

Brief namingowy – WZÓR

1. Kontekst projektu. Tło projektu

2. Charakterystyka firmy, produktu, usługi, marki. Benefity i RTBs. Wartości marki.

3. Odbiorcy marki i otoczenie rynkowe

4. Cele komunikacyjne nowej nazwy

5. Konstrukcja nowej nazwy

- Długość [ilość liter, sylab]:
- Język [polskojęzyczna, anglojęzyczna, uniwersalna językowo]:
- Charakter nazwy [opisowa, skojarzeniowa, abstrakcyjna, numeryczna, akronim, od nazwiska-eponimiczna]:
- Funkcja nazwy [np.: informująca, wyjaśniająca, odróżniająca, wyróżniająca, intrygująca]:
- Przesłanie nazwy [np.: call-to-action, z obietnicą, aspirująca, etymologiczna, symboliczna, ekspresywna, sentymentalna, historyczna, geograficzna, ironiczna itp.]:
- Domena [.pl, .eu, .com, inne]:

6. Benchmarki, przykłady nazw marek, które stanowią inspirację

7. Słowa kluczowe

8. Słowa, których należy unikać

9. Minimalna ilość nazw do prezentacji: 10. Termin
