

Уникальный мастер-класс:

«Смена названия или новый бизнес: как разработать продающее имя»

Слово не воробей, оно гораздо интереснее. Особенно если это слово должно стать названием компании или новой торговой марки. Как в политике, футболе или рекламе, так и в «придумывании имен» разбирается каждый, но лишь единицы делают это профессионально. Как рождаются имена, заставляющие клиентов покупать? Как отличить хорошее название от плохого? Как не допустить самую дорогую ошибку в жизни нового бренда?

Программа мастер-класса:

1. Нейминг: что это такое и почему за это берут деньги.
2. В каких случаях ренейминг компании остро необходим и когда лучше воздержаться от смены названия.
3. Название для нового бизнеса или продукта.
4. Моральная подготовка.
5. Построение маркетинговой основы.
6. Этапы разработки.
7. Правила и принципы нейминга.
8. Чем отличается название от торговой марки?
9. Важные моменты, на которые обычно не обращают внимания.
10. Ошибки, которые будут очень дорого стоить.

Это будет интересно:

- Стартапам;
- Владельцам малого бизнеса;
- Маркетологам, менеджерам по маркетингу и рекламе;
- А также все тем, кто хочет изменить жизнь компании к лучшему с помощью смены названия.



Лена Лукина, креативный директор и совладелец агентства брендинга и рекламы LENIN, ведущий консультант Регионального центра развития предпринимательства Самарской области, автор нескольких мастер-классов, постоянный спикер конференций по маркетингу и рекламе, член бизнес-клуба «Высшая Лига».

В настоящий момент агентство LENIN работает с такими клиентами как башкирская сеть супермаркетов «Семерочка» и «Темле», сеть приятных магазинов косметики и бытовой химии «7+я», федеральная интернет служба «Флорист.ру», Группа Компаний «Экологос», производитель бетонного оборудования ELCON, управляющая компания ОАО «Технопарк»,

инвестиционная компания «АктивФинансМенеджмент»,
Группа Компаний «ТД Фабрика Качества» и др.

