

# Brainstorming de Nomes

O nome é um dos componentes mais marcantes da vida da marca. Ter o nome certo é uma mistura de criatividade, sentido, impacto e disponibilidade. O processo do nome da DesignPT começa ao explorar possibilidades nas seguintes categorias.

Ao trabalhar nesta ficha poderá chegar à conclusão que alguns dos nomes são a combinação de mais do que um nome. O objetivo deste exercício é ter tantas ideias quanto possíveis, sem julgamento, para depois descobrir qual a melhor.

Divertido >>	
Origem >>	
Inventado >>	
Descritivo >>	
Técnico >>	
Conjuntos >>	
Acrónimo >>	
Metafórico >>	
Aleatório >>	

**Nomes que desafiam a norma**  
(Yahoo/Monster/Nike/Guess?)

**Nomes inventados**  
(Kodak/Viagra)

**Nomes modernos e técnicos**  
(Panasonic/Xerox )

**Nomes que prestam homenagem à fundação da marca**  
Ford/Hilton/Rolls Royce/Chevrolet/  
The North Face/IKEA)

**Nomes descritivos/associativos aos atributos**  
(Volkswagen/Caterpillar/Bed Bath &  
Beyond/ Holiday Inn/Kitchen Aid/Bell )

**Nomes que são combinação de duas ou mais ideias**  
(FedEx/Microsoft/Bisquick )

**Nomes em acrónimo**  
(BMW/IBM/BBC/UPS )