



**Το όνομα,
το λογότυπο και το
προφίλ της επιχείρησης**



Το **όνομα της επιχείρησης** θα πρέπει να οριστεί **πριν την εναρκτήρια συνεδρίαση**, καθώς θα πρέπει να γραφτεί στο καταστατικό.

Δεν επιτρέπεται η χρήση όρων όπως «ΑΕ» ή παρόμοιων στις εικονικές επιχειρήσεις των σχολείων καθώς η χρήση τους μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στους πελάτες και να νομίζουν ότι πρόκειται για πραγματική επιχείρηση.

Συνηθίζεται ο όρος «Εικονική Επιχείρηση» ή «Μαθητική » να αναγράφεται πριν ή μετά το όνομα της εικονικής επιχείρησης.



Κατά την επιλογή του ονόματος, καλό είναι να θυμάστε ότι το όνομα θα συνδεθεί με την εικόνα της επιχείρησής σας που είναι πολύ σημαντική.

Στην πραγματικότητα, το είδος της εικόνας που θέλετε να προβάλετε σε στοχευμένη αγορά είναι καθοριστικό για την επιτυχία σας.

Καθώς συνεχίζεται η διαδικασία επιλογής, ακολουθείστε την τακτική του **Brainstorming** (Καταιγισμού Ιδεών) και σκεφτείτε παραδείγματα επιχειρήσεων που έχουν επιλέξει **εξαιρετικά – μοναδικά ονόματα**.

Τα ωραία ή/και έξυπνα ονόματα μπορεί να έχουν είτε θετικό είτε αρνητικό αντίκτυπο

Για παράδειγμα, το όνομα του εστιατορίου **The Feed Lot** είναι μεν έξυπνο αλλά καθόλου ελκυστικό, καθώς το όνομά του παραπέμπει σε χώρο όπου ταΐζονται τα βοοειδή.



Αντίθετα, το **Cabbage Patch**, με το χαριτωμένο όνομα και τις έξυπνες τεχνικές μάρκετινγκ, κατάφερε να λανσάρει ένα προϊόν, (κούκλες γνωστές ως Cabbage Patch Kids), του οποίου η παραγωγή συνεχίζεται εδώ και πολλές δεκαετίες.



Τα σλόγκαν ή/και τα λογότυπα μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για να αποσαφηνίσουν το σκοπό της επιχείρησης, να δημιουργήσουν θετική εικόνα για την εταιρεία και να συντελέσουν στην άμεση αναγνώριση του προϊόντος της.

Μερικά παραδείγματα επιτυχημένων σλόγκαν και λογοτύπων:



Κατά την αγορά ή την πώληση μιας επιχείρησης, ένα από τα άυλα στοιχεία του ενεργητικού της, ο «αέρας» αποτελεί σημαντικό στοιχείο της συναλλαγής. Ο «αέρας» εξαρτάται από τη φήμη της επιχείρησης. Παρομοίως και το όνομα της επιχείρησης. Είναι και αυτό ένα άυλο στοιχείο του ενεργητικού της, το οποίο το κοινό έχει συνδέσει με τη συγκεκριμένη επιχείρηση.



Συνεπώς, τι εμπεριέχεται στο όνομα μιας επιχείρησης;

- Καταναλωτικό κοινό
- Τιμή
- Είδος προϊόντος
- Αναγνώριση
- Προσπάθεια προσέλκυσης κοινού

...και πολλά περισσότερα!

Η **εικόνα της επιχείρησης** είναι εξίσου πολύ σημαντική.

Πράγματι, το είδος της εικόνας που θέλετε να προβάλετε στην αγορά – στόχο είναι **καθοριστικό για την επιτυχία σας**. Το όνομα επίσης είναι συνδεδεμένο με το προφίλ εταιρείας , την εντύπωση που θέλετε να δώσετε στους καταναλωτές.

Υπάρχουν πολλά προφίλ από τα οποία μπορείτε να επιλέξετε:

- «στιλάτο»
- «φιλικό προς το περιβάλλον»
- «φρουτουριστικό»
- «χαμηλών τιμών»
- «αποκλειστικότητας είδους», κ.α.



Κάθε επιχείρηση πρέπει να δημιουργήσει το δικό της «ιστορικό», τη δική της σελίδα «σχετικά με εμάς».

Το λογότυπο ή ιστοσελίδα της επιχείρησης δίνουν κάποια βασική πληροφόρηση για την επιχείρηση. Τα πιο συνήθη εργαλεία που χτίζουν το προφίλ της επιχείρησης είναι:

- λογότυπο
- ενημερωτικά φυλλάδια
- ιστοσελίδα
- εταιρικές κάρτες
- περίπτερο της επιχείρησης σε μια εμπορική έκθεση ή διαγωνισμό
- διαφήμιση (προεραϊτικά)

Το **λογότυπο** είναι ίσως το πιο σημαντικό εργαλείο για το μάρκετινγκ της επιχείρησης και καλό είναι να αφιερώσετε χρόνο στον σχεδιασμό του. Είναι το σύμβολο με το οποίο οι πελάτες θα διακρίνουν την επιχείρησή σας και το προϊόν που προσφέρετε. Ένα καλό λογότυπο είναι ευκολομνημόνευτο.

Θυμηθείτε το λογότυπο της Coca Cola



Ο μέσος άνθρωπος το βλέπει
καθημερινά περίπου **4 φορές την**
ημέρα!

Για να εδραιώσετε τη **σύνδεση ανάμεσα**
στην επιχείρηση, το προϊόν και το
λογότυπο πρέπει να χρησιμοποιείτε
το λογότυπο:

- στις εταιρικές κάρτες
- στην ιστοσελίδα της επιχείρησης
- στο περίπτερο της επιχείρησης,
κλπ.