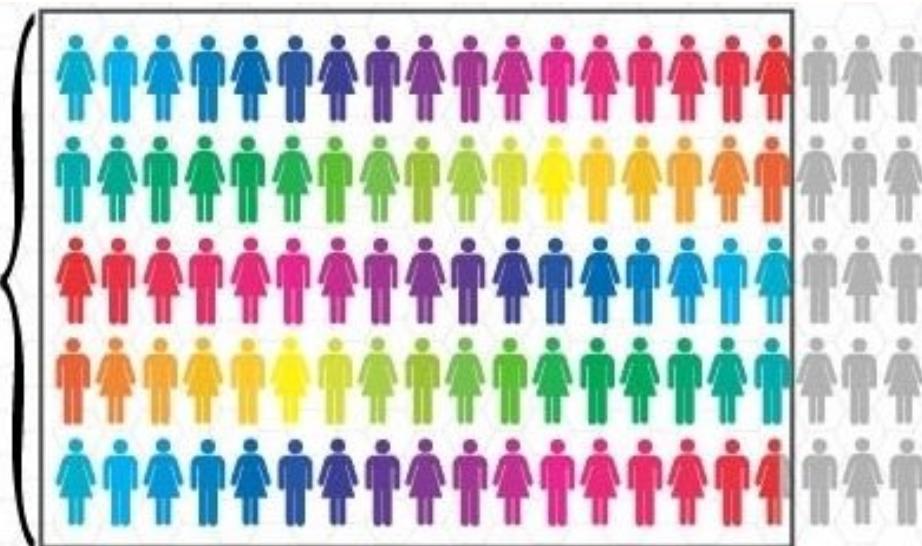




# the **Psychology of Color**

# 84.7%

потребителей  
указывают цвет  
как основную  
причину покупки  
конкретного товара



## КОГДА ЛЮДИ ПОКУПАЮТ



# 93%

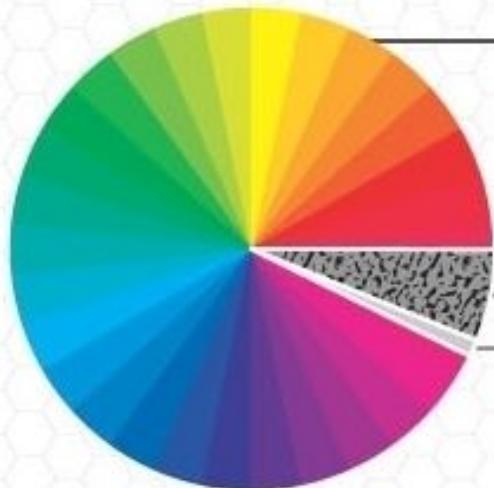
смотрят на Внешний  
Вид продукта

# 6%

обращают внимание  
на Текстуру

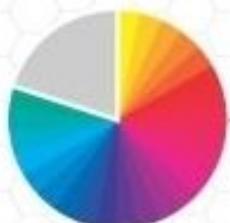
# 1%

принимают решение  
по «Звуку/Запаху»



# 80%

считают, что цвет  
увеличивает узнаваемость  
бренда

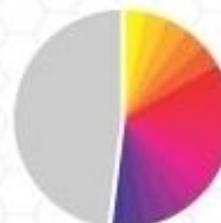


«Исследования показывают, что  
люди подсознательно оценивают  
среду или продукт в течение  
**первых 90 секунд. На 62-90%**  
этая оценка основывается только  
на цвете»



# 52%

покупателей могут не вернуться  
в магазин из эстетических  
соображений



РЕЗУЛЬТАТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦВЕТА



ЦВЕТ МОЖЕТ УЛУЧШИТЬ



Цветные объявления читают на

**42% ЧАЩЕ,**

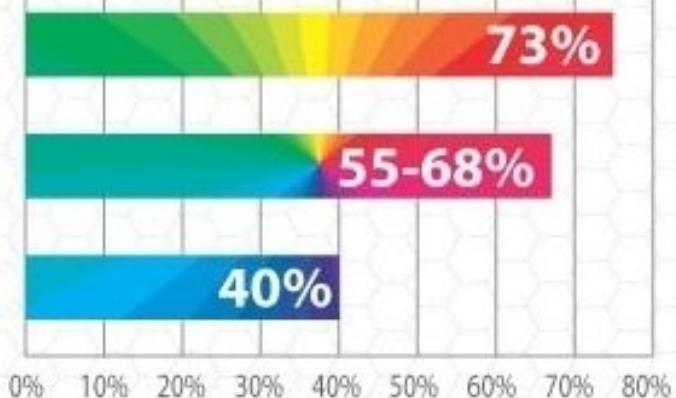
чем точно такие же, но

**ЧЕРНО-БЕЛЫЕ**

Понимание

Изучение

Чтение



**ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА**



**ВТОРИЧНЫЕ ЦВЕТА**

**КРАСНЫЙ**

**ЖЕЛТЫЙ**

**СИНИЙ**

**ОРАНЖЕВЫЙ**

**ЗЕЛЕНЫЙ**

**ФИОЛЕТОВЫЙ**



# КРАСНЫЙ

## ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

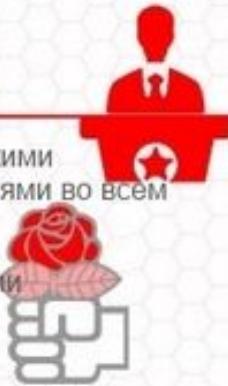
### ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

- | Вызывает сильные эмоции
- | Стимулирует аппетит
- | Увеличивает страсть и интенсивность
- | Красные розы символизируют любовь



### ПОЛИТИКА

- | Используется коммунистическими или социалистическими партиями во всем мире
- | Используется республиканцами в США



### КОМПАНИИ



### МАРКЕТИНГ

- | Увеличивает частоту сердечных сокращений
- | Используется в ресторанах, чтобы стимулировать аппетит
- | Создает ощущение срочности, часто используется на распродажах
- | Используется для импульсивных покупателей



### ЧАКРА

#### Основная чакра

- | Располагается в основании позвоночника
- | Связана с выживанием, безопасностью, физическим Я





# ЖЕЛТЫЙ

## ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

### ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



- Увеличивает жизнерадостность, теплоту
- Вызывает усталость, оказывает нагрузку на глаза
- Вызывает плаксивость у детей
- Стимулирует умственные и психические процессы
- Стимулирует нервную систему
- Стимулирует общение



### ПОЛИТИКА



- Представлен Либеральными партиями

### КОМПАНИИ



NATIONAL  
GEOGRAPHIC



### МАРКЕТИНГ



- Представляет оптимизм, молодость
- Используется для привлечения внимания любителей «глазеть на витрины»
- Демонстрирует ясность

### ЧАКРА

#### Чакра солнечного сплетения

- Располагается в верхней части живота между пупком и грудиной



- Связано с личной властью, волей и самооценкой



# СИНИЙ

## ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

### ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

- Ассоциируется с водой, миром
- В большей степени предпочитают мужчины
- Ассоциируется со спокойствием и безмятежностью
- Сдерживает аппетит
- Считается холодным цветом
- Воспринимается как постоянство в жизни человека (как небо, океан)
- Повышает производительность
- Наиболее часто используется в офисах



### ПОЛИТИКА



- Представлен Консервативными партиями по всему миру
- Используется Демократической партией в США

### КОМПАНИИ



### МАРКЕТИНГ

- Часто используется в корпоративном бизнесе из-за продуктивности и достаточной нейтральности
- Создает чувство безопасности и доверия бренду



### ЧАКРА

#### Чакра горла



- Располагается в горле
- Связана с коммуникацией, истиной, самовыражением



# ОРАНЖЕВЫЙ

## ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

### ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

- Отражает волнение, энтузиазм
- Демонстрирует тепло
- Предупреждает быть осторожным



### ПОЛИТИКА

- Оранжевый является национальным цветом Нидерландов и его королевской семьи



### КОМПАНИИ

**HOOTERS****amazon****Payless  
shoessource®****bing****starz****DISCOVER  
NETWORK**

### МАРКЕТИНГ

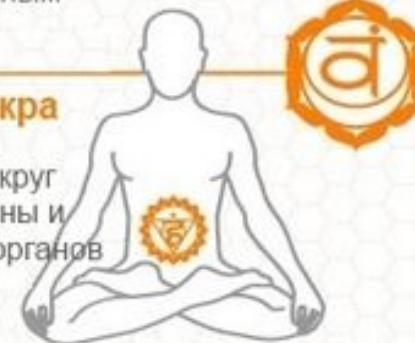
- Выражает агрессию
- Олицетворяет призыв к действию: Купить, Продать, Подписаться
- Ориентирован на импульсивных покупателей
- Бренд представляется доброжелательным, веселым, уверенным



### ЧАКРА

#### Сакральная чакра

- Располагается вокруг нижней части спины и репродуктивных органов



- Связана с сексуальностью, творчеством, удовольствием





# ЗЕЛЕНЫЙ

## ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

### ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



| Символизирует здоровье, спокойствие

| Символизирует деньги

| Обозначает природу

| Снимает депрессию

| Работающие в зеленой среде люди реже страдают заболеваниями живота

| Зеленый используется в очках ночного видения, т.к. человеческий глаз наиболее чувствителен к нему и способен различать большую часть его оттенков

| Олицетворяет развитие, рост



### ПОЛИТИКА



| Используется экологами

### КОМПАНИИ



**bp**



JOHN DEERE



WHOLE FOODS  
MARKET



ANIMAL  
PLANET



Tropicana



Spotify



XBOX



### МАРКЕТИНГ



| Используется для расслабления

| Ассоциируется с богатством

| Говорят, что зеленый M&M's содержит сексуальный подтекст

| Долгое время был символом плодородия

| Был предпочтительным цветом свадебного платья в 15 веке

### ЧАКРА

#### Сердечная чакра



| Центр тела, на уровне сердца

| Связана с безусловной любовью, исцелением



# ФИОЛЕТОВЫЙ

## ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

### ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

| Демонстрирует царственность, богатство, успех, мудрость



| Многие цари носили фиолетовые одежды

### ПОЛИТИКА

| Используется королевскими семьями, но практически не используется в современной политике



### МАРКЕТИНГ

| Часто используется в продуктах, предназначенных для красоты и омоложения

| Используется, чтобы утешить или успокоить

| Представляет креативность, богатое воображение, мудрость бренда

### ЧАКРА

#### Коронная чакра

| Верхняя часть головы



| Относится к духовной жизни, опыту, связи с божественным, чистым сознанием, трансцендентностью

### КОМПАНИИ

**YAHOO!****T-Mobile****SyFy****Hallmark**

Big Brothers Big Sisters

**Crown Royal****Welch's**  
ПАРТНЁР ПРЕМИУМ-ЛИНЕЙКИ**craigslist****WONKA**

ОПТИМИЗМ

ДРУЖБА

ВОЛНЕНИЕ

ТВОРЧЕСТВО

ДОВЕРИЕ

МИР

БАЛАНС

