij uit de input wordt een auditrecord. Niet-HTML-bestanden, non-200-pagina's, redirects zonder bruikbare eindpagina, ontbrekende URL's of runtime failures worden apart bijgehouden. Dat is geen detail: unresolved-context maakt duidelijk waarom de uiteindelijke auditbatch kleiner kan zijn dan de oorspronkelijke URL-lijst.

Beknopte CLI-referentie voor operators

Onderstaande commandovoorbeelden zijn bedoeld als operator-kader. Ze horen niet in de hoofdworkflow voor marketeers, maar maken duidelijk hoe de pipeline reproduceerbaar kan worden uitgevoerd. Controleer altijd de actuele projectdocumentatie voordat je commands in productie gebruikt.

```
# Promptinformatie tonen
python -m code.camber_audit.cli print-prompt-info

# Input opnieuw bouwen wanneer analytics- of crawldata gewijzigd zijn
python -m code.camber_audit.cli prepare-inputs --force

# Kleine smoke run
python -m code.camber_audit.cli run --max-pages 5 --out out\smoke.jsonl

# Geselecteerde auditbatch draaien
python -m code.camber_audit.cli run --max-pages 100 --out out\audit_batch.jsonl

# Eén URL extraheren of auditen
python -m code.camber_audit.cli extract --url https://www.camber.be/nl --dump-extraction
python -m code.camber_audit.cli audit --url https://www.camber.be/nl --out out\one.json
```

5 OUTPUT LEZEN EN PRIORITEITEN BEPALEN

De technische output is pas nuttig wanneer een contentteam ze kan lezen. In deze workflow is het belangrijkste resultaat geen losse score, maar een onderbouwde shortlist: welke pagina's vragen eerst aandacht, welke issues spelen er en welke evidence ondersteunt de diagnose?

Harde signalen versus AI-interpretatie

Type output	Voorbeelden	Hoe gebruiken?
Objectieve signalen	status_code, canonical, noindex, H1-count, title length, word count, faq_pair_count, link counts	Gebruik als technische controle. Steekproefmatig valideren, zeker bij templatepagina's.
AI-interpretatie	content_type, primary_topic, SEO/GEO-issues, recommendations, description	Gebruik als auditadvies. Altijd naast evidence en eigen kennis leggen.
Evidence	letterlijke quotes of inputvelden waarop een issue steunt	Verplicht controleren voor contentwijzigingen.
Confidence	overall score en notes over ontbrekende of zwakke input	Lage confidence betekent: eerst manueel bekijken.
Priority	score of bucket zoals P0/P1/P2	Shortlistmechanisme. Geen automatische beslissing.

Priority interpreteren

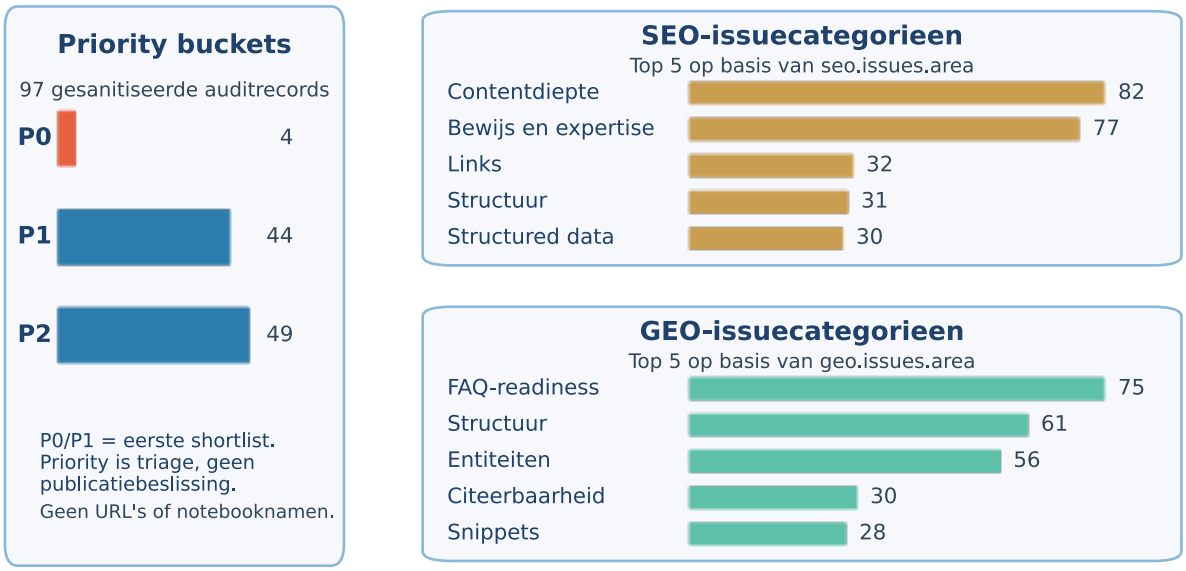
De prioriteit combineert businessimpact, objectieve technische signalen en de ernst van SEO/GEO-issues. Een P0-pagina is geen automatische publicatiebeslissing, maar een signaal om eerst manueel te controleren.

Exacte drempels zijn implementatieafhankelijk en hoeven in een publieke toolbox niet centraal te staan. Belangrijker is dat de content owner begrijpt waarom een pagina bovenaan staat: veel verkeer, strategische waarde, technische problemen, zwakke contentstructuur, lage GEO-readiness of een combinatie daarvan.

Belangrijk: Een hoge prioriteit is geen automatische publicatiebeslissing. Combineer priority met evidence, objective metrics, confidence, merkstem, UX en menselijke review.

Voorbeeld uit de Camber PoC

De exacte PoC-cijfers zijn relevant voor Camber maar niet voor deze handleiding. Ze zijn vooral nuttig om te tonen dat een website groter is dan de lijst met top landing pages. Figuur 4 geef een voorbeeld van een selectie van de cijfers.

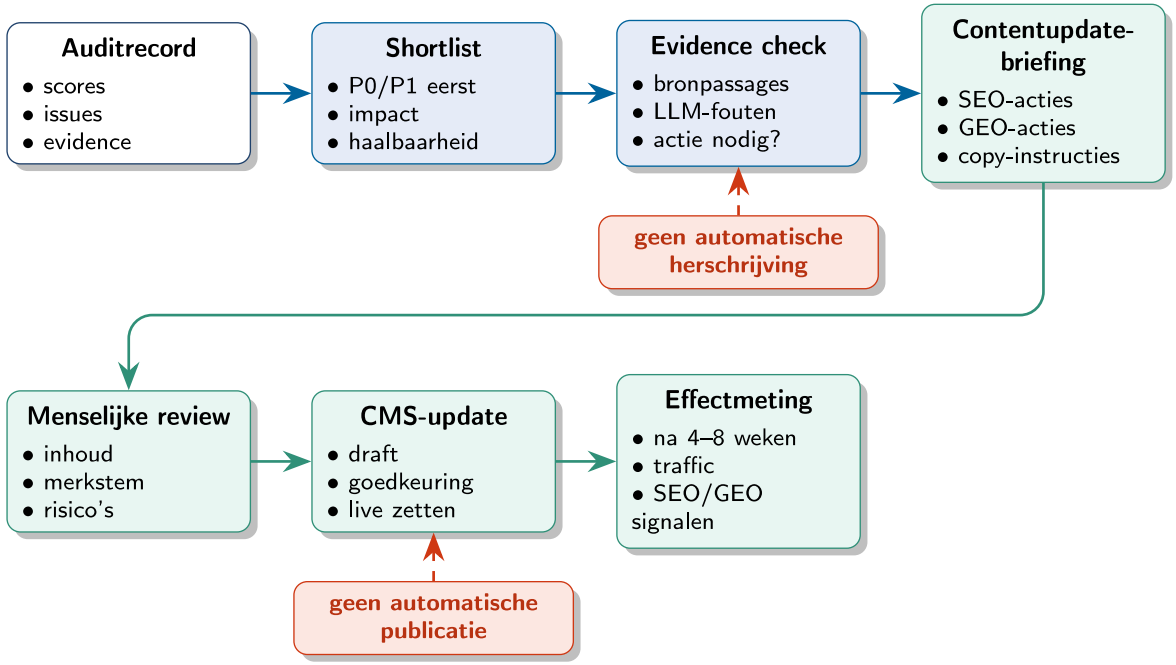


Figuur 4: Analysevoorbeeld: priority buckets en issuecategorieën

Rapportageterm	Wat betekent dit voor een kmo?
Geïnventariseerd pagina-lijst	Alle URL's die via analytics, crawl, sitemap of export in beeld komen.
Geselecteerde auditbatch	De subset die je in één run wil laten controleren, bijvoorbeeld top pages of een contenttype.
Runtime-bruikbare pagina's	Pagina's die bereikbaar zijn, HTML bevatten en technisch auditbaar zijn.
Unresolved-context	Rijen of pagina's die niet verdwijnen, maar apart worden verklaard met reden.
Priority buckets	Een shortlist om reviewcapaciteit te sturen, niet om blind te publiceren.

6 VAN AUDITRECORD NAAR CONTENTACTIE

De waarde van de audit ontstaat pas wanneer de output wordt vertaald naar een concrete contentactie. De workflow is daarom bewust praktisch: selecteren, lezen, briefen, aanpassen, reviewen, publiceren en meten. Figuur 5 toont een overzicht van de flow. Het is belangrijk om te benadrukken dat AI advies levert maar nieuwe tekst en publicatie moeten menselijke beslissingen blijven.



Figuur 5: Van auditrecord naar briefing en gecontroleerde CMS-update.

Contentupdate-briefing maken

Een goede briefing vertaalt een technisch auditrecord naar een concrete opdracht. Ze zegt niet "SEO verbeteren", maar benoemt welke onderdelen moeten worden aangepast, waarom dat prioritair is en welke evidence eerst gecontroleerd moet worden.

Onderdeel	Vraag voor de content owner
URL en taal	Welke pagina en taalversie wordt aangepast?
Prioriteit	Waarom komt deze pagina nu op de shortlist?
Belangrijkste SEO-issues	Welke technische of inhoudelijke SEO-signalen vragen actie?
Belangrijkste GEO-issues	Wat maakt de pagina moeilijk te begrijpen, samenvatten of citeren door AI-systemen?
Evidence	Welke input ondersteunt de diagnose? Is die evidence correct?
Aanbevolen actie	Welke title, meta description, lead, heading, FAQ, link, CTA of bewijsstuk wordt aangepast?
Review	Wie controleert feiten, claims, merkstem, UX, taal en juridische gevoeligheden?
Effectmeting	Welke KPI's worden na 4-8 weken opnieuw bekeken?

Concrete optimalisatieacties

Auditobservatie	Mogelijke contentactie
Title is te algemeen of mist focuskeyword.	Meta title aanscherpen met hoofdonderwerp, merknaam en duidelijke intent.
Meta description ontbreekt of is te vaag.	Meta description herschrijven als korte, concrete samenvatting met waardepropositie.
H1/H2-structuur is onduidelijk.	H1 uniek maken en H2/H3 logisch groeperen per vraag of deelonderwerp.
Lead paragraph is te marketingachtig of indirect.	Lead herschrijven zodat de pagina in de eerste alinea duidelijk antwoordt op de kernvraag.
FAQ-readiness is laag.	FAQ-blok of vraag-antwoordsectie toevoegen wanneer dat past bij de pagina.
Interne links zijn zwak.	Links toevoegen naar relevante realisaties, showrooms, adviespagina's of contactmomenten.
Trust signals zijn beperkt.	Bewijs, cases, referenties, showroominformatie, garanties of contactmogelijkheden duidelijker maken.
CTA is onduidelijk.	Volgende stap verduidelijken: afspraak, showroom, offerte, inspiratie of contact.
Content is te dun of te breed.	Inhoud verdiepen, inkorten of herstructureren op basis van intent.

Merkstem en UX bewaken

Een AI-audit kan nuttige issues aanwijzen, maar kent niet altijd de nuance van merkstem, campagnecontext of klantverwachting. Controleer daarom of elke voorgestelde aanpassing nog klinkt als het bedrijf zelf. Bij Camber betekent dit dat content inspirerend, concreet, gebruiksvriendelijk en passend bij de Camber tone-of-voice blijft.

Merkstem-check	Vraag voor reviewer
Doelgroep	Is duidelijk voor wie de pagina geschreven is?
Belofte	Zijn voordelen concreet zonder ongefundeerde claims?
Toon	Klinkt de tekst als het bedrijf, niet als generieke AI-copy?
Leesbaarheid	Zijn lead, headings en alinea's scanbaar?
Bewijs	Onderbouwen voorbeelden, cases of specificaties de belangrijkste uitspraken?
CTA	Is de volgende stap logisch en niet te opdringerig?

6.4 Review, CMS-update en effectmeting

Publiceer pas nadat de content owner en reviewer akkoord zijn. Documenteer de wijziging en meet effect na 4 tot 8 weken. Combineer kwantitatieve signalen met kwalitatieve beoordeling. Een hogere engagement rate kan bijvoorbeeld even belangrijk zijn als meer sessions, afhankelijk van het doel van de pagina.

7 TESTEN, VERFIJNEN EN MENSELIJKE REVIEW

Een auditbatch is pas bruikbaar wanneer input, runtime, output en interpretatie gecontroleerd zijn. QA is geen extra stap achteraf, maar onderdeel van de workflow.

QA-niveau	Controle	Acceptatiecriterium
Input QA	Bestanden aanwezig, kolommen correct, row counts logisch, scope consistent.	Geen ontbrekende verplichte kolommen; inputwijzigingen zijn gedocumenteerd.
Runtime QA	Status, HTML-content, redirects en final URL logisch.	Niet-bruikbare pagina's staan traceerbaar in unresolved-context.
Extract QA	Lead, headings, main text en metrics niet leeg voor belangrijke pagina's.	Steekproef bevestigt dat extractor hoofdcontent niet mist.
AI QA	JSONL-records geldig, schema in orde, warnings en retries bekeken.	Records met technische waarschuwingen worden geflagd voor manuele inspectie.
Metric QA	Links, images, alt coverage, headings en FAQ-count steekproefmatig controleren.	Geen bekende afwijkingen zonder caveat in rapportage.
Priority QA	P0/P1-shortlist inhoudelijk logisch en verklaarbaar.	Content owner begrijpt waarom pagina's bovenaan staan.
Review QA	Feiten, claims, merkstem, UX, taal en publicatieflow gecontroleerd.	Geen automatische publicatie; reviewer tekent af.

Mini-testset

Maak een kleine vaste testset met verschillende paginatypes: homepage of taalhome, servicepagina, inspiratieartikel, realisatiepagina, contactpagina en een pagina met bewust zwakke metadata. Gebruik dezelfde testset na grote wijzigingen aan prompt, extractor, model of dataflow.

- Controleer of de juiste taal herkend wordt.
- Controleer of primary keywords in de paginataal blijven.
- Controleer of narratieve auditvelden consequent Engels blijven wanneer dat technisch zo gekozen is.
- Controleer of evidence letterlijk uit inputvelden komt.
- Controleer of de LLM geen feiten verzint die niet in de pagina-input staan.
- Controleer of priority niet blind afhangt van één metric.

GO, Conditional GO of NO GO

Runstatus	Wanneer gebruiken?	Actie
GO	Input, output, sample checks en business review zijn voldoende.	Output mag naar de contentworkflow.
Conditional GO	Output is grotendeels bruikbaar, maar bevat gekende beperkingen.	Gebruik alleen gevalideerde subset en vermeld caveats.
NO GO	Structurele schemafouten, onbetrouwbare metrics of ontbrekende hoofdcontent.	Niet gebruiken voor prioritering; eerst fixen en opnieuw draaien.

Menselijke review blijft verplicht

Menselijke review blijft verplicht om vier redenen. Ten eerste kunnen LLM's fouten maken of hallucineren. Ten tweede kan een model context missen, zoals campagneprioriteiten of merkgevoelige nuances. Ten derde kunnen wettelijke of contractuele claims extra controle vragen. Ten vierde kan een technisch correcte SEO/GEO-aanpassing toch slecht lezen voor echte bezoekers.

8 TROUBLESHOOTING EN TIPS

Probleem	Waarschijnlijke oorzaak	Aanpak
Veel unresolved rijen	Niet-indexeerbaar, redirect, 404, ontbrekende URL of niet-HTML.	Lees reason-codes; behandel dit als traceerbaarheid, niet automatisch als fout.
Output rows lager dan selectie	Runtime eligibility filtert pagina's uit.	Rapporteer geselecteerd, runtime-bruikbaar en auditrecords apart.
Batchlimiet lijkt verwarrend	De limiet geldt voor geldige auditkandidaten; unresolved-context kan groter zijn.	Leg dit uit in rapportage en bewaar unresolved samen met de JSONL.
Technische waarschuwingen in metadata	AI-output had retry, validatie of cachewaarschuwing.	Flag record en inspecteer evidence/confidence voor gebruik.
Metrics lijken vreemd	DOM-ruis, templatepagina of extractorbeperking.	Steekproefmatig manueel controleren voordat prioriteit wordt overgenomen.
Taalversie onduidelijk	Meertalige URL-structuur of canonical/hreflang-verwarring.	Toon taal, final URL en canonical altijd bij interpretatie.
Promptwijziging verandert scores	Prompt of modelgedrag is gewijzigd.	Bewaar promptversie, runconfiguratie en changelog; vergelijk met mini-testset.
Contentactie blijft te vaag	Auditissue is niet vertaald naar een concrete pagina-opdracht.	Gebruik de briefingtemplate en vul title, lead, headings, FAQ, links, CTA en bewijs apart in.

Best practices

- Start met een kleine smoke run voordat je een grotere batch draait.
- Gebruik een vaste testset na wijzigingen aan prompt, extractor of model.
- Bewaar runconfiguratie, promptversie en datum zodat resultaten reproduceerbaar blijven.
- Gebruik priority als shortlist, niet als automatische waarheid.
- Bespreek P0/P1-pagina's met marketing, SEO en websitebeheer samen.
- Meet effect na 4 tot 8 weken en hou rekening met seizoen, campagnes en trackingwijzigingen.
- Hou NL- en FR-pagina's gescheiden in interpretatie, briefing en effectmeting.

9 BEGRIPPEN

Voor algemene basisbegrippen rond Custom GPT's kun je ook de vorige handleidingen consulteren (Phil'Suits-handleiding, Afix handleiding). Hieronder focussen we op de begrippen die in deze Camber-use-case rond SEO-, GEO- en AI-vindbaarheidsaudits het belangrijkst zijn.

9.1.1.1 SEO (Search Engine Optimisation)

De klassieke vindbaarheid van een webpagina in zoekmachines. In deze handleiding gaat het onder meer over indexeerbaarheid, titles, meta descriptions, headings, interne links, technische gezondheid en inhoudelijke relevantie.

9.1.1.2 GEO (Generative Engine Optimisation)

De mate waarin een pagina duidelijk, gestructureerd en betrouwbaar genoeg is om door AI-antwoordmachines te worden begrepen, samengevat en geciteerd. GEO bouwt voort op SEO, maar legt extra nadruk op directe antwoorden, citability, duidelijke structuur en machineleesbaarheid.

9.1.1.3 AI-vindbaarheid

Een praktische benaming voor hoe goed een pagina bruikbaar is voor AI-systemen die antwoorden genereren. In deze handleiding wordt AI-vindbaarheid grotendeels gebruikt als mensentaal voor GEO: het gaat om pagina's die niet alleen gevonden worden, maar ook correct begrepen en bruikbaar geciteerd kunnen worden.

9.1.1.4 Evidence

De concrete signalen waarop een auditbeoordeling steunt. Dat kunnen objectieve elementen zijn zoals een ontbrekende meta description, meerdere H1's, weinig hoofdinhoud, ontbrekende FAQ-structuur of zwakke trustsignalen. Evidence maakt duidelijk waarom een pagina prioriteit krijgt of waarom een aanbeveling wordt gedaan.

9.1.1.5 Shortlist

De gerangschikte lijst van pagina's die eerst manueel bekeken of aangepast moeten worden. De shortlist combineert objectieve signalen, businessimpact en AI-interpretatie tot een werkbare prioriteitenlijst voor het contentteam.

9.1.1.6 Auditpipeline

De opeenvolgende workflow van deze handleiding: eerst betrouwbare input verzamelen, daarna pagina's technisch en inhoudelijk analyseren, vervolgens AI inzetten voor interpretatie, en pas daarna prioriteiten en contentacties formuleren. De pipeline eindigt dus niet bij een score, maar bij een shortlist en een concrete briefing voor menselijke review.