

7 Slogan nổi tiếng của thế kỉ 20

Tất cả các công ty danh tiếng trên thế giới, mỗi khi tung ra những sản phẩm mới đều thực hiện các chiến dịch quảng cáo rầm rộ. Tuy nhiên sự thật là khách hàng thường không thể nhớ hết các mục quảng cáo. Và slogan là một vị cứu tinh Slogan là một hay nhiều câu mà công ty đưa ra để diễn tả một lời hứa, một giá trị hay hướng phát triển cho sản phẩm hoặc dịch vụ “đỉnh” của họ. Do đó slogan quảng cáo là bức thông điệp kinh doanh quan trọng.



Một slogan thành công sẽ luôn cũng được coi là một “tác phẩm” xuất chúng. Nó không chỉ góp phần làm rạng danh những thương hiệu lớn mà nó còn mang trong mình các giá trị ngôn ngữ điển hình.

Sau đây là 7 slogan nổi tiếng nhất mà giá trị của nó đã được chứng thực qua thời gian và những biến động thương trường. Thêm vào đó, mỗi slogan là một câu chuyện thú vị.

1. Ngon tới giọt cuối cùng (Good to the last drop - 1907)

Năm 1907, Tổng thống Mỹ Roosevelt nổi tiếng là một người thích uống cà phê. Biết được điều này,



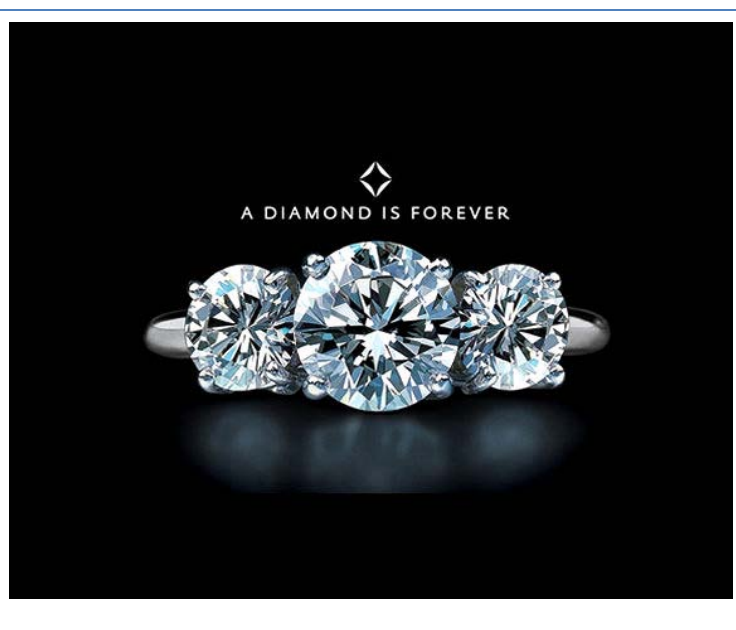
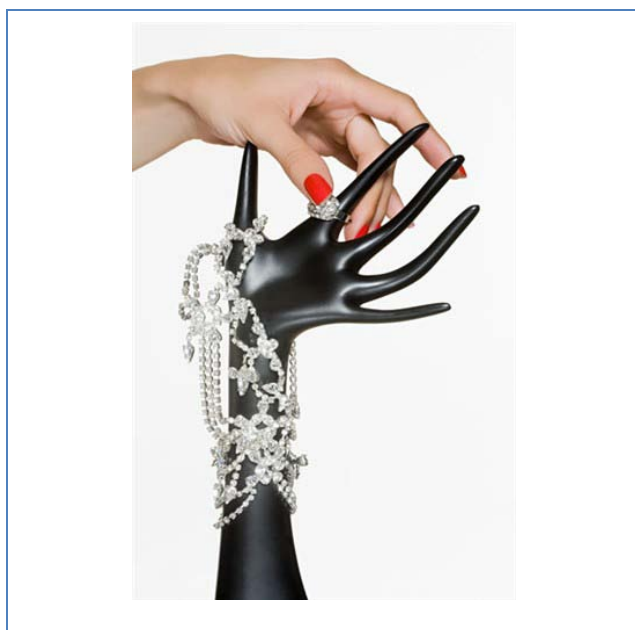
Logo với slogan nổi tiếng của Maxwell House

nhà buôn Joel Owley Cheek đã cố tình phô bày tài chế biến của ông tại hội chợ vùng Mashville, Tennessee, nơi Tổng thống sẽ ghé qua.

Khi Roosevelt đi ngang qua gian hàng của Joel, ngài được mời một ly cà phê bốc khói thơm lừng. Giai thoại kể rằng, Roosevelt đã quay sang nhóm người đi cùng và tuyên bố: "Ngon tới giọt cuối cùng!" Câu nói đã mang lại mùa xuân cho nhãn hiệu cà phê Maxwell House. Chính xác là 100 năm qua, slogan này vẫn tiếp tục mang hương vị thơm ngon và lời cam kết chất lượng của nó để làm vừa lòng các khách hàng của họ.



2. Kim cương là vĩnh cửu (Diamond is forever! – 1948)



Đây là slogan được ngành quảng cáo chọn là một trong top 10 slogan của thế kỉ 20. Được N.W.Ayer tạo ra năm 1948 cho Công ty kim cương De Beers Consolidated. Slogan này đã truyền tải thông điệp rằng kim cương đồng nghĩa với

sự bất diệt, và do đó đồ trang sức là biểu tượng của một tình yêu vĩnh cửu. Ngày nay, người ta sử dụng câu nói này hằng ngày, và hiển nhiên là nó bắt nguồn từ một chiến dịch quảng cáo.

3. Chúng tôi sẽ cố gắng hơn nữa (We're No 2. We try harder - 1962)



Được viết bởi Doyle Dane Bernbach vào năm 1962, đây được coi là một trong những slogan tuyệt nhất thế kỉ 20. Chỉ với 2 câu đơn giản, nó đã "bắt" được tinh thần và tham vọng của Avis, một tập đoàn chuyên cho thuê xe hơi.

Avis muốn nhấn mạnh lời cam kết rằng công ty sẽ cố gắng hơn nữa để chứng minh với khách hàng tính tích cực của họ. Đây rõ ràng là một slogan khôn ngoan. Nó lôi kéo sự ủng hộ của khách hàng bởi sự khiêm tốn và cầu tiến. Và trên thực tế, chiến dịch quảng cáo này đã thành công rực rỡ.

4. Hãy dùng tay thay vì dùng chân! (Let Your Fingers Do The Walking - 1962)

Geers Gross đã viết nó năm 1962 cho Yellow Pages, và đến nay slogan này vẫn chưa "nghỉ hưu". Theo nghiên cứu của ORC năm 2004, có khoảng 55% số người sử dụng Yellow Pages -



cả on hay offline - để tìm kiếm thông tin về những doanh nghiệp địa phương, trong khi số người tìm qua internet chỉ đạt 12%.

Một slogan cổ điển nhưng rất thú vị. Hãy tưởng tượng mà xem, thật khoan khoái khi bạn ngồi thoải mái ở nhà lần gỡ những trang vàng để tra cứu thông tin thay vì phải đi lòng vòng trên đường phố. Đây là slogan mà có lẽ những trang tìm kiếm trên Internet cũng khao khát được sở hữu.

5. Hàng chính hiệu (It's the Real Thing - 1969)

Đây là một slogan rất "hot", không chỉ trong giới quảng cáo. Vì những nhà bảo vệ nhân quyền đã sử dụng chính những từ này để tuyên truyền chống lại những chính sách bị cho là thô bạo của công ty Coca Cola đối với công nhân từ cuối thập kỷ 80.



Poster quảng cáo trong thập niên 70 của Coca Cola

Khởi nghiệp từ năm 1886, Coca Cola đã và đang sử dụng hơn 45 slogan. Tuy nhiên, "It's the Real Thing" vẫn được xem là trội hơn cả. Không chỉ được coi là một slogan mẫu mực, nó còn thâm thúy ở chỗ đã ám chỉ những sản phẩm cola khác chỉ là... hàng nhái, hàng ăn theo.

6. Tới nơi an toàn, đúng hẹn (When It Absolutely, Positively Has To Be There Overnight - 1982)

Được phát triển bởi Ally & Gargano vào năm 1982, slogan này ngày nay không còn được tập đoàn FedEx sử dụng nữa. Tuy nhiên nó vẫn được nhắc



FedEx®
Federal Express

PVCBTHILL.COM

đến như một slogan cổ điển, dễ hiểu, hoàn toàn làm hài lòng bất cứ ai muốn sử dụng dịch vụ vận chuyển hàng hóa. FedEx đã tạo nên một tiêu chuẩn vàng trong công nghiệp vận chuyển, khiến cho các đối thủ của họ phải chạy dài để bắt kịp.

7. Ông sữa
nhé! (Got
Milk? - 1993)

Sáng tạo bởi
Goodby
Silverstein &
Partners cho nhà
máy chế biến
sữa California
với mục đích



Một trong nhiều mẫu quảng cáo của Got milk?

thúc đẩy doanh số bán sữa. Got milk đã góp phần đưa nhãn sữa trở thành một trong những nhãn hiệu mạnh nhất trong lịch sử ngành quảng cáo Hoa Kỳ. Không chỉ giúp cho một chiến dịch quảng cáo tăng sản lượng sữa bán ra thị trường, slogan này còn khiến một quảng cáo bình thường thành một quảng cáo tiêu biểu kiểu Mỹ.

Nguồn: Vietnambranding.com