

چک لیست انتخاب نام تجاری کمک می‌کند نیازهای اساسی نام تجاری را بهتر پیدا کنید و آنها را با هم مقایسه کنید تا شکاف بین نام تجاری مناسب و اسم تصویری (اسمی که فکر میکنیم مناسب است ولی نیست!) را بهتر بشناسید، بهتر تصمیم بگیرید و اصولی برنامه‌ریزی کنید.

آنالیز مشتری



ویژگیهای شاخص مخاطبان برند شما چیست؟ (پرسونای مخاطب برند)



مشتری با چه فرهنگ، زبان و ادبیاتی آشناست؟



ذهن مشتری به چه واژه‌هایی حساس است؟



مهمترین دغدغه او چیست؟

آنالیز رقبا



نقاط قوت رقبای هم سطح ما چیست؟



استراتژی های رقبا



از چه واژه‌هایی استفاده می‌کنند؟



دلایل محبوبیت آنها



لیدرهای جهانی چه نام‌هایی دارند؟



پیشوندها و پسوندهای متداول در بازار

آنالیز نام منتخب



آیا نام منتخب ما قابل ثبت است؟



آیا معانی منفی در زبانهای مختلف ندارد؟



آیا دامنه های وب سایت آن آزاد است؟



تلفظ آن دشوار نیست؟



نوشتار آن پیچیده و مبهم نیست؟

- یک نام تجاری خوب تنها در صورتی در ذهن مشتریان نفوذ می‌کند و ماندگار میشود که اصول نام شناسی و هویت سازی برند را رعایت کرده باشیم و آن را با نیازهای مشتری انطباق داده باشیم. در غیر اینصورت باید بهای آن را با آزمون خطا پرداخت کنیم...

این چک لیست توسط رضا زرینی (نیمولوژیست و مشاور برند) طراحی شده است و بصورت رایگان برای دانلود قرار گرفته است، اگر نیازها یا نامهای منتخب نتوانست نظر شما را جلب کند میتوانید [کتاب نام طلایی را دانلود کنید](#) و از ۱۴ تکنیک خلق نام تجاری خاص که در کتاب شرح داده شده است استفاده کنید و یک نام تجاری خاص و فوق العاده بسازید.