Нейминг

Один из самых сложных и важных этапов построения бренда. На его основе будет построена вся дальнейшая работа. Ошибок тут быть не должно. При видимой лёгкости задачи (найти одно слово или словосочетание) к результату применяются очень серьёзные требования: уникальность (в России зарегистрировано 0,5 млн. наименований), лёгкость восприятия на слух и в печатном варианте, однозначность, отсутствие дополнительных ненужных значений и ассоциаций. Нейминг должен быть ёмким и универсальным, а также отображать суть бизнеса.

Благозвучие

Уникальность

Ёмкость

Процесс:

1. **Брифинг (постановка задачи) –** Во время встречи с заказчиком мы стараемся максимально точно понять бизнес клиента, его позиционирование, задачи, которые стоят на данный момент. Мы убеждены в том, что правильно сформулированная задача – это залог эффективной работы над любым проектом.

2. **Анализ ситуации (обзор внутренней и внешней среды) –** Изучаем целевую аудиторию: демография, стиль жизни, интересы, ценности. Изучаем компанию/услугу/продукт: история, особенности, сильные и слабые стороны.

3. **Стандарты категории –** Изучаем стандарты в категории, тренды, сильные и неудачные решения.

4. **Творческий поиск –** Ставим задачу 2—4 копирайтерам. В результате получаем порядка 30 рабочих идей. Проводим первичный отбор на соответствие требованиям к нейму. Проводим внутренний креативный конкурс, в результате выбираем 2—3 самые сильне идеи. Проводим первичную патентную проверку лучших вариантов (при необходимости).

5. **Перезентация заказчику –** Презентуем 2—3 идеи. Объясняем концепции неймов, перспективы развития.

6. **Подбор дескриптора –** Ищем ёмкие и простые для восприятия формулировки, поясняющие сферу деятельности компании или миссию.

Результат:

Оригинальное имя, отображающее суть и индивидуальный характер вашего бизнеса, а также дескриптор.