

Дискуссия Гильдии Маркетологов:

**"Могут ли маркетологи повлиять
на цвет жизни?"**

Николас Коро

**«РАЗНОЦВЕТНЫЕ ЭМОЦИИ
МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ»**

10 минут....

*...о чем говорить за столь короткое
время?*

Про то, что в
физическом
плане цвета не
существует?

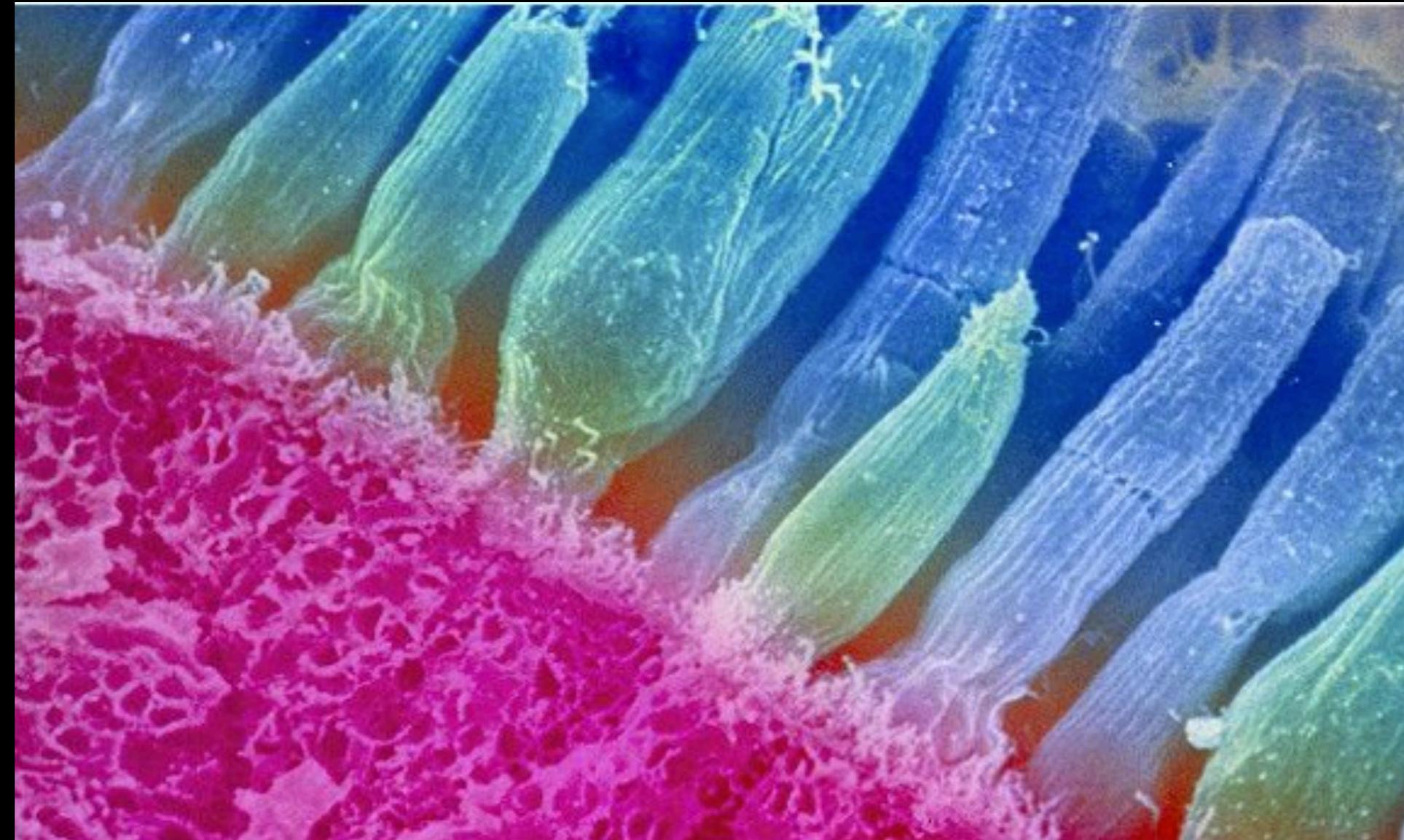


Глаз воспринимает цвет, а в мозге начинается процесс, отзывающийся в нервной системе. Зрительные рецепторы человека чувствительны к красному, зеленому и синему оттенкам.

С физической точки зрения, цвета не существует. Цветное зрение - это не что иное, как способность различать волновые спектры света. Все остальное - фантазия нашего мозга и особенности психологического восприятия.

Про физиологию восприятия цвета? Про палочки и колбочки?

Колбочки – это
группа
фоторецепторов на
сетчатке глаза,
преображающая
световое
раздражение в
нервное. Или,
говоря проще,
колбочки
преобразуют свет в
электрические
импульсы, которые
по зрительному
нерву поступают в
мозг.



Колбочки отвечают за цветовосприятие, а палочки помогают нам видеть оттенки серого цвета при низком освещении

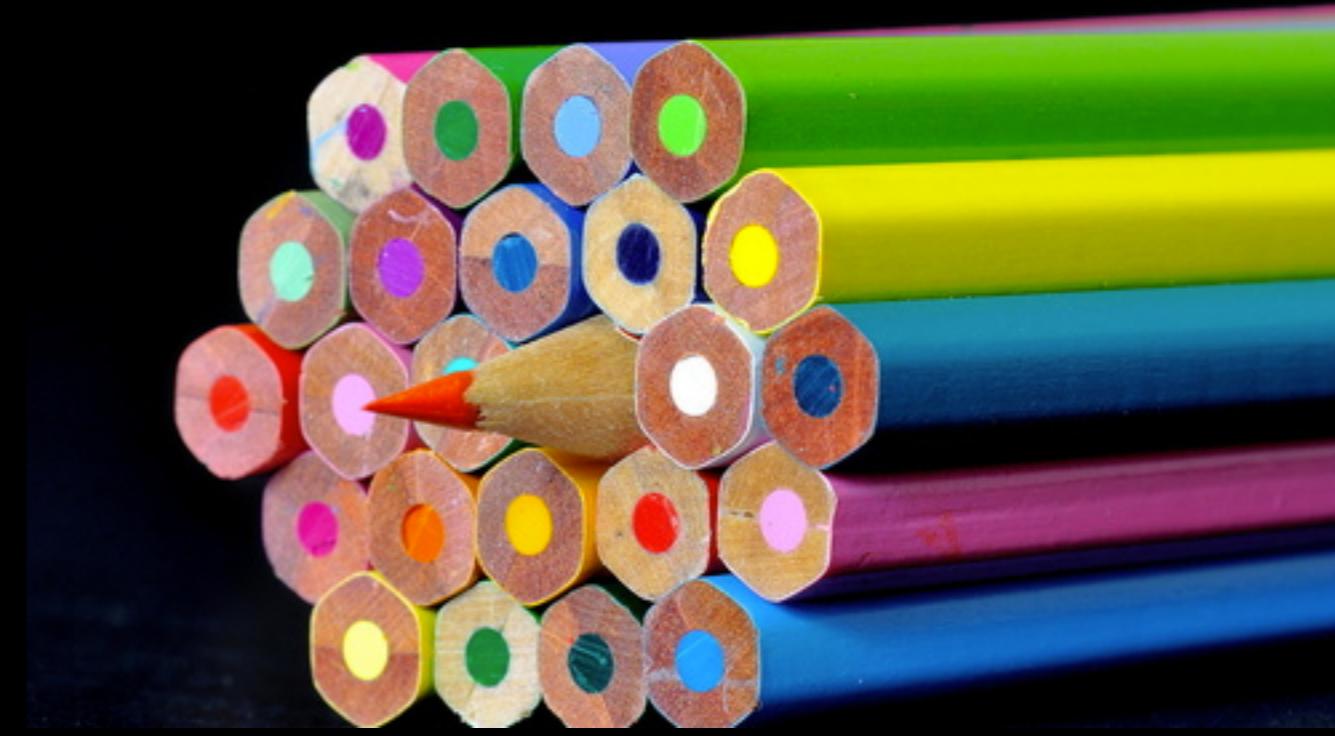
В человеческом глазе есть три вида колбочек и соответствующее им число типов опсинов, каждый из которых отличается особой чувствительностью к фотонам с определенным диапазоном длин световых волн.

Колбочки S-типа чувствительны к фиолетово-синей, коротковолновой части видимого спектра; колбочки M-типа отвечают за зелено-желтую (средневолновую), а колбочки L-типа — за желто-красную (длинноволновую).

Все эти волны, а также их комбинации, позволяют нам видеть полный диапазон цветов радуги.



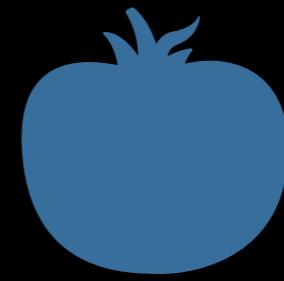
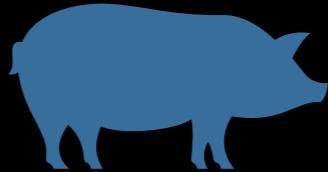
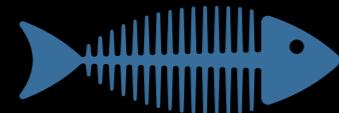
Палочки (англ. rod cells) — один из двух типов фоторецепторов, периферических отростков светочувствительных клеток сетчатки глаза. В сетчатке глаза человека содержится приблизительно около 120 миллионов палочек. Это высокоспециализированные клетки, преобразующие световые раздражения в нервное возбуждение.



Про цветовую ассоциативность продуктовую и маркетинговую глупость производителей?



?!



Про конкуренцию рационального и эмоционального в торговых предложениях и рекламе?



Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

www.nkoro.ru www.eqfactor.ru www.relandgroup.com

Про целевые аудитории?

ЧТО ЭТО?



ДЛЯ КОГО?



А ЭТО?



Остановимся на
погодных продажах
цветофинансовых :-)

NICKOLAS KORO

RCB&B

Можете-ли Вы определить в какой
комнате жарче?

RESEARCH CENTER OF BRANDING &
BRAND - MANAGEMENT

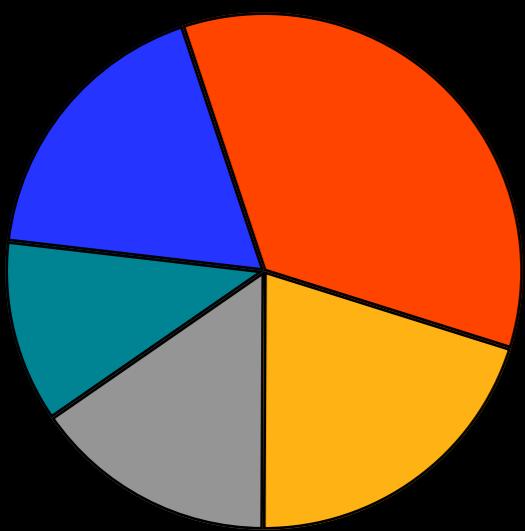


Температурный тест визуального комфорта

Москва, Столешников пер., д.7, стр.3 Тел.+7(495)629-01-25, +7(495)629-56-78

www.nkoro.ru www.eqfactor.ru www.relandgroup.com

А потребитель уверен, что может сделать это

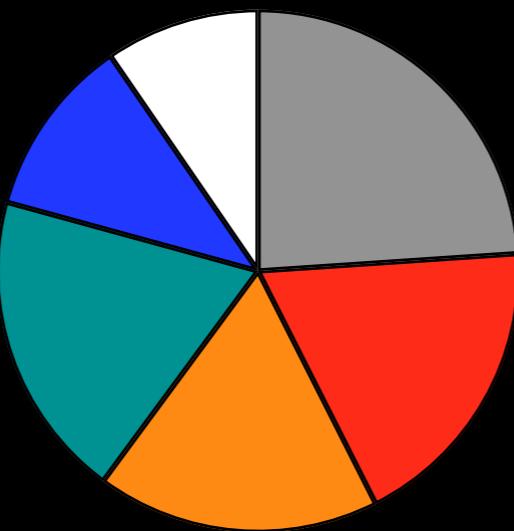


летом

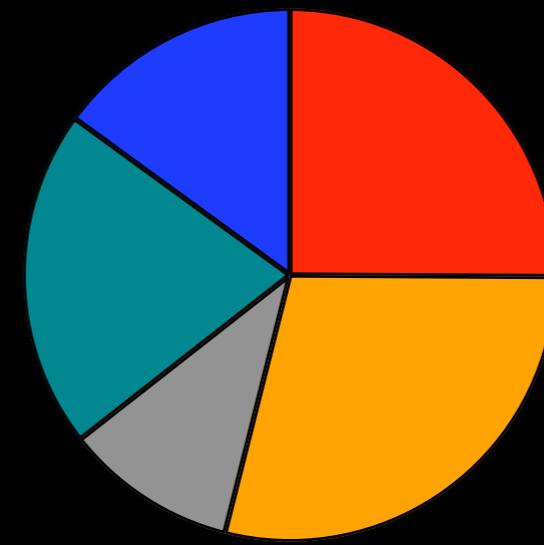
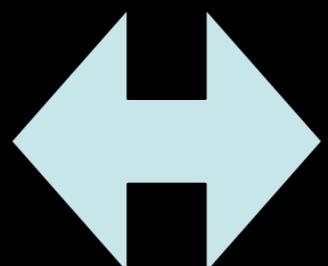
 точно да

 скорее да

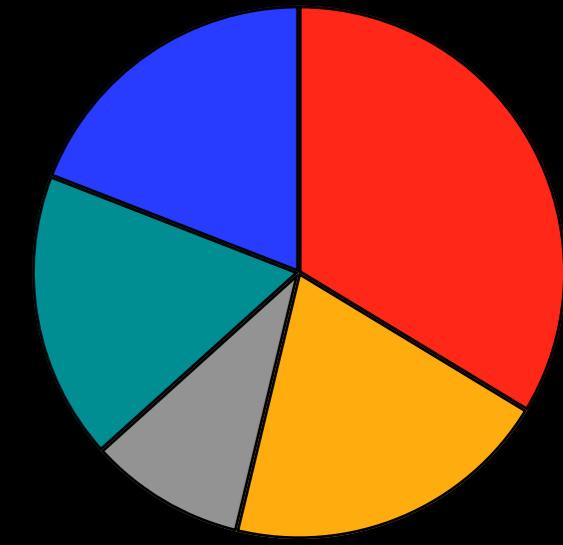
 не уверен

 скорее нет
 

зимой



зимой



летом

 точно нет

 зат...
 

Именно поэтому,
выбирая цвет
комнатных интерьеров в
отеле...

...Вы сами провоцируете
или управляете
эмоциональным рядом
постояльцев



Спасибо!