

1. WAS SOLL IM ZUGE DES NAMING PROZESSES BENANNT WERDEN?

Firma	Buch
Produkt: _____	Kampagne
Produktkategorie, -linie	Gebäude
Dienstleistung	Sonstiges:

2. WAS SOLL IM ZUGE DES NAMING PROZESSES BENANNT WERDEN?

Die Marke ist:

Die Marke macht:

Die Marke wendet sich an:

Marken, die zum Wettbewerb gehören sind:

3. MARKENIDENTITÄT

Die Marke zeichnet sich durch folgende Werte aus:

Der Markenkern ist:

USP der Marke sind:

Die Marken-Persönlichkeit lässt sich wie folgt einfangen:

freundlich	_____	autoritär
progressiv	_____	konservativ
verspielt	_____	klar
humorvoll	_____	ernst
auffällig	_____	dezent
corporate	_____	casual
etabliert	_____	jung
Nische	_____	Masse

4. WELCHE ASSOZIATIONEN SOLLEN SUGGERIERT WERDEN?

Gibt es einen Fokus auf bestimmte Merkmale? (z.B. Glas, recyclebar, robust)

5. GIBT ES RESTRIKTIONEN IN DER LÄNGE

(z.B aufgrund Verpackung, Displays, Anwendungen)?

6. FÜR WELCHE ANWENDUNGEN WIRD DER NAME EINGESETZT?

(Verpackung, Flasche, Poster, Logo, App etc.)

7. IN WELCHEN GEOGRAFISCHEN GEBIETEN WIRD DER NAME IMPLEMENTIERT?

Lokal: _____

National: _____

International: _____

8. WELCHE SPRACHE(N) SIND FÜR DIE ZIELGRUPPE(N) RELEVANT?**9. SOLL DER NAME REGISTRIERT UND GESCHÜTZT WERDEN?**

nicht schützen

schützen:

in Ländern: _____

in Klassen: _____

10. GIBT ES NAMEN ODER WÖRTER DIE VERMIEDEN WERDEN MÜSSEN (Z.B. LEGALE KONFLIKTE)?**11. GIBT ES WEITERE ANMERKUNGEN ODER BEDINGUNGEN, DIE FÜR DIE NAMENSFINDUNG RELEVANT SIND?**