

MERKBOEK & MARKETING STRATEGIE



BIERPROEVEN.NU

Beleving · Verbinding · Plezier

De fundering van ons merk en de strategie waarmee we vrienden, bedrijven en cateraars een onvergetelijke bierbeleving bieden, op bijzondere locaties en altijd met 0.0-opties voor iedereen.

HET MERKVERHAAL

Geen standaardproeverij. In een wereld van schermen en AI brengen wij mensen weer écht samen. Offline, rond bijzondere bieren, met humor en gezelligheid.

WIE WE ZIJN

BELEVING IN BIER

Wij vertellen verhalen. Bij ons draait het om proeven en beleven, niet om gezuip. Kwaliteit boven kwantiteit, met passie en kennis gedeeld op bijzondere locaties.

WAT WE DOEN

BIERACTIVITEIT OP MAAT

Van vrijgezellenfeest tot bedrijfsuitje, van Biercaravan tot Stevenskerk. Inclusief 0.0-opties, zodat het voor iedereen leuk is en iedereen volwaardig meedoet.

WAAROM HET WERKT

ONVERGETELIJK SAMEN

Creatieve concepten, oog voor detail en oprechte gastvrijheid. Wij ontzorgen volledig, zodat jouw groep alleen maar hoeft te genieten.

ONZE MISSIE

Mensen verbinden en inspireren met bier, humor en de verhalen erachter. Met bijzondere locaties, creatieve concepten en oog voor detail maken wij van iedere bieractiviteit een onvergetelijke ervaring. Voor vrienden, families én collega's.

TONE OF VOICE

Hoe het merk klinkt op de website, in de mailbox, op social en tijdens elke proeverij. Expertise en kwaliteit in elke zin.

GASTVRIJ & GEZELLIG

We schrijven met een knipoog. Warm, uitnodigend en met humor, alsof we de gast al kennen voordat de eerste tap opengaat.

PERSOONLIJK

Geen standaardpraat. We hebben oog voor de groep, de gelegenheid en de gast achter de aanvraag, van vrijgezellenfeest tot kerstborrel.

EXPERT & GEPASSIONEERD

Wij zijn gepassioneerde bierverhalenvertellers. Kennis, oog voor detail en hoge kwaliteit klinken door in elk woord. Geen ronkende marketingtaal, wel scherpe expertise.

TOEGANKELIJK

Geen kennerstaal voor de happy few. Iedereen doet mee, bierliefhebber of 0.0-drinker, kenner of nieuwsgierig.

ZO WEL / ZO NIET

✓ ZO SCHRIJVEN WIJ

“Een proeverij om samen te beleven, met of zonder alcohol.”

“Een hoppig blond met een verrassend droge afdronk.”

“Bijzondere bieren op bijzondere locaties.”

✗ ZO NIET

“Boek nu de ultieme bierworkshop!”

“Dé #1 bierbeleving van Nederland.”

“Korting tot 50%, snel boeken!”

HET LOGOSYSTEEM

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



HORIZONTAAL

Op lichte achtergrond · primair



HORIZONTAAL

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.

PROEF, BELEEF,
GENIET

SUBTITELS

Montserrat, all caps, bold

Voor subtitels en sectiekoppen. Krachtig en goed leesbaar.

BIERPROEVERIJEN VOOR ELKE
GELEGENHEID

TEKST ACCENT

Montserrat, no caps, bold

Voor introteksten en accentparagrafen die opvallen in lopende tekst.

Geen standaardproeverij. Wij verbinden en inspireren met bier, humor en gezelligheid, op bijzondere locaties en altijd op maat.

TEKST STANDAARD

Montserrat, no caps, light

Voor lopende tekst, paragrafen en algemene leestekst.

Bierproeven.nu organiseert toegankelijke en kwalitatieve bierbelevingen voor vriendengroepen, vrijgezellenfeesten, bedrijfsuitjes en bruiloften. Van intieme proeverij tot zakelijk event, inclusief 0.0-opties, zodat iedereen volwaardig meedoet.

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.

PROEF, BELEEF,
GENIET

SUBTITELS

Montserrat, all caps, bold

Voor subtitels en sectiekoppen. Krachtig en goed leesbaar.

BIERPROEVERIJEN VOOR ELKE
GELEGENHEID

TEKST ACCENT

Montserrat, no caps, bold

Voor introteksten en accentparagrafen die opvallen in lopende tekst.

Geen standaardproeverij. Wij verbinden en inspireren met bier, humor en gezelligheid, op bijzondere locaties en altijd op maat.

TEKST STANDAARD

Montserrat, no caps, light

Voor lopende tekst, paragrafen en algemene leestekst.

Bierproeven.nu organiseert toegankelijke en kwalitatieve bierbelevingen voor vriendengroepen, vrijgezellenfeesten, bedrijfsuitjes en bruiloften. Van intieme proeverij tot zakelijk event, inclusief 0.0-opties, zodat iedereen volwaardig meedoet.

FOTOGRAFIE

“Echte mensen, echte beleving. Geen poses, geen filters. Gezelligheid en bier in beeld.”

UITGANGSPUNT

Beelden tonen de beleving in actie: een groep die proost, een goed ingeschonken bier, een lach aan tafel. Authentiek, warm en met oog voor detail.

WEL DOEN

Beleving in actie

Een groep die samen proeft, een proost, een lach. Toon het moment, niet de pose.

Juiste glas, juiste bier

Proeverij in een proefglas, biertour in een beker. Het juiste glas op het juiste moment.

Daglicht en warme tinten

Werk met natuurlijk licht of warm kunstlicht. Past bij ons palet en versterkt de gezellige sfeer.

Echte gasten in beeld

Vriendengroepen, collega's, bruidsparen, de gastheer. Gezichten en gezelligheid bouwen vertrouwen op.

NIET DOEN

Geen stockfoto's

Generieke 'businessmensen aan tafel'. Toon echte groepen op locatie tijdens de proeverij.

Geen onjuiste serveringen

Geen proefglas bij een tour, geen beker bij een proeverij. Klopt het glas niet, dan klopt het verhaal niet.

Geen koud, klinisch licht

Felblauwe of groene flits ontnemt het bier zijn warmte en maakt de sfeer kil.

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 maken bierbeleving toegankelijk voor iedereen, van vriendengroep tot directieborrel.”

1

PERSONA 1

VRIENDEN & FEEST

Vrienden, vrijgezellenfeesten, sportteams en bruiloften die een originele groepsbeleving zoeken.

2

PERSONA 2

BEDRIJVEN & HR

HR, office managers en directies die een verbindend uitje of kerstborrel willen, met 0.0-opties.

3

PERSONA 3

CATERAARS & LOCATIES

Cateraars, eventlocaties en lokale horeca die een betrouwbare partner zoeken die volledig ontzorgt.

RODE DRAAD

Allemaal zoeken ze iets bijzonders dat verder gaat dan standaard: een groepsbeleving die verbindt, verrast en voor iedereen werkt. Bierproeven.nu levert die ervaring op maat, op bijzondere locaties en altijd met 0.0-opties.

WAT BINDT ZE

De wens om even weg te zijn van schermen en AI, en samen iets echts te beleven. Met gezelligheid, humor en kwaliteit, en zonder dat iemand zich buitengesloten voelt.

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 Bierproeven.nu.

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 BIERPROEVEN.NU-PROCES

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. Bierproeven.nu 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.

EEN JAAR BIERPROEVEN.NU

Vier kwartalen rond proeverijen voor vrienden, bedrijven en cateraars. Eén verhaal, vier seizoenen.

CAMPAGNETHEMA

Proost op een onvergetelijke beleving.

Eén jaarverhaal in vier seizoenen, van LinkedIn tot Instagram en mond-tot-mondreclame.

Q1

KICK-OFF

Vrijgezellenfeesten en vriendenuitjes. Doel: zichtbaarheid bij groepen die het seizoen aftrappen.

Q2

ZOMER

Bruiloften en buitenproeverijen. Samenwerking met locaties en cateraars in volle bloei.

Q3

BEDRIJVEN

Teamuitjes en bedrijfsborrels. HR en office managers boeken voor najaar en eindejaar.

Q4

FEEST

Kerstborrels en winterproeverijen met 0.0-opties. Doel: pieken benutten en ambassadeurs maken.

VERTREKPUNT

Voor groepen die een originele beleving zoeken: vrienden, bedrijven en feestelijke gelegenheden.

BOODSCHAP PER DOELGROEP

Vrienden & Feest • "De origineelste manier om een feest te beginnen, met bier waar je het over blijft hebben."

Bedrijven & HR • "Een teamuitje dat verbindt, met 0.0-opties voor iedereen aan tafel."

WAT WE METEN

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

JAARDOELEN

+20%

Aanvragen via website

+20%

Volgers social media

+30%

Website-bezoekers (SEO)

5%

CTR Google & LinkedIn ads

+20%

Herhaalboeken & reviews

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.