

Naming-Test

Starke Namen, erfolgreiche Produkte

Von Adidas bis Zentis, von Alfa Romeo bis Zewa: Jede Marke braucht einen prägnanten Namen, der ihr oder dem zugehörigen Produkt „Leben gibt“ und langfristig ein positives, einzigartiges Image bei den Konsumenten hervorruft. Naming Tests helfen Ihnen, Ihre Marken im Wettbewerb zu positionieren und bieten sich u.a. als sinnvolle Ergänzung zur Concept Factory oder Product Prototyping an. Neben neuen Markennamen oder Slogans lassen sich Naming Tests auch für die Namensfindung bei Line Extensions heranziehen oder auf die Überprüfung von Claims und Logos ausdehnen.

Vorgehen und Methode

In Gruppendiskussionen und Kreativ-Workshops stellen wir neue Namensvorschläge, Claims oder Logos bei Ihrer Zielgruppe auf den Prüfstand. Im lebendigen Austausch der Teilnehmer werden Assoziationen zum Namen gesammelt und Beurteilungen zu Image, Einzigartigkeit und Einprägsamkeit gegeben. In Kreativparts decken unsere psychologisch geschulten Moderatoren weitere assoziierte Themenfelder rund um den Namen auf oder generieren ggf. neue und treffendere Namensideen.

Geht es gezielt darum, das Verständnis und die Akzeptanz von mehreren Namensalternativen zu überprüfen, empfehlen wir quantitative Erhebungen als Face-to-Face-Interviews oder Onlinebefragungen. Auf Basis einer großen Stichprobe kann so eine zuverlässige Entscheidung für einen erfolgversprechenden Namen getroffen werden.

Ihre Vorteile

Der phaydon Naming Test liefert Ihnen eine fundierte Grundlage für die Namensfindung bzw. -optimierung für Ihre Marken und Produkte. Die Namensgebung erfolgt passgenau zu den Vorstellungen Ihrer Zielgruppe und stimmig zum intendierten Image Ihres Unternehmens. Ein derart treffsicherer Name gibt Ihnen eine gesicherte Basis für eine erfolgreiche Markenkommunikation.



Mögliche Fragestellungen

- Wie wird der Name (der Claim, das Logo) von der Zielgruppe aufgenommen? Welche Assoziationen, Stimmungen und Erlebniswelten werden geweckt?
- Welches Image wird mit dem Namen verbunden? Entspricht dieses Image der Marke, dem Produkt und dem Selbstbild des Unternehmens?
- Bleibt der Name auch langfristig im Gedächtnis? Ist er zeitgemäß und zugleich zeitlos?
- Welche Namensalternativen setzen sich besser durch als andere?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner