



Eerste hulp bij HubSpot AEO

Een checklist ter controle
van je HubSpot AEO

Eerste hulp bij HubSpot AEO

Een compacte checklist om te controleren of je HubSpot AEO goed hebt ingericht en of je klaar bent om de eerste inzichten te verzamelen.

Gebruik deze checklist als snelle nulmeting. Wil je daarna dieper analyseren, je prompts verbeteren of je contentstrategie aanscherpen? Dan is het slim om er specialistisch naar te laten kijken.

Staat AEO goed aan?

Controleer eerst of de basis werkt

- AEO is actief in HubSpot
 - Je ziet de tabs Dashboard, Prompts, Citations en Recommendations
 - Er staan prompts actief
 - Je ziet al eerste responses of citations
 - Er verschijnen aanbevelingen
- Als dit klopt, staat AEO in ieder geval live.

Technische inrichting & systemen

- Is CRM gekoppeld aan het marketing automation-platform?
- Wordt gedrag (scrolls, downloads, clicks) automatisch getrackt?
- Worden leadgegevens automatisch gesynchroniseerd tussen systemen?
- Zijn er standaardsegmenten en lifecycle stages ingericht in CRM?
- Zijn er fallbackmechanismen bij foutmeldingen in workflows?

Privacy & compliance

- Zijn er dubbele opt-ins ingesteld voor e-mailmarketing?
- Is cookie- en toestemmingsbeheer actief via een CMP?
- Worden contactlijsten periodiek opgeschoond?
- Wordt toestemming per kanaal (e-mail, ads, sms) geregistreerd?
- Is er documentatie over de AVG/consentstrategie?



2. Kloppen je basisinstellingen?

Merk

- ☐ Merksnaam klopt
- ☐ Domein klopt
- ☐ Merkvarianten zijn toegevoegd
- ☐ Business type klopt

Voorbeeld merkvarianten

- Bedrijfsnaam
- Bedrijfs Naam
- Afkorting van je merk

Concurrenten

- ☐ Belangrijkste concurrenten zijn toegevoegd
- ☐ Namen en domeinen kloppen
- ☐ Je volgt alleen relevante concurrenten

Producten of diensten

- ☐ Je belangrijkste diensten of oplossingen staan erin
- ☐ De namen zijn concreet genoeg

Te breed: "Consultancy"

Beter: "CRM implementatie", "marketing automation", "HubSpot onboarding"

ICP's

- ☐ Je belangrijkste doelgroepen zijn toegevoegd
- ☐ Ze zijn specifiek genoeg
- ☐ De taal past bij hoe de doelgroep echt zoekt

Te breed: "MKB"

Beter: "Marketing manager bij een B2B-softwarebedrijf"



3. Zijn je prompts sterk genoeg?

Goede prompts maken het verschil tussen ruis en bruikbare inzichten.

- Je prompts klinken zoals een echte koper zou zoeken
- Je prompts zijn specifiek genoeg
- Je prompts zijn geschreven in de juiste taal
- Je hebt niet alleen merkvrage, maar ook bredere zoekvragen
- Je prompts sluiten aan op echte vragen, vergelijkingen en keuzes

Minder sterk:

- Wat doet een marketingbureau?
- Wat is CRM?

Sterker

- Welke partij helpt met CRM implementatie voor een B2B-bedrijf?
- Wat is een goede partner voor marketing automation?
- Welke oplossing past bij bedrijven die sales en marketing beter willen laten samenwerken?

4. Heb je genoeg spreiding in je prompts?

Een goede promptset bevat niet alleen algemene vragen, maar ook vragen uit verschillende fases van de buyer journey.

- Er zitten oriëntatievragen in
- Er zitten vergelijkingsvragen in
- Er zitten evaluatievragen in
- Er zitten beslisvragen in

Denk aan een mix van:

- brede vragen
- vergelijkingen
- merkvrage
- keuzevragen



5. Zijn je prompts logisch gekoppeld?

- Prompts zijn gekoppeld aan de juiste producten of diensten
 - Prompts zijn gekoppeld aan de juiste doelgroep
 - Buyer journey phase voelt logisch per prompt
- Dat maakt je analyses later veel bruikbaar

6. Wat doe je in de eerste week?

AEO draait dagelijks. De eerste dagen zijn vooral bedoeld om te zien of alles werkt.

Check in week 1:

- Komen er responses binnen?
- Komen er citations binnen?
- Zie je al top domains of top URLs?
- Zie je al aanbevelingen?
- Lijken de eerste patronen logisch?

Belangrijk: trek nog niet te snel conclusies. Laat AEO eerst ongeveer een week draaien voordat je echt gaat beoordelen wat werkt en wat niet.



7. Wat check je na ongeveer 7 dagen?

Dashboard

- Wordt je merk zichtbaar in relevante antwoorden?
- Zie je al een eerste trend?
- Zie je concurrenten opduiken?

Prompts

- Welke prompts leveren inzichten op?
- Welke prompts zijn te breed?
- Welke prompts wil je vervangen?

Citations

- Wordt je eigen site geciteerd?
- Welke pagina's worden genoemd?
- Welke externe bronnen spelen een grote rol?

Recommendations

- Welke aanbevelingen zijn echt relevant?
- Welke acties kun je snel oppakken?



8. Wanneer is je AEO-setup 'goed genoeg'?

Je bent klaar om AEO te laten draaien als:

- je setup klopt;
- je prompts relevant zijn;
- de eerste data binnenkomt;
- je bereid bent om pas na een paar dagen of weken te optimaliseren.

Je bent **nog niet klaar** als:

- je prompts te algemeen zijn;
- je doelgroep te vaag is;
- je diensten te breed zijn omschreven;
- je nog twijfelt of de vragen echt aansluiten op koopgedrag.

9. Praktische conclusie

HubSpot AEO is pas echt waardevol als je niet alleen kijkt naar de cijfers, maar ook begrijpt waarom bepaalde prompts, pagina's en bronnen scoren. Deze checklist helpt je om de basis goed neer te zetten.

Wil je daarna beter weten:

- welke prompts je moet vervangen,
 - welke content je het eerst moet maken of verbeteren,
 - en hoe je AEO slim koppelt aan SEO, content en AI-zichtbaarheid,
- zorg dan dat je er met een specialist dieper naar kijkt.



Wil je meer dan een eerste check?

Dan is de volgende stap een inhoudelijke review van je prompts, citaties en aanbevelingen, zodat je weet waar je de meeste winst kunt pakken.

Plan een meeting in met Caroline om die volgende stap te zetten.

Caroline de Vos

Managing Partner

[Plan meeting met Caroline](#)



Maanlander 39 ■ 3824 MN Amersfoort ■ +31(0)337370250
info@marketingguys.nl ■ www.marketingguys.nl