

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ НЕЙМИНГА IT-КОМПАНИЙ

Война Ирина Адамовна

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин Белорусского
государственного университета информатики и радиоэлектроники

Имя – это первое впечатление о фирме, её лицо и визитная карточка. Успешное название помогает предприятию развиваться на рынке и привлекает покупателей. Именно название (услышанное или прочитанное) вызывает в памяти у потребителя образ бренда или ассоциации, связанные с этой маркой. Процесс создания этого имени называют нейминг. Нейминг (naming) – процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги, важнейшая часть маркетинговой стратегии компании, неотъемлемая часть позиционирования бренда [1]. Нейминг берёт начало в XIX веке и включает в себя знания по психологии, лингвистике, маркетингу, социологии и другим наукам.

Основными принципами нейминга являются:

- уникальность и креатив. Оригинальность – это то, что выделит вас среди конкурентов. Остановившись на каком-либо варианте, проверьте, как много в вашем городе организаций с таким названием, доступно ли название на популярных социальных платформах.
- благозвучность. Нравится ли вам звучание фирмы? Будут ли сотрудники с гордостью произносить имя своей компании?
- информативность. Потенциальный клиент, услышав название, должен понимать, о чем идет речь.
- яркость. Имя вашей компании должно выделяться на фоне остальных, занимающих ту же нишу.
- ассоциативность. Название должно вызывать только позитивные ассоциации у потребителя.

- использование «позитивных» букв. Например, звук «о» создает впечатление мягкости и расслабленности, даже эмоциональной теплоты. Преобладание звуков «а» и «э», как правило, ассоциируется с эмоциональным подъемом говорящего. Звук «ы», наоборот, создает впечатление чего-то мрачного, темного, неприятного. Сходное чувство возникает и от согласных, особенно шипящих [2]. Если вы планируете писать название латиницей, то обратите внимание на сложные буквы и сочетания для русской аудитории. Лучше не использовать буквы c, h, g, j, s, k.

Не стоит забывать о том, что имя может оттолкнуть потребителя от покупки продукта или услуги. Так отрицательное влияние могут оказывать:

- названия, разработанные без учета местного языка, жаргона, культуры или местной специфики;
- названия, не соответствующие ценовому позиционированию бренда;
- названия, не соответствующие позиционированию бренда [3].

Как же узнать, насколько эффективно название? Для этого необходимо провести специальное исследование, которое позволит протестировать его. Одним из этапов нейминга является «тестирование» названия на реальных людях, представляющих целевую группу потребителей. Нравится ли им предложенный вариант, легко ли запоминается, какие ассоциации вызывает, повышает ли доверие к компании - то есть выясняется мнение, как лучше назвать фирму, непосредственно у потенциальных клиентов компании [4].

Конечно, само по себе имя не принесет прибыль и славу вашей компании, но название является очень важным звеном между вами и потенциальными клиентами.

Список использованных источников

1. Попов, В.В. Название фирмы как основа формирования корпоративного имиджа [Электронный ресурс] / В. В. Попов // МаркА : маркетинговое агентство. - Режим доступа: <http://www.marka-volga.ru/resursy/106-nazvanie-firmy-kak-osnovaformirovaniya-korporativnogo-imidzha.html>. - Дата доступа: 16.03.2019.
2. Гусева, Ю. Выбор названия: основные ошибки [Электронный ресурс] / Ю. Гусева // Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/naming_mistakes.htm. – Дата доступа: 08.06.2021.
3. Жолобов, В. Как нельзя назвать компанию [Электронный ресурс] / В. Жолобов // Sostav : независимый проект. - Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/kak-nelzya-nazvat-kompaniyu-23861.html>. - Дата доступа: 09.03.2021.
4. Соколова, И. Как назвать фирму, чтобы она была успешной: рекомендации владельцам бизнеса [Электронный ресурс] / И. Соколова // Дежур : интернет-журн. – Режим доступа: <https://dezhur.com/db/start-business/register/kak-nazvatfirmu-chtoby-ona-byla-uspeshnoy-rekomendacii-vladelcam-biznesa.html#kak-mozhno-i-kak-nel-zya-nazvat-firmu>. – Дата доступа: 16.03.2019.