

Рекламный слоган. Функции, особенности

Выполнила:
Аникушина А.С.
РСОЗМ-201



Слоган как искусство

- Многие современные ученые выделяют процесс создания слогана в самостоятельный, достаточно значимый вид рекламного искусства, который основывается на знании психологии, лингвистики, социологии и маркетинга.



Значение слогана:

- Формирование бренда в сознании потенциальных потребителей.
- Продвижение и продажа товаров и услуг.
- Часть культуры того или иного периода.



Термин «слоган»

- **И.Д. Морозова:**

Слоган – краткая рекламная фраза, которая в сжатом виде излагает основное рекламное предложение и является девизом рекламной кампании отдельных фирм или товаров.

Чаще всего слоган располагается в конце рекламного сообщения, рядом с названием фирмы или торговой марки. Он является неким итогом всего сказанного в рекламном обращении и объединяет самостоятельные сообщения, входящие в общую рекламную кампанию и имеющие разные форматы (теле- и радиореклама, реклама в интернете и в прессе). Слоган способен существовать автономно.

- **О.А. Феофанов:**

Слоган – это спрессованная до формулы суть рекламной концепции, доведенная до лингвистического совершенства запоминающаяся мысль; своеобразный портрет фирмы, товара.

- **М.М. Блинкина-Мельник:**

Слоган – краткая запоминающаяся фраза, основа рекламной коммуникации, своеобразный девиз, выражающий основную мысль коммерческого предложения, озвучивая которую, рекламодаделец рассчитывает привлечь внимание потенциального потребителя к своему продукту или услуге.



Цель слогана

- Изменение отношения целевой аудитории к рекламируемому товару в благоприятную сторону, побуждение к совершению покупки или приобретению услуги.



Функции слогана

1. Воздействующая функция. Данную функцию чаще всего определяют как интегрирование эмотивной, эстетической и убеждающей функций.
2. Привлечение внимания целевой аудитории к продукту, услуге, фирме (аттрактивная функция).
3. Формирование определенного эмоционального образа, связанного с продуктом, услугой, отображение сущности фирмы с точки зрения рекламной коммуникации (аттрактивная функция) и создание положительного отношения (презентационная функция).
4. Обеспечение запоминания послания, содержащегося в рекламном сообщении, его подкрепление. В конечном итоге потребители имеют дело именно со слоганом, простота понимания (мнемоническая функция).
5. Выделение особенностей (преимуществ) продукта, услуги, фирмы среди конкурентов.
6. Побуждение к покупке товара или услуги.
7. Увеличение прибыли для рекламодателя.
8. Слоган – один из главных компонентов фирменного стиля компании.
9. Textoобразующая функция – слоган практически всегда является ключевым компонентом рекламного сообщения, резюмирующим основную рекламную идею.
10. Коннективная функция – слоган служит связующим звеном между отдельными рекламными сообщениями разного формата в рамках одной рекламной кампании (наружная реклама, радиореклама, телереклама и т.д.).

Иногда выделяют такие функции, как формирование потребности, информирование потребителя. Однако это, скорее функции рекламного сообщения в целом.

СЛОГАН - ПОЛИФУНКЦИОНАЛЕН

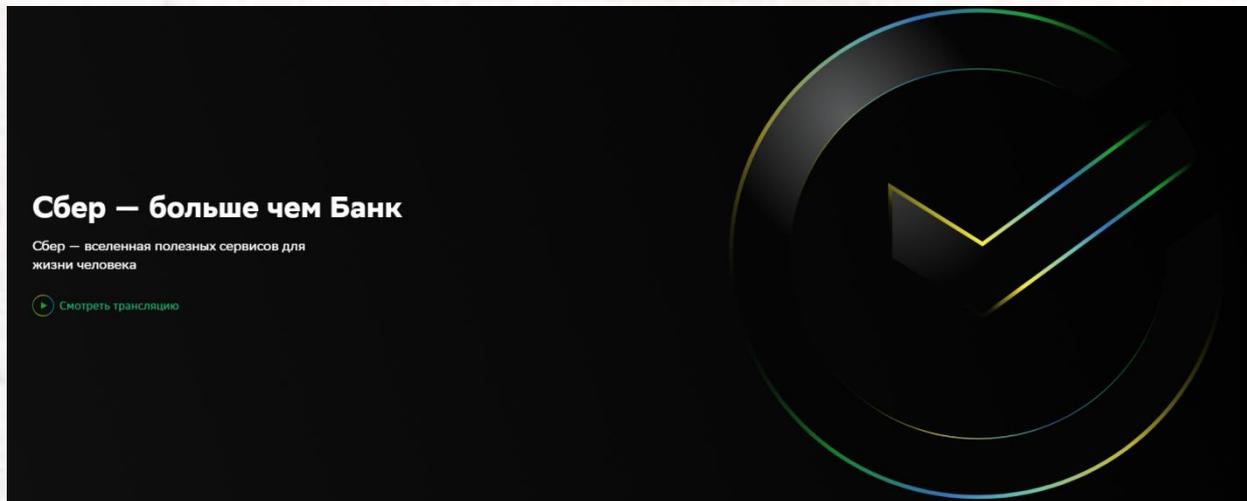
Отличие слогана от рекламного заголовка

- Слоган отражает всю сущность компании и ее философию.
- В рекламном заголовке заключается специфика товара на его определенном жизненном этапе.

Использование слогана не всегда необходимо, так как его основная роль – обобщение ключевой идеи компании. Рекламный заголовок, чаще всего, применяют для ознакомления аудитории с товаром или услугой фирмы.

Требования к эффективному слогану

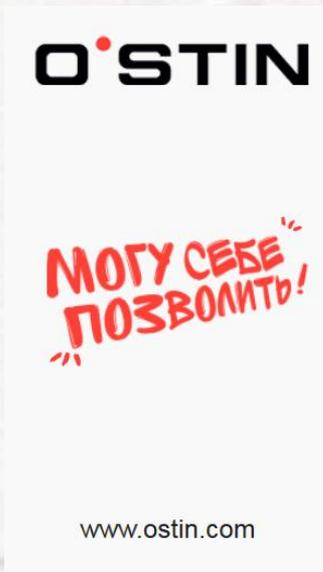
- Краткость. Длина высказывания должна соответствовать объему оперативной памяти человека, в среднем это 7 слов.



Ребрендинг Сбербанка от 24.09.20

Требования к эффективному слогану

- Высокая читаемость и запоминаемость. Эти качества достигаются небольшой длиной слов, использованием конкретной лексики, частотной в языке.



Требования к эффективному слогану

- Включение названия торговой марки. Это требование особенно важно для иностранных торговых марок или для нового товара, только выводящегося на рынок.



Требования к эффективному слогану

- Возможность полноценного перевода на другие языки.
- Абсолютное соответствие общей рекламной теме. Должно быть понятно, что рекламируется.



Требования к эффективному слогану

- Оригинальность и выразительность. Слоган может обрести данные черты благодаря использованию языковой игры, тропов, рифмы, риторических фигур.

Доктор Мом. Песня болезни будет недолгой.

Кларитин. Яркая жизнь без аллергии.

На страже Вашего желудка. (Смекта)

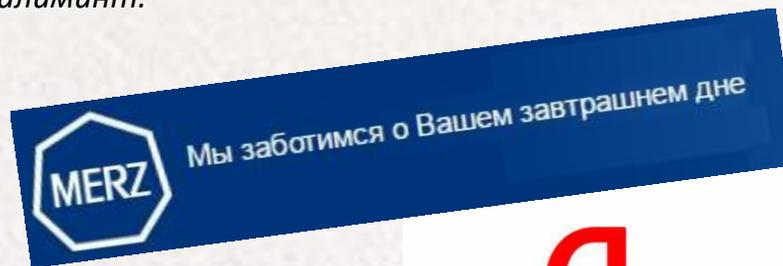
Мощное оружие против боли, бьющее точно в цель. (Солпадеин)

Если горло заболит, принимайте Фалиминт.



TOYOTA

УПРАВЛЯЙ МЕЧТОЙ!



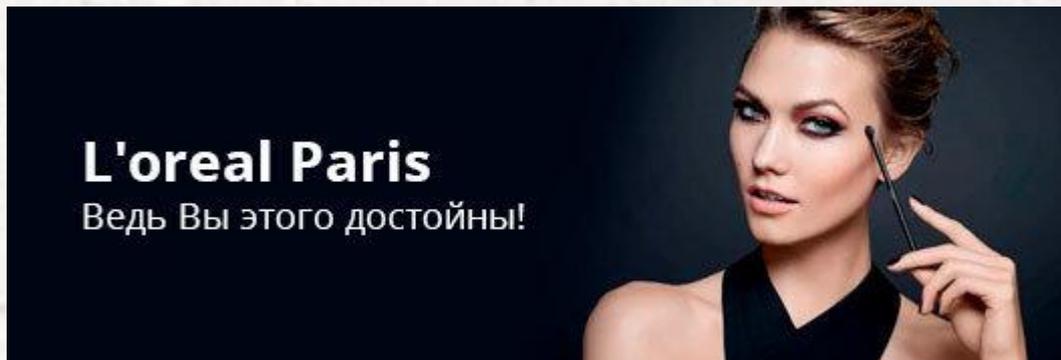
Чистота - чисто Тайд.

Яндекc

Найдётся всё

Требования к эффективному слогану

- Соответствие целевой аудитории. В слогане может напрямую отражаться позиционирование продукта по демографическому, социальному, профессиональному или иному признаку потребителей.



Требования к эффективному слогану

- Содержание слогана – указание особенностей функциональных характеристик рекламируемого товара, его назначения.

- Пример:

Отривин. Сильное средство. Смягчающий эффект.

Ренни. 5 минут и никакой изжоги.

ИЗЖОГА?

ПРИЧИНА ИЗЖОГИ -
КИСЛОТА

РЕННИ ПРЕВРАЩАЕТ КИСЛОТУ В ВОДУ

Ренни
пять минут – и никакой изжоги!

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Требования к эффективному слогану

- Указание на лучшие качества товара.
- Основные выгоды для потребителя.
- Основным мотивом могут быть заявлены высокие цели, философия компании.

