

당신의 브랜드 이름을 위한 가이드

What makes a brand name great?

Apple Nike Coca-cola

배달의민족 Ikea Co

Microsoft BMW

Ford 29cm Amazon

01

무엇이 브랜드 이름을 훌륭하게 할까요?

GREAT NAME

**BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT**

milliondot.office@gmail.com
www.milliondot.co.kr

한마디로

좋은 이름이
훌륭한 브랜드경험을
대신할 수 없지만,
좋은 이름은 브랜드의
가치를 더 극대화합니다.

당신이 브랜드 네이밍에 대해 수많은 시간을 고민하고 있다는 것을 잘 알고 있습니다.
훌륭한 이름을 탄생시키는 것은 어렵고 의미있는 과정이지만

먼저 잊지말아야 할 것은
네이밍은 브랜드가 가지고 있는 많은 요소 중 하나의 요소일 뿐이라는 점입니다.
물론 이 것은 아주 강력한 요소입니다.

일단 이름이 세상에 알려지면
그 의미는 사람들이 브랜드를 경험하는 방식에 따라 진화하게 됩니다.

좋은 이름이 브랜드가 고객에게 전하는 좋은 경험을 대신할 수 없지만,
나쁜 경험은 좋은 이름의 의미를 전락시킬 수 있습니다.

Eunshin

Chief Brand Strategy Officer

MILLIONDOT

브랜드 이름은
당신의 브랜드 스토리가
가장 짧은 형태로
응축된 것입니다.

브랜드 이름안에는
수많은 속성, 연관성, 경험 및 정보가 담겨 있고,
사람들은 그 의미를 즉시 이해하고 받아드리게 됩니다.

훌륭한 이름은 이 모든 것을 하나의 단어나 문구로 전달합니다.

훌륭한 브랜드 이름이란
무엇인가요?

사람들이
어떠한 결정을 내리기 위한
가장 빠른 지름길로써의
역할을 하는 이름입니다.

사람들이 상품이나 서비스 등
그들이 가장 필요로 하는 것을 선택할때

경쟁브랜드가 아닌
당신을 선택하도록 하는 길잡이가 된다면,
그 이름은 좋은 이름이라고 할 수 있습니다.

02

STORY

BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT

milliondot.office@gmail.com
www.milliondot.co.kr

스토리로 시작하세요

올바른 이름을 얻으려면 먼저 브랜드의 장점을 최대한 활용하는 스토리를 명확하게 만드는 것이 중요합니다

어떤 강력한 계기나 경험이 발단이 되어 브랜드가 시작 될 수도 있지만
처음엔 대단한 브랜드 스토리가 없을 수도 있습니다.

한 인간과 마찬가지로 브랜드 또한
처음부터 대단한 스토리를 가진 특별한 이름을 가지고 태어나는 것이 아닌
성장하면서 이야기가 쌓여가고 그 존재가 특별해 지는 것이니까요.

그러니, 처음에는 단순히
이제품 혹은 서비스를 왜 만들게 되었는지에 대한
간단한 이야기로부터 시작해보면 됩니다.

만약 특별한 이유가 없다면
당신이 무엇을, 어떤 경험을 고객에게 제공할 것인지를
이야기 해보는것도 좋습니다.
기능과 혜택, 혹은 감정적이거나 정서적인 만족감도
이에 해당될 수 있습니다.

이런한 것들을 정리 해보면 그것이 브랜드 스토리가 될 수 있습니다.

간단하고 명료한 함축적인 문장으로 정리하세요

스토리를 담고 있는 간략한 문장을 공유함에 있어서
먼저 당신은

가능한 가장 짧은 문장으로 표현하세요

처음에는 아주 긴 문장일 수 있지만
가장 핵심이 되는 단어와 표현으로도
스토리를 잘 표현할 수 있는 가장 짧은 문장을 만드는 것은
가능합니다.

당신이 무엇을 명명하고 있는지 알아야합니다

문장으로부터 이름을 도출하려할때
그 표현이 사회적으로 공통의 이해를 기반으로
소통 가능한 수준으로 요약할 수 있는 것이어야합니다.

누가 그것에 관심이 있는지 알아보세요

브랜드의 타겟 고객에 대한 전체적인 이해와 그림을 갖는 것은 필수적입니다.
고객들의 니즈와 욕구 그리고 사회 문화적 배경 조사를 수행하고
더 좋은 것은 일부 고객과 직접 대화하는 것입니다.
이러한 과정은 고객의 눈을 통해 당신의 브랜드를 바라볼 수 있게 해줍니다.

그리고 기업이나 공동체 등 같은 목표를 가지고 있는
내부의 사람들 또한 잊지 마세요.
그들은 많은 아이디어와 의견을 가지고 있을것입니다.

03

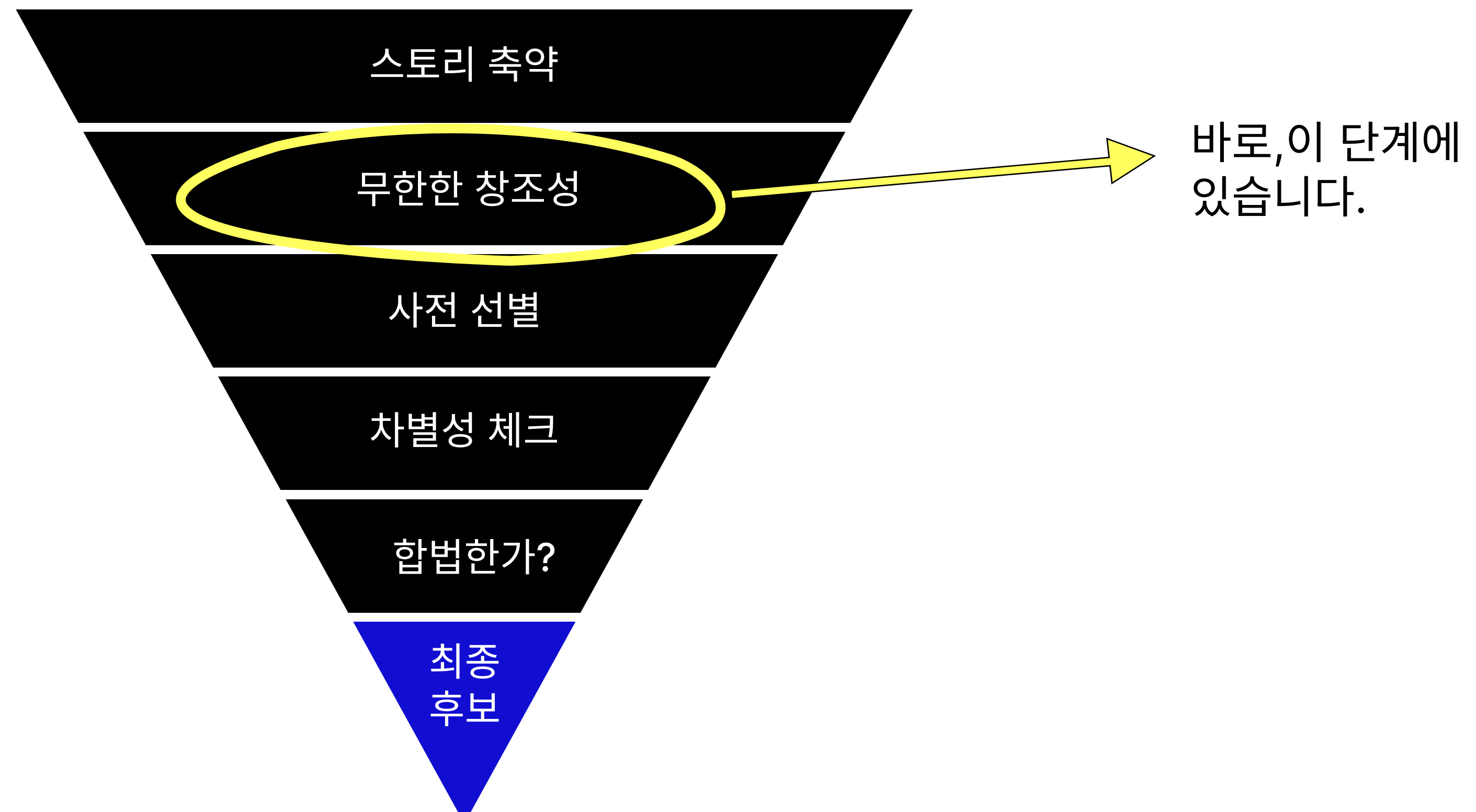
BRAIN STORMING

BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT

milliondot.office@gmail.com
www.milliondot.co.kr

무제한 브레인스토밍

스토리를 축약한 문장을 기반으로
최종 브랜드 이름을 선택하는 과정중
먼저, '무한한 창조'의 시간을 가지려고 합니다.



당신의 브랜드 이름

당신의 이야기와 짧은 문장을 쥐고
창의력을 발휘할 시간입니다.

스토리를 더욱 강력하고 탁월하게
표현할 수 있는 단어나 표현을
브레인스토밍하는 것은
매우 창의적인 과정입니다.

세 가지 포인트를 잊지 않는다면
더욱 도움이 될것입니다.

1. 제한이 없는
2. 생소한, 낯선
3. 편안하지 않은

무제한 브레인스토밍

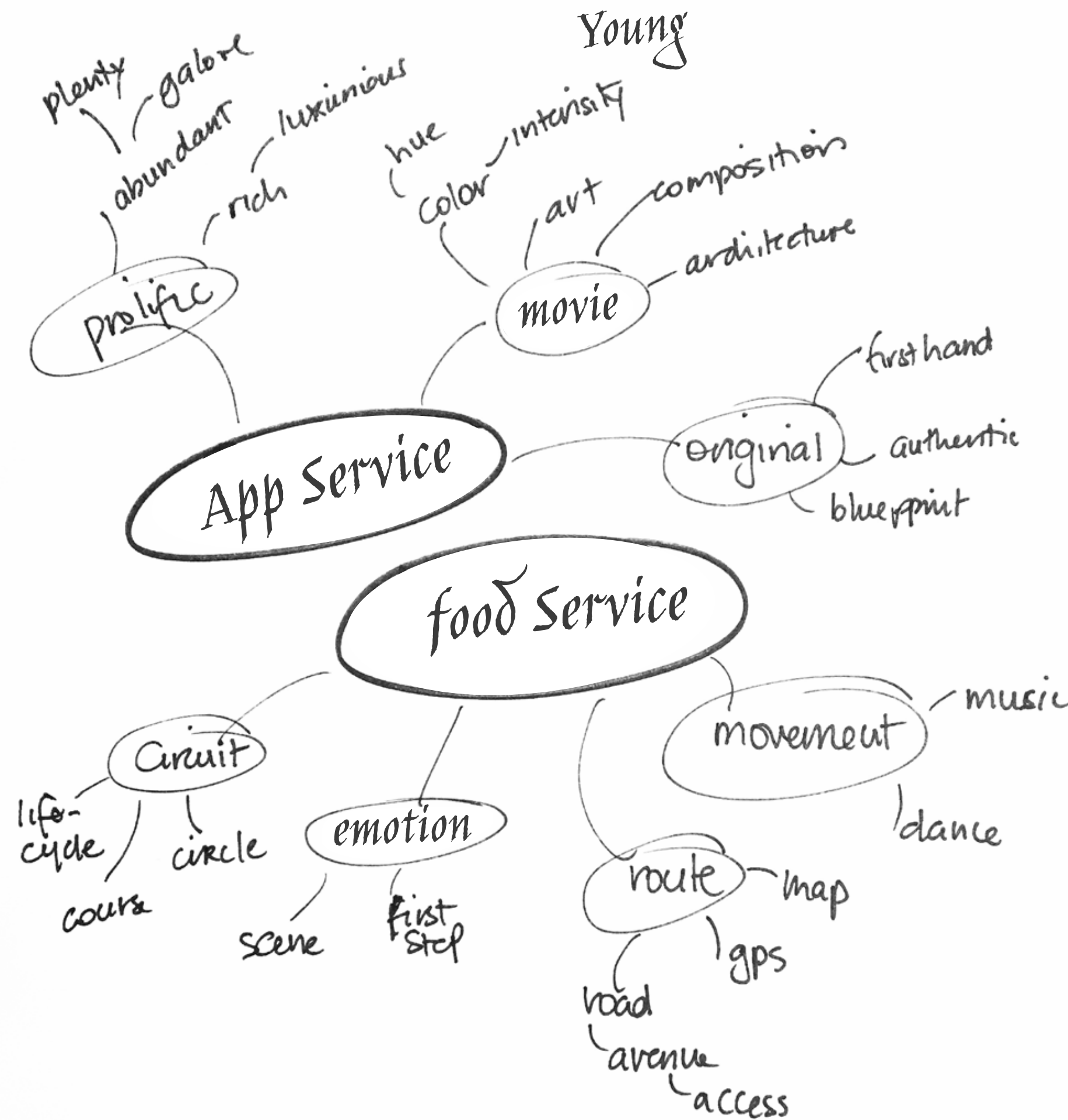
생각나는대로, 자유롭게, 경계를 허물고, 뒤집고
깨부수고, 상식을 벗어나, 즐겁게, 순간적으로,
고민하지 않고,

처음에는 아주 많은 단어와 이름이 필요합니다.
따라서 처음에는 제한을 두지 말고
모든 것을 탐색해보세요.

아무것도 억제하지 마세요.
판단을 피하세요.

나중에 아이디어를 구체화하는 데는 많은 단계가 있습니다.

하나의 이름으로 정리하려면 수백 개 혹은
수천 개의 아이디어가 필요합니다.





04

FILTERING

**BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT**

milliondot.office@gmail.com
www.milliondot.co.kr

사전 선별

**이제 몇가지 질문을 통해,
방향성이 다르거나 문제가 될 수 있는
몇가지를 먼저 걸러낼 수 있습니다.**

질문에 답해주세요.

1.개인적으로 선호하는 특별한 유형의 이름이 있습니까?

브랜드의 스토리와 성격에 상관없는
개인적으로 너무 사랑하는 표현이나 이름은 도움이 되지 않을 수 있습니다.
냉정함을 유지하고 바라보세요.

2.마음에 들지 않는 단어나 표현이 있나요?

그것이 상당히 흥미로운 것일지라도
아무리 노력해도 애정을 가질 수 없는 단어나 표현은
브랜드에 대한 개인 혹은 공동체의 열정을 식혀버리기도 합니다.

3.브랜드 스토리의 문맥에서 벗어나지 않나요?

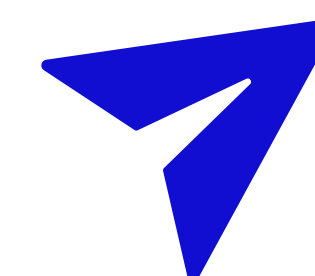
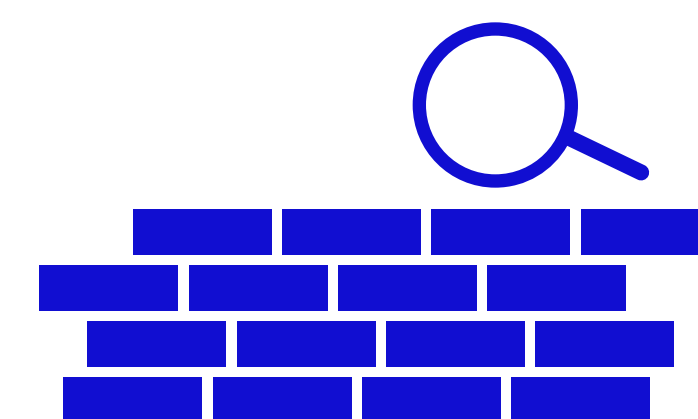
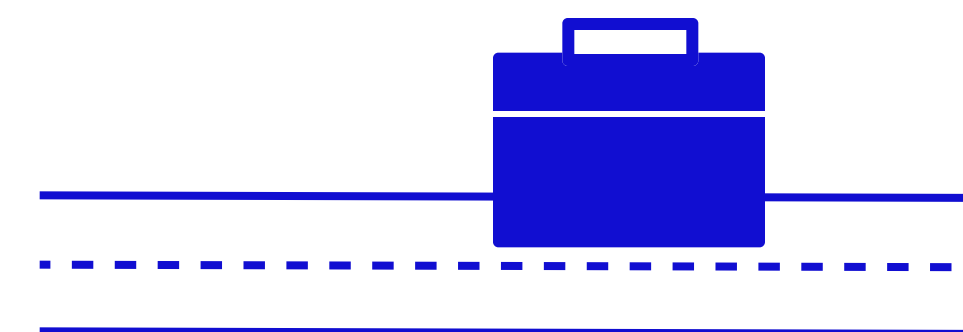
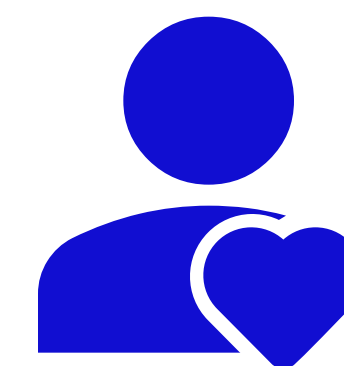
힘들게 정리한 스토리와의 연관성, 연계성이 없다면
과감하게 제외해주세요.

**4.특정한 나라나 지역, 그리고 문화적 영역에서
매우 부적절하게 여겨질 수 있는
단어나 표현이 있나요?**

다양하고 지속적으로 연결된 세상에서
이름은 수많은 국경과 언어를 넘나들고 있습니다.
그러나 한 지역의 일반적인 표현이 다른 나라나 문화에서는
금기시되거나 부정적인 표현일 수도 있습니다.

주의하세요.

- 1.사랑에 빠지지 마세요. (냉정함을 유지하고 바라보세요.)
- 2.이름이 문맥에서 벗어나지 않도록 하세요.
- 3.문화와 사회적 장벽을 무시하지 마세요.
- 4.주변 사람에게 너무 빨리 공유하지 마세요. (너무 이른판단을 하게 될 수도 있습니다.)



05

Differentiation & Scalability

BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT

milliondot.office@gmail.com
www.milliondot.co.kr

언어적 차별성 & 확장 가능성

이제 질문을 통과한 이름들의 차별성과 예측성을 검토하려고 합니다.

편안합니까?

편하기만 하다면, 좋은 이름이 될 수 없습니다.

특이한가요?

말은 쉽고 특별하며 재미있어야 하지만,
이는 보편적이고 언어적으로 수용 가능한 범위에서
생각하는 것이 좋습니다.

경쟁사들보다 눈에 띄나요?

경쟁사와 구별되는 특징을 지니고 있어야합니다.
결코 비슷한 이름으로 같은 게임에서 경쟁해서는 안됩니다.

명확한가요?

브랜드가 말하고자 하는 바가 명확히 들어나나요?

예측 가능한가요?

브랜드가 지향하고자 하는 제품이나 서비스의
성격과 가치를 예측가능하게 하나요?

확장 가능한가요?

브랜드가 성장함에 따라 제품이나 서비스의 영역을
확장하고자 할때
확장가능성을 가진 이름인가요?
한가지 서비스나 제품에 너무 집중된 이름이라면
피하는 것이 좋습니다.



06

합법성

LEGITIMACY

**BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT**

milliondot.office@gmail.com
www.milliondot.co.kr

전 세계적으로 약 5,600만 건에 달하는 활성 상표 출원이 있으며 계속 증가하고 있습니다.
그리고 3억 3천만 개 이상의 등록된 도메인 이름이 있습니다.
원하는 이름이 이미 사용 중일 가능성이 있습니다.

합법적인 엄격한 심사 과정을 통해, 후에 발생할 수 있는 문제를 사전에 예방하고 장애물을 제거하여 이름이 안전하게 실용적이고 창의적인 수준에서 성공할 수 있도록 해야합니다.

브랜드나 상표이름의 소유권을 두고 법적인 논쟁을 해야하는 경우는 생각보다 많이 발생하고 있습니다.

반드시 지적 소유권에 대한 평가를 통해 안전한 이름을 소유하시기를 바랍니다.

상표권,저작권 검색 사이트: <http://www.kipris.or.kr/>

이제, 준비가 되었습니다

이제 이 이름은 '훌륭한 이름'으로
성장할 준비가 되었습니다.

하지만 이름이 브랜드 경험과 연결되기 전까지
그것은 단지 하나의 단어일 뿐입니다.

좋은 제품과 서비스를 통해
고객에게 좋은 경험을 제공하고

브랜드의 가치와 메시지를
다양한 매체와 커뮤니티를 통해 공유하고
피드백을 받고, 그 이름에 책임을 지는
이러한 과정들이 계속되어야만
브랜드의 이름은 드디어
훌륭한 이름이 되어

고객들이 좋은 결정을 하기 위한
네비게이션 역할을 할 수 있게 됩니다.

Nike IBM
APPLE Ford
Coca-Cola
amazon.com
배달의민족 3

당신의 미래에는 어떤 이름이 있나요?
밀리언닷은 당신이 그것을 찾을 수 있도록 힘을 더하겠습니다.

**BEYOND CONFOMITY
TO MILLIONDOT**

E. milliondot.office@gmail.com
T. 010.2559.1794
www.milliondot.co.kr

MILLIONDOT