

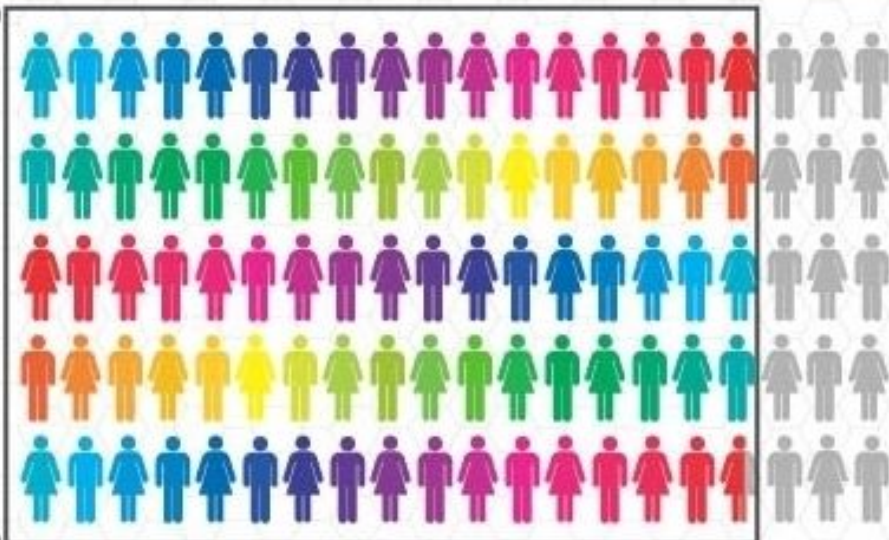


the
Psychology of Color



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»

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



80%

считают, что цвет увеличивает узнаваемость бренда



52%

покупателей могут не вернуться в магазин из эстетических соображений

РЕЗУЛЬТАТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦВЕТА



Цветные объявления читают на

42% ЧАЩЕ,

чем точно такие же, но

ЧЕРНО-БЕЛЫЕ

ЦВЕТ МОЖЕТ УЛУЧШИТЬ



Понимание

73%

Изучение

55-68%

Чтение

40%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%

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 чakra

- 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



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

КОМПАНИИ





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

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



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



КОМПАНИИ



bp



JOHN DEERE



Tropicana

Spotify



XBOX





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

YANOO!

T-Mobile



Syfy

Hallmark



Bia Brothers Bia Sisters



ОПТИМИЗМ

ДРУЖБА

ВОЛНЕНИЕ

ТВОРЧЕСТВО

ДОВЕРИЕ

МИР

БАЛАНС

