



20 formas de compartir el conocimiento del color

El color atrae la atención, aumenta la productividad, mejora la comunicación y ayuda a reforzar las ventas

Atrae la atención

La investigación demuestra que el uso del color en los documentos comerciales puede provocar resultados cuantificables. Los ejemplos siguientes han sido seleccionados de diversas fuentes, para demostrarle la fuerza que los documentos en blanco y negro pueden ganar cuando se generan a color.

■ El color resalta la información vital y transmite una sensación de profesionalidad

La primera impresión que provoca su empresa es la más importante. El uso del color demuestra que lo suyo es un negocio serio. Los lectores tardan únicamente 2,5 segundos en decidir si van a leer o tirar un folleto o una promoción publicitaria. Si se usa color, el material permanece más tiempo sobre la mesa, lejos de la papelera.

■ El color prolonga un 82% el tiempo de atención y el recuerdo de los lectores

Los avisos sobre seguridad, las advertencias y otros datos técnicos vitales se recuerdan mucho mejor si vienen presentados a color. De esa forma, reducirá también los costosos errores que puedan provocarse en la empresa debidos a confusiones.

■ El color aumenta un 80% la legibilidad

Al añadir color a los manuales de los productos, facilita la lectura de la información clave, y se asegura de que los clientes entienden cómo funcionan los productos. Sólo con esto, reducirá en gran medida las llamadas de asistencia superfluas, y ahorrará tiempo y dinero a la empresa.

■ La impresión provocada por el color permanece durante un 39% más de tiempo en la memoria

Los folletos publicitarios y otros materiales promocionales dejan una impresión duradera si son a color. De esta forma, las llamadas de seguimiento tienen mucho más éxito.

■ Las listas telefónicas impresas a color pueden aumentar la respuesta en un 44%

Entre cientos de nombres de una guía telefónica, el que está a color destaca considerablemente. Aumente su presencia y sus resultados.

■ El 55% de las personas leerá antes un folleto a todo color que llegue en el correo

¿Cómo conseguir que el cliente abra su envío rápidamente? Sencillo: use color en el sobre. Al capturar su atención, tendrá más opciones de conseguir una respuesta rápida.

20

Aumentar la productividad

- **El color reduce el tiempo de búsqueda en un 80%** - La comprensión de contratos, directivas de seguros y otros documentos extensos puede mejorar si se resalta la información importante con colores. Los clientes perderán menos tiempo complicando al personal de su servicio de asistencia con preguntas confusas, y aumentará su eficacia en general.
- **El color reduce los errores en un 80%** - Los formularios y solicitudes mal rellenos pueden colapsar departamentos de entrada de datos y de servicio de asistencia. Al resaltar la información y las instrucciones importantes, ayudará a los clientes a rellenar los formularios correctamente a la primera.
- **La información se localiza un 70% antes si viene en color** - Los ejecutivos tienen muy poco tiempo. Si reduce el tiempo que tardan en localizar y entender los datos importantes, podrá mejorar considerablemente la eficacia de su personal. Por ejemplo, las 1,5 horas que un ejecutivo pasa semanalmente leyendo documentos en blanco y negro pueden reducirse a media hora gracias al color. Menos tiempo en lo irrelevante y más en lo importante.
- **La clasificación de documentos mejora en un 15% cuando se usa el color** - Si mejora la facilidad de identificación, clasificación y archivado de documentos, podrá reducir el número de personas dedicadas a esa tarea. Esto puede suponer un auténtico ahorro en temporadas altas, cuando contratamos ayuda temporal.
- **El color reduce el tiempo de búsqueda 39% en comparación con el uso de distintas fuentes** - El personal administrativo puede perder menos tiempo buscando información y emplear más tiempo en tareas vitales si la información es fácil de localizar. El uso del color para resaltarla marcará la diferencia.
- **El color puede aumentar la respuesta ante un pago en un 30%** - Si resalta con color la cantidad y la fecha de vencimiento de un pago, añadirá una sensación de urgencia a sus facturas. De esta manera, es posible que los clientes paguen antes sus facturas, proporcionándole a usted una mayor disponibilidad de fondos.

- **El 2,5% de las personas tiende a pagar la cantidad completa cuando se le muestra a color** - Determinadas empresas han detectado que al resaltar con color la cantidad de una factura, en realidad consiguen que los clientes paguen el importe completo. Con ello, usted reduce la facturación adicional y aumenta su disponibilidad de fondos.

Mejora la comunicación

- **El color aumenta la comprensión en un 73%** - Sus futuros clientes pueden entender su mensaje con mayor rapidez y claridad. Se agiliza las presentaciones de ventas y el proceso avanza con mayor eficacia.
- **El color aumenta el aprendizaje y la retención en un 78%** - La formación del personal técnico y de asistencia es un proceso largo que puede acortarse drásticamente si se preparan los materiales a color.
- **El color puede aumentar un 80% la participación en una encuesta** - La baja respuesta a las encuestas de satisfacción de los clientes puede aumentarse considerable si usa color para captar su atención. Además, evitará tener que repetir esas encuestas.
- **Se ha observado que la comprensión del lector mejora en un 14% ante el texto resaltado a color, con respecto al texto resaltado en negritas** - Las sesiones de formación pueden ser más eficaces si los materiales de la presentación y los manuales se preparan usando color para resaltar, en lugar de usar simplemente caracteres en negritas.
- **El color aumenta la motivación hasta un 80%** - Conseguir una respuesta de los empleados puede ser a veces más complicado que conseguirla de los clientes. Si usamos color en las circulares, en la correspondencia y en las noticias que envían los departamentos de nóminas, recursos humanos o personal, motivaremos a nuestros empleados a responder con rapidez.

Disparar las ventas

- **El color ayuda a vender un 80% más** - Los materiales promocionales, los folletos de ventas y otras comunicaciones al consumidor pueden ayudar a generar más ventas gracias al color.
- **El color puede mejorar el reconocimiento de una marca en un 80%** - Minoristas, asesores, inmobiliarias, y otros muchos pueden destacar del montón si utilizan el color. Un reconocimiento mejorado de la marca puede llevar a aumentar las ventas.

Fuentes

Estudios

Case & Company, Management Consultants

Bureau of Advertising, Colour in Newspaper Advertising

Maritz Motivation, Inc., Southern Illinois

Material publicado

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 Colour Copying, Modern Office Procedures