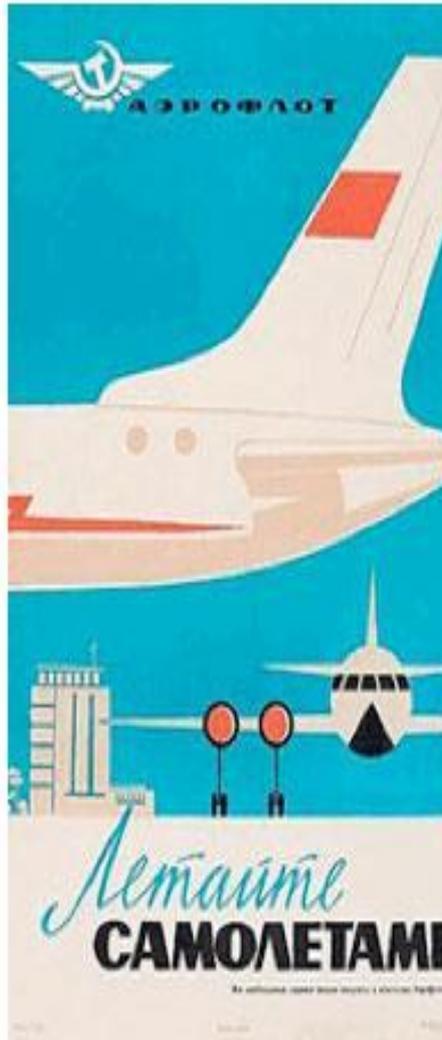


NIKE JUST DO IT.



m lovin' it™



Рекламный
слоган:
разработка и
использовани
е

Донашня



О кашле

Лазолван®

Жить без кашля лучше вам,
принимайте Лазолван!

Понятие слоган (sluagh-ghairm) восходит к гальскому языку и означает боевой клич. В 1880 году понятие слоган было впервые использовано в современном значении. Первоначальное значение слова - боевой клич - очень точно и весьма образно отражает сущность рекламы: пленить покупателя и уничтожить конкурентов.

Цель рекламного слогана - вызвать положительную ассоциацию у потребителя по отношению к имиджу компании, продукту или услуге и в последствии привлечь его как клиента. Придумать верный Слоган - это искусство, которое невозможно без знаний о психологии, лингвистики, социологии и маркетинге. + оригинальность.

Слоган



- *Рекламный слоган* делиться на 3 категории:
- слоган фирмы
- рекламной компании
- с предложениями определенного товара или услуг
- Слоган фирмы – девиз фирмы.
- Фирменный лозунг (слоган) представляет собой постоянно используемый фирменный оригинальный девиз. Некоторые слоганы регистрируют как товарные знаки. Слоган может содержать основные принципы деятельности фирмы, ее кредо

Изучение и анализ информации для создания рекламного слогана:

- 1.Что именно продвигается (имиджевая реклама или конкретный продукт, услуга, свойства продукции, конкурентные отличия)
- 2.Задача продвижения (обеспечить узнаваемость, увеличить приток посетителей, повысить продажи...)
- 3.Общая характеристика и особенности целевой аудитории (ЦА)
- 4.Выбор системы медиасредств для продвижения товара, услуги (радио, теле, печатные средства для охвата ЦА)
Место рекламного слогана в визуальной концепции кампании (будет ли рекламный слоган выступать как самостоятельный эмоциональный усилитель или будет работать в системе с макетом, роликом, другим видом коммуникации.

- **Определение ключевых слов рекламного слогана**
- Содержательная часть рекламного слогана. (Вытекает из ресурсов, конкурентных отличий, свойств, назначения объекта продвижения).
- Какой результирующий мотив в модели восприятия должен вызвать данный рекламный слоган. (Вытекает из задачи продвижения. Если продвигаемый товар или услуга требует от потребителя активных действий, то в рекламном слогане лучше употреблять слова, ассоциирующиеся с действием, с активностью)
- Подбор размера рекламного слогана - количеством слов, символов, ударений и слогов (зависит от того в каких средствах дается реклама: наружка, сувенирка...)

Выбор нужной формы рекламного слогана

1. Нужны ли в рекламном слогане психологические приемы?
2. Будет ли акцент на художественные приемы? (Ритм, афористичность, (рифма, алитерация, другие приемы)
3. Будет ли содержать ли дополнительные уровни смысла?
4. Насколько сильные слова, образы будут интегрально яркими?



Адаптация рекламного слогана к рекламной кампании

1. Интеграция рекламного слогана с визуальной концепцией (единая форма подачи, шрифт, цвет, мотив (для аудио рекламы))
2. Тестирование эффективности (на запоминаемость рекламного слога, на восприятие у фокус-группы)

Мегафон. Будущее зависит от тебя



- Мегафон. Будущее, пшпшпш, зависит, пшшшпш, от тебя, пшпшпшпш бип-бип.
- У меня не звонит телефон. Где покупал? В Мегафон!
- Мегафон. Тайна переписки? Нет, не слышали.



YAHOO!



NINTENDO 64



Macintosh



SONY

like.no.other™



PHILIPS
sense and simplicity



i n v e n t



citibank



vodafone

Практические принципы написания рекламного слогана

0. Точность

Слоган должен четко соответствовать поставленной задаче. Целевая аудитория вашего текста не отдельный человек, не клиент, не генеральный директор, а большое количество зрителей. Пишите на их языке. Пишите о том, что их волнует. Для этого необходимо качественно исследовать Вашу ЦА.

1. Краткость - сестра

Сосредоточиться на главной идее и преподнести ее в нескольких словах гораздо сложнее и занимает гораздо больше времени, чем Вы планируете.

It's a Sony.

Intel Inside.

«Крылатые» слоганы



Не тормози. Сникерсни

2. Простота спасет Вас

Не надейтесь на ум и сообразительность читателя. Он не желает понимать то, что непонятно ему с первого раза. Более того, он не пойдет покупать по объявлению, смысл которого до него не дошел. Нужно потратить сил, чтобы заставить читателя заметить, прочитать и понять даже самый простой рекламный текст. Что говорить о сложных текстах, которые содержат не одно, а несколько ключевых сообщений. Данный пункт не относится к имиджевой рекламе, в ней на первом месте не простота, а лаконичность.

Все и сразу! (МТС-Джинс)

С нами удобно. (Билайн)

● 3. Оригинальность

- Ассоциативность - необходимая способность каждого копирайтера - чем быстрее двигается ваша мысль от образа к образу, тем скорее вы получите нужную идею. Иногда необычное сочетание слов или явные ошибки в рекламном слогане привлекает лучше всякой иллюстрации. Правописание и грамматика важны... Но есть одно но. Ошибки в правописании и грамматике раздражают читателей. Но иногда правила приходится нарушать, чтобы добиться необходимого эффекта. Не бойтесь оригинальности на грани фола - через некоторое время это становится нормой.

Мы продаем друзей - iRu

Сдесь заедаешь обо всем - реклама ресторана

Не тормози - сникерсни. (сейчас звучит привычно, а раньше?)

4. Рифма

Очень важна и форма рекламного слогана: проза или поэзия? Доказано: Срифмованные рекламные слоганы лучше запоминаются. Но, например, к имиджевой рекламе духов рифма не подойдет.

Есть идея - есть Икея.

Есть приметы - есть предметы.



FINIX
e - branding

Просто

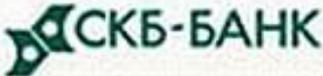
и ЯРКО

рекламные слоганы

5. Запоминаемость

Если Вы правильно выполнили все пункты, то запоминаемость гарантируется. Идеальные рекламные слоганы встречаются редко, а запоминаемость удачных слоганов очень велика. На самом деле как и в любой креативной работе идеального рецепта не существует. И чем нестандартнее Вы мыслите, тем лучше!





**ОЧКУЕШЬ, ТОВАРИЦ?
С НАЛИЧКОЙ ТРЕВОЖНО?
СДЕЛАЙ ЖЕ ВКЛАД
В БАНКЕ НАДЕЖНОМ!**

ПЛАТИМ КАЖДЫЙ ДЕНЬ

www.skbbank.ru
8-800-1000-600
звонок бесплатный

Дополнительные условия услуги по телефону
в офисе или на сайте Банка
ОАО «СБ-Банк», Рег. №: 12/05/0705

Inspire the Next

Потому что по телефону
не видно глаз

Аромагия
сближает



JACOBS



Понятие рекламный слоган

- **Рекламный слоган** — лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения.



DVD ВИДЕОКАМЕРА
SONY

За сущие копейки!

NOVINKA
ZOOM 40X

ЭЛЬДОРАДО 14390 ₴

УЧИТЕСЬ КАК НАДО!



Слоганы компании Coca-Cola

Компания «Кока-кола» достаточно активно использует слоганы в своих рекламных кампаниях. Примерно один слоган в год. Но бывали случаи, когда смена слогана была более частой.

1886 Пейте «Кока-колу»

1907 В «Кока-коле» —
напор, энергия, движение,
это живая вода

1932 Свет солнца с
прохладой льда

1945 Счастливый символ
добродушного образа
жизни

2003 всегда «Кока-кола»



Рекламный слоган

- Ключевым элементом рекламного текста является **слоган**. Он представляет собой емкую и короткую фразу, которую можно считать девизом организации. Слоган является наиболее заметным элементом рекламы.



ОЧЕНЬ БЫСТРО И ОЧЕНЬ ДЕШЕВО!
Готовые "ЕВРООКНА"
ПРИШЕЛ. УВИДЕЛ. КУПИЛ.

ТЫ – НЕ ТЫ
КОГДА ГОЛОДА

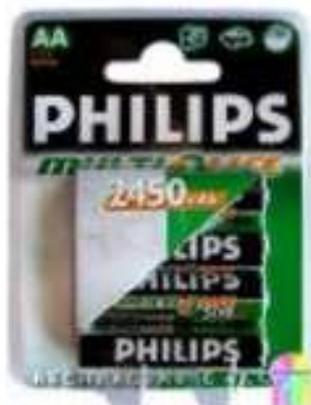


SNICKERS

ИЛИ ГОЛОДА СНИККЕРС!



Слоган (англ.) – рекламный лозунг,
короткая запоминающаяся фраза



«Изменим жизнь
к лучшему»



«Обувь для жизни»

Графическая часть должна привлечь внимание и продемонстрировать вид услуг.

Рекламный слоган – это легко запоминающийся лозунг, девиз, призыв.

Например:

- Помогите нам помочь вам!
- Новое поколение выбирает Pepsi!

Рекламный слоган мебельной фирмы "Мы вдохнём жизнь в бревно!" почему-то ассоциируется с рекламой частной клиники, занимающейся проблемами сексопатологии.





ЕДИНАЯ
РОССИЯ

БУДУЩЕЕ
ЗА НАМИ!

4 ДЕКАБРЯ ВЫБОРЫ!

(495) 626-5200

News

MS 0677 B

Sostav.ru
BNP

Реклама Маркетинг PR

01

Coca-Cola

+8%
\$77,839 \$m

06



+2%
\$43,682 \$m

02



+129%
\$76,568 \$m

07



+13%
\$40,062 \$m

03

IBM

+8%
\$75,532 \$m

08



+12%
\$39,385 \$m

04

Google™

+26%
\$69,726 \$m

09



+40%
\$32,893 \$m

05



-2%
\$57,853 \$m

10



TOYOTA

+9%
\$30,280 \$m



Спасибо за внимание!