



- [Contacto](#)
- [Suscripciones 5276.1935 o al 01800.715.7444](#)
- [Anúnciate](#)
- [Directorio](#)

mercadotecnia publicidad medios
Merca2.0[®]

iPad Android iPhone

- [Mercadotecnia »](#)
- [Publicidad »](#)
- [Medios](#)
- [RP](#)

- [Promoción »](#)
- [Investigación](#)
- [Columnistas »](#)
- [Tools »](#)
- [Video](#)

Hoy En Mercadotecnia, Mercadotecnia, México, Uncategorized

5 errores al momento de elegir el nombre de tu marca

25-06-2015 12:02 am · [0 Comments](#) Este artículo tiene 1.835 vistas

1338

86

3

3

1



México, D.F.- La identidad corporativa es la percepción que se tiene sobre una marca, la cual consta de diversos elementos como el logotipo, el nombre, los colores y el slogan, entre otros; que en conjunto le crean una personalidad única a la empresa y cuyo mensaje es enviado al consumidor.

Notas relacionadas:

- [3 motivos por los que la identidad corporativa importa](#)
- [4 señales de que tu marca tiene mala identidad corporativa](#)
- [MTV lanza nueva identidad corporativa a nivel mundial](#)

En México, las agencias de Relaciones Públicas, son quienes en su mayoría se encargan de generar este concepto y desarrollar la imagen de la marca, al menos el **77.4 por ciento** de estas compañías cuentan el servicio, de acuerdo con el Departamento de Investigación de Merca2.0.

La identidad corporativa tiene gran relevancia para las marcas, pues de ésta dependerá que sea recordada y posicionada en la mente del consumidor. Por ello, al momento de elegir el nombre, se deben tomar ciertas precauciones que prevengan

errores graves y afecten a la marca en un corto o largo plazo.

Te mencionamos cinco equivocaciones que las empresas comenten a menudo cuando eligen su nombre.

No comunica

Es importante que haga alusión al giro o servicios que se ofrecen, pues será mucho más sencillo distinguirla y asociarla con las necesidades del consumidor.

Difícil de recordar

Si se nombra con una palabra o frase corta puede provocar que sea posicionada en el *top of mind*, lo que acelera el crecimiento de la compañía; de igual modo debe ser sencillo y fácil de entender. Además lo vuelve atractivo.

Utilizar apellidos o siglas

Por lo general, las siglas se vinculan a asociaciones y muchas veces no se entienden, lo que dificulta que sea recordado. Lo mismo pasa con los apellidos, pues no son únicos e invitan a confundir empresas que no tienen nada que ver entre sí.

No original

Si se parece mucho al nombre de otra compañía, también puede confundirse; asimismo pierde credibilidad, ya que podría hacerse notar como marca “patito”, o en su defecto carecería de identidad propia.

Difícil de pronunciar

También aplica que sea complicado de escribir, puesto que obstaculiza su búsqueda. Si el consumidor no sabe como se pronuncia o deletrea no dará con ella si no la conoce; en cambio, si el nombre es amigable no habrá problemas para que se reconozca.

Cuando se inicia un negocio, debe llevarse a cabo un proceso que permita agilizar y mejorar el desarrollo de éste, por eso es importante elegir un nombre que sea para toda la vida y que invite al consumidor a ser parte de él. Esto, es sólo el comienzo del *branding*.

Tags: [branding](#), [identidad corporativa](#), [Mercadotecnia](#), [nombre de marca](#)

