**Kolor Roku 2024 wybrany: co to oznacza dla twojej firmy?**

**Pantone Color Institute ogłosiło, że kolorem roku 2024 jest PANTONE 13-1023 Peach Fuzz, czyli odcień delikatnego brzoskwiniowego. Ten wybór symbolizuje uczucie życzliwości, czułości i troski oraz ma zachęcać do spędzania czasu w towarzystwie, czerpiąc z chwil ciszy i wewnętrznego spokoju. Pantone argumentuje, że w dzisiejszym świecie, gdzie priorytety się zmieniają, a społeczeństwo kładzie większy nacisk na zdrowie psychiczne i fizyczne oraz relacje społeczne, kolor roku ma odzwierciedlać potrzebę opieki, empatii i wspierania siebie nawzajem. A w jaki sposób może ten fakt wykorzystać twoja firma?**

**Brzoskwiniowa inspiracja dla marek**

Zastanawiasz się, w jaki sposób wykorzystać Peach Fuzz w działaniach marketingowych? Oto kilka z nich:

#1 Tymczasowa zmiana logo:

Marki mogą czasowo zmienić swoje logo na odcień Peach Fuzz, aby podkreślić zgodność z aktualnymi trendami i wartościami.

#2 Produkty w szacie graficznej w kolorze roku:

Wypuszczenie produktów lub opakowań utrzymanych w odcieniu brzoskwiniowym może przyciągnąć uwagę klientów, podkreślając jednocześnie świeżość i nowoczesność marki.

# 3 Cykl grafik na mediach społecznościowych:

Stworzenie serii grafik w dominującym kolorze roku może zwiększyć zaangażowanie społeczności online i skupić uwagę na wartościach, jakimi dany kolor się posługuje.

# 4 Wydanie limitowanej edycji produktów:

Stworzenie limitowanych kolekcji produktów w odcieniu Peach Fuzz może przyciągnąć uwagę klientów, generując poczucie ekskluzywności i zachęcając do zakupu ze względu na unikalność oferty.

# 5 Udekorowanie przestrzeni sklepowych:

Marki mogą tymczasowo zmienić wystroje swoich sklepów na brzoskwiniowy motyw, tworząc wrażenie spójności z aktualnymi trendami i kolorystyką sezonu.

# 6 Stworzenie limitowanych opakowań:

Marki z branży spożywczej lub kosmetycznej mogą zaprojektować limitowane opakowania swoich produktów w brzoskwiniowym odcieniu, co przyciągnie uwagę klientów i zachęci do zakupu.

# 7 Współpraca z influencerami:

Włączenie influencerów do kampanii promocyjnych związanych z kolorem roku może zwiększyć zasięg i uwagę klientów, szczególnie jeśli osoby te są znane ze wspierania wartości związanych z empatią i troską o innych.

**Komunikuj na… brzoskwiniowo!**

Kolor roku podkreśla zmieniające się priorytety społeczne, skupienie na zdrowiu psychicznym i fizycznym oraz wartość spędzania czasu z bliskimi. Marki powinny uwzględnić te elementy w swojej komunikacji, aby lepiej rezonować z klientami. Promowanie opieki, empatii i dbałości o dobre samopoczucie może przynieść korzyści dla wizerunku marki.

Jak komentuje Sebastian Kopiej z Commplace: *Wybór koloru roku przez Pantone ma ogromne znaczenie dla marek. To nie tylko kwestia estetyki, ale również możliwość wyrażenia wartości, jakimi firma się kieruje. Wykorzystanie tego koloru w strategii komunikacji może zbliżyć markę do klientów, pokazując, że jest w zgodzie z aktualnymi trendami i aspiracjami społecznymi. Daje to także okazję do zbudowania emocjonalnego połączenia z odbiorcami, co może przynieść wzrost lojalności i zaufania do marki.*

Kolor roku 2024, Peach Fuzz, nie tylko definiuje estetykę, ale również odzwierciedla zmieniające się wartości społeczne. Marki mogą wykorzystać ten kolor w różnych aspektach swojej działalności, aby lepiej komunikować się ze swoją społecznością, podkreślając empatię, troskę oraz znaczenie relacji społecznych. Działając zgodnie z tym trendem, mogą wzmocnić swoją obecność na rynku oraz budować trwałe więzi z klientami.