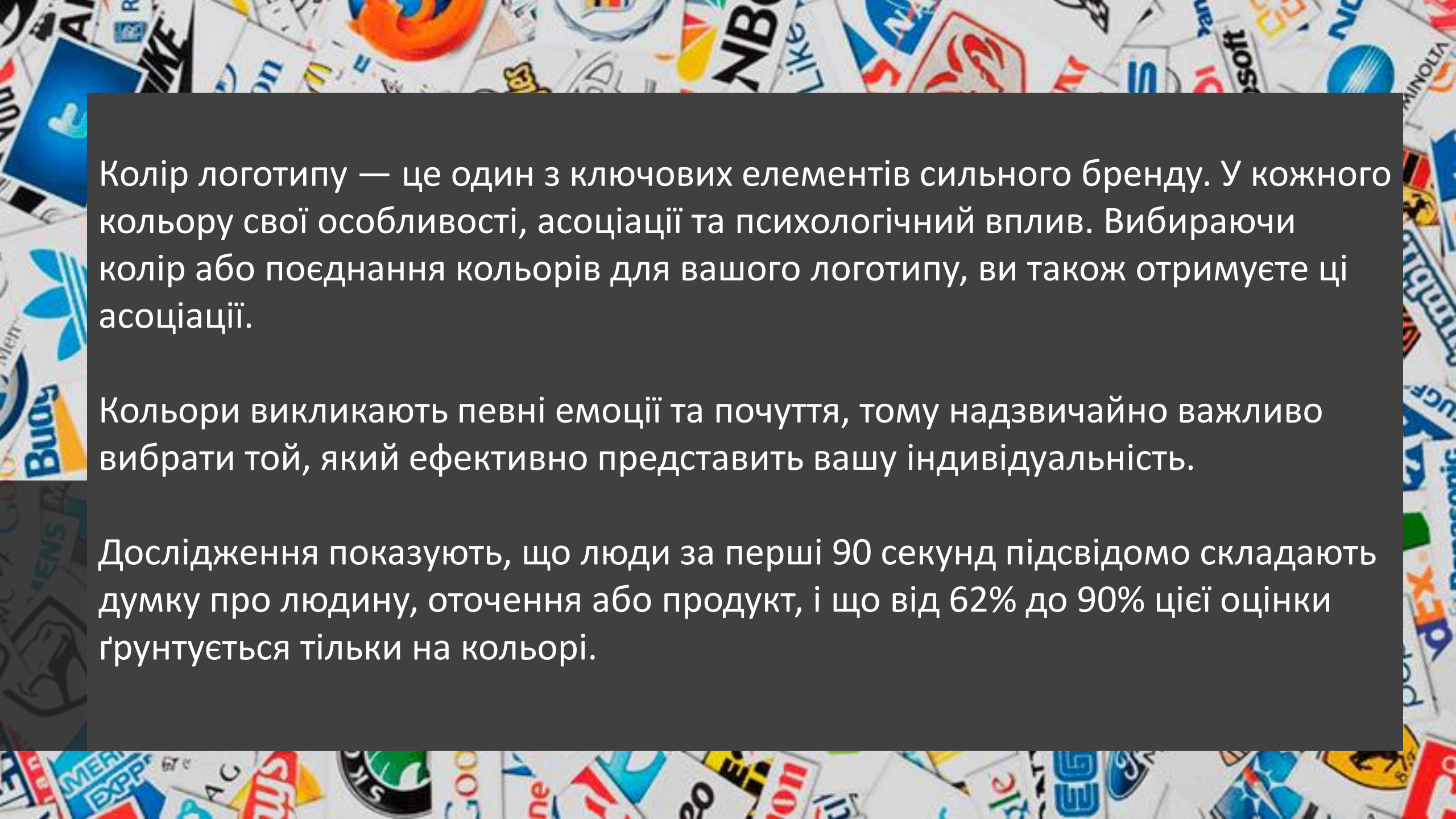


**КИЇВСЬКЕ ВИЩЕ ПРОФЕСІЙНЕ УЧИЛИЩЕ
БУДІВНИЦТВА І ДИЗАЙНУ**

Вплив кольору на логотип бренду

Розробила:

Викладач професійно-теоретичної підготовки Малець Наталія Олексіївна,



Колір логотипу — це один з ключових елементів сильного бренду. У кожного кольору свої особливості, асоціації та психологічний вплив. Вибираючи колір або поєднання кольорів для вашого логотипу, ви також отримуєте ці асоціації.

Кольори викликають певні емоції та почуття, тому надзвичайно важливо вибрати той, який ефективно представить вашу індивідуальність.

Дослідження показують, що люди за перші 90 секунд підсвідомо складають думку про людину, оточення або продукт, і що від 62% до 90% цієї оцінки ґрунтується тільки на кольорі.





ПСИХОЛОГІЯ

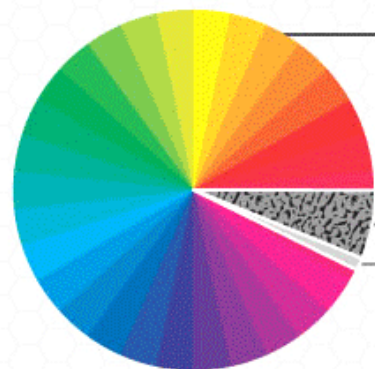
КОЛЬОРУ

84.7%

покупців назвали
колір визначальним
при виборі
конкретного товару



ПРИ ПОКУПЦІ



93%

дивляться
на зовнішній вигляд

6%

зважають на фактуру

1%

зважають
на "Звук / Запах"



80%

вважають, що колір поліпшує
впізнаваність бренду

Дослідження показали, що люди
підсвідомо судять про довкілля
чи продукт за **90 сек.** першого
споглядання.

Від **62%** до **90%** цього
судження базується лише на
враженні від кольорів.



52%

не повернулися до магазину
через загальну естетику



ПСИХОЛОГІЯ

КОЛЬОРУ

ВИГОДА ВІД КОЛЬОРУ

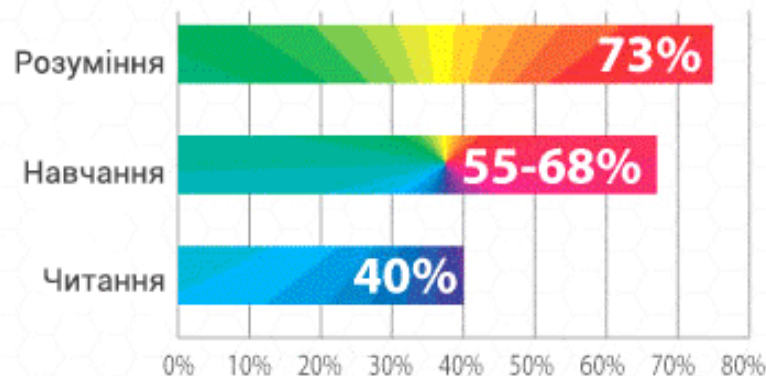


Кольорову рекламу читають на

42% частіше

аніж ту саму рекламу
в чорно-білому варіанті

КОЛІР МОЖЕ ПОЛІПШИТИ



ОСНОВНІ КОЛЬОРИ

ДОДАТКОВІ КОЛЬОРИ



ЧЕРВОНІЙ

ЖОВТИЙ

СИНІЙ

ОРАНЖЕВИЙ

ЗЕЛЕНИЙ

ПУРПУРОВИЙ



Головна мета реклами продукту чи послуги – викликати інтерес до неї таким чином, щоб покупець захотів **КУПИТИ**.

Колір в рекламі здійснює кілька функцій:

- Привертає інтерес аудиторії.
- Збільшує запам'ятовуваність реклами.
- Виділяє конкретні якості продукту та послуг.
- Викликає психологічну реакцію: підкреслює якість, настрій, відчуття; створює тепле або холодне середовище; відображає пори року і т.д.;
- Має фізіологічні наслідки: позитивні або негативні оптичні подразники;

Blue

Psychology of Blue:
Trusted • Conservative • Stoic • Dependable • Honest • Calm • Serious • Cool

СОБНІСТЬ / ЕМОЦІЇ

МАРКЕТИНГ

ЧАРМ

КОМПАНІЇ

Значення: Довіра, консервативність, надійність, чесність, спокій, міцність, холод.

Найпопулярніший корпоративний колір.
Часто використовується для інтернет банесу та фінансових установ.
Мужчий колір.



Brand Color Stats

100 Most Valuable Brand Logos & Color

BLUE

BLACK

RED

YELLOW

ORANGE

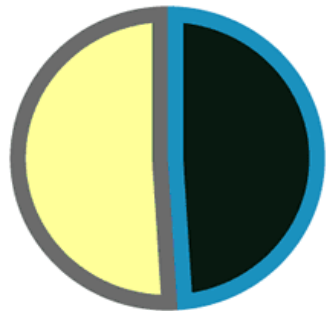
GREEN

PURPLE

Compare: Color Usage in Major Brand Logos

PERCENTAGE

5 10 15 20 25 30 35



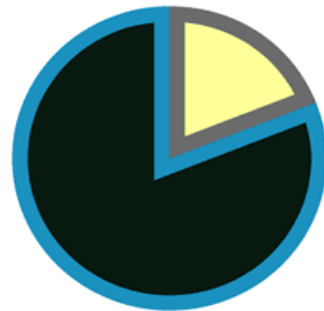
51%

Monochrome*



30%

Two Color



19%

Full Color

* Monochromatic logos are not necessarily black but ONLY feature one color.

КОЛЬОРИ

ГІД ПО ЕМОЦІЯХ



Blue

Psychology of Blue:

• *Trusted* • *Conservative* • *Staid* • *Dependable* • *Honesty* • *Calm* • *Secure* • *Cool*



Значення: Довіра, консервативність, надійність, чесність, спокій, міцність, холод.

Найпопулярніший корпоративний колір.
Часто використовується для інтернет-бізнесу та
фінансових установ.
Мужній колір.



СИНИЙ

ОСНОВНИЙ КОЛІР

ОСОБИСТІСТЬ / ЕМОЦІЇ

- Асоціюється з водою, спокоєм
- Синьому надають перевагу чоловіки
- Зменшує апетит
- Відомий як "холодний" колір
- Підвищує продуктивність
- Сприймається як константа в житті людини через те, що колір неба та океану синій
- Найчастіше використовується при дизайні офісів



ПОЛІТИКА

Репрезентує консервативні партії у всьому світі

У США використовують демократи



КОМПАНІЇ



МАРКЕТИНГ

Часто використовують в корпораціях, тому що він сприяє продуктивності та неагресивний

Викликає почуття безпеки та довіри до бренду



ЧАКРА

Горлова чакра

Пов'язана із комунікацією, самовираженням



Black

Psychology of Black:

• *Sophisticated* • *Luxurious* • *Formality* • *Style* • *Elegance* • *Expensive* • *Authority*



Значення: Витонченість, розкіш, формальність, стиль, елегантність, дорожнеча, авторитетність.

Примітний: Чорний використовується для брендів [«високого класу»](#), як основний або в парі з іншим кольором. Чорний похмурий, серйозний. Більшість логотипів спочатку були розроблені в чорно-білих кольорах.



Red



ЧЕРВОНИЙ

ОСНОВНИЙ КОЛІР

Psychology of Red:

• Bold • Passion • Strength • Attention • Love • Exciting • Action • Aggressive



Значення: Сміливість, пристрасть, сила, увага, любов, захоплення, дія, агресивність.

«СТОП», Розпродаж. Допомагає швидко привернути увагу.

Примітний: Червоний працює однаково добре на чорному та білому тлі. Він може означати стоп, небезпеку та гаряче. Колір вигуку.

Часто використовують у рекламі, коли потрібно виділити якийсь елемент, наприклад, акцію, новинку.

ОСОБИСТІСТЬ / ЕМОЦІЇ

- Викликає сильні емоції
- Покращує апетит
- Розпалює пристрасть та напругу
- Червоні троянди символізують любов



ПОЛІТИКА

- Репрезентує комуністичні та соціалістичні партії
- Використовують республіканці у США



КОМПАНІЇ



МАРКЕТИНГ

- Прискорює пульс
- Використовують ресторани, щоб стимулювати апетит у відвідувачів
- Використовується для імпульсивних покупок
- Створює враження актуальності (використовується для розпродажів)



ЧАКРА

Коренева чакра

- Розташована внизу хребта
- Пов'язана з безпекою, фізичним "я"



Yellow

Psychology of Yellow:

• Logical • Optimistic • Progressive • Confident • Playful • Creative



Значення: Логічний, оптимістичний, прогресивний, впевнений, грайливий, творчий.

Примітний: Жовтий зазвичай занадто яскравий, щоб використовувати його окремо, і вимагає використання контуру, фону або кольору, що межує. Це колір обережності. Є чіткістю.



ЖОВТИЙ

ОСНОВНИЙ КОЛІР

ОСОБИСТІСТЬ / ЕМОЦІЇ

- Викликає почуття радості та тепла
- Викликає втому та напружує очі
- Змушує дітей плакати
- Стимулює мисленнєві процеси
- Стимулює нервову систему
- Спонукає до комунікації



ПОЛІТИКА

- Репрезентує лібералізм

МАРКЕТИНГ

- Демонструє оптимізм, молодість
- Показує відкритість
- Використовується для привертання уваги до вітрин



ЧАКРА

Сонячне сплетіння

- Пов'язана з силою, волею, самооцінкою



КОМПАНІЇ



Orange

Psychology of Orange:

• Happy • Energetic • Sociable • Friendly • Affordable • Enthusiastic • Sunny



Значення: Щасливі, енергійні, товариські, доброзичливі, доступні, захоплені, сонячні.

Вважається, що помаранчевий викликає апетит.

Помаранчевий колір використовується у деяких знаках застереження.

Часто використовується в [роздрібній торгівлі](#). Як правило, це заклик до дії.



ОРАНЖЕВИЙ

ДОДАТКОВИЙ КОЛІР

ОСОБИСТІСТЬ / ЕМОЦІЇ

Відображає захоплення, ентузіазм

Передає тепло

Попереджає, що слід бути обережним



ПОЛІТИКА

Оранжевий є національним кольором у Нідерландах та кольором їхньої королівської родини



КОМПАНІЇ



HOOTERS

amazon

Payless

bing



starz



DISCOVER NETWORK

МАРКЕТИНГ

Може означати агресію

Закликає до дії: Купи, Продай, Підпишись

Репрезентує дружній, впевнений бренд



ЧАКРА

Сакральна чакра

Розташована навколо нижньої частини спини та репродуктивних органів

Пов'язана із сексуальністю, креативністю, задоволенням



Green

Psychology of Green:

• Nature • Wealth • Fresh • Life • Harmony • Environment • Growth • New



Значення: Природа, багатство, свіжість, життя, гармонія, довкілля, зростання, новизна.

Примітний: Зелений означає "вперед".

Часто використовується для представлення еко-компаній та продуктів.

Вважається заспокійливим кольором.



ЗЕЛЕНИЙ

ДОДАТКОВИЙ КОЛІР

ОСОБИСТІСТЬ / ЕМОЦІЇ



- Засвідчує здоров'я, спокій
- Є символом грошей
- Пов'язаний з природою
- Полегшує депресію
- Люди, що працюють на природі, рідше страждають на шлункові захворювання
- Використовується в окулярах нічного бачення, тому що людське око найбільш чутливе до зеленого кольору та найкраще розрізняє його відтінки
- Символізує зростання

ПОЛІТИКА

- Пов'язаний із енвайронменталістами



КОМПАНІЇ



МАРКЕТИНГ



- Тривалий час був символом родючості
- Асоціюється із здоров'ям, добрим самопочуттям
- Використовується для зон відпочинку в магазинах
- Зелені M&M's мають нести сексуальний підтекст
- У XV ст. вважався найкращим кольором для весільних суконь

ЧАКРА

Серцева чакра

- Розташована на рівні серця
- Пов'язана із абсолютною любов'ю, оздоровленням



Purple

Psychology of Purple:

• Royalty • Mystery • Pomp • Ceremony • Creative • Unique • Majesty



Значення: Царство, таємниця, помпезність, церемоніальність, творчість, унікальність, величність.

Примітний: Колись був самим дорогим кольором у виробництві, оскільки робився з рідкісних морських водоростей.

Часто сприймається як елітний.

Подобається дітям, його часто використовують в упаковці солодошів та іграшок.



ПУРПУРОВИЙ

ДОДАТКОВИЙ КОЛІР

ОСОБИСТІСТЬ / ЕМОЦІЇ

Символізує розкіш, достаток, успіх, мудрість

Королі носили одяг пурпурового кольору



ПОЛІТИКА

Використовували монархи, майже не використовується у сучасній політиці



КОМПАНІЇ

YAHOO!

T-Mobile



Syfy

Hallmark



МАРКЕТИНГ

Реклама косметики, антивікових засобів

Використовують для заспокоєння

Репрезентує креативний, винахідливий бренд



ЧАКРА

“Духовний центр”

Верхівка голови

Пов'язаний із духовним життям та досвідом, зв'язок із божественним, чиста свідомість, трансцендентальність

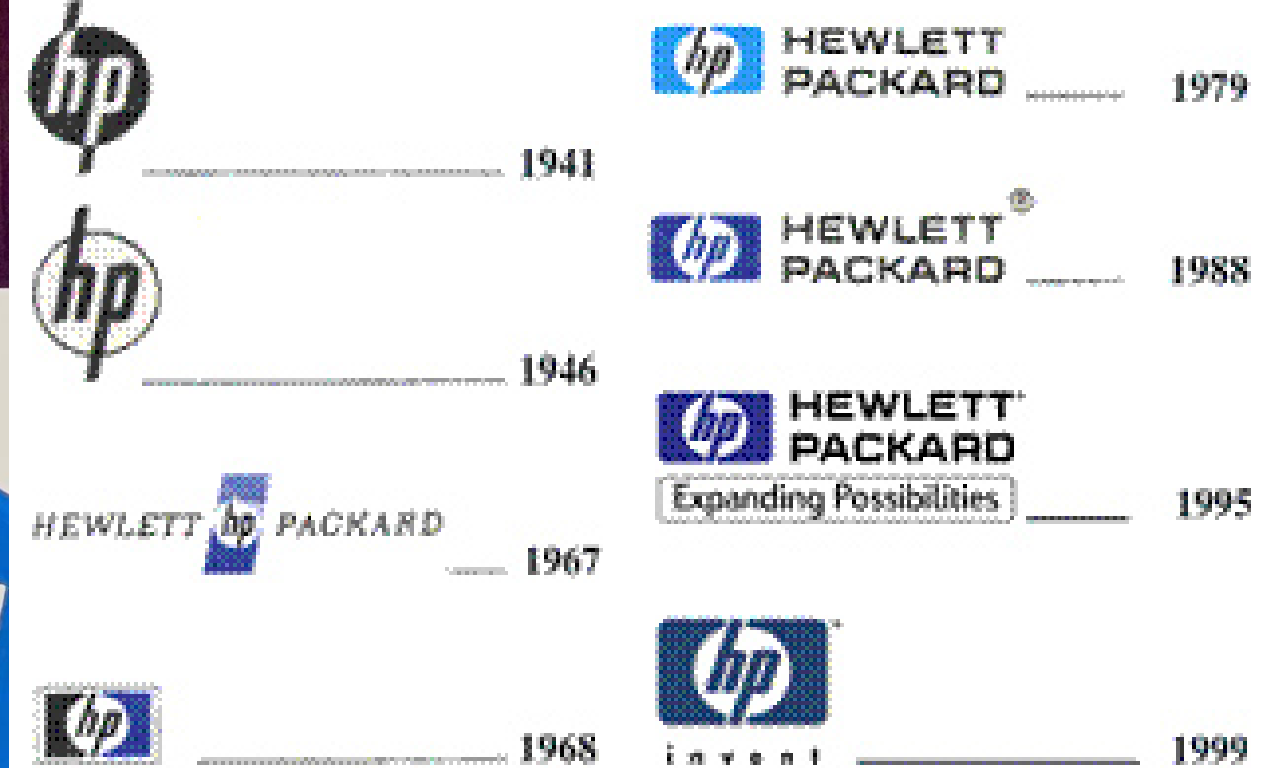


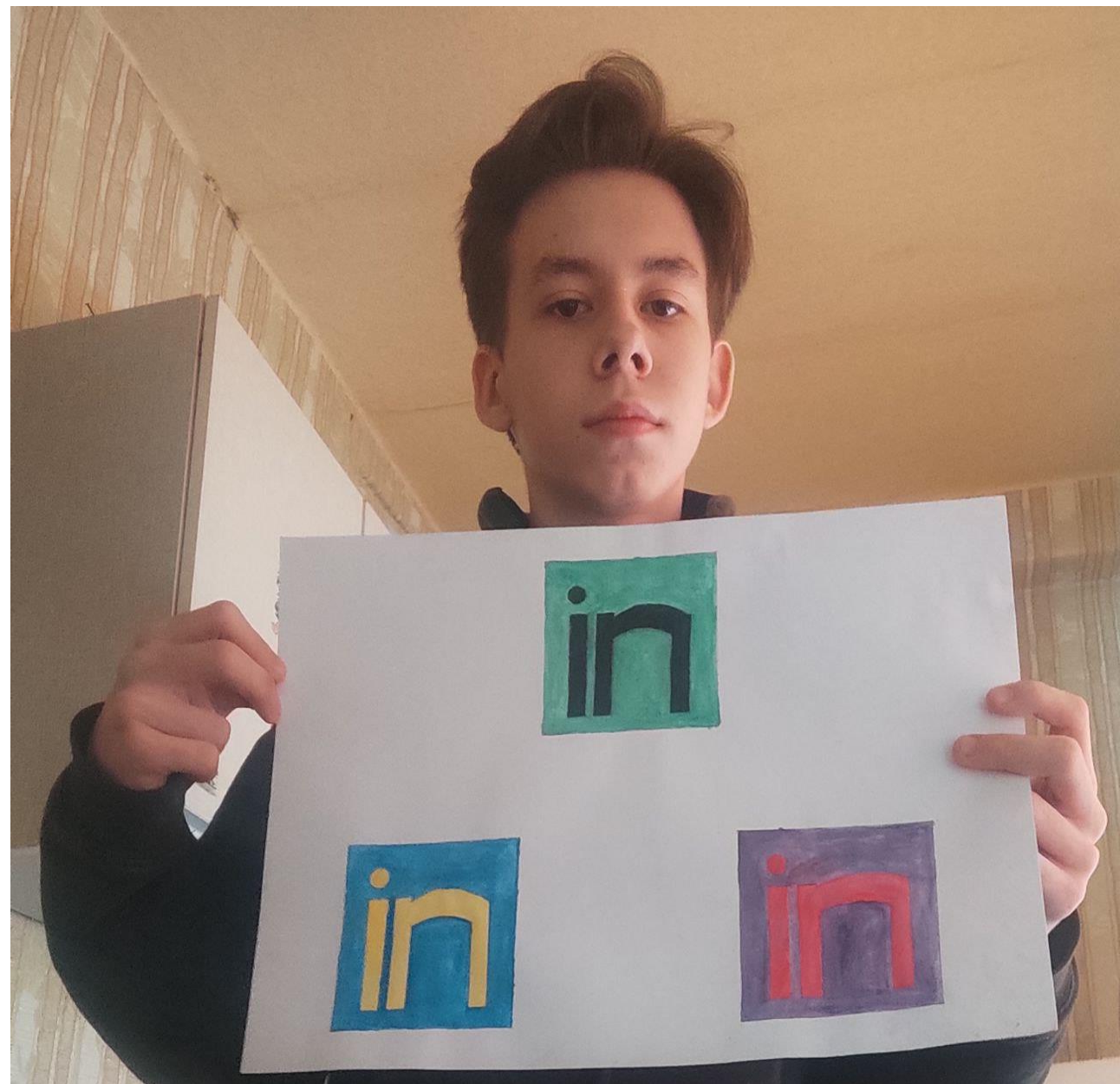
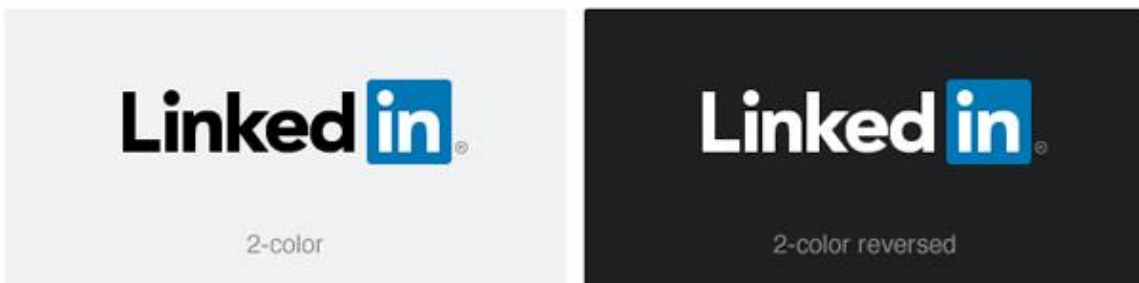
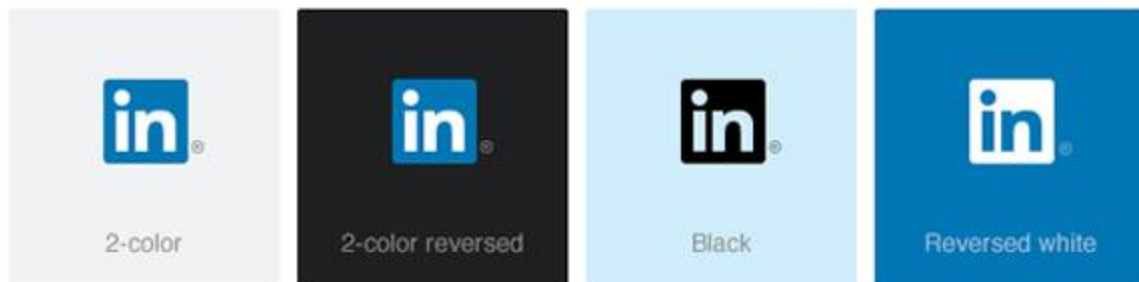


Розуміння психології кольору життєво важливе при створенні ефективного логотипу











MARVEL



Colgate

Colgate

Colgate

Colgate®

Всесвітній фонд дикої природи



CNN







1947



1968



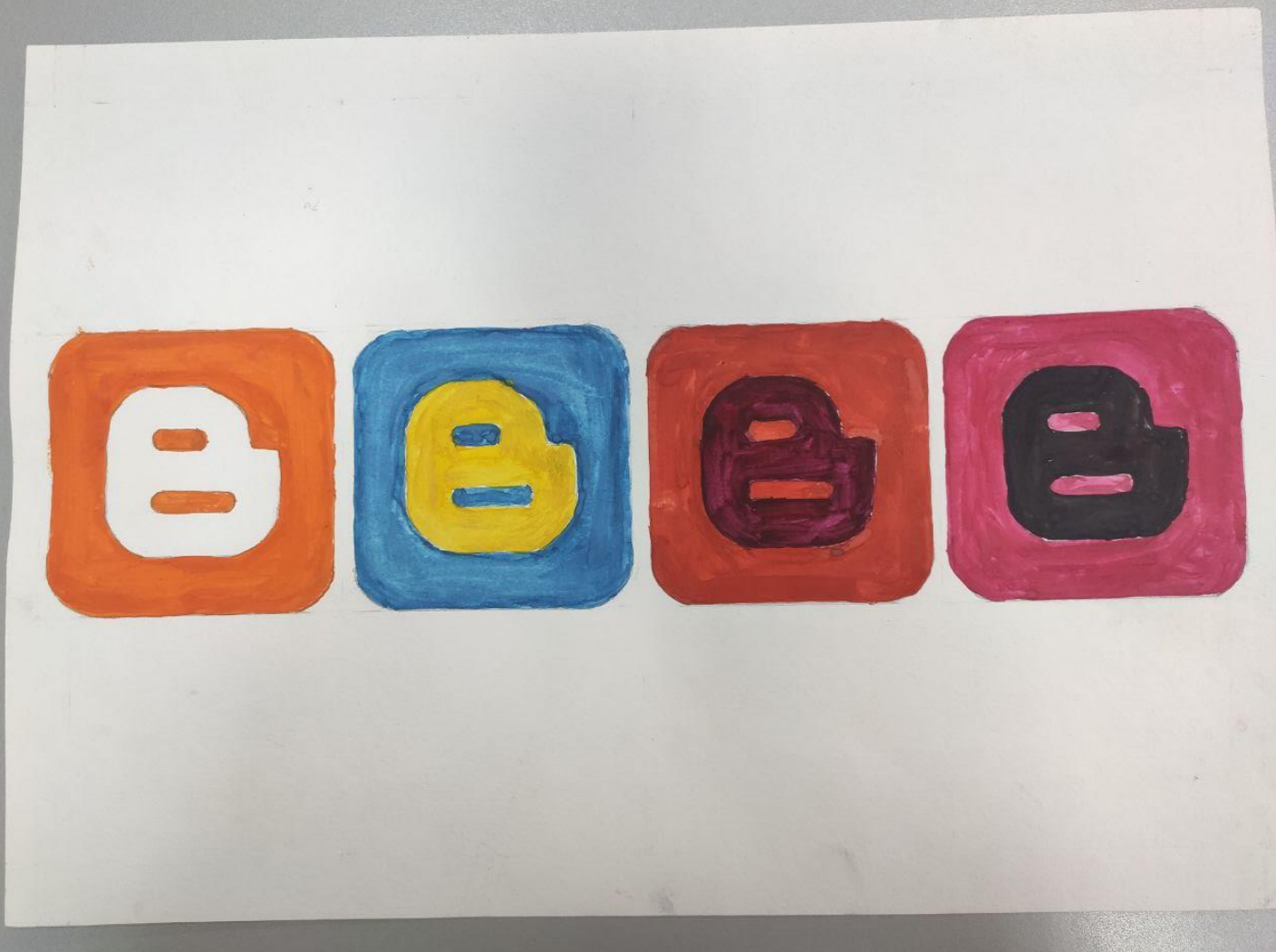
1968



1999



Coca-Cola





1971



1978



1985



1995





007







КИЇВСЬКЕ ВИЩЕ ПРОФЕСІЙНЕ УЧИЛИЩЕ БУДІВНИЦТВА І ДИЗАЙНУ

Дякую за увагу!

Розробила:

Викладач професійно-теоретичної підготовки Малець Наталія Олексіївна,