

### 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

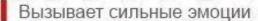
Санкт-Петербург ak90@yandex.ru



# КРАСНЫЙ

### основной цвет

# особенности/эмоции



- Стимулирует аппетит
- Увеличивает страсть и интенсивность
- Красные розы символизируют любовь



#### **MAPKETUHF**

- 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































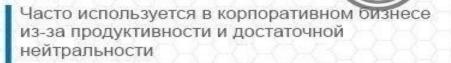
# СИНИЙ

### 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



Создает чувство безопасности и доверия бренду





































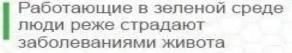
# **ЗЕЛЕНЫЙ**

#### ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

#### особенности/эмоции



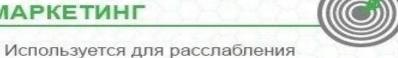
- Символизирует здоровье, спокойствие
- Символизирует деньги
- Обозначает природу
- Снимает депрессию



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

Олицетворяет развитие, рост

#### MAPKETUHE



- Ассоциируется с богатством
- Говорят, что зеленый М&М's содержит сексуальный подтекст
- Долгое время был символом плодородия
- Был предпочтительным цветом свадебного платья в 15 веке



































# 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

### MAPKETUHI

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































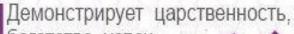




# ФИОЛЕТОВЫЙ

# ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

# особенности/эмоции



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



















