

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رنگ در طراحی لباس، بازاریابی و فروش

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس ملی مهندسی نساجی ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

مریم شکارچی - دانشکده مهندسی نساجی و پوشاک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

خلاصه مقاله:

یکی از ابزارهای مهم بازاریابی در فروش محصولات به خصوص محصولات مصرفی، رنگ است. از آنجایی که بسیاری از خریدها در مراکز بزرگ بدون برنامه ریزی قبلی انجام می گیرد، نقش رنگ در جلب توجه خریداران بسیار مهم است. رنگ اولین چیزی است که بیننده از مشاهده کالا درک می کند، شکل ها و نوشته ها بعد از رنگ سبب جذب بیننده می گردند. لذا نگارنده بدنبال پاسخ به این سؤال است که انتخاب رنگ تا چه اندازه در جذب و فروش محصول موثر است؟ یافته های پژوهش حاکی از این امر است که رنگ یکی از مهمترین عوامل انگیزشی در خرید پوشاک است. نکته ی مهم استفاده بجا از رنگها در طراحی لباس می باشد. مصرف کننده باید قادر به تشخیص ارتباط میان محصول و استفاده آن در اولین نگاه باشد. رنگ ها سریع ترین و مستقیم ترین وسیله برای دستیابی به این هدف هستند چرا که مشتری را در اولین نگاه جذب می کنند و هدف محصول را به مشتری می رسانند.

کلمات کلیدی:

رنگ، روانشناسی رنگ، بازاریابی، فروش، طراحی لباس.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1303044>

