

ПРИМЕР НЕЙМИНГА ДЛЯ МАГАЗИНА

Уважаемые, Коллеги!

Мы предлагаем вам первую группу названий.

Пожалуйста, обращайтесь внимание не только на названия, но и на ассоциации, преимущества выбора названия в этом направлении.

Вполне возможно, что не приняв конкретное название, вы захотите, чтобы мы поработали и подобрали что-то в данном направлении.

Прямые ассоциации

«Родной порог»

Преимущества:

- Соответствует брифу на 100%
- Есть отнесение к ассортименту магазина
- Вызывает однозначные позитивные эмоции

«Приятная мелочь»

Преимущества:

- Соответствует брифу на 100%
- Есть отнесение к ассортименту магазина
- Вызывает однозначные позитивные эмоции

«Важная деталь!»

(восклицательный знак - часть названия и фирменного стиля)

Преимущества:

- Соответствует брифу на 100%
- Есть отнесение к ассортименту магазина
- Вызывает однозначные позитивные эмоции
- Привлекает внимание

Названия на других языках

«SAGMA» (лат. «порожек»)

«Grande Sella»/ «Gran Silla» /«Mare şa» (ит./исп./рум. отличный порожек)

Преимущества:

- Звучность
- Легкая запоминаемость визуального ряда
- Легкая считываемость названия, не смотря на иностранный язык
- Можно использовать эпитеты «отличный», «хороший», «лучший» в то время как в названиях на русском языке это не позволено
- Привлекает внимание

Ассоциации с идеями «найдется все» и «ваше желание исполнится»

«Царь-пол»

«Король порогов»

«Королевский порожек»

Преимущества:

- Прямое отнесение к ассортименту магазина
- Название выделит сеть магазинов из среды конкурентов.
- Положительные ассоциации

Ассоциации второго и третьего уровня

Ассоциации с идеями «найдется все» и «ваше желание исполнится» на иностранном языке

Волшебный сон	Somnium Magica / Mágico Sueño (исп.)/(порт.)
Широкий выбор	Lata Lectio (лат.)
Единственный выбор	Sola Lectio (лат.)
Единственный вариант	Sola Bene (лат.)
Лучший вариант	Optimus Bene (лат.)
Владеть наилучшим	Ipse Optimus (лат.)
Пир строителя	Constructor de Fiesta (исп.)
Пир дизайнера	Diseñador de Fiesta (исп.)

Преимущества:

- Возможность использовать слова и эпитеты «хороший», «отличный», «единственный», запрещенные в рамках русских названий
- Легкая считываемость слов, не смотря на латиницу
- Привлекает внимание

Ассоциация: имеет отношение к полу + много

Поландия

Полгария

Преимущества:

- Прямое отнесение к ассортименту магазина
- Название выделит сеть магазинов из среды конкурентов.
- Положительные ассоциации

Ассоциация с длиной, протяженностью

«Королевский питон» (слоган «рожденный ползать»)

Преимущества:

- Название вызывает разрыв шаблона восприятия, что является одной из задач брифа
- Появляется возможность использовать слово **«королевский»**, которое одновременно подчеркивает уникальность, единственность, но не вызывает ассоциации с элитарностью. Именно слово **«королевский»** на уровне бессознательного выделит сеть магазинов из среды конкурентов.
- Не смотря на отсутствие прямых ассоциаций, название вызывает интерес и желание выяснить, что продается в этом магазине. Оформление интерьера в магазине закрепляет связь между названием и ассортиментом
- Однозначные положительные ассоциации

Ассоциации с границей двух сред, стыком

«Страж границ»

Преимущества:

- Название вызывает разрыв шаблона восприятия, что является одной из задач брифа
- Название является стеничным – это заявка игрока на сильную позицию на рынке. На уровне бессознательного четко выделит сеть магазинов из среды конкурентов.
- Не смотря на отсутствие прямых ассоциаций, название вызывает любопытство и желание выяснить, что продается в этом магазине. Оформление интерьера в магазине закрепит связь между названием и ассортиментом
- Однозначные положительные ассоциации

Ассоциации с полом, который находится под ногами, «под каблуком»

«Под каблучком»

«Под каблуком»

Преимущества:

- Соответствует брифу на 100%
- Есть отнесение к ассортименту магазина
- Вызывает позитивные эмоции

Ассоциации: пол – земля – дух земли, элементаль - гном

«Храбрый Гном»

Преимущества:

- Название вызывает разрыв шаблона восприятия
 - Выделит сеть магазинов из среды конкурентов.
 - Не смотря на отсутствие прямых ассоциаций, название вызывает любопытство и желание выяснить, что продается в этом магазине. Визуальный стиль и оформление интерьера в магазине закрепит связь между названием и ассортиментом
 - Однозначные положительные ассоциации
- Можно рассмотреть два фэнтезийных имени духов земли, которые возникли во время мозгового штурма и на данный момент никому не принадлежат:

«Мерлет Ясен» или «Мерлет Янсен» - “Merlet Ysen”/“Merlet Ynsen”

«Адальвард» или «Эдальвард» - “Adalward”