**4.3. Фірмове гасло в рекламі**

Фірмове гасло – слоган – важливий елемент рекламного звернення, який стисло формулює неповторність пропозиції. Підраховано, що слоган люди читають у 5 разів частіше, ніж самі рекламні тексти. Слоган базується на ключових словах, які ніби гіпнотизують споживача: “вперше”, “шанс”, “ефективний”, “натуральний”, “сенсація”, “радимо всім”, “новий”, “тільки сьогодні”, “ми піклуємося про вас”, “краще”, “швидко”, “якісний” тощо.

Приклад слогану відомої фірми “Sony”: “У нас не дешевше – у нас краще!”

Приклад слогану з гумором: “Галіна Бланка – це кохання з першої ложки” (реклама бульйонних кубиків).

Основні принципи створення слогану: приязне й доброзичливе ставлення, повторення певної позитивної інформації, порівняння, використання майбутнього часу, гумору, почуття ненав'язливого розуміння споживача. Наприклад: "Тефаль – ми завжди піклуємося про Вас".

Вважають, що початком популярності слоганів став 1886 p., коли 8 травня фармацевт Джон С. Пербертон запропонував мешканцям Атланти, штат Джорджія, содовий напій по ціні 5 центів за склянку. Про це було доведено до відома 29 травня 1886 р. в газеті "Атді Джорнел" у *такий* спосіб: городян запрошували поласувати "новим популярним содовим напоєм" під назвою "Coca-Cola", який *є "смач*ним та освіжаючим".

За більш як сто років слоган фірми "Coca-Cola" змінювався багато разів:

1886 р. – Пийте "Coca-Cola".

1904 р. – Насолоджуйтесь "Coca-Cola".

1906 р. – Якісний напій.

1917 р. – Три мільйони щодня.

1922 р. – Спрага не знає пори року.

1925 р. – Шість мільйонів щороку.

1929 р. – Найкращий напій у світі продажу.

1932 р. – Відчув спрагу — вгамуй її.

1939 p. – "Coca-Cola" з вами.

1941 р. – Свіжість після праці.

1947 p. – "Coca-Cola" — вічна якість!

1953 р. – Чудо посередині літа.

1956 р. – Найпривітніший із напоїв Землі.

1959 р. – "Coca" – веселе життя.

1968 р. – Хвиля за хвилею, склянка за склянкою.

1970 р. – Справжня річ.

1986 р. – Упіймай хвилю.

1987 р. – Такого відчуття більше немає.

Влітку 1974 року в Новоросійську, де вперше в Радянському Союзі був збудований завод напоїв "Coca-Cola", слоган був таки «"Coca-Cola".

Вдалий слоган повинен легко читатися, бути оригінальним, зацікавити споживача, містити унікальну торгову пропозицію. Необхідно уникати таких слів: дорогий, дешевий, страх, гордість, темрява, чорний, брудний. Слоган фірми застосовують у рекламі незалежно від виду рекламного засобу.