



Online marketing trends & nieuws juni 2025



-
-
-
-
-
-

SEO Trends & nieuws

Google AI overviews nu ook in Nederland

Wat is het?

Google toont bij sommige zoekopdrachten een AI-gegenereerd antwoord bovenaan de zoekresultaten. Deze zogenaamde *AI overviews* geven direct een samenvatting van informatie van meerdere websites.

Waarom belangrijk?

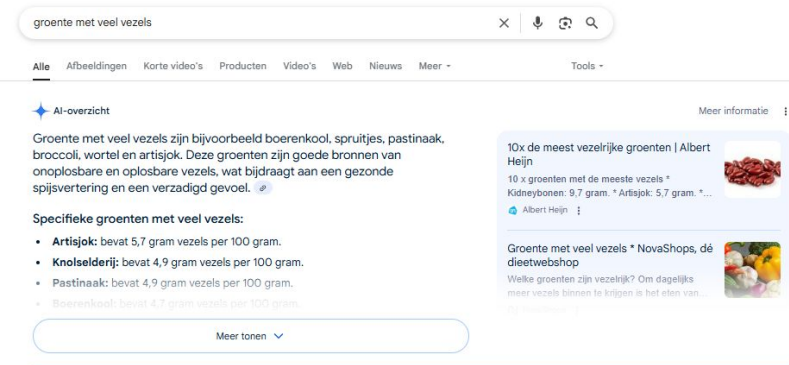
Deze ontwikkeling verandert hoe mensen informatie zoeken én vinden. SEO-strategieën moeten rekening houden met minder klikken en meer focus op *autoriteit, contentstructuur en EEAT (expertise, experience, authoritiveness, trustworthiness)*.

Impact

Volgens een rapport van BrightEdge zijn de klikfrequenties (CTR) met 30% gedaald sinds de introductie van AI overviews.

Bron:

<https://www.bright.nl/nieuws/1297758/google-geeft-ook-in-nederland-nieuwe-ai-antwoorden-in-de-zoekresultaten.html>



AI mode: in gesprek met Gemini

Wat is AI mode?

- Google introduceert AI mode in de VS: een nieuwe zoekervaring waar je in gesprek gaat met een AI-assistent, aangedreven door Gemini 2.5. In plaats van losse zoekresultaten krijg je direct samengesteld, interactieve antwoorden via een chat interface bovenin de zoekpagina.

Waarom is dit belangrijk?

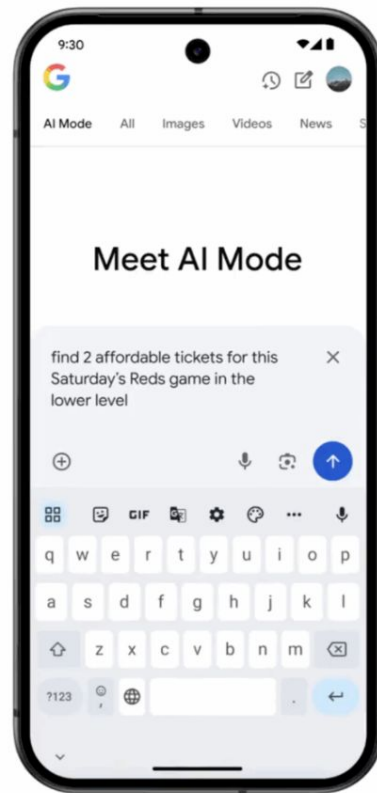
- AI mode laat zien dat Google de traditionele zoekmachine transformeert naar een proactieve, antwoordgerichte assistent. Gebruikers kunnen complexere vragen stellen en blijven langer binnen de AI-interface, zonder door te klikken naar websites.

Wat betekent dit voor ons?

- De zichtbaarheid in Google verschuift: AI Mode kan zorgen voor minder verkeer via organische zoekresultaten. Het wordt belangrijker om content te optimaliseren voor AI-antwoorden en te begrijpen hoe Google informatie samenvat en presenteert.

Bron:

<https://www.searchenginejournal.com/google-expands-ai-features-in-search-what-you-need-to-know/547176/>



AI Mode-data binnenkort zichtbaar in Search Console

Wat is er nieuw?

- Google heeft bevestigd dat gegevens over AI Mode binnenkort beschikbaar komen in Google Search Console. Hoewel deze functie nog niet live is, wordt de documentatie al bijgewerkt ter voorbereiding op de uitrol.
-

Hoe wordt het weergegeven?

AI Mode-verkeer wordt binnenkort opgenomen binnen het bestaande 'Web'-zoektype in het prestatierapport. Dit betekent dat het niet afzonderlijk filterbaar is, ondanks dat AI Mode in een apart tabblad verschijnt binnen de zoekresultaten.

Waarom is dit belangrijk?

Voor SEO-specialisten en website-eigenaren is het cruciaal om inzicht te krijgen in hoe AI Mode het verkeer beïnvloedt. Hoewel specifieke gegevens over AI Mode (zoals impressies en klikken) niet afzonderlijk beschikbaar zijn, biedt de integratie in het prestatierapport toch waardevolle inzichten.

Bron:

https://www.seroundtable.com/google-ai-mode-reporting-search-console-39468.html?utm_source=chatgpt.com



-
-
-
-
-
-

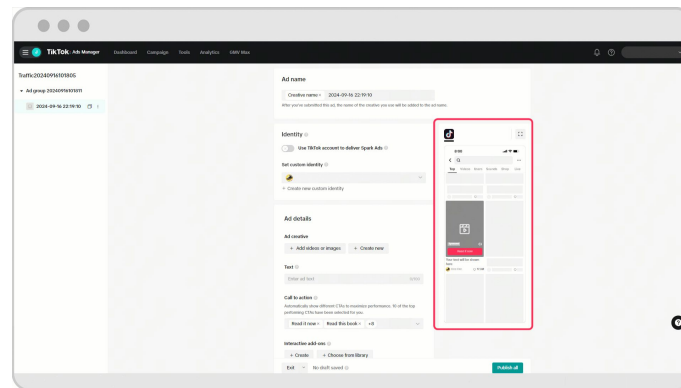
Social Trends & nieuws

Nieuw: TikTok Search campagne

TikTok wil zijn zoekadvertentiemogelijkheden verbeteren en verder gaan dan geautomatiseerde advertenties om marketeers meer controle te geven over targeting en biedingen. Net zoals bij Google en Amazon.

TikTok Search Ads is een op zoekwoorden gebaseerde oplossing waarmee merken in de zoekresultaten van het platform kunnen verschijnen. Deze functie is ontworpen om in te spelen op het zoekgedrag van gebruikers met een hoge intentie, waardoor adverteerders consumenten kunnen bereiken wanneer zij actief zoeken naar content of producten.

57% van de TikTok-gebruikers gebruikt de zoekfunctie van de app en 23% van de gebruikers begint met zoeken binnen de eerste 30 seconden na het openen van de app, laten gegevens van TikTok zien. Dit suggereert dat zoekgedrag steeds meer een onderdeel wordt in hoe het platform wordt gebruikt. Bovendien ontdekte TikTok dat merken die zowel zoekadvertenties als in-feedadvertenties gebruiken, 20% meer conversies behalen. Dit toont aan dat zoekadvertenties de potentie hebben om zinvolle resultaten te genereren.



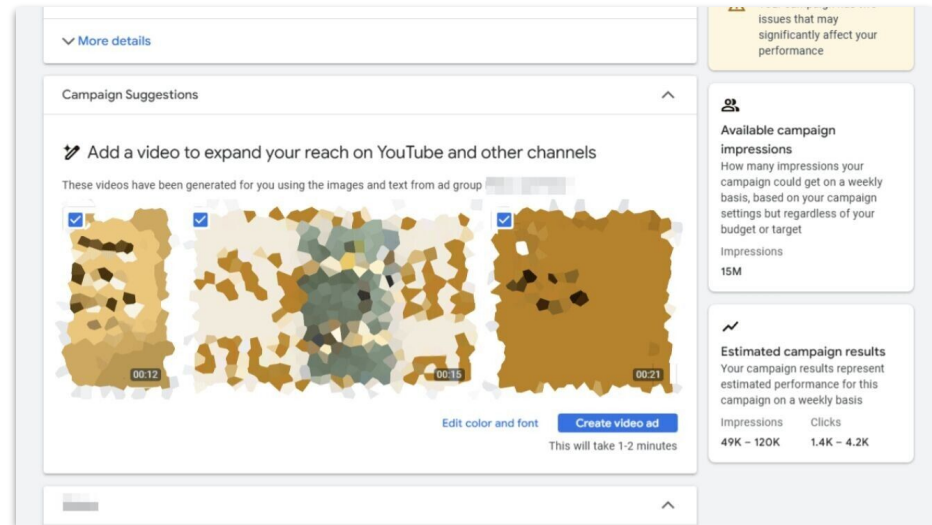


-
-
-
-
-
-

SEA Trends & nieuws

Genereer video's met ingebouwde AI

- Google Ads biedt de mogelijkheid om automatisch video's te genereren voor Demand Gen-campagnes.
- Op de campagnereviewpagina wordt gevraagd video's toe te voegen om het bereik te vergroten, met voorgestelde videominiaturen, geschatte impressies en prestatiecijfers.
- Wanneer er geen video is geüpload, kan Google automatisch video's genereren in horizontaal, verticaal en vierkant formaat.

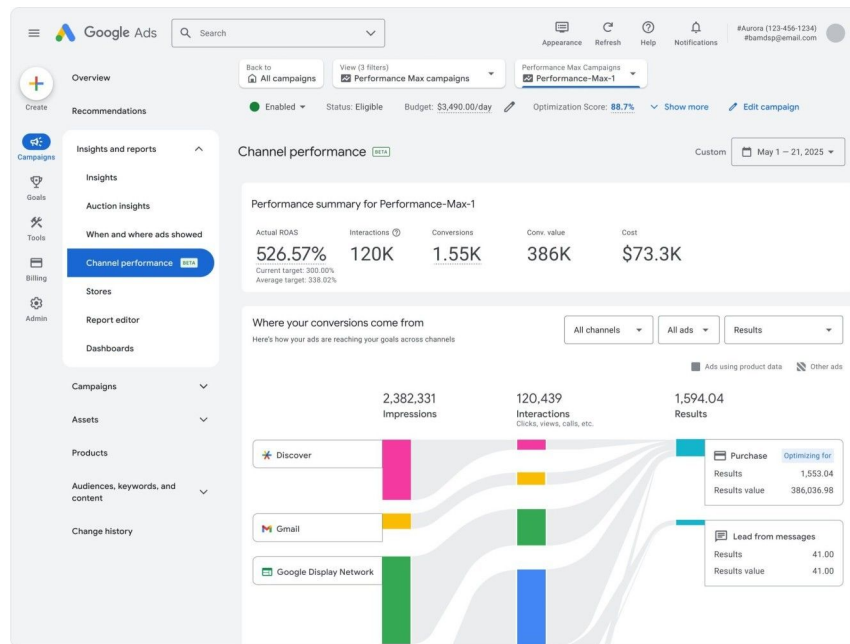


Updates voor Performance Max reporting

De updates geven specialisten en adverteerders meer duidelijkheid over **waar en hoe** campagnes presteren op platforms zoals Search, YouTube, Display, Gmail en meer.

Wat is nieuw:

- Een pagina Kanaalprestaties met visuele inzichten en uitsplitsingen per formaat (bijv. Shopping-advertenties, video)
- De zoektermen rapportage komt nu overeen met wat je krijgt in Search & Shopping campagnes.
- Metrics op asset niveau omvatten nu ook impressies, klikken en kosten. Deze inzichten kan je gebruiken om de Ad Strength te verbeteren.



Ook het aantal search thema's in Performance Max is verdubbeld

Voorheen kon je maximaal 25 thema's toevoegen. Met de update is het nu mogelijk om tot wel 50 thema's toe te voegen.

Search themes BETA

What are some words or phrases people use when searching for your products or services? ⓘ

Add search themes (up to 50)

2 ads van 1 adverteerder

Op dezelfde zoekresultaten pagina

We deelden in de vorige marketing update al dat deze functie eraan kwam. We zien het nu ook daadwerkelijk terug in de zoekresultaten!

**TWO DIFFERENT ADS
From Two Different Campaigns
TWO DIFFERENT URLS
ON THE SAME ADVERTISER**

Steeds meer YouTube video uitlevermogelijkheden

- Google heeft zojuist bumper- en 15 seconden-advertenties toegevoegd aan YouTube-advertentieformaten.
- Met deze update houdt Google vast aan hun trend. Dat zijn verschillende creatives in verschillende formaten!

Ad formats

Select the non-skippable in-stream ad formats that you want to use for this campaign

Thomas Eccel

☐ 15 seconds ?

☒ Bumpers and 15 seconds BETA ?

ChatGPT product listings

Beperkt tot organische resultaten

ChatGPT beveelt nu producten aan wanneer **mensen zoeken met koopintentie**.

Zoekopdrachten zoals: “Beste cadeaus voor koffielovers” of “Top hoofdtelefoon met ruisonderdrukking onder €200” leiden tot echte productsuggesties. Dit zijn geen advertenties.

Wat moet je doen?:

- Zorg ervoor dat je OpenAI's crawler niet blokkeert: OAI-SearchBot. Controleer je robots.txt-bestand.

Als dit wel wordt geblokkeerd, kan ChatGPT je site niet indexeren.

- OpenAI werkt aan een manier voor verkopers om productgegevens rechtstreeks in te dienen.

What's the best espresso machine under \$200 that comes close to the taste of coffee in Italy?

If you're aiming to recreate the ambiance of an Italian café at home without exceeding a \$200 budget, there are several espresso machines that can deliver rich, authentic flavors. Below are some top picks that balance quality and affordability:

Versatile Choice

De'Longhi ECP3220 Espresso Machine

\$119.95

De'Longhi and 9 others

Compact Design

Gevi Compact Professional Semi-Automatic Espresso...

\$124.99

GEVI and 3 others

Best Budget Choice

De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine

\$99.95

PurLife

ChatGPT chooses products independently. Learn more >

Top Selections Explained:

- **De'Longhi ECP3220 Espresso Machine**
Versatile Choice
With adjustable controls and a self-priming operation, this machine simplifies the espresso-making process. The manual steam wand lets you texture milk to your preference, enhancing your at-home barista experience.

Best Budget Choice

De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine

★★★★★ 4.3 (412)

Purchasing options

De'Longhi \$99.95 Buy

De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine
Free delivery by Wed, Apr 30, - 30-day returns

Walmart \$90.99 Buy

De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine
Free delivery

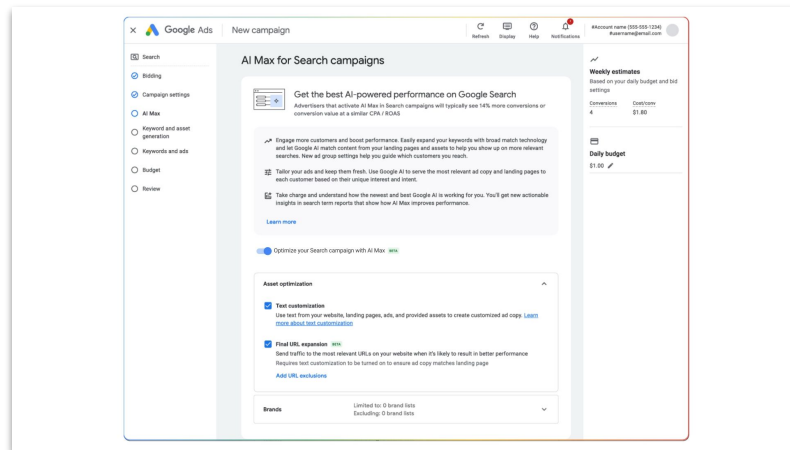
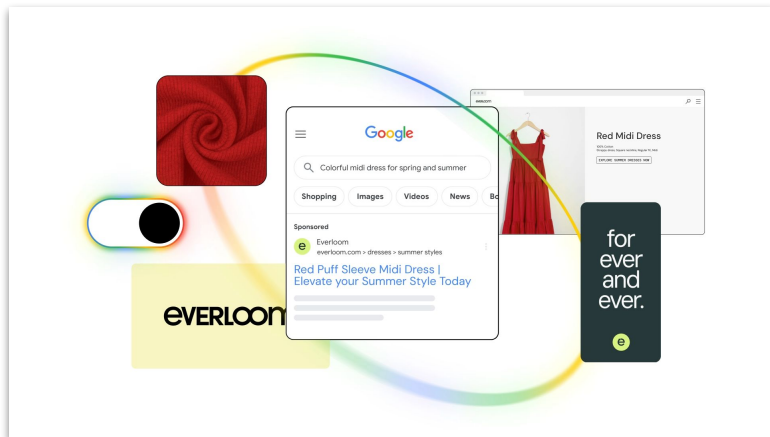
BrandsMart USA \$89.99 Buy

De'Longhi Stilosa Manual Espresso Machine
Free delivery by Thu, Apr 24, - 30-day returns

AI MAX

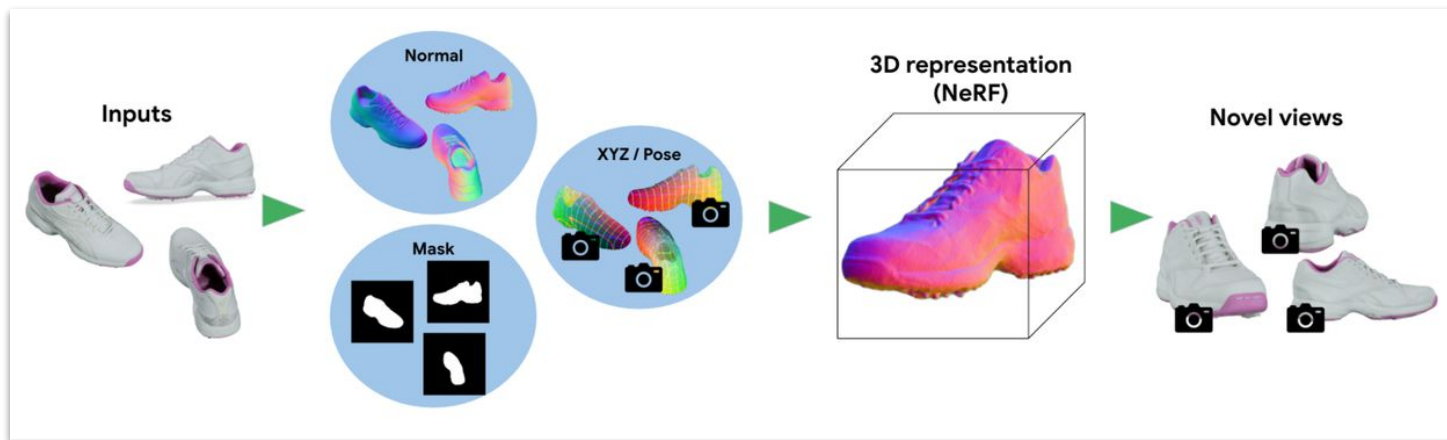
AI Max is dé nieuwe standaard voor het Google Ads Search landschap, waarbij AI je helpt om zoekadvertenties beter af te stemmen op de gebruikersintentie. Dit zorgt voor relevantere en efficiëntere campagnes met betere prestaties. [Lees de release pagina van Google hier.](#)

Vanaf 27 mei 2025 in open Bèta > **ook testen voor jouw merk?** > vraag je specialist of hij/zij de bèta aanvraagt.



3D-shopping producten maken met gen AI

Googles' Gen AI wordt steeds beter in het genereren van 3d-modellen met enkel input van 2d-foto's. Deze 3D-modellen kunnen vervolgens worden gebruikt in Shopping resultaten of landingspagina.

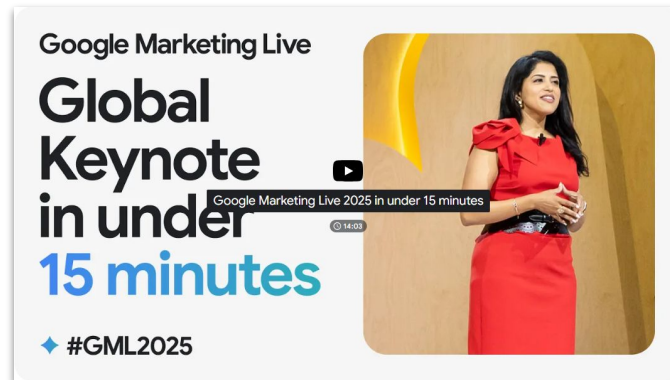


Google Marketing Live

Hét jaarlijkse Google event waar de nieuwste ontwikkelingen worden geïntroduceerd op het gebied van Search, Shopping, Video Advertising, measurement en Creatieve Tooling.

Uiteraard zijn er gigantisch veel nieuwe aankondigingen geweest. Te veel om hier op te sommen. Benieuwd naar de belangrijkste?

[Bekijk de GML 2025 pagina of klik >>](#)





-
-
-
-
-
-

CRO

Trends & nieuws

Blog: Robuuste A/B tests bouwen

- Het **coderen van een A/B test** is nogal wat anders dan het programmeren van een website.
- Wil je weten wat de **verschillen** en **valkuilen**
- zijn? En kan je wel wat hulp gebruiken in de vorm van bruikbare stukjes code?
- In het blogartikel van Bas krijg je de handvatten die je nodig hebt om [robuuste A/B tests te ontwikkelen](#) (ook handig voor je developer!).

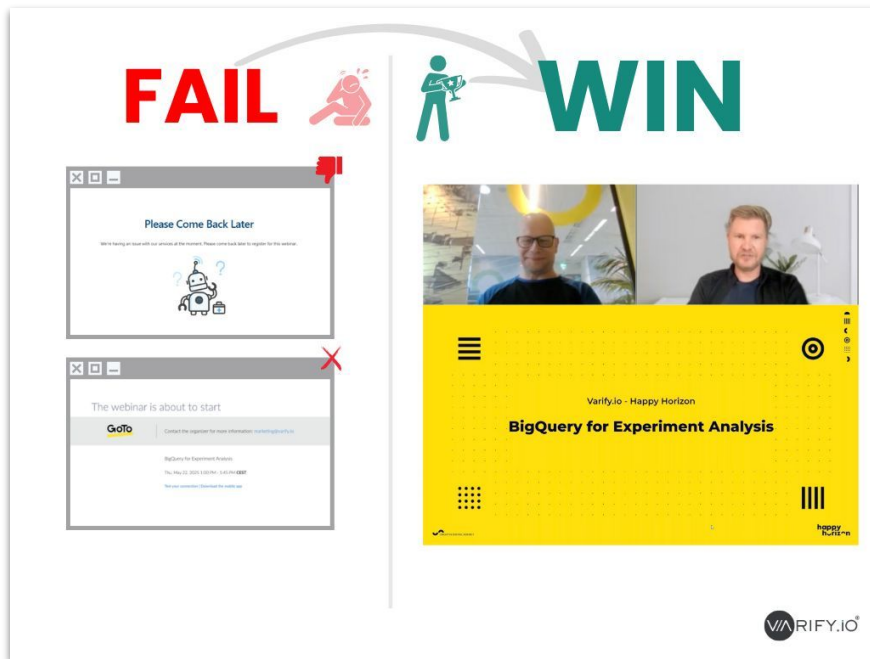


Webinar: BigQuery voor experiment analyse

Op donderdag 22 mei gaf Bas Linders samen met Steffen Schulz van [Varify.io](https://varify.io) het webinar 'BigQuery for Experiment Analysis'.

In dit **hands-on webinar** werd uitgelegd waarom het beter is om data van experimenten uit BigQuery te halen en niet uit Google Analytics, en hoe dit volgens hen het beste kan.

[Klik hier](#) of op de afbeelding om het webinar terug te kijken, waarin **concrete tips** en **query's** worden gedeeld.



-
-
-
-
-
-

Programmatic Trends & nieuws

Digitale schermen op schiphol

De digitale schermen op Schiphol zijn vanaf nu ook programmatic in te kopen. Dit betekent dat je merk nu op ruim 1400 digitale schermen over de gehele luchthaven; van winkelgebieden tot gates zichtbaar kan zijn.

Nieuwsgierig naar de mogelijkheden van programmatic voor jouw merk? Wij denken graag met je mee.



Over 1400 digital screens

Our touchpoints are found in every stage of the passenger journey. For instance near the gates, in the shopping area, and in the baggage-halls.



Reach entire airport

Reach all passengers, whether they are departing, transferring or arriving. Or focus on specific areas in order to become even more relevant.



Optimize on impact

Our digital networks ensure frequency, while our digital giant screens deliver even more impact.



Target op basis van het weer

Met de lente komt verandering, in het weer én in consumentengedrag. Voor adverteerders ligt hier een kans: campagnes die inspelen op realtime weersomstandigheden vallen op en voelen relevanter aan.

Een zonnige dag? Zet in op buitenactiviteiten. Regen? Focus op comfort. Slim gebruik van weerdata maakt campagnes dynamisch en betekenisvol.

Maak van weerdata doelgerichte campagnes:

-  **Realtime targeting:** Toon advertenties op basis van actuele weersomstandigheden.
-  **Verhoogde relevantie:** Zorg voor meer betrokkenheid en conversie door contextuele timing.
-  **Flexibele campagnes:** Pas creatie en boodschap automatisch aan op veranderend weer.
 -  **Zonnig weer:** Promoot buitenactiviteiten, zonneproducten of horeca met terras.
 -  **Regenachtig weer:** Focus op comfortproducten, bezorgdiensten of indoor entertainment.





Marketing automation Trends & nieuws



Opgelet! De Europese toegankelijkheidswet (EAA) geldt vanaf 28 juni 2025

- Vanaf 28 juni 2025 moeten organisaties zich houden aan de European Accessibility Act (EAA), ofwel de Europese Toegankelijkheidswet. Deze wet geldt voor alle organisaties die digitale producten of diensten aanbieden aan consumenten in Europa. Kortom, je moet ervoor zorgen dat je digitale diensten voor iedereen makkelijk te gebruiken zijn.
- **Verhouding [EEA](#) en [WCAG-richtlijnen](#)**
De EAA verwijst naar de WCAG als de standaard voor webtoegankelijkheid. Voldoe je al aan de WCAG-standaarden?
Dan voldoe je vaak ook al aan de eisen van de EAA.
- **Wat betekent dit voor jouw marketing?**
Als jouw marketinguitingen voldoen aan de richtlijnen, verbeter je de ervaring voor alle klanten. Dat kan ook zorgen voor meer omzet. (Vergeet niet jouw website!!)

E-mailtoegankelijkheid

Wat betekent dit voor jouw e-mails? Wilco Bakker (Marketing Automation Campaign Developer) heeft verschillende artikelen geschreven over hoe je jouw e-mails toegankelijker maakt.

- [EMAS | Email accessibility: why it matters — and how to fix yours](#)
- [Happy Horizon | Hoe maak je jouw e-mails toegankelijk voor iedereen](#)

Bron: <https://www.accessibility.nl/EAA>

GDMA International e-mail Benchmark

De nieuwste editie van de GDMA International Email Benchmark is live. De jaarlijkse wereldwijde benchmark voor e-mailmarketingcampagnes geeft inzichten op basis van 11,4 miljoen campagnes. De cijfers zijn vertaald naar een [interactief dashboard](#).

Opvallende inzichten:

1. Wereldwijd daalde de Click-to-Open Rate naar 7,6%, en in de retail zelfs met 4 procentpunt sinds 2022
2. Kleinere, beter gesegmenteerde campagnes (<5.000 stuks) scoren tot 10,2% CTO, versus 2,9% bij bulkmailings.

[Naar het artikel](#)

SEInõ e-mailmarketing analytics tool: release van een nieuw dashboard

Maak jij al gebruik van SEInõ om de resultaten van je e-mailmarketing campagnes te monitoren en hier allerlei inzichten uit te halen? Dan komt het vast niet als een verrassing dat er een nieuw dashboard is. Het goede nieuws is dat het dashboard eenvoudig naast de oude versie te gebruiken is, terwijl het nog in bèta is. Je hoeft alleen maar op "Dashboard BETA" te klikken wanneer je een nieuw dashboard maakt.

[Naar het artikel](#)

Bron: <https://www.seino.ai/updates/new-beta-dashboard-release>



Blijf op de hoogte van alle online marketing trends & ontwikkelingen:

- [LinkedIn](#)
- [Nieuwsbrief](#)