



ED-2

ONDZ Marketing

ED-2
2023-2024

Periode 4 Les 03

Kleurmarketing | Sfeer en Stijl



1



ED-2


Dit gaan we vandaag doen

- Kleurenmarketing verduidelijking
- Opdracht tijdens de les:
sfeer en stijl neerzetten voor een specifiek thema
- Toepassen binnen de opdracht

2

Sfeer en Stijl van een website/app ED-2

Binnen één oogopslag weet je als bezoeker of een website/app wat voor jou is (of niet)

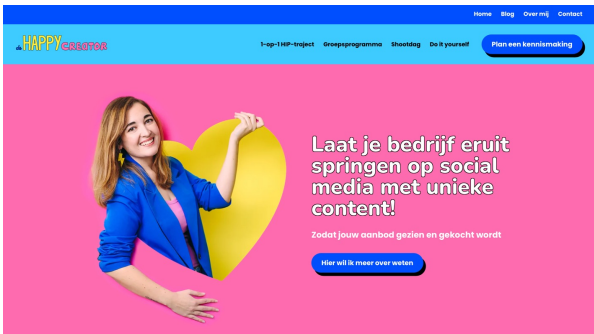


Wat doen ze?
Wie voelt zich hier aangesproken?

cutzooisneek.nl

3

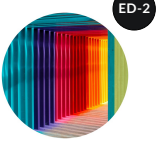
Sfeer en Stijl van een website/app ED-2



Wat doen ze?
Wie voelt zich hier aangesproken?

dehappycreator.nl

4



“Onderzoek toont aan dat mensen binnen 90 seconden na de eerste indruk een onbewust oordeel vellen over een ander of een product

● **Tussen 62% en 90% van die beoordeling is alleen op kleur gebaseerd”**

Bron: CCI COLOR – Institute for Color Research

5



● **Kleurenmarketing,
de psychologie van kleur**

6

ED-2

● Kleuren of een kleurencombinatie roepen een bepaald **emotioneel** gevoel of een associatie op



7

ED-2


● Kleuren of een kleurencombinatie hebben invloed op je **onderbewustzijn**



8

Kleur

Rood

 #FF0000

Rood is de kleur van opvallen. Het trekt snel je aandacht en is daarmee een ideale kleur voor bijvoorbeeld verkeerslichten en waarschuwingsborden.


Positief	Ongunstig
<ul style="list-style-type: none"> • Warmte • Opwindig • Enthousiasme • Kracht 	<ul style="list-style-type: none"> • Agressief • Dominant • Ongeduldig • Provoceren

ED-2

9



Kleur

Rood

 #FF0000

Rood is de kleur van opvallen. Het trekt snel je aandacht en is daarmee een ideale kleur voor bijvoorbeeld verkeerslichten en waarschuwingsborden.

Positief	Ongunstig
<ul style="list-style-type: none"> • Warmte • Opwindig • Enthousiasme • Kracht 	<ul style="list-style-type: none"> • Agressief • Dominant • Ongeduldig • Provoceren

ED-2

10

 **Kleur** 


Geel

 #FFFF00

Geel is de kleur van de zon, de kleur die emoties oproept. Denk maar eens na hoe jij je voelt als de zon sinds lange tijd weer schijnt. Gebruik je echter een verkeerde tint geel, dan kan dit ook ongunstige effecten oproepen.

Positief	Ongunstig
<ul style="list-style-type: none"> • Levenslust • Plezier • Geluk • Zelfvertrouwen 	<ul style="list-style-type: none"> • Irritatie • Angst • Overprikkeling • Nervositeit

11


 **Kleur** 

Geel

 #FFFF00

Geel is de kleur van de zon, de kleur die emoties oproept. Denk maar eens na hoe jij je voelt als de zon sinds lange tijd weer schijnt. Gebruik je echter een verkeerde tint geel, dan kan dit ook ongunstige effecten oproepen.

Positief	Ongunstig
<ul style="list-style-type: none"> • Levenslust • Plezier • Geluk • Zelfvertrouwen 	<ul style="list-style-type: none"> • Irritatie • Angst • Overprikkeling • Nervositeit

12

Kleurenpsychologie ED-2

<https://gethooked.nl/blogs/de-betekenis-van-kleuren-in-marketing>

13

Kleurenpsychologie **COLOR EMOTION GUIDE**

14

Kleurenfeiten ED-2

Kleur en marketing

De eerste indruk maak je maar één keer

Visuele factoren hebben meer invloed op een aankoop dan fysiek of auditief (video, audio)

15

Kleurenfeiten ED-2

Merkidentiteit

Kleur verhoogt merkherkenning met 80%

Grote bedrijven hebben een groot marketingbudget en kunnen dit dan ook breed uitdragen



16

Kleurenfeiten ED-2

Geheugen

Door een kleur kan je een beeld efficiënter verwerken en opslaan in je geheugen, het kost minder moeite

Denk aan neuromarketing

Intuïtief vs Rationeel



The slide features a pink circle icon next to the title 'Kleurenfeiten'. Below it, the word 'Geheugen' is written in pink. A yellow highlighted box contains the text 'Door een kleur kan je een beeld efficiënter verwerken en opslaan in je geheugen, het kost minder moeite'. Below this, the phrase 'Denk aan neuromarketing' is written in a grey, handwritten-style font. The central part of the slide shows two colorful, geometric brain icons. The left one is labeled 'Intuïtief' and the right one is labeled 'Rationeel', with 'vs' between them. The brain icons are composed of various colored triangles (yellow, blue, red, green, purple) forming a 3D brain shape.

17

Kleurenfeiten ED-2

Activeren

Kleur trekt de aandacht en zet aan tot actie

CTA in contrasterende kleur




The slide features a pink circle icon next to the title 'Kleurenfeiten'. Below it, the word 'Activeren' is written in pink. A yellow highlighted box contains the text 'Kleur trekt de aandacht en zet aan tot actie'. Below this, the phrase 'CTA in contrasterende kleur' is written in a grey, handwritten-style font. The central part of the slide shows an advertisement for 'MARLEY SPOON'. The ad has a yellow background and features a basket of fresh vegetables and a salmon fillet. The text on the ad reads 'DE MAALTIJDBOX DIE BETER SMAAKT' and 'Kies uit meer dan 45 recepten en wij bezorgen zo, met verse ingrediënten, gemakkelijk bij je thuis.' Below the text is a blue button with the word 'Start nu'.

18

Kleurenfeiten

Zintuigen

Kleur prikkelt positief onze zintuigen

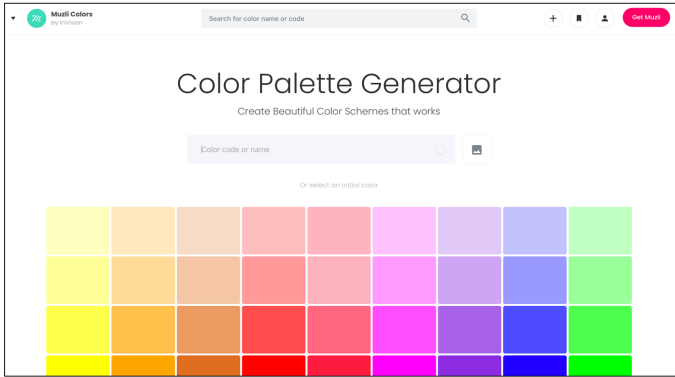


The slide features a pink circle icon on the left and a black circle with 'ED-2' on the right. The text 'Zintuigen' is in pink, and the highlighted sentence 'Kleur prikkelt positief onze zintuigen' is in yellow. Below the text are two side-by-side photographs of interior spaces. The left photo shows a bright, minimalist room with white walls and furniture. The right photo shows a more vibrant room with a blue wall, a yellow cabinet, and colorful furniture.

19

Tip: Kleurpalette kiezen

<https://colors.muz.li>



The slide features a pink circle icon on the left and a black circle with 'ED-2' on the right. The text 'Tip: Kleurpalette kiezen' is in black, and the URL 'https://colors.muz.li' is in blue. Below the text is a screenshot of the 'Color Palette Generator' website. The website has a search bar at the top, a title 'Color Palette Generator', and a grid of color swatches below.

20



ED-2

4 Kleine opdrachten tijdens de les

Kleur en gevoel staan centraal

Doel:
Met **minimale middelen** een **sfeer en stijl** neerzetten voor een specifieke **doelgroep** in een beperkte **tijdsduur**

Resultaat
Werken vanuit intuïtie én met snelheid
Mooi? Perfect? Laat los

Je eigen stijl ("handtekening") wordt zichtbaar

21

Uitleg van de opdracht

ED-2

1 Per doelgroep ga je een stijl/sfeer maken
Doelgroep wordt bij de aanvang van de opdracht pas bekend gemaakt

22

Uitleg van de opdracht ED-2

2 **Er zijn totaal 4 doelgroepopdrachten**
Voor elke doelgroep krijg je **10 minuten** de tijd

1e doelgroep is een oefenronde

23

Uitleg van de opdracht ED-2

3 **Per doelgroep **MOET** je het volgende gebruiken:**

Font:	Helvetica typeface family
Titeltekst:	Lorem Ipsum
Lopende tekst:	50 woorden lorem ipsum

24

Uitleg van de opdracht ED-2

4 Per doelgroep maak je een stijl/sfeer die daarbij past:

- *Uitwerking 1:* Sfeer en stijl in kleur
- *Uitwerking 2:* Dezelfde stijl maar aangevuld met een afbeelding die bij de doelgroep past

25

Uitleg van de opdracht ED-2

5 Per stijl/sfeer ga je spelen met:

- Kleur
- Vormen
- Tekst:
 - Verhouding tussen kop en lopende tekst
 - Bold, semi-bold, italic, e.d.
 - Woorden, letters, letters als vorm, e.d.
 - Letters roteren, scale, flip, uittrekken, e.d.
 - Spatiering van woorden en letters
 - Uitlijning
- Alles mag!

26

Voorbeeld uitwerking 1: sfeer in stijl en kleur ED-2



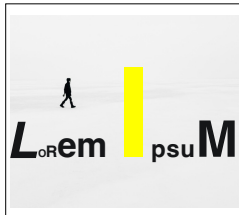
Doelgroep X
Sfeer/stijl die daarbij past

Spelen met letters
Spelen met kleur
Spelen met vorm(-en)

Niet mooi maar om de opdracht te verduidelijken

27

Voorbeeld uitwerking 2: sfeer met afbeelding erbij ED-2



Doelgroep X
Sfeer/stijl die daarbij past

- Je voegt er een afbeelding bij
- Tekst is zichtbaar:
alleen titel of ook met lopende tekst
- Afbeelding past bij de doelgroep

Speel ermee!

Niet mooi maar om de opdracht te verduidelijken

28

Voorbeeld uitwerking totaal ED-2

Zo komt het eindresultaat eruit te zien van de twee afbeeldingen die bij een specifieke doelgroep horen

Doelgroep X:





29


ED-2

Je werkt binnen tijdsdruk (10 min. per opdracht)
Je MOET alle twee de uitwerkingen maken

Het gaat erom of je een sfeer en stijl kunt neerzetten met kleur die past bij een specifieke doelgroep

Wat is jouw eerste gedacht en uitwerking?

Mooi? Perfect?
 Hoeft niet!

30

ED-2

Doelgroep 1: **Advocaat Zuidas** (10 min.: oefenronde zonder klok in beeld)

Sfeer in stijl en kleur

Sfeer in stijl en kleur
Met afbeelding erbij

- **Font:** Helvetica family
- **Titel:** Lorem Ipsum
- **Lopende tekst:** 50 woorden lorem ipsum
- Spelen met letters, vorm, spartiering, e.d

31

ED-2

Doelgroep 2: **Kind 8-10 jaar, openbare basisschool**

Sfeer in stijl en kleur

Sfeer in stijl en kleur
Met afbeelding erbij



32

ED-2

Doelgroep 3: Vrouw 25-35 jaar, werkt bij de Bijenkorf bij de make-up afdeling

Sfeer in stijl en kleur	Sfeer in stijl en kleur Met afbeelding erbij
-------------------------	---



33

ED-2

Doelgroep 4: Man 35 jaar, rolex drager

Sfeer in stijl en kleur	Sfeer in stijl en kleur Met afbeelding erbij
-------------------------	---



34

ED-2



Hoe verwerk je dit in je project?

Onderzoek en denk na over de **kleurkeuze** die past bij de **doelgroep van jouw cursus**