

De invloed van AI op SEO

De positieve en negatieve gevolgen
van het gebruik van AI in teksten

ENDEAVOUR
HEROES

Inleiding

Met onder andere de introductie van ChatGPT in 2022, is kunstmatige intelligentie (AI) een hot topic geworden in de SEO-wereld. Veel SEO-specialisten zien steeds meer de waarde in van AI op hun werkzaamheden en gebruiken met liefde verschillende AI-tools om hun werk makkelijker, sneller én beter uit te voeren.

Maar wat is eigenlijk precies de invloed van AI op jouw positie in de Google zoekresultaten? Helpt het echt om hoger te ranken of straft Google dit af? In deze whitepaper gaan we dieper in op de positieve én negatieve invloeden van AI op SEO.

- 1 Het huwelijk van SEO en AI
- 2 De positieve invloeden van AI op SEO
- 3 De negatieve invloeden van AI op SEO
- 4 Wij zijn Endeavour Heroes

Het huwelijk van SEO en AI

Voordat we ingaan op de positieve en negatieve invloeden van AI op SEO, is het belangrijk om het gebruik van AI op SEO-werkzaamheden goed te begrijpen. We lichten de definities van de onderdelen toe.

SEO definitie

SEO draait om het begrijpen van zoekalgoritmes (zoals het algoritme van Google) en het vervolgens aanpassen van online content om hoger te scoren in de zoekresultaten van zoekmachines.

AI definitie

Dankzij artificiële intelligentie kunnen machines menselijke vaardigheden nabootsen, zoals redeneren, leren, plannen en creativiteit. Deze systemen kunnen vervolgens autonoom functioneren, waarbij ze hun gedrag aanpassen door te leren van eerdere acties.

AI voor SEO gebruiken

Wanneer deze twee krachten worden gebundeld, ontstaat een krachtige samenwerking die de weg vrijmaakt voor meer geavanceerde SEO-strategieën. Je gebruikt namelijk slimme AI-tools, die continu blijven doorleren op basis van daadwerkelijk uitgevoerde acties door echte gebruikers. Zie het als een persoonlijke assistent die over heel veel kennis beschikt en het werk in secondes kan uitvoeren. Vooral in het geval van SEO, waar het al snel gaat over het schrijven van teksten en websites analyseren, is dit ontzettend waardevol.

Hoe reageren zoekmachine-algoritmes op AI?

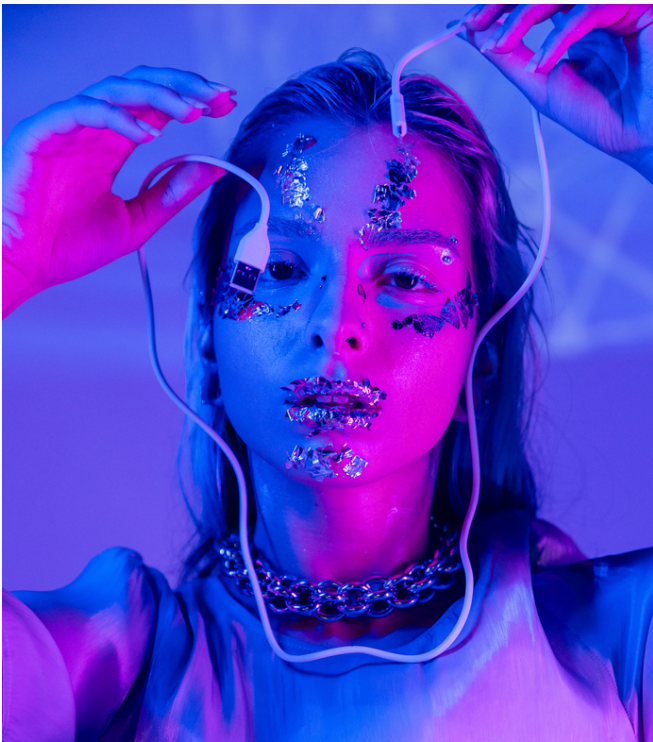
Maar is het echt zo simpel? Want als we iets over SEO en Google weten, dan is het wel dat ze de human touch ontzettend belangrijk vinden. Websites moeten voor echte personen geschreven worden, gebruiksvriendelijk zijn, waarde toevoegen en niet gemanipuleerd worden om alleen maar hoger in de resultaten te komen.

Het algoritme van Google is er zelfs op gemaakt om zulke praktijken af te straffen. Denk bijvoorbeeld aan duplicated content. Google straft het af wanneer je een tekst hebt gekopieerd en geplakt vanuit een andere webpagina. En als teksten niet meer zelf geschreven worden, maar door een machine gemaakt worden, heb je dan geen dubbele content aangezien tientallen of zelfs honderden andere websites dezelfde tekst hebben gekopieerd uit een AI-tool zoals ChatGPT. Het is dus helaas niet zo simpel als dat het lijkt.



De positieve invloeden van AI op SEO

Ondanks dat er veel factoren zijn om rekening mee te houden, heeft AI over het algemeen veel positieve invloeden op SEO. Benieuwd welke dat zijn? We lichten voor je toe.



Relevante content creëren wordt makkelijker

Een van de meest opvallende manieren waarop AI de SEO-arena heeft betreden, is via contentcreatie. Boeiende en relevante content maken, kost nu eenmaal veel creativiteit en inspanning. Met AI kunnen algoritmes enorme datasets analyseren om trends en patronen te identificeren. Dit stelt marketeers in staat om snel creatieve content te produceren die niet alleen aantrekkelijk is voor zoekmachines, maar ook relevant is voor een specifieke doelgroep.

Een AI-tool vertelt je binnen enkele seconden welke onderwerpen interessant zijn om content voor te creëren. Daarnaast helpt het je ook om de content daadwerkelijk te produceren en te optimaliseren.

Sneller content produceren en optimaliseren

Een SEO-expert moet veel content produceren om te ranken op verschillende zoekwoorden. Denk aan landingspagina's, blogartikelen, productpagina's, dienstenpagina's etc. Met traditionele methoden zou het schrijven van kwalitatieve content veel tijd en moeite kosten. Met behulp van AI kunnen verschillende taken geautomatiseerd of versneld worden.

Je kunt door een AI-tool, zoals ChatGPT, een tekst laten schrijven ter inspiratie en dit vervolgens zelf aanpassen om er een *human touch* aan te geven en ervoor te zorgen dat het perfect aansluit bij jouw bedrijf. Je kunt uiteraard ook bestaande teksten door een tool halen ter verbetering en inspiratie.



Zoekmachine algoritme updates kunnen beter worden voorspeld

Zoekmachines verbeteren continu hun algoritmes. Denk aan de welbekende Google updates waarbij ze een aantal keer per jaar nieuwe factoren toevoegen of aanpassen die bepalen hoe hoog jij in de zoekresultaten komt. Door AI in te zetten, kunnen SEO-specialisten gebruik maken van data om trends te voorspellen en hun strategieën hier tijdig op aanpassen. Stel, je vermoedt dat zoekmachines meer waarde hechten aan visuele inhoud. Met behulp van AI kan je historische gegevens analyseren en voorspellen of dit een blijvende trend zal zijn.

Hierdoor kun je jouw strategie aanpassen om meer nadruk te leggen op visuele elementen, zoals afbeeldingen en video's, nog voordat zoekalgoritmes deze verandering volledig implementeren.

AI kan worden ingezet voor linkbuilding

Naast het aanbieden van relevante content, is het hebben van hoge autoriteit een belangrijke factor voor het verkrijgen van topposities in de zoekresultaten. Om meer autoriteit te krijgen, wordt vaak linkbuilding ingezet. Dit kan echter erg tijdrovend zijn. Je moet tenslotte zelf op zoek gaan naar interessante plaatsingen.

Door AI in te zetten, kan je dit proces efficiënter en sneller uitvoeren. Algoritmes kunnen automatisch relevante bronnen identificeren en suggesties doen voor linkbuilding. Dit bespaart niet alleen ontzettend veel tijd, maar verhoogt ook de kans op het verkrijgen van kwalitatieve en waardevolle backlinks, wat weer gunstig is voor de zoekrangschikking.

De gebruikerservaring stijgt naar een hoger niveau

AI speelt een belangrijke rol in het verbeteren van de gebruikerservaring (UX). Zoals we weten, hechten zoekmachines ontzettend veel waarde aan een goede gebruikerservaring. Zoekmachines willen uiteraard dat wanneer iemand iets zoekt, dat diegene ook zo snel mogelijk het beste antwoord krijgt. Dat is het hele idee van een zoekmachine. Het is dus belangrijk dat, wanneer je op een bepaalde zoekterm wilt ranken,, dat je gebruikerservaring optimaal is. Jouw content moet perfect aansluiten op een specifieke zoekopdracht. Als je bijvoorbeeld een AI-tool, zoals ChatGPT, gebruikt om betere zoekopdrachten of relevante vragen te formuleren, kan dat indirect leiden tot een meer bevredigende zoekervaring op Google waardoor je weer hoger in de zoekresultaten kunt komen.

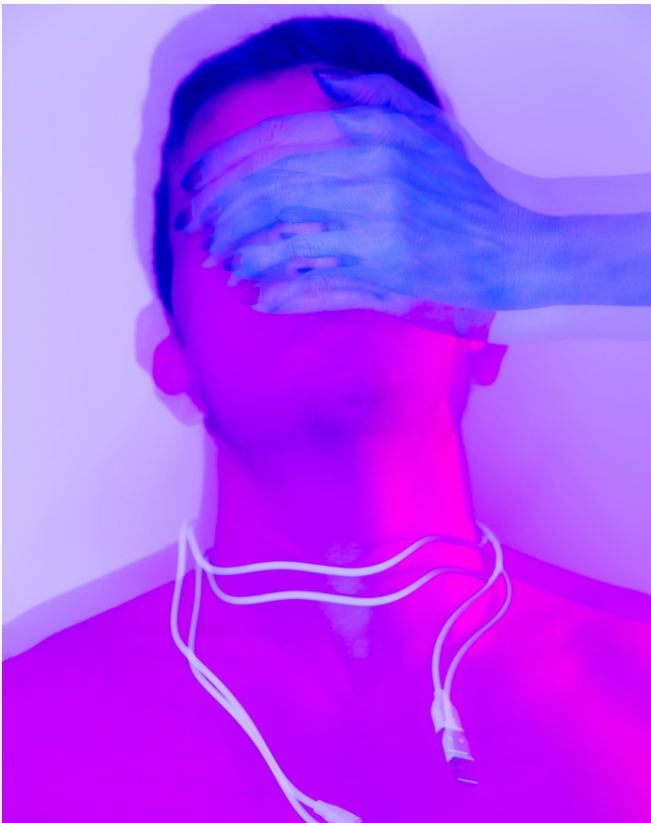
Spraakgestuurde zoekopdrachten worden beter herkend

Zoekmachines maken gebruik van AI om snel en efficiënt informatie te identificeren en te rangschikken op basis van relevantie en intentie.

Een belangrijk onderdeel hiervan is de opkomst van spraakgestuurde zoekopdrachten, oftewel voice search. Mensen zoeken steeds vaker op zoekmachines via voice search. Hiermee bedoelen we zoekopdrachten die op een natuurlijke, gespreksmatige manier zijn geformuleerd. In plaats van korte en formele zoektermen in te voeren, voeren mensen steeds vaker zoekopdrachten uit alsof ze met een echt persoon praten. Misschien gebruik je zelf ook wel eens "Hey Siri ..." van Apple of "Alexa ..." van Google. Doordat zoekmachines gebruik maken van AI, worden spraakgestuurde zoekopdrachten steeds beter herkend en kun je jouw SEO-strategie hierop aanpassen.

De negatieve invloeden van AI op SEO

Hoewel AI tal van voordelen biedt voor SEO, zijn er ook enkele potentiële nadelen en uitdagingen waarmee online marketeers en bedrijven rekening moeten houden.



Risico op overafhankelijkheid en weinig menselijke betrokkenheid

Het gevaar van overmatige afhankelijkheid van AI moet worden erkend. Menselijke betrokkenheid is nog steeds essentieel om authenticiteit, empathie en strategisch denken toe te voegen, wat niet volledig kan worden gerepliceerd door machines. AI is een hulpmiddel, het zal nooit alle eigenschappen van een mens volledig over kunnen nemen. Althans, nu nog niet.

Er is een grote kans op misinformatie

Wanneer AI-algoritmes verkeerd zijn getraind of onvoldoende worden gecontroleerd, bestaat het risico dat ze onjuiste of bevooroordeelde informatie verspreiden. Dit kan leiden tot een vertekening van zoekresultaten, wat schadelijk is voor zowel gebruikers als bedrijven. Bijvoorbeeld, als een AI-systeem bevooroordeelde informatie promoot, kan dit leiden tot misleiding van het publiek en kan het de geloofwaardigheid van zoekmachines aantasten. Het is daarom ontzettend belangrijk dat je altijd de informatie die je krijgt, ook daadwerkelijk zelf checkt.

Belangrijk om stil te staan bij ethische overwegingen

Stel je voor dat een bedrijf AI-algoritmes gebruikt om de zoekposities te optimaliseren. Als deze algoritmes bevooroordeeld zijn, kunnen ze onbedoelde discriminatie vertonen, zoals het benadelen van bepaalde groepen. Om ethische redenen is het belangrijk dat bedrijven zich bewust zijn van dergelijke mogelijkheden. Zo voorkomen ze dat hun SEO-strategieën onbedoeld negatieve effecten hebben op bepaalde gebruikers of concurrenten. Het gaat erom een balans te vinden tussen de voordelen van AI en de ethische overwegingen die daarbij komen kijken.

Zorgen om privacy

Daarnaast roept het verzamelen en analyseren van grote hoeveelheden gegevens voor gepersonaliseerde zoekresultaten veel zorgen op over privacy. Want wat gebeurt er precies met de data die je invoert? Het is dus van belang om strikte privacyrichtlijnen te handhaven en gebruikersgegevens op een verantwoorde wijze te beheren.

Groeiende complexiteit voor kleine ondernemers

Hoewel AI geavanceerde mogelijkheden biedt voor SEO, kan de complexiteit ervan een drempel vormen voor kleinere bedrijven met beperkte middelen. Grote bedrijven met veel budget om geschikte tools aan te schaffen, die ook nog eens een SEO-expert in het team hebben, profiteren het meest van de voordelen van AI. Hierdoor wordt de concurrentie bijna onmogelijk om in te halen voor kleinere bedrijven. Er is dus behoefte aan meer toegankelijke AI-tools die geschikt zijn voor verschillende schaalniveaus om het speelveld eerlijker te houden.

Een nog snellere evolutie van algoritmes en updates

AI-algoritmes evolueren voortdurend. Hoe meer data er binnenkomt, hoe sneller hier iets mee gedaan wordt. Zoekmachines zullen dus waarschijnlijk nog sneller updates doorvoeren en hun algoritmes aanpassen aan de hand van de data. Onverwachte updates kunnen echter onbedoelde gevolgen hebben voor SEO-strategieën. Marketeers moeten flexibel blijven, op de hoogte zijn van wat er speelt en zich continu aanpassen aan deze veranderingen.

Conclusie

AI heeft dus veel positieve invloeden op SEO. Het maakt het werk voor een SEO-specialist niet alleen makkelijker en sneller, maar het maakt het ook echt beter. Je hebt namelijk veel meer toegang tot een enorme hoeveelheid aan data en inzichten waar je verder mee kan testen en optimaliseren. Daarnaast worden zoekmachines ook steeds slimmer en beter dankzij AI, waardoor de gebruiksvriendelijkheid enorm stijgt. Waar je eerst nog een paar losse woorden in teksten moest zetten om te kunnen ranken, begrijpen zoekmachines volledige zinnen steeds beter. Hierdoor wordt de content op jouw website ook een stuk beter leesbaar en heeft het over het algemeen een positief effect op de gebruiksvriendelijkheid.

Naast de vele voordelen zijn er echter ook een aantal uitdagingen waar rekening mee gehouden moet worden. Een SEO-specialist moet nu nog meer dan ooit op de hoogte blijven van de continu veranderende updates en algoritmes én hier ook snel op kunnen inspelen. Dus het kost je minder tijd om SEO teksten te schrijven, maar je bent wel weer meer tijd kwijt aan het aanpassen van de content en het in de gaten houden en testen van nieuwe ontwikkelingen. Daarnaast is het ook goed om je bewust te zijn van misinformatie en blijft het belangrijk om ethisch verantwoorde keuzes te maken en de privacy te beschermen.

AI drukt een stempel op alle aspecten van SEO. Het is duidelijk dat bedrijven die deze technologische vooruitgang omarmen, een voorsprong zullen hebben in de competitieve online omgeving van vandaag en morgen. Het blijft echter belangrijk om een gebalanceerde benadering te behouden, waarbij menselijke expertise wordt gecombineerd met AI-kracht om de meest effectieve en ethisch verantwoorde SEO-strategieën te ontwikkelen.

Wij zijn Endeavour Heroes

Wij zijn Endeavour Heroes! Inhouse marketeers die weten van aanpakken. Onze passie? Kwaliteit! Ja, de markt schreeuwt om talent, maar wij kiezen liever voor de crème de la crème en dat zie je terug in ons werk en resultaten.

Organisaties doen een beroep op ons als ze openstaande vacatures niet ingevuld krijgen of als ze op zoek zijn naar seizoensgebonden of tijdelijke rollen. Sommige bedrijven geven de voorkeur aan werken met een flexibele schil, en andere bedrijven hebben vervanging nodig bij langdurige ziekteverzuim of zwangerschapsverlof.

Wij zijn niet zomaar een team; we zijn een dynamische mix van creatievelingen, enthousiaste datavreters, top-notch communicatie skills en een flinke dosis ondernemerschap. We stoppen nooit met leren. Elke maand stropen we onze mouwen op voor trainingen en sessies die zowel inspirerend als mega leerzaam zijn, om die tech en soft skills van ons team naar een hoger niveau te tillen.

Wat onze matchmaking betreft?

Wij zorgen voor de perfecte klik tussen onze professionals en opdrachtgevers, wat resulteert in tevreden gezichten.

Waarom Endeavour Heroes?

- De beste 2% van honderden sollicitanten per jaar.
- Backup en training door prijswinnend digital agency Endeavour.
- Meer dan 200 digital specialisten als vraagbaak.
- Supersnel inschakelen, wijzigen of stoppen.
- Perfecte match? Neem dan de online marketeer kosteloos over.

Wil je meer weten over Endeavour Heroes?



Gonnetstraat 32, Haarlem



info@endeavourheroes.nl



Endeavourheroes.nl



023 3020106