

## Slogan efficaci, alcune semplici regole per crearli

**Pubblicato:** Giovedì 19 Marzo 2020



Lo **slogan** è un breve insieme di parole di senso compiuto, le quali esprimono un concetto in maniera sintetica. In ambito pubblicitario, può essere usato come:

- **Tagline:** anche detto payoff o baseline, se viene presentato vicino al marchio.
- **Headline:** conosciuto anche con il nome di claim, è un motto legato a una specifica campagna pubblicitaria.

Se usato vicino al marchio, lo slogan può esprimere in poche parole la filosofia del brand.

Se utilizzato per un prodotto o una serie di prodotti, in qualità di claim, serve a rafforzare il messaggio pubblicitario, in modo tale che resti maggiormente impresso nella mente dei consumatori.

In entrambi i casi, lo slogan è un invito all'azione: ad esempio, ad affidarsi a un determinato brand, oppure ad acquistare e usare un prodotto in particolare.

## Lo slogan è un elemento pubblicitario utilissimo

Anche grazie alla sua capacità di esprimere con poche parole un concetto, uno **slogan** può risultare molto efficace, a seconda del suo obiettivo.

Sia che si tratti di un payoff o di un claim, lo slogan è un elemento che può infatti rivelarsi davvero

utilissimo, in grado di fare la differenza nel determinare il successo o l'insuccesso di un'azienda o un prodotto o servizio che quest'ultima offre.

Affinché risulti vincente, il motto da utilizzare deve **essere ripetuto spesso** (sui manifesti, sui depliant, negli spot radiofonici o televisivi, sui social network e sul web in generale, negli eventi promozionali, ecc.), e inoltre deve essere creato tenendo conto di alcuni accorgimenti, come meglio spiegato nel paragrafo successivo.

## Come si crea uno slogan

Affidandosi al servizio gratuito degli [slogan pubblicitari Shopify](#), è possibile trovare alcuni motti pubblicitari già pronti all'uso che vengono realizzati in automatico, a seconda di quanto impostato dall'utente.

In linea generale, comunque, per **creare uno slogan di successo** è importante tenere a mente quanto segue:

- Non è necessario essere dei grandi scrittori per realizzarlo, ma sicuramente sono necessari **ingegno e creatività**.
- Occorre sempre essere il più possibile **sintetici** nell'esprimere il concetto da comunicare, perché in questo modo diventa più facile da memorizzare per i consumatori.
- Con le parole utilizzate, è meglio evitare di fare **promesse** che non si è in grado di mantenere.
- Conviene valutare la possibilità di usare **allitterazioni, rime** o altri sistemi che aiutino le persone a memorizzare facilmente tale slogan.
- Deve risultare **unico**, cioè diverso dagli altri slogan già esistenti. Quindi, nella realizzazione occorre anche essere molto originali.
- Si deve rivolgere direttamente al **target** di consumatori al quale è rivolto, cioè ai suoi clienti-tipo.
- Deve avere un **riferimento** al prodotto o al brand che risulti evidente. Anche se, va anche detto che possono esserci casi in cui gli slogan risultano molto generici ma si rivelano comunque di successo, come nel caso di "perché io valgo" di L'Oreal. Tuttavia, nell'esempio appena esposto il brand era già molto conosciuto nel mondo.
- Deve evidenziare o sottintendere una o più **qualità** che rendono un determinato brand o prodotto migliore, o unico, rispetto agli altri.
- Nella realizzazione bisogna utilizzare il giusto **tono**: serio, allegro, spiritoso, saggio, ecc. a seconda del brand, del prodotto/servizio, e del tipo di pubblico a cui lo slogan è rivolto.

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it