

Gold Lemon

Vindbaarheid in Google en AI, wat er gedaan is en wat volgt



MARKTLEIDER-SCORE 31 /100 nieuw	KLIKKEN UIT GOOGLE 52 +108%	ZOEKWOORDEN IN TOP 10 3 /47 nieuw	GENOEMD DOOR AI 21 % nieuw
VERTONINGEN n/a nieuw	BEZOEK (ORGANISCH) 127 (44) +2%	BEZOEK UIT AI-ENGINES n/a nieuw	LINKENDE SITES 12 nieuw

Verschil t.o.v. juli 2026. Klikken en vertoningen uit Search Console, bezoek uit GA4, posities en AI-antwoorden uit de wekelijkse meting.

De vier pijlers

Techniek 89 /100 On-page SEO en sitegezondheid; citeerbaarheid 61/100	Autoriteit 44 /100 12 linkende sites, 12 reviews	Content 18 /100 3 van 47 zoekwoorden in de top 10, 21% genoemd door AI	Gebruik 47 /100 47% betrokken bezoeken
---	--	--	--

Wat AI-engines over je zeggen

1 engine, 19 koopvragen, 19 antwoorden in de laatste meting. Share of voice: het aandeel van de antwoorden dat een site als bron gebruikt.

BRON	SHARE OF VOICE	ANTWOORDEN
opklopper.nl	26%	5
searchlab.nl	26%	5
goldlemon.nl (jij)	21%	4
sortlist.nl	11%	2
sortlist.co.uk	11%	2
happydigital.nl	11%	2
roxtar.nl	5%	1
endeavourheroes.nl	5%	1

“Een aantal partijen die specifiek focussen op het MKB: - Gold Lemon : Richt zich op B2B-MKB-bedrijven en helpt bij het bouwen van het c” Google AI Mode

"Gold Lemon uit Haarlem profileert zich specifiek als een B2B-marketingbureau gericht op het tech-mkb, s" Google AI Mode

Wat er deze maand is gedaan

De eerste maand: de nulmeting, het merkprofiel en de eerste teksten staan op het dashboard.

Fixlijst voor je websitebouwer en marketeer

Citeerbaarheid: kan een AI-engine een antwoord van de pagina halen en jou als bron noemen.

Gemiddeld 61/100 op 9 pagina's. Eerst deze pagina's:

/marketing-automatisering/ 45/100

- **marketeer** Zet direct onder de kop een antwoord van 40 tot 80 woorden op de vraag die deze pagina beantwoordt, in gewone taal en met de naam van het bedrijf erin.
- **marketeer** Maak van minstens twee tussenkoppen een vraag die een koper stelt, bijvoorbeeld "Wat kost ...?" of "Hoe werkt ...?", met het antwoord er direct onder.
- **marketeer** Voeg een blok veelgestelde vragen toe (drie tot vijf vragen met korte antwoorden) en zet er FAQPage-schema onder.
- **bouwer** Toon de publicatie- of wijzigingsdatum op de pagina en in het schema (datePublished, dateModified).

/marketing-automation-b2b/ 60/100

- **marketeer** Zet direct onder de kop een antwoord van 40 tot 80 woorden op de vraag die deze pagina beantwoordt, in gewone taal en met de naam van het bedrijf erin.
- **marketeer** Vermeld wie de tekst schreef met functie, bijvoorbeeld "Door Jan Jansen, eigenaar", en zet dezelfde naam in het schema als author.
- **bouwer** Toon de publicatie- of wijzigingsdatum op de pagina en in het schema (datePublished, dateModified).

/marketing-automation-bureau/ 60/100

- **marketeer** Zet direct onder de kop een antwoord van 40 tot 80 woorden op de vraag die deze pagina beantwoordt, in gewone taal en met de naam van het bedrijf erin.
- **marketeer** Vermeld wie de tekst schreef met functie, bijvoorbeeld "Door Jan Jansen, eigenaar", en zet dezelfde naam in het schema als author.
- **bouwer** Toon de publicatie- of wijzigingsdatum op de pagina en in het schema (datePublished, dateModified).

/seo-bureau-haarlem/ 55/100

- **marketeer** Zet direct onder de kop een antwoord van 40 tot 80 woorden op de vraag die deze pagina beantwoordt, in gewone taal en met de naam van het bedrijf erin.
- **marketeer** Maak van minstens twee tussenkoppen een vraag die een koper stelt, bijvoorbeeld "Wat kost ...?" of "Hoe werkt ...?", met het antwoord er direct onder.
- **bouwer** Toon de publicatie- of wijzigingsdatum op de pagina en in het schema (datePublished, dateModified).

- **marketeer** Zet direct onder de kop een antwoord van 40 tot 80 woorden op de vraag die deze pagina beantwoordt, in gewone taal en met de naam van het bedrijf erin.
- **marketeer** Maak van minstens twee tussenkoppen een vraag die een koper stelt, bijvoorbeeld "Wat kost ...?" of "Hoe werkt ...?", met het antwoord er direct onder.
- **marketeer** Vermeld wie de tekst schreef met functie, bijvoorbeeld "Door Jan Jansen, eigenaar", en zet dezelfde naam in het schema als author.
- **bouwer** Toon de publicatie- of wijzigingsdatum op de pagina en in het schema (datePublished, dateModified).

Wat volgt

- De zwakste pijler is Content: daar werkt je marketeer volgende maand het meest aan.
- Elke maandag: de meting in Google en in vijf AI-engines, een artikel en een LinkedIn-post ter beoordeling.
- Elke maand: 1 oude pagina in vraag-en-antwoordvorm, de linkkansen, de fixlijst voor je bouwer.