

Как цвет влияет на ваш бизнес в Интернет

Цвета влияют на всех. Неважно, разрабатываете ли вы программное обеспечение или рекламируете свой бизнес, используемые вами цвета будут определять настроение вашей аудитории и влиять на их реакцию. Цвет оказывает огромное влияние на наше внимание и эмоции, и, следовательно, на решение, которое мы принимаем. Цветовые схемы, используемые в онлайн-бизнесе, могут побуждать людей нажимать кнопку призыва к действию, дольше просматривать веб-сайт или совершать покупки. Использование правильных цветов также может дать бизнесу преимущество над конкурентами и эффективно коммуницировать с целевой аудиторией. Тем не менее, не любой цвет подойдет. На самом деле существует наука о том, как люди реагируют на цвета, которые многие онлайн-компании начинают использовать, чтобы увеличить свои продажи.

Психология цвета – это изучение того, как цвет влияет на решения, принимаемые людьми. Цветовая психология позволяет интернет-компаниям прогнозировать, как клиенты будут реагировать на маркетинговые сообщения, основываясь на цвете кнопки, призыве к действию и ссылкам. И что еще более важно, когда у бизнеса есть четкое понимание психологии цвета, они могут использовать эти знания для повышения коэффициента конверсии. Исследования QuickSprout даже показывают, что «90% всех оценок продуктов связано с цветом».

Итак, суть в том, что правильное сочетание цветов на самом деле может увеличить продажи онлайн-бизнеса. Но цвет – это сложная вещь, и вы должны правильно использовать ее при работе с вашей аудиторией. Мы собрали несколько советов и фактов, которые помогут вам начать использовать цветовую психологию на своих целевых страницах или веб-сайте.

Исследования показывают, что женщины не любят серый, оранжевый

и коричневый; они предпочитают цвета **синий**, **фиолетовый** и **зеленый**. Многие думают, что большинство женщин любят **розовый** цвет, но лишь небольшой процент выбирает его в качестве своего любимого цвета. Поэтому, если вы пытаетесь повысить привлекательность своего сайта или эффективность рекламы объявлений для посетителей женского пола, используйте **синий**, **фиолетовый** и **зеленый**, чтобы улучшить свои конверсии. Мужчины, с другой стороны, не любят фиолетовый, оранжевый и коричневый, поэтому придерживайтесь **синих**, **зеленых** и **черных** при обращении к посетителям-мужчинам. Дети и подростки, как правило, предпочитают более теплые цвета, связанные с позитивностью и высокой энергии, такие, как **красный**, **оранжевый**, **розовый** и **желтый**.

Желтый цвет рассматривается как цвет предупреждения, поэтому он используется для таких вещей, как предупреждающие знаки и светофоры. С другой стороны, бренды используют желтый, чтобы показать, что они веселые и дружелюбные. Желтый стимулирует центр возбуждения мозга, поэтому игривое, веселое чувство, связанное с желтым, может быть результатом усиленных эмоций и реакции, а не явной радости. Для онлайн-бизнеса усиленные эмоции на любом веб-сайте хороши лишь в небольших дозах. Например, призыв к действию на желтом фоне - это хороший пример использования этого цвета.

Зеленый очень приятен для глаз, что дает посетителям сайта более расслабленное ощущение при просмотре. Зеленый также распространен на веб-сайтах, увлеченных вопросами окружающей среды. Исследования показывают, что когда клиенты видят зеленый цвет на сайте, они, как правило, чувствуют себя спокойнее, комфортнее и увереннее при принятии решения о покупке.

Синий – один из наиболее часто используемых цветов, и на то есть веские причины. Многим людям нравится синий цвет, потому что он передает чувство доверия, безмятежности и эффективности. Если онлайн-бизнес хочет выглядеть надежным и эффективным, попробуйте использовать синий в стратегически

важных местах на целевой странице или веб-сайте.

Оранжевый ассоциируется с чем-то забавным, и некоторые предполагают, что он помогает стимулировать физическую активность и уверенность в себе. Оранжевый также предлагает срочность, которая делает сообщения более заметными и действенными. Но оранжевый также можно рассматривать как подавляющий. Если он используется чрезмерно, то в конечном итоге, он может отвлекать покупателей.

Красный может быть отличным цветом для привлечения внимания к элементу, например, к призыву к действию. Это один из наиболее конвертируемых цветов для призыва к действию наряду с зеленым, оранжевым и желтым. Красный также может быть подавляющим, поэтому его нужно использовать в меру.

Черный цвет говорит о силе и роскоши. Это отличный цвет для использования, если ваш бизнес имеет дело с дорогими и роскошными предметами, потому что он вселяет уверенность в покупателя.

Белый в основном используется в качестве фона, потому что он хорошо контрастирует с большинством цветов текста. Большинство хорошо разработанных веб-сайтов сегодня используют много пробелов, чтобы создать ощущение простора и воздухопроницаемости.

Интернет – это красочное место, и онлайн-бизнес может многого добиться, используя цвет правильно, с нужной аудиторией и для правильных целей. Независимо от того, что продает ваш бизнес, важно убедиться, что ваши цвета работают правильно в каждом аспекте ваших маркетинговых коммуникаций. Помните, что ни один конкретный цвет не является «лучшим», и вам нужно будет протестировать различные варианты цветов, чтобы определить, что лучше всего подходит для вашего бизнеса.