



**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А. И. ГЕРЦЕНА**

Кафедра управления образованием и кадрового менеджмента

Инновационный менеджмент в управлении персоналом

ЦВЕТА ДЛЯ РЕСТАЙЛИНГА



Кравцов А. О.,
кандидат педагогических наук, доцент
РГПУ им. А.И. Герцена
Санкт-Петербург
ak90@yandex.ru



КРАСНЫЙ

ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



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

КОМПАНИИ

МАРКЕТИНГ



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





ОРАНЖЕВЫЙ

ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



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



МАРКЕТИНГ



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

КОМПАНИИ



HOOTERS

amazon

Payless
SHOESOURCE

bing



starz



DISCOVER
NETWORK



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



МАРКЕТИНГ

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



КОМПАНИИ





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

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

КОМПАНИИ



bp



JOHN DEERE



Tropicana

Spotify



XBOX



android



Holiday Inn



7-ELEVEN



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



МАРКЕТИНГ



Представляет оптимизм, молодость

Используется для привлечения внимания любителей «глазеть на витрины»

Демонстрирует ясность

КОМПАНИИ





ФИОЛЕТОВЫЙ

ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



Демонстрирует царственность, богатство, успех, мудрость

Многие цари носили фиолетовые одежды



КОМПАНИИ

МАРКЕТИНГ



Часто используется в продуктах, предназначенных для красоты и омоложения

Используется, чтобы утешить или успокоить

Представляет креативность, богатое воображение, мудрость бренда

YANOO!

T-Mobile



Syfy

Hallmark



Big Brothers Big Sisters



craigslist

