

вырастет до 60%. Это, в свою очередь, даст еще больше рекламного инвентаря и доходов для музыкальной индустрии и профильных сервисов.

КОМПЕТЕНТНОЕ МНЕНИЕ:

Анастасия Комарова, INFOBTL - первый образовательный проект для BTL'щиков, основатель

<<Интересная задумка! Особенно важно то, что эффективность этого канала сможет отслеживаться! И этому фактору создатели уделяют важную роль и первостепенное место. Думаю, такой вид рекламы и в правду станет эффективным маркетинговым инструментом!>>



PR2B Group разработало название торговой марки ZORGER/ЗОРГЕР

11 сентября 2014, Россия, Москва
Источник: b2blogger.com



Специализированное нейминговое агентство PR2B Group разработало название торговой марки промышленных систем центральной вентиляции и кондиционирования ZORGER/ЗОРГЕР.

«Созданные по нейминговым технологиям Имена торговых марок становятся стратегическим ресурсом. Имя, как основной идентификатор торговой марки, выражает большую часть ценности бренда. В идеале, оно соответствует позиционированию и несет основную нагрузку по восприятию бренда целевой аудиторией. Имя идентифицирует, сообщает первую информацию, которая может стать ключом к принятию РЕШЕНИЯ о ВЫБОРЕ.

В конце концов, Имя становится и имущественным активом»

Нейминг – это комплекс брендинговых работ, направленный на создание привлекательных имен для торговых марок и статусных названий компаний, который включает в себя креативную составляющую, маркетинговую и юридическую поддержку.

Разработанное в PR2B Group название торговой марки ZORGER/ЗОРГЕР - фантазийное слово от нем. sorgen – «заботиться» с заменой сложно воспроизводимой первой буквы S на однозначно читаемую Z. Может восприниматься, как «заботливый».

Фонетически созвучно с фамилией известного советского разведчика SORGE – ЗОРГЕ, «РАМЗАЯ». В России такая «причастность» к спецслужбам может придать особую СТАТУСНОСТЬ марке.

Создание названия ZORGER/ЗОРГЕР осуществлялось специалистами PR2B Group с условием отражения потребительских качеств продукта. В качестве основной технологии поиска названия неймерами PR2B Group использовался метод ментальных карт, а в качестве исходной точки - группу качеств, непосредственно связанных с функционалом бренда.

Ориентация на НЕМЕЦКИЙ язык в качестве базового для создания ИМЕНИ позволило усилить впечатление качественного технологического продукта и уникальности КОМПАНИИ. Фонетически имя бренда легко воспринимается и естественно в звучании для целевой аудитории, что было проверено при помощи нейрокомпьютерной диагностики. Имя может восприниматься как личное собственное, что дает хорошие перспективы, как для легендирования бренда, так и для визуализации, в том числе - создания рекламного персонажа или «гербового» логотипа. В целом, нейминг торговой марки ZORGER/ЗОРГЕР от PR2B Group создает образ надежного и статусного партнера, что и было целью разработки.

Над именем бренда работали креативный директор Владимир Журавель, креаторы Алина Малина, Михаил Дряшин и Борис Громов, а также - патентный поверенный Алексей Трофимов. Работы по нейрокомпьютерной диагностике восприятия имени бренда выполнили психологи Константин Балянин и Алла Забусова.

По мнению президента PR2B Group к.и.н. Владимира Журавля: «...Созданные по нейминговым технологиям Имена торговых марок становятся стратегическим ресурсом. Имя, как основной идентификатор торговой марки, выражает большую часть ценности бренда. В идеале, оно соответствует позиционированию и несет основную нагрузку по восприятию бренда целевой аудиторией. Имя идентифицирует, сообщает первую информацию, которая может стать ключом к принятию РЕШЕНИЯ о ВЫБОРЕ. В конце концов, Имя становится и имущественным активом...»

Надо отметить, что нейминг и брендинг являются ключевыми направлениями деятельности PR2B Group, в портфолио которой создание торговых марок Corrado, Vilanta, LaCorra, GreenRay, Hutor, SLAVA, DIMAXX, IQmule, FreiBach, WEGGER, WELLROW, RoomYrooM, Monarch, INGRANI, kids avenue, SkinDoktors, powerstart, RUSbarRUS, Baker's Butique, WERTMARK, ALOLIKA, ROMARIA, «Ярмарка здоровья», «Редковъ» и многих других.

В составе PR2B Group – объединенное пиар и брендинговое агентство, специализированное агентство нейминга, автономная креативная студия и бюро размещения рекламы.