



De checklist van David Placek voor het bedenken van een sterke bedrijfsnaam:

- **KORT MAAR KRACHTIG.** Je hebt vaak maar een paar letters nodig om indruk te maken.
- **EEN DUIDELIJK DOEL.** Je bedrijfsnaam moet spreken voor je bedrijf.
- **ENTHOUSIAST.** Een saaie naam is een slechte naam.
- **SIMPLE.** Je bent geen speech aan het schrijven.
- **RELEVANT MAAR ONVERWACHTS.** Op het eerste gezicht heeft een goede bedrijfsnaam niet altijd een duidelijke link met het bedrijf. Als de klant doordenkt, worden ze aangenaam verrast.
- **CONCURREEREND.** Precies wat de concurrent niet doet.
- **LANG HOUDBAAR.** Je naam moet de tand des tijds kunnen doorstaan.
- **NIET TE GRAPPIG.** Een bedrijfsnaam is niet de plek om grappig te zijn, niet iedereen zal je humor waarderen.