



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ НАЗВАНИЯ

<p>1. ЧТО НАЗЫВАЕМ</p> <p>Описание новинки — продукта или компании. Имя категории</p>	<p>Просторный необычный МАГАЗИН, предлагающий «начинку» для кухни — встраиваемую кухонную технику и кухонные мойки.</p> <p>Почему «необычный», см. пункт 5</p>
<p>2. ТЕХ. ТРЕБОВАНИЯ</p> <p>Язык (рус/интер), род, длина. Неологизмы? Где будет использоваться название: домен, вывеска, визитки, товарный знак (МКТУ)</p>	<p>На русском языке, не более двух слов. Будет использоваться на вывеске, визитках, в прайсах. Свободный совпадающий домен в зоне Ru – хорошо, но необязательно.</p>
<p>3. АССОЦИАЦИИ</p> <p>Желательные и нежелательные ассоциации. Примеры удачных названий</p>	<p>ЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ – кухня, творчество, простота, уют, высокий класс, премиальное качество, креатив, тепло, дизайн, стиль, красота.</p> <p>Наши клиенты — не только мужчины и женщины, покупающие технику для дома, но и дизайнеры интерьеров. Название должно быть достаточно творческим, неизбитым.</p> <p>Название НЕ должно производить впечатление сугубо женского магазина.</p>
<p>4. СРЕДА</p> <p>Целевая аудитория, ценовой сегмент, имена конкурентов</p>	<p>Женщины и мужчины — 28-50 лет, семейные. Цены — выше среднего, премиум.</p> <p>Косвенные конкуренты — сети: М Видео, ДНС, Технопоинт, Домотехника, Фрау Техника, Влад-маг и т. п. И интернет-магазины: Холодильник, Кибермол</p>
<p>5. ДОПОЛНИТЕЛЬНО</p> <p>Любые сведения, которые могут быть полезны для решения задачи</p>	<p>При магазине будет действовать ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ, в котором будут представлены готовые комплекты «техника + мойки», подобранные по стилю и цветам. Если комплект понравится, посетители смогут приобрести его под заказ. А также будет ДЕЙСТВУЮЩАЯ КУХНЯ, с подключением к электричеству и воде, — для тестирования техники и проведения мастер-классов.</p> <p>Предварительная версия слогана для магазина — «Удовольствие готовить»</p>