

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Analyse van gebruiker en product	4
2. Archetypes	6
3. Visuele bandbreedte van het product	8
4. Kleurvoorstel	9

Inleiding

In dit document wordt een case over kleurkeuze behandeld. Deze is grotendeels tot stand gekomen tijdens de Workshop ‘Kleur kleurt de Vitale Mens’ op 9 april 2009.

In de workshop gingen groepen studenten aan de slag met het maken van een kleurvoorstel voor diverse producten. Eén van de groepen maakte een kleurvoorstel voor het product Calypso van Mepal.

In dit document wordt de totstandkoming van het kleurvoorstel behandeld. Hierbij zijn de stappen doorlopen van de *“Tool kleurkeuze!”*.



Het document *“Kleurkeuze²”* geeft achtergrondinformatie die van belang is bij het maken van een gefundeerde kleurkeuze. Vaak is het kiezen van een kleur voor een product tijdens het productontwikkelingsproces een ondergeschoven kindje. Er wordt een kleur gekozen, zonder dat daar gefundeerde argumenten voor zijn of zonder zich te hebben verdiept in wat de doelgroep aanspreekt of wat de doelgroep kan zien.

¹ Krijgsman, C.W., Overbeek, K. (jan 2011). *Tool kleurkeuze*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

² Krijgsman, C.W., Overbeek, K. (jan 2011). *Kleurkeuze. Achtergronden kleurkeuze voor producten voor 50-plussers*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

1. Analyse van gebruiker en product

Dit is stap 3 uit de *"Tool kleurkeuze"*.

Bijbehorende achtergrondinformatie: hoofdstuk 6 uit *"Kleurkeuze"*.

Beide documenten zijn te downloaden via www.55plustoolbox.nl

Iedere workshopgroep kreeg een doelgroep toegewezen. Het kleurvoorstel voor de Calypso, een miniafvalbakje van Mepal, moest geschikt zijn voor Stoere Prijsbewusten³.

Stoere Prijsbewusten

Figuur 1.1 beschrijft de doelgroep Stoere Prijsbewusten.

Stoere Prijsbewusten	
Gemiddelde gevoelsleeftijd	45 jaar
Cijfers	14% van de 50–70 jarigen (550.000 mensen, 57% man, 43% vrouw) Werkelijke leeftijd: 43% 50–55 jaar 27% 56–60 jaar 18% 61–65 jaar 12% 66–70 jaar
Kernwoorden	Stoere levenshouding, intelligent, opgewekt, onafhankelijk, invloedrijk, geluk en plezier.
Innovatief	Redelijk innovatief. Besteden veel aandacht en geld aan de computer. Ook is er een bovengemiddelde interesse in technologie.
Mediagebruik	Vooraf nieuwere media zoals internet. Voor printmedia is geen belangstelling.
Merk(waarden)	Prijsgevoelig. Men hecht veel belang aan acties en aanbiedingen. Prijs is vaak een doorslaggevende keuzefactor.
Overig	Gemiddeld minder kinderen en kleinkinderen t.o.v. van andere typologieën 50–plussers. Minder sterk betrokken bij de buitenwereld, bijvoorbeeld niet heel geïnteresseerd in wat er speelt in de buurt waarin ze wonen.

Figuur 1.1 Doelgroep Stoere Prijsbewusten. Bron: 50+ Expertisecentrum³

³ "Stoere Prijsbewusten" is één van de typologieën binnen de doelgroepsegmentatie van het 50+ Expertisecentrum. Bron: 50+ Expertisecentrum (maart 2006). *50+: Hoezo homogeen? 5 typologieën*. Hoofddorp: Sanoma Uitgevers bv. www.familiekenniscentrum.nl

Het product Calypso is uitgezet tegen concurrerende producten. Figuur 1.2 toont de productanalyse aan de hand van de tastematrix.



Figuur 1.2 Productanalyse Calypso



Figuur 2.2 Doelgroep Stoere Prijsbewusten in de huidige situatie

3. Visuele bandbreedte van het product

Dit is stap 6 uit "Tool kleurkeuze".

Bijbehorende achtergrondinformatie: hoofdstuk 2 uit "Kleurkeuze".

Beide documenten zijn te downloaden via www.55plustoolbox.nl

Figuur 3.1 toont een moodboard waarin de visuele bandbreedte van het product is aangegeven. Er is een visualisatie gemaakt van vorm, materiaal en kleur. Hierbij is ingespeeld op de verdieping in de doelgroep in het vorige hoofdstuk.



Figuur 3.1 Moodboard van vorm, materiaal en kleur van het product

Uit het moodboard blijken een aantal aspecten die meegenomen moeten worden in het kleurvoorstel voor het product Calypso, zie figuur 3.2:

- Duidelijke overgangen (a).
- Een lichte kleur (wit) met een accentkleur (b).
- Pasteltinten (c).
- Zilver/aluminiumkleurig (d).



Figuur 3.2 Visuele bandbreedte voor kleurvoorstel Calypso

4. Kleurvoorstel

Dit is stap 7 uit "*Tool kleurkeuze*". Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

In figuur 4.1 staat het kleurvoorstel dat aan de hand van het stappenplan tot stand is gekomen.



Figuur 4.1. Kleurvoorstel voor het product Calypso