

Ворона и Лисица

Уж сколько раз твердили миру,
Что лесть гнусна, вредна; но только все не впрок,
И в сердце льстец всегда отыщет уголок.

Вороне где-то бог послал кусочек сыру;
На ель Ворона взгромоздясь,
Позавтракать было совсем уж собралась,
Да призадумалась, а сыр во рту держала.
На ту беду Лиса близехонько бежала;
Вдруг сырный дух Лису остановил:
Лисица видит сыр, Лисицу сыр пленил.
Плутовка к дереву на цыпочках подходит;
Вертит хвостом, с Вороны глаз не сводит
И говорит так сладко, чуть дыша:
"Голубушка, как хороша!
Ну что за шейка, что за глазки!
Рассказывать, так, право, сказки!
Какие перушки! какой носок!
И, верно, ангельский быть должен голосок!
Спой, светик, не стыдись! Что, ежели, сестрица,
При красоте такой и петь ты мастерица, -
Ведь ты б у нас была царь-птица!"
Вещуньяина с похвал вскружилась голова,
От радости в зобу дыханье сперло, -
И на приветливы Лисицыны слова
Ворона каркнула во все воронье горло:
Сыр выпал - с ним была плутовка такова.

Копирайтинг

ТЕМА №4

1. Слоган



Shuagh-ghairt
(гаэльский) –
боевой клич,
призыв к войне

Лозунг (немецкий)
–военный пароль



Аттракция –
привлечение
внимания к бренду

Слоган — короткая фраза, излагающая основное рекламное предложение в сжатом виде и входящая в состав всех рекламных сообщений в рамках одной кампании.



Red Bull окрыляет.

Функции слогана:

- 1) **Аттрактивная** – привлечь внимание целевой аудитории к бренду/продукту/ компании.
- 2) **Информативная** – резюмировать основной рекламный текст.

Не тормози – сникерсни.



Функции слогана:

3) Формирование узнаваемости, что происходит за счет частого повторения.

4) Выражение корпоративной философии компании.



Слоганы



Товарные

обслуживает отдельно
взятую рекламную
кампанию



Фирменные

обслуживает продавца



Прогнись под вас

3990.-

ПОЭНГ
Кресло,
подушка-сиденье Альме

© 2009 IKEA. Sweden. 9.12. 2001

www.IKEA.ru

ИКЕА Химки • ИКЕА Теплый Стан • ИКЕА Белая Дача



ЕСТЬ ИДЕЯ. ЕСТЬ ИКЕА.

Есть идея — есть IKEA



**Каждый десятый европеец
сделан на нашей кровати**

открытие
22
марта
ХИМКИ



ЕСТЬ ИДЕЯ. ЕСТЬ ИКЕА.



***Тема презентации 03.10:
Методы построения товарных и
фирменных слоганов ИКЕА***

Слоган может предназначаться
как товару/услуге, так и акции:



Вакцинация 2014:

помогите своему
иммунитету
справиться с осенью!



Политические слоганы



От лозунга царской армии *«За Веру, Царя и Отечество!»*
До лозунга предвыборной кампании Б. Ельцина в 1996 г. *«Голосуй или проиграешь»*

Туристические слоганы



«Улыбайтесь, вы в Испании»
«Кипр. И зимой - лето!»
«Море удовольствий. Турция».
«Удивительный Китай: путешествие в прошлое и будущее».

**Слоганы – «вампиры» продают
не того, кто за них платит:**

**ТРАСТ – ОН КАК Я,
ТОЛЬКО БАНК!**

ВКЛАДЫ: СТАВКИ ВЫРОСЛИ

КРЕДИТЫ: СКИДКА – 50%

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК **ТРАСТ**

WWW.TRUST.RU
(812) 326-39-39

TRUST[®]

Брюс Уиллис

НЕ «ТРАСТ» (ОАО)

Реклама

Алгоритм разработки слогана:

- 1) **Определение single minded message** – сообщения, которое должно остаться в голове потребителя
- 2) **Креативное оформление фразы без ущерба для смысла**

Яндекc

Найдётся всё

Свойства эффективного слогана:

1. Краткость и лаконичность.
2. Легкая запоминаемость, а также легкое произнесение, чтение и написание.
3. Предельная ясность и понятность: говорите с целевой аудиторией на ее языке.
4. Стимулирование к действию.



5. Донесение ценности продукта и отстройка товара от конкурентов.



6. **Отсутствие негативных эмоций**, отсутствие оскорблений остальных социальных групп, не входящих в целевую аудиторию товара/бренда в вашу ЦА.

7. Уникальность.

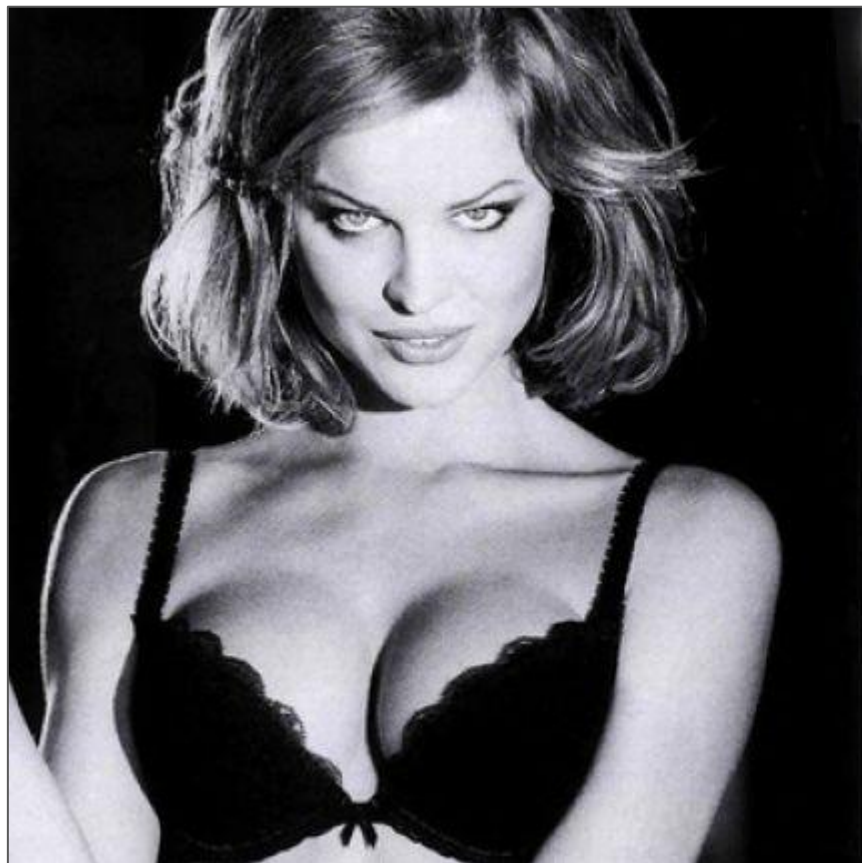


Лексические приемы построения слогана:

- 1) Метафора** (дезодоранты «Fa»: *«Зов свежести!»*, клуб игровых автоматов: *«Разбуди вулкан удачи!»*).
- 2) Идиома** (Coldrex: *«Семь бед – один ответ»*, пиво «Клинское»: *«Живи припеваючи!»*).
- 3) Игра слов** (Volkswagen Jetta: *«JETTAime»*, SONY: *«Это не сон, это Sony»*).
- 4) Неологизмы** (SNICKERS, TOSHIBA: *«Жизнь стала тошибись!»*).

Эпатаж

как метод построения слогана:



REGARDEZ-MOI
DANS
LES YEUX...
...J'AI DIT
LES YEUX.

wonderbra

ЕВРОСЕТЬ

Прямо или косвенно включайте в слоган товарную категорию!

Осторожно с абстрактными словами!

- **Воплощение вашей мечты**
(швейцарские часы TISSOT)
- **Искусство превосходства** (коньяк MARTELL)
- **Ожидание – игра желаний** (пиво TUBORG)

Умение заложить смысл в одну фразу, дано не всякому.

**Но у вас обязательно
получится!**

Пожалуйста, опубликуйте в
блоге слоганы:

- 1) **Вашей компании,**
- 2) **Одного конкретного Вашего
продукта.**

JUST DO IT.

