



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ НАЗВАНИЯ

<p>1. ЧТО НАЗЫВАЕМ</p> <p>Краткое описание новинки — продукта или компании. Имя категории</p>	<p>Ищем универсальное название для холдинга или группы компаний</p> <p>Предполагаются «расширения» названия в зависимости от направления деятельности. Пример: название — Яндекс; расширения — Яндекс.Деньги, Яндекс.Такси, Яндекс.Карты</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>Интернациональное, английское. Недлинное. Неологизм — да.</p> <p>Будет использоваться везде: домен, вывеска, визитки, товарный знак</p>
<p>3. АССОЦИАЦИИ</p> <p>Желательные и нежелательные ассоциации. Примеры удачных названий</p>	<p>Название должно легко читаться/запоминаться и приятно звучать.</p> <p>Желательные ассоциации: независимый, свободный, справедливый.</p> <p>Нравятся: Tesla, Winsla, Ostin, Google, Jacobs, Yandex, Beeline, Bentley, Nestle, Guinness, AEG, Yota, Microsoft, Tuborg, Starbucks, Apple, Dell, Timberland</p>
<p>4. СРЕДА</p> <p>Целевая аудитория, ценовой сегмент, имена конкурентов</p>	<p>Премиальный и средний ценовой сегмент</p>
<p>5. ДОПОЛНИТЕЛЬНО</p> <p>Любые сведения, которые могут быть полезны для решения задачи</p>	<p>В компании два учредителя, бывшие военные.</p> <p>На данный момент мы занимаемся разработкой и установкой выставочных стендов, стендов для мероприятий. В планах — самые разные направления (например, производство электровелосипедов). Надо, чтобы новое название хорошо сочеталось с различными «расширениями», дополнениями.</p>