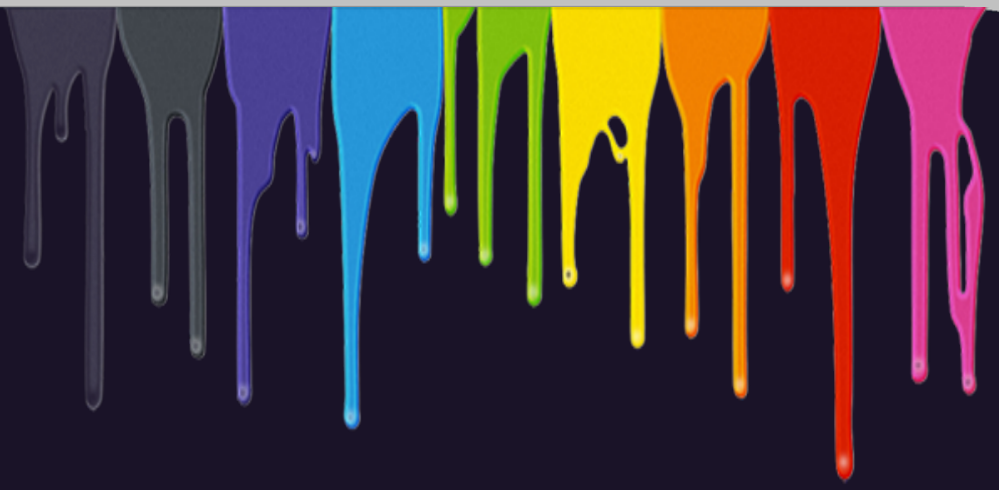
Como as
CORES
podem afetar
o seu
NEGÓCIO

INTRODUÇÃO

Para criar um ambiente confortável e eficientes em sua empresa deve-se prestar atenção em 3 aspectos do comportamento humano: físico, cognitivo e psíquico. Assim, a cor que muitas vezes é colocada em segundo plano em projeto espacial é de fundamental importância pois além de contribuir para a adequação do uso desse espaço, também é para a saúde e bem estar daqueles que usufruem o ambiente do seu negócio.

Muitos se perguntam: qual o papel que as cores exercem nas nossas vidas e como a percebemos?

As cores transmitem e tendem a predispor determinados estados de humor, desencadeando emoções, **modificando comportamentos** e, por vezes alterando o funcionamento do organismo.



Assim, é de extrema importância estudar as cores para atingir a **sensibilidade** da sua equipe corporativa como de seus clientes. Resultados de pesquisas mostram como a psicologia das cores trabalha no ambiente:

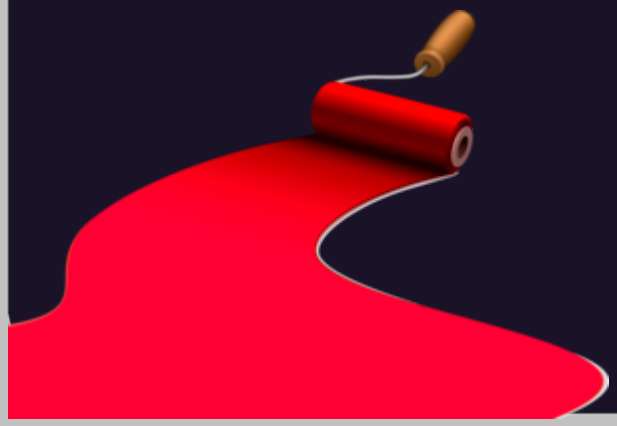
84,7% dos consumidores acham que a cor é mais importante que muitos outros fatores ao escolher um produto.

60% A cor é responsável por 60% da aceitação de um produto/serviço.

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

Fica evidente assim, a importância das cores no marketing. Grandes empresas se consolidaram no mercado a partir de uma identidade visual bem definida e o uso das cores certas. Cada uma exerce sobre nosso subconsciente um estímulo diferente e saber usufruir desse artifício a seu favor pode ajudar a alavancar o seu negócio!

“As cores despenham um papel importante na nossa percepção visual, uma vez que influencia nossas reações sobre o mundo que nos rodeia”



A seguir, foi descrito como cada cor atua na mente humana a fim de fazer com que seu negócio seja otimizado:

BRANCO

Transmite paz e serenidade.

Usada em ambientes como hospitais.

Passa a ideia de transparência.

Compõe a identidade visual de empresas como a Apple.

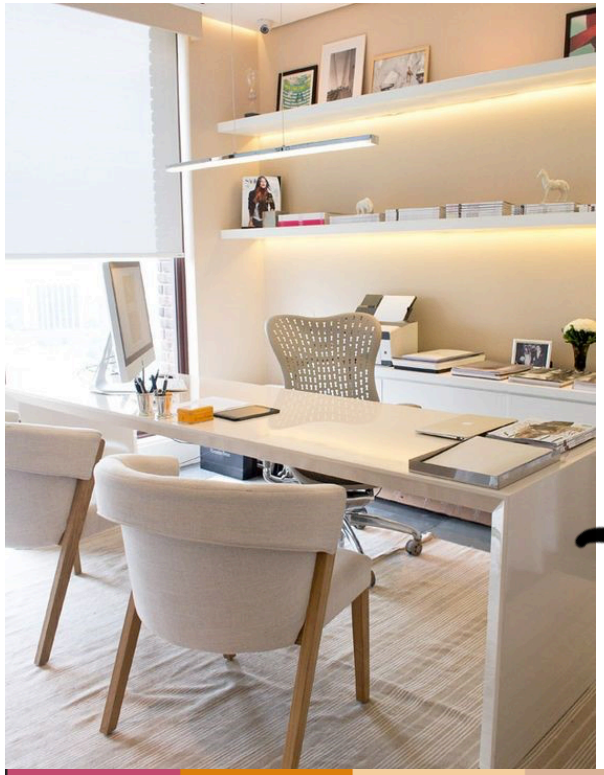
Como o branco funciona dentro de um estabelecimento?

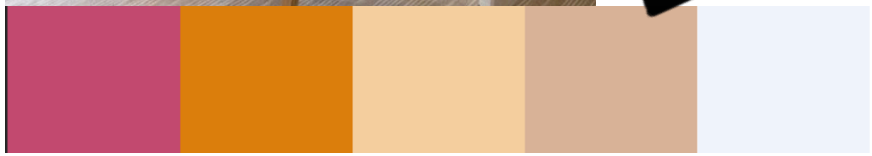
Mesmo sendo uma cor muito usada, é considerado um tom neutro e frio. Pode ser aplicado em qualquer ambiente, mas, requer combinação com outras cores, pois quando o branco aparece em demasia representa infinito, frieza, vazio e hostilidade. Uma sugestão é quebrar o branco com quadros e móveis bem coloridos.

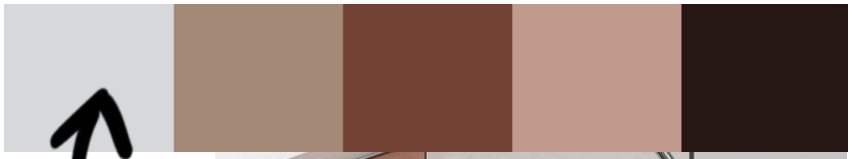
Na identidade visual de algumas empresas

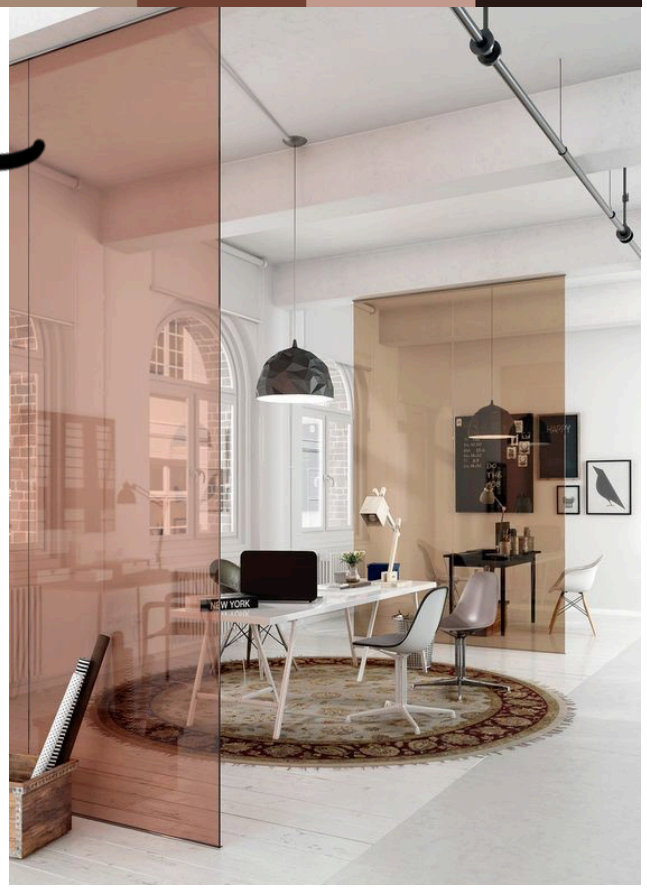
SWAROVSKI

consultório









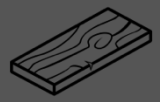
escritório compõe ambiente sereno

PRETO

O preto está associado a sensação de luxo e elegância.

Ele transmite a ideia de exclusividade.

Adotada por marcas de requinte.



Forma uma boa combinação com madeira

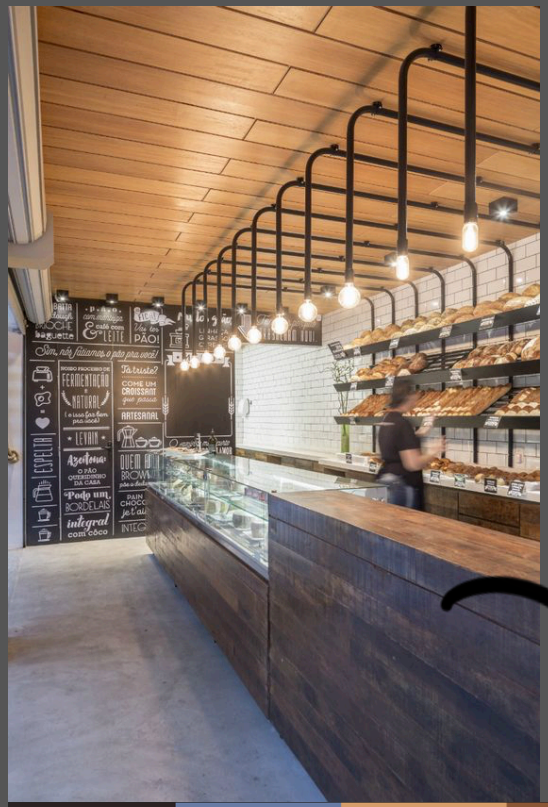
Como o preto influencia dentro de um estabelecimento?

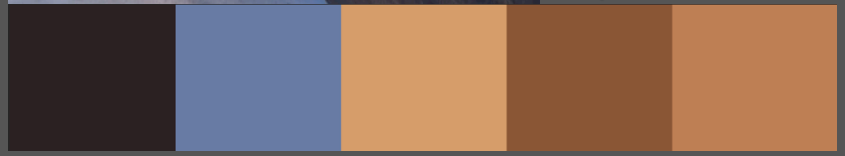
Um tom que requer cuidado na aplicação em excesso nos ambientes. Quando o preto predomina teremos a sensação de escuridão, angústia, tristeza e depressão. É uma cor chique, mas deve ser usada com ponderação e combinada com outras cores

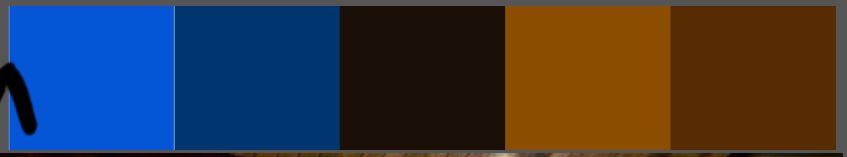
Na identidade visual de algumas empresas

CHANEL

padaria usa o preto para compor ambiente mais sofisticado







Starbucks em Amsterdã

VERDE

A cor verde é a mais fácil de ser processada pela nossa visão, por isso nos trás a sensação de calma

Associada a diversos signos, sensações e emoções, como as de harmonia, equilíbrio, vida, esperança, renovação, sorte, saúde e fertilidade

A cor verde representa estabilidade e possibilidade, estimulando o pensamento abstrato e criativo tão como respostas afetivas e emocionais

Na publicidade o verde tem o papel de passar uma mensagem confortante para os clientes de repouso, frescor lógica e saúde, ela tem resposta fraca em ambientes de compras compulsivas

Os tons mais escuros por exemplo podem passar mensagens mais negativas como as de nojo e medo, já os tons mais amarelados agitação ao contrário da calmaria

Como o verde funciona dentro de um estabelecimento?

O verde funciona melhor em ambientes que não querem sugerir compras rápidas e compulsivas, mas sim calma e permanência. Cafés, escritórios administrativos, escritórios médicos

Sob a ação da cor verde um funcionário permanece mais calmo e confiante, além de propiciar uma relação coletiva mais saudável no ambiente, ativando as partes de afeição do cérebro

Já um cliente sob a ação do verde fica mais calmo, se sente confortável em ficar por ali, além de estimular as decisões

Na identidade visual de algumas empresas

AZUL

A cor azul é associada diretamente com o céu e o mar, dois elementos com escala quase infinita aos olhos humanos, além de retardar o metabolismo humano

Pode gerar diversos sentidos como os de paz, fé, espiritualidade, contentamento, lealdade, tranquilidade, calma, estabilidade, harmonia, unidade, verdade, conservadorismo, limpeza e ordem.

Comprovada como a cor favorita de homens e mulheres, na publicidade o principal papel da cor azul é inspirar confiança e criar uma relação de fidelidade com o cliente

O uso exagerado de em alguns ambientes tende a ser depressivo, os tons mais claros tendem a reproduzir uma idéia de jovialidade e infantilidade e os tons mais escuros um ar experiente e executivo

Como o azul funciona dentro de um estabelecimento?

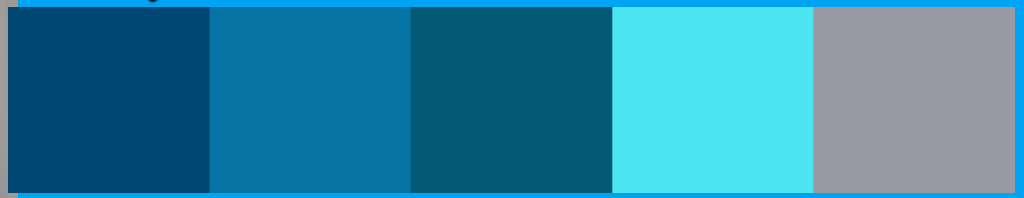
O azul funciona melhor em ambientes executivos e que tendem a tratar de assuntos com mais seriedade, além de ambientes que primam pela fidelização dos clientes, o exemplo mais comum da utilização do azul é aplicado em bancos, firmas de investimentos e setores administrativos

Em um funcionário a cor azul atua como construtor de laços de confiança entre seus colegas de trabalho, inspira seriedade e retira o sono e o apetite aumentando sua produtividade

Já em clientes a cor azul traz segurança, pois é familiar e natural, além de passar a sensação de limpeza e pureza

Na identidade visual de algumas empresas

skype



ROXO

Estimula a criatividade e oferece a capacidade de pensar fora dos padrões.

Aumenta a resistência dos músculos e tecidos e diminuição de níveis de ansiedade e medo.

Alguns sentimentos trazidos pela cor roxa: espiritualidade, delicadeza, calma, misticismo, concentração, pensamento reflexivo, curiosidade e respeito.

Recomendado para ateliês, galerias de Arte, estabelecimentos que ofereçam produtos de alta qualidade e empresas que queiram demonstrar riqueza, luxo e extravagância.

Devido ao seu “peso”, tem de ser coordenada com inteligência pois pode trazer o efeito contrário.

Como o roxo funciona dentro de um estabelecimento?

O roxo funciona melhor em ambientes que ofereçam produtos luxuosos e que tenham um alto valor. Funciona muito bem em ateliês e galerias por se tratar de uma cor mística.

Sob a ação da cor roxa o funcionário tende a se sentir melhor fisicamente e também se sente mais estimulado no processo criativo.

Já um cliente sob a ação do roxo ele se sente em um ambiente sofisticado se usado na quantidade certa e tende a sentir que o local onde ele se encontra é de grande importância.

Na identidade visual de algumas empresas

Attraction Media Group

Grupon Berlin

Yahoo!

BBC

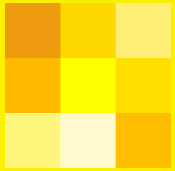
AMARELO

Por ser a cor mais energizante, estimula a euforia, animação e o otimismo.

Torna as pessoas mais falantes e aguça o intelecto.

Ideal para chamar a atenção de maneira mais detalhista e para o uso em placas em conjunto com o preto.

Pode ser usada se precisar de ajuda na tomada de decisão dos consumidores.

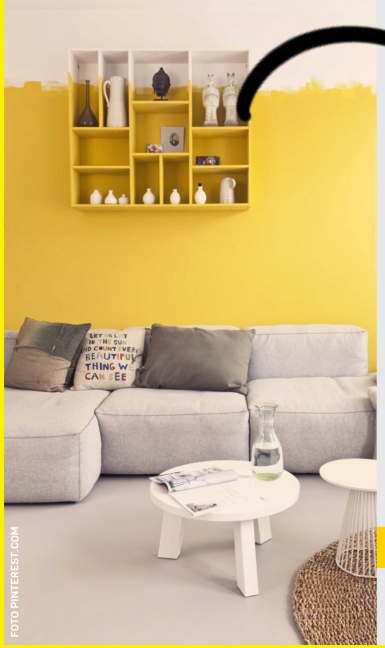


Quando utilizada em diferentes tonalidades de amarelo consegue atrair o olhar do cliente para algum elemento-chave.

Como o amarelo funciona dentro de um estabelecimento?

Em empresas o amarelo, por ser uma cor positiva, passa a ideia de transparência e por isso é eficaz em negociações. A cor ideal para networkers e jornalistas.
Na animação Os Simpsons, por exemplo, foi uma sugestão da equipe colorista para chamar mais atenção e ser marca do desenho.
Porém, em exagero pode causar náuseas e ansiedade.

Na identidade visual de algumas empresas



AMARELO

VERMELHO

Simboliza ação, agitação e paixão.

Considerada a mais atrativa porque aumenta a pressão arterial, acelera a pulsação e a respiração.

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

Deve ser utilizada com cuidados pois em excesso pode tornar o ambiente tenso e hostil, atenção.

Como o vermelho funciona dentro de um estabelecimento?

É muito utilizada em campanhas de marketing de liquidações e ações promocionais, pela sua capacidade em conquistar os consumidores compulsivo.
O vermelho tem também um lado mais obscuro, pois pode alterar /realçar o humor de maneira negativa, fazendo com que a pessoa se torne mais agressiva e por isso, ao usá-la deve-se equilibrar com cores mais calmas, de acordo com a mensagem que se deseja passar. Não é uma cor para ser usada em relação a lazer, pois não traz calma.

Na identidade visual de algumas empresas

NETFLIX

FOTO PINTEREST.COM

VERMELHO

PALETA
DE CORES

LARANJA

Estimula a interação no seu ambiente
Seus colaboradores e/ou clientes vão ficar mais animados!

Transmite calor, alegria e energia

É recomendado para negócios que trabalham com esporte, comunicação e entretenimento

Como a laranja funciona dentro de um estabelecimento?

Laranja é uma cor equilibrada, vibrante e cheia de energia.
Se você quer promover no seu escritório a interação entre os seus funcionários, ou dos seus clientes na sua loja, essa cor é perfeita para o seu negócio! Combina o brilho e a alegria do amarelo com a energia e ousadia do vermelho para fazer uma cor que é cheio de vida e emoção!
Um bom exemplo de uso são nas salas de musculação, lutas, dança e exercícios aeróbicos da academia, pois estes ambientes não podem ser escuras para não dar sono e gerar cansaço.

Na identidade visual de algumas empresas

Fanta

GATORADE

BANCO BMG

MARROM

A cor marrom simboliza a Natureza, Terra e a tradição.

Transmite solidez, credibilidade, firmeza e agrega luxo ao seu produto.

É recomendado para negócio que se deseja transmitir segurança
Muitas marcas de alimentos associam a esta cor.

Como o marrom funciona dentro de um estabelecimento?

A cor marrom se associa com a natureza, simbolizando a terra, solidez e confiabilidade. Ao usar esta cor na decoração do seu ambiente você produzirá sensação de calma, conforto físico e qualidade a quem utilizar do espaço. O marrom é fácil de combinar com outras cores e é perfeita para qualquer ambiente. Utilizado em um escritório, por exemplo, esta cor pode associar a imagem do seu negócio ao cliente com tradicionalidade, seriedade e elegância. É recomendado para você que deseja transmitir segurança, sendo Advocacia um dos exemplos da área em que pode aproveitar-se desta característica.

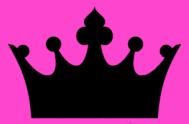
Na identidade visual de algumas empresas

NESPRESSO

HERSHEY'S

PACIFIC MERCHANTS
HOLLISTER
CALIFORNIA
1922

ROSA



A cor rosa muitas vezes sendo taxada como muito feminina e ingênua, quando escolhida os tons certos traz um ambiente fresco e majestoso.

Aquece, acalma e relaxa.

Seu impacto varia bastante conforme a tonalidade: tons mais fortes de rosa evocam diversão, juventude e energia. Já os mais claros têm um ar romântico e suave.

Como o rosa funciona dentro de um estabelecimento?

Por ser uma cor calmante, adequada para empresas com mercado feminino, incluindo cosméticos, moda, salões de beleza, doces e romance. Rosas fortes são utilizados para o marketing de produtos menos caros e modernos e um mercado adolescente. Também vão muito bem em cafés.
Para o ambiente corporativo, recomenda-se usar o rosa em pequenos pontos e em tons suaves pois é uma cor que enjoa muito rápido.
Para o cliente, é ideal em detalhes do seu estabelecimentos pois é uma cor que faz você se sentir acolhido.

Na identidade visual de algumas empresas

Barbie

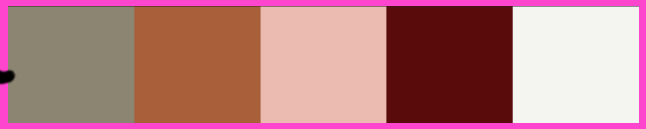
DUNKIN' DONUTS

COSMOPOLITAN

VICTORIA'S SECRET

MadebyNina
433
Made by Nina

Brigaderia
emotional food



CONCLUSÃO

Assim, ao observar a grande importância que as cores podem fazer num espaço físico devemos concebê-lo segundo a análise cuidadosa da necessidade daqueles que o ocupam, seja ele o cliente ou o funcionário, adaptando a configuração das cores do referido ambiente as características fisiológicas e psicológicas de seus usuários.

Seguem algumas dicas e cuidados para você otimizar seu negócio com as cores:

- Mudar o uso das cores é um dos recursos mais econômicos para promover mudanças no ambiente;
- Ao optar o uso de determinada cor, decidir paralelamente o tipo de iluminação pois ela afeta a percepção visual da cor;
- A receptividade da cor dependem dos aspectos relacionados à idade, sexo e cultura;
- Usar cores diferentes para áreas distintas com funções diferentes;
- Considerar primeiro o propósito primário do ambiente para a escolha das cores.

Quer **otimizar seu negócio** com a psicologia das cores?

Entre em contato com a nossa empresa através das nossas redes e faça um **orçamento gratuito**!

PROJEC