

همان‌طور که می‌دانید رنگ‌ها اولین تأثیر را بر روی افراد می‌گذارند. جذاب‌ترین رنگ‌ها به‌صورت کاملاً زیرکانه و نامحسوس بر روی فکر و درک شما اثر می‌گذارند و شما با دیدن رنگ یک محصول می‌توانید بفهمید که این محصول چه کیفیتی دارد.

طبق بررسی‌های به‌عمل‌آمده دریافت شده که تا ۹۰٪ از تصمیمات ناخوشایند، مربوط به یک محصول، رنگ‌های بسته‌بندی یا رنگ لوگوی آن شرکت است و این سؤال پیش می‌آید که آیا این شرکت برای بسته‌بندی‌های خود رنگ نامناسبی را انتخاب کرده است؟

اکثر شرکت‌ها و کمپانی‌های مطرح در دنیا به‌طور هوشمندانه از اثرات رنگ‌ها در تبلیغات خود، چه در طراحی سایت و یا برای بسته‌بندی و یا ... استفاده می‌کنند.

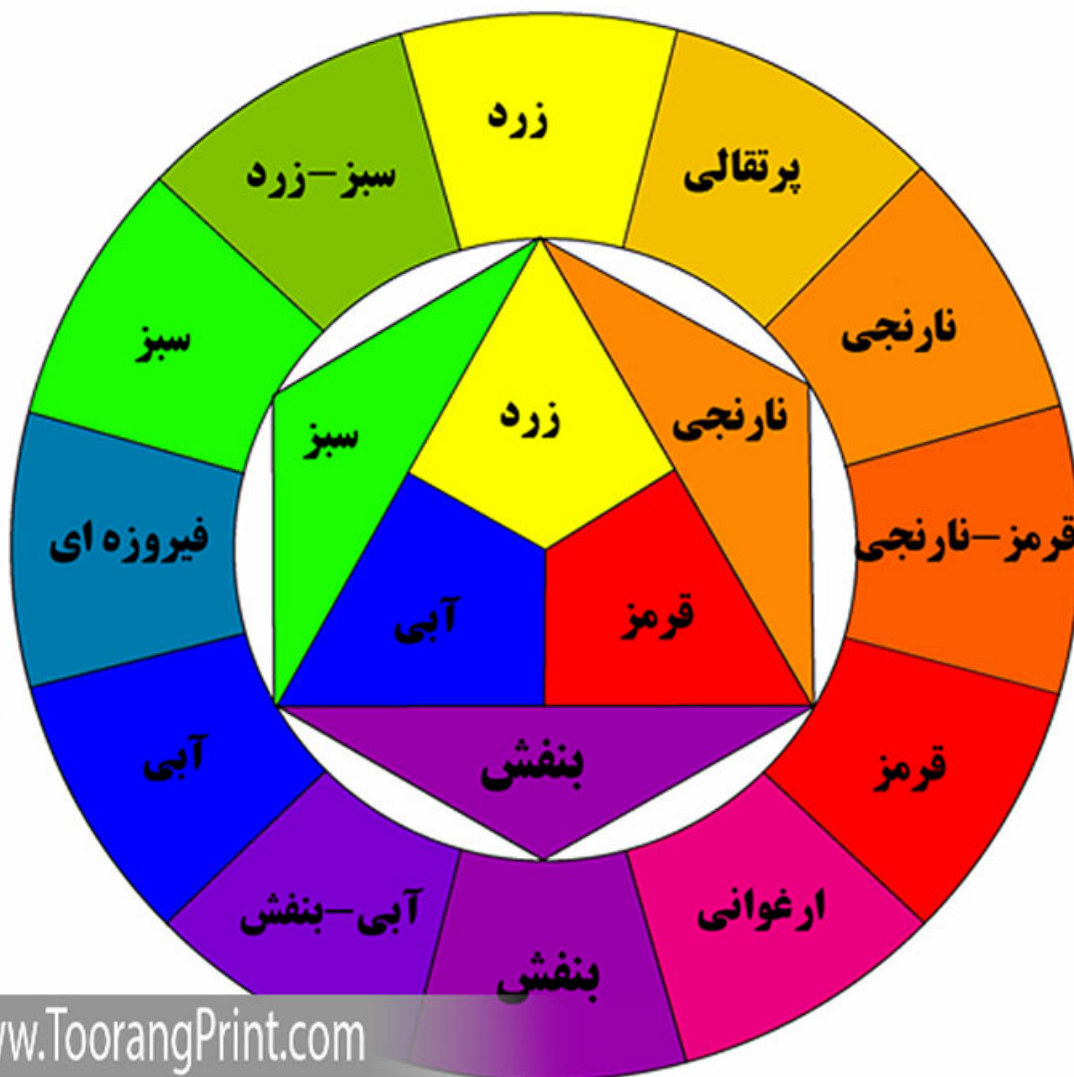
استفاده از روانشناسی رنگ‌ها باید به‌گونه‌ای باشد که مشتری را ترغیب به کاری کند که شما می‌خواهید. مثلاً تا به‌حال به این نکته توجه کرده‌اید که اکثر رستوران‌ها و یا فست‌فودها در دکوراسیون خود از رنگ قرمز و نارنجی بهره می‌برند؟ این رنگ‌های باعث افزایش سطح انرژی و اشتهاآوری می‌شود و باعث می‌شود تا مشتریان زودتر غذا رو خورده و آن مکان را ترک کنند و این دقیقاً چیزی است که همه رستوران‌داران می‌خواهند.



www.ToorangPrint.com

رنگ‌ها را می‌توان جزء اولین دلیل‌ها برای ۸۵٪ از مشتریان برای خرید از یک محصول در نظر گرفت و حدود ۹۰٪ از مشتریان هم در خریدهای ناگهانی خود با توجه به رنگ، راغب به خرید می‌شوند.

رنگ‌هایی که باعث خرید ناگهانی می‌شوند را می‌توان به رنگ‌های نارنجی، قرمز، مشکی، آبی مایل به ارغوانی، دانست.



رنگ یک محصول باعث می‌شود تا مشتری راجع آن محصول و ویژگی آن قضاوت کند. پیشنهاد می‌شود که تازه‌کاران در طراحی لوگو یا برند خود از رنگ‌هایی غیر از رقیبان خود استفاده کنند. گاهی برای بعضی از شرکت‌ها انتخاب رنگ مناسب برند مسئله‌ای مهم خواهد بود. به‌عنوان مثال اگر کمپانی هارلی-دیوید سن قصد تولید محصولی دارد که به مشتری حس قدرت دهد، این پیش‌بینی را باید انجام دهد که محصولی با رنگ صورتی هرگز به فروش نخواهد رسید.

همان‌طور که قبلاً گفته شد هر رنگ ویژگی‌های خاص خود را دارد، مثلاً رنگ بنفش ویژگی فرهیختگی را دارد، رنگ قهوه‌ای ویژگی خشونت و رنگ قرمز سرشار از انرژی و هیجان است. ولی این ویژگی‌ها ممکن است در شرایط مختلف معنی‌های متفاوتی را القا کنند مثلاً رنگ قهوه‌ای، درجایی معنی خشونت می‌دهد ولی برای یک شرکت شکلات‌سازی معنی و القاکننده اشتهاآوری است و یا در مراسم‌های شکرگذاری نشان‌دهنده احساس میزبانی و صمیمیت را می‌دهد؛ و شما باید به این نکته توجه کنید که رنگ مناسب برای شما رنگی است که باید ویژگی‌های مورد دلخواه برند شما داشته باشد و با آن سازگاری داشته باشد و آن حس را که قصد دارید به مشتری، انتقال دهد.



نکته‌ی دیگری که باید به آن توجه کنید رنگ‌های موردعلاقه برای زنان و مردان است. مردان اکثراً رنگ‌های تند را دوست دارند درحالی‌که زنان اکثراً رنگ‌های ملایم را ترجیح می‌دهند. البته هر رنگ و هر انتخاب بستگی به سلیقه و فرهنگ‌های مختلف دارد که باید بعد از در نظر گرفتن همه جوانب رنگ یا رنگ‌های مناسب انتخاب شود برای جذب افرادی که مشتری شما خواهند شد.

