

Extrait du econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

<http://econokoi.org>

# marketing-choisir-un-nom

- marketing - A faire -

Marketing ○

Date de mise en ligne : mardi 19 décembre 2006

## **Description :**

Quels enjeux liés à l'identification du produit ? Comment s'y prendre ?

---

econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

---

### Quels enjeux liés à l'identification du produit ?

Le nom du produit permet de l'identifier et d'exprimer ses spécificités. En effet, la stratégie marketing de l'entreprise sociale, alternative et solidaire repose sur l'authenticité du produit, ses qualités et le sens dont il est porteur, au nom desquels elle accepte le risque d'une demande plus difficilement mobilisable et solvable.

Le choix du nom est un moyen de faire du produit un support de communication.

### Comment s'y prendre ?

Les valeurs attachées au produit sont de précieux guides dans la recherche d'une appellation qui peut s'attacher :

- ▶ aux mots qui désignent le produit ou l'objet de l'entreprise ;
- ▶ au nom du lieu d'origine, du producteur ou de la coopérative productrice ;
- ▶ à une désignation générique ;
- ▶ à des recherches plus symboliques.

**A noter** : Restent, dans ces choix, quelques fausses notes à éviter :

- ▶ ce qui rapproche les noms de marques "publicitaires" avec leur côté "fun" et leurs exagérations marchandes ;
- ▶ des noms trop éloignés de ce que l'on cherche à communiquer, quand on ne dispose d'aucun des budgets qui ont pu imposer "1664" pour une bière ou "Schweppes" pour une boisson gazeuse.