IFBD
Institute for Business Development

2027

Zichtbaar blijven en gevonden worden nu AI de zoekmachine vervangt...

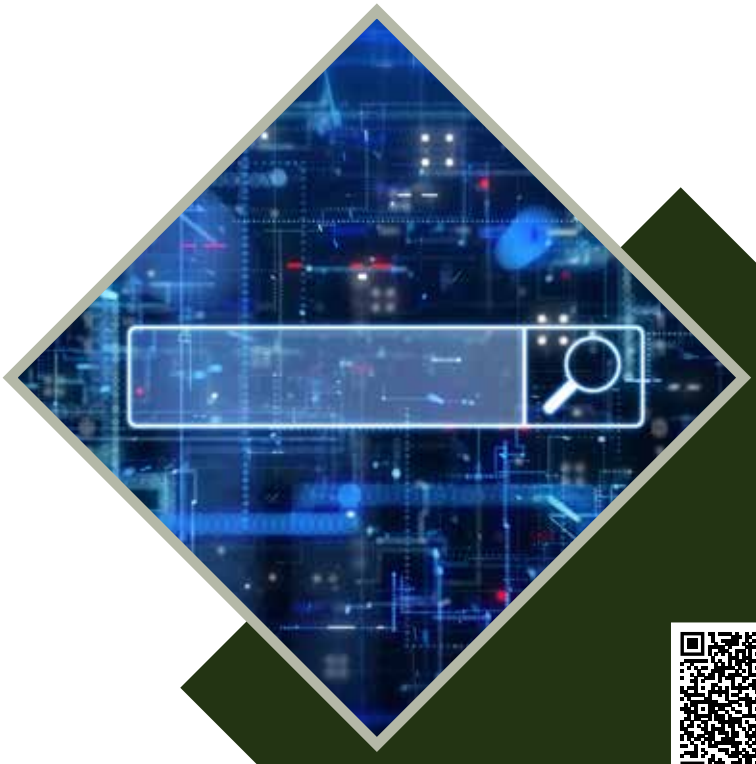
Masterclass Generative Engine Optimization (GEO)

Van ranken in Google naar geciteerd en aanbevolen worden door ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity...

> U ontdekt hoe AI-zoekmachines bepalen wie wél en niet zichtbaar is – en wat dat betekent voor uw merk, uw website en uw content.

> U werkt met het GEO-driehoekmodel – intentie, autoriteit en structuur – en zet de stap van SEO naar AI-gedreven zichtbaarheid.

> U krijgt grip op de Europese AI Act en op vibe coding: zelf werkende toepassingen bouwen met AI, zonder één regel code.



Onder de deskundige leiding van:

Vincent Roders
Founder
NOMADS

>>> **IFBD.BE** /
Artificiële intelligentie &
business IT

Waarom dit programma?

HERKENBAAR? DE CASE VAN PETRA

Petra is al jaren marketeer en kent haar vak. Ze bouwde geduldig een sterke positie op in Google: doordachte SEO, scherpe SEA-campagnes, content die rankt op de juiste zoekwoorden. Jarenlang was dat de norm, en het werkte — haar organisatie stond bovenaan, de kliks kwamen binnen, het budget was verdedigbaar.
Maar er schuift iets. Een groeiend deel van haar doelgroep googelt niet meer, maar vraagt het aan ChatGPT, Gemini, Claude of Perplexity. Wanneer Petra zelf de proef op de som neemt en die tools vraagt welke organisatie kan helpen met haar dienst, valt het op: haar merk wordt niet genoemd. Niet geciteerd, niet aanbevolen. Haar ranking in Google staat er nog — maar in het antwoord dat de klant te zien krijgt, komt ze niet voor.

In deze training werkt u aan precies dat vraagstuk: waarom de ene organisatie wél door AI wordt genoemd en de andere niet, en hoe u uw zichtbaarheid verschuift van ranken naar geciteerd en aanbevolen worden.

UW KLANTEN GOOGELEN STEEDS MINDER. ZE VRAGEN HET AI.

Stel: een potentiële klant vraagt morgen aan ChatGPT welke organisatie hem het beste kan helpen. De vraag is niet óf dat gebeurt – het gebeurt al. De vraag is: staat u in het antwoord? Want uw klanten googelen steeds minder en vrágen het ChatGPT, Gemini of Copilot. Daarmee verandert de manier waarop mensen uw organisatie vinden in razend tempo. **Welkom bij GEO: Generative Engine Optimization of GEO.**

RANKEN WAS GISTEREN. VANDAAG DRAAIT HET OM GECITEERD WORDEN.

Waar zoekmachineoptimalisatie draaide om een hoge plek in Google, draait GEO om iets nieuws: opgenomen, geciteerd en aanbevolen worden in de antwoorden die AI-systemen genereren. Wie dat begrijpt, blijft vindbaar. Wie het negeert, verdwijnt langzaam uit beeld.

We starten daarom met een helder fundament — het verschil tussen SEO, AEO (Answer Engine Optimization), AIO (AI-optimalisatie) en GEO, en hoe deze lagen op elkaar voortbouwen. Daarna vertalen we dat direct naar de praktijk: hoe schrijft en structureert u content zó dat AI-systemen u kiezen als bron?

INTENTIE, AUTORITEIT, STRUCTUUR: WAAROM DE ENE WÉL EN DE ANDERE NIET GENOEMD WORDT.

De rode draad van de training is het GEO-driehoekmodel. Het maakt in één oogopslag duidelijk waarom de ene organisatie wél door AI wordt genoemd en de andere niet. Drie factoren bepalen samen uw zichtbaarheid.

> **Intentie**: de vraag achter de vraag – AI denkt niet in losse zoekwoorden, maar in volledige vragen en keuzes.
> **Autoriteit**: wat AI herkent als expertise – concrete cases, meetbare resultaten en expliciet benoemde kennis; wat u niet opschrijft, kan AI niet herkennen.
> **Structuur**: of AI uw content kan begrijpen en citeren – want scanbaar is citeerbaar, en citeerbaar is zichtbaar. Alle drie moeten kloppen.

EN DAN VERBREDEN WE DE BLIK: DE AI ACT EN ZELF BOUWEN.

Op het einde van de sessie verbreden we de blik. We bespreken de Europese AI Act en wat die in de praktijk betekent voor communicatie- en marketingwerk, en verkennen de trends die er nu echt toe doen: agents, multimodale AI en programmeren met AI. Het sluitstuk is vibe coding: u bouwt zelf, live en zonder programmeerkennis, een werkende toepassing met tools als Claude, GPT (Codex), Base44 en Lovable.

U VERTREKT NIET MET THEORIE, MAAR MET EEN ACTIEPLAN VOOR MAANDAGOCHTEND.

De training is toegankelijk voor iedereen met belangstelling: voorkennis of techniek is niet nodig. We leggen elk begrip helder uit en u gaat steeds zelf aan de slag. Na afloop hebt u een concreet, persoonlijk GEO-actieplan voor uw eigen organisatie, kunt u content beoordelen en bijsturen op vindbaarheid in AI-gegenereerde antwoorden, hebt u zelf een werkende AI-toepassing gebouwd, en staat u sterker als gesprekspartner over AI binnen uw team en organisatie.

De docent



Vincent Roders is een veelgevraagd AI-trainer en keynote spreker over AI, ChatGPT, online marketing en innovatie, en de impact daarvan op ons dagelijkse werk en leven. Hij gaf reeds meer dan 300 sessies in de Beneluxvoor meer dan 4.000 professionals en ontwikkelde het GEO-driehoekmodel dat de rode draad vormt van deze training.

Met bijna een kwart eeuw ervaring als online marketing manager bij toonaangevende multinationals zoals Aegon, Robeco en Essent kent hij de wereld van zoekmachineoptimalisatie en digitale zichtbaarheid van binnenuit. Daarnaast bracht hij verschillende online start-ups van de grond. Sinds de zomer van 2023 geeft hij trainingen over kunstmatige intelligentie en het gebruik van large language models zoals ChatGPT en Google Gemini, waarbij hij al vele deelnemers de mogelijkheden van AI heeft onthuld.

Vincent verzorgde trainingen en lezingen over AI onder meer bij Schiphol, de AFM, AVROTROS, TU Eindhoven, ING & Nationale-Nederlanden, Van Roey, Medisch Centrum Leeuwarden, de Provincie Noord-Brabant, InHolland Hogescholen, PostNL België, VodafoneZiggo en vele andere. Zijn stijl is toegankelijk, praktijkgericht en interactief: hij vertaalt complexe AI-ontwikkelingen naar concrete toepassingen en laat deelnemers steeds zelf aan de slag gaan.

Reality check: hoe 'AI-proof' is uw zichtbaarheid nu?

Beantwoord deze vragen eerlijk:

> Hebt u zelf al eens aan ChatGPT, Gemini of Perplexity gevraagd welke organisatie kan helpen met uw dienst – en gezien of úw merk genoemd wordt?
> Merkt u dat uw doelgroep steeds vaker via AI-tools naar informatie zoekt in plaats van via Google?
> Weet u het verschil tussen SEO, AEO, AIO en GEO – en hoe ze op elkaar voortbouwen?
> Is uw content zo geschreven en gestructureerd dat AI-systemen u graag citeren en aanbevelen?
> Weet u wat de Europese AI Act in de praktijk betekent voor uw communicatie- en marketingwerk?

Twijfelt u bij meerdere vragen? Dan mag u dit programma niet missen.



Programma

MODULE 1: DIAGNOSE: HOE ZICHTBAAR BENT U VANDAAG IN AI-ANTWOORDEN?

We starten met de realiteit: wordt uw organisatie vandaag genoemd wanneer een potentiële klant AI om advies vraagt?

Op het programma:

- Korte zelftest: hoe AI-proof is uw huidige zichtbaarheid?
- Hoe zoekgedrag verandert: van Google-resultaten naar AI-antwoorden.
- Praktijkopdracht: test uw merk, diensten en concurrenten in ChatGPT, Gemini, Claude of Perplexity.
- Analyse: wanneer wordt u genoemd, wanneer niet, en hoe wordt u omschreven?
- Wat AI-antwoorden onthullen over uw positionering, autoriteit en content.
- Uw eerste GEO-diagnose: waar verliest u vandaag zichtbaarheid?

Output:

- Een helder zicht op uw huidige AI-zichtbaarheid.
- Een lijst met vragen, thema's en zoekintenties waarop u wel of niet verschijnt.
- Een eerste vergelijking met uw belangrijkste concurrenten.

MODULE 2: DE MECHANIEK: WAAROM KIEST AI BEPAALDE BRONNEN?

Daarna bekijken we hoe AI-systemen informatie selecteren, samenvatten en aanbevelen. Niet technisch om de techniek, maar praktisch: wat betekent dit voor uw website, content en merk?

Op het programma:

- Het verschil tussen SEO, AEO en GEO helder uitgelegd.
- Waarom ranken in Google niet automatisch betekent dat u genoemd wordt door AI.
- Hoe AI-systemen bronnen herkennen, combineren en samenvatten.
- Het GEO-driehoekmodel:
  - Intentie: begrijpt uw content de echte vraag van de klant?
  - Autoriteit: toont u voldoende expertise, bewijs en relevantie?
  - Structuur: is uw content scanbaar, citeerbaar en herbruikbaar?
- Wat maakt content aantrekkelijk als bron voor AI-antwoorden?
- Veelgemaakte fouten: vage claims, dunne expertcontent, slechte structuur en ontbrekende bewijslast.

Output:

- Een praktisch beoordelingskader om uw eigen content op GEO-waarde te beoordelen.
- Inzicht in waarom sommige organisaties wel worden aanbevolen en andere verdwijnen uit het antwoord.

MODULE 3: CONTENTLAB: VAN SEO-PAGINA NAAR GEO-PAGINA

In dit deel gaat u concreet aan de slag met een bestaande pagina, tekst of dienstbeschrijving. Het doel: content maken die niet alleen gevonden wordt, maar ook bruikbaar is als bron voor AI.

Op het programma:

- Kies een bestaande webpagina, blog, landingspagina of diensttekst.
- Analyseer de tekst op intentie, autoriteit en structuur.
- Herschrijf de pagina naar een GEO-vriendelijke versie.
- Voeg ontbrekende elementen toe:
  - duidelijke probleemstelling;
  - concrete expertise;
  - cases of voorbeelden;
  - meetbare resultaten;
  - veelgestelde vragen;
  - vergelijkingen en keuzeargumenten;
  - scherpe samenvattingen;
  - citeerbare passages.
- Test de herschreven content met AI-tools.
- Vergelijk: wat verandert er in de manier waarop AI uw organisatie begrijpt?

Output:

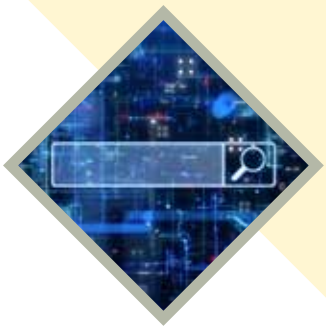
- Een concreet herschreven contentstuk.
- Een checklist om toekomstige content GEO-vriendelijker te maken.
- Inzicht in welke contentelementen uw AI-zichtbaarheid versterken.

Timing cursus

08.30	Ontvangst, registratie met koffie/thee.
09.00	Start van de trainingsdag (met voorstelling docent)
12.30	Lunch
17.00	Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

Programma



MODULE 4: AUTORITEIT BOUWEN: UW MERK ALS HERKENBARE ENTITEIT

GEO draait niet alleen om uw eigen website. AI-systemen kijken breder: naar externe vermeldingen, cases, reviews, expertprofielen, sectorinformatie en consistente signalen rond uw merk.

Op het programma:

- Waarom AI uw organisatie eerst moet begrijpen voordat ze u kan aanbevelen.
- Uw merk als entiteit: wie bent u, waarvoor staat u, en waarvoor moet AI u onthouden?
- Welke externe signalen uw autoriteit versterken:
- Hoe u expertise expliciet maakt in plaats van impliciet laat.
- Hoe u bewijs toevoegt: cijfers, klanten, resultaten, sectorervaring en concrete voorbeelden.
- Consistentie in naamgeving, diensten, specialisaties en positionering.
- De rol van structured data, FAQ's en duidelijke contentarchitectuur.

Output:

- Een overzicht van ontbrekende autoriteitssignalen.
- Een lijst met acties om uw merk herkenbaarder en betrouwbaarder te maken voor AI-systemen.
- Een scherpere formulering van waar uw organisatie door AI mee geassocieerd moet worden.

MODULE 5: UW 30-DAGENPLAN VOOR AI-ZICHTBAARHEID

Tot slot vertaalt u de inzichten naar een concreet actieplan. Geen vage intenties, maar prioriteiten voor de komende maand.

Op het programma:

- Prioriteiten bepalen: pagina's, klantvragen en ontbrekende bewijslast.
- Externe autoriteit versterken: cases, vermeldingen, reviews en expertprofielen.
- AI-zichtbaarheid testen en opvolgen met vaste prompts.
- GEO verankeren in uw contentproces.

Output:

- Uw persoonlijk 30-dagenplan.

Voor wie is deze training?

Deze training is toegankelijk voor iedereen met belangstelling – voorkennis of techniek is niet nodig.
De training is in het bijzonder waardevol als:

> U werkt in communicatie, marketing, content of woordvoering en uw merk online vindbaar wilt houden
> U in sales werkt en gevonden wilt worden op het moment dat een prospect aan AI vraagt welke partij hem kan helpen
> U als manager of teamleider richting wilt geven aan de AI- en digitale strategie van uw organisatie
> U merkt dat klanten of doelgroepen steeds vaker via AI-tools naar informatie zoeken
> U nieuwsgierig bent naar wat AI nu écht kan – van zichtbaarheid tot zelf bouwen – en daar grip op wilt krijgen

Verhoogde interactiviteit

De deelnemers krijgen uitgebreid de kans om hun eigen problematiek ter sprake te brengen. Om dit te realiseren, vragen wij op voorhand een beknopte beschrijving van de probleemstelling te formuleren. Op die manier kunnen wij de cursus volledig opstellen volgens uw eigen informatiebehoefte.
U kunt hiervoor steeds contact opnemen met **Dirk Spillebeen** op het nummer: **+32 50 38 30 30** (e-mail: **dirk@ifbd.be**).

Masterclass Generative Engine Optimization (GEO)

2027

> **Datum & locatie:** zie hiertoe onze website **www.ifbd.be**
> **Kostprijs: € 795** (excl. BTW)

>>> INSCHRIJVEN

E-mail:
info@ifbd.be



klik hier

Via onze website:
ifbd.be



klik hier

Via QR:

Telefoon:
00 32 50 38 30 30



Voor meer informatie omtrent uw inschrijving ...

>>> INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

De deelnameprijs aan dit 1-daagse programma bedraagt **795 Euro** excl. 21% BTW. Dit bedrag is inclusief koude/warme dranken en een uitgebreide lunch tijdens de cursusdag. U ontvangt bovendien een **documentatiemap** die u als naslagwerk kunt raadplegen.

Het IFBD geeft per extra deelnemende collega **5% extra korting** op het **totaalbedrag** met een maximale **korting van 20%** (= 5 deelnemers of meer).

Na ontvangst van uw inschrijving krijgt u een **deelnamebevestiging** en een factuur. Een tweetal weken voor de cursus ontvangt u een **herinnering met nog enige praktische informatie** en een **routebeschrijving**.

Annulatie.
We begrijpen dat andere prioriteiten kunnen optreden tussen uw inschrijving en de cursus. Indien wij minstens **2 weken voor de cursus** uw annulatie ontvangen zoeken we samen met u naar de beste oplossing. **Minder dan 2 weken voor de eerste cursusdag** bent u ons het integrale bedrag verschuldigd en wordt mogelijks een administratieve kost (€ 95) aangerekend. Wij zijn uiteraard steeds verheugd een collega te mogen verwelkomen in uw plaats.

HOTELOVERNACHTING OP DE LOCATIE VAN DE TRAINING

U kan op onze diverse trainingslocaties veelal een overnachting boeken om de cursus op een ontspannen manier te kunnen aanvatten en/of af te sluiten. Meer informatie hieromtrent vindt u op onze website of via volgende link: www.ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden

IFBD-DATABASE & GDPR

We houden u graag op de hoogte van de laatste evoluties binnen uw sector. Daarom hebben we uw gegevens opgenomen in onze database. Uw informatie is voor eigen gebruik, wordt beveiligd en nooit aan derden doorgegeven. Hiertoe nemen we alle nodige maatregelen. Te allen tijde heeft u - overeenkomstig de wet "verwerking persoonsgegevens" van 8/12/1992 en de "AVG-reglementering" van 24/5/2016 - recht op inzage, wijziging of verwijdering van uw gegevens. Meer informatie via onze webpagina www.ifbd.be/nl/GDPR of via e-mail: DPO@ifbd.be.

ALGEMENE VOORWAARDEN

Op onze website op de pagina **ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden** vindt u al onze modaliteiten terug.