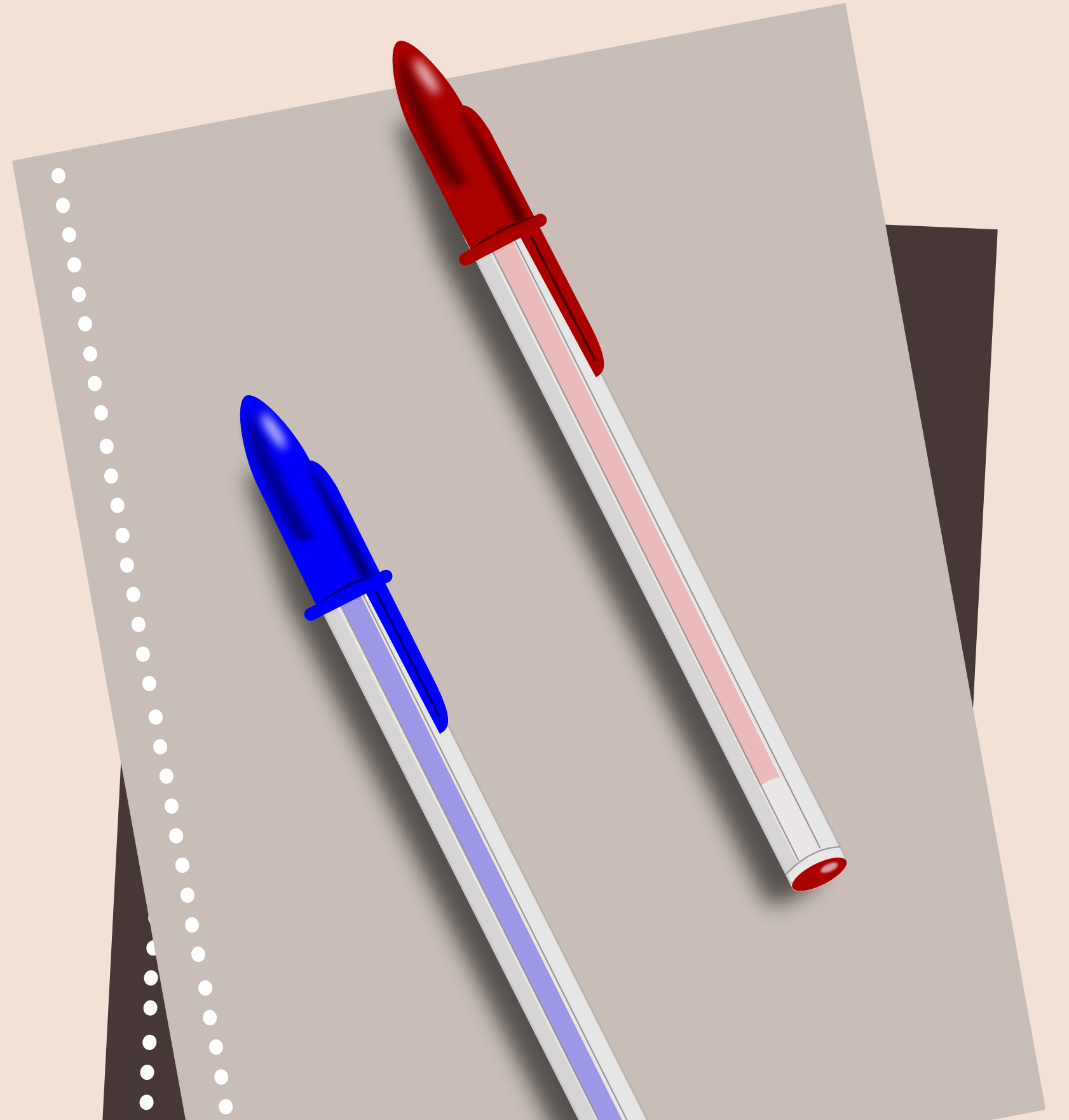


# 品牌標語 設計指南

品牌女子 A 娜

☐ 合作邀約請來信

✉ [anote.edna@gamil.com](mailto:anote.edna@gamil.com)



# Content目錄

## 1/ 觀念釐清

品牌標語和傳播口號的差異？

## 2/ 行動指令

除了讓消費者掏錢，你的商品會讓消費者做出什麼行動？

## 3/ 創作技巧

品牌標語多少字最適合？

## 4/ 標語大賞

參考Costco、Apple等國際品牌標語設計



# 觀念釐清：品牌標語 ≠ 傳播口號

## 品牌標語 (Tagline)

代表品牌想傳達的**價值觀**，以及**品牌理念 & 品牌形象的濃縮**。不會隨著新產品、新活動而改變。如 Nike 的 Just Do It. 和 Apple 的 Think Different.

## 傳播口號 (Slogan)

告訴消費者**選擇你產品的原因 (Why)**、**你做了什麼 (What)** 或**你為什麼這麼做**。不同的產品/活動可以推出不一樣的 Slogan。

如 Nike 推出慢跑鞋時，廣告標語是「You either ran today or you didn't.」，說明他們想鼓勵大家多去跑步，並穿上他們的跑鞋。



# 找出行動指令

可做為品牌標語的內容素材



也就是希望消費者做的「動詞」，假如你經營的是通訊軟體，便是「打電話」、「傳訊息」；如果是非營利組織，也許是「幫助弱勢」、「降低貧富差距」等。

## 夠短、好記、好唸

以中文而言，有人建議 **6-8 字** 是最好的，因為可以一口氣念完！而且最好也把 **品牌名稱** 放進去。如南山人壽的「好險，有南山」，字數精簡外，也讓提供的服務和品牌名稱一目瞭然。

## 體現差異化

優秀的品牌標語，會解釋他們的產品或服務**與競爭者哪裡不同**。如 Lexus 的「Pursuit of Perfection」，代表他們專為成功人士或追求卓越的人提供汽車。

## 引發好奇心

試著用簡單的文字，讓潛在顧客第一眼看到你時，就想**更深入認識你和你提供的商品**。如麥當勞的「I'm loving it」，第一次看到時會好奇那個「it」代表的是什麼？

# 品牌標語 創作技巧



# 國際品牌標語大賞 (觀看原文)

- **Costco (好市多)** : Do the Right Thing. (做對的事)
- **Apple**: Think Different. (不同凡想)
- **Nokia**: Connecting People. (科技始終來自於人性)
- **L'Oréal (萊雅)** : Because You're Worth It. (因為你值得)
- **The New York Times (紐約時報)** : All the News That's Fit to Print. (報導所有適合印刷的新聞)
- **Lay's (樂事)** : Betcha can't eat just one. (賭你吃不只一片)
- **McDonald's (麥當勞)** : I'm Lovin' It. (麥當勞都是為你)
- **M&M's (M&M巧克力)** : Melts in Your Mouth, Not in Your Hands. (只溶你口, 不溶你手)
- **Maybelline (媚比琳)** : Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline. (美來自內心, 美來自媚比琳)



***Betcha Can  
Eat JUST Air!***

# 總結來說

設計品牌標語後，記得再次確認這些問題

你的**目標顧客**是誰？這些文字能夠引起他們注意嗎？

這個標語能**凸顯品牌特色**嗎？其他競爭者有可能設計了類似標語嗎？

這些文字在其他地方有被**過度使用**嗎？

標語包含**太多文字**嗎？（最好不要超過 10 個字，6-8字最佳）





# 感謝你讀到最後！

如果這些內容對你有啟發，可以參加我的**咖啡贊助計畫**，只要請我喝一杯咖啡，就能幫助我創作更多實用內容。

或是用行動支持，關注我的 IG 帳號 **@ananote.brand**，隨時獲得有趣的品牌知識。

贊助咖啡

追蹤 IG

