



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ НАЗВАНИЯ

<p>1. ЧТО НАЗЫВАЕМ</p> <p>Краткое описание новинки — продукта или компании. Имя категории</p>	<p>Медицинский центр в городе Санкт-Петербурге</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>Написание — кириллица. В названии не надо использовать сокращения слов. Можно использовать два слова. Важно, чтобы название удачно звучало.</p> <p>Использоваться будет: в домене, вывеске, визитке, логотипе и товарном знаке.</p>
<p>3. АССОЦИАЦИИ</p> <p>Желательные и нежелательные ассоциации. Примеры удачных названий</p>	<p>Нравится название «Семь докторов» – это дружественная клиника.</p> <p>Нравятся: Айболит, Академия здоровья, Апрель, Будь здоров, Гармония, Добрый доктор, Здоровье нации, Камертон, Мастерская здоровья, Основа, Первая семейная, Семейный доктор, Скандинавия.</p> <p>Нежелательно использовать в названии: «-мед-», «здоровье», имена святых и Санкт-Петербургский.</p>
<p>4. СРЕДА</p> <p>Целевая аудитория, ценовой сегмент, имена конкурентов</p>	<p>Средний плюс, семейные люди, 35-45 лет.</p> <p>Конкуренты — Скандинавия, 21 Век, Согаз</p>
<p>5. ДОПОЛНИТЕЛЬНО</p> <p>Любые сведения, которые могут быть полезны для решения задачи</p>	<p>Слоган, который, возможно, будет использоваться рядом с названием: «Всё, что вам нужно знать о здоровье».</p> <p>Название должно легко запоминаться. Хорошо, если будет казаться, что за названием стоит какая-то история — как, например, в «Семь докторов»</p>