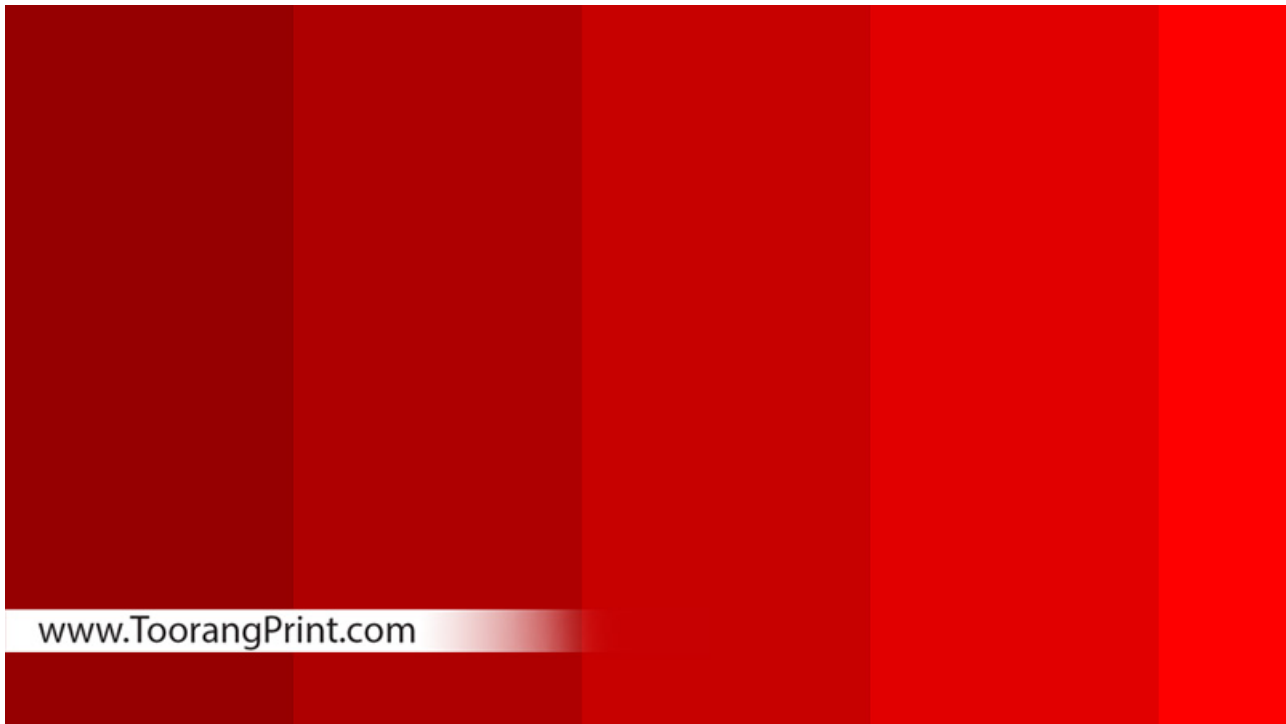


قرمز

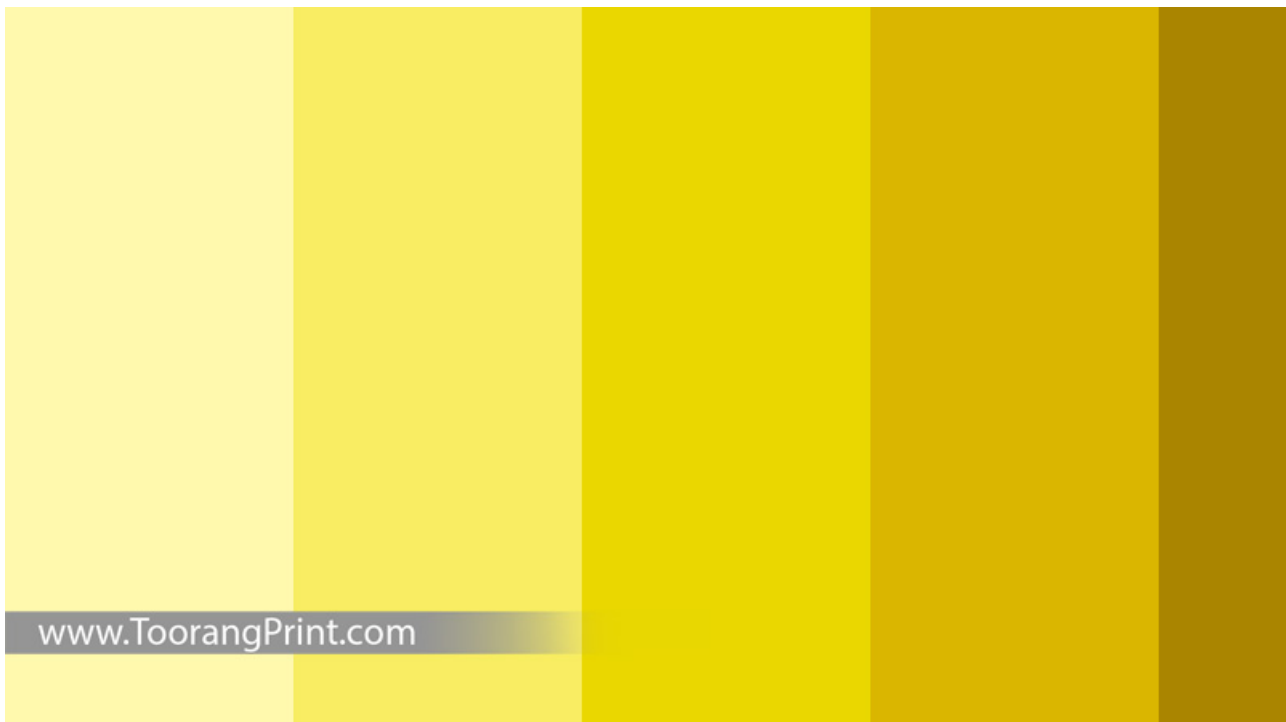
اولین رنگ " قرمز" رنگ قدرت است. این رنگ توجه مردم را جلب می‌کند و دارای ارتباطات شخصی بیشتری نسبت به هر رنگ دیگر است. قرمز به‌عنوان یک محرک شناخته شده است و ذاتاً هیجان‌انگیز است و مقدار قرمز به‌طور مستقیم با سطح انرژی درک شده ارتباط دارد. قرمز توجه را جلب می‌کند و استفاده از قرمز می‌تواند بلافاصله توجه را به یک عنصر خاص بکشد.



زرد

زرد درخشان‌ترین طیف قابل مشاهده است و جز قابل توجه‌ترین رنگ‌ها توسط چشم انسان است.

این رنگ به معنی شادی و خوش بینی است؛ این رنگ از درخشندگی خورشید یا نور روشن و خلاقیت است. اعتقاد بر این است که نفوذ در سمت چپ مغز ما که در آن تفکر و ادراک عمیق در آن زندگی می‌کند. اگرچه رنگی است که با خوش بینی، انرژی و آفتاب همراه است، با این حال، استفاده بیش از حد زرد می‌تواند خطرناک باشد، زیرا می‌تواند چشم مخاطب را تحریک کند.



نارنجی (رنگ موردعلاقه من)

رنگی پر از جوانی پر از شور و شوق، همان‌طور که مخاطبانش را به خلاقیت، جمعی دوستانه و اشتیاق دعوت می‌کند، نارنجی مایل به جوان بودن و لذت بردن از شور جوانی است.

نارنجی ترکیبی از قرمز و زرد است. قرمز با انرژی و تحریک پر شده است و زرد مسئول شادی و شادابی است. ترکیب این دو رنگ غوغا می‌کند.

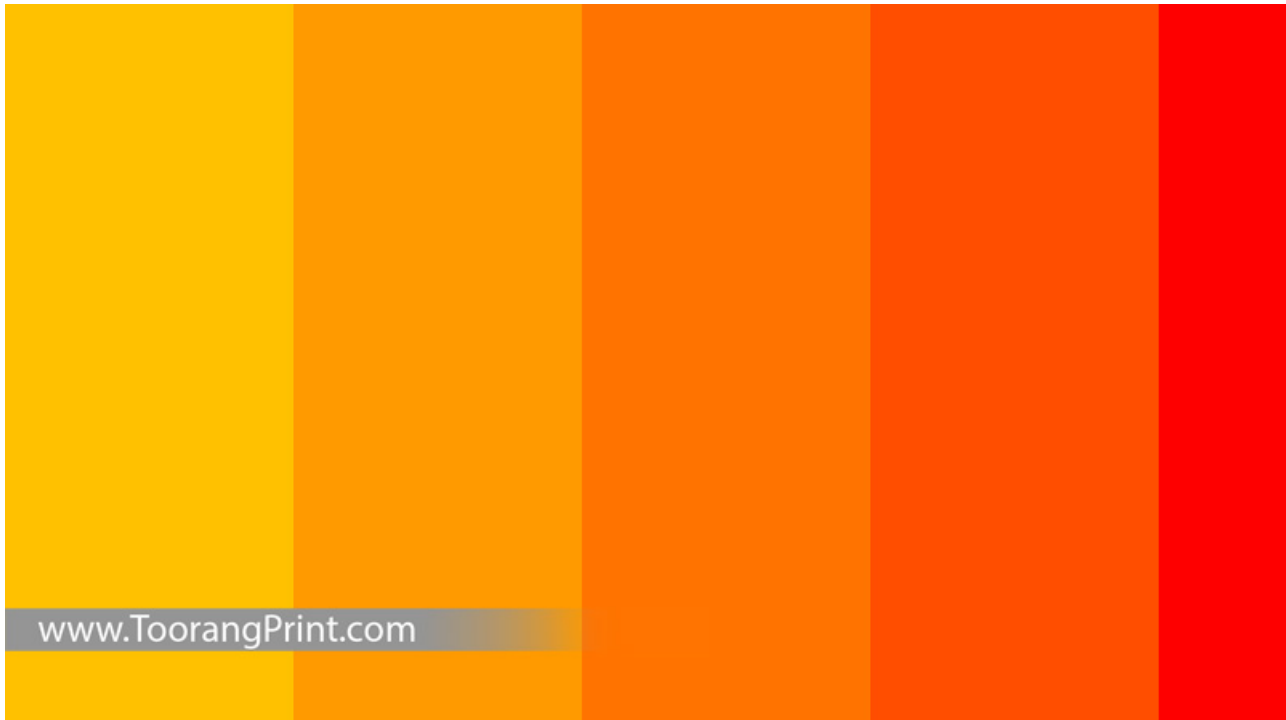
این رنگی است که در لحظات به شما پناه می‌دهد، به شما اجازه نمی‌دهد که غم و اندوه و یا ناامیدی فرو بریزید. این درجه بالایی از مثبت‌گرایی را به ارمغان می‌آورد.

نارنجی یک رنگ بسیار اجتماعی است و ذهن مردم را باز می‌کند و ارتباط آن‌ها را افزایش می‌دهد. این یک رنگ بسیار پرطرفدار است، از این رنگ می‌توان در بسته‌بندی‌های و تبلیغات مخصوص مواد غذایی استفاده کرد و تأثیر ویژه آن را دید.

اگر بخواهیم طیف نارنجی را در نظر بگیریم، هر یک دارای معنای خاصی است. رنگ هلوبی برای ارتباطات عالی است، رفتارهای خوب را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آرام می‌شود. نارنجی طلایی نماینده حیاتی و کنترل خود است. کهربا به اعتماد به نفس و اعتماد به نفس کمک می‌کند، اما می‌تواند درجه‌ای از سخت‌گیری را نیز به ارمغان بیاورد. نارنجی سوختگی رنگ تجاوز، غرور و تنش است. رنگ نارنجی تیره، رنگ مزیت و خودخواهی را نشان می‌دهد.

با توجه به اهداف تبلیغاتی خود، رنگ نارنجی می‌تواند به‌عنوان زیر استفاده می‌شود:

به‌تنهایی در کل بنر برای توجه ذهن جوان و در کنار سیاه، خاکستری یا سفید برای متعادل کردن و برجسته کردن اهداف.

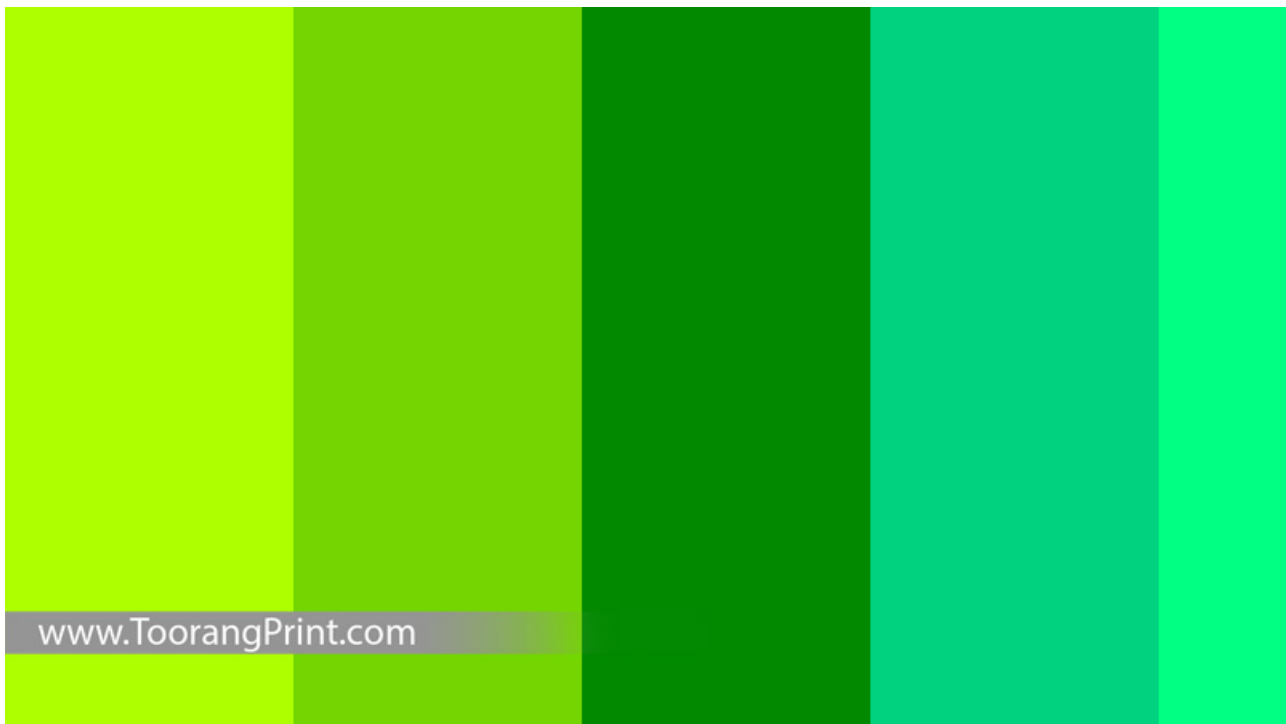


سبز

سبز یک رنگ پر جنب‌وجوش است و نماد تجدید و رشد است. این رنگی است که بیشتر در محیط طبیعی دیده می‌شود. پس رنگ، رنگ بهار است، وقتی همه‌چیز به زندگی می‌رسد؛ و این دوره زمانی را نشان می‌دهد که همه‌چیز زنده است و فرآیندهای طبیعی خود را ریشه‌کن می‌کند. وقتی چیزی سبز می‌بینید می‌دانید زنده است، درست است؟ این همچنین به معنی تعادل، آرامش و هماهنگی است؛ بنابراین پس از یک روز سخت، یک رنگ عالی برای اطمینان وجود دارد. این به این دلیل است که ما در هنگام باز شدن از آن احساس خوبی می‌کنیم.

سبز تیره می‌تواند بسیار مردانه، سنتی و آرام باشد، در حالی که سبز کمرنگ دارای سطح بالایی از انرژی است. این سبزه‌های طبیعی، از جنگل تا آهک، به‌عنوان آرامش و طراوت درک می‌شوند. ممکن است متوجه شده باشید که همه این رنگ‌ها یک پیام مشترک دارند: مثبت.

با این حال، بیش‌ازحد سبز می‌تواند تأثیر منفی داشته باشد. مطالعات نشان داده است که وقتی فرد بارنگ سبز احاطه می‌شود، افراد احساس تنهایی و افسردگی می‌کنند. راز استفاده از سبز، اعتدال است، به‌خصوص وقتی که آن را با نام تجاری و کسب‌وکار شما می‌آید.



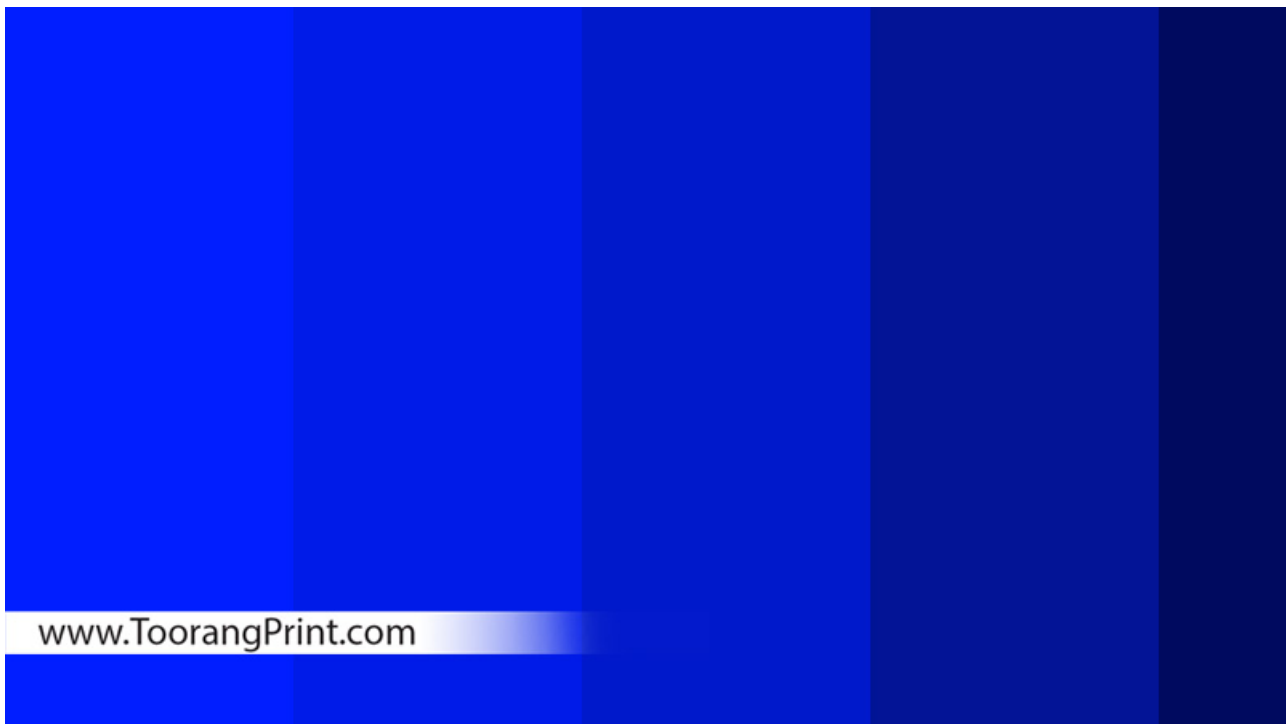
آبی

آبی رنگی است که صلح را نشان می‌دهد. این رنگ دریا آرام و آسمان روشن است که هر دو با آرامش، آرامش و وضوح درونی ارتباط دارند. آبی همچنین نشان داد که سرعت قلب و تنفس را کاهش می‌دهد، بنابراین می‌تواند رنگ خوبی برای مراقبت و آرامش باشد.

آبی با هوش همراه است. ثابت شده است که سایه‌های مختلف آبی می‌تواند تمرکز را بهبود بخشد، تفکر را تحریک کند و وضوح ذهنی را فراهم کند. همچنین باعث افزایش بهره‌وری می‌شود. این یک رنگ خوب برای مطالعه و کار است، زیرا در همان زمان آرامش و تحریک را ارائه می‌دهد. با استفاده از آبی در کسب‌وکار، شما باید ویژگی‌ها، کیفیت‌ها و حالت رنگ را بامعنای روان‌شناختی درک کنید.

آبی رنگ مورد علاقه همه است و بنابراین امن‌ترین رنگ برای استفاده در بازار می‌باشد. این ارتباط، اعتماد، صداقت و اعتماد به نفس و کمک به ایجاد وفاداری در مشتری است.

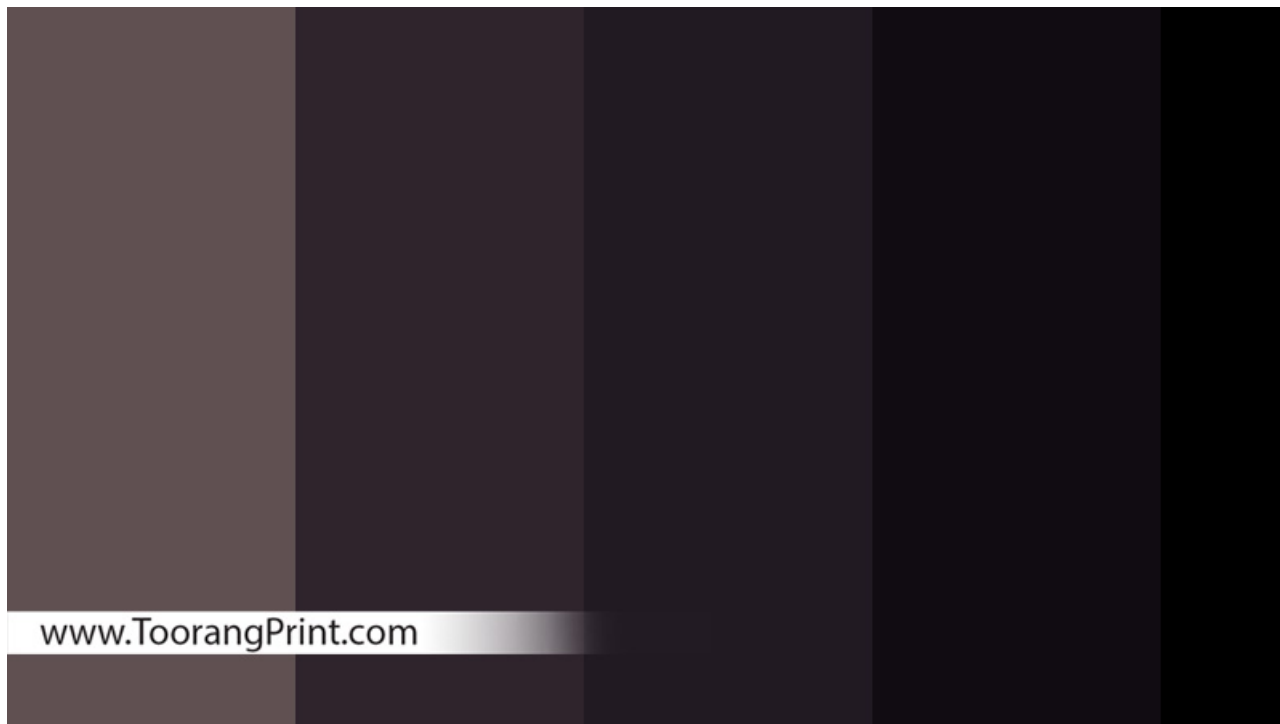
آبی به خوبی برای شرکت‌های بزرگ کار می‌کند و اغلب برای انواع شغل‌های محافظه کارانه‌ای مانند حسابداران، شرکت‌های بیمه، بانک‌ها و دیگر شرکت‌های مالی که در آن اعتماد و اطمینان مهم هستند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. جوانان آبی را به‌طور کلی به‌عنوان یک رنگ مربوط به بلوغ و بازار بزرگسالان می‌بینند، مگر اینکه آبی روشن باشد.



مشکی

رنگ سیاه قدرت و اقتدار را نشان می‌دهد و رنگی بسیار رسمی، ظریف و معتبر محسوب می‌شود.

سیاه با قدرت ارتباط دارد. رنگی است که نشان‌دهنده قدرت و انضباط است. سیاه معمولاً احساسات زیادی را بیان نمی‌کند، بلکه آن‌ها را پنهان می‌کند و به شخص برتری می‌دهد. سیاه در بازار جوانان بین ۱۶ تا ۲۵ ساله محبوب است که هنوز هم سعی دارند هویت خود را در این جهان پیدا کنند. کسانی که دستاوردهای محوری و جاه‌طلبی را نیز دارند، به سیاه گرایش دارند.



سیاه برای کسب‌وکارهایی که لوکس می‌باشند و ظرافت و پیچیدگی دارند، سودمند است. این نوع از کسب‌وکارها عبارت‌اند از فروش محصولات باکیفیت بالا و کالاهای لوکس و همچنین بازار کارخانه‌های خودرو. بسته‌بندی سیاه و سفید باعث می‌شود یک آیتم سنگین‌تر و گران‌تر به نظر برسد و ارزش بیشتری درک شود. این رنگ یک تصور درجه یک و زیبا را ایجاد می‌کند. سیاه را می‌توان برای ایجاد یک اثر چشمگیر در ترکیب بارنگ‌های روشن، غنی، جواهرات مانند قرمز، زمرد، کبالت، زرد، قرمز و نارنجی استفاده می‌شود.

