

ЕФЕКТИВНИЙ РЕКЛАМНИЙ СЛОГАН – ЗАПОРУКА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

студентка гр. МК-91 Шевченко О. Ю.

Ринок рекламних послуг у наш час набув особливого значення. Реклама значною мірою визначає наш образ і стиль життя, неминуче впливає на наші погляди, наше ставлення до себе і навколишнього світу. Невід’ємною частиною будь-якої реклами є слоган. Саме ці декілька слів концентрують увагу споживача на товарах та послугах, що пропонують ті чи інші компанії.

Актуальність теми полягає в тому, що правильно сформульований рекламний слоган – це перший крок до успіху усієї компанії, бо саме ефективність рекламного слогану визначає сприйняття компанії потенційними споживачами.

Слоган (з англ. — slogan, to slog — сильно ударяти) — це коротка, але ємка рекламна фраза, рекламний девіз, який описує основну конкурентну перевагу товару або послуги; це коротка пропозиція або словосполучення, що несе в собі основну рекламну інформацію; це постійно використовуваний фірмовий оригінальний девіз.

Поява рекламного слогану тісно переплітається з розвитком реклами. Історичний розвиток реклами можна розглянути на рисунку 1.

Як неможливо уявити людину без імені, так і слоган, в який не включено ім'я торговельної марки, загрожує назавжди залишитися в свідомості споживача поза того, заради чого, власне, і був створений. Ім'я торгової марки в слогані – гарантія, що рекламований товар запам'ятають, дізнаються, виділять і оцінять.

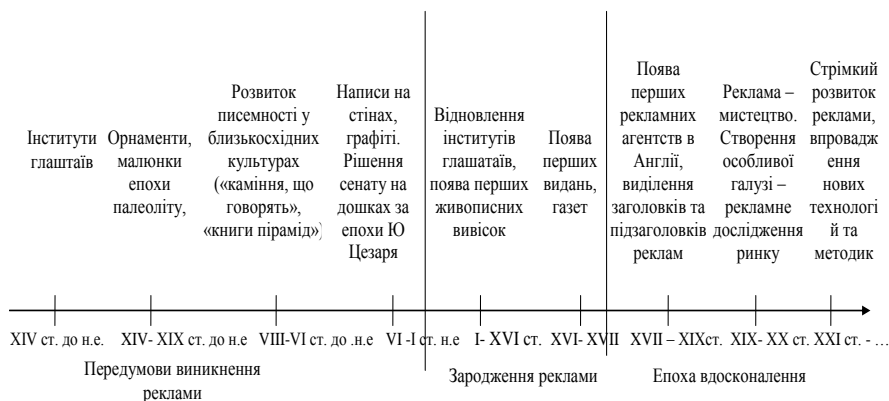


Рис. 1. Історичний розвиток реклами

Назва компанії – одна з головних складових вдалого іміджу. Ім'я - перше, що чує клієнт, і воно повинно викликати правильні асоціації. Саме тому розробка назв і слоганів – це початковий етап до побудови успішної кар'єри. Ім'я компанії та її слоган тісно пов'язані. Головне завдання назви компанії – повернути до себе увагу потенційних клієнтів, а завдання слогану – її утримати. Саме тому рекламний слоган повинен бути максимально зрозумілим потенційним клієнтам.

Слоган залучає увагу цільової аудиторії, сприяє формуванню певного емоційного образу, що пов'язаний з продуктом або послугою фірми, запам'ятовуванню фірми, її впізнаваності споживачами, виділяє особливі переваги товару або послуги.

Слоган має відповідати таким основним вимогам:

- Слоган повинен бути лаконічним, легко запам'ятовуватися. Слоган повинен містити у собі не більше 5 – 7 слів («Корона». Таким має бути справжній шоколад; «Comet». 7 днів чистоти)
- Слоган повинен урахувати особливості цільової аудиторії, бути зрозумілим для неї. Слоган повинен повністю відповідати поставленій меті («Orbit». Природна білизна зубів).
- Слоган повинен робити свій внесок у формування іміджу фірм («Сармат». Нагороджений європейцями; «Хортиця». Абсолютна).
- Слоган повинен бути оригінальним, відповідно емоційно забарвленим, виключати будь-яке подвійне тлумачення і відповідати менталітету народу («Rondo». Свіжий підхід до спілкування!).
- Слоган повинен відповідність об'єкту реклами до цінностей цільової аудиторії («Оболонь». Свіже пиво твоєї Батьківщини).

Був проведений аналіз ефективності рекламних слоганів на прикладі лідерів ринку шоколаду, що включав в себе: опис особливостей рекламних слоганів, проведення соціологічного опитування, що дало змогу виявити рівень впізнаваності торгової марки та аналіз ефективності слоганів на основі моделі «Фокс».

У результаті проведених досліджень було виявлено неефективність рекламного слогану ТМ «Оленка» («Все, що необхідно людині»). Було запропоновано змінити слоган на більш ефективний: «Солодкий смак дитинства».

Розробка назви компанії та її рекламного слогану – важливий етап при побудові успішної кар'єри. Слоган – це перше враження від компанії, тому не треба економити на вашому зовнішньому вигляді.

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Ілляшенко Н. С.