

NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento



NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento

El elemento que más veces será visto
de nuestra empresa, será su:

NOMBRE

Una marca es un signo distintivo de un
producto o servicio en el mercado.

La **denominación social** es el nombre que identifica a
una persona jurídica en el tráfico mercantil como sujeto
de relaciones jurídicas y, por tanto, susceptible de
derechos y obligaciones.

El **nombre comercial** es el signo o denominación que
identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que
sirve para identificarla, individualizarla y distinguirla de
las demás empresas que desarrollan actividades
idénticas o similares.

NAMING

Tips para dar nombre a nuestro emprendimiento

NAMING: creación de un nombre.

Joan Costa: Las empresas y las marcas no existen sin nombre. Pueden prescindir de logotipos o cambiarlos cuando convenga. ***Pero no el nombre.***

El nombre de nuestro negocio o emprendimiento debe transmitir un mensaje.

A través de los mensajes *construimos nuestra propia historia*, por la que *seremos reconocidos*, con la que conectarán o no nuestros clientes.

Cuando hablamos de marketing y comunicación, encontramos **4 pasos para definir mensajes:**

- Estructura
- Significado
- Simplicidad
- Pasión

NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento

¿Para qué se implementa el **NAMING?**

**Nuevos proyectos:
empresariales, sociales o culturales**

Los diez principios del naming:

- Piensa qué es lo que quieres transmitir de tu empresa.
- Pon el foco en tu público. Su valores son tu referencia para llegar a ellos.
- Fijar un nombre acorde con los objetivos del mercado: local, global.
- Que tenga un toque único y atractivo. Busca ser diferente.
- La marca debe estar en armonía con el dominio de Internet.
- No usar prefijos tontos.
- Obedecer las reglas de la gramática.
- Evitar connotaciones negativas. Que sea agradable al oído.
- Fácil de recordar, de pronunciar, que sea breve y concreto.
- Probar primero. Testear la percepción y respuesta sobre la marca.

NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento

Pasos para diseñar nuestras marcas

1. Punto de partida: (Al final tienes la plantilla para empezar a trabajar)

Describir a qué nos dedicamos.
Definir el perfil de público que nos interesa.
Concretar los valores de marca.
Crear nuestras key words (Palabras claves).

2. Descubrir: (Al final tienes la plantilla para empezar a trabajar)

Identificar y analizar las marcas de la competencia.
Contrastar valores y claves.

3. Crear:

Crear el equipo para lluvia de ideas
Generar nombres: un listado grande.

4. Optimizar:

Seleccionar ideas y conseguir una lista reducida.
Enriquecer el listado.



NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento

Pasos para diseñar nuestras marcas

5. Selección: (Al final tienes la plantilla para empezar a trabajar)

Name Scoring.
Grupo de testeo.
Selección

6. Checking:

Búsqueda de disponibilidad de las marcas
seleccionadas.
Testeo de posibles conflictos de dominios.
Analizar adaptaciones lingüísticas.

7. Desarrollo de la marca:

Registro.
Extensión hacia la experiencia de marca; logo, ícono,
slogan, packaging, web, etc

NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento

Algunos factores a tener en cuenta:

Largo del nombre

Una sola palabra, o dos como máximo.
Lectura y Pronunciación (Sonido)
Debe ser fácil de leer e interpretar.

Pregnancia

El nombre de la marca debe ser fácil de recordar.

Significado y asociación cultural

Consider diferentes aspectos propios de cada región,
buscando un valor positivo en cada una de ellas.

Sugestión

Además de lo obvio (*relacionado al producto o servicio*) debe de
sugerir algo relativo a la cuestión psicológica y emotiva del
ser humano.

Creatividad

Esto es lo que dotará al nombre de una personalidad
propia. Dale un toque humano, original y personal.

Legalidad

Asegúrate que tu increíblemente-super-original marca no
exista ya.



NAMING

Tips para dar nombre a
nuestro emprendimiento

TIPS para buscar el nombre

Apellidos: Nombres que son representantes de los nombres de familia formal, apellidos, o etiquetas históricas. (*Gillette, Siemens, Dell, Ford*)

Nombres funcionales: son descriptivos de una empresa o producto. (*Pizza Hut, General Motors*)

Inventar nombres: los que se basan en raíces griegas y latinas, y las construcciones poéticas que se basan en el ritmo y la experiencia de decirlas. (*Xerox, Oreo, Wii, Kodak*)

Nombre experiencial: ofrecen una conexión directa con la realidad o una metáfora de ésta. (*Explorer, Color Run*)

Derivación: Se añade un prefijo o sufijo a una palabra ya existente. (*Vueling*)

Composición: Uniendo dos palabras del mismo o distinto idioma. (*Facebook, Youtube, HipotecaFácil*).

Descontextualización: Utilizar una palabra genérica o nombre propio sin una relación directa con nuestros productos. (*Apple, Windows, Lotus, Fuji*).

Siglas y Acrónimos: Utilizando iniciales o letras de distintas palabras. (*BMW, INTEL, BBC*)

Otros idiomas: (*Nike, Audi*)

Onomatopéyicas: *Twitter*.



Para aplicar:

Punto de Partida

Describir a qué nos dedicamos

Definir el perfil de público que será nuestro cliente o usuario

(Edad, género, localización, nivel de estudios, intereses, gustos, actitud, expectativas respecto a nuestra empresa o productos, etc.)

Identificar 3 valores

Con los que queremos que identifiquen nuestro trabajo

Identificar 3 palabras claves

relacionadas con lo que hacemos. que sean relevantes para nuestro naming (una herramienta, técnica, un estado, un objeto)

Analiza a tu cliente ideal:



Autor: XPLANE



Analiza a tu competencia:

Competencia	Valores y Palabras Claves	Aspecto a Destacar

Scoring: Dále a la lista de nombres un valor de 1 a 10 y selecciona.

Propuesta	¿fácil de recordar?	¿Es diferente?	¿Conectará con el cliente?	¿Proyecta valores?	Total

LILIANA OROZCO
MARKETING STRATEGY

¡Nos vemos
en el camino!