TAGLINE DAN KREDO

TAGLINE

- Tagline, adalah rangkaian kalimat pendek yang dipakai untuk mengasosiasikan sebuah brand atau perusahaan di benak konsumen. Seperti misalnya tagline untuk Telkomsel adalah 'Begitu Dekat Begitu Nyata' atau lampu Philips "Terus Terang Philips Terang Terus".

- Proses pembuatan tagline sendiri tidak boleh sembarangan. Sebuah tagline harus dibuat dengan memahami product insight dan consumer insight. Setelah proses tersebut dilewati, munculah 'product positioning'. Product positioning biasanya muncul dalam bahasa marketing, belum dalam bahasa komunikasi. Kemudian bahasa marketing tersebut diterjemahkan dalam bahasa konsumen yang hasilnya disebut TAGLINE.

- Contoh, BMW mempositioningkan brandnya sebagai mobil performa tinggi dan kenikmatan berkendara. Positioning ini kemudian dikemas dalam bahasa konsumen sehingga muncul tagline "The Ultimate Driving Machine" dan lalu "Sheer Driving Pleasure" untuk tagline mereka terakhir.

- Taglinetagline yang baik seperti Telkomsel dan Philips diatas, dibuat berdasarkan riset pasar yang kuat, sehingga tagline yang ada pun menjadi relevan. Dan memang sudah seharusnya demikianlah proses pembuatan tagline yang benar.

- Tagline tagline yang kita lihat di iklaniklan tivi kita sekarang sudah mulai banyak yang tidak memiliki dasar yang jelas. Seperti misalnya permen (sebut saja) Anu, taglinenya "Makin Di Mut. Makin Mauuuut". Atau taglinetagline seperti "Oke Banget Gitu Loooh" dan sebagainya.

- Rangkaian-rangkaian kalimat tadi, tidak termasuk kategori tagline melainkan Sekedar permainan katakata lucu (catch phrase) dengan maksud supaya iklan tersebut mudah diingat.

- Namun pendekatan ini pun sekarang mulai dipertanyakan efektifitasnya mengingat banyak sekali produk yang menggunakan catch phrase yang mirip- mirip dan kurang bermakna.

Contoh Tagline

Slogan iklan sama dengan tagline.

- Kredo, adalah pandangan sebuah perusahaan yang hanya dikomunikasikan secara internal perusahaan saja yang berfungsi untuk menyemangati atau menumbuhkan spirit bekerja para karyawan. Misal, PT Gondal Gandul selalu menjunjung Kesatuan, Persatuan, Kesejahteraan, Kematangan, Semangat Kepedulian dan semacamnya.
- Poinpoin ini kemudian dikemas dalam bahasa yang indah dan supportive serta biasanya di bingkai dan di gantung di dinding-dinding perusahaan.

Contoh Kredo

- Misi Kami :"Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan."