

# ТИПЫ АДРЕСАТА

По степени  
мотивированно  
сти

фокусный

мотивированны  
й

свободный

# АДРЕСОВАННОСТЬ

---

- ПРЯМАЯ

*прямое именование группы потребителей по их наиболее явному разграничительному признаку*

(Все дети любят, все мамы советуют; Новое поколение выбирает пепси).

- КОНТЕКСТУАЛЬНАЯ

*наличие в тексте определенной лексики (чаще всего, жаргонных, профессиональных или социальных слов и выражений, относящихся к метаязыку определенной части общества (Кто не знает, тот отдыхает)).*

УКРЕПЛЯЮЩАЯ ЗУБНАЯ ПАСТА  
**ARMYDENT**  
Идеально для тех, кто нас защищает

ОТБЕЛИВАЮЩАЯ ЗУБНАЯ ПАСТА  
**КОМПЛЕКС**  
СР. WHITE SYSTEM  
ИНОВАЦИОННАЯ ФОРМУЛА ОТБЕЛЫВАНИЯ



**SPLAT**  
SPECIAL

УКРЕПЛЯЮЩАЯ ЗУБНАЯ ПАСТА  
**ORGANIC**

Рекомендована  
специально для укрепления эмали и защиты десен



**SPLAT**

**SPLAT**  
PROFESSIONAL

ПРОФИЛАКТИКА  
И ПРОФИЛАКТИКА  
**ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ**  
БИОАКТИВНАЯ

активные экстракты ромашки

ERALS

ME  
**ПЛЮС**  
 ПАСТА



БИО

инновационная система  
 Sp White system безопасно  
 отбеливает и полирует  
 эмаль до блеска

**SP WHITE SYSTEM**  
 ИННОВАЦИОННАЯ  
 ПОРТУГАЛЬСКАЯ  
 ОТБЕЛИВАЮЩАЯ

PROFESSIONAL  
 СНИЖЕНИЕ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ  
 И ВОССТАНОВЛЕНИЕ

**SPLAT**  
 PROFESSIONAL

СЕНС  
 БИОАКТИВНАЯ

100 ml

PROFESSIONAL

**SPLAT**  
 PROFESSIONAL

ВОССТАНОВЛЕНИЕ  
 И БЕЗОПАСНОЕ

ЭМАЛЬ



# УТП

## уникальное торговое предложение

---

- Ищите преимущество – не характеристику;
- В слогане должно быть только одно преимущество;
- Преимущество должно отличаться от преимуществ конкурентов

# Факторы УТП

---

- Тип товара
- Тип потребителя
- Объект применения продукта
- Процесс воздействия
- Способ применения

# СЛОГАН

---

Процесс написания слоганов =  
архивирование файлов;

ВОСПРИЯТИЕ – ЗАПОМИНАНИЕ  
– ВОВЛЕЧЕНИЕ

# ЦЕННОСТЬ СЛОГАНА

---

- МАРКЕТИНГОВАЯ

Имя бренда + УТП + указание на целевую аудиторию

- *Поколение NEX*

- *ASTA – народная паста*

- *Только настоящий шоколад может носить имя Cadbury*

# ЦЕННОСТЬ СЛОГАНА

---

- ХУДОЖЕСТВЕННАЯ  
Образы, аллегории, рифма, фонетика + краткость (не более 8 слов)
- *Молоко вдвойне вкусней, если это – «Milky Way»*
- *Ваша киска купила бы Вискас;*
- *Чистота – чисто Тайд;*
- *Люфтганза предлагает вам волшебный ключ, который откроет для вас весь мир – длинно, можно вдвое сократить. С других языков не переводить, а кратко пересказывать идею!*



Морозова Слагая слоганы. М., 2001

---