

ПРИВЛЕКИТЕ ВНИМАНИЕ ЦВЕТОВЫМИ РЕШЕНИЯМИ



ЭМОЦИИ, КОТОРЫЕ ВЫЗЫВАЮТ ЦВЕТА

Что цвета вашего бренда должны донести до потребителя? Убедитесь, что они отражают индивидуальность вашего бизнеса и его место в мире.



КРАСНЫЙ

Любовь, энергия, сила, движение



ЗЕЛЕНый

Деньги, рост, свежесть, исцеление, природа



ОРАНЖЕВый

Жизненная сила, тепло, приключения



СИНИЙ

Спокойствие, преданность, безопасность, доверие



ЖЕЛТый

Оптимизм, креативность, солнечный свет, предупреждение



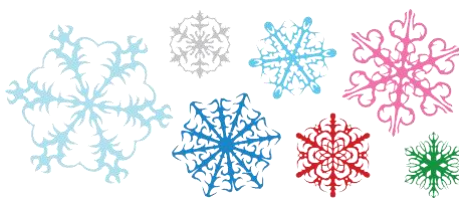
ФИОЛЕТОВый

Величие, благородство, роскошь, целеустремленность

Помните, что личные предпочтения, опыт, культурные различия, контекст и т. д. могут влиять на отношение людей к цвету.

СЕЗОННОЕ ВДОХНОВЕНИЕ

Иногда лучшее цветовое решение лежит буквально на поверхности. Подсказкой для выбора самого привлекательного цвета для маркетинговых материалов может послужить время года.



Декабрь, январь, февраль

Добавьте яркости вашим маркетинговым материалам с помощью таких зимних холодных цветов, как серебряный, морозный синий или белоснежный. Праздничные открытки также полны зелеными и красными оттенками. Не забудьте добавить немного розового на День св. Валентина.



Июнь, июль, август

Начните лето с насыщенных ярких красных и оранжевых цветов, а также сочетаний этих оттенков.



Март, апрель, май

Отпразднуйте окончание зимы яркими весенне-зелеными цветами (особенно в марте и на День св. Патрика) и теплыми желтыми или мягкими фиолетовыми на Пасху. День Земли окрашен в темно-синие и сине-зеленые тона.



Сентябрь, октябрь, ноябрь

Ощутите смену времен года, используя осеннюю палитру цветов: от насыщенных темно-красных и оранжевых до землянистых коричневых и золотых. Оранжевый и черный символизируют Хэллоуин.

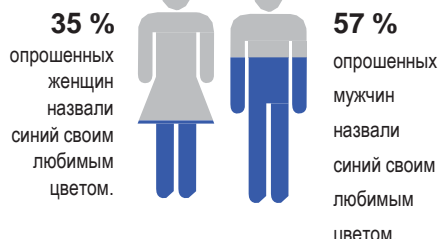
ЦВЕТ И БРЕНД

Красный цвет привлекает внимание. А вы знали, что он увеличивает частоту сердцебиения? Вам может нравиться этот цвет, но если листовка вашей студии йоги будет красной, то вы, вероятно, будете заниматься там в одиночестве.



СИНИЙ В ДУШЕ

Синий цвет занимает лидирующие позиции по популярности среди обоих полов — об этом следует помнить, учитывая вашу целевую аудиторию*.



НАЗВАНИЯ ЦВЕТОВ

Продаете товары в различных цветовых вариантах? Оригинальные названия цветов могут увеличить продажи.



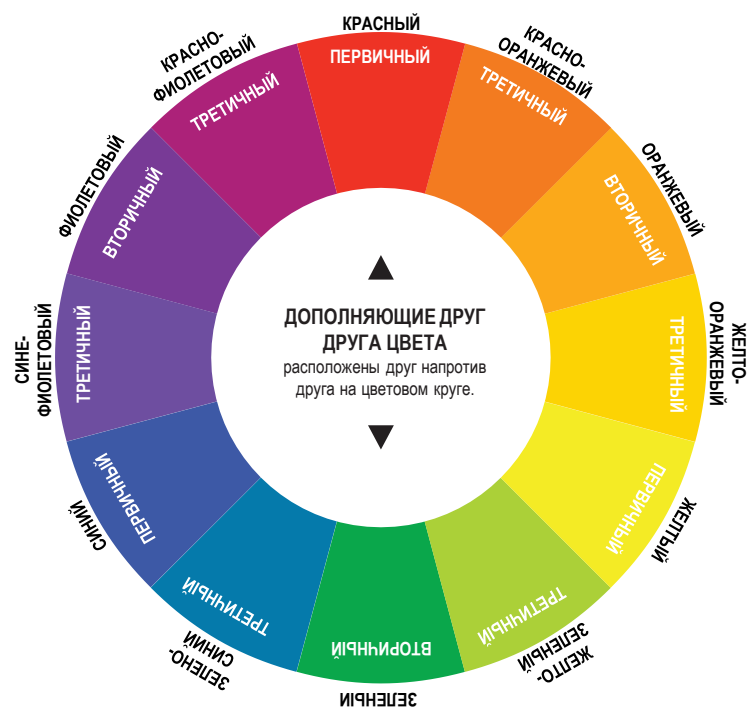
УСИЛЕНИЕ ОТВЕТНОЙ РЕАКЦИИ

Оттенки одной цветовой гаммы выглядят привлекательно. Однако, чтобы привлечь внимание потребителей к своим кнопкам, призывающим к действию, используйте контрастные цветовые решения.



ЦВЕТ ПОВЫШАЕТ УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА НА 80% **

ЦВЕТОВОЙ КРУГ



ПЕРВИЧНЫЕ ЦВЕТА

Три цвета, которые при смешивании дают другие цвета.



ВТОРИЧНЫЕ ЦВЕТА

Вторичные цвета создаются при смешении первичных цветов. Вторичные цвета расположены на цветовом круге между первичными цветами.



ТРЕТИЧНЫЕ ЦВЕТА

Названия третичных цветов складываются из названий привычного и вторичного цветов, путем смешения которых они были образованы.



ДОПОЛНЯЮЩИЕ ДРУГ ДРУГА ЦВЕТА

Это цвета, которые расположены друг напротив друга на цветовом круге. Благодаря контрастности таких пар, как красный и зеленый, синий и оранжевый, желтый и фиолетовый, создается яркий цветовой акцент.



Согласно теории цвета, для создания гармоничной цветовой комбинации нужно использовать любые два цвета, расположенные друг напротив друга на цветовом круге, либо три цвета, расположенные рядом на цветовом круге, образующие треугольник, либо любые четыре цвета, образующие прямоугольник (две пары цветов друг напротив друга).

Советы и подсказки об использовании цветов можно найти на сайте

www.xerox.com/tips

* <http://www.joehallock.com/edu/COM498/preferences.html>

** Колледж Лойола, Мэриленд, США; Case & Company Management Consultants (Консультанты по управлению компанией и кейсами); Bureau of Advertising (Бюро рекламы), Color in Newspaper Advertising (Использование цветов в газетной рекламе); Maritz Motivation, Inc. Южный Иллинойс.