

اسلوگان یا شعار تبلیغاتی چیست؟  
چگونه می‌توان شعار تاثیرگذار نوشت؟

اسلوگان یا  
شعار تبلیغاتی چیست؟



نویسنده: مهران منصوری فر

داشتن یک شعار تبلیغاتی خوش آهنگ، تاثیرگذار و دلپذیر می‌تواند تأثیر بسیار مثبتی بر کلیه اقدامات بازاریابی کسب‌وکار شما بگذارد؛ اما ویژگی‌های یک شعار تبلیغاتی مؤثر به همین‌جا ختم نمی‌شود. در این مطلب با مؤلفه‌های لازم برای تهیه یک شعار تبلیغاتی کارآمد و تاثیرگذار آشنا خواهید شد.

حتماً هنوز هم جملات و عباراتی مانند «هر روز بهتر از دیروز» و «انتخابی مطمئن» را به خاطر دارید. به مواردی از این دست، slogan یا شعار تبلیغاتی می‌گوییم. طبیعتاً قدرت شعارهای تبلیغاتی را نباید دست کم گرفت؛ اما در عین حال تهیه یک شعار تبلیغاتی به‌یادماندنی مانند موارد بالا معمولاً دشوارتر از چیزی که در واقع هست به نظر می‌رسد.

بد نیست بدانیم که ریشه کلمه slogan به اسکاتلند برمی‌گردد و به معنی «فریاد جنگ» است؛ یعنی کاری که سربازان پیش از ورود به میدان مبارزه انجام می‌دادند. به‌طورکلی، شعار تبلیغاتی یک گزاره کوتاه (تقریباً به کوتاهی همان فریاد) و سهل‌آموز است که از طریق آن کسب‌وکار مورد نظر به سرعت در ذهن مشتری تداعی می‌شود.

شعارهای تبلیغاتی فراوانی وجود دارند که سال‌ها در یاد و خاطر مردم باقی مانده و به پایه و اساس کمپین‌های تبلیغاتی و بازاریابی بی‌شماری تبدیل شده‌اند؛ به‌عنوان نمونه می‌توان به شعار تبلیغاتی نایکی با عنوان Just Do It (فقط انجامش بده) یا شعار تبلیغاتی اپل با عنوان Think Different (متفاوت فکر کنید) اشاره کرد. برخی از شرکت‌ها بیشتر از یک شعار تبلیغاتی دارند و شعار تبلیغاتی برای بسیاری از شرکت‌ها جایگاهی به اهمیت نام برندشان پیدا کرده است.

داشتن یک شعار تبلیغاتی تاثیرگذار و به‌یادماندنی مزایای متعددی دارد. به‌عنوان مثال، یک شعار تبلیغاتی مختصر و مفید و خوش آهنگ را می‌توان در هر تبلیغاتی به کار برد و به کمک آن، فضای هماهنگ‌تر و پخته‌تری را در کمپین‌های تبلیغاتی به وجود آورد. به علاوه، می‌توانید از شعارهای تبلیغاتی (به‌تنهایی یا در کنار لوگوی کسب‌وکار) به‌عنوان نوع ظریفی از تبلیغات در هر جایی که بخواهید استفاده کنید. در مجموع، شعار تبلیغاتی یک راهکار کم

هزینه و در عین حال بسیار مؤثر برای تبلیغات و گسترش دامنه دسترسی به مشتریان هدف است.



### برای تهیه یک شعار تبلیغاتی مؤثر از کجا باید شروع کنیم؟

برای اینکه شعار تبلیغاتی تأثیرگذار و کارآمدی داشته باشید باید اصول و نکات مهمی را رعایت کنید. شعار تبلیغاتی شما نیز به‌مانند لوگوی کسب‌وکارتان باید چشم‌نواز باشد و به متمایز به نظر رسیدن شرکت شما نسبت به سایرین کمک کند. با این وجود در بسیاری از موارد، شعارهای تبلیغاتی کسب‌وکارها صرفاً یک عبارت فراموش‌شدنی است که به‌جای اینکه هویت خاص خودش را داشته باشد کاملاً به لوگوی کسب‌وکار وابسته است.

به‌عنوان مثال، شعارهایی مانند «از سال ۱۳۹۰ افتخار خدمت به شما را داریم» دقیقاً از آن دسته از شعارهای تبلیغاتی تکراری و فراموش‌شدنی است که عموماً از تأثیر لوگو یا سایر اقدامات تبلیغاتی شما می‌کاهد. علیرغم اینکه خدمت به مشتریان برای یک مدت طولانی خیلی خوب است، اما این شعار تبلیغاتی نشانی از هویت کسب‌وکار یا افرادی که به دنبال جذب آن‌هاست ندارد و دلیل خاصی برای انتخاب محصولات یا خدمات شرکت به مشتری نمی‌دهد.

شعارهای تبلیغاتی ضرورتاً نباید جالب توجه یا جسورانه باشند، اما باید خلاقانه و سهل‌آموز بوده و برای اینکه در خاطر مخاطب بمانند لازم است که در حالت نوشتاری یا گفتاری آن‌ها ریتم یا قافیه خاصی وجود داشته باشد. آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که چرا شماره تلفن برخی از کسب‌وکارها در تبلیغات به صورت آهنگین خوانده می‌شود؟ دلیلش این است که به خاطر سپردن آهنگ کلمات از خود کلمه‌ها برای مغز ما آسان‌تر است. به همین ترتیب برای شعارهای تبلیغاتی نیز باید یک ریتم وجود داشته باشد تا کلمات آن در ذهن ما با کسب‌وکار مورد نظر پیوند داده شود.

حالا که با پیش‌نیازها آشنا شدید می‌توانید قدم بعدی را بردارید و تهیه شعار تبلیغاتی را شروع کنید. توجه داشته باشید که هرچه افراد بیشتری روی تهیه یک شعار تبلیغاتی تمرکز کنند، در مدت زمان کوتاه‌تری یک شعار تبلیغاتی بهتر تهیه خواهد شد. به همین منظور برخی از کسب‌وکارها مسابقاتی را در سطح شرکت یا حتی فراتر از آن برگزار می‌کنند و جوایز ارزنده‌ای را برای شعار تبلیغاتی منتخب در نظر می‌گیرند؛ بنابراین تا می‌توانید افراد بیشتری را در انتخاب شعار خود دخیل کنید؛ چه بسا بهترین شعار تبلیغاتی از طرف کسی پیشنهاد شود که اصلاً فکرش را هم نمی‌کردید.





## نکاتی برای تهیه یک شعار تبلیغاتی قدرتمند و بدیع

گاهی خیلی سریع یک شعار تبلیغاتی تأثیرگذار و مبتکرانه پیدا می‌کنید و گاهی هم باید مدت زمان مدیدی را برای تنظیم یک شعار کارآمد صرف کنید. در هر صورت، با توجه به برخی نکات و رهنمودهایی که سال‌هاست امتحان خود را در خلق شعارهای ماندگار پس داده‌اند می‌توانید شعارهای بهتری را تهیه و تنظیم کنید.

### ۱. نقطه تمایز کسب‌وکار خود از رقبا را پیدا کنید

یکی از اهداف اصلی شعار تبلیغاتی، برجسته‌تر کردن کسب‌وکار شما و متمایز نشان دادن آن نسبت به رقباست. در این راستا باید ابتدا مشخص کنید که شرکت شما چه امتیازاتی دارد و به‌خصوص روی آن دسته از امتیازاتی که رقبا در مقابل آن‌ها حرفی برای گفتن ندارند تمرکز کنید. مثلاً می‌توانید سؤالاتی از این دست را از خود بپرسید:

- آیا محصولات شما عموماً کیفیت بالاتری از رقبا دارند؟
- آیا شما محصولاتتان را سریع‌تر به دست مصرف‌کننده می‌رسانید؟
- آیا عامل خاصی وجود دارد که محصولات یا خدمات شما را منحصر به فرد می‌کند؟

گاهی به‌جای کلیت کسب‌وکار باید روی بخش یا مؤلفه خاصی تمرکز کنید. به‌عنوان مثال، اگر محصولات غذایی شما کالری کمی دارند می‌توانید روی همین موضوع تأکید کنید. با پیدا کردن این مؤلفه خاص و برجسته کردن آن می‌توانید شعار تبلیغاتی قدرتمندی را تهیه کنید که برای مدت‌های مدیدی قابل استفاده باقی خواهد ماند.

بیشتر بخوانید: [بازاریابی محتوا چیست؛ راهنمای کامل استفاده از آن در کسب‌وکارها](#)

### ۲. روی خدماتی که ارائه می‌دهید تمرکز کنید

اگر نمی‌توانید عامل متمایزکننده‌ای را در مقایسه با رقبا پیدا کنید، روی نحوه

سرویس دهی به مشتریان خود تمرکز کنید. در بسیاری از شعارهای تبلیغاتی تأکید و تمرکز ویژه‌ای بر تعهد کسب‌وکار نسبت به مشتری و کیفیت خدمات قرار دارد. تأکید بر اولویت قائل شدن برای مشتری می‌تواند به خلق یک شعار تبلیغاتی به یاد ماندنی و قابل احترام کمک کند. در عمل، شعارهای تبلیغاتی که بر اعتماد یا کیفیت خدماتی که به مشتری ارائه می‌شود تأکید می‌کنند عملکرد بسیار خوبی دارند. به‌عنوان مثال می‌توانید شعار تبلیغاتی نوکیا با عنوان Connecting People (ارتباط دهنده مردم) را در نظر بگیرید.



### ۳. مختصر و مفید بنویسید: هرچه کوتاه‌تر، بهتر

به‌طورکلی شعار تبلیغاتی باید موجز، ساده و سراسر باشد. معمولاً حداکثر تعداد واژگان پیشنهادی در حدود ۶، هفت یا هشت کلمه است و اگر از این مقدار بالاتر بروید شعار شما به جمله‌ای سنگین تبدیل خواهد شد که در نهایت فراموش می‌شود. علاوه بر اینکه خلاصه نویسی نشانی از هوشمندی و قوه ابتکار شما است و به خاطر سپردن شعار تبلیغاتی را ساده‌تر می‌کند، گنجاندن شعارهای کوتاه‌تر در کمپین‌های تبلیغاتی نیز آسان‌تر است.

[بیشتر بدانید: ۸ نکته برای تولید محتوا که در جذب مخاطبان وبسایتان معجزه می‌کند](#)

#### ۴. آینده‌نگر باشید و اغراق نکنید

شعار تبلیغاتی شما باید امروز، فردا و در آینده‌های دور قابل استفاده بوده و مصداق داشته باشد. به‌عنوان مثال، اینکه بگویید کسب‌وکارتان «درجه یک»، «بهترین» یا «ارزان‌ترین» است حتی اگر در حال حاضر سخن‌گرافی نباشد احتمالاً برای همیشه صحیح نخواهد بود. علاوه بر این، مردم از عبارات کلیشه‌ای حاوی پسوند «ترین» خسته شده‌اند و معمولاً با مشاهده آن‌ها رغبت یا انگیزه‌ای نسبت به برند شما پیدا نخواهند کرد. به علاوه، اغلب مردم به اینکه خودتان را در چه جایگاهی می‌بینید اهمیت نمی‌دهند، بلکه به منش و رفتار شما توجه می‌کنند. در نتیجه باید به مدل کسب‌وکار خود توجه داشته باشید و روی چیزی تمرکز کنید که خاص‌تر، واقع‌بینانه‌تر، صمیمانه‌تر و هوشمندانه‌تر است.

به‌طورکلی از دادن وعده و وعیدهایی که از پس عملی کردن آن‌ها بر نمی‌آیید خودداری کنید. شعار تبلیغاتی باید بتواند بدون توسل به اغراق و پیرایه‌های ظاهری ارتباط مستقیمی را با مخاطب خود برقرار کند. چنین شعاری است که فارغ از موقعیتی که در بین رقبا دارید به شما کمک خواهد کرد و ماندگار خواهد شد.



## ۵. از روندهای گذرا فاصله بگیرید

شاید بخواهید از عباراتی استفاده کنید که اخیراً مد شده‌اند و بر سر زبان‌ها افتاده‌اند؛ اما باید توجه داشته باشید که معمولاً چنین لحن و زبانی خیلی زود اقبال خود را از دست می‌دهد و از مد می‌افتد. البته استفاده از چنین شعارهایی هر چند می‌تواند در کوتاه مدت مؤثر باشد، اما خیلی زود باید به فکر تغییر شعار تبلیغاتی خود بیفتید و لذا تمام آنچه که در رابطه با جلب نظر مخاطبان خود رشته‌اید پنبه خواهد شد.

## ۶. از بقیه الهام بگیرید

علیرغم اینکه نباید شعارهای تبلیغاتی دیگران را کپی کنید، اما می‌توانید از آن‌ها الهام و ایده بگیرید. به‌عنوان مثال، به شعار تبلیغاتی دیجیکالا یعنی «بررسی، انتخاب و خرید آنلاین» توجه کنید که منافعی که دیجیکالا به مشتری خود می‌رساند را در قالب چند کلمه با ساده‌ترین واژگان بیان می‌کند. البته شاید این شعار زیاد جذاب یا به‌یادماندنی نباشد، اما می‌تواند برای رعایت ایجاز و سادگی شعار تبلیغاتی الهام‌بخش شما باشد.



## ۷. ریتم، قافیه و آهنگ را فراموش نکنید

شعارهای تبلیغاتی از بیشتر از یک کلمه تشکیل می‌شوند و عموماً عبارات کوتاهی هستند. برای اینکه این عبارات کوتاه در ذهن مخاطب باقی بماند باید حداقل دو مورد از این سه مورد را داشته باشند: قافیه، ریتم یا آهنگ. درواقع، وجود کیفیت موسیقایی در شعار تبلیغاتی یک ضرورت است. حتی



شعار تبلیغاتی شما می‌تواند به یک بیت شعر کوتاه تبلیغاتی هم تبدیل شود.

## ۸. کمی مزاح را چاشنی شعار تبلیغاتی‌تان کنید

این مورد اجباری نیست، اما معمولاً شعارهای فکاهی یکی از مؤثرترین انواع شعارهای تبلیغاتی محسوب می‌شوند. دلیلش هم این است که شوخی به طور طبیعی بیشتر به مذاق انسان خوش می‌آید. البته باید توجه داشته باشید که این مبحث تا حدی سلیقه‌ای است و لذا چه‌بسا چیزی که از دید یک نفر خنده‌دار به نظر می‌رسد برای دیگری مسخره و سطح پایین باشد؛ بنابراین از شعارهای تبلیغاتی قابل درک، همه‌پسند و متناسب با جامعه هدف‌تان استفاده کنید.

بیشتر بخوانید: [بازاریابی چریکی چیست؛ هر آنچه باید درباره این شیوه جذاب تبلیغاتی بدانید](#)

## ۹. به ضرورت یکپارچگی شعار تبلیغاتی با سایر مؤلفه‌های برند توجه کنید

به خاطر داشته باشید که شعار تبلیغاتی شما یک کالای مستقل نیست و به‌تنهایی کاری از دستش بر نمی‌آید. شعار تبلیغاتی‌تان باید هم از نظر گفتاری و هم از لحاظ ظاهری با عناصر مختلف برند، به‌خصوص لوگوی شما هماهنگ باشد. درواقع، اینکه شعار تبلیغاتی‌تان چقدر با کمپین بازاریابی شما تناسب دارد نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت اقدامات شما خواهد داشت.

## ۱۰. به علائم تجاری ثبت شده و حقوق مالکیت معنوی توجه کنید

هیچ بعید نیست که یک شعار تبلیغاتی واقعاً مناسب پیدا کنید، اما متوجه بشوید که همه یا بخشی از آن قبلاً توسط کسب‌وکار دیگری مورد استفاده قرار گرفته یا اینکه بخشی از کلماتی که در شعار خود از آن‌ها استفاده کرده‌اید عنوان یا تداعی کننده نام یک شرکت دیگر است. برای جلوگیری از بروز این

وضعیت، همیشه قبل از تأیید نهایی و انتشار شعار تبلیغاتی، همه منابعی که در دسترس دارید را بررسی کنید تا مطمئن شوید که شعار مورد نظر شما در هیچ جا ثبت نشده و مشابه آن قبلاً توسط دیگران مورد استفاده قرار نگرفته است. سپس به سراغ مراجع ذی‌ربط بروید و شعار تبلیغاتی خود را قانوناً ثبت کنید تا از کپی برداری از آن جلوگیری شود.



### ۱۱. از تغییر نترسید

به خاطر داشته باشید که همه شعارهای تبلیغاتی نمی‌توانند جاودانه و ابدی باشند و بسیاری از کسب‌وکارهای موفق در طول عمر خود از شعارهای تبلیغاتی متفاوتی استفاده کرده‌اند. به علاوه، حتی برخی از شرکت‌ها به عقب برگشته‌اند و برای یک کمپین جدید از یکی از شعارهای قدیمی خود استفاده کرده‌اند. اگر شما هم احساس می‌کنید که باید شعارتان را تغییر بدهید، این احساس نیاز را از لحاظ منطق بررسی کنید و در صورتی که ضرورت آن برایتان مسجل شد تردید به خود راه ندهید.

بیشتر بدانید: ۷ استراتژی کارآمد در بازاریابی دیجیتال که باید بدانید

## حرف آخر

بدون تردید داشتن یک شعار تبلیغاتی خوش آهنگ، تأثیرگذار و دلپذیر می‌تواند تأثیر بسیار مثبتی بر کلیه اقدامات بازاریابی کسب‌وکار بگذارد؛ در عین حال، نباید نیاز به هماهنگی شعار تبلیغاتی با سایر مؤلفه‌های برند خود را نادیده بگیرید. ضمناً این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که وجود شعار تبلیغاتی یک ضرورت بلامنازع نیست. درواقع، برخی از برندهای مطرح مانند شنل (Chanel) چنین ضرورتی را احساس نکرده‌اند و با استفاده از روش‌های دیگری این خلأ را پر می‌کنند. با این وجود، استفاده از یک شعار تبلیغاتی مناسب می‌تواند به نفع کسب‌وکار شما باشد؛ بنابراین، با توجه به آنچه که در این مطلب آموختید و به کمک ذهن خلاق خود و همفکری دیگران یک شعار تبلیغاتی مناسب انتخاب کنید و آن را به مؤلفه‌های دیگر بازاریابی خود پیوند بزنید.