



As cores no marketing digital

Autor:

Ariel Luan Hornburg

As cores no marketing digital

No mundo do marketing digital, a escolha das cores desempenha um papel fundamental na forma como os consumidores percebem uma marca, produto ou serviço. As cores têm o poder de influenciar emoções, criar identidade visual e transmitir mensagens sutis. É essencial entender o significado dos núcleos e como aplicá-los estrategicamente para maximizar o impacto de suas campanhas.

Um exemplo clássico de uso de cores no marketing é o McDonald's. A marca utiliza predominantemente o vermelho amarelo em sua identidade visual. O vermelho é associado à energia, ao apetite e à adolescência, enquanto o amarelo sugere felicidade, otimismo e juventude. Essas cores não apenas capturam a atenção, mas também evocam sentimentos de fome e alegria, o que é altamente avançado para uma cadeia de fast food.

Vamos entender como as cores agem no subconsciente humano

Certamente, entender como as cores agem no subconsciente humano é fundamental para compreender como elas podem influenciar as emoções, comportamentos e semelhanças das pessoas. Aqui está uma explicação sobre como os núcleos operam no nível subconsciente:

Os núcleos têm significados e associações culturais que variam de uma sociedade para outra, e até mesmo dentro de uma mesma sociedade, de acordo com diferentes grupos e contextos. Além disso, as experiências pessoais de cada indivíduo também desempenham um papel importante na forma como os núcleos são percebidos e interpretados. Aqui estão algumas maneiras de como as cores estão relacionadas a associações culturais e experiências pessoais:

Associações Culturais

As cores podem ter significados culturais profundos e simbólicos. Por exemplo: - No Ocidente, o branco é frequentemente associado à pureza e casamentos, enquanto em algumas culturas asiáticas, está ligado ao luto. - O vermelho pode representar amor e paixão em algumas culturas, mas também pode simbolizar sorte e garantia em outras. - O preto pode ser associado ao luto em muitas culturas ocidentais, mas em algumas culturas africanas, é usado para celebrações e festas.

Significados Religiosos e Espirituais

Cores têm importância religiosa e espiritual em várias tradições. O azul é frequentemente associado à Virgem Maria na tradição cristã, enquanto o amarelo é uma cor sagrada no hinduísmo.

Significados Políticos e Sociais

Em algumas situações, cores podem ter significados políticos e sociais. Por exemplo, o vermelho é frequentemente associado a movimentos socialistas ou comunistas, enquanto o verde é usado em algumas bandeiras para representar esperança e natureza.

Certamente, entender o que cada cor representa é fundamental para compreender como elas podem evocar emoções, transmitir mensagens e influenciar a percepção das pessoas. Aqui estão os significados associados a cada cor.

exemplos famosos:

Um dos exemplos mais icônicos de cores usados no marketing é o uso do vermelho pela marca Coca-Cola. A Coca-Cola é conhecida por sua estratégia de marketing que faz uso intensivo da cor vermelha em sua identidade visual e embalagens. O vermelho usado pela Coca-Cola é brilhante e vibrante, o que ajuda a chamar a atenção do público. Esta cor se tornou um elemento fundamental na identidade da marca, e o vermelho é imediatamente associado à Coca-Cola em todo o mundo. A escolha do vermelho pela Coca-Cola tem vários objetivos estratégicos:

Atração Visual: O vermelho é uma cor muito visível e é notado facilmente, o que ajuda os produtos da Coca-Cola a se destacarem nas prateleiras dos supermercados e em anúncios.

O McDonald's utiliza as cores vermelho e amarelo de maneira estratégica e eficaz em sua identidade visual e marketing para criar uma presença marcante e atrair a atenção dos consumidores. Aqui estão algumas formas específicas como essas cores são usadas pela marca:

Logotipo Icônico: O logotipo do McDonald's apresenta um fundo vermelho brilhante com as letras douradas em amarelo. Esse design icônico é imediatamente reconhecível em todo o mundo e se tornou uma parte integrante da identidade da marca.

Sinalização e Fachadas: Os restaurantes do McDonald's costumam apresentar sinalizações em vermelho e amarelo. Isso ajuda a atrair a atenção dos clientes à distância e facilita a identificação da marca.

Embalagens de Produtos: As embalagens dos produtos do McDonald's, como caixas de hambúrgueres e batatas fritas, são projetadas com cores vermelhas e amarelas. Essas cores não apenas aumentam a visibilidade dos produtos, mas também evocam uma sensação de sabor e prazer.

Você a este ponto já entendeu o que as cores podem fazer no sub consciente humano, não é? Vamos para a parte que mais interessa a você, como usar isso na prática.

Sabemos que como as cores podem nos fazer sentir emoções, é importante saber a cor correta para seu produto ou para sua marca. Você já deve ter visto produtos com cores fortes que não faziam muito sentido e acabam gerando em você uma sensação estranha.

Vamos supor que você deseja fazer uma página de vendas no Instagram. Por se tratar de uma mídia, não apenas a cor da sua logo ou produtos irá influenciar, mas sim até as cores que você utilizar nas suas postagens. Desta forma, partiríamos da seguinte ideia.

Pra você ter uma ideia do quão complexo isso pode ser, partimos da intenção de uma loja de celulares online, usando o Instagram como plataforma.^[...]A escolha da cor para uma loja de celulares no Instagram depende da mensagem que você deseja transmitir e do público-alvo que pretende atrair. Aqui estão algumas opções de cores e os sentimentos que elas podem evocar:^[...]

Azul

O azul é frequentemente associado à confiança, tecnologia e confiabilidade. Pode ser uma escolha sólida para uma loja de celulares, transmitindo a ideia de que seus produtos são de qualidade e que os clientes podem confiar em sua expertise tecnológica.

Verde

O verde é associado à natureza, saúde e frescor. Se sua loja priorizar produtos ecológicos, sustentáveis ou deseja transmitir uma abordagem saudável para a tecnologia, o verde pode ser uma boa escolha.

Preto

O preto é frequentemente ligado à tolerância e modernidade. Se você está focando em produtos premium ou quer criar uma atmosfera elegante, o preto pode ser uma opção interessante.

Cinza

O cinza é uma cor neutra e versátil que pode sugerir equilíbrio e neutralidade. Pode ser combinado com outras cores para criar um visual moderno e minimalista.

Laranja

O laranja é uma cor energética e vibrante que pode transmitir entusiasmo e criatividade. Se sua loja oferece produtos inovadores ou deseja criar um senso de empolgação em relação à tecnologia, o laranja pode ser uma escolha interessante.

Branco

O branco é associado à simplicidade, limpeza e modernidade. Pode ser usado para criar um visual minimalista e destacar os produtos de forma eficaz.

Como você viu, algo que pode parecer simples à alguém que esta fora do meio do marketing se torna complexo a medida que entende como o sistema funciona, e não se deixe enganar, a cor é fundamental no processo de todo o resto para sua empresa ou sua marca se destacar.

Acredito que você deve estar se perguntando, alguma empresa faliu por uma escolha errada ou ruim de cor?