

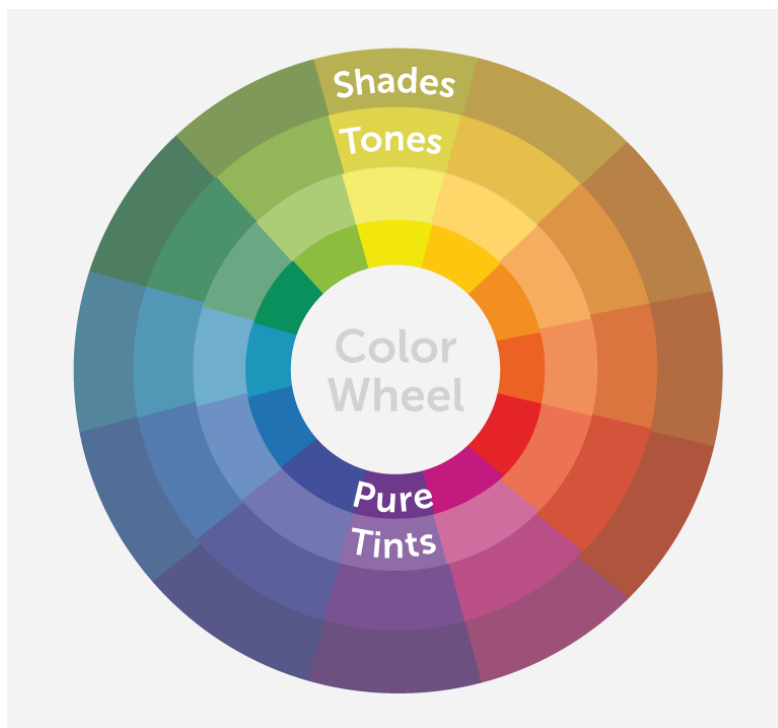
## Влияние цветов на потребителей и выбор для успешного продвижения в интернет-маркетинге

Мы, как компания по разработке веб-сайтов, интернет рекламы и дизайна, провели свое небольшое исследование, и оказалось, что только около 35% заказчиков уделяет внимание значению цветов при создании маркетинговых материалов, веб-сайтов и изображениям при наполнении (контента).

Хотя данная тема очень важная и может влиять на принятие решения потребителями при покупке/заказе товаров или услуг в интернете, при онлайн-бронировании и др.

Коротко резюмируем существующие исследования и характеристики цветов, с точки зрения восприятия аудиторией. Надеемся, это поможет и вам в выборе фирменных цветов, логотипов и общей цветовой гаммы вашего веб-сайта.

**Любой профессионал в области маркетинга и создания контента должен понимать основы теории цвета.** Понимание влияния для психологии и того, как работает цвет - это не только для художников, погружающих ежедневно руки в краску и пигменты. Потому что независимо от того, что вы используете в своем контенте, цвета всегда будут оказывать влияние, в том числе на подсознательном уровне на настроение ваших посетителей/потребителей. В контент-маркетинге, цвет - это эмоциональный ключ.



**В океане информации в интернете, цвет может помочь вам выделиться.**

Это то, что заставляет вашу аудиторию увидеть то, что вы хотите, чтобы они увидели, почувствовали, и чтобы они захотели то, что вы предлагаете или делаете в своем бизнесе. Даже то, какие оттенки цвета вы выбираете, также может влиять на удобство и простоту использования веб-сайта или ваших рекламных материалов, и является ключом - будет ли ваш контент/содержание читаться или нет.

Вот почему, понимание психологии цвета и предпочтений потребителей так важно для успеха вашего контента (веб-сайта, рекламы, инфо-материалов и т.д.). А плохой выбор цвета может негативно изменить восприятие или влияние вашего сообщения, которое вы хотите донести до клиентов.

**Используйте цвета неправильно**, и ваш интересный контент или удивительный призыв к действию будет легко игнорироваться.



**Цвет является важным инструментом, поскольку он оказывает влияние на то, как мы думаем, и даже как ведем себя.** Цвет направляет наши глаза, куда смотреть, где искать информацию и как интерпретировать то, что увидели. Это помещает контент в общий контекст информационного сообщения. Это помогает нам решить, что важно, а что нет. Именно поэтому, маркетолог или дизайнер контента, да и все должны понимать, что цвета означают для людей.

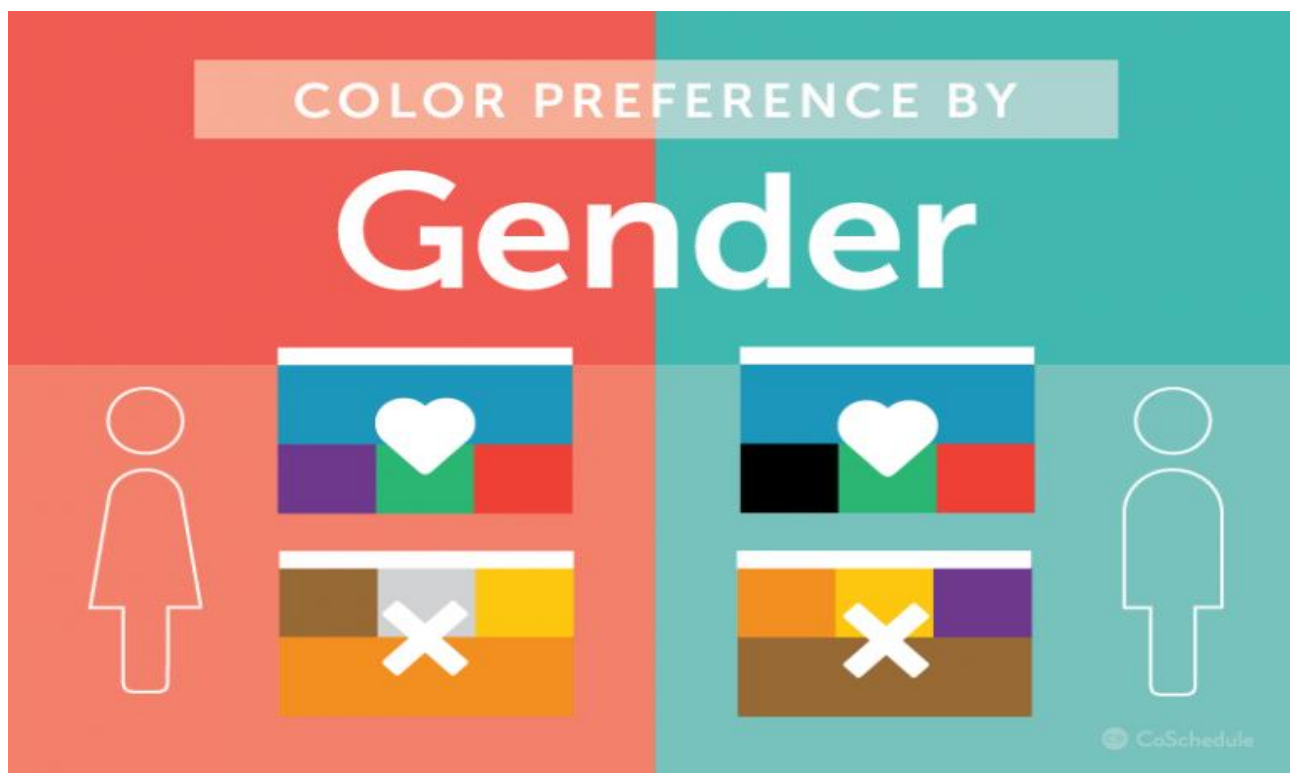
В то время как цвет в психологии был изучен и проанализирован к настоящему времени, психологическое воздействие цветов в маркетинге и принятии решений потребителями по-прежнему имеет субъективный характер.

Мы все реагируем и относимся к цветам по-разному, так как и у всех нас есть различный предыдущий опыт, культуру и ассоциации с цветами и воспоминаниями значимых событий, людей и ощущений. Тем не менее, есть несколько обобщений о том, как люди реагируют на цвет, и именно к этому мы хотим привлечь ваше внимание при выборе цветов в вашем бизнесе.

- **Доверие:** Большинство выбирает **синий** цвет (34%), а затем белый (21%) и зеленый (11%)
- **Безопасность:** **Синий** вышел на первое место (28%), а затем черный (16%) и зеленый (12%)
- **Скорость:** **Красный** был подавляющим фаворитом (76%)
- **Дешевизна:** **Оранжевый** занял первое место (26%), а затем желтый (22%) и коричневый (13%)
- **Высокое качество:** Черный был явным победителем (43%), а затем синий (20%)
- **Технологии/High Tech:** **черный** цвет лучший выбор (26%) и синий и серый второй (оба 23%)
- **Надежность:** **Синий** был лучшим выбором (43%), далее следуют черный (24%)
- **Мужество:** Большинство выбрали **фиолетовый** (29%), затем красный (28%), и, наконец, синий (22%)
- **Страх / Террор:** **Красный** занял первое место (41%), а затем черным цветом (38%)
- **Развлечения/Fun:** **Оранжевый** был лучшим выбором (28%), следом за ними желтый (26%), а затем фиолетовый (17%).

## Предпочтительные цвета мужчин и женщин

Компиляция результатов многих исследований в виде инфографики о том, как по-разному мужчины и женщины опыты и реагируют на цвет. Мужчины и женщины имеют разные цветовые предпочтения.



### Согласно блога Kissmetrics:

- Синий цвет любят как мужчины (57%), так и женщины (35%), хотя в большей степени благоприятен со стороны мужчин.
- Мужчины не любят коричневый цвет, в то время как женщинам больше всего не нравится оранжевый цвет больше всего.
- Цвета (коричневый и оранжевый) также рассматривались как "дешевые".
- Мужчины принимают ахроматические цвета (т.е. оттенки серого) лучше.
- Женщины предпочитали оттенки цветов, в то время как мужчины предпочитали чистые или затененные цвета.
- Большинство мужчин (56%) и женщин (76%) предпочитает холодные цвета в целом (от голубого до фиолетового).
- Оранжевый и желтый более не нравились людям постарше.

Женщины, как правило, видят больше цветов, чем у мужчины. Они более тонко осведомлены о незначительных цветовых различиях в пределах цветовой гаммы.

## Распознавание цвета и Бренда

По данным Института исследований цвета, люди делают суждение о контенте (материалах, веб-сайте и т.д.) в течение 90 секунд или даже меньше. И до 90% этого решения в этот короткий промежуток времени зависит от цвета, которые они видят. Будут ли они нажимать кнопку Купить на вашем сайте? Будут ли они читать ваши всплывающие "рекламки" и "подписки", заомнят ли они ваш веб-сайт - зависит и от цвета и от графики и от контента.

Есть несколько доказательств того, как цвета влияют на коэффициент конверсии, показывая, что до 85% потребителей принимают решения о покупке, основываясь в том числе на цветах, которые они видят, и что "правильные" полноцветные объявления в интернет-журналах/блогах могут получить кликов на 26% чаще, чем простые объявления.

На самом деле, цвет помогает людям узнавать любой бренд до 80%. Измените цвет логотипа, и пользователи могут уже не узнать его. Поэтому важно, чтобы выбор фирменного цвета производился осознанно и тщательно, и в дальнейшем придерживаться его.



## Что это значит для бизнеса и рекламы?

Что вы знаете о портрете потребителя - ваша аудитория в основном мужчины или это женщины, в каком возрасте они?

**Цвета, которые вы используете и применяете в вашем веб-сайте, рекламе и других каналах маркетинга, привлекают или отталкивают определенную аудиторию** (даже на подсознательном уровне).

Например, если вы продаете дорогие люксовые товары, вам нужно избегать цвета, которые рассматриваются вашими потребителями как "дешевые". Если ваша аудитория женщины, вы должны, в частности, выбирать цвета более тщательно и не применять слишком "грубые", кричащие, и так далее.

---

Наш основной фирменный цвет – синий, а также оттенки – бирюзовый и голубой. Контрастный цвет – темно оранжевый (оранжево-красный). А также черный цвет и серые оттенки. А какие цвета любите вы? Напишите в отзывах или комментариях.

Михаил Сочин  
[www.seo-website.ru](http://www.seo-website.ru)

13.07.2016