

A színek marketingkommunikációja

A **marketingkommunikáció** azáltal, hogy pszichológiai és művészi elemeket is tartalmaz, nemcsak egyszerű információforrás, hanem alkalmas az érdeklődés felkeltésére, vágyak ébresztésére, asszociációk keltésére, érzelmek kialakítására, presztízs teremtésre. A színek a vizuális kommunikáció alapkövei, azok keltik életre az egész alkotást.

A színek tudat alatt sokkal jobban hatnak rád, mint gondolnád.

A legtöbb **arculat, csomagolás, weblap design** mögött egy jól felépített, tudatos **stratégia** áll, ami kihasználja a színek befolyásoló erejét. *A különböző színek különböző jelentéssel bírnak*, képesek érzelmeket kiváltani, hangulatot befolyásolni.

Szakemberek, tudósok kutatások segítségével kiderítették, hogy a színek igen fontos szerepet játszanak, hogy mit és hogyan fordítunk le magukban. A színek segítik az asszociációt, a marketing pedig ezt alaposan kihasználja. Akik jártasak a színek pszichológiájában, pontosan tudják, hogyan és milyen színekkel kell hirdetniük egy márkát, egy terméket ahhoz, hogy az sikeres legyen. Legyen szó egy weblapról, egy szórólapról, egy plakátról, egy vállalat logójáról, a jól kiválasztott színek fokozhatják az eladást.

A színeknek, amelyeket az utcán sétálva pillantasz meg a különféle üzletek előtt, jobban befolyásolják döntésedet, mint gondolnád. **Sok esetben csak egy szín miatt döntesz az A opció mellett a B helyett.** A legtöbb termékcsomagolás és reklám mögött egy jól felépített stratégia áll, amelyet kifejezetten a színek pszichológiájában jártas szakemberek építettek fel.

A piackutatók azt találták, hogy a színek jelentősen befolyásolják az emberek vásárlási szokásait, és míg az impulzív személyeket inkább a piros, a narancssárga, a fekete és a kék színek ösztönzik vásárlásra, addig azokat, akik alaposabban megfontolják döntésüket a vásárlás előtt, a rózsaszín, a világoskék és a tengerkék színek.

Példaként szokták emlegetni az egészségügy számára készült vizuális anyagokat. Egy fogászat számára készülő arculat esetén a cél a bizalom keltése, a páciens megnyugtatása, kellemes légkör teremtése. **Vajon melyik szín erre a legalkalmasabb?** Elég riasztó lenne egy piros- narancssárga kombináció a weblapon, vagy ilyen színű póló az asszisztensen. A piros színnel kapcsolatban a vér, veszély, tilos asszociációk lépnek elsőként működésbe. Ellenben, ha a nyugalmat, sterilitást és letisztultságot sugárzó kék-fehér színeket választjuk, máris közelebb kerültük a célcsoportunkhoz.

Másik példa lehet egy magán óvoda arculata. Talán egyértelmű, hogy az élénk, vidám színek fogják leginkább kifejezni a hely hangulatát.

A különböző színek érzelmi hatása

PIROS

Hatásos szín a marketingben, nagy világmárkák előszeretettel alkalmazzák. A piros színnel leggyakrabban társított gondolatok: tűz, kirobbanó erő, szenvedély, szerelem, vér, veszély. Érzelmi hatása: növeli az étvágyat; cselekvésre ösztönöz, sürgetés érzését kelti pl. akció feliratok. Figyelemfelkeltés leghatásosabb színe, figyelmeztetések, tiltó táblák kiemelése piros színnel történik, mivel ezt a szín gyorsan észre vesszük. Érdekes, hogy a piros autókkal nagyobb a gyorsajtások aránya, mivel erőt, dinamizmust sugároz. Sikeres márkák piros színnel:



SÁRGA

Csupa pozitív jelző jut róla eszünkbe: energia, optimizmus, vitalitás, frissesség, világosság, öröm, vidámság, boldogság. Tekintetet vonzó szín, pirossal vagy fekete háttérrel kombinálva igazán ütős tud lenni. Exkluzív és drága dolgok csomagolására nem javasolt, mivel egyáltalán nem az arany jut eszünkbe róla, sokkal inkább gyermekeknek gondoljuk. Kutatások be is bizonyították, hogy a sárga színre reagálnak először a csecsemők, éppen ezért a gyerekjáték gyártó cégek előszeretettel alkalmazzák.



KÉK

A kék a bizalom, a hűség színe és nyugalmat áraszt. A kék a víz jelképe is és elsősorban a férfiak kedvelt színe. Biztosítja a biztonságot és a megbízhatóságot a márkában. A legnagyobb közösségi médiák is ezt a megbízhatóságot sugalló színt használják, sőt az IT és bank szektor kedvelt színe is. A kék színt nem tanácsos élelmiszerek csomagolásán alkalmazni, mivel az evolúció során ezt a színt a méreggel társítottuk főként a mérgező bogyós gyümölcsök miatt. Ellenben remek választás a diétához, gyakran javasolják hogy ilyen színű tányérról fogyasszuk el az ételt, ezzel akadályozzák meg, hogy sokat együnk és így sikeresebb lesz a fogyókúránk.



ZÖLD

A zöld színt a természettel, egészséggel, nyugalommal kapcsoljuk össze. Természethez való viszonyát egyértelműen bizonyítja, hogy a környezetvédelemmel foglalkozó cégek és a bio élelmiszereket

gyártók alapszíne. Mivel megnyugtató ereje is van a kórházak, orvosi rendelőkben ilyen színűre festik a falakat. További asszociációk: energia, vitalitás, növekedés, fejlődés, fenntarthatóság, presztízs, jólét, gazdagság, stabilitás (az amerikai dollár színe miatt).



NARANCSSÁRGA

A piros és a sárga keveréke. Nagyon fiatalos szín, aktivitást, frissességet sugall. Barátság, kaland, szórakozás jut először róla eszünkbe. Ugyanakkor a piroshoz hasonlóan agresszíven hathat és cselekvésre buzdít. Siess, vásárolj, ne maradj le! Call-to-action gombokhoz remek színválasztás lehet. A narancs ösztönzi a testmozgást, a versenyszellemet és a bizalmat. Ez a szín erősíti a csapatszellemet és az optimista érzelmekre hat, ezért sok sportcsapat használja a logójában, mezében.



FEKETE ÉS FEHÉR

Fekete: elegancia, kifinomultság, luxus, hatalom, titokzatosság, rejtély

Fehér: tisztaság, sterilitás, letisztultság, egyszerűség, minimalizmus, modernség

