

Üniversite : İstanbul Kültür Üniversitesi
Enstitüsü : Sosyal Bilimler
Anabilim Dalı : İşletme
Programı : İşletme
Tez Danışmanı : Prof.Dr. Ayşe Can BAYSAL
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – 2014

ÖZET

Renklerin Pazarlama Üzerindeki Etkisi **Birsen ÖZTÜRK AHBAP**

Modern pazarlama anlayışının odak noktası olan tüketicinin satın alma davranışını etkileyen faktörler arasında en önemli etken renklerdir. Her rengin insan psikolojisi üzerindeki etkisi farklıdır ancak renkler için "iyi" veya "kötü" yoktur. Renkler 'duygunun elçileridir' denebilir. Renkler satın alma alışkanlıklarımızda öyle etkilidir ki, bu çocuklar dahil yediden yetmişe devam etmektedir.

Reklam firmaları da odak noktası olan renkler üzerinde çalışarak ortaya bir tasarım çıkarırlar. En başından yaratmak istedikleri marka algısını tüketiciye benimsetmek için logolarında kullanmaya başlar. Yaratılmak istenen marka algısında renklere büyük görevler düşer. Şüphesizdir ki, renkler insan ruhunda ve beyninde izler bırakır.

Bu çalışmada renklerin pazarlama süreci ve satın alma davranışı üzerindeki etkileri ile ilgili literatür incelenmiş ve ayrıca renklerin ev mobilyası sektöründeki tüketici tercihlerini nasıl etkilediği konusunda İstanbul ili dahilinde yapılan bir araştırmaya yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama Faktörleri, Renkler, Renklerin ve İnsan Psikoloji Etkileşimi, Pazarlama Üzerinde Renklerin Payı

University : İstanbul Kültür Universty
Institute : Social Sciences
Department : Management
Programme : Management
Supervisor : Prof.Dr.Ayşe Can BAYSAL
Degree Awarded and Date : MA – 2014

ABSTRACT

EFFECTS OF COLOUR ON MARKETİNG

Birsen ÖZTÜRK AHBAP

Color is the most important factor influencing the consumer's purchasing behavior which is in the focus of modern marketing concept. Each color has a different impact on human psychology, but there's no "good" or "bad" color for that matter.

Colors can be considered as the envoy of emotions. They are so effective on our purchasing habits that they continue to be so from childhood to old age. Since colors are very effective on human psychology, advertising firms start working on their designs by focusing on colors to attract attention and make an unforgettable impact on human mind so that products are identified by the chosen color. Therefore, the first thing advertising firms do is to determine the color they find most suitable for their logo. No doubt, color has an immense effect on the human soul and brain.

Our study attempts to examine the influence of colors on the marketing process and consumer purchasing behavior. In doing so, theoretical and empirical studies related to the effect of colors on buying behavior are cited and a survey on consumers' color preferences in home furniture area is included in the following pages.

Keywords: Marketing Factors, Colors, Color Psychology and Human Interaction, Marketing on Shares of Color