



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ НАЗВАНИЯ

<p>1. ЧТО НАЗЫВАЕМ</p> <p>Краткое описание новинки — продукта или компании. Имя категории</p>	<p>Задача — придумать новое название для компании, ателье Tailorsuit http://tailorsuit.ru</p> <p>Мы шьём костюмы класса «люкс» по меркам на заказ</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 — интернациональный. Алфавит — латиница. Неологизмы — можно.</p> <p>Как вариант, допустимо использовать русские слова, написанные латиницей.</p> <p>Важно, чтобы название легко воспринималось и людьми, не знающими английского; чтобы название легко передавалось с помощью «сарафанного радио».</p> <p>Причина переименования — старое название воспринимается сложно среди наших соотечественников.</p> <p>Несмотря на то, что основная аудитория — мужчины, название не должно быть только «для мужчин». Нужно найти универсальное название.</p>
<p>3. АССОЦИАЦИИ</p> <p>Желательные и нежелательные ассоциации. Примеры удачных названий</p>	<p>Ассоциации — удобство, комфорт, стиль, люкс.</p>
<p>4. СРЕДА</p> <p>Целевая аудитория, ценовой сегмент, имена конкурентов</p>	<p>Аудитория — мужчины 35-60 лет. Средний чек — 100 тыс. рублей.</p> <p>Имена конкурентов: Costume Code, Strogo MTM, Icon</p>
<p>5. ДОПОЛНИТЕЛЬНО</p> <p>Любые сведения, которые могут быть полезны для решения задачи</p>	<p>Чтобы название было звучное и запоминающиеся. Чтобы при разговоре по телефону собеседник не переспрашивал название.</p>