

Цветовое оформление магазина

Выполнил: студент

группы ММ-14

Слепцова Ира

План:

1. Свойства цвета
2. Цветовая гамма
3. Оформление стеллажей
4. В зависимости от времени года
5. Привлечение внимания
6. Зрительное увеличение пространства



Свойства цвета



- Цвет обладает определенными свойствами:
- 1. Излучение (физические свойства);
- 2. Влияние излучения на нервные клетки глаза (физиологические свойства).

Зная особенности каждого цвета, можно формировать определенный образ, вызывать определенные эмоции и ассоциации.

Цветовая гамма

- В оформлении магазина цвет играет важную роль. Цветовая гамма, в которой оформлен магазин, оказывает сильное влияние на посетителя в процессе выбора товара и совершения покупки.



- Цветовую гамму магазина желательно подобрать психологически близкой продаваемым товарам и услугам. Например, светлые стерильные тона лучше применять в аптеке, а желто-охристую гамму в продовольственном магазине.

Теплая гамма

- Самым сильным в теплой гамме является, конечно, **красный цвет**. Красный способен активизировать все функции организма: под его влиянием ускоряется дыхание, напрягаются мышцы, и учащается сердцебиение. Правильно расставленные акценты на красном цвете в интерьере магазина могут увеличить количество импульсных покупок.
- Однако с красным цветом **следует быть осторожнее** и использовать его именно в качестве акцентов, а не основного фона.
- Прилив энергии вызывает и **оранжевый цвет**, но его переизбыток в пространстве раздражает, поэтому, как и красный, он гармоничен лишь в виде цвета-акцента.
- Пастельные оттенки оранжевой гаммы вызывают ассоциации с **красотой** и золотистым загаром. Их часто используют в оформлении торговых залов с товарами для женщин.
- Желтый цвет сильнее других привлекает внимание, поэтому идеально подходит для оформления различных акций и специальных предложений.
- Маркетологи отметили, что в сочетании с красным **желтый ассоциируется** у покупателей с **доступными ценами**. Поэтому такое цветовое решение очень часто используется в магазинах-дискаунтерах.





Холодная гамма

- Холодные цвета и их оттенки отлично справляются с созданием в магазине расслабляющей и спокойной атмосферы. Под влиянием синего, голубого, фиолетового покупатели **больше времени тратят на изучение витрин и выбор, меньше беспокоятся** о возможных расходах. Холодная гамма цветов наиболее **уместна в дорогих магазинах** или тех, в которых часто возникают очереди.
- **Голубой цвет** ассоциируется с постоянством и вызывает обычно **ощущение благополучия**. Он помогает хорошему усвоению информации и способствует доверительному общению, поэтому более всего подходит для оформления магазинов элитных товаров, покупка которых происходит после взвешивания всех за и против.
- За счет гармонизации цветового оформления магазина и обдуманного подхода к сочетанию цветов можно подарить посетителям **незабываемые ощущения** и тем самым стимулировать продажи.



Оформление стеллажей

- При оформлении стеллажей следует избегать их визуальной однотонности с товаром. Товар обязательно должен четко выделяться на фоне общего оформления магазина. При оформлении витрин рекомендуется использовать не более двух цветов, но при этом количество оттенков может быть неограниченно.



В зависимости от времени года...

- В зависимости от времени года есть смысл использовать определенные цветовые гаммы и предметы интерьера. Летом - зелень, солнце, растения. Зимой - серебристость, прозрачность и чистота.
- Есть мнение, что применение «летних» объектов в зимнее время и наоборот способствует появлению положительных эмоций.

Привлечение внимания



Применение цветовых контрастов – удачное решение, позволяющее привлечь внимание покупателя. Это можно сделать разными способами:

- поместить упаковки контрастных цветов рядом друг с другом;
- разместить в центре группы товар с упаковкой, содержащей контрастные сочетания цветов;
- расположить товар на фоне контрастного цвета.

Какие цвета и оттенки рекомендуется использовать для магазинов?

- Молочный магазин - чистота, цвет продукта (белый)
- Аптека - порядок, стерильность, дисциплина (белый, сиреневый светлый)
- Музыкальные магазины - возбуждающий, запоминающийся (красный, золотой, черный, сиреневый, кобальт)
- Авангардные товары - кричащие, необычные цвета (розовый, оранжевый, лиловый, красный, сиреневый, все люминесцентные, хаки)
- Оружие - практичность, консерватизм, энергия (хаки, разбеленный оливковый, коричневый, зеленый, серый)
- Канцтовары - корпоративный, профессиональный, достойный цвет (насыщенный синий)
- Драгоценности - (кадмий желтый, золотой, охра, фиолетовый, ярко-синий, светло-серый)
- Отопительные системы - тепло, цвет свойства товара (красно-коричневая гамма)
- Дорогие стильные товары - изысканность и благородство (ярко-синий цвет, спокойные тона, фиолетовый)
- Спортивные товары и товары для курортного отдыха - цвета ассоциации (небесно-голубой, кобальт, лазурь, аквамарин, насыщенный зеленый, оранжевая гамма, травяной, морская волна)
- Детские товары - яркие локальные простые цвета в оформлении или сдержанная фоновая гамма и яркие кричащие товары и предметы интерьера
- Продукты питания - земляные и растительные природные цвета (разбеленный малиновый, желтая гамма, земляные тона, коричневый, кирпичный, бежевый, охра, авокадо, оливковый, кадмий желтый, насыщенный оранжевый)
- Кофе, какао, шоколад - земляные цвета продукта (коричневый, бежевый, охра)
- Парфюмерия, косметика - парфюмерные ассоциации (сине-розовая гамма, фиолетовый светлый)
- Товары для дома - спокойствие, уверенность, доброжелательность (пастельная теплая гамма, серый и белый тон)
- Светильники - блеск, яркость (серо-металлическая гамма, приглушенная мягкая гамма)
- Строительные товары - рабочие, ремонтные

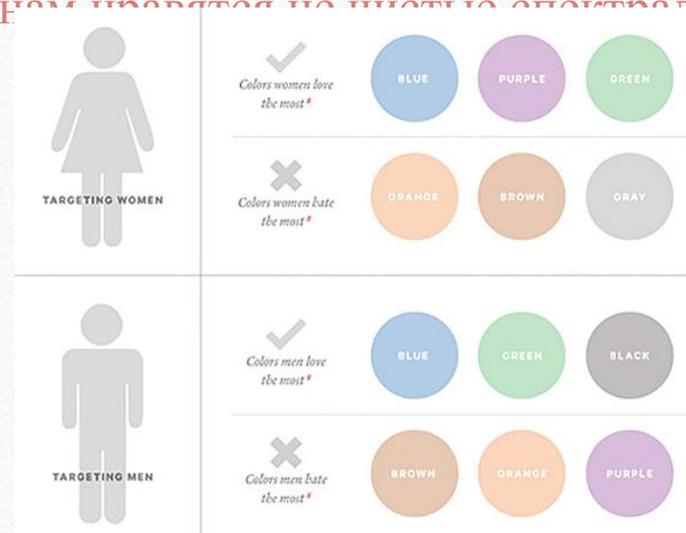
Зрительное увеличение пространства

- С помощью цвета можно визуально скорректировать объем помещения, делая его больше или меньше.*
- Холодные цвета зрительно удаляют объекты, а теплые – приближают. Поэтому, если стены помещения окрашены в светлые тона, оно будет казаться выше и шире.*
- С помощью цвета можно «отрегулировать» и высоту потолка. Если он темнее стен, он будет казаться ниже, и наоборот, если потолок светлее, то выше.*

- Оказывается, женщины в возрасте не любят оранжевый, коричневый, серый.
- Нил Патель в своих исследованиях доказал, что гендерная дифференциация в цветовых предпочтениях существует. Об этом свидетельствуют данные масштабного социологического опроса.
- Так, согласно данным статистики, женщины отдали предпочтение:

- 35% — синему цвету;
- 23% — фиолетовому;
- 14% — зеленому.

- Как оказалось, женщинам нравятся не только спектральные цвета, а основные цвета и их оттенки.



- А вот цвета, которые оказались наименее привлекательными для представительниц прекрасного пола:
 - 33% — оранжевый;
 - 33% — коричневый;
 - 17% — серый.
-
- Эту же неприязнь к «земляным» цветам подтверждают данные других исследований. Женщины ассоциируют оранжевый с цветом опавших листьев, коричневый – цвет земли или перегноя, серый – цвет пыли.
 - Но при умелом подходе оранжевый становится солнечным, коричневый – кофейным, а серый – просто красивым серым (например, серый с фиолетовым или синим оттенком).
 - Дизайнеры интернет-магазина Artbeads.com, который специализируется на продаже бисера и сопутствующих материалов, сделали упор на любимых женских цветах. Потому что их аудитория состоит, в основном, из девушек и женщин. В оформлении преобладает фиолетовый цвет с вкраплениями синего и зеленого.

- Еще одно заблуждение об одном «женском» цвете. Многие считают, что женщины любят розовый цвет, но это вовсе не так. Хотя стоит признать тот факт, что некоторые законодательницы моды выбирают этот цвет, но не насыщенный, а приглушенный, разбеленный.
- Яркий пример – популярные куклы Monster High. Их волосы, одежда, макияж в большей или меньшей степени содержат розовый цвет.
- Или знаменитая кукла Barbie – при



Спасибо за внимание!