



советы о нейминге компании

DE ZA

dezza.ru

— Сильное и удачно подобранное название помогает компании развиваться быстрее.

Наш копирайтер Антон поделился советами, которые стоит учесть в нейминге компании.



1

Название и масштабы бизнеса

Нейминг для крупного и малого бизнеса не отличается ничем. Кроме расстояния и количества промежуточных звеньев, количества людей, их амбиций и страхов. Соответственно, количества времени. Кроме еще заинтересованности сторон — проекты для малого бизнеса, как правило, интереснее в «креативном» и даже «фестивальном» плане.

2

Название может быть любым

Остальное — дело времени, привычки и продвижения. В юности я недоумевал, как можно было назвать рок-группу «Алисой». И ничего. Более сложное и, так сказать, «менее точное» название требует просто больше «продвижения», усилий и, опять же, времени, на то самое привыкание окружающих. Понятно, что стоит учитывать фонетику, лексику, смысловые моменты, тональность слова или сочетания — чтоб они не шли вразрез с форматом, видом деятельности и в общем стилем компании. Однако все эти «лексическо-семантические анализы» названия, всё это «мягкое — сильное — теплое — холодное» в его разборе — какая-то чушь.

3

Обязательная регистрация

Вопросы и ответы охранных способностей, как правило, учитываются в этом деле. Но в случае малого бизнеса не всегда. Были, например, подобные достаточно многочисленные проекты нейминга для клубов, кафе, магазинчиков и пекарен. Если человек не собирается развивать сеть, франшизу или что-то такое, если он просто открыл компанию — зачастую ему не нужно от кого-то охраняться.

Это не отменяет, что название должно быть достаточно оригинальным, относительно интересным и не встречаться на соседних вывесках на той же улице. Если вы не «Продукты 24» или «Шаверма».

4

Человеческий фактор

Видимо, об этом стоит сказать. Мы ведь не думаем, что у представителей малого бизнеса требования и требовательность к неймингу (а в общем и к любым другим разработкам и проектам) меньше, чем у крупных клиентов.

Мы ведь знаем, что менеджеры на «крупной стороне» руководствуются при выборе или невыборе наших предложений гораздо большим комплектом причин, чем малые. И среди этих причин «качество» разработки не всегда стоит на первом месте.

С малым бизнесом разговор во всех смыслах короче. Зачастую с самим владельцем бизнеса. «Требовательность» малого возникает не из-за боязни «рисковать головой» или осваивания денег и рабочего времени. Просто малый лучше знает цену своему делу, своим деньгам и времени, поэтому не отдаст их просто так. «Просто так» он может придумать и сам. Что, кстати, часто и делает.

5

Это должно быть весело

Хотя бывает редко. Но мечту у меня не отнять.

DE ZA branding studio

**давайте
знакомиться!**

Мы будем рады помочь
вам улучшить ваш бренд.
Присылайте свои запросы,
брифы, задачи. Наш
менеджер свяжется с вами
в ближайшее время!

Санкт-Петербург
+7 (812) 677-77-10
dezaSPB@dezzza.ru

Москва
+7 (495) 642-43-13
dezaMSK@dezzza.ru

dezzza.ru