VIVER DE BLOG

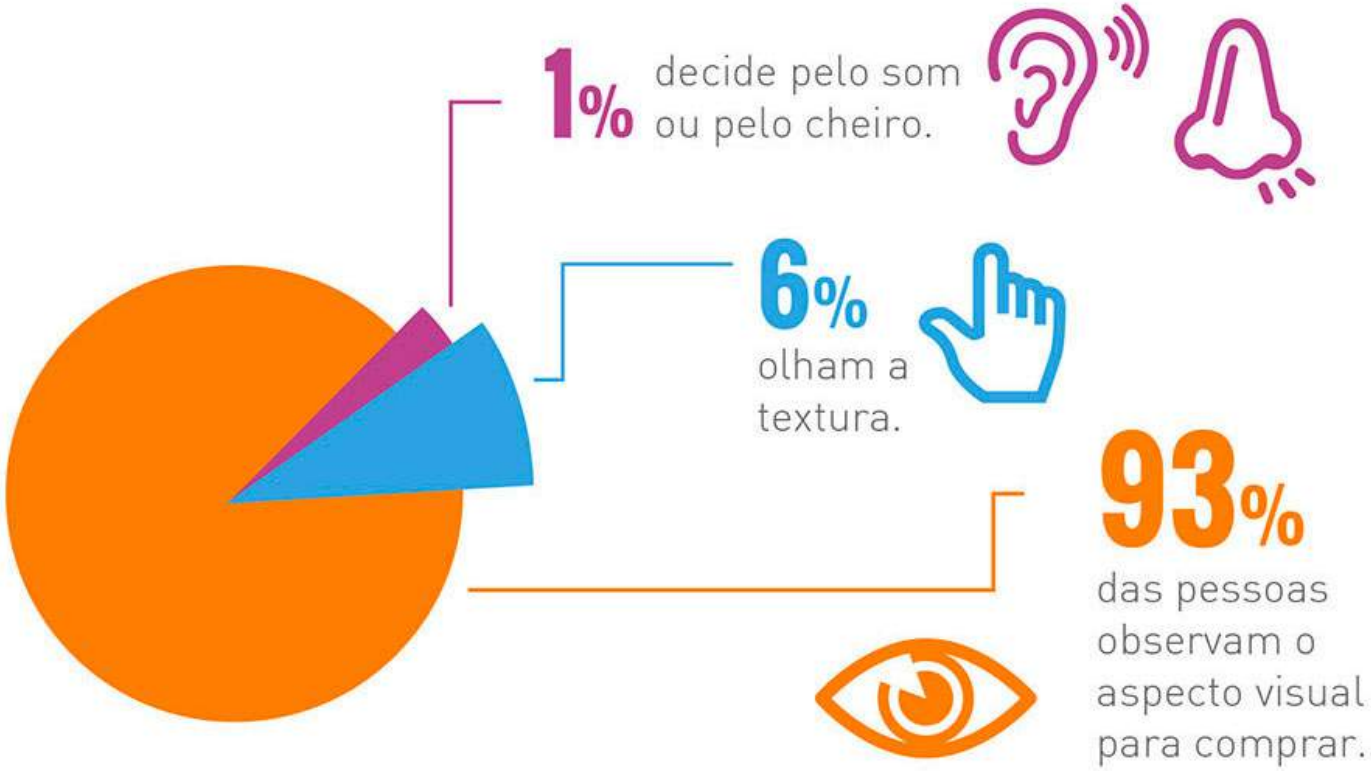
A **Psicologia** das Cores no MARKETING

O Poder das Cores no Marketing e no Dia-a-Dia

"Com tantos produtos disputando o dinheiro e atenção do consumidor, o uso eficaz das cores é uma maneira de captar a sua atenção"

84,7%

dos consumidores acham que a cor é mais importante que muitos outros fatores ao escolher um produto.



80%

das pessoas acreditam que as cores **aumentam o reconhecimento** de uma marca.

60%

A cor pode ser responsável por **60% da aceitação** ou rejeição de um produto ou serviço.

90 seg

As pessoas fazem um **julgamento subconsciente** sobre um ambiente ou produto dentro de 90 segundos após a visualização inicial.

Em torno de **62%** e **90%** dessa avaliação é baseada **somente nas cores.**

Anúncios em cores são vistos **42%** **mais frequentemente** que os mesmos anúncios em branco e preto.

Cores podem melhorar em **40%** a leitura.

entre **55%** e **68%** o aprendizado

e em **73%** a compreensão

DESIGN GRÁFICO

Tipografia
Cor
Layout
Processo
Ferramentas

A capacidade de transmitir ideias por meio de imagens, que sejam ao mesmo tempo criativas e lógicas que trabalham mensagens visuais e verbais.

Fonte:
Fundamentos do Design Gráfico
Debbie Millman

ESCOLHA BEM A TIPOGRAFIA PARA SEU PROJETO DE DESIGN

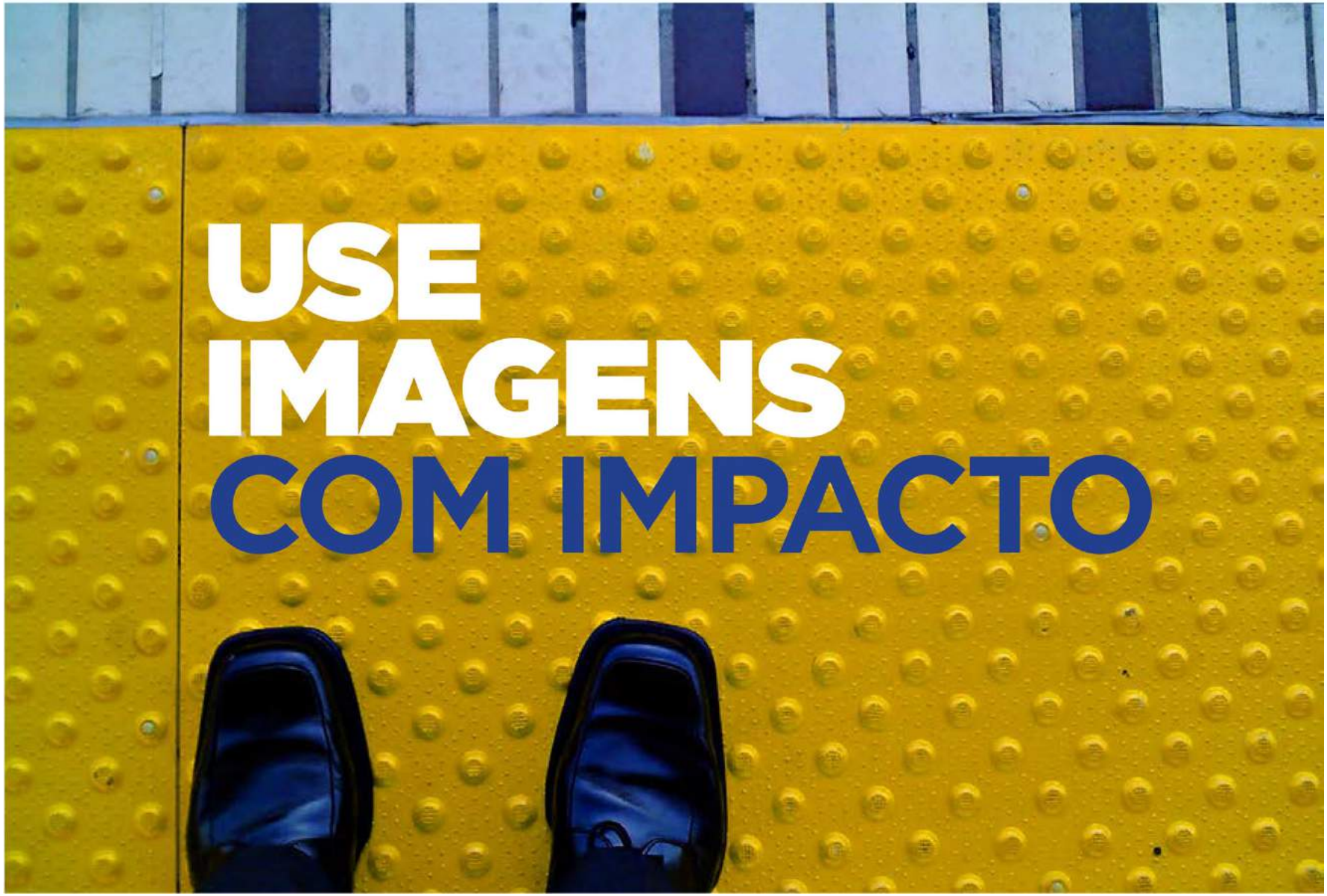
T=AF+RC

retórica tipográfica

analogia formal
(afirmativa ou negativa)

referência cultural

analogia: *parece ou não parece com (análise sintática)*
referência: *remete ou refere-se a (campo semântico)*


USE
IMAGENS
COM IMPACTO

CUIDADO
COM A
LEGIBILIDADE
cuide para
que o seu texto
seja legível
(BEM LEGÍVEL)
para quem
está vendo sua
apresentação

CUIDADO COM A LEGIBILIDADE

cuide para que o seu texto seja legível **(BEM LEGÍVEL)** para quem está vendo sua apresentação

TÓPICOS AVANÇADOS/COR

CORES PRIMÁRIAS

VERMELHO

A mais quente e mais dinâmica cor:
ativa, apaixona e emociona.

Estimula a energia e pode aumentar a pressão sanguínea,
a respiração, as batidas do coração e o pulso.

Incentiva ações e a confiança. Aumenta a paixão e a intensidade.
Fornece um sentido de proteção do medo e ansiedade.

AMARELO

O mais brilhante e mais energizante entre as cores quentes:
é feliz, acolhedor e estimulante.

Torna as pessoas mais falantes.

Estimula o otimismo e a esperança.
Também ajuda a concentrar a atenção e estimular o intelecto.

AZUL

Representa calma, confiança e segurança.

Aumenta a criatividade, contemplação e espiritualidade.

CORES SECUNDÁRIAS

LARANJA

É uma cor equilibrada, vibrante e cheia de energia.
Também é amigável e convidativa.

Reflete calor, excitação e entusiasmo.
É muito ativo, alegre e sociável.

É menos excitante do que o vermelho,
mas agradavelmente estimulante.

VERDE

É uma cor equilibrada e rejuvenescedora.
Representa estabilidade e possibilidade.

Associada à saúde e à tranquilidade.

Representa o crescimento, vitalidade, abundância e natureza.
Símbolo da fertilidade, tem efeito calmante e alivia o stress.

ROXO

Representa a nobreza, riqueza, sucesso e sabedoria.

É muito calmante e muitas vezes está relacionado à intuição e à espiritualidade.

Estimula a área do cérebro de resolução de problemas e de criatividade.

Color Wheel - Roda de Cores e Aplicação dos 6 estilos de cores

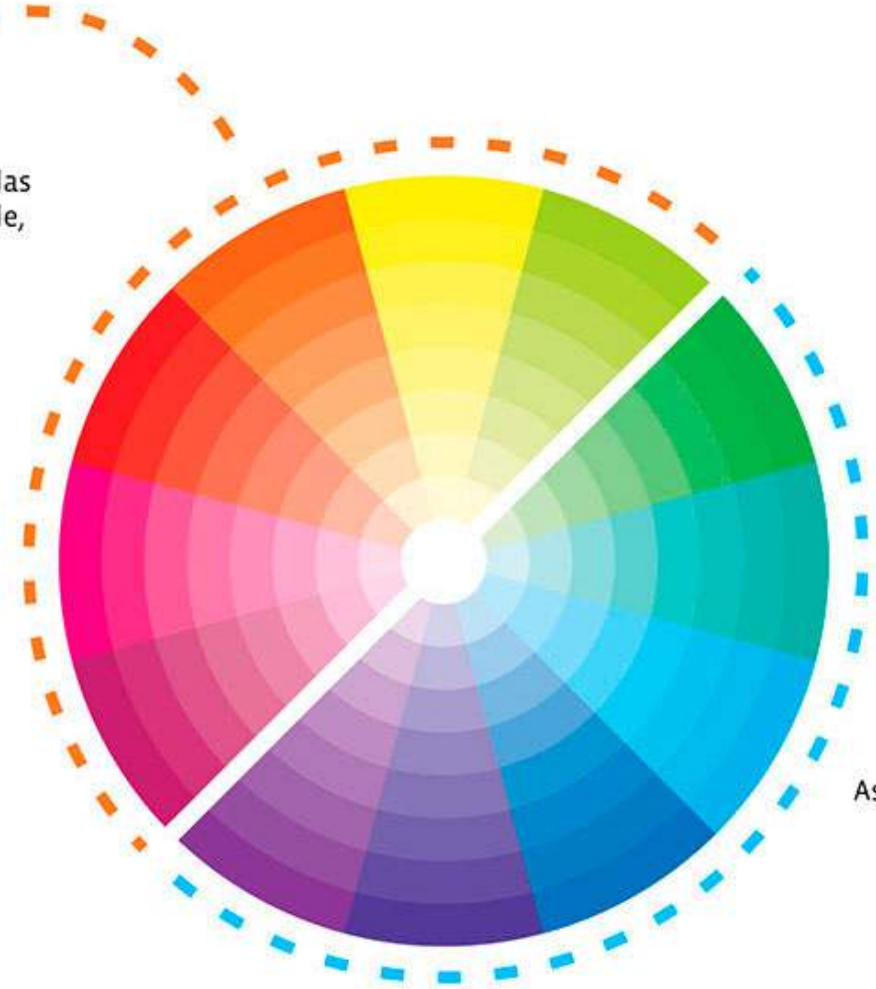
Color Wheel *(Roda de Cores) é uma ferramenta simples usada para descobrir e coordenar a harmonia das cores.*

Você sabia? O primeiro diagrama circular de cores foi desenhado por Sir Isaac Newton, em 1666.

A Roda de Cores pode ser dividida em cores frias e quentes.
Uma combinação excessiva dessas cores pode confundir o espectador.

CORES "QUENTES"

As cores quentes são utilizadas para refletir paixão, felicidade, entusiasmo e energia.



CORES "FRIAS"

As cores frias dão a sensação de calma e profissionalismo.

As CORES PRIMÁRIAS

No modelo de cores RYB, as cores primárias são **vermelho**, **amarelo** e **azul**. De acordo com a tradicional teoria das cores, elas não podem ser formadas misturando nenhuma outra cor.

As CORES SECUNDÁRIAS

As cores secundárias (**verde**, **laranja** e **roxo**) são criadas pela combinação de duas cores primárias.

As CORES TERCIÁRIAS

As cores terciárias são seis e são obtidas pela combinação de cores primárias e secundárias.

Certas combinações de cores parecem muito agradáveis, enquanto outras são dolorosas aos olhos de quem vê. A razão disso é a harmonia entre elas na Roda de Cores. Essa harmonia (ou esquema de cores) consiste em duas ou mais cores com uma relação fixa nessa roda. Entre os esquemas mais comuns estão:

CORES COMPLEMENTARES

Diretamente opostas na Roda de Cores. Uma delas é escolhida como dominante.

CORES ANÁLOGAS

São três cores que estão lado a lado em uma parte da roda de cores. Normalmente, uma das três predomina.

CORES TRIÁDICAS

Utiliza três cores, igualmente espaçadas (120º uma da outra), em torno da roda de cores. É muito popular porque oferece um forte contraste visual e é considerado por muitos como o melhor dos esquemas.

CORES COMPLEMENTARES DIVIDIDAS

É uma variação do esquema de cores complementares. Utiliza duas cores adjacentes à sua complementar, o que fornece alto grau de contraste, mas não tão extremo quanto o primeiro.

CORES TETRAÉDICAS

Utiliza dois pares de cores complementares, oferecendo grandes possibilidades de variação. É difícil harmonizar, pois se todas as quatro cores forem utilizadas em quantidades iguais, o esquema pode parecer desequilibrado, por isso a necessidade de escolher uma cor para ser a dominante.

CORES EM QUADRADO

Similares às cores tetraédicas, mas com todas as quatro cores espaçadas igualmente na Roda de Cores. É o esquema que oferece o maior número possível de combinações, o que pode ser um problema para a boa harmonia entre elas.

VERMELHO

- *Usado em restaurantes para estimular o apetite*
- *Cria um senso de urgência*
- *Frequentemente utilizada em liquidações*
- *Usado para atrair compradores impulsivos*

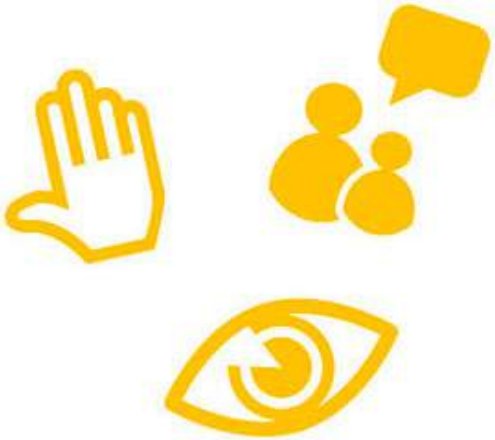
AMARELO

Usado para prender a atenção nas vitrines das lojas

Mostra clareza

Boa cor para detalhes importantes ou Call to Actions

Lembra parada/cuidado (ou cautela)



AZUL

Frequentemente utilizado em negócios corporativos porque é produtivo e não invasivo.

Cria um senso de segurança e promove confiança na marca.

Diminui o apetite e estimula produtividade.

Associado com água e paz.

LARANJA

Usado para chamar a atenção

Bom para criar Call to Actions como:
Compre Agora! Acesso Imediato!

Encontrada como sendo a preferida por compradores impulsivos

Representa uma marca amigável, alegre e confiante

VERDE

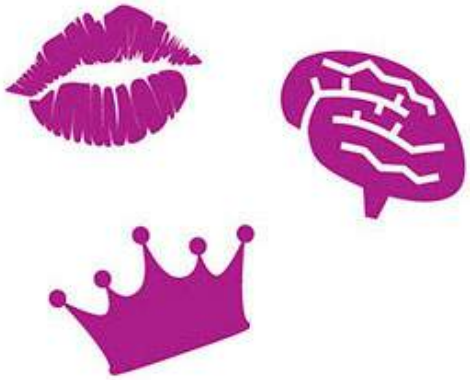
Associado com saúde, tranquilidade, natureza, dinheiro e marcas ricas

Usado nas lojas para relaxar os clientes

Frequentemente usado para promover a questão ambiental

ROXO

Associado com realeza, sabedoria e respeito.

Frequentemente utilizado em produtos de beleza ou anti-idade.

Representa uma marca, serviço ou produto criativo, inteligente e imaginativo.