

# KLEUR- EN STIJLADVIES BIJ HET KIEZEN VAN EEN BRIL

Het succes van kleur- en stijladvies en trouwens van elk advies de dag van vandaag, is te danken aan het feit dat mensen nog weinig tijd hebben om zelf dingen uit te zoeken. Maar ook omdat er van ons verwacht wordt dat we in alles goed zijn en dat we perfecte keuzes maken. De druk wordt alsmaar groter en daardoor worden mensen onzekerder en moet de hulp ingeroepen worden van professionelen die zich in een onderwerp gespecialiseerd hebben.

De mode bepaalt in grote mate het aanbod van monturen, zowel wat kleuren als wat vormen betreft. Veel meer dan vroeger zijn brillen modieuze accessoires geworden. Modebewuste brillendragers hebben meer dan één bril. Alle grote ontwerpers hebben net als een parfumlign ook een brillenlijn of op zijn minst toch een collectie zonnebrillen. De bril maakt deel uit van een outfit en geeft een zekere stijl aan. Ook de stemming waarin we verkeren heeft invloed op welke bril we vandaag zullen dragen. Extravagante, klassieke of sportieve modellen vervolledigen onze outfits.

We zien dat de meeste mensen erg onzeker zijn bij het kiezen van een nieuwe bril want het aanbod is enorm. Eerst en vooral is het niet gemakkelijk om zelf een beoordeling te maken als je niet scherp ziet. De kwaliteit van een bril is erg belangrijk voor het welzijn van de ogen en voor het comfort en daardoor is hij niet goedkoop. Daarbij komt nog dat er in onze streken over het algemeen weinig kleuren gedragen worden, zowel in kleding als

accessoires en dat gekleurde brillen "in" zijn. Allemaal redenen om onzeker van te worden. Men kan maar beter van bij de start een goede keuze maken. Daarom mag het advies van de opticien zich niet langer beperken tot de technische gegevens. De dag van vandaag verwacht een klant ook advies over de keuze van de vorm en de kleur. Het hoort bij de service en bij het product dat verkocht wordt.

## HOE KAN KLEUR- EN STIJLADVIES HELPEN BIJ DE KEUZE VAN EEN BRIL?

Eerst een woordje uitleg over wat kleur- en stijladvies is en wat je er mee kan bereiken.

De juiste kleuren van kleding, accessoires, brillen, juwelen, enz. zorgen ervoor dat mensen zich zelfzekerder voelen. Want met de aangepaste kleuren krijgt men een fris en dynamisch voorkomen en een sterke uitstraling.

Het zijn de natuurlijke kleuren van ogen, haar en huid die



bepalen met welk kleurenpalet iemand het mooiste staat. Zijn de eigen kleurkenmerken warm dan staan warme kleuren het mooist. Zijn de eigen kleurkenmerken koel dan staan koele kleuren het mooist. Buiten koel en warm zijn ook helder en zacht, kenmerken van kleuren waarmee rekening moet gehouden worden als we over persoonlijke kleurenpaletten spreken.

Warme kleuren zijn kleuren waarin je geel of goud kan

onderscheiden. Koele kleuren zijn kleuren waarin je grijs of blauw kan onderscheiden. Bij rood kunnen we goed vergelijken. Wijrood bevat blauw, oranje-rood bevat geel. Kleuren beoordelen en vergelijken kan het gemakkelijkst door ze naast elkaar te houden.

Bij het dragen van aangepaste kleuren bemerken we een harmonie tussen de persoon en de kleuren die deze persoon draagt. Er zijn dan geen storende



elementen in het uiterlijk. Bovendien behoren alle kleuren van het persoonlijk palet tot dezelfde familie met als voordeel dat ze gemakkelijk combineerbaar zijn. Als men kleuren zo dicht mogelijk bij het gelaat dient te dragen, dan kan u zich voorstellen dat de kleur van een bril, die midden op het gelaat staat, erg belangrijk is. De oogkleur valt sterk op bij het dragen van een bril in de juiste kleur.

Het bepalen van het persoonlijk kleurenpalet gebeurt door het vergelijken van de kleuren. De kleuranalyse is een vergelijkingsproces. De kleuren consument heeft geleerd waar ze moet naar kijken bij het beoordelen van de kleuren. Bij een kleurend advies krijgt men een kleurenpaaspoort met de voornaamste referentiekleuren van zijn type. Het kleurenpaaspoort helpt de juiste kleuren te kiezen bij het winkelen en foute aankopen te voorkomen.

Vaast kleuradvies kan ook stijladvies gebruikt worden bij de

aankoop van een nieuwe bril.

Brillen worden volgens de gelaatsvorm aanbevolen. Volgens de theorie van stijladvies is bij een dame de ideale gelaatsvorm een ovale vorm en bij een heer een vierkante vorm. Maar natuurlijk kan elke gelaatsvorm mooi zijn. Men kan dus, naar wens, de gelaatsvorm met een bril benadrukken of indien nodig verbeteren.

Bij het beoordelen van de gelaatsvorm wordt een onderscheid gemaakt tussen brede en korte, lange en smalle of lange en brede gelaatsvormen.

Een te smalle gelaatsvorm kan gecorrigeerd worden door een bril te dragen die breder is dan het gelaat. Bij een te brede gelaatsvorm kiest men een bril die binnen of gelijk met het gelaat valt. Een te hoekige vorm kan verzacht worden door een montuur met zachte ovale vorm of afgeronde hoekjes. Bij een te ronde gelaatsvorm kan men juist voor een hoekiger montuur kiezen.

Het vraagt wat oefening om gelaatsvormen te beoordelen en om een gepast montuur te kunnen aanbevelen. Hou in gedachte dat niet elke gelaatsvorm dient gecorrigeerd te worden maar dat het wel nodig is om bij het beoordelen van de vorm te kijken waar het zwaarste deel van het gelaat zich bevindt. Het zwaarste deel kunnen de jukbeenderen, de kaaklijn of het voorhoofd zijn. Het zwaarste deel van het gelaat kan je best niet benadrukken.

Naast kleur en vorm kan ook de stijl of uitstraling van een bril belangrijk zijn. Een extravagante dame of heer kiest niet voor een onopvallend klassiek montuur. De bril is bij een extravagant type bijna een statement en moet dus exclusief zijn en eerder opvallend. Sportieve types houden dan weer niet van te veel details terwijl een klassiek type voor een tijdloze vorm en een kleur zal kiezen die langer mee kan.

Eens vertrouwd met kleur- en stijladvies kan een opticien brillen aankopen in functie ervan.

Klanten op een professionele manier kunnen adviseren over de kleur, de stijl en de vorm van een bril betekent een grote toegevoegde waarde.

Martine Verheyen  
Colour & Style Coaching



Martine Verheyen kan terugblikken op een jarenlange commerciële en PR ervaring met vooraanstaande internationale bedrijven als General Electric, Agfa en Dow Corning.

De belangstelling voor kleding, kleuren, stijl en mode hebben haar aangezet om in binnen- en buitenland opleidingen te volgen over Imago management, non verbale communicatie en kleuren.

Zij heeft programma's samengesteld om privé personen, zelfstandigen en bedrijven en hun medewerkers te helpen bij het ontwikkelen van hun imago.