

Vorgehensweise Namensgebung

01 Analyse des Produkts (Stärken, Schwächen, Assoziationen, Geschichte)

02 Analyse des Marktes (Definition der Zielgruppe [wichtigste Definition], Trends, Konkurrenz)

03 Positionierung der Namensstrategie

04 Evaluation bestehender Namenssysteme und Marken

05 Beratung Namenssystematik und Corporate Naming/Branding (inklusive Domain-Check)

06 Entwicklung von Bylines

07 Entwicklung | Optimierung der Namensarchitektur

08 Festlegung der Dachmarke (Logo)

09 Entwicklung von Schlüsselbegriffen

10 Internationale Markenrecherche und Kollisionsabklärung
