

РАЗРАБОТКА НАЗВАНИЯ (ТОРГОВОЙ МАРКИ)

ДЛЯ ПРОДАЖИ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА МАШИНОЙ

Направление деятельности: продажа автохимии, автокосметики, средств по уходу за машиной, оборудования для автомоек

Способы продажи: оптом, в розницу, через интернет-магазин, через офлайн- магазин

Целевая аудитория:

1. Юридические лица
 - 1.1. Компании, осуществляющие уход за авто клиентов (небольшие автомойки)
 - 1.2. Компании, продающие авто (автосалоны);
 - 1.3. Компании, владеющие собственным автопарком
 - 1.4. Компании, занимающиеся продажей идентичной продукции (небольшие магазины автохимии и автокосметики)
2. Физические лица

Владельцы авто

География охвата:

Пермь, Пермский край

Основные конкуренты:

Хадо, Химтек-Пермь <http://himtec-perm.ru/>, УралАвтоИмпорт, ТД «Аванта продукт», Фаворит, Автомир, Автовектор, Автэрн, Страд,

Сильные стороны компании

1. Специализация именно на автохимии и автокосметике, на этом и нужно делать акцент, предоставляя клиентам самый глубокий и широкий ассортимент по данным товарным группам.
2. Работа с известными брендами SONAX" (Германия), "Pineline" (Финляндия), САПФИР, Астрохим (Россия).

Характеристика отрасли с точки зрения названий ТМ (в Перми)

Названия не отличаются особой оригинальностью, в преобладающем большинстве присутствуют приставки «авто». Значит, с приставкой «авто» сложно будет отстроиться от конкурентов и запомниться среди клиентов. Поэтому, не стоит использовать такую приставку в названии ТМ.

Какие задачи должна решать новая торговая марка

1. Отстроиться от конкурентов;
2. Так или иначе ассоциироваться с реализуемым ассортиментом и выгодами, получаемыми клиентами при использовании товаров магазина;
3. Формировать яркий, понятный и легкозапоминающийся образ в сознании клиентов;
4. Обладать потенциалом для расширяющегося бизнеса и подходить для крупного магазина и интернет-торговли

ВАРИАНТЫ НАЗВАНИЙ

Ключевое имя

ЭСТЕТИК

Ассоциации

Красивый, стильный, эстетичный, чистый, экологичный, здоровый, для женщин, салон красоты, европейский

Обоснование

Средства по уходу за машиной в любом случае повышают её эстетическую привлекательность, продлевают её «жизнь»

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Короткое, быстро запоминается.*
- 3. Легко изображать графически.*
- 4. Похожи написания на английской и русском языках*

Слабые стороны

- 1. Отдаленные ассоциации с автохимией и автокосметикой*

Вариации имени

Авто – Эстетик

Эстетик-Авто

Эстетик-Авто-Трейд

AUTO-AESTHETICS

Aesthetics Auto Com.

Ключевое имя

АНТУРАЖ

Ассоциации

Окружающее пространство, красивая среда, изящный, высокий стиль, модный, европейский, мужской

Обоснование

Средства по уходу за машиной как раз и есть антураж, окружающий использование авто.

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Экспрессивное название*
- 3. Короткое, быстро запоминается.*
- 4. Легко изображать графически.*

Слабые стороны

- 1. В чистом виде название встречается в индустрии красоты и праздников*

Вариации имени

АНТУРАЖ Авто маркет

АНТУРАЖ АВТО ТРЕЙД

АНТУРАЖ МОТОР ТРЕЙД

Ключевое имя

ТД «Заботин»

Ассоциации

Фамилия, мужской, заботливый, основательный, доминирующий, родной, вызывающий доверие

Обоснование

Покупая средства по уходу за машиной, автовладельцы прежде всего проявляют о ней заботу. Магазин с таким названием дает понять клиентам, что он заботится о них, чтобы им было легко заботиться о своих машинах.

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Короткое, быстро запоминается.*
- 3. Легко изображать графически.*
- 4. Можно писать латиницей, в таком варианте фамилия, превращается в процесс (заботинг), можно отдельно пиарить этот глагол, так же, как, к примеру «гуглить».*

Слабые стороны

- 1. Отдаленные ассоциации с автохимией и автокосметикой*

Вариации имени

ТД «Заботин – авто»

ТД «Zaboting – auto»

ТД «Zaboting – trade»

Ключевое имя

Car-сная Площадь

Ассоциации

Красная площадь, машины, большое пространство, представительный, величественный, респектабельный

Обоснование

Средства по уходу за машиной нужны не столько для технического, функционального использования автомобиля, сколько ради эстетики и гигиены, предствительности и респектабельности

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Короткое, быстро запоминается.*
- 3. Широкое поле для рекламного креатива при продвижении*

Слабые стороны

- 1. Одновременное использование в названии русских и латинских букв может немного затруднить понимание*
- 2. Сложности написания на английском*

Вариации имени

ТД «Car-сная Площадь»

Car-snaya Ploshad

Ключевое имя

ЛОСК МОБИЛЬ

Ассоциации

Чистый, что-то для машин, уход, импозантный, VIP, мобильный, комфортный, крутой

Обоснование

средства по уходу за машиной – дают ощущение чистоты, комфорта и ухоженности машины

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Ассоциируется с чистотой и ухоженностью автомобиля*

Слабые стороны

- 1. Не интересно выглядит при написании на английском*

Вариации имени

Лоск мобиль трейд

Ключевое имя

Чистая Работа

Ассоциации

Чистый, надежный, уверенный, профессиональный, ответственный, качественный, порядочный, трудолюбивый

Обоснование

Применение Средств по уходу за машиной - это и есть чистая работа

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Быстро запоминается.*
- 3. Соответствует выгодам, которые получают автолюбители от использования средств по уходу за авто.*

Слабые стороны

- 1. Отдаленные ассоциации с автохимией и автокосметикой*
- 2. Есть такое название в других отраслях*

Вариации имени

Чистая Работа

Ключевое имя

Пьер Кардан

Ассоциации

Модный, юморной, Пьер Карден, Что-то для авто, мужской, гламурный, стильный

Обоснование

Средства по уходу за машиной - как одежда от знаменитых дизайнеров – делает машину красивой, ухоженной и стильной

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Быстро запоминается.*
- 3. Широкое поле для рекламного креатива при продвижении*
- 4. Ассоциируется с авто-отраслью*
- 5. Отлично воспроизводится на английском*

Слабые стороны

- 1. Отдаленные ассоциации с автохимией и автокосметикой*
- 2. Сложно выстраиваемые ассоциации*

Вариации имени

Пьер Кардан

Pierre Cardan

Ключевое имя

ЕНОТ

Ассоциации

Чистюля, живой, обаятельный, красивый, работающий, милый, экология

Обоснование

Енот все отмывает и отстирает так же, как Средства по уходу за машиной

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Быстро запоминается.*
- 3. Широкое поле для рекламного креатива при продвижении – можно использовать как живой персонаж, лицо торговой марки*

Слабые стороны

- 1. В Москве есть компания «Енот Авто»*
- 2. Слабые ассоциации с автоотраслью*

Вариации имени

ЕнотХимТрейд

ENOT-Care-Com.

ENOT-Care-Service

Enot Moto Service

Enot Auto Service

Ключевое имя

CLEAN

Ассоциации

Чистый, клининг, уборка, обслуживание, стерильный, импортный

Обоснование

Средства по уходу за машиной делают авто чистым

Сильные стороны

1. Ассоциируется с областью применения средств по уходу за авто

Слабые стороны

1. Часто эксплуатируется в разных отраслях и используется в разных названиях.
2. Слабые ассоциации с автоотраслью

Вариации имени

CLEAN EXPERT

CLEAN AUTO TRADE, С.А. - Trade

CLEAN CAR MARKET

CLEAN UPGRADE AUTOSHOP

CLEAN CAR BOX

Ключевое имя

LEPIDUS

С латинского: шик, шикарный, великолепный, избалованный

Ассоциации

Крутой, европейский, важный, для избранных, научный

Обоснование

Средства по уходу за машиной прибавляют автомобилю шика

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Благозвучное, экспрессивное*

Слабые стороны

- 1. Малоизвестное слово для большинства целевой аудитории*
- 2. Сложно будет запоминаться*
- 3. Нет прямых ассоциаций со сферой деятельности компании*

Вариации имени

LEPIDUS AUTO TRADE

LEPIDUS AUTO MARKET

LEPIDUS CAR SERVICE

Ключевое имя

SPA-Дром

Ассоциации

СПА-процедуры, технологичный, вызывающий, экстравагантный

Обоснование

Средства по уходу за машиной – это словно СПА –процедуры для машины

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет*
- 2. Быстро запоминается.*
- 3. Широкое поле для рекламного креатива*
- 4. Экспрессивное, провокационное*

Слабые стороны

- 1. Сложно выстраиваемые ассоциации со сферой деятельности компании*

Вариации имени

SPA-Дром

Ключевое имя

МАЧО

Монст Авто Чистоты

Ассоциации

Провокационный, уверенный, доминирующий, крутой, brutальный, сексуальный, интригующий

Обоснование

Место, где есть самый большой выбор средств по уходу за машиной

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет.*
- 2. Благозвучное, экспрессивное*

Слабые стороны

- 1. Отсекает интеллигентную взыскательную аудиторию*

Вариации имени

МАЧО

Монст Авто Чистоты

Ключевое имя

Флеттер

С английского: приукрашивать, приувеличивать достоинства, быть приятным

Ассоциации

Быстрый, энергичный, уверенный

Обоснование

Средства по уходу за машиной приукрашают авто

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет*

Слабые стороны

- 1. Сложно выстраиваемые ассоциации со сферой деятельности компании*

Вариации имени

ФЛЕТТЕР МОТО ТРЕЙД

ФЛЕТТЕР АВТО СЕРВИС

FLATTER AUTO SERVICE

Ключевое имя

TRIM

С английского: отделка, порядок, подравнивание, аккуратный

Ассоциации

Уверенный, лаконичный

Обоснование

Средства по уходу за машиной делают машину аккуратной и ухоженной

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет*
- 2. Легко запоминается*

Слабые стороны

- 1. Сложно выстраиваемые ассоциации со сферой деятельности компании*

Вариации имени

TRIM MOTO MARKET

TRIM AUTO TRADE

TRIM GROUP

Ключевое имя

NOBLE-MOBILE

С английского: благородный и мобильный

Ассоциации

Благозвучный, яркий, мобильный, изысканный

Обоснование

Средства по уходу за машиной делают машину более благородной

Сильные стороны

- 1. Сильно отличается от названий конкурентов, ничего подобного нет*
- 2. Легко запоминается*

Слабые стороны

- 1. Не ассоциируется со сферой деятельности компании*

Вариации имени

NOBLE-MOBILE-TRADE

NOBLE-MOBILE-COM.

NOBLE-MOBILE-GROUP

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ НАЗВАНИЯ

Профикос Профикос АВТО Профикос АВТО ТРЕЙД	От слов «профессиональная косметика»
А – БЕРЕГ	Образуется от слов Авто- и оберег . Из-за необычности написания цепляет. А – первая буква алфавита. Компания с таким названием – претендует на первое место в своей нише.
Формула чистоты	Ассоциации с «Формулой 1», и чистотой машины
Космоцея	От слов: косметика и паноцея
LOOKOOL AUTO ЛУКУЛ АВТО	От слова look – выглядеть и внешний вид. И слова COOL – крутой Совместное написание звучит почти как Лукойл, что может сыграть на руку.
Автостайлинг	
ТрансФОРМация	
АВТО ШИК	