



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ НАЗВАНИЯ

<p>1. ЧТО НАЗЫВАЕМ</p> <p>Краткое описание новинки — продукта или компании. Имя категории</p>	<p>Студия, занимающаяся архитектурной визуализацией (АВ)</p> <p>АВ позволяет заранее и «во всех красках» представить вид будущего сооружения, интерьера, мебели и т. д.</p> <p>Основа для АВ — архитектурные планы, скетчи, эскизы. Итоговые изображения обладают фотореалистическим качеством.</p> <p>Как правило, наши заказчики — строительные компании или производственные фабрики. Студия работает полностью на удаленной основе.</p> <p>Наши сотрудники — профессиональная команда, собранная из лучших мастеров по всему СНГ</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>Язык названия — английский, интернациональный. Варианты на русском языке предлагать не надо. Неологизмы возможны.</p> <p>Свободный буквальный домен в зоне .com — большой плюс</p>
<p>3. АССОЦИАЦИИ</p> <p>Желательные и нежелательные ассоциации. Примеры удачных названий</p>	<p>Желательные ассоциации:</p> <p>Мы часто делаем больше, чем клиент ожидал увидеть. Наша задача — не просто сделать красивые картинки, а облегчить клиенту его дальнейшее продвижение на рынке, способствовать его успеху. Отсюда важные для нас ключевые слова:</p> <p style="text-align: center;">партнерство, сотрудничество, результат, помощь, поддержка.</p> <p>Также иногда нам удаётся вместе с клиентом сделать поставленную задачу более ясной, докопаться до сути вопроса. Отсюда:</p> <p style="text-align: center;">ясный, понятный, простой, незамутненный, кристальный.</p> <p>И ещё одно направление: нам интересно следить за творчеством других студий и стараться опередить их — сделать лучше, выше классом, эффектнее. Ключевые слова для этого вектора:</p> <p style="text-align: center;">лидерство, спортивный азарт, соревновательность.</p> <p>Пример названий, которые в целом нравятся:</p>

	<p>http://www.pikcells.com/ http://mir.no/ http://www.blackhaus.com.br/ http://www.focus.studio/ https://www.designconnected.com/</p> <p>Примеры названий, которые не нравятся:</p> <p>CG-Rendering, Arch-Vis, ArchDesign, VizStudio и т. п.</p> <p>Слишком примитивно, «в лоб», без всяких эмоций</p>
<p>4. СРЕДА</p> <p>Целевая аудитория, ценной сегмент, имена конкурентов</p>	<p>Наши заказчики — часто иностранные компании (США, Европа): строительные фирмы, дизайнерские бюро, производители мебели, сантехники, керамической плитки.</p> <p>Ценовой сегмент: выше среднего.</p> <p>Лучшие студии в нашей индустрии:</p> <p>http://www.pikcells.com/ http://www.transparenthouse.com/ http://www.747studios.de/ http://mir.no/ http://www.blackhaus.com.br/ http://www.binyan.com.au http://www.the-boundary.com/ http://www.focus.studio/</p>
<p>5. ДОПОЛНИТЕЛЬНО</p> <p>Любые сведения, которые могут быть полезны для решения задачи</p>	<p>Хорошо, если название будет достаточно коротким или подразумевать сокращение. Пример: студия http://www.blackhaus.com.br/ Blackhaus использует на своем логотипе сокращение Blk</p>