

Waar is haartips.nl voor? Een eerlijk advies

Je vroeg het zelf al hardop af.

Je zei: "dat idee hebben we nooit echt goed van de grond gekregen".

Dit is mijn antwoord, met de cijfers erbij.

Eerst een correctie van mijzelf. Ik ging er eerst vanuit dat de tien nieuwe blogs voor haartips.nl bedoeld waren. Dat klopt niet. Jij hebt bevestigd: die zijn voor de redesign van haarvisie.nl. Dat haalt een zorg weg, en het maakt de echte vraag scherper. Daarover verderop meer.

1. Het korte antwoord

Het funnel-idee is niet realistisch. Laat het los.

Niet omdat het een dom idee was. Het is een prima idee.

Maar er zit een gat van ongeveer **honderd keer te weinig verkeer** tussen waar haartips.nl nu staat en waar het zou moeten staan om iets op te leveren.

En de blogs zijn nu geen antwoord meer op de vraag "waar is haartips.nl voor". Die gaan naar haarvisie.nl. Dus die vraag ligt open op tafel.

Mijn antwoord: **haartips.nl is je werkplaats, niet je etalage.** Daar staat je AI-gereedschap. Dat is het enige eerlijke bestaansrecht dat de site nu heeft.

Maar dan moet je die werkplaats wel echt gaan inrichten. Want dat is hij nu niet. Zie hoofdstuk 6, daar zit de verrassing.

2. Waar staan we echt

Gemeten met Google Search Console, 18 april tot 17 juli 2026.

- haarvisie.nl: **9.380 klikken** per kwartaal

- haartips.nl: **42 klikken** per kwartaal

Dat is **223 keer minder**.

Je hebt 82 blogs op haartips.nl staan die samen 42 klikken halen. Dat is ongeveer **een halve klik per blog per kwartaal**.

En er ligt al bewijs dat haartips.nl haar-onderwerpen gewoon niet wint. Zes keer is er eerder een haarvisie-onderwerp gekopieerd naar haartips.nl:

ONDERWERP	HAARTIPS.NL	HAARVISIE.NL
highlights	0	1.713
krullen	0	1.020
balayage	0	270
curtain bangs	10	251
wolf/butterfly	0	171
face framing	0	165

Zes keer geprobeerd. Zes keer verloren.

Die zes staan er nog steeds. Ze leveren niets op en ze verdelen je kracht over twee adressen. Dat is een apart probleem, los van de tien nieuwe blogs. Ik kom er in hoofdstuk 9 op terug.

3. Werkt een doorverwijsmodel voor kapsalons? (vraag 1)

Ik heb gekeken naar de partijen die dit al doen.

Treatwell

Dit is de grote speler in Europa. Ik heb hun eigen tarievenpagina geopend.

Wat zij rekenen (bron: treatwell.nl/partners/prijzen, alles exclusief btw):

- **35% commissie** over de eerste boeking van een nieuwe klant
- **0% commissie** over herhaalafspraken
- **35 euro per maand** abonnement
- **2% transactiekosten** bij vooruitbetaling online

Op hun partnerpagina claimen ze: "meer dan 150.000 salons in Europa zijn al gegroeid met Treatwell" en "elke dag zoeken meer dan 500.000 klanten naar hun volgende me-time-moment op Treatwell".

Wat dit betekent

Twee dingen vallen op.

Eén: 35% is het echte tarief van een lead. Dat is dus wat de markt betaalt voor het aanbrengen van een nieuwe klant. Niet meer.

Twee: Treatwell verdient alleen aan de eerste afspraak. Daarna nul. Hun hele verdienmodel draait dus op volume van nieuwe klanten. Heel veel volume.

Andere partijen

- Salonkee werkt met een vast abonnement, geen commissie. Volgens hun tarievenpagina: 49, 79 of 109 euro per maand. Dat is agenda-software, geen leadmodel.
- Booksy's Nederlandse tarievenpagina kon ik niet openen (404). **Onbekend.**

Mijn oordeel

De markt voor "wij sturen jou klanten" is **niet dicht, maar wel bezet door een partij met honderdduizenden salons en een dagelijkse bezoekersstroom van een half miljoen.**

Om daar tussen te komen heb je twee dingen nodig die je niet hebt:

1. genoeg zoekverkeer om salons interessant te maken
2. genoeg salons om bezoekers interessant te maken

Dat is het klassieke kip-en-ei-probleem van een marktplaats. Dat los je niet op met 42 klikken.

En er is een extra rem die je zelf hebt ingesteld. In je eigen afspraak staat: geen samenwerking met salons binnen ongeveer 75 kilometer van Rijswijk en Wateringen, en geen salons met hetzelfde dames-premium kleursegment. Dat is een verstandige regel. Maar het

betekent wel dat je doorverwijs-partners per definitie ver weg zitten en dus geen bestaande band met je hebben.

4. Wat zou het opleveren? (vraag 2)

Nu de rekensom. Ik gebruik echte cijfers waar ik ze heb, en ik zeg het eerlijk waar ik ze niet heb.

De ingrediënten

Verkeer nu: 42 klikken per kwartaal. Dat is ongeveer 14 per maand.

Hoeveel bezoekers worden een lead? Voor blogverkeer bestaat geen betrouwbaar openbaar cijfer. **Dat weet ik niet.**

Wat ik wel heb: het conversiecijfer voor betaalde zoekadvertenties in beauty en persoonlijke verzorging. Bron: ppcchief.com, laatst herzien 22 mei 2026.

- gemiddelde kosten per klik: 5,70 dollar
- gemiddelde kosten per lead: 60,34 dollar
- gemiddelde conversie: **7,8%**

Let op. Dat is verkeer van iemand die actief zoekt en op een advertentie klikt. Die staat op het punt te boeken. Een blogbezoeker die "wat is balayage" leest staat daar ver vandaan. In de praktijk ligt blogconversie fors lager. Ik gebruik die 7,8% dus als **absoluut plafond**, niet als verwachting.

De som (met het meest gunstige getal dat er is)

- $42 \text{ klikken} \times 7,8\% = \mathbf{3,3 \text{ leads per kwartaal}}$
- daarvan valt een deel af omdat het Zuid-Holland is, en dat gaat naar jezelf
- daarvan valt nog een deel af omdat er geen partnersalon in die regio zit

Wat overblijft is **misschien één bruikbare doorverwijzing per kwartaal.**

Bij het markttarief van 35% over één eerste afspraak.

Hoeveel verkeer heb je dan nodig?

Ik weet de gemiddelde besteding per kappersbezoek in Nederland niet. Ik heb de ANKO-factsheet van 18 augustus 2025 geopend. Die geeft wel het aantal bedrijven (32.060 actieve kappersbedrijven in 2024) en werkgelegenheid (55.619 werkzame personen), maar **geen gemiddelde besteding per bezoek. Dat cijfer heb ik niet gevonden.**

Daarom reken ik in leads in plaats van euro's:

- bij 3,3 leads per kwartaal heb je grofweg **honderd keer meer verkeer** nodig voor iets wat op inkomen lijkt
- dat betekent: van 42 naar ongeveer **4.200 klikken per kwartaal**

Dat is bijna de helft van wat haarvisie.nl nu haalt met 382 blogs die sinds 2016 zijn opgebouwd.

En let op wat er nu verandert. De tien nieuwe blogs gaan naar haarvisie.nl. Dat is de juiste keuze, maar het betekent ook: **er komt voorlopig geen nieuwe content op haartips.nl om dat verkeer mee op te bouwen.**

De weg naar 4.200 klikken is daarmee niet alleen lang. Hij is op dit moment gesloten.

5. Twee sites over hetzelfde onderwerp: wat zegt de praktijk? (vraag 3)

In gewone taal: **Google wil één beste antwoord tonen, niet twee halve.**

Ik heb Google's eigen handleiding geopend. Daar staat over het samenvoegen van dubbele pagina's:

"It helps search engines to be able to consolidate the signals they have for the individual URLs (such as links to them) into a single, preferred URL."

Vertaald: als je twee pagina's over hetzelfde onderwerp hebt, verdeel je je kracht. Voeg je ze samen, dan tel je die kracht bij elkaar op.

En over wat je verliest als je doorverwijst (een 301-redirect, oftewel een permanente wegwijzer van oud adres naar nieuw adres): ik heb het artikel van Ahrefs over 301-redirects geopend. Daar staat:

"30x redirects don't lose PageRank anymore."

Vertaald: **je raakt de opgebouwde waarde niet kwijt als je netjes doorverwijst**. Vroeger dacht men dat er ongeveer 15% verloren ging. Dat is achterhaald.

In hetzelfde artikel staat over het samenvoegen van twee artikelen over hetzelfde onderwerp:

"By redirecting one of these articles to the other, we were able to merge the 'authority' of both pages into one."

Wanneer is een tweede domein wél zinvol?

Alleen als de twee sites **een ander publiek of een ander doel** hebben. Bijvoorbeeld: consument tegenover vakgenoot. Of: informatie tegenover gereedschap.

Twee sites die allebei consumenten over haar informeren is geen tweede domein. Dat is één site die per ongeluk in tweeën is geknipt.

Goed nieuws: met de blogs naar haarvisie.nl kies je precies de goede kant op. Je moet die lijn nu alleen doortrekken naar de rest van haartips.nl.

6. De AI-tools serieus beoordeeld (vraag 4)

Dit is nu het belangrijkste hoofdstuk. Want als de blogs wegvallen, zijn de tools het sterkste argument voor het bestaan van haartips.nl.

Ik heb ze alle drie nagekeken. En daar zit een verrassing.

Wat er echt staat, en waar

TOOL	WAAR STAAT HET ECHT	STAAT	VERDIENT HET GELD
Kapsel Kiezer v2	haartips.nl/kapsel-kiezer-v2/ (WordPress-plugin)	live, maar met bekende storing	nee
Haarkleur Specialist	haarkleur.haartips.nl (draait op Render)	live en gezond	nee
Virtual Makeover	haarvisie-makeover.netlify.app (Netlify)	live, met betaalsysteem	ja, via iDEAL

Kijk goed naar die middelste kolom.

Van de drie tools staat er eigenlijk maar **één** op haartips.nl zelf. De tweede draait op een subdomein bij een andere partij. De derde staat op een heel ander adres, dat niet eens haartips heet.

Dat betekent: "haartips.nl is de gereedschapskist" is op dit moment geen feit. Het is een wens.

De gereedschapskist ligt uit elkaar over drie plekken. Dat is precies dezelfde fout als met de blogs, alleen dan met tools in plaats van teksten.

Per tool, eerlijk

Kapsel Kiezer v2 is live op v2.0.25, met 138 kapsels. Maar er staat een bekend probleem genoteerd: de derde generatie faalt, hij kiest wel een kapsel maar transformeert het haar niet. En de kapselbibliotheek is te chaotisch, waardoor een volledige herbouw nodig is. **Deze tool is live maar niet gezond.** Daar moet werk in voor je hem als uithangbord gebruikt.

Haarkleur Specialist is de sterkste van de drie. Er zit echte inhoud onder: een kennisbank van 68.000 tekens, 31 Wella-videotranscripten en 10 Wella-productpagina's. Dat is vakkennis die een concurrent niet even namaakt. Dit is het meest verdedigbare stuk dat je hebt.

Virtual Makeover is de enige met een betaalsysteem. iDEAL via Mollie staat live sinds 11 maart 2026, met een creditsysteem. **Let op:** in mijn notities staat dat de live-sleutel van Mollie wacht op een btw-nummer, en dat dat een actie van jou is. Of er dus echt geld binnenkomt, **weet ik niet zeker.** Dat moet je even nakijken.

Mijn oordeel over de tools

De tools zijn **wel** een goed bestaansrecht voor haartips.nl. Beter dan de blogs ooit waren.

Redenen:

- ze concurreren niet met haarvisie.nl, want ze staan Google niet in de weg op haaronderwerpen
- ze passen bij wie je bent: een salon die zelf AI bouwt
- er zit iets in dat niemand kan kopiëren, namelijk de Wella-kennisbank
- er ligt al een betaalsysteem, dus de route naar geld is niet theoretisch

Maar:

- ze staan niet op één plek
- de bekendste van de drie werkt niet goed
- **onbekend:** hoeveel mensen ze eigenlijk gebruiken. Dat heb ik niet gemeten. Dat zou ik eerst willen weten.

7. Drie scenario's

Scenario A: haartips.nl wordt echt de gereedschapskist

Wat je doet

- de zes kopie-blogs op haartips.nl krijgen een permanente wegwijzer naar het origineel op haarvisie.nl
- haartips.nl schrijft geen consumentenblogs meer over haaronderwerpen, dat is voortaan haarvisie.nl
- de drie tools komen onder één dak, op haartips.nl
- Kapsel Kiezer wordt gerepareerd voor je hem etaleert
- alle tools verwijzen door naar haarvisie.nl om te boeken
- haartips.nl blijft ook de plek voor je dashboards, Social Studio en de pipelines

Voordelen

- de site krijgt eindelijk een antwoord op "waar is dit voor"

- geen concurrentie met haarvisie.nl, want ander doel en ander publiek
- je bouwt op wat er al staat in plaats van iets nieuws
- de Wella-kennisbank is een echt voordeel dat blijft
- er ligt al een betaalsysteem

Nadelen

- je laat het funnel-idee los, en dat voelt als verlies
- het is meer werk dan het lijkt, want de tools staan nu uit elkaar
- Kapsel Kiezer moet eerst gerepareerd worden
- het levert op korte termijn geen extra omzet op

Kosten

- de zes wegwijzers plus de opruiming: ongeveer één werkdag
- de tools samenbrengen onder één adres: **onbekend**, ik schat enkele dagen, afhankelijk van hoe Netlify en Render eraan vastzitten
- Kapsel Kiezer herbouwen: dat stond al als aparte klus genoteerd, dus die kosten had je toch al
- geen nieuwe abonnementen nodig

Wat het oplevert

- een heldere verdeling die je verder niet meer in de weg zit
- de mogelijkheid om de tools daadwerkelijk te verkopen, want dan is er één adres om naar te wijzen

Scenario B: het funnel-idee echt bouwen

Wat je doet

- haartips.nl wordt een landelijke haarsite gericht op bezoekers buiten Zuid-Holland
- je bouwt een partnernetwerk van salons buiten de 75-kilometergrens
- je bouwt een systeem om leads te tellen en te factureren
- je gaat mikken op minimaal 4.200 klikken per kwartaal

Voordelen

- als het lukt is het een tweede inkomstenbron die los staat van de salon
- het past bij je bredere ambitie om je AI-spullen aan andere salons te verkopen

Nadelen

- je hebt honderd keer meer verkeer nodig dan nu
- **en je hebt net besloten dat de nieuwe blogs naar haarvisie.nl gaan.** Er is dus geen motor meer om dat verkeer mee op te bouwen. Wil je dit toch, dan moet je die keuze terugdraaien en alsnog met je eigen winnaars gaan concurreren
- je concurreert met een partij die naar eigen zeggen 150.000 salons en een half miljoen zoekende klanten per dag heeft
- het markttarief is 35% van één eerste afspraak, en daarna nul
- je moet salons werven, contracten maken en facturen sturen. Dat is een tweede bedrijf
- je eigen 75-kilometerregel maakt dat partners nooit dichtbij zitten

Kosten

- **onbekend**, maar ik schat: honderden uren over meerdere jaren, plus reclamebudget
- als je het via advertenties wilt versnellen: bij 5,70 dollar per klik kost 4.200 klikken ongeveer 24.000 dollar per kwartaal. Dat verdien je met 35% commissie niet terug.

Wat het oplevert

- op de huidige stand: ongeveer één doorverwijsbare lead per kwartaal
- realistisch de eerste twee jaar: **vrijwel niets**

Scenario C: vakplatform voor kappers in plaats van consumenten

Wat je doet

- haartips.nl richt zich niet op de klant maar op de kapper
- je deelt je pipelines en je AI-gereedschap met vakgenoten
- verdienmodel via niveaus, zoals je al bedacht hebt voor het platform-model

Voordelen

- geen enkele overlap met haarvisie.nl, ander publiek en andere zoekwoorden
- je hebt iets wat bijna niemand heeft: een salon die zelf AI-gereedschap bouwt en gebruikt

- geen marktplaats, dus geen kip-en-ei-probleem
- de 75-kilometerregel is hier veel minder een probleem, want je verkoopt gereedschap en geen klanten
- er staat al een halve fundering: de pipelines-kennisbank en de eerste pipeline zijn er al

Nadelen

- 32.060 kappersbedrijven in Nederland, waarvan 26.135 zonder personeel (ANKO, cijfers 2024). Veel kleine ondernemers met een kleine portemonnee
- je moet gaan verkopen aan vakgenoten, en dat is iets anders dan knippen
- het verkeer moet ook hier van nul opgebouwd worden
- **onbekend:** of kappers hiervoor willen betalen. Dat is nooit getest

Kosten

- de eerste stap is goedkoop: een handvol pipelines publiceren en kijken of er iets gebeurt
- pas doorbouwen als er vraag is

Wat het oplevert

- **onbekend en ongetest.** Maar de kosten om erachter te komen zijn laag.

8. Mijn aanbeveling

Doe scenario A. En zet er een goedkope proef van scenario C naast.

Waarom in deze volgorde:

Scenario A is nu het enige eerlijke antwoord op je vraag. De blogs gaan naar haarvisie.nl. Dan blijft er voor haartips.nl maar één ding over dat er echt toe doet: het gereedschap. Dat is geen troostprijs. Het is beter bestaansrecht dan de blogs ooit hadden, want het botst niet met haarvisie.nl.

Maar wees eerlijk over wat het is: **op dit moment is haartips.nl nog geen gereedschapskist.** De drie tools staan op drie plekken en de bekendste werkt niet goed. Dat moet je repareren voordat je het zo mag noemen.

Scenario B laat je los. Niet halfslachtig, maar echt. Honderd keer meer verkeer nodig, tegen een partij met 150.000 salons, voor 35% van één afspraak. En de motor om dat verkeer op te bouwen heb je zojuist zelf naar haarvisie.nl verplaatst. Dat was een goede keuze. Maar hij sluit deze deur.

Scenario C mag je testen, maar klein. Publiceer drie pipelines. Kijk drie maanden. Kost bijna niets.

Wat je dan hebt is een heldere verdeling:

- **haarvisie.nl** = alles voor de klant. Blogs, diensten, boeken.
- **haartips.nl** = alles wat gereedschap is. De AI-tools, de dashboards, de pipelines.

Twee sites met twee doelen. Dat is wél een goede reden voor twee domeinen.

9. Wat er met de tien nieuwe blogs moet gebeuren

Ze gaan naar haarvisie.nl. Dat is jouw beslissing en die is goed.

De zorg over concurrentie tussen de twee sites valt daarmee weg. Die had ik eerst wel, op basis van een verkeerde aanname. Dat klopte niet.

Maar er blijft één ding staan, en dat is belangrijk.

Zet ze op de bestaande winnende URL, niet ernaast.

Dus: de nieuwe tekst over highlights komt op de pagina die nu 1.713 klikken haalt. Niet als nieuwe pagina erbij.

Waarom dat uitmaakt: **haarvisie.nl heeft dit probleem intern al.** De meting laat twee paren zien die elkaar tegenwerken:

- twee highlight-blogs: die uit 2019 haalt 1.713 klikken, die uit 2025 nog maar 184
- twee toner-blogs: 439 tegen 106

De nieuwere versie eet daar van de oudere. Publiceer je de tien nieuwe blogs ernaast, dan maak je dat probleem tien keer groter op je eigen beste site.

Concreet per blog:

NIEUW BLOG	VERVANGT OP HAARVISIE.NL	NU WAARD
highlights half/full head	verschil half- en full head highlight	1.713 klikken
gel/wax/pomade/clay	gel, wax, pomade of clay	466 klikken
haartoners	dit moet je weten over haartoners	439 klikken
grijze look	een mooie grijze look krijgen	250 klikken
herenproducten per haartype	mannen, zo kies je een styling product	208 klikken
beach waves	sexy beach waves voor de zomer	148 klikken
5 kapsels jeugdiger	5 kapsels waarmee je look jeugdiger wordt	116 klikken
babylights	samenvoegen met de highlight-blog	1.713 klikken
haartrends	samenvoegen in curtain bangs / wolf-butterfly	251 + 171 klikken
10 winterkleuren	beige blond + haarkleur special toners	111 + 106 klikken

Waarschuwing over de werkwijze. haarvisie.nl aanpassen mag alleen met jouw toestemming per pagina, één pagina tegelijk, binnen een afgesproken tijd. Dat is de afspraak en daar houd ik me aan. Ik raak niets aan zonder jouw ja op die ene pagina.

En de zes kopieën op haartips.nl?

Die staan hier los van. Ze horen bij de vraag "waar is haartips.nl voor".

Ze halen 0 tot 10 klikken, ze gaan over onderwerpen waar haarvisie.nl 165 tot 1.713 klikken op haalt, en ze passen niet bij een gereedschapskist.

Advies: wegwijzen naar het origineel op haarvisie.nl. Niet verwijderen, want dan gooi je de opgebouwde waarde weg. Doorverwijzen behoudt die waarde, zoals in hoofdstuk 5 onderbouwd.

Dat is werk op haartips.nl, dus daar heb je geen pagina-toestemming voor nodig.

10. De eerste drie stappen als je ja zegt

Stap 1: meten hoeveel de tools gebruikt worden (deze week)

Dit eerst. Want ik beveel aan om op de tools te bouwen, en ik weet niet hoeveel mensen ze gebruiken.

Er ligt al logging klaar in Supabase voor de Virtual Makeover en er is een sessietabel voor de Haarkleur Specialist. Ik haal daar de gebruikscijfers van de afgelopen drie maanden uit.

Klaar als: je op één A4 ziet hoeveel mensen elke tool gebruikt hebben, en of er via iDEAL geld binnen is gekomen.

Waarom eerst dit: als blijkt dat vrijwel niemand ze gebruikt, verandert mijn advies. Dan is het geen gereedschapskist maar een hobbykamer, en moeten we een ander gesprek voeren. Dat wil ik weten voor je er tijd in stopt, niet erna.

Stap 2: de zes kopieën wegwijzen (deze week)

De zes blogs op haartips.nl die een kopie zijn van een haarvisie-onderwerp krijgen een permanente wegwijzer naar het origineel.

Kan zonder pagina-toestemming, want het gebeurt op haartips.nl.

Klaar als: alle zes doorverwijzen en er geen dubbele onderwerpen meer tussen de twee sites zitten.

Stap 3: één blog als proef op haarvisie.nl

Ik vraag je toestemming voor één pagina: de highlight-blog met 1.713 klikken. Daar zet ik de nieuwe tekst op, op dezelfde URL. De oude tekst bewaar ik apart.

Dan vier weken wachten en in Search Console kijken wat er gebeurt.

Gaat het goed, dan de andere negen, één pagina per keer. Gaat het slecht, dan zetten we hem terug.

Klaar als: de nieuwe tekst staat live en we hebben een meting van vóór en ná.

11. Wat we niet weten

Eerlijk lijstje. Dit heb ik niet kunnen vinden of niet kunnen meten.

- **Hoeveel mensen de AI-tools gebruiken.** Dit is het grootste gat, want mijn aanbeveling leunt erop. Daarom is het stap 1 en niet stap 3.
- **Of de Virtual Makeover echt geld ontvangt.** In mijn notities staat dat de live-sleutel van Mollie wachtte op een btw-nummer, en dat dat jouw actie was. Of dat inmiddels rond is weet ik niet.
- **De gemiddelde besteding per kappersbezoek in Nederland.** De ANKO-factsheet van 18 augustus 2025 geeft aantallen bedrijven en werkgelegenheid, maar geen bedrag per bezoek. Daardoor kon ik de leadwaarde niet in euro's uitrekenen, alleen in percentages.
- **Hoeveel blogbezoekers echt een afspraak maken.** Geen betrouwbaar openbaar cijfer voor blogverkeer naar salonboeking. Ik heb het conversiecijfer van betaalde zoekadvertenties gebruikt (7,8%) als plafond. Het echte cijfer voor blogs ligt lager, maar hoeveel lager weet ik niet.
- **Wat Booksy in Nederland rekent.** Hun tarievenpagina gaf een 404.
- **Of kappers willen betalen voor jouw pipelines.** Nooit getest. Daarom een kleine proef en geen groot project.
- **Waar de 42 klikken op haartips.nl vandaan komen.** Ik heb niet uitgesplitst welke regio's dat zijn. Als het overgrote deel Zuid-Holland is, dan is de funnel-conclusie nog harder.
- **Hoeveel werk het is om de drie tools onder één dak te brengen.** Netlify en Render zitten er anders in dan de WordPress-plugin. Dat moet ik eerst uitzoeken.
- **Wat er met de 69 blogs uit 2026 gebeurt.** Die staan op nul, maar zijn te jong om te beoordelen. Over drie maanden opnieuw kijken.
- **Hoe snel Google de wegwijzers oppakt.** Google adviseert wegwijzers minstens een jaar te laten staan. Effect kan maanden duren.

Bronnen

Alleen bronnen die ik echt geopend heb.

- Treatwell tarieven voor salons: <https://www.treatwell.nl/partners/prijzen/>
- Treatwell partnerpagina met salon- en bezoekersaantallen: <https://www.treatwell.nl/partners/>

- Salonkee tarieven: <https://salonkee.com/pro/en/pricing/>
- ANKO factsheet kappersbranche, 18 augustus 2025: <https://anko.nl/wp-content/uploads/2025/08/Factsheet-kappersbranche-18-augustus-2025.pdf>
- Google over dubbele pagina's samenvoegen:
<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/consolidate-duplicate-urls>
- Ahrefs over 301-wegwijzers en het samenvoegen van artikelen:
<https://ahrefs.com/blog/301-redirects/>
- PPC Chief benchmark beauty en persoonlijke verzorging, herzien 22 mei 2026:
<https://ppcchief.com/google-ads-cost/beauty-personal-care>

Eigen meting: Google Search Console, haarvisie.nl en haartips.nl, 18 april tot 17 juli 2026.
Volledig rapport in de blog-inventarisatie.

Interne bronnen: de kernprofielen van Kapsel Kiezer v2, Haarkleur Specialist en Virtual Makeover, plus de scope-afspraken over pilot-salons.