

20 façons d'exploiter les connaissances sur la couleur

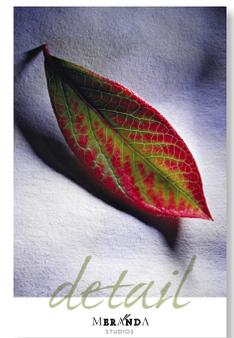
La couleur attire l'attention, augmente la productivité, améliore les communications et contribue à stimuler les ventes.

Les recherches ont révélé que l'utilisation de la couleur dans les documents commerciaux peut donner des résultats appréciables. Les exemples suivants ont été sélectionnés parmi plusieurs sources afin de démontrer le pouvoir de vos documents lorsqu'ils sont produits en couleurs.

ATTRACTION

- 1 **La couleur met l'accent sur l'information clé et confère un aspect professionnel.** La première impression produite par votre compagnie est la plus importante. En recourant à la couleur, vous démontrez que vous êtes sérieux. Les lecteurs décident en seulement 2,5 secondes s'ils liront ou non un dépliant ou un document de publipostage. En utilisant la couleur, vous permettez à vos documents de demeurer sur le bureau plutôt que d'être jetés à la poubelle.
- 2 **La couleur augmente de 82 % l'attention et la mémorisation des lecteurs.** Les avis de sécurité, les mises en garde et l'information technique essentielle sont plus susceptibles d'être mémorisés s'ils sont mis en évidence à l'aide de la couleur. Ils peuvent aider à diminuer des erreurs coûteuses en argent et en temps au sein de votre entreprise.

- 3 **La couleur augmente le lectorat de 80 %.** L'ajout de la couleur dans les manuels sur les produits peut aider à garantir que l'information clé est lue et que les clients comprennent comment faire fonctionner les produits qu'ils achètent chez vous. Cette seule mesure peut réduire le nombre d'appels de service inutiles et permettre à votre entreprise d'économiser temps et argent.
- 4 **La couleur produit une impression qui est 39 % plus profonde.** Les documents de publipostage et le matériel commercial produisent une impression durable s'ils sont en couleurs. Par conséquent, les appels de suivi sont plus fructueux.
- 5 **Les inscriptions téléphoniques imprimées en couleurs augmentent le taux de réponse de 44 %.** Parmi les centaines d'inscriptions noir et blanc dans un répertoire téléphonique, une inscription couleur peut vraiment se distinguer. Cela peut entraîner une exposition accrue et augmenter le volume d'affaires.
- 6 **Les gens sont 55 % plus susceptibles de prendre un envoi postal en couleurs en premier.** Comment pouvez-vous inciter un client à ouvrir votre envoi d'abord? Vous n'avez qu'à mettre de la couleur sur l'enveloppe. En attirant l'attention, vous êtes plus en mesure d'obtenir une réponse rapide.



20 façons d'exploiter les connaissances sur la couleur

AUGMENTATION DE LA PRODUCTIVITÉ

- 7 La couleur réduit le temps de recherche d'autant que 80 %.** Les contrats, les polices d'assurance et les autres documents longs peuvent être plus compréhensibles si l'information importante est surlignée en couleurs. Les clients passeront moins de temps à poser des questions déroutantes à vos représentants de service, ce qui augmentera l'efficacité générale de votre entreprise.
- 8 La couleur réduit les erreurs de 80 %.** Les formulaires et les demandes mal remplis, peuvent ralentir l'entrée des données et les services à la clientèle. En surlignant l'information et les directives importantes, on peut aider les clients à remplir les formulaires correctement dès la première fois.
- 9 L'information peut être trouvée 70 % plus rapidement si elle est en couleurs.** Les cadres ont peu de temps à leur disposition. En réduisant le temps nécessaire pour trouver et comprendre l'information importante, on peut améliorer considérablement l'efficacité de votre entreprise. Par exemple, l'heure et demie qu'un cadre passe à lire des documents noir et blanc chaque semaine peut être réduite à une demi-heure à l'aide de la couleur. Cela signifie moins de temps improductif et plus de temps facturable.
- 10 L'utilisation du surlignage couleur accélère de 15 % le tri des documents.** En rendant plus facile la recherche, le tri et le classement des documents, on peut réduire le nombre de personnes affectées à cette tâche. Cela peut entraîner des économies appréciables pendant les saisons hautes où il est nécessaire d'avoir recours à des employés temporaires.
- 11 Le surlignage couleur réduit le temps de recherche de 39 %, comparativement à l'utilisation de polices différentes.** Le personnel administratif peut consacrer moins de temps à la recherche d'information et plus de temps à l'exécution de tâches importantes si l'information est plus facile à trouver. L'utilisation de la couleur pour mettre cette information en évidence est la solution.
- 12 La couleur peut réduire de jusqu'à 30 % le délai de paiement.** En surlignant en couleurs le montant dû et la date d'échéance, on confère un sentiment d'urgence aux factures. Cela peut inciter vos clients à régler leurs factures plus rapidement, ce qui améliore votre flux de l'encaisse.
- 13 Les gens sont 2,5 % plus susceptibles de payer le montant au complet lorsque ce dernier est indiqué en couleurs.** Dans certaines entreprises, on a remarqué que le fait de surligner le montant dû sur une facture incite les clients à payer le montant total. Cela réduit les factures additionnelles et améliore le flux de l'encaisse de votre compagnie.
- 14 La couleur augmente la compréhension d'autant que 73 %.** Vos clients potentiels et éventuels peuvent saisir votre message plus rapidement et plus clairement. Cela accélère les exposés de vente et améliore l'efficacité du processus dans son ensemble.
- 15 La couleur augmente de 78 % l'apprentissage et la mémorisation.** La formation du personnel technique et de service est un processus long qui peut être considérablement accéléré en produisant le matériel en couleurs.
- 16 La couleur peut augmenter de 80 % la participation aux sondages.** Le faible taux de réponse aux sondages sur la satisfaction des clients peut être considérablement amélioré et les envois répétés peuvent être évités en utilisant la couleur pour attirer l'attention.
- 17 La compréhension des lecteurs est 14 % supérieure lorsque le texte est en surlignage couleur plutôt qu'en gras.** Les séances de formation peuvent être plus efficaces lorsque le matériel de présentation et les manuels sont produits avec du surlignage couleur plutôt qu'avec du simple texte gras.
- 18 La couleur augmente de jusqu'à 80 % la motivation.** Il est parfois plus difficile d'obtenir une réponse des employés que d'obtenir une réponse des clients. L'utilisation de la couleur dans les notes de service, la correspondance et les annonces affichées par le service de la paie, les ressources humaines et le personnel peuvent aider à motiver les employés à répondre de façon opportune.

AMÉLIORATION DES COMMUNICATIONS

STIMULATION DES VENTES

- 19 La couleur augmente de jusqu'à 80 % les ventes.** La documentation auxiliaire, les brochures de vente et les autres documents destinés aux consommateurs peuvent aider à produire plus de ventes avec l'utilisation de la couleur.
- 20 La couleur peut améliorer jusqu'à 80 % la reconnaissance de la marque.** Les détaillants, les courtiers immobiliers et les consultants locaux peuvent produire des documents clairs à l'aide de la couleur. En facilitant la reconnaissance de la marque, on peut augmenter les ventes.

SOURCES:

Études: Loyola College, Maryland, É.-U., Par Ellen Hoadley, Ph.D., Laurette Simmons, Ph. D., et Faith Gilroy, Ph.D., Case & Company, Management Consultants ; Bureau of Advertising, Colour in Newspaper Advertising ; Maritz Motivation, Inc., Illinois du Sud

Publications: The Persuasive Properties of Colour, Marketing Communications ; What's Working in Direct Marketing ; How to Use Colour To Sell, Cahners Publishing Company ; Grasp Facts Fast with Color Copying, Modern Office Procedures.