

РОЛЬ ЦВЕТА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Роль цвета в интернет-маркетинге заключается в его способности привлечь внимание, создать эмоциональную связь с потребителем и повысить эффективность маркетинговых стратегий [1].

Задача: выяснить влияние цвета на поведение потребителя.

Гипотеза: использование ярких цветов на сайтах и в социальных сетях привлекает внимание потребителей и увеличит вероятность покупки товара.

Был проведен опрос среди 128 респондентов в возрасте 18–24 лет, на основе которого были получены следующие результаты: 70 % опрошенных считают, что использование ярких цветов на сайтах и в социальных сетях вызывает сильную эмоциональную реакцию, 30 % предпочитают использование «негромких» цветов в дизайне. Также было выявлено, что синий цвет часто ассоциируется с надежностью, профессионализмом и стабильностью, зеленый — с природой, свежестью и экологической ответственностью, белый — с чистотой, простотой и непосредственностью. Желтый цвет символизирует радость, энергию и оптимизм. Благодаря опросу было выявлено, что розовый цвет ассоциируется с женственностью, нежностью и романтикой. Респонденты считают, что розовый цвет подойдет для сфер моды, косметики и товаров для детей.

Комбинации цветов также имеют значение для создания общего впечатления о надежности и доверии. Однако важно отметить, что данные выводы могут быть субъективными, и использование различных цветов должно соответствовать целевой аудитории и контексту.

Рекомендации: проводить исследования и получать обратную связь от пользователей, чтобы создать приятный дизайн благодаря выбранному цвету, который будет соответствовать потребностям и предпочтениям вашей целевой аудитории (А/В-тестирование как вариант).

Источники

1. Маркетинговое влияние цвета: как правильно использовать психологию цвета в рекламе [Электронный ресурс] // Outsourcing Team. — Режим доступа: <https://outsourcing.team/ru/blog/smm/marketingovoe-vliyanie-tsveta-kak-pravilno-polzovat-psihologiyu-tsveta-v-reklame/>. — Дата доступа: 08.03.2024.