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

МАРКЕТИНГ

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

КОМПАНИИ

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

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

pepsi
JPMorgan
OREO
skype
LOWE'S Home Improvement Warehouse
vimeo
Oral-B
flickr
Walmart Save money. Live better.
Ford
AMERICAN EXPRESS
GE
DELL

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, Whole Foods Market, Animal Planet, Tropicana, Spotify, XBOX, Monster, Excel, Hess, Starbucks Coffee, Android, Land Rover, 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

МАРКЕТИНГ

- Часто используется в продуктах, предназначенных для красоты и омоложения
- Используется, чтобы утешить или успокоить
- Представляет креативность, богатое воображение, мудрость бренда

КОМПАНИИ

YAHOO! · T-Mobile · TACO BELL · Syfy · Hallmark · Big Brothers Big Sisters · Crown Royal · Welch's · craigslist · WONKA