

Энергия цвета

Воздействие цвета на психическое состояние человека хорошо известно и признается большинством людей. Оно многократно исследовалось в серьезных научных экспериментах, но до сих пор так до конца и не изучено. Говоря о психологическом влиянии цвета важно учитывать тот факт, что в различных обществах существуют разные точки зрения. Даже независимые результаты исследований воздействия цвета порой несут отпечаток принадлежности к определенной культурной группе людей, чье мнение формировалось на протяжении веков.

Символическое значение цветов складывалось у определенных народов на протяжении веков. Взять, например, черный и белый цвета. На Западе черный цвет воспринимается как серьезный, драматичный, подчас печальный. А в некоторых странах Востока именно белый, а не черный, является цветом траура...

Концепция цвета была выработана Гетте: все темные цвета успокаивают, светлые возбуждают. Из тьмы выходит первым синий цвет, из света – желтый. Это основные цвета, из них идут остальные. Цвета могут оказывать физическое (очень мимолетное) и психическое (при долгом взгляде на определенный предмет) воздействие.

Именно поэтому изучению влияния цвета на психическое состояние человека уделяется повышенное внимание. Это приобретает особое значение, когда речь идет об обустройстве квартиры, офиса, то есть там, где человек проводит большую часть времени. Ведь от правильно выбранного цветового решения интерьера будет напрямую зависеть состояние человека: сможет ли он расслабиться после трудового дня, или продуктивно работать на рабочем месте. Именно этой теме был посвящен семинар **«Психология цвета»**, который прошел 24 июня под эгидой одного из ведущих белорусских производителей лакокрасочных материалов **ЧУП «МAB»**. На семинар были приглашены представители ведущих проектных институтов, крупнейших компаний, архитекторы и дизайнеры.

На семинаре выступили представители известной голландской компании CPS Color, лидера в разработке современных цветовых тенденций. В процессе проведения семинара у участников была эксклюзивная возможность ознакомиться с производством и технологией изготовления различных видов красок, получить ответы на интересующие вопросы у лучших белорусских технологов.

Открыла семинар дизайнер компании «М.А.С. Creative Design» М. Макиярви. Она выступила перед присутствующими с темой «Психология цвета, эмоции, принципы маркетинга цвета». Сегодня многие, сказала она, уделяют внимание влиянию цвета на

наше психологическое или эмоциональное состояние, задают вопросы, как цветовой маркетинг помогает увеличивать прибыль? Ответ очевиден – цвет помогает продавать. Ведь он волнует, привлекает внимание, в конце концов, вызывает эмоции, а эмоции можно продать по более высокой цене.

Сейчас люди, как никогда ранее, готовы смело использовать цвет в своих домах (благодаря доступной информации о модных тенденциях и стиле жизни). Всевозможные программы по ремонту и декорированию дома в средствах массовой информации увеличивают потребности клиентов в разнообразных цветах, поэтому на помощь приходит грамотный маркетинг цвета – сильнейшее оружие в конкурентной борьбе.

Безусловно, мода на цвета меняется быстро. Предлагать сезонные цветовые коллекции гораздо проще и дешевле, чем разрабатывать собственную цветовую палитру или создавать новые продукты. Но не думать об этом, это значит, не заботиться о развитии своего бизнеса. Но продавать цвет не так уж и просто.

Здесь надо хорошо владеть информацией о том, какие цвета предлагать, как продать нужный цвет, как помочь клиенту сделать правильный выбор, как наглядно продемонстрировать клиенту преимущества того или иного цвета.

Поэтому задача сейчас – не просто предложить продукцию высокого качества, речь идет о новом уровне общения с клиентом, когда главным инструментом становится цвет. Ведь цветовое общение – это визуализация предложения цвета, создания эффекта осязаемости цвета. Предлагая клиенту цветные изображения (фотографии фасадов и интерьеров), брошюры, цветовые веера, плакаты вы становитесь на совершенно новую ступень общения. Кроме того, сегодня уже недостаточно просто сделать любые цвета доступными для Вашего клиента. Надо знать, когда предлагать цвет и сделать выбор цвета простым для потребителя.

После непродолжительного практического упражнения «Гармония цвета» перед присутствующими выступил Ж. Брауерс, коммерческий дирек-



тор компании «X-RiteRetail», с докладом «Психология розничного потребления. Потребление ЛКМ в мире».

«...Мы все являемся продуктами нашего культурного окружения и цвет является значимой частью этого окружения, ведь он может коренным образом изменять окружающую нас атмосферу. Мы все подвластны цвету, который является частью нашей повседневной жизни. Он повсюду: будь-то различные материалы, ткани, растения, краски.

Цвета, которые нам нравятся – это продолжения нас самих. Вокруг каждого из нас существует определенная аура света, которая испускает множество цветов. При этом мы чаще склоняемся к цветам, дополняющим нашу собственную ауру.

Психология цвета может принести нам гармонию, умиротворение и удовольствие, а также изменить нашу жизнь. Поэтому добавление цветов в окружающую обстановку может изменить подход, отношение и перспективы людей, находящихся рядом с этими цветами. Цвета могут успокоить, уменьшить стресс и агрессию, или же наоборот – наполнить энергией и жизненной силой.

При добавлении в обстановку «правильного» цвета постепенно восстанавливается баланс и гармония. Нас постоянно «питают» цвета природы. Все сделано из частиц света, свет – это энергия, а энергия – это цвет!

Исследования показывают, что если человеку нравится цветовая гамма, то весь его организм расслаблен. Его точка зрения меняется и он становится более оптимистичным – он по-другому смотрит на жизнь. При введении цветов в окружающую обстановку мы меняем электромагнитные поля вокруг нас. Цвета влияют на нас на каждом уровне нашего существования: на физическом, эмоциональном и мысленном. Цвет стал одной из главных терапий в 21-ом веке. И сегодня цвет – это один из самых важных элементов дизайна, который отражает настроение и стили. Цвет окружает нас и определяет наше окружение.

Мы используем цвет, чтобы описать наш мир, чтобы привлечь внимание, чтобы превратить дом в домашний очаг. Поэтому, отвечая на вопрос, – может ли цвет снизить стресс, принести радость в дом, отразить индивидуальность, помочь найти равновесие в жизни, мы говорим – Да!»

Во время семинара был проведен мастер-класс при участии иностранных гостей, на котором участники могли не только услышать мнение специалистов, но и пообщаться, получить ответы на многочисленные вопросы.

В целом, встреча прошла живо и интересно, в доброжелательной атмосфере заинтересованных людей и единомышленников. В процессе ознакомления с производством ЛКМ слушатели смогли увидеть в цехах и лаборатории предприятия многие технические новинки, о которых шла речь на семинаре. Персонал, работающий с колеровочным обо-

рудованием, был ознакомлен с ассортиментом дозаторов и смесителей, особенностями их работы и обслуживания.

Справка

Начав в 1993 году как небольшое производство по изготовлению красок, в настоящее время предприятие «МАВ» является одним из крупнейших по объемам производства среди лакокрасочных предприятий республики. Штат компании за это время вырос с 3 до 270 человек. Объем выпуска готовой продукции – 10 тысяч тонн в год.

В настоящее время ассортимент выпускаемой предприятием продукции превышает пятьдесят наименований: эмали алкидные; краски водно-дисперсионные для фасадов и интерьеров, для металла; лаки и составы деревозащитные; краски акриловые фасадные и для разметки дорог; краски, грунтовки, шпатлевки для изделий из древесины; краски масляные; олифы, быстросохнущие материалы с антикоррозионными свойствами (грунтовки и эмали) и многое другое.

ДЕКОМАВ™ – это декоративно-отделочные материалы на органическом растворителе (эмали ПФ-115, эмали для пола ПФ-266, краски масляные, лаки универсальные и для паркета, грунтовки по металлу, олифа, защитно-декоративные составы для древесины), рассчитанные на рынок «сделай сам» и использование профессионалами строительного дела.

АКВАМАВ™ – это линейка современных высококачественных водно-дисперсионных лакокрасочных материалов разработанных с учетом самых передовых технологий, различного назначения для наружного и внутреннего использования.

ТЕХНОМАВ™ – это серия высокотехнологичных, специализированных лакокрасочных материалов для промышленного и конвейерного применения, разработанных с учетом современных требований предъявляемых к профессиональной окраске (антикоррозионные быстросохнущие эмали, грунтовки и лаки по металлу, всесезонные фасадные ЛКМ, быстросохнущие, особо прочные ЛКМ для древесины).

Сегодня на предприятии функционирует аккредитованная лаборатория, которая занимается разработкой новых материалов и усовершенствованием уже выпускаемых, а также оказывает услуги по проведению испытаний лакокрасочных материалов другим предприятиям Беларуси. Контроль готовой продукции осуществляют 2 лаборатории отдела управления качеством и технического контроля.

На сегодняшний день предприятие может предложить своему клиенту не только известную продукцию высокого качества, представленную в самом широком ассортименте и цветовой гамме, но и целый перечень других сопутствующих материалов и услуг.