

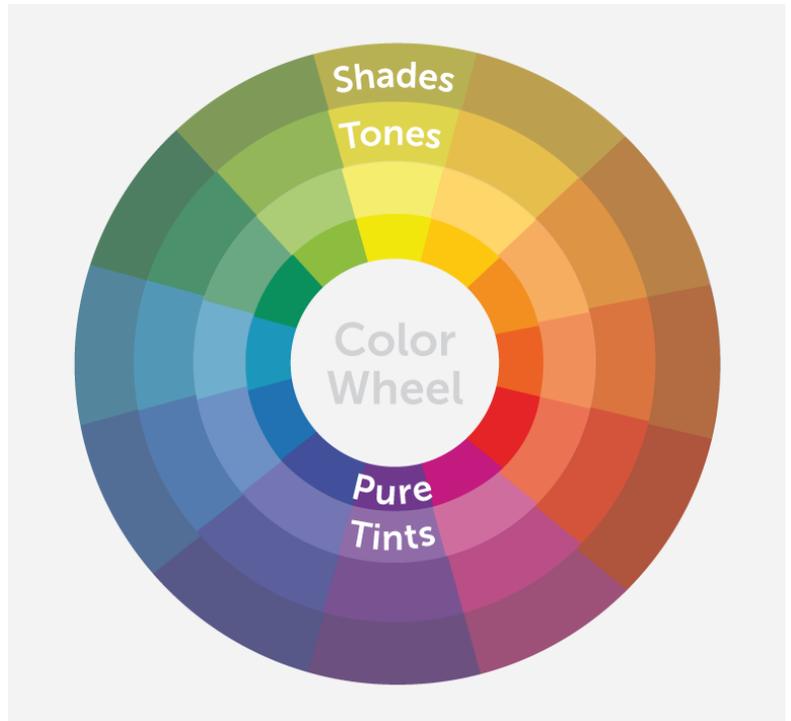
Влияние цветов на потребителей и выбор для успешного продвижения в интернет-маркетинге

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.

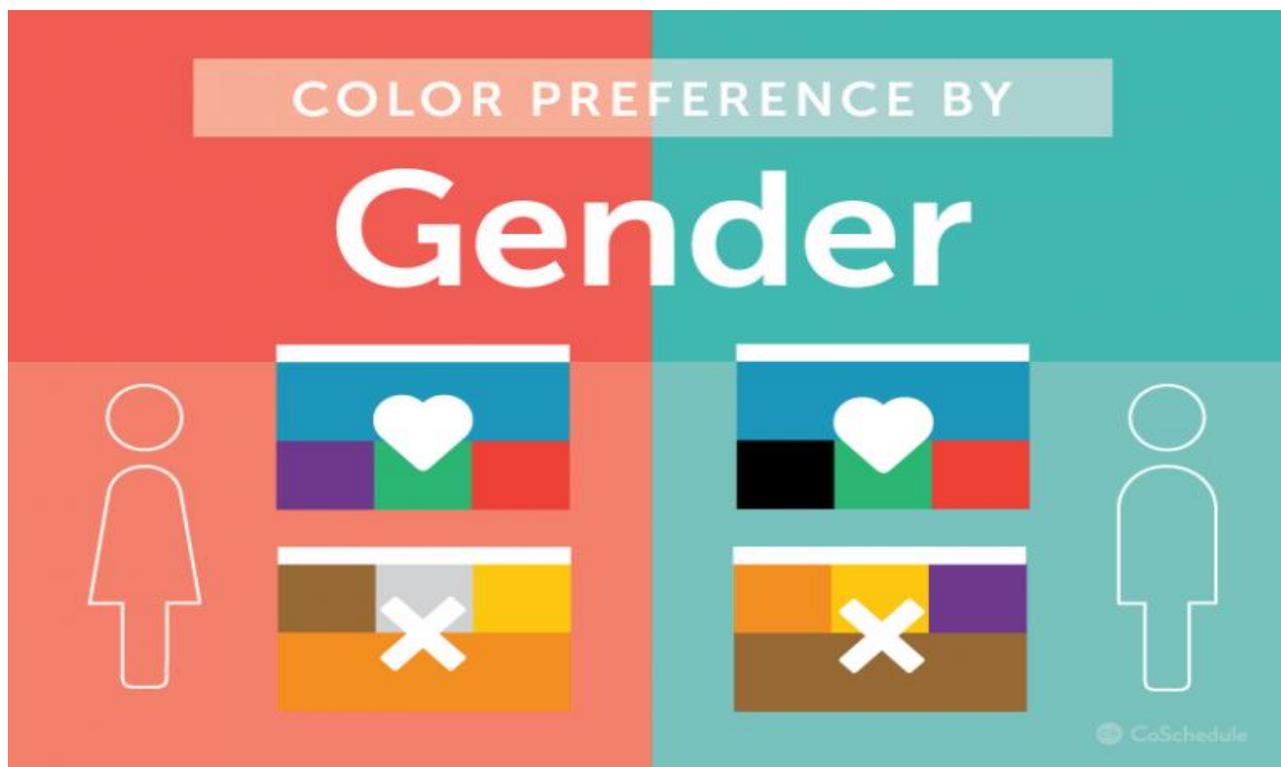
В то время как цвет в психологии был изучен и проанализирован к настоящему времени, психологическое воздействие цветов в маркетинге и принятии решений потребителями по-прежнему имеет субъективный характер.

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

13.07.2016