

Visuele marketing anno 2017

13-03-2017 08:43



Visuele marketing, ook wel visuele branding genoemd, is de manier om informatie over te brengen met behulp van beelden, die voor de doelgroep relevant, geloofwaardig en waardevol zijn. Door de hoeveelheid content, hebben consumenten de voorkeur voor beeldmateriaal. Een [fysieke ervaring](#) in de winkel wordt voor 96% gedomineerd door de kijkervaring, voelen is bepalend voor 6% en ruiken voor 1%.

Het visuele brein

Met beeld worden dingen beter begrepen. Je [visuele brein](#) is nauw verbonden met je emotionele brein. We gebruiken dit stuk van de hersens heel gemakkelijk en kost nauwelijks energie. In tegenstelling tot het cognitieve brein waarmee je leest, praat en analyseert. Dit kost veel meer energie omdat het losser staat van emotie.

Invloed op het koopproces

Visuele communicatie is in de awareness fase van het koopproces zeer belangrijk. Victoria Secret is een goed voorbeeld: het visuele signaal is zo overtuigend, dat de shopper precies weet wat de winkel te bieden heeft. [Onderzoek](#) liegt er ook niet om: grafische inhoud verwerken we tot 60.000 keer sneller dan tekst, we onthouden 65% van de visuele content tegenover 10% van auditieve content. Ook kleur speelt hierbij een belangrijke rol. Kleur houdt gemiddeld 2 seconden de aandacht, terwijl dat zonder kleur (met tekst) slechts 0,67 seconden lukt.

Kortom visuele communicatie verloopt soepeler, blijft beter hangen en trekt veel beter de aandacht.

Come Watch Us

Co-Creatie Buro is het bureau voor visuele marketing en communicatie met een grote liefde voor retail. Onze corporate video en website zijn ON AIR! Benieuwd geworden? [Come watch us!](#)

www.cocreatieburo.nl