

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Psychologia kolorów

- w marketingu i branding

dr Karina Cicha

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Data: 6.10.2025 r.

Organizatorzy



Psychologia koloru

Psychologia koloru nie zajmuje się tym, w jaki sposób kształtowane są kolory, ale jaki mają one **wpływ** na człowieka.

A jaki wpływ mogą mieć kolory?

Psychologia koloru

- mogą wpływać na nasz nastrój (kolory wnętrz)



Psychologia koloru

- mogą przyspieszać lub spowalniać nasze reakcje na bodźce,



Psychologia koloru

- mogą sprawiać, że coś polubimy lub nie,



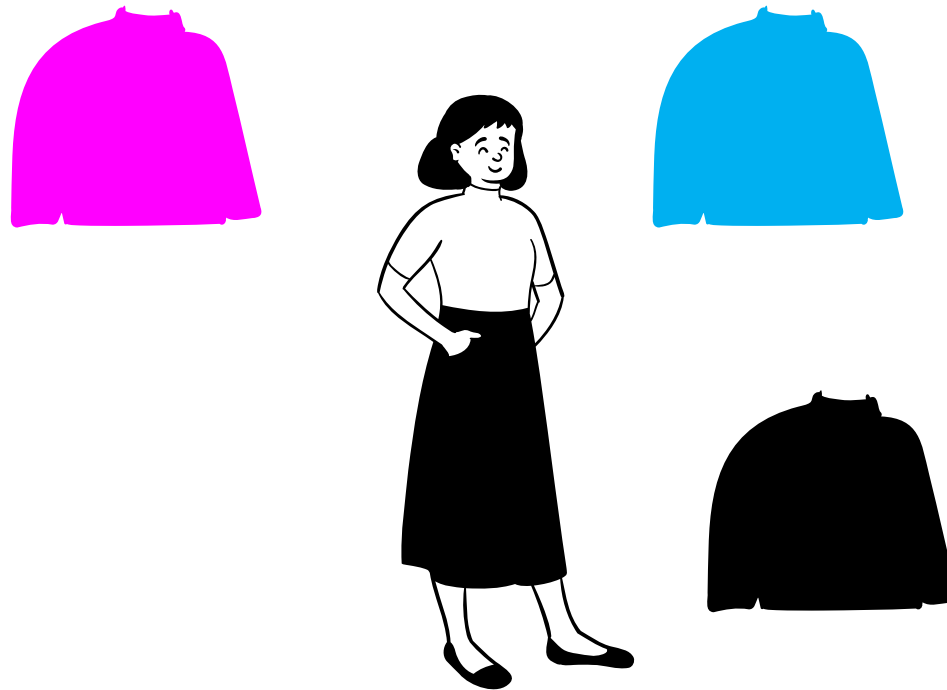
Psychologia koloru

- mogą podnosić lub obniżać ciśnienie naszej krwi,



Psychologia koloru

- mogą mieć wpływ na to, jak postrzegają nas inni ludzie (kolory ubrań)



Czym właściwie jest kolor?

Naukowo można powiedzieć, że kolor jest postrzegany przez mózg wrażeniem psychicznym, powstającym w wyniku pobudzenia zmysłu wzroku przez promieniowanie elektromagnetyczne światła widzialnego.

A skąd to wiemy? Z eksperymentu, jaki w 1666 roku (czyli bardzo dawno temu) przeprowadził brytyjski naukowiec, Isaac Newton.

Eksperyment Newtona

efekt w postaci
rozszczonego światła w
różnych barwach



białe światło słoneczne

pryzmat

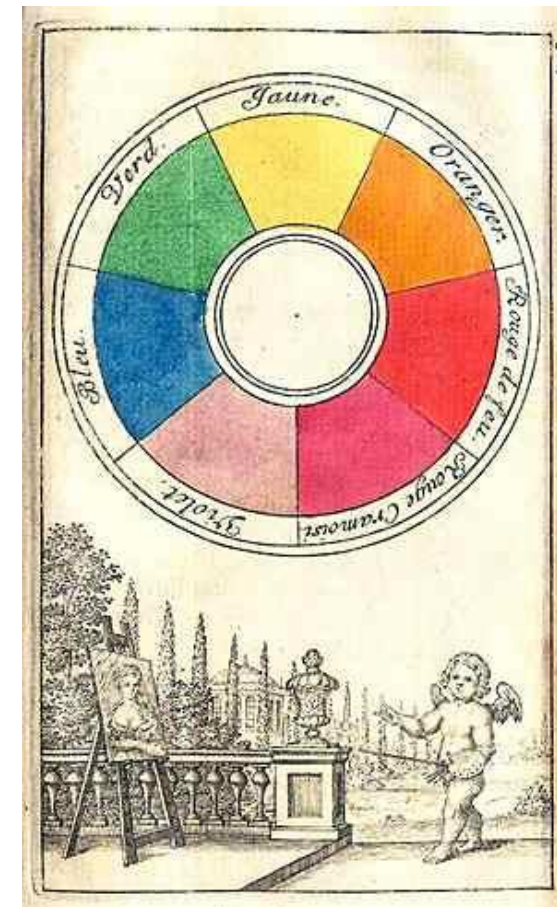
Co nam dał ten eksperyment?

Poza budowaniem teorii fizycznej, dotyczącej powstawania barw i długości fal świetlnych, eksperyment ten doprowadził do powstania tzw. koła kolorów.

Koło kolorów

Kolory w spektrum kolorów związane są z dwoma rodzajami emocji: po jednej stronie znajdują się ciepłe i mające cechy aktywne takie kolory, jak: czerwony, pomarańczowy i żółty, a po drugiej kolory mające bierne cechy niebieski, fioletowy i zielony.

Na tej podstawie opiera się koło, które jest podstawowym narzędziem do łączenia kolorów. Koło kolorów jest tak skonstruowane, że zestawienie obok siebie których kolorów ze sobą, teoretycznie zawsze daje dobry efekt.



Czy kolory zawsze wyglądają tak samo?



Na to, jak postrzegamy kolory, wpływa przede wszystkim **kontekst**, w jakim na te kolory patrzymy.

Prosto mówiąc: kolor przedstawiony w izolacji, na białym tle, bez żadnych dodatkowych elementów (np. kształt, inny kolor) będzie przez nas odbierany inaczej niż ten sam kolor w złożeniu.

Czy kolory zawsze wyglądają tak samo?



Czy kolory zawsze wyglądają tak samo?



Jakiego koloru jest ta sukienka?



Co oznaczają kolory?

To, że różne kolory odgrywają ważną rolę w marketingu jest oczywiste.

Każdy kolor ma wyjątkową zdolność do wpływania na klientów i wywoływania jakichś reakcji.

Dlatego zarówno logo firm, jak i opakowania produktów zawsze tworzone są z użyciem konkretnych kolorów.

Co więc oznaczają poszczególne kolory w marketingu?

Co oznaczają kolory?



Czerwony

Jest kolorem bardzo intensywnym emocjonalnie.
Przenosi teksty oraz obrazy na plan pierwszy.
Powinien być używany jako akcent stymulowania ludzi do podjęcia szybkiej decyzji.

Podkreśla emocje siły, zagrożenia, determinacji jak i pasji czy też pragnienia miłości



Co oznaczają kolory?

Pomarańczowy

Jest połączeniem energii czerwieni oraz pogodności koloru żółtego. Jest barwnym określeniem nie tylko radości ale i fascynacji. Kolor uwielbiany szczególnie wśród ludzi młodych.

Jako kolor cytrusowy pomarańczowy doskonale stymuluje apetyt.

Dzięki temu w reklamie najlepiej spełnia swoją funkcję promując jedzenie czy produkty skierowane do młodzieży.



Co oznaczają kolory?

Żółty

Jest kolorem słońca, połączony z radością, szczęściem oraz energią. Używaj żółtego by wywoływać przyjemne ciepłe uczucia. Możesz wybrać ten kolor do promocji dziecięcych produktów lub dla ofert miłego spędzania wolnego czasu.

Na pewno jednak nie powinien być używany przy produktach prestiżowych.

Mało kto zainteresowany byłby żółtym garniturem. Za to świetnie nadaje się do podkreślenia bezpieczeństwa.



Co oznaczają kolory?



Zielony

Jest kolorem natury. Symbolizuje wzrost, harmonię, świeżość.

Zielonego w reklamie powinno się używać podkreślając nieszkodliwość (środków medycznych) czy naturalne pochodzenie (żywności).



Co oznaczają kolory?



Niebieski

To kolor nieba i morza. Jest barwnym synonimem stabilizacji. Symbolizuje prawdę, lojalność, mądrość, wiarę oraz prawdę.

Kolorem niebieskim najlepiej promować produkty lub usługi związane z wodą i czystością (filtry wodne, środki czystości, ryby) lub niebem i powietrzem (linie lotnicze, warunki atmosferyczne).

Nie należy stosować koloru niebieskiego do celów marketingowych związanych z żywnością, ponieważ kolor niebieski tłumi apetyt.



Co oznaczają kolory?



Czarny

Kojarzony jest z mocą, elegancją, tajemniczością ale także ze złem. Czarny daje poczucie perspektywy oraz głębi.

Posiada też moc wyszczuplającą.

Czarny symbolizuje także wysoki standard.

W prezentowaniu produktów bardzo często używa się go aby podkreślić inne kolory.



Tylko jeden kolor...?

Czy projektując opakowanie produktu, albo logo swojej firmy trzeba zawsze wybrać tylko jeden dominujący kolor?

Nie!!!

Są firmy, które w swoich logo stosują kilka kolorów, co z jednej strony podkreśla ich śmiałość i odwagę, a z drugiej buduje wielość skojarzeń u odbiorców/klientów.

A najprostszy przykład takiej firmy to...

Tylko jeden kolor...?



Google

Jacy klienci lubią jakie kolory?

W zależności od tego, jakimi klientami jesteśmy i gdzie lubimy robić zakupy, kolory mogą mieć dla nas dodatkowe znaczenie.

Amerykańska firma Kiss Metrics twierdzi, że kolory potrafią zmieniać zachowania zakupowe, czyli np. sprawić, że coś kupimy, albo pójdziemy do konkretnego sklepu albo wydamy pieniądze na coś, czego normalnie byśmy nie kupili.

Jak?

Jacy klienci lubią jakie kolory?

Czerwony Pomarańczowy	Czarny	Morski	Granatowy	Turkusowy	Różowy	Jaśnie zielony	Jaśnie fioletowy
Klienci spontaniczni		Klientela oszczędni			Klienci tradycyjni		
• Wyprzedaże • Fast foody • Outlety		• Banki • Wielkie domy handlowe			• Sklepy odzieżowe		

Jak różni ludzie reagują na kolory?

W badaniach nad oddziaływaniem kolorów znaleziono też inne prawidłowości.

Okazuje się, że cechy takie jak płeć czy wiek również wpływają na to, jakie kolory lubimy lub jakie działają na nas lepiej.

Kobiety i mężczyźni a kolory



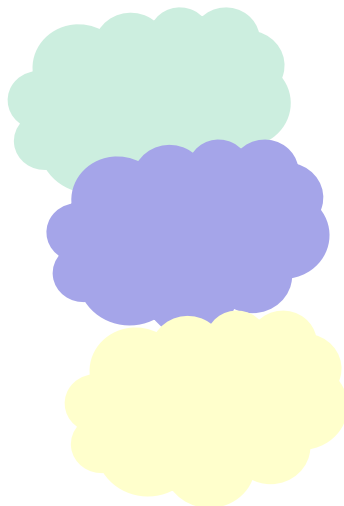
Starsi i młodszy a kolory

Ludzie w różnym wieku inaczej reagują na konkretne kolory.

Osoby starsze będą uznawały kolory spokojne i powściągliwe (przyjemne dla oka), za najbardziej atrakcyjne. Młodzież doceni jaśniejsze i bardziej żywe barwy



Lubię te kolory!



A ja wolę te!



Tworzymy logo lub produkt...



Na co, od strony kolorystycznej, zwracać uwagę tworząc logo naszej firmy lub opakowanie produktu?

- na branżę,
- na grupę docelowych klientów,
- na przeznaczenie produktu,
- na skojarzenia, jakie chcemy budzić w naszych klientach.

Czas na ZADANIE



Wprowadzamy na rynek nowe produkty. Są to:

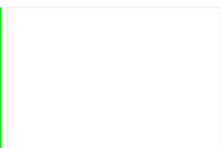
- Gazowany napój w puszcze,
- Zestaw witamin w tabletkach,
- Krem kosmetyczny,
- Bluza waszej szkoły,
- Zabawka dla małych dzieci.

Dobierając kolory pamiętaj, że:

- każdy produkt ma swojego odbiorcę,
- każdy produkt reprezentuje konkretną branżę,
- zależy nam na tym, aby nasz produkt budził pożądane skojarzenia 😊
- kolory można mieszać!

W jakich kolorach byłyby te produkty/ich opakowania? Uzasadnij wybór dla każdego produktu

Czas na ZADANIE - ściągawka kolorystyczna

			
#000000 RGB 0, 0, 0	#808080 RGB 128, 128, 128	#8B3B39 RGB 133, 59, 57	#800080 RGB 128, 0, 128
			
#008000 RGB 0, 128, 0	#000080 RGB 0, 0, 128	#FF00FF RGB 255, 0, 255	#E5303E RGB 229, 48, 62
			
#FFFF00 RGB 255, 255, 0	#FF7D00 RGB 255, 125, 0	#00EDFF RGB 0, 237, 255	#008080 RGB 0, 128, 128
			
#808000 RGB 128, 128, 0	#00FF00 RGB 0, 255, 0	#FFFFFF RGB 255, 255, 255	

Kolory (słownie) od lewego górnego narożnika:
Czarny, szary, brązowy, fioletowy, zielony, granatowy, różowy, czerwony, żółty, pomarańczowy, turkusowy, morski, oliwkowy, jasnozielony, biały.