

Equips efectius i creativitat

Creació d'idees de negoci per a aplicacions

Cinquena sessió

Continguts

1. Creació d'idees
2. Refinament i anàlisi d'idees
3. Preparació de la presentació
4. Millorar i finalitzar la presentació

Presentació idees (28/Maig/24)

5. Naming i treball en equip
6. Planificació del projecte



Naming

Hi ha tres tipus d'aproximacions per a crear el nom d'un producte:

- ◆ Crear una marca sense nom, una marca que s'identifica amb un **símbol**, exemple: Apple, Nike, McDonalds.
- ◆ Crear un nom que **descrigui** exactament el que fas, exemple: Burger King
- ◆ Crear un nom que **no existeixi** en el nostre vocabulari, exemple: Skype, Twitter.



Naming

Consells fonètics

Els noms **fàcils de pronunciar** es recorden més fàcilment i durant més temps que els difícils de pronunciar.

Els **sons sonors** es recorden més fàcilment, exemple: [Kodak](#), és un nom inventat molt fàcil de recordar.



Naming

Coses a evitar:

- ◆ Inicials
- ◆ Paraules en idiomes diferents al target
- ◆ Paraules que es poden pronunciar de maneres diferents
- ◆ Paraules difícils de pronunciar



Naming

Com crear un nou nom:

- ◆ Fent servir **prefixes o trossos d'altres paraules**, exemple: Acura, que prové d'accuracy (precisió)
- ◆ **Combinant paraules** rellevants que descriquin el teu producte, exemple: travelocity, suma de *travel* i *velocity*
- ◆ Fent servir **imatges o simbols** que reforcin el nom que volem que la gent recordi, exemple: alienware, que afegeix la icona de la cara d'un alien al nom per a reforçar-lo.



Naming

Humor:

L'humor ens ajuda a crear **simpatia** amb una marca, a més de fer-la més **fàcil de recordar**.

Però també ens resta professionalitat si l'humor no està ben escollit o és massa absurd.

 [mastersofnaming](https://mastersofnaming.com)



Exercici

Naming

Empresa d'exploració espacial necessita nom.
Les seves línies de negoci són: la fabricació de
naus interestel·lars, la mineria i el transport de
matèries primeres entre planetes.

Paraules clau: Espai, exploració, valor, vida,
viatge, planeta, distància, família, llar, creació,
societat, capacitat, poder.

Eslògan: Building Better Worlds



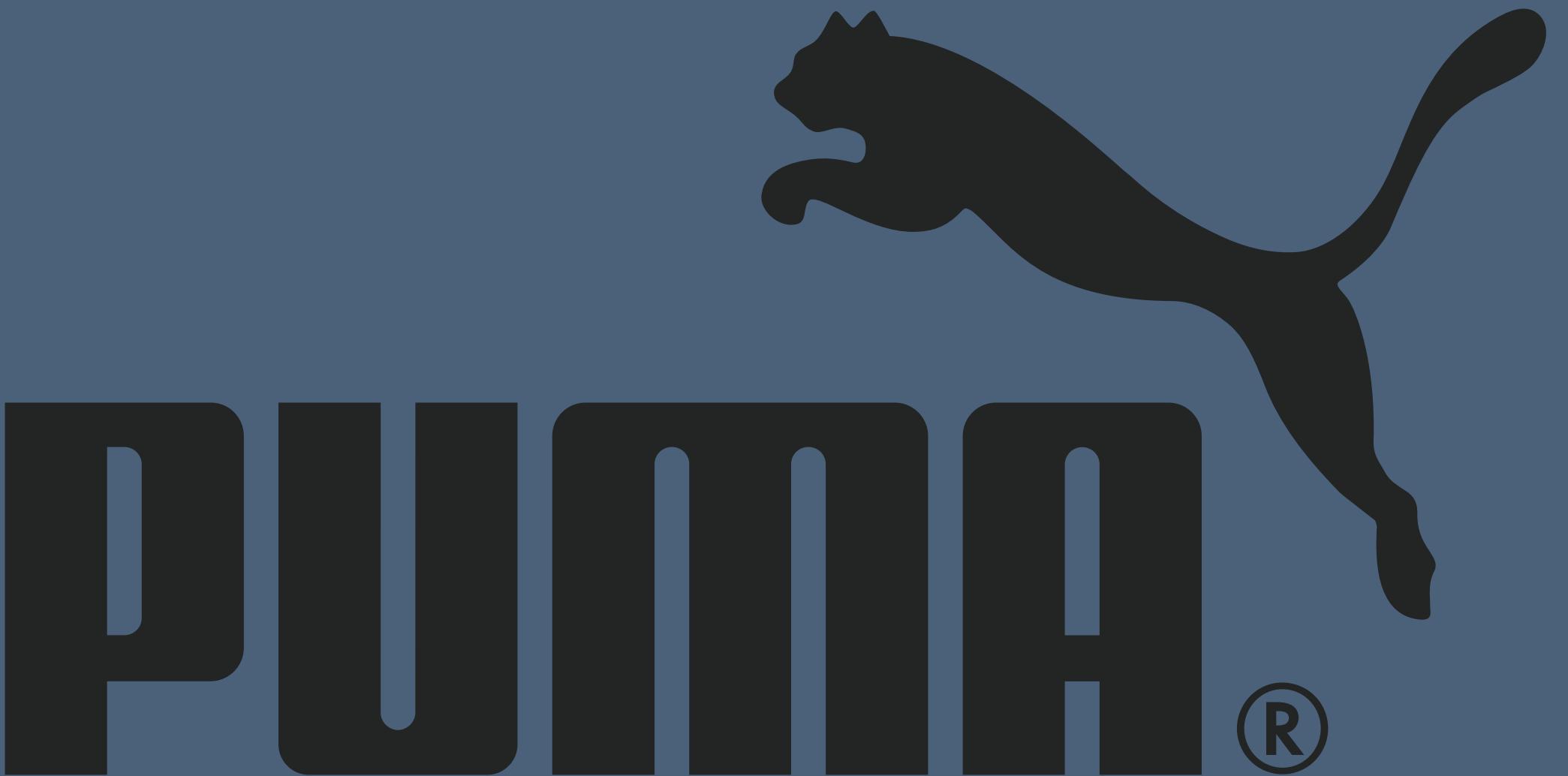
Logotip

El **logotip** (del grec λόγος, paraula, i τύπος, tipus), també conegut com a **logo**, és un signe gràfic, distintiu o emblema utilitzat per entitats comercials, organitzacions o individus amb l'objectiu de facilitar o promoure el reconeixement públic instantani d'un producte, servei o empresa.



Imagotip

El símbol i el nom de la marca formen una **unitat visual**, una única composició on els dos elements constitueixen un tot equilibrat i harmonitzat, sense estar fusionats.



Isologo

Combina símbol i text, però a diferència de l'imagotip, aquests elements **estan fusionats** de tal manera que la seva separació és impossible.



Isotip

La marca es representa únicament per un **símbol**, sense text.



Logotip

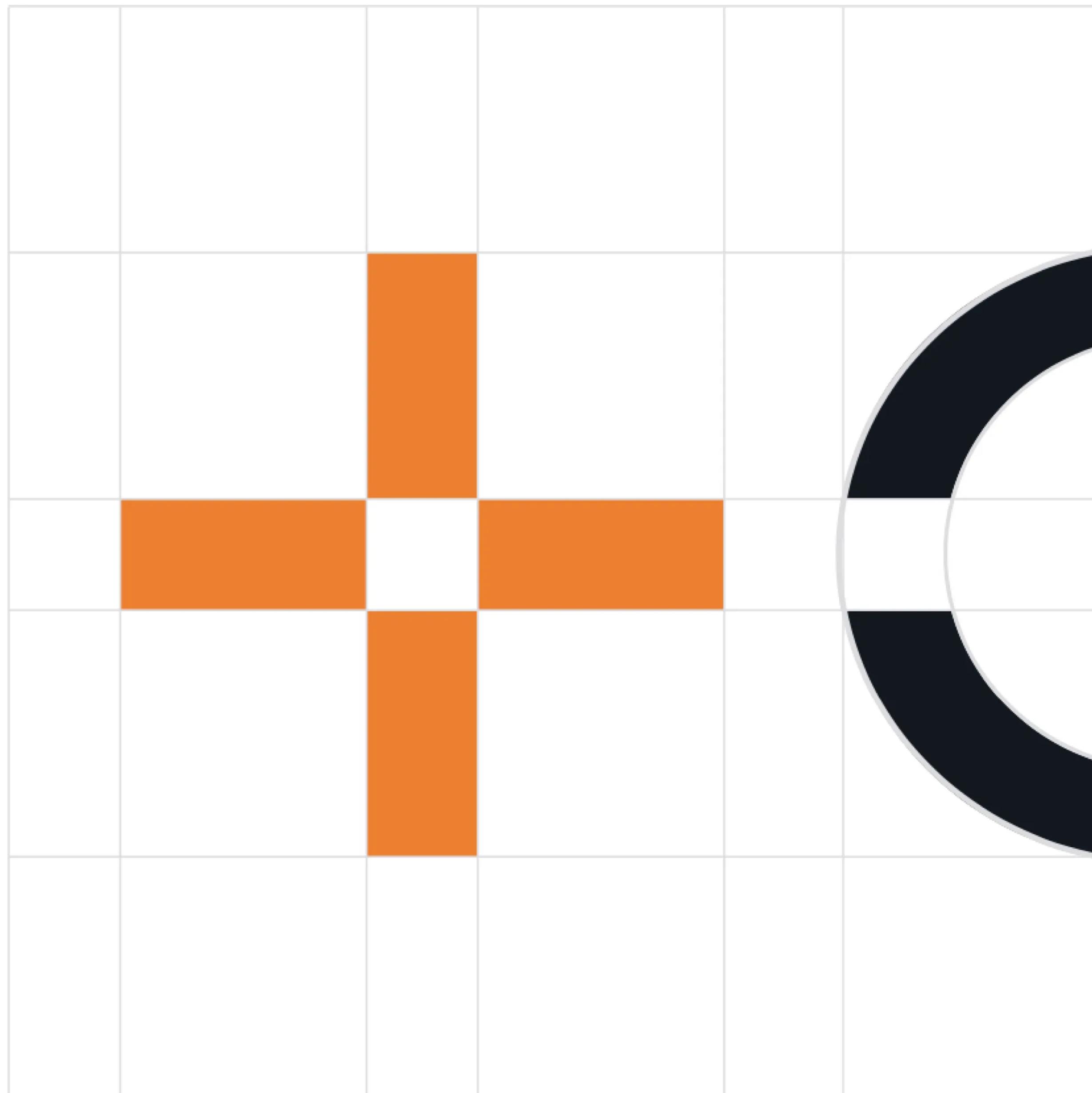
Tot i que engloba totes les representacions gràfiques de la marca, el logotip es podria considerar el **disseny gràfic aplicat al nom** en si de l'empresa o el producte.



WWW

Pàgines web sobre marques:

- ◆ **Brandemia**: <http://www.brandemia.org>
- ◆ **Brand New**: <https://www.underconsideration.com/brandnew/>
- ◆ **Logo Lounge**: <https://www.logolounge.com>
- ◆ **Logo Bucket** (Instagram): <https://www.instagram.com/logobucket/>
- ◆ **Logo Archive** (Instagram): <https://www.instagram.com/logoarchive/>
- ◆ **Behance** (Branding category): <https://www.behance.net/galleries/graphic-design/branding>



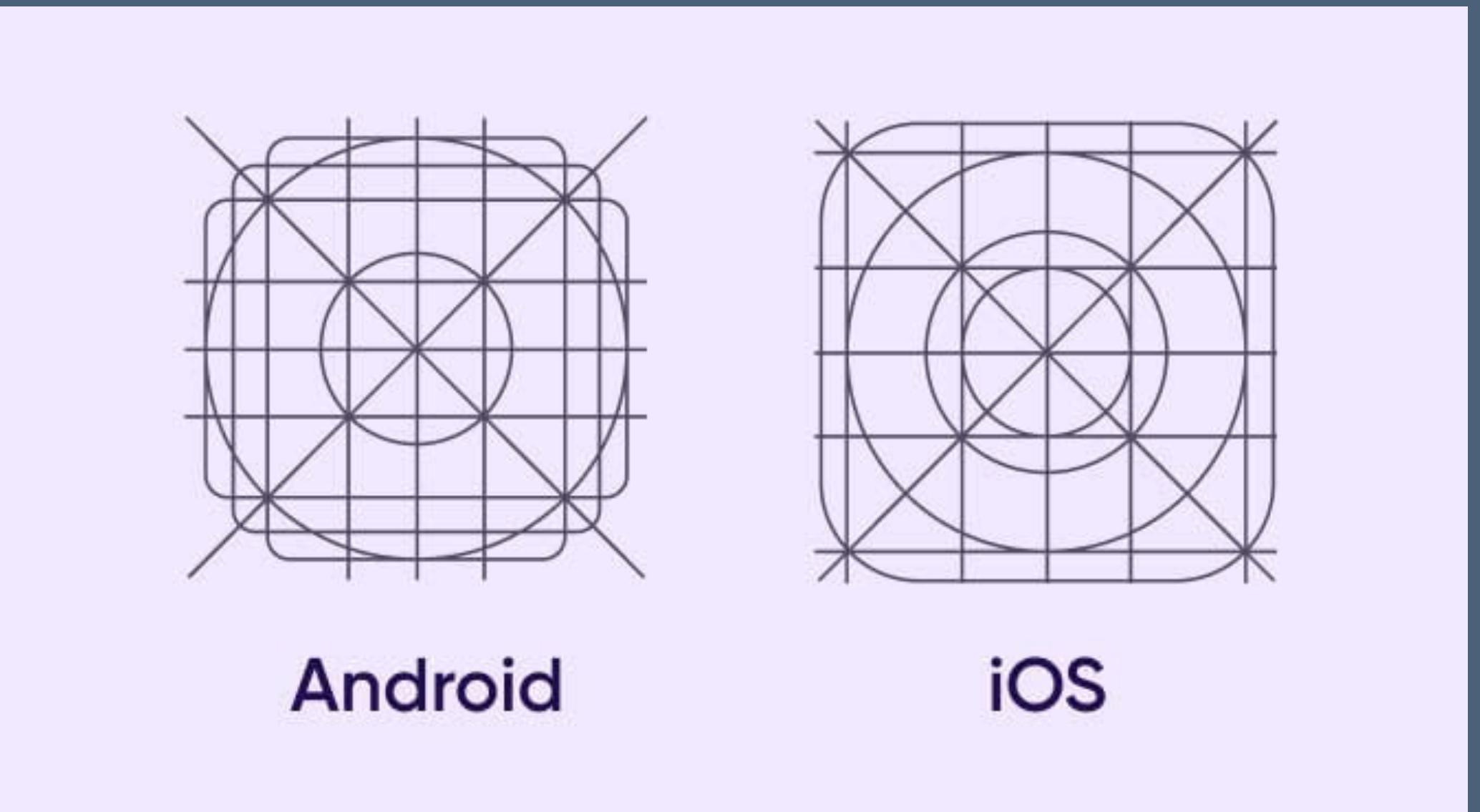
App icon

Apple App Store

- 1024 × 1024px PNG
- sRGB (color) i gris Gamma 2.2 (escala de grisos).
- Human interface Design

Google Play Store

- 512 × 512 px 32-bit PNG
- sRGB
- Google Play icon design specifications



Entrega

PDF amb:

- Naming de l'empresa d'exploració espacial.
- Naming de la vostra proposta d'idea de negoci.

