

OKTOBER 2026

# Eerste hulp bij HubSpot AEO

## Praktische checklist voor je inrichting, prompts en eerste inzichten

MG MARKETING GUYS

# Over deze checklist

**Is je HubSpot AEO goed ingericht? Meet je vragen die passen bij je doelgroep? En weet je waar je op moet letten zodra de eerste resultaten binnenkomen?**

**Met deze checklist controleer je de basis: van je bedrijfscontext en promptselectie tot de interpretatie van antwoorden en citaties. Zo ontdek je wat al klopt en waar je eerst aandacht aan wilt besteden.**

## Zo gebruik je deze checklist

Loop de onderdelen op volgorde door. Vink alleen af wat je hebt gecontroleerd en noteer bij twijfel een concrete vervolgactie.

Gebruik de eerste week vooral om de werking en relevantie van je meting te controleren. Beoordeel ontwikkelingen daarna over meerdere dagen of weken, in plaats van op basis van één uitslag.

**Bedrijf:** _____

**Ingevuld door:** _____

**Datum:** _____

**Startdatum van de meting:** _____

**Belangrijk:**
Een werkende meting is niet hetzelfde als een hoge zichtbaarheid. Je kunt AEO goed hebben ingericht en toch weinig merkvermeldingen zien. De volgende stap is dan onderzoeken wat de antwoorden en bronnen je vertellen.

# Controleer je toegang & bedrijfscontext

## 01. Kun je beginnen met meten?

- [ ] We kunnen de AEO-omgeving in ons account openen.
- [ ] De benodigde AI-instellingen en toegestane gegevenscategorieën zijn door de beheerder gecontroleerd.
- [ ] Er zijn prompts geselecteerd die daadwerkelijk worden gevolgd.
- [ ] Het is duidelijk vanaf wanneer deze prompts worden gemeten.
- [ ] We weten wie verantwoordelijk is voor het beoordelen van de resultaten.



**Let op:** Een promptsuggestie is nog geen gevolgde prompt. Controleer welke vragen daadwerkelijk onderdeel zijn van je meting.

## 02. Kloppen je merk en concurrenten?

- [ ] De merknaam en het domein kloppen.
- [ ] Relevante merkvarianten zijn exact gecontroleerd, inclusief hoofdletters, waar die kunnen worden ingesteld.
- [ ] De bedrijfsomschrijving en het bedrijfstype passen bij de organisatie.
- [ ] De geselecteerde concurrenten zijn inhoudelijk relevant.
- [ ] De namen en domeinen van die concurrenten kloppen.
- [ ] We hebben gecontroleerd welke merken in AI-antwoorden terugkomen, want AEO-concurrenten zijn niet altijd je SEO-concurrenten.

## 03. Zijn je diensten en doelgroepen concreet?

Controleer de informatie over producten, diensten en ideale klanten in Context en de selecties die je voor AEO gebruikt.

### Producten en diensten

- [ ] De belangrijkste producten of diensten zijn opgenomen.
- [ ] De omschrijving maakt duidelijk voor wie het aanbod bedoeld is.
- [ ] Het probleem en de gewenste uitkomst zijn concreet beschreven.
- [ ] Verouderd aanbod is herkend en wordt niet onbedoeld gebruikt bij de selectie van suggesties.

**Algemeen:** "Consultancy"

**Concreter:** "HubSpot-implementatie voor B2B-bedrijven die marketing en sales vanuit één CRM willen laten samenwerken."

### Ideal Customer Profiles (ICP's)

- [ ] Het is duidelijk welk type organisatie bij het aanbod past.
- [ ] Relevante kenmerken en de aanleiding om te kopen zijn beschreven.
- [ ] Het bedrijfsprofiel en de betrokken gesprekspartner worden niet met elkaar verward.

**Voorbeeld ICP:** Nederlands B2B-softwarebedrijf dat HubSpot gebruikt, maar onvoldoende inzicht heeft in de bijdrage van marketing aan de pipeline.

**Voorbeeld betrokken persona:** marketingmanager die hierover aan de directie rapporteert.

**Goed om te weten:**
Bedrijfscontext helpt HubSpot om passende promptsuggesties en AI-output te maken. Die context invullen is geen garantie dat je merk in publieke AI-antwoorden verschijnt. Het vervangt je publieke content en externe zichtbaarheid niet.

**Eerstvolgende verbetering aan onze context:**

# Selecteer vragen die iets opleveren

## 04. Passen je prompts bij je meetdoel?

Een goede prompt vertegenwoordigt een vraag waarvan het antwoord relevant is voor jouw marketing. Maak daarom eerst duidelijk wat je wilt onderzoeken.

- [ ] De vragen passen bij situaties, problemen of keuzes van onze doelgroep.
- [ ] De taal past bij de markt waarin we willen meten.
- [ ] De vragen bevatten voldoende context om bruikbare antwoorden op te leveren.
- [ ] Er is een bewuste mix van vragen met en zonder onze merknaam.
- [ ] We weten per vraag welk inzicht we ermee willen verzamelen.

**Oriëntatie (Awareness):** "Wat is marketing automation?"

**Oplossingen vergelijken (Consideration):** "Wat zijn de verschillen tussen HubSpot en andere marketing-automationplatforms voor een B2B-softwarebedrijf?"

**Een partner beoordelen (Evaluation):** "Waar moet een B2B-bedrijf op letten bij het kiezen van een HubSpot-implementatiepartner?"

**Een keuze maken (Decision):** "Welke partijen helpen Nederlandse B2B-bedrijven met een HubSpot-implementatie?"

**Let op:** Dit zijn voorbeelden, geen vaste promptset.
Gebruik vragen die aansluiten op jullie eigen markt en klantgesprekken.

## 05. Is de spreiding en indeling logisch?

- [ ] De promptset bevat vragen uit relevante fases van de klantreis.
- [ ] De indeling in Awareness, Consideration, Evaluation of Decision past bij de vraag.
- [ ] De koppeling met een product of dienst klopt, waar die wordt gebruikt.
- [ ] De koppeling met een doelgroep klopt, waar die wordt gebruikt.
- [ ] We meten niet meerdere vrijwel identieke vragen zonder duidelijke reden.

Vergelijk niet alles met dezelfde verwachting. Bij brede oriëntatievragen komen merken doorgaans minder vaak terug dan bij vragen naar geschikte leveranciers. Een lage merkzichtbaarheid maakt een relevante oriëntatievraag niet automatisch onbruikbaar.

## 06. Gebruik je Prompt Bank als startpunt, niet als eindantwoord?

Zie je suggesties in Prompt Bank? Beoordeel ze voordat je ze aan je meting toevoegt.

- [ ] De suggestie past bij een relevante dienst en doelgroep.
- [ ] De taal en de koopvraag zijn herkenbaar.
- [ ] We kunnen uitleggen waarom deze vraag de moeite waard is om te volgen.
- [ ] We nemen suggesties niet automatisch over.
- [ ] We controleren welke geselecteerde vragen daadwerkelijk worden gevolgd.

### Wat weet je over de herkomst?

HubSpot beschrijft dat promptsuggesties gebruikmaken van bedrijfsgegevens, doelgroep en aanbod, waaronder geselecteerde producten en ICP's. Beschouw een AI-gegenereerde suggestie niet als bewijs dat echte gebruikers precies die vraag stellen.

Ga ook niet zonder bevestiging uit van automatische vernieuwing van Prompt Bank na een contextwijziging, of van automatische generatie van nieuwe vragen uit bestaande AI-antwoorden. Controleer nieuwe suggesties inhoudelijk.

**Onze belangrijkste ontbrekende of te verbeteren vraag:**

# Controleer de werking & lees de resultaten

## 07. Wat controleer je in de eerste week?

HubSpot voert gevolgde prompts dagelijks uit. Gebruik de eerste week vooral voor een controle op de werking en de inhoud.

- [ ] Er komen antwoorden binnen voor de gevolgde prompts.
- [ ] De antwoorden gaan over het onderwerp dat we willen onderzoeken.
- [ ] De taal en de bedoeling van de vragen sluiten aan bij ons meetdoel.
- [ ] We bekijken beschikbare citaties en openen enkele bronpagina's.
- [ ] We noteren ontbrekende data of opvallende afwijkingen voordat we conclusies trekken.

### Geen aanbevelingen zichtbaar?

Dat is op zichzelf geen bewijs dat de meting niet werkt. Controleer eerst of prompts worden gevolgd en antwoorden binnenkomen. Beoordeel aanbevelingen wanneer ze beschikbaar zijn.

## 08. Wat beoordeel je na de eerste meetperiode?

Gebruik ongeveer een week als eerste evaluatiemoment, niet als harde grens voor betrouwbare conclusies. Bekijk ontwikkelingen over meerdere dagen of weken.

### Merkzichtbaarheid

- [ ] Wordt ons merk genoemd bij de vragen die voor ons belangrijk zijn?
- [ ] Welke concurrenten worden genoemd?
- [ ] Verschillen de uitkomsten per vraag, fase of answer engine?

### Citaties en bronnen

- [ ] Wordt onze website als bron gebruikt?
- [ ] Welke eigen pagina's worden geciteerd?
- [ ] Welke externe websites en pagina's komen terug?
- [ ] Wat kunnen we leren van de inhoud en opbouw van die bronnen?

HubSpot gebruikt patronen in antwoorden en citaties om contentaanbevelingen te formuleren. Behandel ze als onderbouwde aanknopingspunten, niet als automatische opdrachten of gegarandeerde oplossingen.

## 09. Kun je de uitkomsten eerlijk vergelijken?

Vergelijk alleen wat vergelijkbaar is, en leg vast wat er tussentijds veranderde.

- [ ] We controleren regelmatig of HubSpot iets heeft veranderd aan AEO of Context.
- [ ] We vergelijken dezelfde periode, engines en promptselectie, of benoemen de verschillen.
- [ ] Wijzigingen aan prompts en hun indeling zijn vastgelegd.
- [ ] We trekken geen conclusies uit één losse stijging of daling.
- [ ] We verwijderen een relevante vraag niet uitsluitend omdat ons merk nog niet wordt genoemd.

**Belangrijkste bevinding:**

# Bepaal je volgende stap

## 10. Waar sta je nu?

### Klaar om te starten

- [ ] Onze bedrijfscontext en AEO-selecties zijn gecontroleerd.
- [ ] We hebben relevante vragen geselecteerd om te volgen.
- [ ] We weten wat we met die vragen willen onderzoeken.

### De meting werkt

- [ ] De gevolgde prompts leveren antwoorden op.
- [ ] We begrijpen welke periode en selectie we bekijken.
- [ ] Eventuele ontbrekende data is genoteerd voor verdere controle.

### Klaar om te verbeteren

- [ ] We hebben meerdere antwoorden en beschikbare bronnen inhoudelijk bekeken.
- [ ] We kunnen onderscheid maken tussen een meetprobleem, een ongeschikte vraag en lage zichtbaarheid.
- [ ] We hebben een concrete verbetering gekozen en iemand verantwoordelijk gemaakt.

### Maak van een bevinding een actie

Kies de belangrijkste vervolgstap. Bijvoorbeeld: een onduidelijke dienstomschrijving verbeteren, een ontbrekende kopersvraag toevoegen, bestaande content aanscherpen of onderzoeken waarom een externe bron vaak wordt geciteerd.

**Onze prioriteit:**

**Wat gaan we aanpassen?**

**Wanneer voeren we dit uit?**

**Wanneer beoordelen we de uitkomsten opnieuw?**

# Wat is de volgende stap?

## Goede inrichting is het begin

Deze checklist helpt je om gericht te meten en de eerste inzichten te beoordelen. Een lage score vraagt om onderzoek, niet automatisch om een andere prompt. En een nieuwe aanbeveling vraagt om een inhoudelijke keuze, niet automatisch om nieuwe content.

De waarde ontstaat wanneer je vragen, antwoorden en bronnen verbindt aan een concrete verbetering van je marketing.

### Wil je hulp bij de beoordeling?

Laat je bedrijfscontext, prompts, citaties en aanbevelingen in samenhang beoordelen. Zo bepaal je welke vragen je wilt blijven volgen, welke content je kunt verbeteren en waar nader onderzoek nodig is.

Plan een meeting met Caroline →

MG MARKETING GUYS