

worderful

Авторское портфолио по неймингу  
Наташи Крестеа

# Homre Design

## *Задача:*

*Разработать название для европейского мебельного бренда премиум-сегмента, работающего на российском рынке.*

## *Решение:*

Homre Design — вечные ценности для дома.  
Фамильное серебро? Фамильные драгоценности?  
Homre — фамильная мебель.

*Регистрация: 20, 21, 24, 27, 35 классы*

## «Югго» / Yuggo

*Задача:*

*Разработать лаконичное название для российского бренда радиаторов. Желательно некоторая «западность» звучания при хорошем считывании смысла для русскоговорящей аудитории.*

*Решение:*

Южный климат благодаря радиаторам Yuggo.  
Откуда тепло? С «Югго»!

*Регистрация: 11, 35 классы*

## Perola Barocca

*Задача:*

*Разработать название для ювелирного бренда мобильных телефонов.*

Решение:

Настоящий перл среди телефонов, поражающий роскошью материалов и эффектным дизайном.

# Republer

## Задача:

*Разработать название для мультифункциональной платформы по продаже рекламных мест в режиме реального времени (Real Time Bidding). Аукционная модель лоббирует интересы публичеров.*

## Решение:

Вся власть — издателям (публикерам). Ассоциация с республикой придаёт названию нужный масштаб, подчёркивая серьёзность бизнес-площадки.

Дорого, солидно — место, где крутятся большие деньги, подписываются контракты «республиканского» размаха.

[www.republer.ru](http://www.republer.ru) | [www.republer.com](http://www.republer.com)

# Woopidoo

*Задача:*

*Разработать название для яркого современного бренда торговой сети чизкейков.*

*Решение:*

Фонетическая звучность, эмоциональность. Слово-мем как обозначение чего-то весёлого, спонтанного — аналог yahoo!, йо-хо-хо!, wow!, whoop-de-doo!

[www.woopidoo.ru](http://www.woopidoo.ru)

*Регистрация: 30, 35, 43 классы*

# HotDot

## Задача:

*Название для компании, занимающейся веб-разработкой. Уникальность — использование передовых технологий.*

## Решение:

Ёмкие вербальные метафоры для сферы веба (dot) и понятия прогресса (hot) отражают главные ценности компании. А использованный в нейминге приём фонетической и графической рифмы — дополнительное подтверждение технологичности. Всё чётко, просто, логично.

[www.htdt.ru](http://www.htdt.ru) | [www.hotdot.pro](http://www.hotdot.pro)

# Werbary

*Задача:*

*Название для компании-разработчика веб- и мобильных приложений.*

Решение:

Компания, в гербарии портфолио которой представлены коллекционные веб-разработки.

[www.werbary.com](http://www.werbary.com) | [www.werbary.ru](http://www.werbary.ru)



# Domanta

Задача:

*Придумать название для интернет-магазина, предлагающего предметы интерьера и товары для домашнего обихода. Формат «Икеи».*

Решение:

«Домашнее» название магазина, товары которого претендуют стать доминантой уютного быта.

[www.domanta.ru](http://www.domanta.ru)

# WhyFly

## *Задача:*

*Разработать название сотового оператора с высокими стандартами клиентского сервиса.*

## *Решение:*

Окрыляющая степень свободы при пользовании мобильной связью, которую обеспечивают уникальные возможности клиентского сервиса. Улётные номера, улетные тарифы, улётный сервис.

[www.whyfly.ru](http://www.whyfly.ru)

*Регистрация: 38 класс*

## SNRG Group

### Задача:

*Нейминг группы компаний, занимающейся энергоаудитом, поставкой, монтажом, производством оборудования для энергетического сектора (теплоэнергетика и электричество) на всей территории РФ.*

### Решение:

Синергия (synergy) — слово, которое объединило в себе два ключевых понятия: «совокупность» и «энергия». Обыгрывание слова с помощью аббревиатуры — удачное попадание в стилистику названий промышленных магнатов и словесный приём, придающий имени оригинальность.

## О'рехнутый

*Задача:*

*Придумать запоминающееся название для фисташек — крупнокалиберных, с впечатляющим вкусом. Покупатель, увидев продукт на полке, должен сказать: «Вот крутая фисташка!» — и влюбиться в марку.*

*Решение:*

Влюблённые все не в себе — их переполняют чувства и эмоции. И есть отчего. Такой вкус... м-м-м... рехнуться можно.

*Регистрация: 29, 31, 35 классы*

# Webernetic

## *Задача:*

*Разработать нейминг компании интернет-маркетинга, которая занимается комплексным обслуживанием бизнеса в среде Интернет (от разработки стратегии развития до её воплощения).*

## *Решение:*

Основой названия послужило слово «кибернетика» — междисциплинарная наука, которая возникла на стыке математики, логики, семиотики и социологии. Важную роль играет умение анализировать, находить общность, выявлять закономерности, понимать значение данных обратной связи. Всё это в большей степени приемлемо и для интернет-маркетинга, и для комплексности услуг компании.

[www.webernetic.ru/by/ua.com](http://www.webernetic.ru/by/ua.com)

*Регистрация: 35 класс*

# Supermarc@t

*Задача:*

*Разработать название интернет-зоомагазина без слэсовых «пусси-муси». Имя должно интриговать и иметь свою фишку.*

*Решение:*

«Мы говорим Ленин — подразумеваем партия. Мы говорим партия — подразумеваем Ленин». Узко мыслите, товарищи! Мы говорим supermarc@t — подразумеваем кошку, собаку, супермаркет и Интернет.

[www.supermarcat.ru](http://www.supermarcat.ru)

*Регистрация: 35 класс*

## Blitz

### Задача:

*Придумать название для оконной системы Rehau, которая будет выводиться как антикризисное предложение в рамках клиентской программы поддержки.*

### Решение:

У хорошего стратега всегда есть план быстрого реагирования на изменения рынка. Блиц — молниеносный ответ, вспышка, озарение. Название ёмко отражает характер и временность проведения акции. Само слово «блиц» пришло из немецкого языка, что идеально соотносится с маркой Rehau — известной немецкой компанией.

## «Жи & Ци»

*Задача:*

*Разработать название для ресторана, публика которого — писательская и околослитературная тусовка.*

*Решение:*

— «Жи-ши» пиши с буквой «и».  
— Не та хозяйка, что красиво говорит, а та, что хорошо щи варит!

*Регистрация: 43 класс*



## Menew's

### Задача:

*Необходимо название для ресторана, концепция которого должна быть связана с темой журналистики, так как заведение будет находиться на территории Союза журналистов России.*

### Решение:

Слово «меню» — это уже хорошая новость.  
— Господа, у меня для вас две новости: одна хорошая и одна плохая. Хорошая: у нас открылся ресторан Menew's, плохая — все «журнальные» столики уже заняты.  
Вторые блюда — «Горячие новости»  
Блюдо дня — «Спецвыпуск»  
Фирменное блюдо — Editor's choice  
Официанты — спецкоры

*Регистрация: 43 класс*

# Baobyte

*Задача:*

*Разработать название для крупного интернет-супермаркета высокотехнологичных IT-товаров.*

*Решение:*

Магазин, где товаров на миллионы гига-, нет, не гига- — баобайтов.

[www.baobyte.ru](http://www.baobyte.ru)

*Регистрация: 9, 11, 35, 37, 38, 42 классы*

## Urbanda

*Задача:*

*Разработать название для магазина оборудования и снаряжения для пейнтбола, а также таких экстремальных видов спорта, как страйкбол, сноубординг и т. п.*

*Решение:*

Детская романтика «Казачков-разбойников». Возможность взрослому человеку вырваться из тисков урбанизации. Бунтарство и дух свободы.

[www.urbanda.ru](http://www.urbanda.ru)

*Регистрация: 35 класс*

## Chio-Rio

*Задача:*

*Разработка названия для молодёжного ювелирного бренда — украшения из наборных бусин (шармов).*

*Решение:*

*Яркий сувенир-украшение, который напоминает о прошлых поездках и удивительных событиях.*

[www.chiorio.ru](http://www.chiorio.ru)

*Регистрация: 14, 35 классы*

## Since & Forever

### Задача:

*Разработка названия для ювелирного бренда с концепцией «Связующие нити» — объединение людей с помощью украшений (романтические отношения, узы брака, подарок на память).*

### Решение:

Есть только Since & Forever между прошлым и будущим.  
Since 1856.  
Diamonds are forever.  
Мы с вами с тех пор и навсегда.

*Бесконечно ваши,  
Since & Forever*

[www.sinceforever.ru](http://www.sinceforever.ru)

*Регистрация: 14, 18, 25, 35 классы*

# FrozenRosen

*Задача:*

*Разработать название для сети кафе по продаже замороженных йогуртов — нежного и полезного десерта.*

*Решение:*

Розовые розы, лютые морозы — так поэтично можно описать процесс приготовления йогуртов FrozenRosen.

[www.frozenrosen.ru](http://www.frozenrosen.ru)

*Регистрация: 29, 30, 35 классы*

## «Муар»

### Задача:

*Разработать нейминг для авторского проекта — написание женских романов на заказ.*

### Решение:

Клиенты писательницы — люди, решившие, что их романтическая история, биография или воспоминания достойны памяти страниц. Ведь «рукописи не горят». А иногда просто хочется стать героиней, если не чьей-то жизни, то собственного романа. Мемуары, амур, вуаль — муар... Шелест шёлковой ткани, который неизменно сопровождал мадам Бовари, Анжелику, Скарлетт О'Хара...

[www.muar-muar.ru](http://www.muar-muar.ru)

## Glassno

### Задача:

*Разработать нейминг для компании, которая занимается производством светопрозрачных конструкций с последующим монтажом. Тот редкий случай, когда компания заслужила свою репутацию умом и мозолями.*

### Решение:

Классное качество работ по остеклению компании гласно говорит само за себя. Тот редкий случай, когда компания заслужила своё громкое имя.

[www.glassno.ru](http://www.glassno.ru)



## Я & я

Задача:

*Придумать название и слоган для проекта семейного психолога Натальи Никитиной.*

Решение:

Со своими клиентами Наталия пытается разобраться в извечной теме «Отцы и дети». Внутренние противоречия, когда в нас одновременно уживаются несколько «я». А также конфликт между личностями — большой (родителей) и маленькой (ребёнка). Или наоборот?

[www.ya-i-ya.ru](http://www.ya-i-ya.ru)

## AlterVega

### Задача:

*Разработать название программного продукта по созданию сообществ и форумов. Сервис будет отличаться интуитивностью и дружелюбностью технологического решения, которое учитывает индивидуальные потребности пользователя.*

### Решение:

Название без разного рода IT-приставок сразу показывает, что продукт действительно для человека, а не киберадмина. Ассоциативная связь с alterego говорит о том, что интерфейс системы создавался с учётом потребностей пользователей и возможностью персонализации.

[www.altervega.ru](http://www.altervega.ru)

## «Технозавр»

### Задача:

*Разработать название для интернет-ресурса, посвящённого строительной, горнодобывающей, транспортной и другой тяжёлой спецтехнике. Торговая площадка с элементами социальной сети.*

### Решение:

Найден яркий ассоциативный образ — динозавр. Мощь и сила, присущая тяжёлой технике. Игра слов как инструмент нейминга позволила сделать название более дружелюбным и менее тяжеловесным по эмоциональному восприятию — что важно для социальной площадки.

[www.technozavr.ru](http://www.technozavr.ru)

## Est-a-Tet

### Задача:

*Разработать название для компании, оказывающей полный комплекс услуг на рынке недвижимости. Ориентированность на долгосрочное обслуживание клиентов по цепочке: квартира экономкласса — апартаменты в клубном доме — загородная недвижимость — недвижимость за рубежом.*

### Решение:

Надежность, личностность отношений, конфиденциальность — ключевые слова для стратегии агентства недвижимости, претендующего на долгосрочные отношения с клиентом. Это было обыграно в самом слове «недвижимость» — realstate.

[www.estatet.ru](http://www.estatet.ru)

## Меховое solo

### Задача:

*Северо-Западная меховая компания NorthWestFur, занимающаяся поставкой в Россию импортной пушнины, открывало новое направление деятельности — изготовление готовых меховых изделий на заказ. Предложение, нацеленное на демократичную стильную публику. Для этой услуги требовалось придумать название без созвучности с «ателье индивидуального пошива» и какого-либо «запаха нафталина».*

### Решение:

*Дешёвым клише, таким как индивидуальный, авторская-работа-на-заказ, была найдена красивая замена: solo — ёмко, образно, артистично. Уточняющее определение «меховое» указало на специфику услуги и внесло ясность понимания названия без визуального сопровождения.*

## «Даркет»

### Задача:

*Разработать название и слоган для интернет-магазина подарков.*

*Основной коммуникативный посыл — широкий выбор подарочных сертификатов в одном месте; простой и быстрый способ поиска подарка для любого человека (будь то шеф или близкий человек, ребёнок или взрослый).*

### Решение:

Ларёк < магазин < рынок (маркет) < супермаркет < гипермаркет — градация торговых мест по объёму предлагаемого ассортимента. Взяв за основу словообразования «маркет», мы сразу вышли на ассоциации с большим выбором и определённым стандартом сервиса. Соединили с другим ключевым словом «дар».

[www.darket.ru](http://www.darket.ru)

## Prêt-à-Platée

### *Задача:*

*Разработать название для сети магазинов класса люкс, предлагающих комплексное формирование кухонного пространства с особым акцентом на готовые дизайнерские решения.*

### *Решение:*

Уникальность сервиса магазина — возможность подобрать готовое решение при указанном бюджете. «Прет-а-порте» — линия готовой одежды. «Прет-а-плате» — используя приём звуковой рифмы, получаем название для магазина готовых коллекций, где вам всё приносят на блюдечке. Французский язык добавляет шарм и изящество, а созвучие с известной фразой из мира высокой моды позволяет соотнести название с категориями дизайна и стиля.

*Регистрация: 35 класс*

## Co2Fe

### Задача:

*Разработать название для кофейни, где собирается богемная публика. Среди посетителей много иностранцев.*

### Решение:

«Cigarettesandcoffee, man... That's a combination». Идеей для названия послужил фильм «Кофе и сигареты» культового режиссёра Джима Джармуша. Фильм из одиннадцати новелл, в которых актёры и музыканты за чашкой кофе, с неизменной сигаретой в руках спорят, шутят, философствуют, рассказывают нелепые байки, предаются воспоминаниям, обмениваются идеями. Богемная публика — поколение кофе и сигарет.



## FlakoN5

### Задача:

*Разработать название для магазина парфюмерии, ассортимент которого будет предоставлен известными брендами. Отобразить в нейминге элитность и качество предлагаемой продукции.*

### Решение:

В названии обыгрывается самый знаменитый в мире парфюм легендарной Коко Шанель, ставший символом элегантности и шика. А Мэрилин Монро превратила его и в самый сексуальный аромат, обронив фразу, что спать она ложится, одеваясь в пять капель Chanel N5.

## Roast'n'Roll

### Задача:

*Придумать название для ростерикофейни демократичного формата, а также для одноименной марки кофе, который будет продаваться и готовиться в этом заведении. Основная фишка — обжарка кофе будет происходить на открытом пространстве, то есть сам процесс будет доступен для обозрения посетителям кафе.*

### Решение:

Драйв, творческая свобода, кайф от участия в процессе обжарки кофе (пусть и в качестве зрителя), погружение в феерию и действо создания великолепных сортов кофе.

[www.instagram.com/roastnroll](http://www.instagram.com/roastnroll)

Регистрация: 30 класс

## Coritza

*Задача:*

*Придумать название для женской обувной марки в средней ценовой категории. Пожелание — отразить пронемецкость марки.*

*Решение:*

Обыгрываем русское слово в написании как немецкое. Обувь с изюминкой. Женственность, мягкость, деликатность, тепло семейного очага — такой ассоциативный ряд рождает это название.

[www.coritza.ru](http://www.coritza.ru)

*Регистрация: 18, 25, 35, 42 классы*

## Ping-Pong Branding

*Задача:*

*Разработать название для агентства интерактивного брендинга. Подчеркнуть отличие компании — использование интерактивных технологий для вовлечения пользователя в общение с брендом.*

Решение:

Пинг-понг — тизерное слово и очень точная метафора интерактива (ты — мне, я — тебе). Игровой момент — как нужный элемент для вовлечения в коммуникацию.

# Woolcano

*Задача:*

*Разработать название для марки вязанных аксессуаров. Hand made. Использование только натуральных материалов.*

Решение:

Шерстяные вещи вулканической теплоты.

[www.woolcano.ro](http://www.woolcano.ro)

## Believery

*Задача:*

*Разработать название для службы доставки из Америки. Название должно транслировать лёгкость и надёжность процесса.*

Решение:

Компания, которой можно доверить доставку даже самого ценного товара. Прозрачность процесса (трекинг) и ценовой политики ещё больше увеличивают кредит доверия.

**0,75**

*Задача:*

*Разработать название для сети алкогольных супермаркетов в среднем ценовом сегменте.*

Решение:

Ёмко и однозначно раскрываем продуктовую категорию магазина.

*Регистрация: 35 класс*



*Контакты:*

[www.worderful.ru](http://www.worderful.ru)

*e-mail:* natty.cristea@gmail.com

*skype:* natalia\_kristea

*Говорю на русском, английском и языке брендов.*

*Клиенты по неймингу:* Rehau, «Ювелирная сеть 585», Holcim, GinzaProject, «Пирит», Lexica, LegeAlto и десятки компаний среднего бизнеса.

*Окончила:*

Академию сервиса (1997)

Летний интенсив «Арт-дирекшн и копирайтинг» BBDO и Британской школы дизайна. Преподаватели — Леонид Фейгин и Светлана Майбродская (2006)

*Публикации о нейминге на портале Adme.ru:*

— «[Нейминг на пьяную голову](#)»

— «[Нейминг авиакомпаний: с небес на землю](#)»

— «[Дивиденды банковского нейминга](#)»



worderful

2009-2015