

Кузнецова Анастасия Андреевна
Магистр, 1 курс, группа м-о-2
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
г.Ростов-на-Дону, Россия
Ksanastasia@mail.ru

Сучков Олег Сергеевич
Студент, 3 курс, группа 331-ПРИ
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ) »,
г.Ростов-на-Дону, Россия
olegbeltion@gmail.com

Психология цвета в маркетинге и рекламе

Статья посвящена исследованию влияния цветовой палитры на поведение покупателя. Авторами подобрана комбинация цветов, которая представляет настроение товара или услуги, а так же даны рекомендации по использованию цветовой палитры в разработке рекламы.

Ключевые слова: цвета, реклама, маркетинг, товар, услуга.

Kuznetsova Anastasia Andreevna
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
Ksanastasia@mail.ru

Suchkov Oleg Sergeevich
Rostov State Economic University
Rostov-on-Don, Russia
olegbeltion@gmail.com

Color Psychology in Marketing and Advertising

The article is devoted to the study of the influence of the color palette on the behavior of the buyer. The author selected a combination of colors that represents

the mood of a product or service, and also made recommendations on the use of a color palette in the design of advertising.

Keywords: colors, advertising, marketing, product, service.

Психология цвета играет важную роль в маркетинге и рекламе. Использование цветов, влияющих на эмоции, необходимо для успеха маркетинговой стратегии компании. В среднем посетитель сайта тратит около 8 секунд на просмотр страницы, поэтому важно выбрать цвета, и использовать их с умом, исходя из конкретных маркетинговых и рекламных целей[1].

Чтобы захватить внимание читателя, для сайта необходимо подобрать правильные визуальные элементы, такие как цвет, дизайн и изображения. Цветовая гамма сайта может пробудить интерес к товару и услуге или, наоборот, оттолкнуть посетителя, если комбинация цветов не работает. Чтобы потенциальный покупатель задержался на сайте нужно подобрать такую комбинацию цветов, которая будет представлять настроение товара или услуги (табл.1).

Таблица 1 – Цвета и чувства, которые они вызывают[6]

Цвет	Чувство	Комментарий
красный	энергия	Красный цвет повышает уровень энергии и увеличивает адреналин. Этот цвет рекомендовано применять в тех областях бизнеса, где нужно быть продуктивным и энергичным. Также красный цвет ассоциируется со страстью и романтикой.
оранжевый	веселье, радость	Оранжевый представляет теплоту и счастье, обеспечивая оптимизм и доверие. Этот цвет ассоциируется с солнечными днями и ярким светом. Он приносит позитивный

		взгляд на жизнь и стимулирует к хорошему здоровью. Данный цвет рекомендовано применять для сайта туристических услуг или фитнес услуг.
желтый	оптимизм	Желтый цвет ассоциируется со счастьем и бодростью. Это также самый яркий цвет, поэтому он используется для привлечения внимания. Данный цвет рекомендовано использовать для сайта детских праздников и вечеринок.
синий	доверие	Синий считается цветом честности, верности и доверия. Этот цвет является спокойным и имеет успокаивающий эффект. Это может быть одной из причин, по которым врачи и медсестры иногда носят синие халаты. Данный цвет рекомендовано применять для сайта медицинских услуг.
зеленый	спокойствие	Благодаря своей обширной связи с природой зеленый цвет является цветом роста и спокойствия. Также учитывая, что он находится в середине цветового спектра, он считается цветом баланса. Несмотря на то, что зеленый цвет имеет успокаивающий характер, у многих людей он ассоциируется с деньгами, поэтому данный цвет рекомендовано применять на сайте банков.
белый	доброта, святость	Известно, что белые напоминают стерильность и чистоту. Благодаря художественным изображениям религиозных деятелей, как белых и чистых,

		этот оттенок также стал представлять святость и доброту. Поскольку белый обеспечивает небольшую стимуляцию для чувств, его использование может нагнетать и скуку.
черный	таинственность	Помимо негативных ассоциаций, таких как «зло», смерть и тьма, черный можно рассматривать как таинственность и скрытость от мира. В психологии черный цвет означает власть и контроль.

Используя определенные цвета на сайте компании, в первую очередь, необходимо убедиться, что они соответствуют предлагаемому продукту или услуге. Маркетологами было обнаружено, что 90% решений, принятых в отношении определенных продуктов, могут основываться только на их цвете[3].

В дизайне сайта цвет имеет важное значение, поскольку он используется, чтобы привлечь внимание людей и вызвать эмоции. Люди также связывают цвет с товаром. Когда вы думаете о Coca-Cola, вы всегда будете думать о красном.

Психология цвета трактует нам, на что нужно обратить внимание при разработке рекламы. Например, мужчины и женщины имеют разные цветовые предпочтения. Одно из исследований показало, что самые популярные цвета среди мужчин - синие (57%) и зеленые (14%); а женщины - голубые (35%) и фиолетовые (23%).

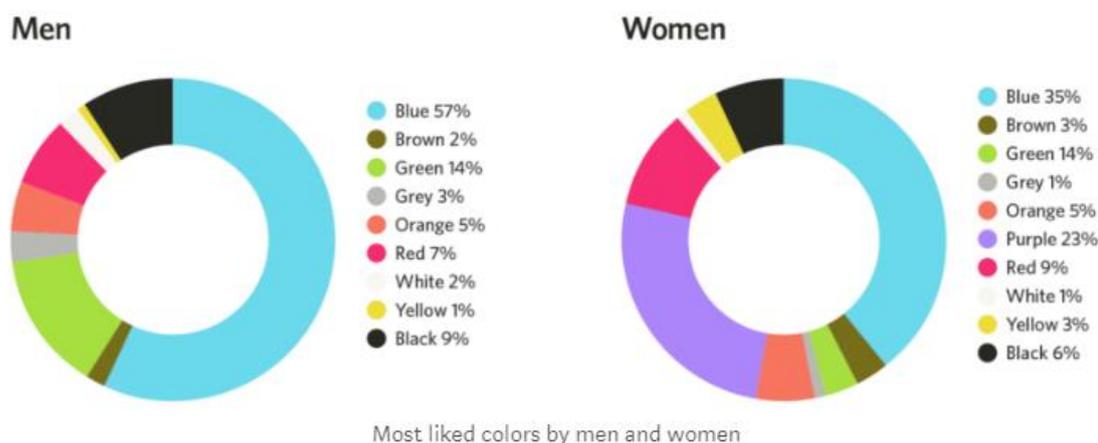


Рисунок 1 – Популярность цветов по половому признаку[5]

Следовательно, можно использовать слегка отличающуюся цветовую палитру в зависимости от того, на кого нацелена реклама на мужчин или на женщин.

Отдельные отрасли промышленности также используют особые цвета. Автор исследования Jeff Desjardins замечает, что многие отрасли склонны отдавать предпочтение определенным цветам, используя психологические триггеры, которые эти цвета несут, и привлекают нас как потребителя, а так же представляют отрасль[4].

В индустрии связи, например, синий и черный являются самыми популярными цветами. Использование этих цветов в рекламных объявлениях вызывает доверие к бренду.

Ясно, что есть много, о чем нужно подумать, когда речь идет о выборе цветовой палитры для рекламного объявления. Для определения цвета необходимо знать:

- кто целевая аудитория, и какие цвета она предпочитает;
- что ожидают люди от товара или услуги.

Как правило, цветовая палитра должна быть минимальной. Для рекламы на сайте необходимо выбрать два или три основных цвета. Если использовать радугу цветов, потенциальный покупатель не сможет сосредоточиться на том, что ему важно. Пара контрастных цветов должна выделяет важные детали[2].

Успех рекламной кампании во многом зависит от того насколько цветовая гамма соответствует вашему товару или услуге, настроению покупателя и его предпочтениям.

Список источников и литературы:

1. Психология цвета в маркетинге и брендинге [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/article/233843>(дата обращения: 23.11.18)
2. Цвета в маркетинге и рекламе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://99designs.com/blog/tips/colors-marketing-advertising/>(дата обращения:24.11.18)
3. 5 принципов проектирования для улучшения показа рекламы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2018/07/30/design-principles>(дата обращения:23.11.18)
4. 5 способов улучшить успех вашей рекламной кампании [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.ve.com/blog/improve-success-programmatic-advertising-campaign> (дата обращения: 20.11.18)
5. Популярность цветов по половому признаку [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://uxplanet.org/how-color-can-effect-emotion-ccab0431b1d> (дата обращения: 23.11.18)

6. Цвета и чувства, которые они вызывают [Электронный ресурс].
— Режим доступа:
http://mironovacolor.org/theory/humans_and_color/esthetic_reactions/(дата
обращения: 24.11.18)

References

1. Psikhologiya tsveta v marketinge i brendinge. Available at:
<https://www.entrepreneur.com/article/233843>(accessed on: 23.11.18)
2. Tsveta v marketinge i reklame. Available at:
<https://99designs.com/blog/tips/colors-marketing-advertising/> (accessed on:
24.11.18)
3. 5 printsiptov proektirovaniya dlya uluchsheniya pokaza reklamy.
Available at: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2018/07/30/design-principles>(accessed on: 23.11.18)
4. 5 sposobov uluchshit' uspekhnost' vashey reklamnoy kampanii. Available
at: <https://www.ve.com/blog/improve-success-programmatic-advertising-campaign>
(accessed on: 20.11.18)
5. Populyarnost' tsvetov po polovomu priznaku. Available at:
<https://uxplanet.org/how-color-can-effect-emotion-ccab0431b1d> (accessed on:
23.11.18)
6. Tsveta i chuvstva, kotorye oni vyzyvayut. Available at:
http://mironovacolor.org/theory/humans_and_color/esthetic_reactions/ (accessed
on: 24.11.18)

Выходные данные статьи:

КУЗНЕЦОВА, Анастасия Андреевна; СУЧКОВ, Олег Сергеевич.
Психология цвета в маркетинге и рекламе. Журнал "У". Экономика.
Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на:
<<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/178>>. Дата доступа