

MERKBOEK & MARKETING STRATEGIE



BIERBEWUSTZIJN.NL

Vakkundig · Onafhankelijk · Resultaatgericht

De fundering van ons merk en de strategie waarmee we bierprofessionals inspireren, trainen en begeleiden — zodat zij meer verdienen met bier op een prettige, gastvrije en winstgevende manier.

HET MERKVERHAAL

Één training is geen training. Wij gaan voor structurele gedragsverandering, gekoppeld aan de praktijk.

WIE WE ZIJN

ONAFHANKELIJK & PERSOONLIJK

We zijn niet aan één brouwerij verbonden. We werken met iedereen samen, vanuit kennis, passie en gezond verstand.

WAT WE DOEN

VAKMANSCHAP IN DE PRAKTIJK

Een training is geen training. Wij werken aan blijvende, structurele gedragsverandering, met direct effect op de werkvloer.

WAAROM HET WERKT

RESULTAAT MET BIER

Blijde mensen door bier. Gasten en medewerkers zijn blijer, en je verdient méér op een gastvrije, winstgevende manier.

ONZE MISSIE

Bierprofessionals inspireren, trainen en begeleiden, zodat zij meer verdienen met bier op een prettige, gastvrije en winstgevende manier. Wij geloven in vertrouwen, vakmanschap en lange relaties.

TONE OF VOICE

Hoe het merk klinkt, op de website, in trainingen, in de mailbox en op social.

VAKKUNDIG

Cicerone-learning-partner (enige in Nederland) en Brain Bakery-gecertificeerd. Onze taal toont expertise zonder afstand: concreet en onderbouwd.

PERSOONLIJK

Geen standaardpraat. We schrijven zoals we trainen: betrokken, met aandacht voor de mens achter de horeca-ondernemer, het team en de gast.

HELDER

Geen vakjargon, geen marketingtrucs. Jip-en-janneketaal, korte zinnen, directe boodschappen. Binnen één alinea weet je wat het oplevert.

ONAFHANKELIJK

Niet gebonden aan één brouwerij. We zijn eerlijk over wat werkt en wat niet, ook als dat ongemakkelijk is. Vertrouwen is onze belangrijkste valuta.

ZO WEL / ZO NIET

✓ ZO SCHRIJVEN WIJ

“Één training is geen training. Investeer in je mensen.”

“Meer omzet uit bier? Begin bij je team.”

“We werken met iedereen samen, niet voor één brouwerij.”

✗ ZO NIET

“Boek nu de ultieme bierworkshop!”

“Dé #1 bieropleiding van Nederland.”

“Korting tot 50%, scoor snel je certificaat.”

HET LOGOSYSTEEM

Vier varianten voor vier toepassingen. Eén systeem, één merk, herkenbaar op elke achtergrond.



HORIZONTALAAL

Op lichte achtergrond · primair



HORIZONTALAAL

Op donkere achtergrond · inverse



VERTICAAL

Op lichte achtergrond · social



VERTICAAL

Op donkere achtergrond · cover

HET SCHILD

Voor toepassingen waar de merknaam elders wordt benoemd.



BEELDMERK

Op lichte achtergrond · Balthazar



BEELDMERK

Op donkere achtergrond · inverse

LOGO DO'S & DON'TS

Het logo is het gezicht van het merk. Behandel het met dezelfde zorg als waarmee we onze klanten begeleiden.

WEL DOEN

Voldoende vrije ruimte

Houd minimaal de hoogte van het wapen aan rondom het logo, nooit klemzetten.

Originele kleurversie

Gebruik altijd één van de vier officiële varianten: donker, licht, horizontaal of verticaal.

Schalen, niet vervormen

Gebruik de hoeken om proportioneel te schalen. Hoogte:breedte verhouding blijft altijd gelijk.

Voldoende contrast

Plaats het logo alleen op rustige achtergronden met genoeg contrast, leesbaarheid eerst.

NIET DOEN

Niet vervormen

Geen rekken, scheeftrekken of in willekeurige verhouding zetten.

Niet hercoloreren

Geen losse kleuren toevoegen of het wapen los gebruiken zonder beleid.

Geen drukke achtergrond

Geen plaatsing op fotos zonder overlay, gradient of voldoende rust.

Geen effecten

Geen schaduw, glow, outlines of andere filters, het logo blijft puur.

KLEURENPALET

Drie kleuren, vlamoranje, zonnegoud en hopvuur.
Energie, vakmanschap en passie voor bier.

PRIMAIR

VLAMORANJE

Onze hoofdkleur. Energie, vakmanschap en passie voor bier.

#DF4900
RGB 223 · 73 · 0
CMYK 7 · 85 · 100 · 1

SECUNDAIR

ZONNEGOUd

Hoogtepunten en accenten met een warme glans.

#F98321
RGB 249 · 131 · 33
CMYK 0 · 60 · 98 · 0

HOPVUUR

Diepte en kracht. Voor highlights en CTA's.

#BB1D00
RGB 187 · 29 · 0
CMYK 18 · 99 · 100 · 10

VERHOUDING IN GEBRUIK



TYPOGRAFIE

Balthazar voor titels, Montserrat voor alles daarna. Twee lettertypes, helder hiërarchisch ingezet, voor zowel donkere als lichte achtergronden.

TITELS

Balthazar, all caps, regular

Voor titels en hoofdkoppen. Geeft klassieke uitstraling en autoriteit.

VAKKUNDIG MET BIER

SUBTITELS

Montserrat, all caps, bold

Voor subtitels en sectiekoppen. Krachtig en goed leesbaar.

BIERBEWUSTZIJN INSPIREERT
VAKMENSEN

TEKST ACCENT

Montserrat, no caps, bold

Voor introteksten en accentparagrafen die opvallen in lopende tekst.

Een training is geen training. Wij geloven in trajecten waarbij kennis, vaardigheden en mindset elkaar versterken, direct toepasbaar op de werkvloer.

TEKST STANDAARD

Montserrat, no caps, light

Voor lopende tekst, paragrafen en algemene leestekst.

Bierbewustzijn begeleidt, inspireert en traint bierprofessionals om de bierbeleving in de horeca te verbeteren. Als onafhankelijke partner voor iedereen die professioneel met bier werkt, zorgen we dat onze klanten meer verdienen met bier, op een prettige, gastvrije en winstgevende manier.

TYPOGRAFIE, LICHT

Balthazar voor titels, Montserrat voor alles daarna. Twee lettertypes, helder hiërarchisch ingezet, voor zowel donkere als lichte achtergronden.

TITELS

Balthazar, all caps, regular

Voor titels en hoofdkoppen. Geeft klassieke uitstraling en autoriteit.

VAKKUNDIG MET BIER

SUBTITELS

Montserrat, all caps, bold

Voor subtitels en sectiekoppen. Krachtig en goed leesbaar.

BIERBEWUSTZIJN INSPIREERT
VAKMENSEN

TEKST ACCENT

Montserrat, no caps, bold

Voor introteksten en accentparagrafen die opvallen in lopende tekst.

Een training is geen training. Wij geloven in trajecten waarbij kennis, vaardigheden en mindset elkaar versterken, direct toepasbaar op de werkvloer.

TEKST STANDAARD

Montserrat, no caps, light

Voor lopende tekst, paragrafen en algemene leestekst.

Bierbewustzijn begeleidt, inspireert en traint bierprofessionals om de bierbeleving in de horeca te verbeteren. Als onafhankelijke partner voor iedereen die professioneel met bier werkt, zorgen we dat onze klanten meer verdienen met bier, op een prettige, gastvrije en winstgevende manier.

FOTOGRAFIE

“Echte mensen, echte bieren. Geen poses, geen filters, vakmanschap in beeld.”

UITGANGSPUNT

Beelden tonen het vak in actie: getapt bier in het juiste glas, een vakman in gesprek met zijn team, een training op de werkvloer. Authentiek, helder en met respect voor het ambacht.

WEL DOEN

Vakmanschap in actie

Een tap die wordt geserveerd, een training in gang. Toon de handeling, niet de pose.

Juiste glas, juiste bier

Pils in pilsglas, tripel in tulpglas. Detail laat vakkennis zien, zo herkent de doelgroep ons.

Daglicht en warme tinten

Werk met natuurlijk licht of warm kunstlicht. Past bij het Hopgroen-Goud-Crème palet.

Mensen herkenbaar in beeld

Bedienend personeel, ondernemers, bierambassadeurs. Gezichten bouwen vertrouwen op.

NIET DOEN

Geen stockfoto's

Generieke 'businessmensen aan tafel'. Toon echte horecaprofessionals in eigen werkomgeving.

Geen onjuiste serveringen

Bier in een wijnglas of fout glas ondermijnt de boodschap. Klopt het beeld niet, dan klopt het verhaal niet.

Geen koud, klinisch licht

Felblauwe of groene flits ontnemt het bier zijn warmte en maakt mensen onnatuurlijk.

Geen overdreven retouche

Geen filters, geen huidaanpassingen, geen onnatuurlijke verzadiging. Echtheid is onze handtekening.

HET MERKBOEK IS DE FUNDERING

Alles wat we vanaf hier doen, een LinkedIn-post, een Google-ad, een offerte, een nieuwsbrief, komt hieruit voort. Vorm, kleur, lettertype, tone of voice, logo: één taal, op elk kanaal.

TONE

LOGO

KLEUR

TYPO

BEELD

HIERONDER BOUWEN WE
DE MARKETING.

VOOR WIE DOEN WE HET

“We helpen iedereen die professioneel met bier werkt, zonder gebonden te zijn aan één brouwerij.”

1

PERSONA 1

BROUWERIJ & KETEN

AB InBev, Gulpener, Duvel én horecaketens. Willen merkloyaliteit, consistente kwaliteit en aantoonbare ROI.

2

PERSONA 2

HORECA-ONDERNEMER

Eigenaar van een mkb-horecazaak. Wil omzet, gemotiveerd personeel en grip, heeft geen tijd voor lange trainingen.

3

PERSONA 3

DRANK- & GROOTHANDEL

Inkopers en accountmanagers (Sligro, Hanos, Bidfood, VHC). Zoeken schaalbare oplossingen die meer omzet opleveren.

RODE DRAAD

Allemaal zien ze biervolume dalen, personeelsverloop stijgen en opleidingsbudget krimpen. Bierbewustzijn maakt training schaalbaar én meetbaar, voor elke schakel in de keten.

WAT BINDT ZE

De wens om te groeien met bier, meer omzet, betere beleving, sterker team, zonder afhankelijk te zijn van één leverancier of saaie 'klassieke' training.

KANALEN

Vier kanalen, één boodschap. Elk kanaal heeft een eigen doel én een eigen rol in de leadfunnel.

WEBSITE

Kennisbron & leadhub

- DOEL** Autoriteit en leadgeneratie.
- INZET** Productpagina's, blogs, FAQ's en CTA's.

KPI • +20% directe aanvragen

SOCIAL MEDIA

LinkedIn primair · Insta secundair

- DOEL** Merkbekendheid en relaties verdiepen.
- INZET** Educatieve posts, cases en wist-je-datjes.

KPI • +20% volgers

SEO

Vindbaarheid & autoriteit

- DOEL** Hoog ranken op bierkennis.
- INZET** Zoekwoordanalyse, blogs en linkbuilding.

KPI • +30% bezoekers

SEA / PAID ADS

Directe zichtbaarheid & conversie

- DOEL** Snelle leads en retargeting.
- INZET** Google Ads en LinkedIn Ads.

KPI • 5% CTR

HOE HET WERKT

Alles begint bij de website, daar landen leads uit social, SEO en SEA. Vanuit ActiveCampaign volgt geautomatiseerde follow-up. WhatsApp-communities versterken de retentie ná de eerste training.

3 POSTS PER MAAND

Vier content pijlers, een post per pijler per maand.
Voorspelbaar ritme, herkenbare boodschap.

DE VIER CONTENT PIJLERS

01

EDUCATIEF

Concrete tips voor meer omzet uit bier, schenkadvies, glaskeuze, pairings.

VOORBEELD

“Drie tappen die je vandaag schoonmaakt voor 8% meer schenkverlies-vrij bier.”

02

AUTORITEIT

Cases, klantverhalen en getuigenissen die laten zien wat onze aanpak oplevert.

VOORBEELD

“Hoe Brasserie de Hop in 6 maanden 14% meer bieromzet draaide.”

03

GEMEENSCHAP

Behind-the-scenes, samenwerkingen, events, de mensen achter Bierbewustzijn.

VOORBEELD

“Op tour met Mathijs: Bierbooster-kick-off bij een ondernemer in Twente.”

04

INSPIRATIE

Trends, vakmanschap en culturele context, bier als vakgebied dat blijft evolueren.

VOORBEELD

“Wist-je-dat: een Cicerone-getrainde bedienend medewerker verhoogt de bonscore met 9%.”

RITME · 3 posts per pijler · 3 posts per maand · voorspelbaar

HET KISS-BROUWPROCES

Vier fasen, een doorlopende cyclus van groei, autoriteit en duurzame klantrelaties.

01

FASE 01

Fundament leggen

Website optimaliseren, basis SEO/SEA en een heldere contentstrategie. Structuur en gebruiksgemak vooropgesteld.

02

FASE 02

Autoriteit bouwen

Casestudies, educatieve content en gerichte ads. Bierbewustzijn als dé kennisbron neerzetten.

03

FASE 03

Groeien in zichtbaarheid

Doelgroepgerichte pagina's, partnerschappen en verbredende advertenties. Vakmedia in beeld.

04

FASE 04

Retentie & consistentie

Bierbooster-sequentrijeten, klantverhalen, WhatsApp-communities. Lange-termijn relaties versterken.

Het proces is geen lineair traject, het is een **doorlopende cyclus**. Elke ronde scherpt het fundament aan.

WAAROM ZO

Marketing is geen losse campagne, maar een ritme. Door iedere fase opnieuw te doorlopen ontstaat compound effect: meer leads, sterkere positie en betere retentie.

MÉÉR VERDIENEN MET BIER

Een geïntegreerde campagne over vier kwartalen die het Kiss-brouwproces volgt: van fundament tot ambassadeurschap.

CAMPAGNETHEMA

Investeer in vakmanschap, oogst in omzet.

Eén verhaallijn, vier fases, vele touchpoints, van LinkedIn tot WhatsApp-community.

FASE 01

FUNDAMENT

Website, SEO en kennisbank op orde. Productpagina's voor Bierbooster, Bierbekwaam en IVA. Doel: vindbaar zijn.

FASE 02

AUTORITEIT

Klantverhalen, blogs en LinkedIn-content over de 4 pijlers. Eerste paid ads. Doel: vertrouwen en leads.

FASE 03

GROEI

Doelgroep-specifieke landingspagina's voor horeca, groothandel en brouwerij. Partnersamenwerkingen en vakmedia.

FASE 04

RETENTIE

WhatsApp-communities en bier-ambassadeurs. Doel: langdurige relaties en herhaalomzet.

VERTREKPUNT

Voor horeca-ondernemers en brouwerijen die de bierbeleving van hun team willen verhogen, en daarmee hun omzet.

BOODSCHAP PER DOELGROEP

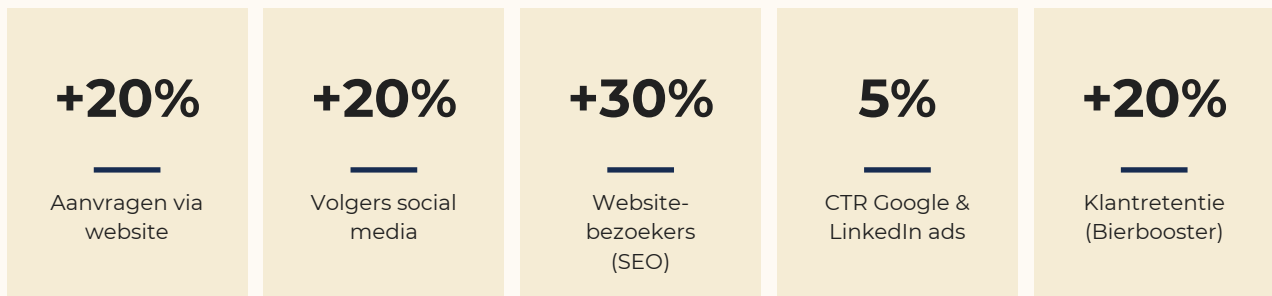
Horeca-ondernemer • "Één training is geen training. Wij bouwen aan een leercultuur waarin jouw team blijft groeien."

Brouwerij • "Onafhankelijk programma dat jullie bier op de juiste manier in het glas brengt, meetbaar en schaalbaar."

WAT WE METEN

Vijf doelen voor de komende twaalf maanden, gevolgd door een vast ritme van bijsturen en rapporteren.

JAARDOELEN



RITME VAN METEN & BIJSTUREN

WEKELIJKS Snelle scan: aanvragen, leads, ad-prestaties. Bijsturen waar nodig.	MAANDELIJKS Dashboard met KPI's per kanaal. Wat werkt, wat niet, en waarom.
PER KWARTAAL Strategische review met Ivo. Conclusies vertalen naar acties.	HALFJAARLIJKS Contentaudit en zoekwoordanalyse, kansen herijken.
JAARLIJKS Volledige evaluatie van campagne, doelgroep en pijlers.	DOORLOPEND WhatsApp-communities en klantcontact: signaal uit de markt.

Wat je niet meet, kun je niet verbeteren.