

SOCIAL SKETCHBOOK

WOW TUINEN



WOW tuinen & social media

WoW Tuinen ontwerpt, realiseert en onderhoudt hoogwaardige, moderne tuinen met oog voor detail, rust en exclusiviteit.

De uitstraling is luxe en strak, maar altijd persoonlijk en benaderbaar. Online vertaalt zich dat naar:

- Kwaliteit boven kwantiteit
- Rustige, verzorgde uitstraling
- Vakmanschap zichtbaar maken
- Persoonlijk contact tonen zonder 'schreeuwerig' te zijn

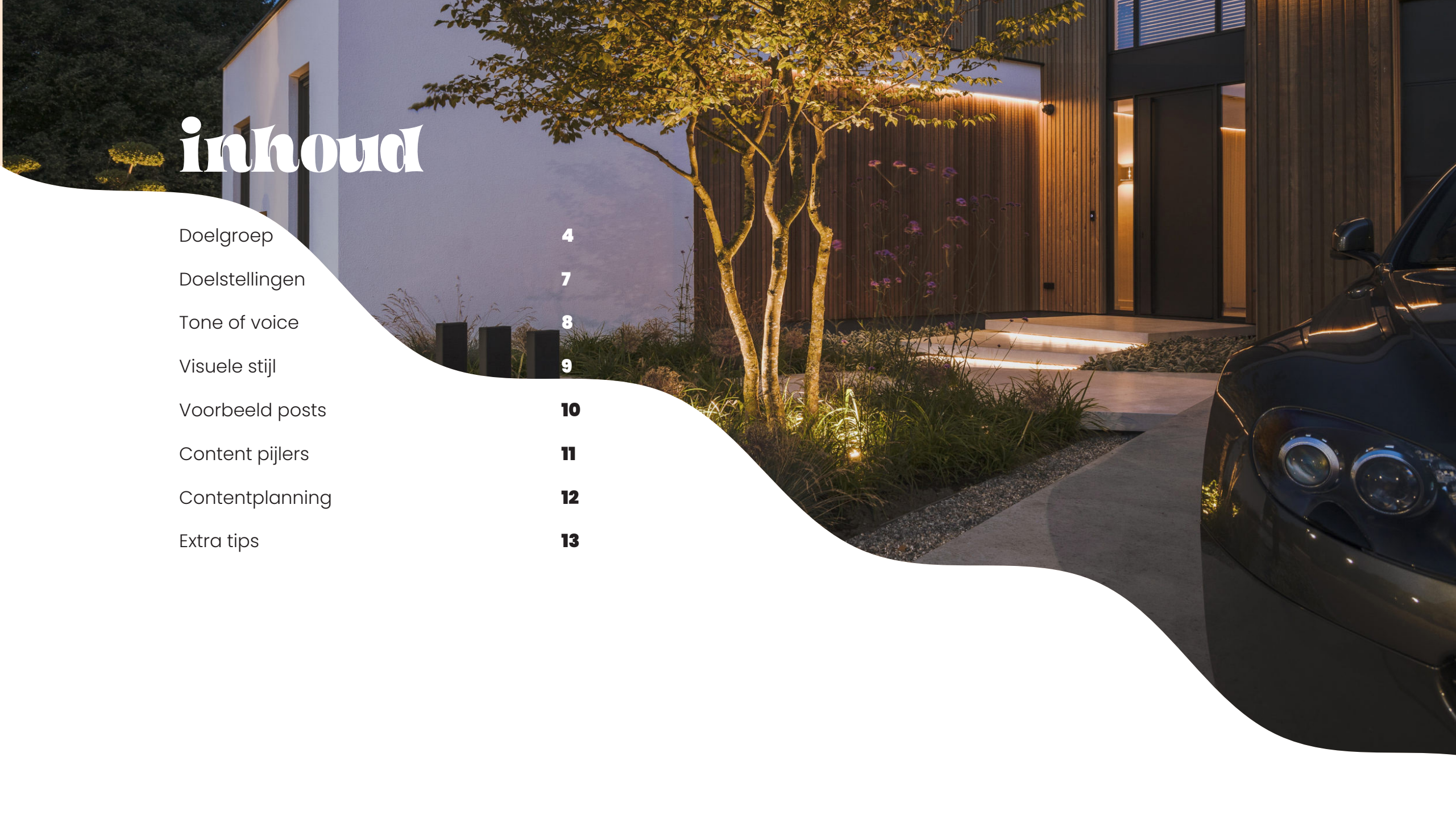
Waarom een sterke profilering op social media belangrijk is

Potentiële klanten oriënteren zich online voordat zij contact opnemen. Social media is daarmee het digitale visitekaartje van WoW Tuinen en speelt een belangrijke rol in de eerste indruk.

Een consistente en doordachte uitstraling zorgt voor herkenbaarheid, vertrouwen en een duidelijke positionering in het luxe segment. Door vakmanschap, projecten en expertise zichtbaar te maken, trekt WoW Tuinen klanten aan die passen bij de kwaliteit en visie van het bedrijf. Social media is daarmee geen bijzaak, maar een strategisch middel om merkwaarde op te bouwen en kwalitatieve aanvragen te genereren.

inhoud

Doelgroep	4
Doelstellingen	7
Tone of voice	8
Visuele stijl	9
Voorbeeld posts	10
Content pijlers	11
Contentplanning	12
Extra tips	13



A modern, minimalist house at dusk. The house features white walls and vertical wood slat accents. A large window on the left is illuminated from within. The central entrance is framed by wood slats and has a glass door. A concrete path leads to the entrance, flanked by landscaped garden beds with various plants and gravel. A young tree is planted to the right of the path. A dark car is parked on the right side of the house. The sky is a deep blue, and the overall lighting is warm and ambient.

doelgroep

Op welke doelgroep richt
WoW Tuinen zich?

doelgroep

Primaire doelgroep 1:

Huiseigenaren (30–60 jaar)

- Midden- tot hoog segment
- Nieuwbouwwoningen of recent verbouwde huizen
- Waarde hechten aan design, rust en esthetiek
- Weinig tijd, willen ontzorgd worden

Behoeftes op social media:

- Inspiratie voor een moderne, luxe tuin
- Voorbeelden van gerealiseerde projecten
- Zekerheid over kwaliteit en vakmanschap
- Inzicht in het proces en de werkwijze
- Vertrouwen in een professionele en betrouwbare partij

Onderliggend verlangen:

Ontzorgd worden en investeren in een tuin die rust, comfort en kwaliteit uitstraalt.

Primaire doelgroep 2:

Zakelijke klanten (onderhoud)

- Bedrijfspannen
- VvE's
- Kantoortuinen
- Representatieve buitenruimte

Behoeftes op social media:

- Betrouwbaarheid
- Continuïteit
- Strakke planning
- Representatieve uitstraling
- Geen omkijken naar onderhoud

Dit is belangrijk verschil, want:

- 👉 De content voor een particuliere klant verkoopt droom & sfeer.
- 👉 De content voor bedrijven verkoopt zekerheid & professionaliteit.

doelgroep

Secundaire doelgroep:

- Mensen in oriëntatiefase (Pinterest / Instagram inspiratiezoekers)
- Architecten / aannemers / interieurontwerpers

Pijnpunten:

“We weten niet waar te beginnen”

“We willen iets bijzonders, geen standaard tuin”

“We willen kwaliteit en lange levensduur”

Verlangen:

- Rust
- Luxe uitstraling
- Buitenruimte als verlengstuk van het huis
- Zorgeloos onderhoud

doelstellingen

1. Merkpositionering versterken (luxe & professioneel)
2. Vertrouwen opbouwen (vakmanschap tonen)
3. Leads genereren via DM / website
4. Top-of-mind blijven in de regio
5. Autoriteit opbouwen binnen modern tuinontwerp

Meetbaar maken kan bijvoorbeeld via:

- Websiteklikken
- DM-aanvragen
- Offerte-aanvragen
- Groei in kwalitatieve volgers



tone of voice

Kernwoorden:

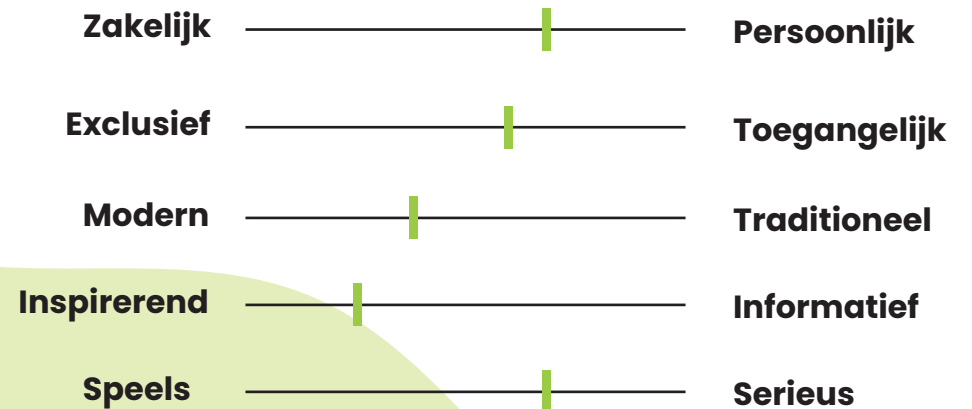
Professioneel – Warm – Deskundig – Rustig – Zelfverzekerd –
Geen schreeuwerige sales

Zo wél:

- Helder en uitleggevend
- Vertrouwen uitstralen
- Spreken vanuit expertise
- Persoonlijke betrokkenheid tonen

Zo niet:

- Te veel uitroeptekens
- Te schreeuwerige aanbiedingen
- Te informeel of grapjes-achtig



De tone of voice van **WoW Tuinen** is warm en persoonlijk, met een sterke focus op beleving en inspiratie. Het merk voelt toegankelijk, maar straalt tegelijkertijd kwaliteit en vakmanschap uit. De communicatie is modern en professioneel waarbij het buitenleven centraal staat.

visuele stijl

- Veel rust in beeld (geen drukke collages)
- Strakke composities
- Rechte lijnen benadrukken
- Detailshots van materialen (hout, staal, natuursteen)
- Voor- en na-transformaties
- Werk-in-uitvoering (vakmanschap tonen)
- Close-ups van afwerking

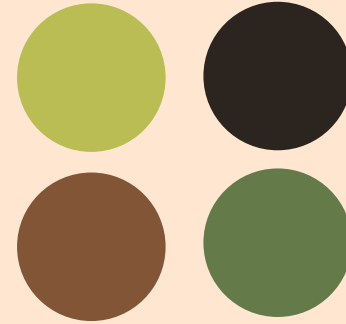
Kleurgebruik:

- Natuurlijk palet (groentinten, zand, antraciet, hout)
- Geen felle filters
- Consistente belichting

Feed moet voelen als:

- 👉 Rust
- 👉 Klasse
- 👉 Ambacht

Emoji gebruik:

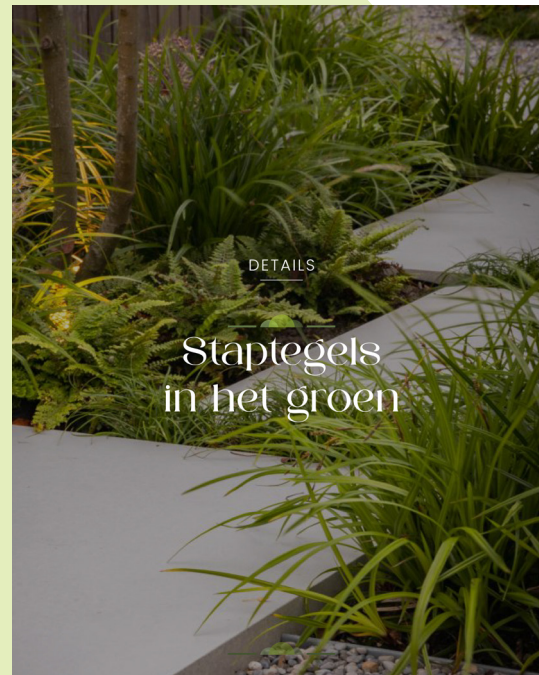
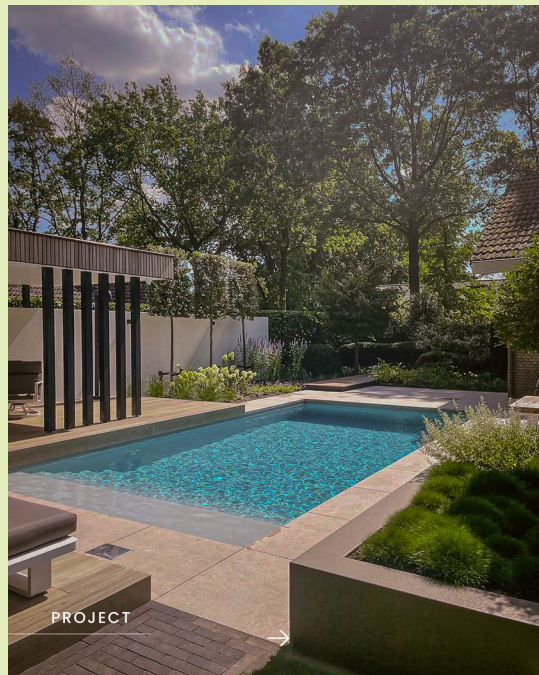


Titel of Quote –
CHAREN

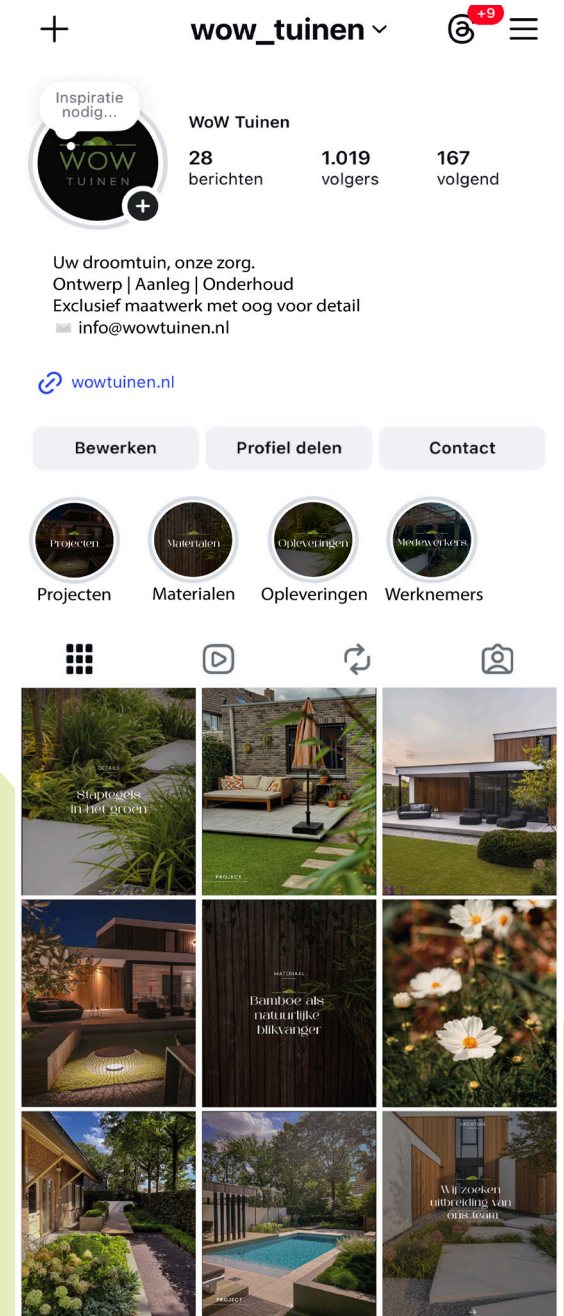
TEKST OF KLEINE TITEL –
POPPINS LIGHT

voorbeeld posts

Op de volgende pagina zijn verschillende **contentpijlers** te zien. Zo kun je alle posts gemakkelijk onder verschillende thema's scharen, zoals hieronder bijvoorbeeld een uitgewerkt **project** waarbij je naar rechts kan swipen of een **detailshot** met wat meer informatie op een volgende slide



voorbeeld feed



content pijlers

1. Projecten & Oplevingen

Voor- en na, eindresultaten, sfeerbeelden.

2. Vakmanschap & Proces

Aanleg, materiaalkeuze, ontwerptekeningen, technische details.

3. Expertise & Advies

Tips over onderhoud, materiaalkeuze, indeling, trends.

4. Persoonlijk & Team

Korte inkijk in het team, betrokkenheid bij klanten.

5. Inspiratie

Lijnenspel, beplantingscombinaties, luxe details.



contentplanning

Zie contentplanning via deze link:

extra tips

- 👉 Gebruik altijd locatie-tags (regionale vindbaarheid)
- 👉 Werk met vaste hashtag-sets
- 👉 Laat klanten kort iets zeggen over hun ervaring
- 👉 Investeer in goede fotografie (dit is bij luxe cruciaal)
- 👉 Bewaak consistentie boven frequentie

En heel belangrijk voor een WoW Tuinen:

- 👉 Niet te veel posten om het posten. Kwaliteit is belangrijker dan 5x per week zichtbaar zijn.