

Предложение генерального лозунга рекламной кампании
"Чистая вода "Ирбис"

ИРБИС-
здоровье чистой воды

Примечание:

Лозунг использует несколько устоявшихся психологических "блоков":

1. Выражение "чистой воды" ассоциируется у человека с описанием драгоценных камней (например: Бриллиант чистой воды). Таким образом провозглашается аналогия: Ирбис - это здоровье - это высочайшая ценность.
2. Слово "бриллиант" заменено словом "здоровье", что подвигает на мысль, о том, что здоровье, которое несет в себе чистая природная вода ЦЕННЕЙ бриллиантов, то есть ДЕНЕГ, которые должен заплатить покупатель за бутылочку "Ирбис"
3. Первая ассоциация с выражением "Чистая вода" - родник или ручей на лоне природы. Отдых на природе ассоциируется с самыми приятными моментами, в том числе с общим оздоровлением организма.

Отдых, природа, здоровье в чистом виде, высочайшая ценность и неподдельность. Такие ассоциации должен вызывать лозунг у потенциального покупателя.