



چگونه نام تاثیرگذاری برای کسب و کارمان پیدا کنیم؟

آیا می‌دانستید ۳۳ میلیون کسب و کار در ایالات متحده وجود دارد؟ همین موضوع به تنهایی انتخاب نام برای کسب و کارتان را دشوار می‌کند. حالا تصور کنید این نام باید بر موفقیت کسب و کارتان هم اثر بگذارد و پس از انتخاب آن هیچ راه برگشتی ندارید (مگر اینکه درگیر کاغذبازی شوید و کارت ویزیت و تجهیزات با نام جدید بخرید). این کار بسیار سخت است، اما نگران نباشید. من در این مقاله به شما یاد می‌دهم چگونه نام دلخواهی برای کسب و کارتان انتخاب کنید. من ایده‌های خلاقانه و نکاتی برای طوفان فکری در اختیار شما قرار می‌دهم و همچنین به گام‌های عملی و قانونی لازم اشاره می‌کنم تا این کار را بی‌دردسر انجام دهید.

روش انتخاب نام کسب و کار: نکاتی برای طوفان

فکری

اگر خلاق باشید، این بخش خیلی لذت بخش است. در اینجا به چند نکته و ایده برای انجام طوفان فکری و انتخاب نام مناسب کسب و کار اشاره می‌کنم.

۱. داستان خود را بنویسید

بله می‌دانم این کار خیلی سخت است، اما بالاخره باید آن را انجام دهید. لزومی ندارد این اسم بی‌نقص باشد. همه قرار نیست آن را ببینند. فقط آن را برای خودتان بنویسید. وقتی چیزی را می‌نویسید نسبت به زمانی که فقط درباره آن فکر یا صحبت می‌کنید، لایه‌های عمیق‌تری از آن را کشف می‌کنید. درباره اینکه چطور به ایده کسب و کارتان رسیدید، چرا آن را شروع کردید یا می‌خواهید شروع کنید، با چه چالش‌ها یا فرصت‌هایی روبه‌رو هستید و می‌خواهید به کجا برسید، مطالبی بنویسید. پس از انجام این کارها، نوشتن ماموریت سازمان و صفحه «درباره ما» بسیار راحت می‌شود.

۲. مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصی خود را یادداشت کنید

حالا باید ببینید آیا چند ویژگی شخصی دارید که بتوانید آن را در نام کسب و کارتان بگنجانید. موارد زیر را یادداشت کنید:

- علایقتان
- نام‌های مستعارتان
- کتاب‌ها، آهنگ‌ها و جمله‌های مورد علاقه‌تان
- روش تربیتتان
- ارزش‌های اصلیتان

همچنین:

- مردم چه نظری درباره شما دارند و شما را چطور توصیف می‌کنند
- چه افراد، مکان‌ها و چیزهایی برایتان مهم هستند

• چه مواردی به شما الهام می‌بخشند

آیا می‌دانستید IKEA مخفف Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd است؟ یعنی نام بنیان‌گذار شرکت، نام خانوادگی او، مزرعه‌ای که در آن بزرگ شده و روستای زادگاهش.

۳. به نام کسب‌وکارهای دیگر در صنعت خود توجه کنید

این استراتژی از چند جهت مفید است. ابتدا به شما می‌گوید اگر می‌خواهید متمایز شوید، نام کسب‌وکاران را چه نگذارید. دوم اینکه می‌تواند ایده‌های خلاقانه‌ای به شما بدهد. سوم، به شما چند مضمون کلی می‌دهد که می‌توانید از آن‌ها الهام بگیرید. اکثر نام‌های کسب‌وکار باید تا حدودی با شرایط سازگار باشند و نباید آن‌قدر منحصر به فرد باشند که شرکتتان خارجی یا غریبه به نظر برسد. پس:

- دایرکتوری‌های مخصوص صنعت خودتان را جستجو کنید.
- کسب‌وکار خود را در نقشه‌های گوگل کشورهای مختلف جستجو کنید.
- «فهرست مشاغل» صنعت خود را در گوگل جستجو کنید.

۴. به نام کسب‌وکارها در سایر صنایع توجه کنید

علاوه بر اینکه هنگام نام‌گذاری کسب‌وکار باید به صنعتتان توجه کنید، روش‌های زیاد دیگری برای این کار وجود دارد. پس فقط به نام کسب‌وکارها در بازار تخصصی خودتان نگاه نکنید و از نام کسب‌وکارها در صنایع دیگر هم ایده بگیرید.

۵. یک طوفان فکری احساسی برگزار کنید

به این فکر کنید که مشتریان پس از استفاده از محصولات و خدمات شما چه احساسی پیدا می‌کنند یا دوست دارند چه احساسی پیدا کنند. حتی یک کلمه که احساسات اعضای جلسه را برانگیزد، می‌تواند نام قدرتمند و جذابی برای کسب‌وکارتان باشد که خود به خود عامل بازاریابی شود. مثلاً:

• مشتریان پت‌شاپ آنلاین می‌خواهند حس افتخار، آسودگی، شادی، خنده،

هیجان، دوست‌داشتنی بودن داشته باشند.

- اعضای باشگاه ورزشی می‌خواهند حس کنند قوی، رقابتی، در حال پیشرفت، تحسین‌برانگیز و موفق هستند.
- مددجویان گفتاردرمانی می‌خواهند حس امنیت، اعتماد به نفس، شادی و تعلق داشته باشند.

۶. واژگان ارائه شده را بررسی کنید

واژگانی که در طوفان فکری مطرح شده را بررسی کرده و آن‌ها را در فهرستی بنویسید. ده‌ها کلمه جالب و بامزه وجود دارد که می‌تواند به نام کسب‌وکارتان تبدیل شود. مثلا کلمه Bravery یا شجاعت مترادف‌های زیر را دارد:

- Gallantry یا دلاوری (شرکت طراحی وب Gallantry)
- Grit یا رشادت (شرکت تولید پوشاک Grit n Glory)
- Fortitude یا شهامت (آکادمی تناسب‌اندام Fortitude)
- Intrepidity یا جسارت (موسسه بازپروی معتادان Intrepid Detox Residential).

واژه‌های جذاب بی‌انتها هستند.

۷. به اسطوره‌ها، فیلم‌ها و افسانه‌ها فکر کنید

آیا شخصیت داستانی یا سخن محبوبی دارید که بتوانید آن را در نام کسب‌وکارتان بگنجانید؟ شخصیت‌های زیادی در تاریخ و فرهنگ‌عامه وجود دارند که می‌توانند مفاهیم برنردتان را به‌خوبی انتقال دهند. پس کمی تحقیق کنید!

۸. از ابزار سازنده نام برند استفاده کنید

من چندان به این روش علاقه ندارم و فکر نمی‌کنم شما هم نام کسب‌وکارتان را با استفاده از چنین ابزاری پیدا کنید، اما این ابزار می‌تواند در شروع کار ایده‌هایی به شما بدهد یا حداقل باعث شود کمی به این اسم‌های عجیب‌وغریب بپذیرید. بد هم

نیست! اما بهتر است از طوفان فکری استفاده کنید و اسم مناسبی انتخاب کنید.

پنج مرحله ضروری برای تعیین نام کسب و کار

کاربردی بودن اسم در این مرحله مشخص می‌شود. حالا وقت آن رسیده اسم‌هایی که در طوفان فکری جمع کرده‌اید را آزمایش کنید.

۱. در دسترس بودن آن را بررسی کنید

همه پایگاه‌های داده ملی و دامنه‌ها را بررسی کنید تا مطمئن شوید که این اسم در دسترس و قابل استفاده است.

۲. کلیدواژه‌های این اسم را در گوگل جستجو کنید

باید نام کسب و کارتان را در یک ابزار جستجوی کلیدواژه بررسی کنید تا مطمئن شوید کلمه رایجی نیست و بر نتایج جستجوی شما در موتورهای جستجو اثر منفی نمی‌گذارد.

۳. اسم کامل را در گوگل جستجو کنید

اگر نتایج جستجوی یک اسم در گوگل کم است، به این معنی نیست که محتوای غنی و جذابی در همان تعداد کم وجود ندارد. پس حتما نام کامل مورد نظر برای کسب و کارتان را در گوگل جستجو کنید. مطمئن شوید اصطلاحی عامیانه نیست، معنی نامناسب یا نامربوطی ندارد، به چیزی نامناسب مربوط نیست یا آن قدر رایج نیست که ترافیک را از سایت شما منحرف کند و به سایت‌های مشابه بکشاند.

۴. آن را امتحان کنید

به این فکر کنید که این نام به عنوان بخشی از لوگوی شما، در وبسایت شما و در محتوای بازاریابی شما چطور به نظر می‌رسد. بعضی اسم‌ها راحت‌تر در لوگوها جا می‌شوند. این نام را در قالب‌های مختلف امتحان کنید تا مطمئن شوید از این نظر محدودیت و مشکلی برایتان ایجاد نمی‌کند.

۵. آن را اعلام کنید

این اسم را به دیگران اعلام کنید. این افراد می‌توانند با شما، کسب‌وکارشان یا ایده‌تان برای راه‌اندازی کسب‌وکار آشنا باشند. به واکنش‌ها، بازخوردها و نظرات آن‌ها توجه کنید.

مثلاً، بنیان‌گذاران برند کلاویو اول نام کلاویا را انتخاب کرده بودند، اما پس از اعلام آن به دوستان و امتحان آن متوجه شدند که هیچ‌کس نمی‌تواند دیکته آن را بنویسد و همچنین شبیه اسم یک بیماری ترسناک است. بنابراین آن را به کلاویو تغییر دادند.

چک‌لیست انتخاب نام کسب‌وکار

با این‌که طوفان فکری برگزار کرده و با آزمایش‌های مختلف به چند اسم نهایی رسیده‌اید، کارتان هنوز تمام نشده است. یادتان باشد بعضی نام‌ها به دلایل خاصی هنوز در دسترس هستند؛ مثلاً شاید اصلاً جذاب نباشند. با چند سوال زیر مطمئن شوید که نام انتخابیتان مناسب است.

۱. آیا منطقی است؟

شاید این نام بسیار هوشمندانه باشد، اما اگر فقط برای شما یا تعدادی از مخاطبانتان منطقی است، استفاده از آن ایده خوبی نیست. اگر لازم باشد که این نام را در هر جمع و برای هر مشتری توضیح دهید، کارتان سخت می‌شود. پس خیلی مهم است که نظر افراد آشنا و ناآشنا با کسب‌وکارشان را درباره این نام بپرسید.

۲. آیا برای صنعت شما مناسب است؟

کلمات قدرتمند زیادی وجود دارد، اما باید قدرتشان با صنعت شما متناسب باشد. مثلاً، کلماتی که به قدرت و استواری اشاره دارند، برای قفل‌سازها و شرکت‌های امنیتی خوب هستند، اما برای خانه‌های سالمندان یا شرکت‌های ارسال پرستار خانگی مناسب نیستند. بهتر است برای چنین شرکت‌هایی از کلمات ملایم و مهربانانه استفاده کنید.

۳. آیا در آینده هم موجه و مناسب باقی می ماند؟

ما نمی توانیم آینده را پیش بینی کنیم، اما هنگام تعیین نام کسب و کارتان باید همه احتمالات را در نظر بگیرید.

- اگر قرار است به جای دیگری بروید یا کسب و کارتان را در شهرهای دیگر گسترش دهید، از نامهایی مانند «خشکشویی تهران» اجتناب کنید.
- اگر احتمال دارد محصولات و خدماتتان را گسترش دهید، از نامهایی مانند «صبحانه عمو علی» یا «تعمیر لپ تاپ راد» اجتناب کنید، زیرا شاید بعداً این خدمات گسترش یابند.
- اگر امکان تغییر مشتریان وجود دارد، از نامهایی مانند «مسیر سالمندان» که به نوع مخاطبان شما اشاره می کند اجتناب کنید.

۴. آیا نوشتن آن آسان است؟

شاید تلفظ نام یک کسب و کار آسان و نوشتن آن سخت باشد. مردم باید بتوانند به راحتی کسب و کارتان را جستجو کنند و هیچ مشکلی از نظر قانونی برایتان پیش نیاید. گاهی قبل از اینکه بخواهید املای اسم شرکت را به کسی توضیح دهید تا به وبسایتتان سر بزنند، حوصله اش سر می رود و توجه او را از دست می دهید.

۵. آیا تلفظ آن آسان است؟

نام کسب و کار شما به خودی خود می تواند یک اثر هنری باشد، اما اگر بشود آن را به دو روش و با دو معنی تلفظ کرد، باعث سردرگمی مخاطب می شود.

۶. آیا یادآوری آن آسان است؟

راحتی نوشتن و تلفظ و همچنین طول نام تجاری، نقش مهمی در به خاطر آوردن آن دارد. به خاطر آوردن نامهای کوتاه آسان تر است، اما شاید در هیاهوی سایر نامها و برندها گم شوند. نام خیلی طولانی هم باعث می شود مشتریان نتوانند شما را در جستجوها پیدا کنند و طراحی لوگوی آن هم دشوار است. همچنین باید نامی انتخاب کنید که ارتباط زیادی با محصول یا خدمتتان داشته باشد. این ترفند یادآوری برندان را آسان تر می کند، اما نامهای منحصر به فرد و جذاب هم به راحتی قابل یادآوری

هستند. پس به همه جوانب فکر کنید و تعادل را برقرار کنید.

روش رسمی نام‌گذاری کسب‌وکار

خوب حالا آماده هستید تا نام کسب‌وکارتان را انتخاب کنید! اگر کسب‌وکارتان قانونی است، لازم نیست آن را جایی ثبت کنید، اما اگر خواهان استفاده از مزایای حقوقی و مالیاتی هستید، باید آن را جایی ثبت کنید. پس:

۱. نوع شرکت خود را مشخص کنید

ابتدا نوع شرکت خود را انتخاب کنید. هر شرکتی از نظر مالکیت، مسئولیت‌ها و الزامات مالیاتی متفاوت است، مثل مالکیت انحصاری، مشارکت، شرکت با مسئولیت محدود و ...

۲. در دسترس بودن نام انتخابی خود در سطح ملی و استانی را بررسی کنید

بسته به کشور و شرکتتان، شاید بتوانید آن نام را ثبت کنید و شاید نتوانید.

۳. در دسترس بودن دامنه را بررسی کنید

با این‌که شاید عاشق نام تجاری خود باشید، اما اگر نتوانید وب‌سایتی دقیقاً به همان نام داشته باشید، ارزشش را ندارد. در حال حاضر شاخص کردن وب‌سایت‌ها به اندازه کافی سخت است. آن را سخت‌تر نکنید. حتی اگر بتوانید دامنه خود را با افزودن کلمات «etG» یا «OG» قبل از نام شرکت متمایز کنید، مشتریان این کلمات را جستجو نمی‌کنند و نمی‌توانند شما را پیدا کنند. می‌توانید از جستجوگر نام دامنه GoDaddy هم کمک بگیرید.

۴. شبکه‌های اجتماعی را بررسی کنید

همچنین باید بتوانید صفحه‌هایی با نام شرکتتان در رسانه‌های اجتماعی ایجاد کنید و در همه رسانه‌ها نام یکسان داشته باشید. اگر قبلاً شرکت دیگری از همان نام موردنظر شما استفاده کرده ببینید چقدر محبوب است، زیرا اگر آن صفحه محبوب

باشد و شما اسمی شبیه آن انتخاب کنید، مثل نسخه تقبلی آن به نظر می‌رسید و ارزش خودتان را از دست می‌دهید.

۵. نام کسب‌وکارتان را ثبت کنید

نام دامنه خود را در اسرع وقت و پیش از آن‌که دیگران آن را برابیند، ثبت کنید! سپس بسته به نوع کسب‌وکارتان نیاز به ثبت شرکت یا لوگو را بررسی کنید.