

SHOW DE ATENDIMENTO

O que a cor que você está vestindo revela?

Escolha a característica que representará sua força em 2024 e anote no seu crachá.

Cor Vermelha

A cor vermelha é associada à paixão, ação, energia, fome, perigo, força, velocidade, calor, amor, fogo. É uma das cores mais intensas e está relacionada com sentimentos fortes. Isso significa que se usada de forma exagerada, pode despertar emoções negativas como raiiva, agressão e medo. Portanto, é bom medir a dose certa na hora de usá-la.

No marketing, o vermelho é uma excelente cor para chamar a atenção dos consumidores. Geralmente seu uso está associado a chamadas de ação, como "compre agora" e "aproveite a promoção". Por estimular ações e a sensação de urgência, esta é uma das cores mais usadas no varejo.

Uma das marcas que tem o vermelho como característica é o McDonald's. Sua utilização busca reforçar as ideias de energia, felicidade e principalmente fome, associando sensações e ideias positivas à marca.

No atendimento, vermelho representa a paixão pelo que faz.

Cor Laranja

A cor laranja está associada ao humor, entusiasmo, criatividade, amizade, energia, vibração, calor, equilíbrio, alegria, confiança, aventura. O laranja também é uma cor intensa, porém menos agressiva que o vermelho e mais agradável aos olhos.

Devido às sensações e emoções ligados a ela, a cor é bastante usada em conteúdos e anúncios descontraídos e divertidos.

Um dos principais exemplos de marcas que utilizam o laranja é a Nickelodeon, um canal televisivo infantil. Essa escolha reforça a criatividade, alegria, acessibilidade e espírito jovem do canal que tem crianças como seu público-alvo exclusivo.

No atendimento, laranja representa o entusiasmo e bom humor ao atender os clientes.

Cor Amarela

A cor amarela está diretamente ligada ao sol, por isso os sentimentos positivos associados a ela são: otimismo, felicidade, alegria, calor, idealismo, imaginação, esperança, verão, sabedoria. Porém, alguns conceitos negativos também estão diretamente ligados à cor, como: alerta, falsidade, covardia, traição, cobiça, inveja, desconfiança, egoísmo e perigo.

Apesar de usar mais a cor vermelha em seu material visual, a marca McDonald's é amarela. Essa é uma escolha que busca associar a empresa a sensações de alegria e liberdade. Outra marca que usa a cor busca de ser ligada à juventude, energia, calor e otimismo é a Renault.

É uma das cores preferidas das pessoas mais velhas. Também pode indicar um sinal de advertência, é por isso que os desenhistas gráficos têm dificuldade em usá-lo muitas vezes já que, embora chame a atenção, está muito relacionado com as advertências que muitos artigos como caixas e embalagens mostram.

No atendimento, amarelo representa a energia e alegria para atender os clientes.

Cor Rosa

A cor rosa está associada com: delicadeza, feminilidade, inocência, saúde, felicidade, satisfação, charme, brincadeira, leveza, romantismo. Muitas vezes é usada em marcas e produtos infantis, por também remeter à brincadeiras e descontração.

Um dos exemplos mais tradicionais do uso da cor rosa no marketing é a marca Barbie. Os tons de rosa são característicos e ajudaram a tornar a linha de brinquedo conhecida mundialmente.

No atendimento, rosa representa a delicadeza e satisfação em atender os clientes.

Cor Azul

Assim como o amarelo está diretamente ligado ao sol, o azul está relacionado ao mar e ao céu. Por isso a cor azul está associada a: espiritualidade, fé, contentamento, paz, tranquilidade, calma, lealdade, estabilidade, harmonia, simpatia, confiança, verdade, segurança, limpeza, ordem, tecnologia. É a cor das virtudes intelectuais e das dimensões ilimitadas.

Segundo o estudo das cores, em alguns contextos o azul também pode representar frieza, tristeza e depressão, então esteja atento quanto a sua utilização.

No contexto do marketing, a cor geralmente é utilizada para emitir a sensação de tranquilidade e calma. O azul também é uma escolha muito popular para marcas de tecnologia, como a Dell, Twitter, Skype e hp, além da empresa aérea Azul e da casa do empreendedor brasileiro, o Sebrae.

No atendimento, azul representa a tranquilidade e simpatia ao atender os clientes.

Cor Verde

A cor verde está fortemente ligada ao conceito de natureza e a ideia de dinheiro. Além disso, também está associada às emoções e sentimentos de: meio ambiente, saúde, tenacidade, autoconsciência, fertilidade, orgulho, cura, calma, perseverança, imutabilidade, boa sorte, renovação, juventude, vigor, generosidade.

Além disso, a cor também pode ser associada a conceitos negativos, como inveja, imaturidade e ciúme.

Geralmente empresas ligadas à saúde e ao bem-estar utilizam tons de verde em suas marcas e identidade visual.

A John Deere é uma das marcas mundialmente conhecidas que usa o verde.

A cor é característica tanto em sua identidade visual, quanto em seus produtos, associando a marca ao meio ambiente. Outra empresa que tem o verde predominante em sua marca é a unimed, empresa de planos de saúde.

No atendimento, verde representa a generosidade e autoconsciência do seu papel como atendente.

Cor Roxa

Historicamente a cor roxa está ligada à nobreza e à realeza, ela também pode ser associada a: espiritualidade, erotismo, cerimônia, o misterioso, transformação, sabedoria, conhecimento, criatividade, iluminação, crueldade, arrogância, luto, poder, sensibilidade, intimidade.

Algumas marcas conhecidas que utilizam o roxo são a Vivo e a Twitch.

No atendimento, roxo representa sabedoria e criatividade para atender.

Cor Marrom

A cor marrom está associada a elementos como segurança, conforto, terra, madeira, pedra, casa, ar livre, confiabilidade, resistência, estabilidade, rústico, simplicidade.

Muitas vezes não é a primeira opção quando pensamos em design para marcas, porém a cor pode ser muito bem aplicada na identidade visual de empresas de produtos naturais, alimentos e móveis.

A Cacau Show é um exemplo que utiliza bem o marrom em sua identidade visual, associando sua imagem de todas as maravilhas ao chocolate.

No atendimento, marrom representa a simplicidade e segurança de atender.

Cor Preta

A cor preta também é neutra, porém poderosa. Geralmente está associada a: sofisticação, formalidade, poder, elegância, riqueza, mistério, estilo, sexualidade. A cor também representa vários conceitos negativos, como: medo, tristeza, mal, remorso e raiiva.

É a cor favorita dos jovens, uma vez que as pessoas mais velhas a associam mais à morte, enquanto que pessoas novas veem o preto como moda.

Por ser uma cor neutra, é muito utilizada juntamente a outras cores, como o branco, o dourado. Algumas das marcas mais conhecidas que utilizam o preto em seu logo estão ligadas à moda e ao luxo, como GUCCI, Chanel, Nike e Puma.

No atendimento, preto representa sofisticação e uma certa formalidade ao atender.

Cor Branca

A cor branca está associada a: paz, humildade, tranquilidade, bondade, inocência, precisão, amor, respeito, limpeza, casamento, mas também cobiça, desconfiança e egoísmo.

Por ser uma cor neutra, acaba sendo muito usada no plano de fundo de imagens e sites. O contraste com fontes pretas facilita a leitura e gera uma boa experiência de navegação para os usuários de uma loja virtual.

Uma das marcas muito conhecida por utilizar diversas versões brancas de seu logo é a Adidas.

No atendimento, branca representa a humildade e respeito ao atender.