

MERKBOEK & MARKETING STRATEGIE



HORECAIMPACT

Rendement · Gastvrijheid · Groei

De fundering van ons merk en de strategie waarmee we horeca-ondernemers helpen rendement te halen uit gastvrijheid: lessen die blijven hangen, teams die groeien en gasten die terugkomen.

HET MERKVERHAAL

Geen losse training, maar een leertraject met borging.
Rendement uit gastvrijheid dat is waar we voor staan.

WIE WE ZIJN

ONTWIKKELPARTNER

Geen one-off trainer, maar een vaste partner. Korte lijnen, directe communicatie en een aanpak die meegroeit met het bedrijf.

WAT WE DOEN

LEREN MET BORGING

Gastvrijheidstrainingen, bedrijfsleider traineeships en complete leerlandschappen. Altijd met opvolging, zodat het op den duur toegepast blijft worden op de werkvloer.

WAAROM HET WERKT

RENDEMENT & RETENTIE

Hogere omzet, gemotiveerde teams en minder personeelsverloop. Dat is wat duurzame leertrajecten echt opleveren.

ONZE MISSIE

Horeca-ondernemers inspireren en begeleiden om van leren en ontwikkelen een structureel onderdeel van hun bedrijfsvoering te maken. Zodat medewerkers groeien, bedrijven floreren en gasten een betere ervaring krijgen.

TONE OF VOICE

Hoe het merk klinkt, in elke zin die we schrijven, op de site, op socials, in de mailbox.

WARM

We schrijven met aandacht. Geen marketing-trucs, geen platgeslagen woorden, wel persoonlijke betrokkenheid bij elke ondernemer.

PROFESSIONEEL

Helder, deskundig en zonder opsmuk. We kiezen woorden met dezelfde precisie als waarmee we onze trainingen opbouwen.

DUIDELIJK

Kort, helder en vriendelijk. Ondernemers weten direct wat ze kunnen verwachten, geen wollig taalgebruik.

PRAKTISCH

We schrijven vanuit de praktijk, met voorbeelden van de werkvloer. Geen managementtaal, wel toepasbare inzichten.

ZO WEL / ZO NIET

✓ ZO SCHRIJVEN WIJ

"Samen maken we van leren een vast onderdeel van uw bedrijf."

"Een aanpak waarin uw team groeit en gasten dat voelen."

"We denken graag met u mee, vrijblijvend."

X ZO NIET

"Boek nu de ultieme training-experience!"

"Dé hotspot voor next-level horeca-skills."

"Top training, scherp geprijsd."

HET LOGOSYSTEEM

Vier toepassingen, twee logovarianten. Één systeem, één merk, herkenbaar op elke achtergrond.

HORECAIMPACT

SECUNDAIR

Op lichte achtergrond • woordmerk

HORECAIMPACT

SECUNDAIR

Op donkere achtergrond • inverse



HORECAIMPACT

PRIMAIR

Op lichte achtergrond • standaard



HORECAIMPACT

PRIMAIR

Op donkere achtergrond • inverse

DE BADGE

Twee varianten voor twee achtergronden. Toe te passen waar ruimte voor beeldmateriaal beperkt is. Eén woordmerk, altijd leesbaar.



BADGE

Op lichte achtergrond • primair



BADGE

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 trainingen opbouwen.

✓ WEL DOEN

Voldoende vrije ruimte

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

Originele kleurversie

Gebruik altijd één van de drie officiële varianten: primair, secundair (woordmerk) of badge.

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 beeldmerk los gebruiken zonder beleid.

Niet over drukke achtergronden

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

Geen effecten

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

KLEURENPALET

Vier kleuren, marineblauw, lichtblauw, beige en oranje. Geen ruis, geen mode-kleuren. Helder, herkenbaar en altijd in dezelfde verhouding.

PRIMAIR

IMPACT NAVY

Hoofdkleur. Voor titels, achtergronden en accenten waar autoriteit en rust nodig zijn.

#122439

SECUNDAIR

IMPACT ORANGE

Te gebruiken als accentkleur.

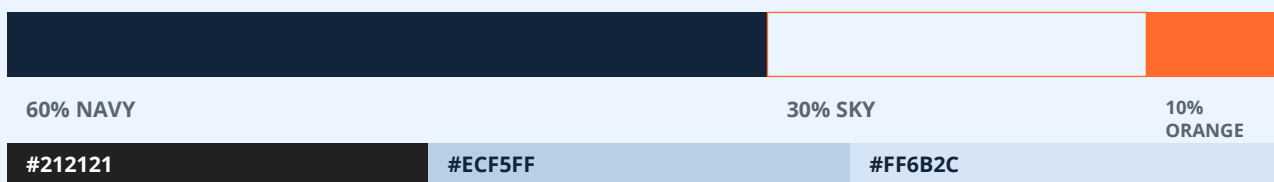
HEX #FF6B2C
RGB 255 / 107 / 44
CMYK 0 / 73 / 89 / 0

IMPACT SKY

Achtergrond. Voor merkboek, brochure en rustige delen op de site.

HEX #ECF5FF
RGB 236 / 245 / 255
CMYK 5 / 2 / 0 / 0

VERHOUDING IN GEBRUIK



TYPOGRAFIE — DONKER

Twee lettertypes, elk met een eigen rol. Samen vormen ze de stem van het merk.

TITELS

Futura PT, all caps, medium

Voor titels en hoofdkoppen.
Geeft autoriteit en herkenbaarheid en altijd in all caps, medium.

Sed posuere elit vel
mauris

SUBTITELS

Futura PT, all caps, bold

Voor subtitels en sectiekoppen.
Zelfde lettertype als titels, krachtig en goed leesbaar.

AENEAN JUSTO LOREM, CONSEQUAT
UT SEM

TEKST ACCENT

Open Sans, no caps, semibold

Voor introteksten en accentparagrafen die opvallen in de lopende tekst. Open Sans Semibold.

Vestibulum ante ipsum primis in faucibus
orci luctus et ultrices posuere cubilia curae.

TEKST STANDAARD

Open Sans, no caps, light

Voor lopende tekst, paragrafen en algemene leestekst. Open Sans Light.

Curabitur tempus arcu velit, non luctus velit
maximus ut. Ut sit amet ullamcorper sem.
Praesent sit amet mi lacinia, pretium leo sed,
vestibulum elit.

TYPOGRAFIE — LICHT

Twee lettertypes, elk met een eigen rol. Samen vormen ze de stem van het merk.

TITELS

Futura PT, all caps, medium

Voor titels en hoofdkoppen.
Geeft autoriteit en herkenbaarheid en altijd in all caps, medium.

Sed posuere elit vel mauris

SUBTITELS

Futura PT, all caps, bold

Voor subtitels en sectiekoppen.
Zelfde lettertype als titels, krachtig en goed leesbaar.

AENEAN JUSTO LOREM, CONSEQUAT
UT SEM

TEKST ACCENT

Open Sans, no caps, semibold

Voor introteksten en accentparagrafen die opvallen in de lopende tekst. Open Sans Semibold.

Vestibulum ante ipsum primis in faucibus
orci luctus et ultrices posuere cubilia curae.

TEKST STANDAARD

Open Sans, no caps, light

Voor lopende tekst, paragrafen en algemene leestekst. Open Sans Light.

Curabitur tempus arcu velit, non luctus velit maximus ut. Ut sit amet ullamcorper sem. Praesent sit amet mi lacinia, pretium leo sed, vestibulum elit.

FOTOGRAFIE

“Het beeld toont de praktijk, ondernemers, teams, leerlandschappen in actie.”

UITGANGSPUNT

Foto's worden niet ge-edit. Geen filters, geen retouches, wel zorgvuldig kiezen.

✓ WEL DOEN

Natuurlijk licht

Daglicht waar mogelijk, gemaakt in de horeca-omgeving zelf. Echt, niet gestileerd.

Authentieke momenten

Echte ondernemers en teams in actie tijdens trainingen. Geen geposeerde stockbeelden.

Detail en sfeer

Mise-en-place, het tap-handvat, de notitieblok, de groep aan tafel. Verhaal zit in de details.

Originele bestanden

Hi-res RAW of JPEG, zoals de fotograaf ze aanlevert. Bewaar het origineel.

✗ NIET DOEN

Geen filters

Geen Instagram-filters, geen kleurzweem, geen kunstmatige verzadiging.

Geen overlays

Geen tekst over hele foto's, geen logos op het beeld zelf.

Geen stockbeelden

Geen generieke stock van andere horecazaken of AI-gegenereerde beelden.

Niet bijsnijden

Houd de compositie van de fotograaf intact, geen vrije crops.

“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. Eén taal, op elk kanaal.

LOGO

KLEUR

TYPOGRAFIE

FOTO

TONE OF VOICE

HIERONDER BOUWEN WE
DE MARKETING.

VOOR WIE

De horeca-keten. Van ambitieuze horecaondernemers en hotelketens tot brouwerijen, groothandels en branchepartners die willen bouwen aan sterkere teams, minder personeelsverloop en betere prestaties.

1

PERSONA 1

HORECA-MKB

Mkb-horeca met weinig tijd en hoge druk op personeel. Zoekt praktische leeroplossingen die zorgen voor gemotiveerde medewerkers, minder verloop en tevreden gasten.

2

PERSONA 2

KETENS

HR-managers en operations van hotels en ketens. Willen training inzetten voor employer branding, retentie en het motiveren van nieuwe generaties medewerkers.

3

PERSONA 3

PARTNERS

Brouwerijen, groothandels en leveranciers die hun klanten willen ondersteunen met waardevolle trainingen, leerplatformen en duurzame ontwikkeling.

HET PIJNPUNT

“Training kost te veel tijd en geld.” Terwijl investeren in ontwikkeling juist zorgt voor minder personeelsverloop, sterkere teams en hogere omzet. Onze taak: dat aantoonbaar maken met cijfers, praktijkcases en resultaten.

WAT WIJ DAAROP DOEN

We bouwen mensgerichte leertrajecten en meetbare leerplatformen die bijdragen aan groei, retentie en employer branding. Geen losse trainingen, maar een leercultuur die zichtbaar impact maakt.

KANALEN & ROLLEN

Vier kanalen, één doel: meer adviesgesprekken met de juiste ondernemers. Wie doet wat, helder en zonder grijs gebied.

WEBSITE

Visitekaart & conversie

- WIJ** Landingspagina's, CRO en ActiveCampaign-flow.
JULLIE Klantcases en dienstupdates.

DOEL • +50 adviesaanvragen in 12 maanden

SOCIAL MEDIA

Autoriteit & leads (LinkedIn)

- WIJ** 12 posts/maand op LinkedIn + Instagram.
JULLIE Klantcases en foto's van trainingen.

DOEL • +20% volgers in 12 maanden

SEO

Vindbaarheid & autoriteit

- WIJ** Zoekwoorden, blogs, linkbuilding (KHN).
JULLIE Casuïstiek en branche-inzichten.

DOEL • Top-10 op "horeca training personeel"

SEA / ADS

Directe leads

- WIJ** Google Ads, LinkedIn Ads, retargeting.
JULLIE Acties en abonnementen aanleveren.

DOEL • 5% CTR consistent

DE ROLVERDELING IN ÉÉN ZIN

Wij maken, plannen, meten en sturen bij, 360 graden marketing. Jullie leveren ons de juiste input: het verhaal, de foto's vanaf de trainingsvloer en de agenda.

12 POSTS PER MAAND

Drie posts per week, vier content pillars, één consistente stem. LinkedIn als hoofdkanaal voor autoriteit en leadgeneratie.

VIER CONTENT PILLARS • 3 POSTS PER MAAND

01

PROBLEEMGERICHT

Posts over personeelsverloop, marges en Gen Z. Met praktische oplossingen.

VOORBEELD

Carrousel "5 redenen voor een traineeship", infographic verloopkosten

02

INSPIREREND

Verhalen van leerambassadeurs en ondernemers die rendement boosten.

VOORBEELD

Testimonial met foto, video van een leerambassadeur

03

EDUCATIEF

Tips over omzetboosters, gastvrijheid en jonge teams.

VOORBEELD

"3 upselling-tips", how-to-video, polls

04

PERSOONLIJK

Storytelling door Ivo, opinieposts en behind-the-scenes.

VOORBEELD

Opinie-post, trainingsfoto, partner-spotlight (KHN)

Maandelijkse thema's vullen de pillars: probleem, inspiratie, educatie, persoonlijk. Het merkboek bepaalt de look, de kalender bepaalt de timing.

HOE WERKEN WE SAMEN

Het merkboek staat. Vanaf hier bouwen we de marketing op in vier ritmes strategisch, maandelijks, continu en per campagne.



Het merkboek is de visitekaart. Vorm, lettertype, tone of voice, logo alles wat we doen komt daaruit.

ONS RITME

Geen losse acties, een doorlopende cyclus. LinkedIn-content en SEO bouwen autoriteit op; ads en CRM zorgen voor directe leads. Elk kwartaal evaluatie, twee keer per jaar opnieuw plannen.

CAMPAGNE-VOORBEELD

Zo ziet een campagne er bij ons uit, concreet, in fases, met meetbare doelen.

VOORBEELD CAMPAGNE

"HORECA BOOSTER, IN ACTIE"

8 weken • LinkedIn Ads + Organisch + Adviesgesprek-flow

1

2

3

4

WEEK 1-2

Teaser

Probleem-posts op LinkedIn: personeelsverloop, marges, Gen Z. De pijnpunten benoemen.

WEEK 3-4

Verhaal

Klantcase als post + blog: "Hoe horeca X verloop met 40% verlaagde".

WEEK 5-6

Activatie

LinkedIn & Google Ads naar een dedicated landingspagina. CTA: gratis adviesgesprek.

WEEK 7-8

Opvolging

ActiveCampaign-mailflow + retargeting. SEO-pagina rond het thema voor de lange staart.

MEETBAAR RESULTAAT

Doel: 30+ adviesaanvragen • 12+ kennismakingen • 4-6 trajecten

WAT WIJ DOEN

Wij draaien de campagne van A tot Z: concept, content, landingspagina, ads, SEO-pagina, automatisering en rapportage. Jullie leveren de klantcases en het verhaal, wij vertalen het in beeld en bereik.

KPI'S & WAT KRIJG JE VAN ONS

Concrete doelen vanuit de marketingstrategie, en wat we daar maandelijks tegenover zetten.

DOELEN — 12 MAANDEN

+30%

Adviesaanvragen
via website (+50
in 12 mnd)

+25%

Volgers op
LinkedIn (+20% in
12 mnd)

+30%

Top-10 op
kernzoekwoorde
n via SEO

4%+

CTR op SEA-
campagnes (5%+
doel)

+20%

Adviesaanvraag
naar traject-ratio

WAT KRIJG JE VAN ONS

ELKE MAAND

12 social posts in stijl, planning + plaatsing
op LinkedIn (primair) en Instagram.

ELKE MAAND

Beheer van LinkedIn Ads & AdRoll
retargeting, inclusief A/B-tests en
optimalisatie.

ELK KWARTAAL

Eén blog of klantcase voor SEO en
website-autoriteit.

ELK KWARTAAL

Rapportage met KPI's, inzichten en
bijsturing voor de volgende periode.

DOORLOPEND

CRM- en mailflowbeheer in Active
Campaign, adviesaanvragen worden
automatisch opgevolgd.

2× PER JAAR

Strategiesessie om de richting opnieuw
scherp te zetten op basis van
marktontwikkelingen.

“Marketing is geen losse actie. Het is een ritme, maand op
maand, in lijn met het merk.”