

ЦВЕТ ЛОГОТИПА

ЧТО ЦВЕТА БРЕНДА ГОВОРЯТ О БИЗНЕСЕ

ЦВЕТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

- цвет продукта оказывает влияние на принятие решения о покупке у **60-80%** потребителей (цвет может как создать продукт, так и уничтожившего)
- потребители остро осознают связь цвета на логотипе с вашим брендом или ее отсутствие

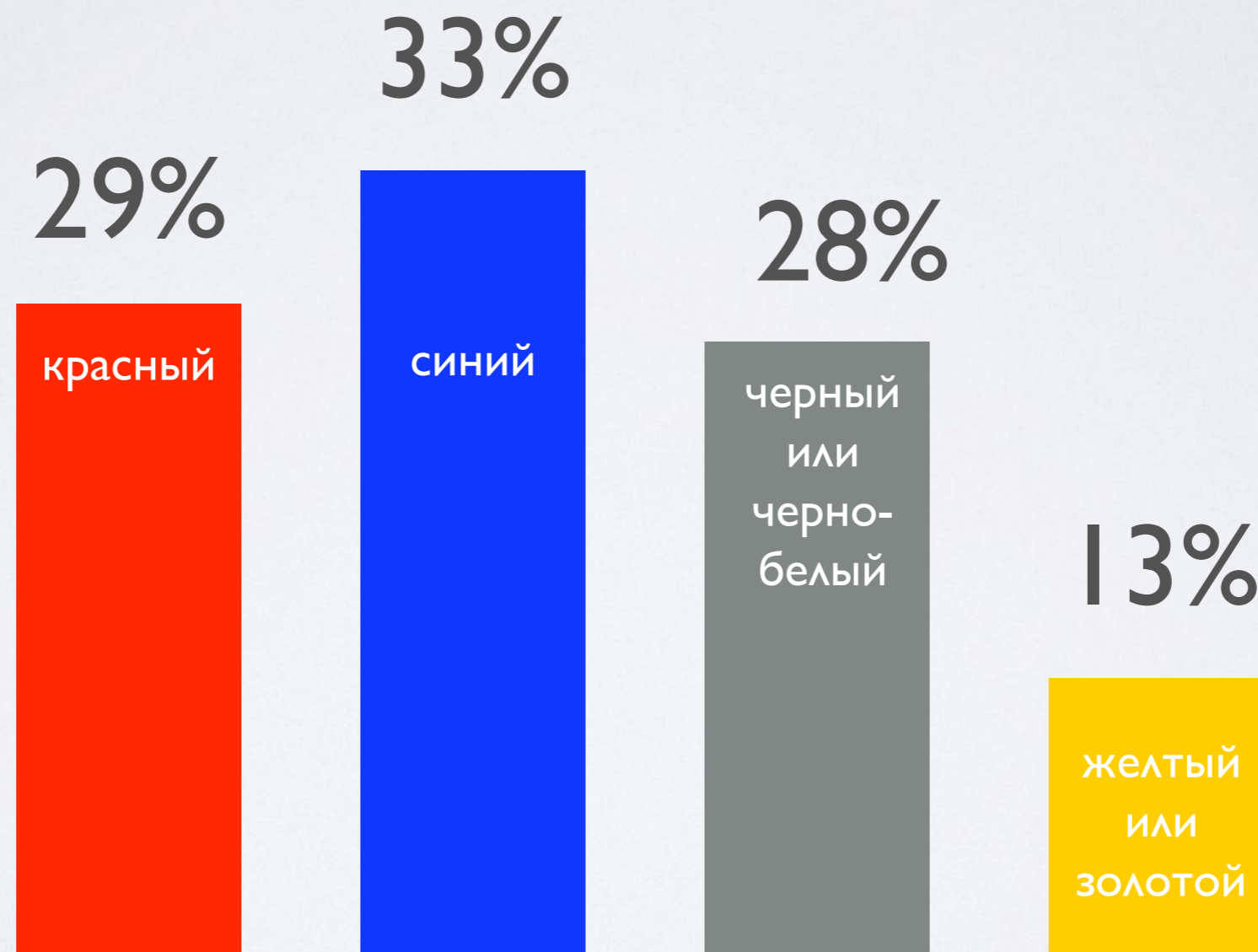
ЦВЕТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

- **цвет** - это первое, что потребитель заметит в вашем логотипе
- к выбору цвета необходимо подходить взвешенно и осознанно, так как в долгосрочной перспективе принятие неверного решения может дорого обойтись компании

ЦВЕТА ЛУЧШИХ МИРОВЫХ БРЕНДОВ

- исследования 100 самых дорогих мировых брендов, в ходе которого был проанализирован логотип каждой из них показали:

КАКИЕ ЦВЕТА КОМПАНИИ ИСПОЛЬЗУЮ ЧАЩЕ



95%

используют 1 или 2 цвета

5%

используют более 2-х цветов

41%

ИСПОЛЬЗУЮТ ТОЛЬКО ТЕКСТ

9%

не указывают название компании

**КАК ЛЮДИ РЕАГИРУЮТ НА
РАЗЛИЧНЫЕ ЦВЕТА?**



ТЕПЛЫЙ



ХОЛОДНЫЙ

ТЕМПЕРАТУРА

КРАСНЫЙ

Красный вызывает страстный интуитивный отклик.

Учащает ритм сердца, заставляет дышать быстрее и активизирует деятельность гипофиза. Способен повышать кровяное давление и усиливать чувство голода.

КРАСНЫЙ

Подразумевает широкий спектр эмоций от крови и войны
до любви и страсти

КОД ЦВЕТА

действие

приключение

агрессия

кровь

опасность

драйв

энергия

возбуждение

любовь

страсть

сила

мощь

Red Bull



в дизайне подчеркивает
силу и страсть

ЖЕЛТЫЙ

Желтый напоминает цвет солнца, его связывают с надеждой и оптимизмом. Желтый стимулирует креативность и энергию, а его яркость используют для привлечения внимания покупателей. Цвет счастья, тепла - стимулирует и располагает.

КОД ЦВЕТА

предупреждение
жизнерадостность
счастье
радость
любопытность
игривость
ПОЗИТИВНОСТЬ
солнечный цвет
тепло
мотивация
креативность



в дизайне используется
при создании
ощущения счастья и
радости

ОРАНЖЕВЫЙ

Сочетает в себе яркость и веселость желтого с энергетикой и дерзостью красного. Оранжевый полон жизни и азарта.

В логотипах используется для создания ощущения игривости, стимулирования эмоций и аппетита.

КОД ЦВЕТА

доступный по цене
креативность
энтузиазм
веселье
бодрый
беззаботный
пылкий
энергичный
изобильный



в дизайне используется
при создании
ощущения движения,
олицетворения
жизненной энергии

Цвета в красной зоне спектра, включающей красный, оранжевый и желтый - ТЕПЛЫЕ ЦВЕТА.
Они вызывают эмоции от ощущения комфорта и тепла до злобы и враждебности.

ФИОЛЕТОВЫЙ

Изысканный и таинственный цвет, подразумевает величие, духовность и утонченность. как свесь красного и синего обладает характеристиками как теплых, так и холодных цветов.

КОД ЦВЕТА

таинственность

дороговизна

торжественность

справедливость

благородство

царственность

величественность

утонченность

одухотворенность

ностальгия

изысканность



в дизайне используется в логотипах компаний, связанных с обучением, компаний предлагающих предметы роскоши, спа, для достижения чувственных, таинственных или романтических ассоциаций

РОЗОВЫЙ

Женственный цвет, который вызывает ощущение невинности и утонченности. обладает характеристиками и теплых, и холодных цветов.

КОД ЦВЕТА

утонченность
деликатность
женственность
цветочный
нежный
девчачий
притязательный
невинный
романтичный
мягкий
спокойный

VOGUE

COSMOPOLITAN

DOM 2

в дизайне используется в
логотипах чтобы подчеркнуть
женственность

СИНИЙ

темно синий ассоциируется с доверием и силой. Синий может освежать и заряжать.
подчеркивает имидж власти, успеха и безопасности. самый популярный цвет в
дизайне логотипов

КОД ЦВЕТА

власть
спокойствие
стабильность
уверенность
достоинство
признание
честолюбие
прохлада
преданность
сила
успех
безопасность
доверие
ответственность



в дизайне используется в
логотипах для бизнеса ,
политических партий, светлые
оттенки ассоциируются с соц.
сетями

ЗЕЛЕНЫЙ

синоним спокойствия, свежести и здоровья. насыщенный зеленый ассоциируется с изобилием, а светло зеленый с безмятежностью.

цвет природы, экологии, старта и роста. символ гармонии, стабильности и денег.

КОД ЦВЕТА

свежий
экологичный
натуральный
гармония
здоровье
целебный
неопытный
деньги
природа
обновление
достаток
престиж
спокойствие



СБЕРБАНК

Всегда рядом



в дизайне используется для
достижения ощущения
стабильности, здоровья,
натуральности.

Цвета в синей зоне спектра, включающей синий, фиолетовый и зеленый - **ХОЛОДНЫЕ ЦВЕТА**.

Они часто ассоциируются со спокойствием, но могут вызывать чувство грусти и безразличия.

БЕЛЫЙ

универсальный (нейтральный) цвет спокойствия, непорочности и чистоты. встречается в логовищах как отражение текста или фона.

КОД ЦВЕТА

чистота

невинность

надежда

открытость

простота

стерильность

спокойствие

безупречность

простота

честность

добропорядочность

TELFE2

в дизайне пользуется
популярностью у брендов
связанных с детьми и
медицинским обслуживанием

ЧЕРНЫЙ

используется компаниями, которые гордятся классической изысканностью. черный работает особенно хорошо для дорогих брендов. популярен как символ власти. также ассоциируется с опасностью и злом

КОД ЦВЕТА

власть
смелый
классический
консервативный
особый
формализм
таинственный
опасный
страх
серьезный
конфиденциальность
горе
традиция
мистика
вечность
ценность

Forbes



в дизайне часто встречается
из-за своей энергетики,
простоты и утонченности