

BCE

1

ГБОУ СОШ

№240

Спасибо!

3 главные буквы в бизнесе

LTV



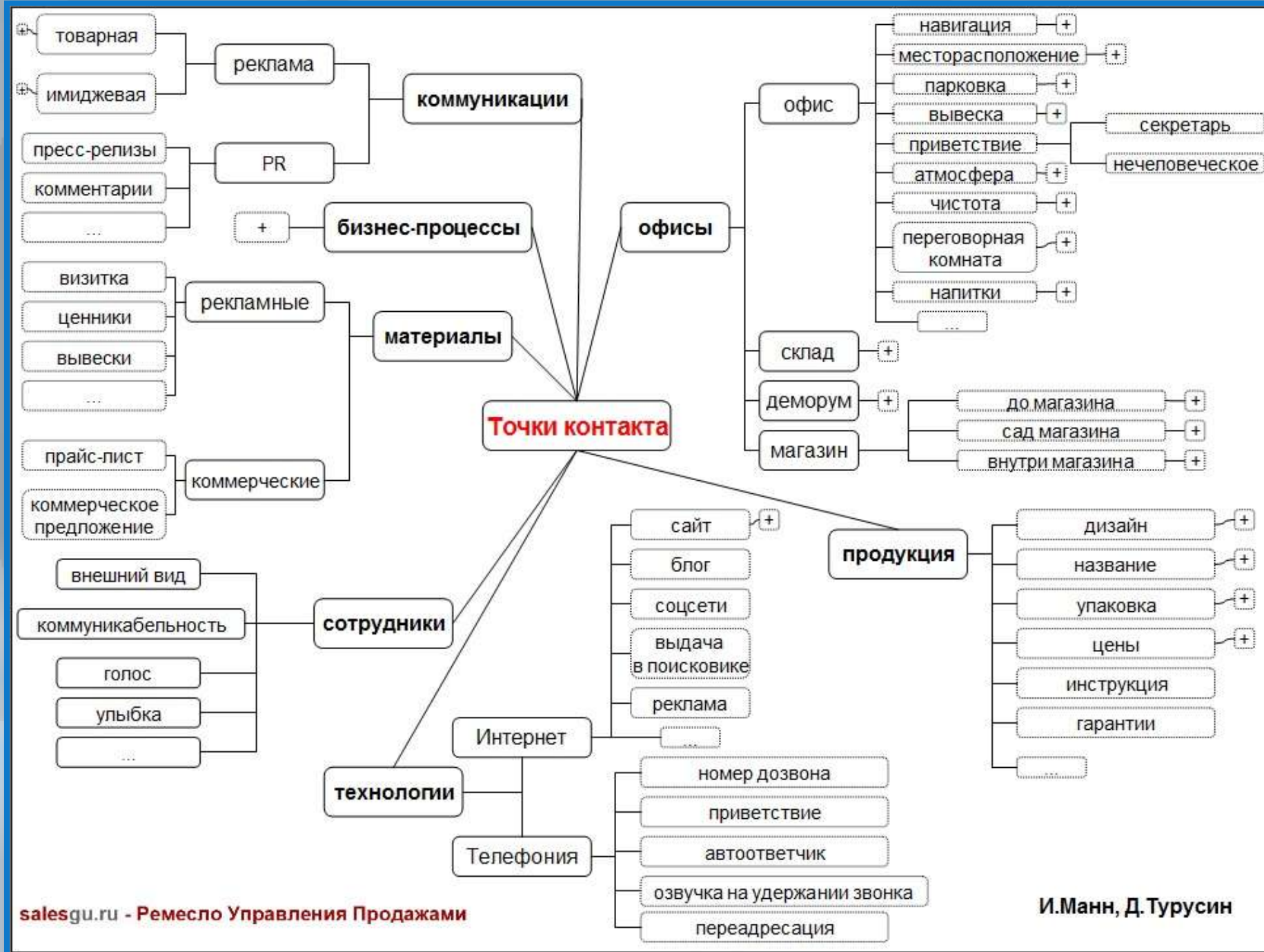
LTV

LifeTime Value

- ☐ *Где Клиент с нами взаимодействует*
- ☐ *Где он принимает решение
продолжать работу или нет*

ТОЧКИ КОНТАКТА

Цепочки контакта



Психология цвета

в логотипах



ЖЕЛТЫЙ

ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



- Увеличивает жизнерадостность, теплоту
- Вызывает усталость, оказывает нагрузку на глаза
- Вызывает плаксивость у детей
- Стимулирует умственные и психические процессы
- Стимулирует нервную систему
- Стимулирует общение



МАРКЕТИНГ



- Представляет оптимизм, молодость
- Используется для привлечения внимания любителей «глазеть на витрины»
- Демонстрирует ясность

КОМПАНИИ



Sprint





ФИОЛЕТОВЫЙ

ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



Демонстрирует царственность, богатство, успех, мудрость

Многие цари носили фиолетовые одежды



КОМПАНИИ

МАРКЕТИНГ



- Часто используется в продуктах, предназначенных для красоты и омоложения
- Используется, чтобы утешить или успокоить
- Представляет креативность, богатое воображение, мудрость бренда

YANOO!

T-Mobile



Syfy

Hallmark



Big Brothers Big Sisters



craigslist





СИНИЙ

ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

- Ассоциируется с водой, миром
- В большей степени предпочитают мужчины
- Ассоциируется со спокойствием и безмятежностью
- Сдерживает аппетит
- Считается холодным цветом
- Воспринимается как постоянство в жизни человека (как небо, океан)
- Повышает производительность
- Наиболее часто используется в офисах



МАРКЕТИНГ

- Часто используется в корпоративном бизнесе из-за продуктивности и достаточной нейтральности
- Создает чувство безопасности и доверия бренду



КОМПАНИИ



pepsi



JPMorgan





ОРАНЖЕВЫЙ

ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

- Отражает волнение, энтузиазм
- Демонстрирует тепло
- Предупреждает быть осторожным



КОМПАНИИ



HOOTERS

amazon

Payless
SHOESOURCE

bing



starz



DISCOVER
NETWORK

МАРКЕТИНГ

- Выражает агрессию
- Олицетворяет призыв к действию: Купить, Продать, Подписаться
- Ориентирован на импульсивных покупателей
- Бренд представляется доброжелательным, веселым, уверенным





КРАСНЫЙ

ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ

- Вызывает сильные эмоции
- Стимулирует аппетит
- Увеличивает страсть и интенсивность
- Красные розы символизируют любовь



МАРКЕТИНГ

- Увеличивает частоту сердечных сокращений
- Используется в ресторанах, чтобы стимулировать аппетит
- Создает ощущение срочности, часто используется на распродажах
- Используется для импульсивных покупателей



КОМПАНИИ





ЗЕЛЕНый

ВТОРИЧНЫЙ ЦВЕТ

ОСОБЕННОСТИ/ЭМОЦИИ



Символизирует здоровье, спокойствие

Символизирует деньги

Обозначает природу

Снимает депрессию



Работающие в зеленой среде люди реже страдают заболеваниями живота

Зеленый используется в очках ночного видения, т.к. человеческий глаз наиболее чувствителен к нему и способен различать большую часть его оттенков

Олицетворяет развитие, рост

МАРКЕТИНГ



Используется для расслабления

Ассоциируется с богатством

Говорят, что зеленый M&M's содержит сексуальный подтекст

Долгое время был символом плодородия

Был предпочтительным цветом свадебного платья в 15 веке

КОМПАНИИ



bp



JOHN DEERE



Tropicana

Spotify



XBOX



android



Holiday Inn



ELEVEN