

EKONOMI

Antal lediga jobb
Anläggningsmaskinförare

242

+15% sen förra månaden

Antal arbetssökande
Anläggningsmaskinförare

1988

-9% sen förra månaden

Byggstarter 27 Ekonomianalys 28 Anläggningsmaskinindex 29 Reportage 30

Spaning: Hults gräv i Katrineholm eller Svenska riksentreprenader? Att bestämma vad företaget ska heta är mer betydelsefullt än vad många tror. Rätt namn kan ge konkurrensfördelar.

Text och foto: Anders Myrdal

Konsten att sätta rätt namn på företaget

ett namn som inte når ända fram kan istället ge en skev bild av ditt företag, vilket riskerar att du hamnar i ett onödigt underläge.

Du som ska dra igång en verksamhet och är i färd med att döpa ditt företag har en hel del saker att tänka på: Hur ser verksamheten ut när du startar firman och hur kommer den se ut om 5-10 år? Och hur vill du att namnet ska uppfattas av omvärlden, det vill säga kunder och potentiella kunder?

– Att bestämma sig för ett passande namn kopplat till ditt företag och din verksamhet kan ge dig konkurrensfördelar. Välj ett namn som håller på långsikt och undvik trendiga namn och ordvitsar som kanske inte känns så kul om tre år, och alltså snabbt kan bli omoderna. Och välj hellre ett emotionellt drivet namn än ett tekniskt namn, berättar namnstrategen Katarina Nilsson, som har minst 15 års erfarenhet av att jobba med små och stora företag.

Ett varumärke är hela känslan och upplevelsen av företaget. Det innefattar flera saker, bland annat företagsnamn, allt som har med det grafiska att göra och hur webbsidan ser ut.

– Ett företagsnamn är en väldigt viktig identitetsbärare som följer med under företagets hela livscykel. Därför är det viktigt att tänka igenom ordentligt innan ett beslut tas vilket namn företaget ska ha.

Samtidigt som namngivning av företag inte är någon fullfjädrad vetenskap, finns det en rad olika skolor och strategier för hur ett företag ska döpas. Katarina Nilsson beskriver namntyperna i fyra grupper:



► Namnstrateg Katarina Nilsson föreslår att du ger företaget ett emotionellt namn snarare än ett tekniskt.

Beskrivande namn

Visar tydligt vad verksamheten erbjuder.

– En fördel med att välja ett beskrivande namn är att det har en låg acceptanströskel, men samtidigt signalerar det att företaget befinner sig långt ner i värdekedjan, det vill säga att kunderna förväntar sig ett lågt pris. För att komma ifrån det kan man kanske utöka med fler personer eller mer än gräv i exemplet Rolands gräv nedan.

Ett beskrivande namn kan vara svårt att registrera och det begränsar möjligheten att utvidga verksamheten. Exempel: Rolands gräv. ►

”Men ett bra företagsnamn kan aldrig rädda en dålig produkt eller illa utförd tjänst.”

Associerande namn

En vinst med att välja ett associerande namn är att det får kunderna att koppla samman varumärket med de egenskaper företaget står för. Associerande namn är mer unika än beskrivande namn, håller på längre sikt och är i regel enklare att skydda juridiskt.

– Namnstrategin kan även ge en känslomässig association, men det kan behövas en del arbete med att marknadsföra namnet.

Exempel: Klinkers Gräv & Bygg.

Fristående namn

Är ett sätt att hitta namn som har mer identitet i sig för att beskriva varumärket än att direkt beskriva vad företaget sysslar med. Fristående namn har bättre förutsättningar att hålla längre än främst beskrivande namn. Denna typ av namn kan liksom associerande namn kräva marknadsföring för att kunderna ska ta det till sig.

– En fördel med ett fristående namn är att det skiljer sig från mängden och gör det lätt att komma ihåg. Exempel: Telarco AB.

Geografiska namn

Kopplat till den lokala ort där företaget finns. Exempel: Kinna Gräv AB.

– Företag som väljer ett seriöst namn med ett starkt varumärke har bättre förutsättningar att få affärer. Det gäller både lokalt, nationellt och internationellt.

Det är till exempel skillnad att heta Nisses gräv eller att ha ett företagsnamn som Svenska riksentreprenader AB. Ordet gräv ger en begränsning medan entreprenader ger större möjlighet till utveckling.

– Därför funkar Nisses gräv inte heller så bra om företaget vill växa på en internationell marknad. Då gäller det att ha ett mer fristående namn.

Förutom företagsnamnet är det också viktigt att varumärkesskydda företagsnamnet. Det är inte minst av stor betydelse inför en försäljning av företaget.

– Men ett bra företagsnamn kan aldrig rädda en dålig produkt eller illa utförd tjänst, för företaget behöver leverera det kunden förväntar sig och lite till. Ett bra namn kan däremot hjälpa dig som hävstång i dina affärer.

För att hitta ett bra företagsnamn krävs det att tid avsätts, vilket gäller både mindre företag och större där ledningsgrupp och styrelse är inblandade. För att höja nivån ett snäpp i jakten på rätt företagsnamn kan det vara smart att anlita en professionell namnstrateg. I vissa fall kan det räcka långt med ett par timmars konsultation medan det kan krävas betydligt mer tid för större företag för att få fart på namntankarna. ●

Fakta

Vi tog fram några exempel på företagsnamn från maskinentreprenadsbranschen som kommenteras av Katarina Nilsson:

- ✿ Klinkers Gräv & Bygg, associerande namn kopplat till både verksamhetsområde entreprenad och VVS.
- ✿ Telarco AB, fristående namn som associerar till telefoni.
- ✿ Kinna Gräv AB, lokalt geografiskt namn.
- ✿ Rolands gräv, personbaserat beskrivande namn.

Namnen ovan är av skiftande karaktärer från de fyra områdena: Beskrivande, associerande, fristående och geografiska namn. Det är egentligen bara Telarco som har valt ett namn som sticker ut. Det associerar till telefoni och företaget har sina rötter i bredbandsbranschen. Namnet Telarco är öppnare och låter större än de företag som använder person- och ortsnamn.

ANNONS

MER LÄSNING:
AKTUELL FÖRDJUPNING!

www.maskinentreprenoren.se

