



#BRAND

O nome da sua marca funciona?

Este mini-checklist foi criado pela Cria_&Co. para te ajudar a avaliar, com clareza, se o nome da tua marca tem força, flexibilidade e presença.

Responde com sinceridade a cada um dos 4 testes. Se responderes 'não' a mais do que um, talvez seja hora de repensar o nome da sua marca.

1º - Teste da Pronúncia

O nome é fácil de dizer e repetir, sem explicação?

Estudos em branding mostram que nomes com até 3 sílabas são mais fáceis de memorizar e repetir, especialmente quando seguem padrões fonéticos simples e naturais ao idioma.

Nomes com letras duplicadas, combinações aleatórias ou palavras em línguas muito diferentes da nativa podem causar ruído.

Regra prática: se disseses o nome da tua marca numa conversa com qualquer pessoa, ela consegue procurar no Google sem pedir para soletrar?

2º - Teste do Google

A pesquisa no Google mostra resultados conflitantes ou concorrência direta?

Confira se existem outras marcas com o mesmo nome. Veja se o nome da sua marca traz resultados irrelevantes ou embaraçosos. Busque o domínio em redes sociais ou websites e veja se estão disponíveis.

Um nome forte tem presença limpa e é fácil de encontrar.



3. Teste da Expansão

O nome continua a fazer sentido se a marca crescer ou diversificar?

O nome da sua marca vai continuar funcionando se lançares novos produtos ou serviços? E se quiseres atuar noutras cidades, países ou segmentos?

Exemplo: “**Cupcakes da Rita**” pode travar a marca se ela começar a vender cafés, vinhos ou brunches.

4º Teste da Emoção

O nome desperta alguma sensação ou imagem nas pessoas?

Ele gera curiosidade? Traz uma ideia à mente?

Tem personalidade própria ou parece genérico?

As pessoas lembram dele com facilidade?

Exemplo de nomes que despertam emoção:

“Café com Alma”, “Flor e Fogo” ou “A Granel” evocam imagens e emoções, sem precisar explicar muito.

Há também os que despertam emoções negativas, como:

Kaktus, Dragg, Vortex, Skork., Letras como (K), (X) e (R) em excesso criam um som áspero e podem afastar públicos que buscam acolhimento ou confiança.



Conseguiste avaliar o nome da tua marca com mais clareza? Se queres apoio estratégico no processo de naming ou rebranding, fala connosco.



Cria_&Co.

Marketing e Comunicação