

Ein guter Namen ist der halbe Erfolg

Ein eigenständiger und leicht merkbarer Firmen- oder Markenname trägt wesentlich zum Erfolg eines Unternehmens bzw. Produktes bei. Ein guter Namen baut rasch eine Assoziationsbrücke zur Kernleistung eines Angebotes auf, was die Kommunikation wesentlich erleichtert. Nachfolgende Beispiele zeigen einige Entwicklungen für kleine und mittlere Unternehmen.

Kunde: Mag. Franz Zuckerstätter / Verkaufstraining & Consulting

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Firmennamens, der den Erfolg der Trainingsleistung vorweg schon signalisiert.



Kunde: Ing. Christian Richter / EDV-Beratung und IT-Consulting

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Firmennamens mit Bezug zur Spezialisierung auf IT-Projekte im Controlling.



Kunde: Copack Werbe- und Verpackungsservice GmbH

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Firmennamens mit starker Assoziation zu Verpackungsdienstleistungen.



Kunde: DEBINOVA Forderungsmanagement GmbH

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Firmennamens, der die innovativen Methoden im Forderungsmanagement signalisiert.



Kunde: FinanceTuner Consulting GmbH / Unternehmensberatung

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Firmennamens, der auf die Optimierung im Finanzmanagement hinweist.



Kunde: Arbeitsgemeinschaft Trolp / Wrabel / Smetana

Projekt: Entwicklung einer Dachmarke für ein Dienstleistungspaket rund um Website-Entwicklungen und Hosting.



Kunde: Ravensburger GmbH

Projekt: Entwicklung einer Dachmarke für Spielwaren-Fachhändler, die ein Vollsortiment an Spielen führen und dazu kompetente Spielberatungen für Kunden anbieten.



Kunde: ROHA Softwareentwicklung GmbH

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Produktlogos für eine spezielle Output-Management-Software für die IBM AS 400



Kunde: Vetropack Austria GmbH

Projekt: Entwicklung eines markenfähigen Titels für ein Kundenmagazin.

