

PRO

Копирайтинг

GeniusAcademy
By GeniusMarketing



ИРИНА ГОРБАЧЕВА

ProКопирайтинг

- Опыт работы в сфере нейминга 12 лет
- Нейминг торговых марок для рынков Украины, Европы, США
- Разработка имен для разных категорий – от банков и супермаркетов до аптек и юридических компаний, от вертолетов и аэрозольных красок до мороженого и шоколада
- Начинала копирайтером-неймером в Primary Saatchi & Saatchi (Беларусь), продолжила как Head of Naming в Fedoriv (Украина), сейчас – независимый эксперт по неймингу, сотрудничающий с маркетинговыми и рекламными агентствами Украины

Namer

Ирина Горбачева



КЛЮЧЕВЫЕ ВЕЩИ ПРО НЕЙМИНГ

КЛЮЧЕВЫЕ ВЕЩИ ПРО НЕЙМИНГ

ProКопирайтинг

01 Ключи в нейминге

Мир продуктов vs.
Мир брендов
Аудит категории
Имя для Big Idea бренда

02 Творческая составляющая

Где и как искать новое
Немного практики

03 Полезности

Как не сделать ошибку
Табу в нейминге?
Некорректное сравнение,
или как поверить в себя

Ключ 1

Мир брендов vs. Мир продуктов



Бренды vs. продукты

Мы приходим в магазин за продуктами. Но покупаем бренды

Чем больше вокруг продуктов – тем выше потребность в брендах



Мир продуктов

В мире продуктов – там, где вы или вам продавали конкретный продукт, конкретную вещь, конкретную пользу – действует стратегия «быстрее сказать о продукте», объяснить о чем сам продукт

Нейминг, в основном, описательный, информирующий



Мир брендов

Когда продуктов много, действовать лучше иначе – продавать/создавать не продукт, но бренд

Стратегия – «быстрее словить внимание + начать взаимодействие».

Во время взаимодействия появятся шансы сказать и о продукте

Здесь нейминг – не информация о продукте, но старт для общения с брендом

Этапы развития нейминга

Дескриптивные / описательные ТМ – описывают ингредиент, функцию, способ использования товара, место происхождения, имя основателя (Land Cruiser, Volkswagen, BMW (Bayerische Motorenwerke), Ford, ПУМБ (Первый Украинский Международный банк), Deutsche Bank, IBM (International Business Machines), Coca-Cola, Safeguard, Vishy)

Обобщенно-типичные названия – не подлежат защите, напрямую называют товар/услугу (магазин «Хлеб»/«Гастроном»)



Этапы развития нейминга



ТРЕБОВАНИЕ РЫНКА:
ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

Virgin

Случайные / произвольные ТМ – специально изобретенные новообразованные слова, или слова, используемые для товаров, к которым не имеют прямого/косвенного отношения (Apple для компьютеров, Amazon для книжного магазина, Chrome для браузера, Adidas для товаров для спорта)

Суггестивные / намекающие ТМ – намекают на товар/услугу, но не описывают их (IMENA для регистратора доменных имен; 36,6 для аптек; Safari, Explorer для браузеров; Puma для товаров для спорта)

Мир брендов vs. Мир продуктов

ПРИНЦИП 1

Чем меньше коммуникации стоит за брендом – тем важнее информационная составляющая названия

ПРИНЦИП 2

Чем выше конкуренция и чем больше возможностей коммуникации – тем важнее дифференцирующая роль названия

Ключ 2

Нейминг начинается с аудита



Аудит нейминга в категории

Аудит дает понимание что было, что есть и куда движется нейминг в категории

Например, шоколад раньше был «фамильным», сегодня стал «несъедобным»

Аудит нейминга пасты показал: она всегда была «несъедобной», и когда вы едите спагетти – вы едите шпагат

Ключ 3

**Делайте нейминг для Big Idea
бренда**



ЕСЛИ В КОРОБКУ ПОЛОЖИТЬ
АЛМАЗ - ОНА СТАНЕТ ШКАТУЛКОЙ.
ЕСЛИ В КОРОБКУ ПОЛОЖИТЬ
ОГРЫЗОК - ОНА СТАНЕТ УРНОЙ.
МЫ ТО, ЧТО ВКЛАДЫВАЕМ В СВОЮ
ГОЛОВУ.

Brand Essence >>

НЕЙМИНГ

В мире брендов нейминг лучше делать для Big Idea, для Brand Essence, а не для продукта/услуги

Big Idea, Brand Essence соотносятся с именем как Означающее и Означаемое

Brand Essence >>

ProКопирайтинг

НЕЙМИНГ

ОЗНАЧАЕМОЕ / ЗАДАЧА

Программное обеспечение

Simplicity is the ultimate sophistication

Простота – наивысшая степень

СЛОЖНОСТИ

ОЗНАЧАЮЩЕЕ / РЕЗУЛЬТАТ



КЛЮЧЕВЫЕ ВЕЩИ ПРО НЕЙМИНГ

ProКопирайтинг

01 Ключи в нейминге

Мир продуктов vs.
Мир брендов

Аудит категории

Имя для Big Idea бренда

02 Творческая составляющая

Где и как искать новое

Немного практики

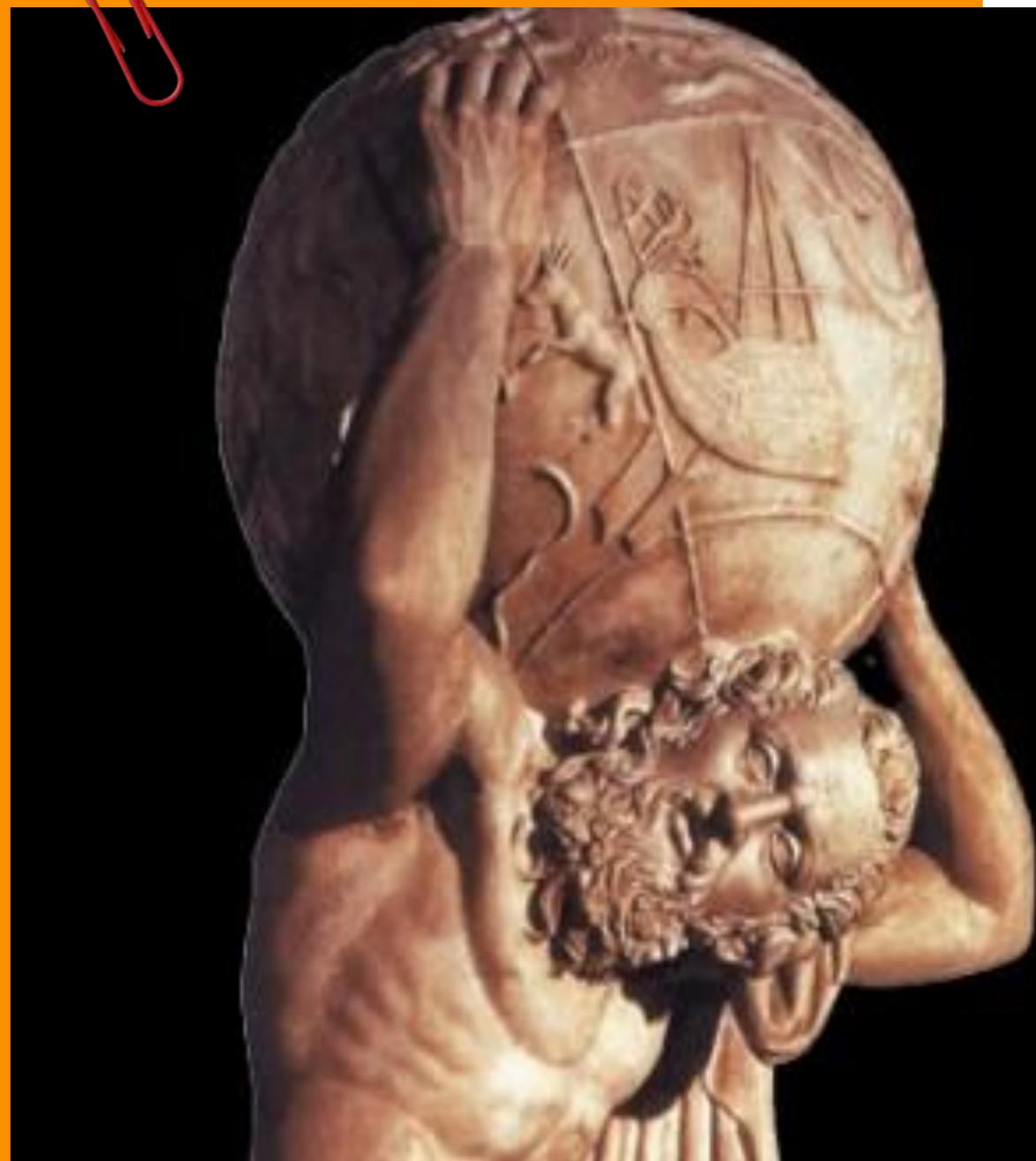
03 Полезности

Как не сделать ошибку

Табу в нейминге?

Некорректное сравнение,
или как поверить в себя

Творческая составляющая: Где искать новое



Слово не из словаря

Знакомое слово

Существующие слова «давят» своим значением и кругом ассоциаций

Новое слово

Субъективный фактор восприятия не исключен. Но! Субъективный фактор нивелируется. Новые слова становятся привычными. Помните, ИКЕА
Восприятие нового слова становится однозначным

КЛЮЧЕВЫЕ ВЕЩИ ПРО НЕЙМИНГ

ProКопирайтинг

01 Ключи в нейминге

Мир продуктов vs.
Мир брендов

Аудит категории

Имя для Big Idea бренда

02 Творческая составляющая

Где и как искать новое

Немного практики

03 Полезности

Как не сделать ошибку

Табу в нейминге?

Некорректное сравнение,
или как поверить в себя

Полезности

Игнор проверки

>> ошибка

Проверка значений слова – обязательна

Инкубус – промах Reebok.

Reebok said its in-house marketers had come up with the name in late 1995, as one of about 1,500 potential names the company had selected for its 1996 footwear and clothing collections



Игнор проверки

>> ошибка

Проверка значений слова – обязательна

Retard (анг.) замедлять, тормозить развитие
здесь – retard decay – замедлять разрушение
зубов

Но! Retard (slang) слабоумный, тормоз

Результат Retardex >>> Ultradex



Игнор проверки

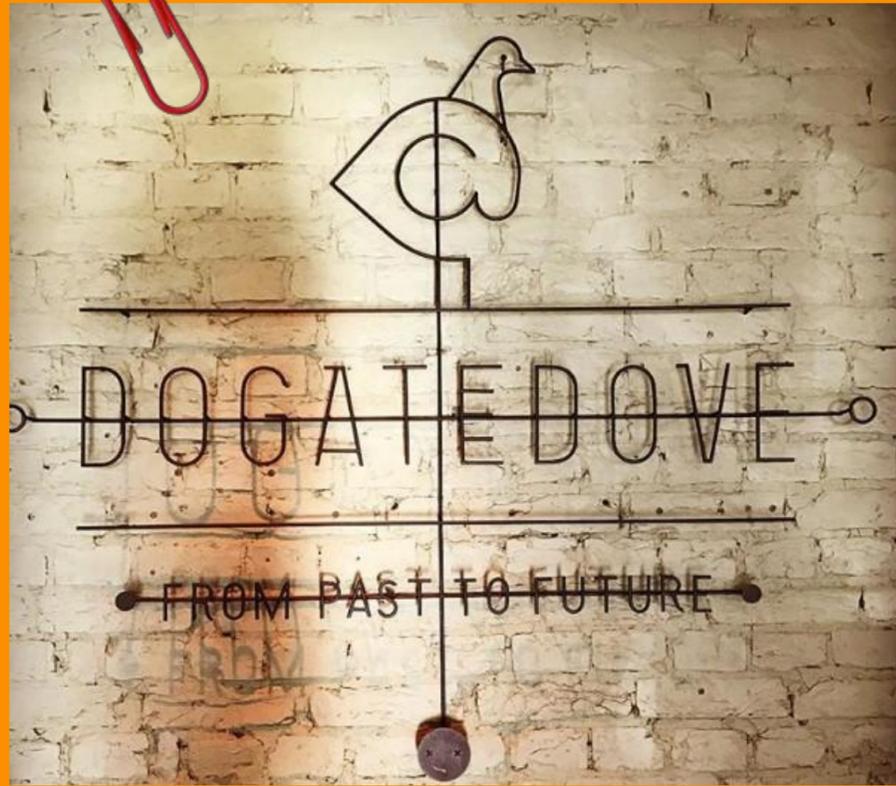
>> ошибка

Video Retardex >>> Ultradex



Длинное имя — табу?

Все хотят получить короткое название.
Но если именно длинное помогает
выделиться и «зацепить» — так почему нет?
Да!



Twin Pack

**SIMPLE
INGREDIENTS**
no artificial
preservatives

**Unbelievable
taste!**

*I can't believe
it's not
Butter!*



ProКопирайтинг

**SIMPLE
INGREDIENTS**

no artificial
preservatives

**Unbelievable
taste!**

70% less saturated fat &
40% fewer calories
than butter*

*I can't believe
it's not
Butter!*



original

NET WT 30 OZ (1 LB 14 OZ) 850g



Day begins at midnight

23-59.COM.UA



НОВОСТИ

КРАСОТА ▾

МОДА ▾

ЛЮДИ ▾

СТИЛЬ ЖИЗНИ ▾

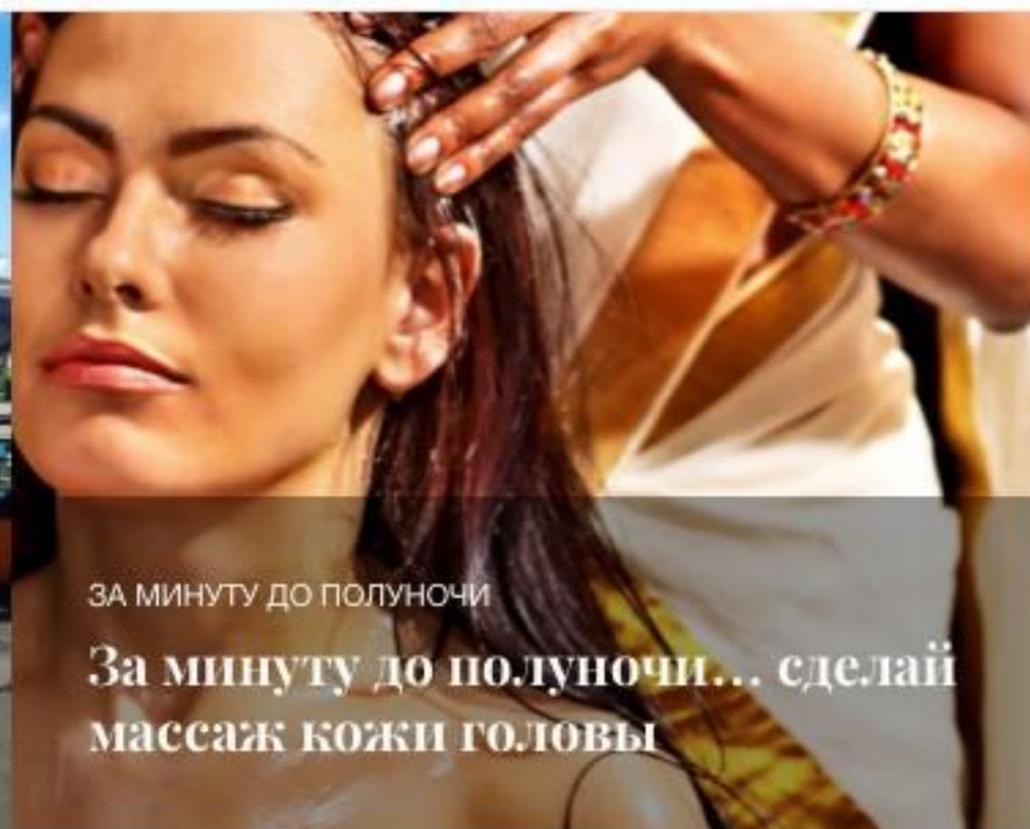
БЛОГ ЛИЗЫ

SWEET MOMENTS



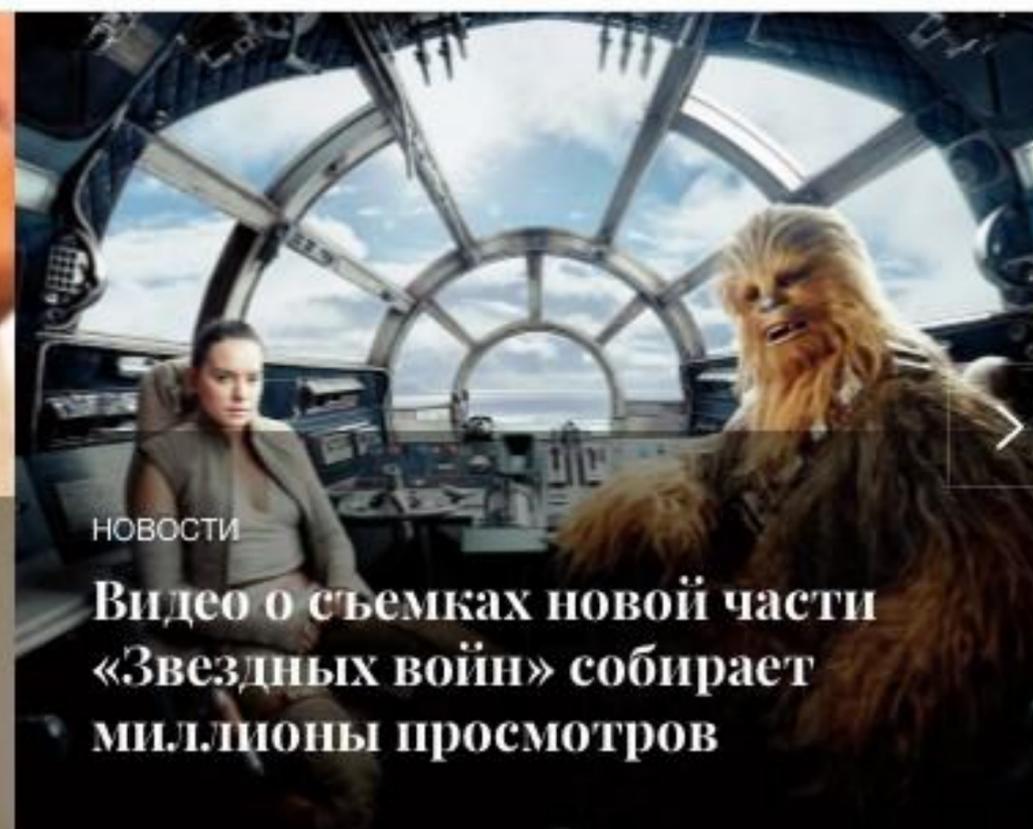
НОВОСТИ

В Милане запретили уличную еду, селфи и не только



ЗА МИНУТУ ДО ПОЛУНОЧИ

За минуту до полуночи... сделай массаж кожи головы



НОВОСТИ

Видео о съемках новой части «Звездных войн» собирает миллионы просмотров





Негативное значение – табу?

Использовать «негатив» можно. Просто надо понимать, зачем вы это делаете и как это будет работать

Dirty potato chips с удовольствием едят в США и Канаде с 1987 г.



YAHOO!

WASH
& GO

tumblr.

flickr

Только существительное?

Любые инструменты, чтобы выделяться и запоминаться:

междометия, глаголы, сокращения, цифры, буквы и 1/2буквы, 1/4 буквы, «опечатки», «ошибки»... что угодно

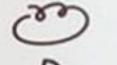
Flickr от Flickr Tumblr от
Tumbler

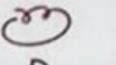
НО! Это не самоцель, а инструмент
Используем по необходимости



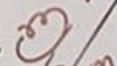
ProКопирайтинг

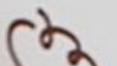

Podam Pam Pam
ФРАНЦУЗЬКА ВИПІЧКА

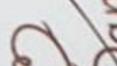

Podam Pam Pam
ФРАНЦУЗЬКА ВИПІЧКА

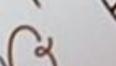

Podam Pam Pam
ФРАНЦУЗЬКА ВИПІЧКА І ХЛІБ

Podam Pam Pam
Podam Pam Pam
Podam Pam Pam


Podam Pam Pam
ФРАНЦУЗЬКА ВИПІЧКА


Podam Pam Pam


Podam Pam Pam
ФРАНЦУЗЬКА ВИПІЧКА


Podam Pam Pam
ФРАНЦУЗЬКА ВИПІЧКА



TCHO

TCHO

TCHO

TCHO

TCHO

TCHO

Milk™
CHOCOLATE
and fudgy
Cacao
& Fair Trade
(58g)

SeriousMilk™
MILK CHOCOLATE
"CLASSIC"
Caramel notes
39% Cacao
Organic & Fair Trade
2 oz (58g)

MOKACCINO
Like a cappuccino with
rich drinking chocolate -
in a bar.
SERIOUSMILK CHOCOLATE +
BLUE BOTTLE COFFEE
Organic & Fair Trade
2 oz (58g)

TCHUNKY
TCHOTELLA
Milk chocolate
blended with roasted
hazelnuts, hazelnut
butter, and sea salt
Organic & Fair Trade
2.1 oz (60g)

STRAWBERRY
RHUBARB PIE
Like your mom made -
then plunged into
milk chocolate!
Made with organic chocolate
and strawberries
2.1 oz (60g)

TCHO
NEW AMERICAN CHOCOLATE

TCHO
NEW AMERICAN CHOCOLATE

TCHO
NEW AMERICAN CHOCOLATE

TCHO
NEW AMERICAN CHOCOLATE

TCHO
CHOCOLATE

TCHO
TCHO
TCHO

+KNESSES
ABILITIES ARE HERE



ProКопирайтинг

Был неймер – стал потребитель

Ставим себя на место потребителя:

- Дайте два/две... «Имя»
- Встречаемся в... «Имя»
- Закачал на... «Имя»

Проверяем, как имя работает в коммуникации, в контексте использования



Аллитерация – это легко

Повторение одинаковых или однородных согласных создает ощущение легкости, игры, беззаботности



Coca-Cola



Дескриптор – это сила))

Дескриптор – палочка-выручалочка, когда объяснений хочется самому или другие требуют «ну, совсем же непонятно»



Трудно нравиться всем

Даже шоколад нравится не всем)

Ваша аудитория – это не все люди на
земном шаре

Важно привлечь и удержать внимание
своей целевой аудитории

Skeleton – не для бабушек

Отстаивайте свои имена

Вопросы некорректного сравнения

Имя уже раскрученного бренда — это не просто слово. Это коммуникация, визуальная идентичность, взаимодействие. Так имя/слово и бренд в умах людей соединяются в единое целое

Но когда вы начинаете, все по-другому: имя — начало истории бренда и опыта общения с брендом. Сам опыт еще придется создавать. Нельзя сравнивать имя и раскрученный бренд



ИТАК

Все, чему научились, применяем
на практике)

Знаем

ProКопирайтинг

3 ключа:

- Бренд vs. Продукт
- Аудит
- Нейминг для Big Idea

Используем

любые инструменты, которые помогают
выделиться и запомниться

Верим

в свои имена, проверяем их с
пристрастием, готовимся их отстаивать
и транслируем свою убежденность

**СПАСИБО.
ПРИЯТНОГО
ОБУЧЕНИЯ!**