

JAK ZDEMOLOWAĆ BIZNES,
NADAJĄC MU
IDIOTYCZNĄ NAZWĘ

Krótki poradnik dla tych,
którzy chcą **przegrać**
swoje marki już na etapie
nadawania im **nazw**.

Jak zdemolować biznes, nadając mu idiotyczną nazwę

Jeśli twoim celem jest, aby twoja firma (usługa/produkt/marka) nie odniosła sukcesu, możesz jej to zapewnić na samym początku, nadając jej kiepską nazwę. Wystarczy zastosować dowolną z **7 poniższych rad**, aby zdemolować biznes już na starcie.

1. Opowiadaj bajki

Komunikuj w nazwie nie charakter swojego produktu, ale... cokolwiek innego. Projektujesz aplikacje – nazywaj je tak, jakby były sklepami spożywczymi. Sprzedajesz mleko – nazwij je biznesowo, tak jak nazywa się firmy programistyczne.

W skrócie: stwórz nazwą skojarzenie, które nijak się ma do oferty.

2. Bełkocz

Ualknseklaflenadtrix to taka oryginalna nazwa.
Na pewno każdy, kto tylko ją zobaczy, od razu pobiegnie po notes, aby ją zapisać, prawda?

Wiadomo, wszyscy mamy za dużo czasu i niczego ciekawszego do robienia od zgadywania, **co autor miał na myśli.**

3. Upodobnij się

Nadaj swojej firmie nazwę bardzo podobną do nazw większości przedsiębiorstw z twojej branży.

Dzięki temu każdym działaniem, jakie później podejmiesz, **zrobisz reklamę całej konkurencji**, a nie tylko sobie.

4. Przynudzaj

Tak, tak, tak! Bądź nudny jak flaki z olejem. Charakter przecież do niczego się nie przydaje. To absolutna nieprawda, że właśnie wyjątkowe, odważne nazwy twoi odbiorcy zapamiętają najszybciej.

5. Odpychaj

Co tam skojarzenia! Nazwisko lub nazwa geograficzna są najważniejsze. **Cipka Catering, wędliny Kupska, masarnia Stolec** (wszystkie nazwy autentyczne).

Pomysł genialny w swojej prostocie, aby na dzień dobry pozbyć się klientów.

6. Powtarzaj

Używaj wyświechtanych haseł, takich jak: *quality, new, premium, inter.*

Przykładowo: w bazach EUIPO słowo *international* ma w nazwie **16 779** zarejestrowanych marek. Na pewno się przez nie przebijesz, wprowadzając na rynek **16 800**. podobnie nazwaną firmę.

7. Kłam

Użyj w nazwie np. hotelu słów “premium” lub “elite”,
a oferuj miejsca w przerośniętym kurniku.

Zadziała raz lub dwa. Później ludzie się odwrócą,
komentarze pójdą w świat i... sukces: **będziesz mógł
zamknąć interes i odpocząć.**

Jeśli jednak chcesz, aby twój biznes **przetrwał**...
Cóż, przede wszystkim – **zignoruj powyższe porady**.
Dorzuć za to do nazwy pozytywne skojarzenie (możesz je
przemycić w claimie), dźwięczną fonetykę, wolną domenę,
formułę zgodną z charakterem branży i unikatowość
umożliwiającą rejestrację nazwy.

Proste, prawda?

nazywamy.com