



* כל הזכויות שמורות לג'ון אלגורט אין להעתיק מהמקור*

90% מהמסרים שהמוח שלנו קולט הם ויזואליים

**62-90% מהפעולות שאנחנו מבצעים באינטרנט נובעות בעיקר
מצבעים ואותות קריאה לפעולה תת הכרתיים שספגנו בלא מודע**



הכירות קצרה עם 8 הצבעים המוכרים

אדום: אדום זה הצבע של
אש ודם, ולכן הוא מקושר
לאנרגיות, מלחמה,
אזהרה, כוח, עוצמה וגם
לתשוקה מניות ואהבה

כתום: כתום מקשר את הכוח
של הצבע האדום ואת
השמחה של הצבע הצהוב,
מתקשר בעיקר לשמחה,
זריחה, ודברים טרופיים

8 הגדולים

צבעי מותגים

הפסיכולוגיה של הצבעים

שחור: שחור מתקשר לכוח, אלגנטיות
פורמליות, מוות, רוע ומסתוריות



לבן: לבן מתקשר לאור, טובות
לב, תמימות וטהרה, מסמל
בטיחות, טהרה ואסתטיות.
במקומות מסויימים לבן
מתקשר לאמונה והטהרות



סגול: סגול מקשר בין היציבות
של הצבע הכחול
ובין האנרגיות של הצבע
האדום.
סגול מתקשר למלכותיות
ומסמל כוח, עצילות
יוקרה, וגם אמביציה



כחול: כחול זה הצבע של הים והשמיים.
לרוב מייצג סמכותיות ויציבות.
מסמל בטחון, נאמנות, חכמה, בטחון
עצמי, אנטייליגנציה, אמונה, אמת ואת גן
עדן

ירוק: ירוק הוא הצבע של הטבע.
מסמל צמיחה, הרמוניה, רעננות,
וגם פוריות.



צהוב: צהוב הוא הצבע של
הזריחה, של אור השמש.
הוא מתקשר לשמחה,
אושר, אטייליגנציה,
ולאנרגיות.



נכנס קצת עמוק יותר:

אדום:

אדום הוא צבע של אש ודם, כך שהוא מתקשר ישירות לאנרגיה, מלחמה, סכנה, כוח, עוצמה, נחישות וגם תשוקה, פעילות, אהבה. האדום הוא צבע מאוד אינטנסיבי מבחינה רגשית. הוא משפר את חילוף החומרים האנושי, מגביר את קצב הנשימה, ומעלה את לחץ הדם. יש לו נראות גבוהה מאוד, ולכן סימנים כמו לעצור, פנסי אש, וציוד אש צבע אדום משמש לציון אומץ. זה צבע שנמצא בדגלים לאומיים רבים. אדום מביא טקסט ותמונות לחזית. השתמש בו בתור צבע מבדל ומזרז כדי לעורר אנשים לקבל החלטות מהירות; זה צבע מושלם עבור 'קנה עכשיו' או 'לחץ כאן' לחצנים על באנרים ואתרי אינטרנט. בפרסום, אדום משמש לעיתים קרובות כדי לעורר רגשות ארוטיים (שפתיים אדומות, מסמרים אדומים, מחוזות אור אדום, 'ליידי באדום', וכו'). האדום נמצא בשימוש נרחב כדי להצביע על סכנה (סימני מתח גבוה, רמזורים). צבע זה מקושר גם בדרך כלל עם אנרגיה, כך שתוכל להשתמש בו בעת קידום משקאות אנרגיה, משחקים, מכוניות, פריטים הקשורים לספורט ופעילות גופנית גבוהה.

אדום בהיר:

מייצג שמחה, מיניות, תשוקה, רגישות ואהבה.

ורוד: מסמל רומנטיקה, אהבה וידידות. הוא מציין תכונות נשיות ופסיביות.

אדום כהה: קשור במרץ, כוח רצון, זעם, כעס, מנהיגות, אומץ, געגועים, זדון וחרון. בראון מציע יציבות ומציין תכונות גבריות.

חום אדמדם: קשור ליבול ולנפילה

כתום:

כתום משלב את האנרגיה של האדום ואת האושר של צהוב. הוא קשור לשמחה, לשמש ולאזורים טרופיים. כתום מייצג התלהבות, קסם, אושר, יצירתיות, נחישות, משיכה, הצלחה, עידוד וגירוי. לעין האנושית, כתום הוא צבע חם מאוד, אז זה נותן תחושה של חום. עם זאת, כתום הוא לא תוקפני כמו אדום. כתום מגביר את אספקת החמצן למוח, מייצר אפקט מרענן וממריץ פעילות מנטאלית. זה מקובל מאוד בקרב צעירים. כצבע הדר, תפוז מזוהה עם מזון בריא ומעורר תיאבון, כתום הוא סמל של כוח וסיבולת. לכתום יש נראות גבוהה מאוד, כך שתוכל להשתמש בו כדי לתפוס את תשומת הלב ולהאיר את האלמנטים החשובים ביותר שלך.

כתום בהיר: יעיל ביותר לכפתורי קריאה לפעולה מייצג התלהבות, קסם, אושר, יצירתיות, נחישות, משיכה, הצלחה, עידוד וגירוי, ספונטניות ותחושה טובה.

כתום כהה: יכול לרמוז על מרמה וחוסר אמון, לכן יש להיזהר בקפידה בשימוש המבע הנכון של הכתום בדפי נחיתה ומכירה.

אדום כתום: מתאים לתשוקה, תשוקה מינית, הנאה, שליטה, תוקפנות, וצמא לפעולה.

זהב: מעורר תחושה של יוקרה. משמעות הזהב היא תאורה, חוכמה ועושר. זהב לעיתים קרובות מסמל איכות גבוה.

■ צהוב:

צהוב הוא צבע השמש. מקושר לשמחה, אושר, אינטלקטואליות, אנרגיות. צהוב מייצר אפקט התחממות, מעורר שמחה, מגרה פעילות נפשית, ומייצר אנרגיית שרירים. צהוב מתקשר לעיתים קרובות עם מזון.

צהוב עלול להיות אפקט מטריד; זה ידוע כי תינוקות בוכים יותר בחדרים צהובים. צהוב נראה לפני צבעים אחרים כאשר הניח נגד שחור; שילוב זה משמש לעיתים קרובות להפקת אזהרה. בדרשה, צהוב מציין כבוד ונאמנות. מאוחר יותר היתה המשמעות של צהוב קשורה לפחדנות. השתמשו בצהוב כדי לעורר רגשות נעימות, עליזות. אתה יכול לבחור בצהוב בכדי לקדם מוצרי ילדים ופריטים הקשורים לפנאי. צהוב הוא מאוד יעיל למשוך תשומת לב, אז להשתמש בו כדי להדגיש את האלמנטים החשובים ביותר של העיצוב שלך. בדרך כלל גברים תופסים את הצבע הצהוב כצבע "ילדותי מאוד", ולכן לא מומלץ להשתמש בצהוב בעת מכירת מוצרים יוקרתיים יקרים לגברים - אף אחד לא יקנה חליפת עסקים צהובה או מרצדס צהובה. צהוב הוא צבע בלתי יציב וספונטני, לכן הימנע משימוש צהוב אם ברצונך להציע יציבות ובטיחות. צהוב בהיר נוטה להיעלם ללבן, ולכן בדרך כלל צריך צבע כהה כדי להדגיש את זה. גוונים של צהוב אינם מושכים מבחינה ויזואלית, כי הם מאבדים את העליזות ומתלכלכים.

צהוב עמום (מטונף): מייצג זהירות, ריקבון, מחלה וקנאה.

צהוב בהיר: מתקשר ל אינטלקטואליות, רעננות, ושמחה

■ ירוק:

ירוק הוא צבע הטבע. הוא מסמל צמיחה, הרמוניה, רעננות ופוריות. לירוק יש התכתבות רגשית חזקה עם בטיחות. ירוק כהה הוא נפוץ גם עם כסף. לירוק יש

כוח ריפוי גדול. זהו הצבע הנוח ביותר לעין האנושית; זה יכול לשפר את הראייה. ירוק מציע יציבות וסיבולת. לפעמים ירוק מציין חוסר ניסיון; לדוגמה, 'ירוק' הוא טירון. בהרלדריה, ירוק מציין צמיחה ותקווה. ירוק, לעומת אדום, פירושו בטיחות; זה צבע של מעבר חינוך בתנועה בכביש. השתמש ירוק כדי לציין בטיחות בעת פרסום תרופות ומוצרים רפואיים. גרין קשורה ישירות לטבע, כך שתוכל להשתמש בו כדי לקדם מוצרים "ירוקים". ירוק כהה, כהה יותר, קשור בדרך כלל לכסף, לעולם הפיננסי, לבנק ולול סטריט.

ירוק כהה: קשור עם שאיפה, חמדנות, וקנאה.

צהוב-ירוק: יכול להצביע על מחלה, פחדנות, מחלוקת וקנאה. אקווה קשורה לריפוי רגשי ולהגנה.

ירוק זית: הוא הצבע המסורתי של שלום.

כחול:

כחול הוא צבע השמים והים. זה קשור לעתים קרובות עם עומק ויציבות. הוא מסמל אמון, נאמנות, חוכמה, ביטחון, אינטליגנציה, אמונה, אמת ושמים. כחול נחשב מועיל הנפש והגוף. הוא מאט מטבוליזם אנושי ומייצר אפקט מרגיע.

כחול קשורה מאוד עם שלווה ורוגע. כחול משמש כדי לסמל אדיקות וכנות. ניתן להשתמש בכחול כדי לקדם מוצרים ושירותים הקשורים לניקיון (מסנני טיהור מים, נוזלים לניקוי, וודקה), אוויר ושמים (חברות תעופה, שדות תעופה, מזגנים), מים וים (מסעות ים, מים מינרליים).

בניגוד לצבעים חמים רגשית כמו אדום, כתום וצהוב; כחול קשור לתודעה ולאינטלקטואליות. השתמש בכחול כדי להציע דיוק בעת קידום מוצרי היי-טק. כחול הוא צבע גברי; על פי מחקרים, הוא מקובל מאוד בקרב גברים. כחול כהה קשור לעומק, מומחיות ויציבות; זה צבע מועדף עבור חברות אמריקאיות. הימנע משימוש בכחול בעת קידום מזון ובישול, כי כחול מדכא תיאבון. כאשר נעשה שימוש יחד עם צבעים חמים כמו צהוב או אדום, כחול יכול ליצור השפעה גבוהה, עיצובים תוססת; לדוגמה, כחול-צהוב-אדום הוא צבע מושלם עבור גיבור.

כחול בהיר: קשור לבריאות, ריפוי, שלווה, הבנה ורכות.

כחול כהה: מייצג ידע, עוצמה, יושר ורצינות.

סגול:

סגול משלב את היציבות של כחול ואת האנרגיה של אדום. סגול מזוהה עם משפחת המלוכה. הוא מסמל כוח, אצילות, מותרות ושאיפה. זה מעביר עושר

ופזרנות. סגול קשור בחכמה, בכבוד, בעצמאות, ביצירתיות, במסתורין ובקסם. על פי סקרים, כמעט 75% מהילדים לפני גיל ההתבגרות מעדיפים סגול לכל שאר הצבעים. סגול הוא צבע נדיר מאוד בטבע; כמה אנשים רואים את זה מלאכותי. סגול בהיר הוא בחירה טובה עבור עיצוב נשי. אתה יכול להשתמש סגול בהיר בעת קידום מוצרים לילדים.

סגול בהיר:

מעורר רגשות רומנטיים ונוסטלגיים.

סגול כהה:

מעורר קדרות ורגשות עצובים. זה יכול לגרום לתסכול.

לבן:

לבן קשור לאור, טוב, תמימות, טוהר, ובתוליות. זה נחשב צבע של שלמות. לבן פירושו בטיחות, טוהר וניקיון. בניגוד לשחור, לבן בדרך כלל יש קונוטציה חיובית. לבן יכול לייצג התחלה מוצלחת.

לבן מתאר אמונה וטוהר. בפרסום, לבן קשור לקרירות וניקיון כי זה צבע השלג. אתה יכול להשתמש בלבן להציע פשטות במוצרי היי טק. לבן הוא צבע מתאים לארגוני צדקה; מלאכים הם בדרך כלל בדמיון לובשים בגדים לבנים. לבן קשור עם בתי חולים, רופאים, ועקרות, כך שתוכל להשתמש בלבן להציע בטיחות בעת קידום מוצרים רפואיים. לבן קשור לעיתים קרובות עם משקל נמוך, מזון דל שומן, ומוצרי חלב.

שחור:

שחור קשור לכוח, אלגנטיות, פורמליות, מוות, רשע, ומסתורין. שחור הוא צבע מסתורי הקשור לפחד מהלא ידוע (חורים שחורים). זה בדרך כלל נותן קונוטציה שלילית (רשימה שחורה, הומור שחור, "מוות שחור"). שחור מציין כוח וסמכות; זה נחשב מאוד רשמי, אלגנטי, ויוקרתי צבע (עניבה שחורה, שחור מרצדס). בהראלדריה, שחור הוא סמל של צער. שחור נותן תחושה של פרספקטיבה ועומק, אבל רקע שחור מקטין את הקריאות. חליפה שחורה או שמלה יכולה לגרום לך להיראות דק. בעת עיצוב עבור גלריה של אמנות או צילום, אתה יכול להשתמש ברקע שחור או אפור כדי לגרום לצבעים האחרים להתבלט. שחור בניגוד טוב עם צבעים בהירים. בשילוב עם אדום או כתום - צבעים חזקים אחרים - שחור נותן ערכת צבעים אגרסיבית מאוד.

פסיכולוגיית הצבעים במיתוג

אדום משמעות: passionate active EXCITING bold energy youthful physical PIONEERING leader willpower confidence ambition POWER מותגים: Kellogg's Virgin LEGO Coca-Cola Nintendo Red Bull Pinterest	ורוד משמעות: love calm respect WARMTH longterm feminine intuitive care assertive sensitive NURTURE possibilities UNCONDITIONAL מותגים: BBC three Barbie COSMOPOLITAN VICTORIA'S SECRET	סגול משמעות: DEEP creativity unconventional original stimulation individual WEALTHmodesty compassion DISTINGUISHED respectable fantasy מותגים: Cadbury YAHOO! Hallmark Milka Asprey Zoopla.co.uk Your advantage in property	כחול משמעות: trust order LOYALTY sincere authority communication confidence PEACE integrity control responsible success CALM masculine מותגים: Facebook Gmail Reebok British Gas t GAP	ירוק משמעות: BALANCE growth restore sanctuary EQUILIBRIUM positivityNATURE generous clarity prosperity good judgement safety stable מותגים: bp The Body Shop Holiday Inn tic tac John Deere Lacoste Starbucks	תכלת משמעות: spirit perspective CONTENT control rescue determination self-sufficient modern goals aware PURPOSE OPEN ambition מותגים: Intel Blu-ray Disc skype Twitter WordPress	כתום משמעות: INSTINCT WARMTH gut reaction optimistic spontaneity extrovert social NEW IDEAS FREEDOM impulse motivation מותגים: Fanta Orange Penguin MasterCard bitly Nickelodeon
--	---	---	---	--	--	---

פסיכולוגיית הצבעים בכפתורי מכירה



Buy

צהוב >

> טוב למהיר

החלטה ומוצרים
זולים במבצע



Buy

אדום >

> מצויין לסגירת

מכירה במהירות
עם תחושת זירוז



Buy

כחול >

> יעיל במכירת

שירותים פיננסים
או שרותי ייעוץ



Buy

ירוק >

> עוזר מאוד

בהשריית בטחון
ורוגע ללקוח
בתהליך המכירה



Buy

כתום >

> אגרסיבי מאוד יוצר
קריאה חדה לפעולה
ומקדם מכירות



Buy

ורוד >

> נשי ומרגיע טוב
למכירת מוצרי
טיפוח



Buy

שחור >

> יעיל בעיקר למוצרי
יוקרה וטיפוח לגבר



Buy

סגול >

> מצויין למוצרי
הרזיה וטיפוח

מסגור חיובי – Positive FRAMING



מסגור חיובי הינו כלי נל"פ חזק במיוחד, יש סיבה לזה שחלון הראווה הוא החלק הכי חשוב בכל חנות. המסגור מאפשר לנו להטמיע ללקוח זיכרון נורמלי הזז לתוך זיכרון עמום, ממוסגר, אתה יכול לקחת זיכרון רגיל ולהגדיל אותו לזיכרון חזק, חי.

לדוגמא:

הרקע של אתר בנק לאומי כחלחל וגם בקפידה רוב האלמנטים שמופיעים בו.

The screenshot displays the Leumi bank website interface. At the top left is the Leumi logo. The main visual is a couple standing against a teal background. The woman on the left holds a smartphone, and the man on the right holds a blue credit card. To the right of the couple are two blue buttons with white text: 'כניסה לחשבוןך' (Login to your account) and 'פתיחת חשבון בלאומי' (Open a Leumi account). Below these buttons is a large text block: 'איבדתם שליטה על הוצאות הילדים? הכירו את לאומי me.' (Lost control of children's expenses? Get to know Leumi me.), followed by a button labeled 'לפרטים <<' (For details <<). At the bottom, there are three horizontal banners. The left banner is titled 'איך מנהלים תקציב משפחתי בעולם דיגיטלי' (How to manage a family budget in the digital world) and mentions a 3-month free trial. The middle banner is titled 'הזמנתם מוצרים באינטרנט?' (Ordered products online?) and offers a 20% discount. The right banner is titled 'תעודת זהות בנקאית' (Bank ID card) and mentions a 2017 update. The bottom of the page features a row of small icons and text related to digital banking services.

מדוע הבנק החליט להבליט בכזאת קפידה את הצבע הכחול והתכלת בתוך מסגרת האתר?

בואו נחזור שנייה לצבע הכחול והדברים שהוא מסמל בתת ההכרה:

**אמון, נאמנות, חוכמה, ביטחון, אינטליגנציה, אדיקות וכנות.
סמכותיות**

העניין הוא כזה..

על פי הספר של הפרופסור דניאל כהנמן זוכה פרס הנובל בכלכלה, קיימות במוח האנושי 2 מערכות, מה המערכות האלה עושות?

מערכת 1 – מקלה על קבלת החלטות על ידי עיבוד מידע מידי, מדברת איתנו דרך האינטואיציה

מערכת 2 – נכנסת לפעולה בהחלטות מורכבות. מדברת איתנו דרך ההגיון

האדם הממוצע אוהב להשתמש כמה שפחות במערכת 2 ולהכיל כמה שיותר מידע על טייס אוטומטי ופה ה"פריימינג" נכנס לתמונה, אין דבר שהוא מקרי במותגים שמכבדים את עצמם, וככה גם צריך להיות אצלנו בעסק. נדרשת מחשבה בצבעי האתר ובמסגור של האתר לצורך החדרת זיכרון טוב ותחושה רצויה ללקוח שרואה אותנו לראשונה על ידי שימוש בפסיכולוגיית הצבעים.

"פריימינג" או בעברית: מסגור
רלוונטי לכל בית עסק, אינטרנטי ופיזי כאחד והינו דבר חיוני בכל

תהליך ההכרות ועד לתהליך המכירה ללקוח.

בזאת אסיים את המדריך של פסיכולוגיית הצבעים מקווה
שתיישם ותשתמש בידע שקיבלת כאן, ונפגש בשיעורים הבאים

בברכה,

