

EENWEBSITEVOORJOU.NL

**AI-PROOF
WEBSITE CHECKLIST
VOOR COACHES
EN THERAPEUTEN**



1. KEN JE DE VRAGEN VAN JE IDEALE KLANT?

Weet je precies welke vragen jouw klant in Google typt wanneer ze op zoek zijn naar hulp? Denk goed na over hun zorgen, twijfels en problemen.



VOORBEELD BIJ PUNT 1.

Voorbeeld:

- Als **loopbaancoach** kan je klant misschien zoeken op: "Hoe weet ik of ik vastzit in mijn carrière?"
- Als **professional organizer** kan je klant zoeken op: "Waarom voel ik me zo gestrest door mijn rommel thuis en hoe kan ik dat veranderen?"

2. BEANTWOORD JE DIE VRAGEN DUIDELIJK EN GEDETAILLEERD?

Het is belangrijk dat je website niet alleen de vragen aanraakt, maar ze ook grondig beantwoordt. Hoe specifieker je antwoord, hoe groter de kans dat je website door AI als waardevol wordt gezien.



VOORBEELD BIJ PUNT 2.

Voorbeeld:

- Als **brandingcoach** kun je niet alleen zeggen "Ik help je bij je branding", maar ook: "Wil je een duidelijke merkidentiteit opbouwen? Lees hoe je jezelf kunt positioneren om meer klanten aan te trekken."
- Als **therapeut voor lichaamswerk** kan je zeggen: "Lichaamsgerichte therapie helpt je om stress los te laten. Maar hoe werkt dit precies? Het gaat niet alleen om praten; je leert via beweging je gevoelens te verwerken en tot rust te komen."

3. GEBRUIK NATUURLIJKE, VRAAGGESTUURDE ZOEKWOORDEN?

Focus je niet alleen op zoekwoorden, maar zorg ervoor dat je zoektermen volledige vragen zijn die je klant in Google zou kunnen stellen. Dit helpt zowel zoekmachines als jouw bezoeker.



VOORBEELD BIJ PUNT 3.

Voorbeeld:

- Als **Personal / life coach** kun je zoeken naar vraaggestuurde zoekwoorden zoals “Wat zijn de eerste stappen om meer balans te krijgen in mijn leven?” in plaats van alleen “life coaching”.
- Als **burn-out coach** kun je vraaggestuurde zoekwoorden gebruiken zoals: “Hoe herken je burn-out symptomen en wat kan ik doen om me beter te voelen?” in plaats van alleen “burn-out coach”.

4. INTEGREER VRAGEN EN ANTWOORDEN DOOR JE HELE WEBSITE HEEN

Zorg ervoor dat je de antwoorden niet alleen op een FAQ-pagina zet, maar dat ze door je hele website verweven zijn. Dit maakt je website natuurlijker voor zoekmachines én gebruikers.



VOORBEELD BIJ PUNT 4.

Voorbeeld:

- Als **creatief therapeut** kun je bijvoorbeeld een antwoord op de vraag “Hoe helpt creatieve therapie me bij het verwerken van mijn emoties?” niet alleen op een FAQ-pagina zetten, maar ook op je dienstenpagina: “Bij **creatieve therapie** leer je je emoties te verwerken door middel van kunst en expressie.”
- Als **loopbaancoach** kun je niet alleen de vraag "Hoe weet ik of ik in de verkeerde carrière zit?" beantwoorden op je homepage, maar schrijf ook een leuke blog: “Wat te doen als je niet gelukkig bent in je werk? **Loopbaancoaching** kan je helpen bij het maken van een nieuwe keuze.”

5. GEEF UITGEBREIDE EN WAARDEVOLLE INHOUD DIE VERDIEPING BIEDT

Zorg ervoor dat je diepgaande, nuttige informatie biedt die de zorgen van je klant volledig aanpakt. Dit laat zien dat jij de juiste oplossing hebt voor hun probleem.



VOORBEELD BIJ PUNT 5.

Voorbeeld:

- Als **therapeut voor lichaamswerk** kun je een blog schrijven over de vraag: “Hoe kan lichaamswerk helpen bij trauma’s?” en dieper ingaan op de technieken en de voordelen van lichaamswerk voor mentale gezondheid.
- Als **brandingcoach** kun je een uitgebreide gids aanbieden over “Hoe je jouw persoonlijke merk bouwt zonder te veel te focussen op sociale media. Leer hoe je jezelf authentiek kunt presenteren.”

6. GEBRUIK EEN DUIDELIJKE STRUCTUUR & NAVIGATIE

Zorg ervoor dat bezoekers snel vinden wat ze zoeken en dat zoekmachines je website goed kunnen begrijpen. Een heldere en overzichtelijke navigatie is essentieel.



VOORBEELD BIJ PUNT 6.

Voorbeeld:

- Als **loopbaancoach** zou je website goed gestructureerd kunnen zijn met secties zoals “Carrière Coaching”, “Cliëntverhalen” en “Mijn aanpak”. Dit maakt het voor bezoekers gemakkelijker om direct de informatie te vinden die ze zoeken.
- Als **burn-outcoach** kun je duidelijke secties hebben als “Hoe herken je burn-out?”, “De aanpak” en “Ervaringen van anderen”. Hierdoor kan een bezoeker snel zien wat ze nodig hebben en waar ze meer informatie kunnen vinden.

TIP: VERGEET DE MENSELIJKE FACTOR NIET

SEO en AI zorgen ervoor dat je gevonden wordt, maar de echte klik komt van de connectie met je bezoeker. Een persoonlijke website maakt het verschil.

Zorg ervoor dat bezoekers je leren kennen via je website en snappen dat jij hen kunt helpen om van hun problemen af te komen.



KLAAR OM JE WEBSITE AI-PROOF TE MAKEN?

Met deze tips ben je goed op weg om jouw website klaar te maken voor de nieuwe manier van zoeken. Als je hulp nodig hebt neem dan contact met me op.

Liefs Mariska
0619425380

mariska@eenwebsitevoorjou.nl

