



Бизнес Молодость



Визуальное восприятие рекламных объявлений



Сейчас ни для кого не секрет, что реклама это попытка воздействовать на восприятие пользователем информации, а восприятие каждого человека напрямую связано с его психикой. Существует большое количество исследований о восприятии мозгом различных цветов и их сочетаний. В этом материале мы приведем лишь некоторые особенности, которые отмечают для большинства.

	Жёлтый: оптимистичный и молодежный. Обычно используют для привлечения внимания к витрине.
	Красный: цвет энергии. Учащает пульс. Нередко используется для тотальных распродаж.
	Синий: имеет поразительный эффект, вызывая чувство доверия и безопасности. Обычно используется для банков и бизнесов.
	Зеленый цвет: применяется для расслабления, кроме того, ассоциируется с состоятельностью и приятен для глаз.
	Оранжевый: агрессивный. Создает призыв к действию: зарегистрироваться, купить или продать.
	Розовый: романтический и женственный. Используется для продвижения товаров для женщин и молодых девушек.
	Черный: мощный и глянцевый. Используется для продвижения предметов роскоши.
	Фиолетовый: используют для успокоения и умиротворения. Обычно - в индустрии красоты и антивозрастных товаров.

Кроме этого вам всегда доступна инверсия и комбинирование цветов текста и фона, однако, тут не стоит забывать о необходимости соблюдения правила читаемости этого текста.