



Mixed  
Flavours

Histor  
kleurkeuze  
meubel

# Histor kleurkeuze meubel

## De nieuwe manier van kleur kiezen

Mixed Flavours heeft voor Histor het overall concept en design ontwikkeld voor een nieuw en innovatief instore kleurkeuzemeubel. Het gaat om een complete shopping tool die alles bestrijkt van inspiratie tot kleurselectie en toepassing van decoratieve effecten. Het meest innovatieve onderdeel is de unieke indeling van 1250 kleuren die de consument helpt om op een intuïtieve manier goede kleurcombinaties te maken.



## Op de winkelvloer moet je waarde toevoegen en onderscheidend zijn

### ➤ Innovatieve instore tool

'Verf is een low involvement product, dus de binding met je doelgroep speelt zich vooral af op de winkelvloer', zegt Jan Peter ter Horst, strategy director Mixed Flavours. 'Dáár moet je waarde toevoegen en onderscheidend zijn. Toen Histor, een restyling van hun stripjesmeubel wilde, hebben wij geadviseerd om niet alleen een nieuw laagje make-up aan te brengen, maar het grondig aan te pakken en een innovatieve instore

tool te ontwikkelen die servicegericht is en in de lijn ligt van Histors merkpropositie.'

### ➤ Meer dan verf

Ter Horst: 'Histor is een kwalitatief en zeer betrouwbaar merk, maar wil graag meer zijn dan verf alleen. Histor wil de consument helpen bij het creëren van een eigen, unieke woonomgeving en stelt zich daarbij op als partner. Uit onderzoek blijkt dat consumenten meer met kleur en effecten willen experimenteren in hun huis en hoge eisen stellen aan het resultaat. Hulp bij het selecteren van de juiste kleuren en effecten zoals dit nieuwe meubel biedt, is een antwoord op die behoefte.'

### ➤ Afgestemd op keuzeproces

Het keuzeproces van een verfstylingproject heeft vier aspecten:



Kleurgroep met bijpassende glansgraden

inspiratie, kleuren kiezen, glansgraad kiezen en decoratieve effecten selecteren. Het Histor kleurkeuzemeubel is op dit keuzeproces afgestemd zodat het voor een breed publiek toegankelijk is, van zoekende consument tot de consument die duidelijk voor ogen heeft wat hij wil.

Het kleurkiesmeubel bevat een:

- **inspiratiepaneel** met wisselende thema's, gratis styling magazine KLEUR en een beeldscherm met interactieve filmpjes;
- **kleur- en glansgraadgedeelte** waarbij tinten in acht kleurgroepen

Grote stalen met decoratieve toepassingen





zijn ingedeeld, met per kleurgroep stalen met bijpassende witten, metallics en zes glansgraden. Plus grote stalen met twaalf selectie-tinten, een voorselectie gemaakt door de Histor Colorstudio om het consumenten makkelijk te maken;

- ▶ **paneel met decoratieve effecten** waardoor consumenten een beter inzicht krijgen in de mogelijkheden van een effect en eventuele resultaten bij hen thuis.

### ▶ Unieke kleurindeling

Het meest innovatieve onderdeel van het meubel is de unieke kleurindeling van 1250 kleuren – waaronder 275 nieuwe tinten - gerangschikt naar drie kleurfamilies per kleurgroep. Per familie zitten de felle, bleke en vergrijsde tinten op vaste plaatsen.

*Dit meubel is de sleutel tot een-voudig kleur kiezen en combineren*

Willie van Burgsteden, managing director Mixed Flavours: 'Zo kun je makkelijk combinaties maken binnen een familie (ton-sur-ton) of juist tinten combineren uit verschillende families maar met dezelfde ondertoon. Met het Histor meubel zijn deze combineerbare kleuren gemakkelijk terug te vinden.'

### ▶ Mijn kleurwaaier

Geselecteerde kleurstripjes kunnen consumenten samenvoegen in 'Mijn kleurwaaier', een handig meeneemmapje waarmee kleuren tegen een witte of zwarte achtergrond met elkaar vergeleken kunnen worden.

### ▶ Rust en kwalitatieve uitstraling

'Bij het design van het meubel speelde vooral rust, overzichtelijkheid en kwalitatieve uitstraling een rol', zegt Van Burgsteden. 'In winkels word je doorgaans overladen met visuele prikkels. Consumenten reageren goed op een rustige en heldere presentatie. Daarbij is het van belang

dat de kleuren de kans krijgen tot hun recht te komen.'

### ➤ Handig voor de retailer

Met dit kleurkiesmeubel zet Histor iets in de markt waar ook de retailer veel aan heeft. Ter Horst: 'Het biedt zijn klant een leuke en waardevolle shopping belevenis: hij kan zelf kijken, pakken, voelen en vergelijken. De verwachting is dat klanten langer in de winkel blijven en belangstelling krijgen voor aanvullende producten. Behalve een gelegenheid voor klantgesprekken, stimuleert het meubel dus ook meer cross-selling.'

### ➤ Goed ontvangen

De ontwikkeling van het kleurkiesmeubel heeft meer dan een jaar in beslag genomen en er waren diverse partners bij betrokken.

Het meubel is bijzonder goed ontvangen op de DMG-vakbeurs. De roll-out naar verfspecialzaken en bouwmarkten in Nederland en België vindt plaats tussen maart en decem-

ber 2008 en wordt ondersteund door de nieuwe Histor-POS-campagne 'De nieuwe manier van kleur kiezen', ook van Mixed Flavours. Een hartvorm, uitgespaard uit een verzameling verfblikken, laat zien dat kleuren met emotie te maken hebben. De header 'Kies jouw kleur' onderstreept dat kleur kiezen een persoonlijke belevenis is.



### Concept, strategie en design:

Mixed Flavours B.V.

### Kleurconcept:

Bruyninckx Designers N.V. en AnnaBoo

### Technische realisatie:

Alrec Sign & Display

### Opdrachtgever:

Histor

Neem voor meer informatie contact op met Willie van Burgsteden, managing director.

### Over Mixed Flavours

Mixed Flavours B.V., gevestigd in Amsterdam, is een full-service marketingcommunicatiebureau dat activerende concepten ontwikkelt voor opdrachtgevers binnen de consumentenmarkt, business-to-business, non-profit en overheid.

### Mixed Flavours B.V.

Nieuwe Achtergracht 11-13

1018 XV Amsterdam

020 - 494 25 55

info@mixedflavours.nl

mixedflavours.nl



1. inspiratie



2. kleurcollectie en glansgraden



3. effecten



Inspiratie

- filmpjes over kleurtoepassingen
- gratis stylingmagazine KLEUR
- grote stalen met kleurcombinaties

Kleurfamilie

Kleurgroep

Glansgraden

Histor selectie

Effecten