

KLEUREN- PSYCHOLOGIE

een krachtige bondgenoot voor jouw marketing & branding

Inhoud

Intro	3	Welke associaties roepen kleuren op?	6	Zijn kleurenassociaties universeel?	12
Welke kleuren hebben invloed op ons koopgedrag?	4	~ Rood	7	Hoe kies ik mijn kleuren?	13
Wat zijn de drie populairste kleuren in branding?	5	~ Roze	7	Bronnen	15
		~ Oranje	8		
		~ Geel	8		
		~ Groen	9		
		~ Blauw	9		
		~ Paars	10		
		~ Zwart	10		
		~ Grijs	11		
		~ Wit	11		



Kleurenpsychologie

EEN KRACHTIGE BONDGENOOT VOOR JOUW MARKETING & BRANDING

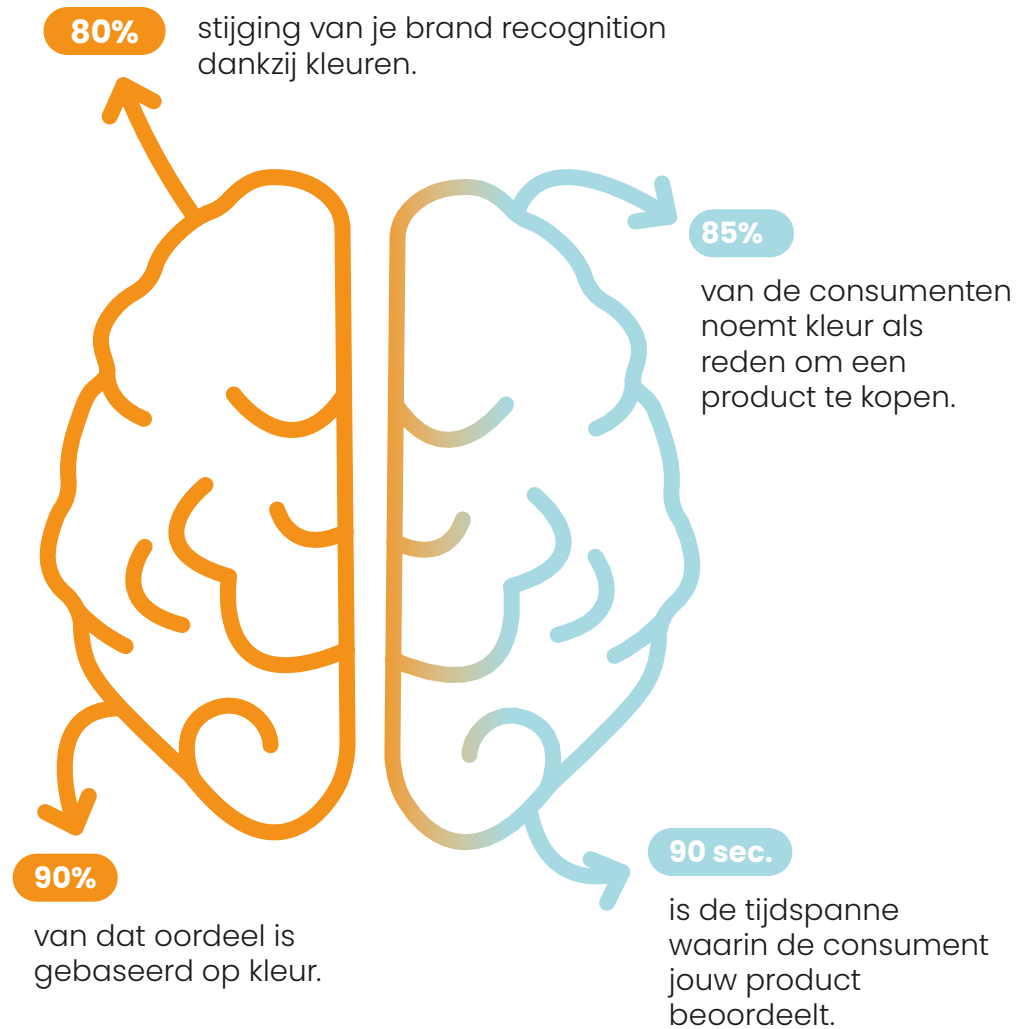
Kleuren zijn ongelooflijk krachtig. Kijk eens om je heen. Het eerste wat je ziet, is niet de kwaliteit van de producten of de gebruikte technologie, maar wel de kleur. Dat is omdat we 90% van de informatie visueel verwerken. Kleuren moeten dus aanspreken.

Het is als een taal zonder woorden, letterlijk! De kleur die je kiest, zendt onbewuste boodschappen uit, ze roept associaties op.

In deze PDF geven we graag wat meer uitleg over de kracht en de taal van kleuren.



Welke invloeden hebben kleuren op ons koopgedrag?



Wat zijn de drie populairste kleuren in branding?

Uit een analyse van de top-100 merken, op basis van hun merkwaarde, blijkt dat blauw de grote winnaar is, gevolgd door rood en zwart.

Bijna 60% van deze merken kiest er ook voor om naast hun merknaam geen andere tekst te gebruiken in hun logo. De reden: kleuren spreken een taal zonder woorden. Ze roepen bepaalde associaties en gevoelens op waardoor ze op een onbewust niveau heel krachtige boodschappen kunnen uitzenden en zelfs ons gedrag kunnen beïnvloeden.

33%
blauw

28%
zwart

29%
rood

**Welke
associaties
roepen
kleuren op?**



ROOD

Rood is een fysieke kleur. Het verhoogt de hartslag, de bloeddruk en het metabolisme. Hierdoor creëert de kleur een gevoel van urgentie, waardoor het vaak gebruikt wordt in CTA-knoppen.



- passioneel - energiek - warm - liefdevol
- zelfzeker - moedig - krachtig
- geestdriftig - scherp
- gevaarlijk - urgent

ROZE

Roze is eigenlijk een lichte tint rood. Wist je trouwens dat rood de enige hoofdkleur is die een aparte benaming heeft voor een lichte tint?







- vrouwelijkheid
- romantiek - liefde
- zoet - speels

ORANJE

Oranje ligt in het kleurenspectrum tussen rood en geel. Afhankelijk van de mengverhouding domineert dan of het ene of het andere. Geel haalt bijvoorbeeld het scherpe randje af van het krachtige rood, waardoor oranje minder overweldigend en vriendelijker is.







-  vriendelijk - humoristisch - plezant
-  jong - vitaal
-  creatief
-  urgent

GEEL

Geel is een opvallende warme kleur. Een overdaad aan geel kan hierdoor vermoeiend zijn voor de ogen, waardoor je teksten minder goed leesbaar worden.



-  gelukkig - optimistisch - blij
-  jeugdig - energiek
-  creatief
-  urgent

GROEN

Als tegenhanger van rood, verlaagt deze kalmerende kleur de bloeddruk en hartslag. In tegenstelling tot geel wordt groen makkelijk door de ogen verwerkt.



BLAUW

De kleur blauw heeft een mentaal effect, waardoor het de concentratie bevordert. Wist je trouwens dat wereldwijd blauw de meest geliefde kleur is?



- (financiële) balans - harmonie - vrede
- milieubewust - natuur - gezond
- rust - ontspanning
- jaloezie

- intelligent - productief - efficiënt
- veilig - betrouwbaar - oprecht
- professioneel - kwalitatief
- kalmte

PAARS

Paars leunt in het kleurenspectrum aan bij blauw. Ook deze kleur bevordert het denken en stimuleert het bewustzijn.



- mysterieus - magisch
- royaal - luxueus
- spiritualiteit
- kwalitatief

ZWART

Zwart is een achromatische kleur. Het is de donkerste kleur die er is. Een overload aan zwart kan hierdoor nogal overweldigend zijn.



Dior



- elegant - exclusief - luxueus
- zakelijk - wijs - efficiënt
- mysterieus
- krachtig

GRIJS

Net als zwart, is grijs een achromatische of neutrale kleur. Door deze eigenschap kan grijs een kalmerende werking hebben.



- professioneel - ervaren
- formeel - zakelijk
- neutraal
- efficiënt

WIT

De laatste achromatische kleur in dit rijtje is wit. Wit wordt vaak gezien als de puurste kleur. Net als de andere achromatische kleuren wordt wit vaak gebruikt als ondersteunende kleur.



- puur - eenvoudig - minimalistisch
- zuiver - verzorgd - hygiënisch
- verfijnd - elegant
- jong - fris

Zijn kleurenassociaties universeel?

Neen! Associaties zijn...



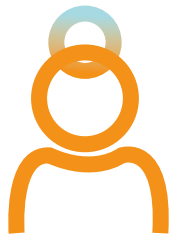
CULTUURGEBONDEN

Associaties kunnen verschillen van cultuur tot cultuur. In het Westen is zwart bijvoorbeeld de kleur van de rouw, terwijl in Azië wit die rol op zich neemt.



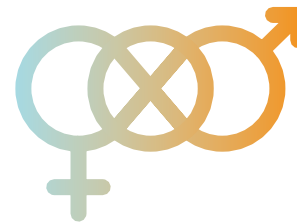
TIJDSAFHANKELIJK

Tijd brengt verandering met zich mee. Zo was blauw vroeger typisch een meisjeskleur, terwijl we tegenwoordig blauw eerder associëren met jongens.



GEBASEERD OP PERSOONLIJKE ERVARINGEN

Door associaties uit het verleden hebben mensen soms een voorliefde of afkeer voor een bepaalde kleur.



VERSCHILLEND VOOR MANNEN EN VROUWEN

Mannen en vrouwen beleven kleuren op een andere manier en hebben ook andere voorkeuren.

Hoe kies ik mijn kleuren?

Kleurenpsychologie is dus een complex gegeven. Het is de uitdaging om net die unieke combinatie te vinden die werkt voor jouw bedrijf. Maak hierbij niet de fout om je alleen te baseren op je favoriete kleur.

Volgende vragen kunnen een handige leidraad zijn om jouw merkkleuren te definiëren:

- **WELKE KLEUREN BELICHAMEN MIJN MERKWAARDEN?**
- **HOE WIL IK OVERKOMEN?**
- **WELKE EMOTIES WIL IK OPWEKKEN?**
- **WELKE KLEUREN GEBRUIKEN MIJN CONCURRENTEN EN WAAROM?**
- **WELKE KLEUREN STEMMEN OVEREEN MET DE VERWACHTINGEN VAN MIJN DOELGROEP?**



Heb je nog vragen over
kleurenpsychologie? Of wil je weten hoe
wij jou hierbij kunnen helpen?

Neem dan gerust contact met ons.
Wij staan zeker voor je klaar.

toech.be
info@toech.be



BRONNEN

toech.be

Palette Perfect - Lauren Wager

The Designer's Dictionary of color - Sean Adams

Kleur Verkoopt - Hilde Francq

neilpatel.com

emerald.com

marketo.com