

de reconocimiento instantáneo. Esto provoca el efecto 'Fidget Spinner': una aparente locura mercadológica momentánea, tan volátil, que es sustituida rápidamente por otra tendencia con las mismas características.

¿El resultado? Negocios con nombres que sólo ponen en evidencia lo fuera de tono que están con la actualidad. Aceptémoslo: ¿qué tan factible es que le compres a un negocio llamado 'Tablas de Surf Ola K ase' o 'Malteadas Harlem Milk Shake'?

Evita nombres demasiado literales o genéricos

Recuerda que la omnicanalidad es un escenario que se presentará en el horizonte si tu negocio tiene éxito. Por ello, piensa que tal vez usarás canales o estrategias de marketing que se complicarán si tienes un nombre demasiado común o tan literal que será difícil de posicionar.

El ejemplo más claro para esto es el de 'Refacciones Económicas y de Calidad México'. Descriptivo, claro y con el toque nacional, ¿no? Ahora intenta posicionar tu negocio con una estrategia SEO entre un millar de

competidores que venden, como tú, refacciones económicas y de calidad. El horror.

Revisa los nombres de tu competencia

En tu vertical de negocio, quizás casi todos tus competidores usan palabras en inglés, o adjetivos relacionados con el producto o servicio. O tal vez ambas: todas las tiendas de coleccionables llevan la palabra 'Geek' o 'Friki' en su nombre. Todo esto lo encuentras si realizas un análisis de tus competidores. Ojo, no se trata de rechazar o colgarte de un nombre ya existente, sino de encontrar patrones u oportunidades para un nombre que destaque entre lo que todo el mundo ya hace y usarlo en favor de tu marca.

Prueba el nombre en entornos controlados

Ya tienes el nombre y todo parece increíble... hasta que generas el primer arte de campaña para Facebook y notas que tu nombre crea un inadvertido –y posiblemente ofensivo– significado que puede malinterpretarse. ¡Pero si todo en papel se veía tan bien!



Un mockup o modelo prototipo funcional del nombre de tu marca, como un logotipo o imagotipo, te ayudará a visualizar posibles conflictos antes de un lanzamiento o de montar todo el arte en tus distintas plataformas de comercio electrónico.

Piensa en los usuarios que todavía no te conocen

Quizás el primer gran acercamiento a nivel experiencia de usuario que tendrás con aquellos posibles clientes será el contacto inicial con tu marca. ¿Qué les dice? ¿El mensaje de tu marca es claro? ¿El nombre de tu marca deja claro lo que haces?

El reconocimiento de marca se mantiene como una de las prioridades entre los profesionales de marketing, y entre más complejo o difícil de recordar el nombre de tu empresa entre las opciones, mayor será el esfuerzo en etapas tempranas de tu negocio para aclarar este punto a tus usuarios.

No temas a la creatividad

Este punto tal vez sea contradictorio, considerando que este conteo ya lleva varios puntos de "cosas que debes evitar". Sin embargo, recuerda que intentas abrirte paso en el competitivo mundo del comercio electrónico, por tanto el nombre para tu empresa debe ser memorable.

Un juego de palabras que haga alusión a tu producto estrella, una frase que

recuerde el origen de tu negocio o quizás un chiste local que resuene entre tus clientes sean los contendientes para un gran nombre. ¡No descartes oportunidades que pueden volver único a tu negocio!

Revisa la disponibilidad del nombre que elijas

Hay tantas historias de nombres para empresas que vieron la luz sin antes revisar que ya existían antecedentes de ese mismo nombre en otras verticales del pasado. Una tarde de búsqueda en Internet puede ahorrar recursos al validar que tu idea es genuinamente única.

Incluso, algunos nombres y palabras pueden tener uso restringido por estar ligados a medicamentos o productos prohibidos en campañas digitales publicitarias. Revisa que el nombre de tu marca no sea una firma de baños portátiles en Sri Lanka o una galletera en Sudamérica. Vale la pena el esfuerzo. Sin importar si el candidato final surgió de un generador de nombres para empresas o de un ejercicio de ensayo y error entre los trabajadores de tu negocio, lo importante es que ese nombre sea memorable, comuníquese con claridad aquello que haces y te ayude a posicionarte mejor allá afuera. Y una vez que tengas el nombre para tu empresa, ¡no olvides registrarlos! Respalda tu marca desde una perspectiva legal es un paso clave para fortalecer tu emprendimiento dentro del comercio electrónico.

