

Een pakkende bedrijfsnaam

Zo kies je er een die bij je past

5 stappen
en 8 **gouden**
regels

~~Just Start It!~~

~~Starten Ga Ik~~

Ik Ga Starten

~~Goede Start BV~~

~~Eigen Bedrijf? Woop!~~



Ik ga starten



Rabobank

Hoe bedenken je een goede bedrijfsnaam?

Voordat je naar de Kamer van Koophandel gaat om je bedrijf in te schrijven, moet je eerst een pakkende bedrijfsnaam bedenken. Dit is een belangrijk onderdeel van de startfase van je onderneming, want de naam komt later overal terug. Een sterke handelsnaam is daarom van groot belang. Hoe vind je de naam die bij jouw bedrijf past?

Stap 1: beschrijf je bedrijf

Breng in kaart waar jij voor staat en probeer deze onderdelen in de bedrijfsnaam te integreren. Wat voor soort bedrijf ga je starten? Werk je straks in de bouw, de ICT of ga je aan de slag als consultant? En wat ga je precies doen? Welke diensten wil je leveren of welke producten ga je verkopen? Open je een webshop met specifieke producten of word je een handelsonderneming die vooral in- en verkoopt? Probeer jouw 'bedrijfsidentiteit' zo kort mogelijk samen te vatten.



Kies een naam die ook in de toekomst nog bij je bedrijf past.

Stap 2: ken je doelgroep

Wie zijn jouw klanten, wat voor mensen zijn dat? Beschrijf dit zeer duidelijk door de groepen te segmenteren. Hoe oud zijn ze? Zijn het studenten of werkkenden, ondernemers of overheidsmedewerkers? Welk beroep oefenen ze uit? De handelsnaam moet hen namelijk aanspreken. Een logische merknaam voor kinderspeelgoed past niet per se ook bij een consultancybureau.



Stap 3: maak een Business Model Canvas

Het zogeheten Business Model Canvas is een prima manier om alle bedrijfsaspecten op een overzichtelijke manier in kaart te brengen. Hierbij beschrijf je aan de hand van negen bouwstenen de organisatie, doelgroep, het verdienmodel, de klanten, relaties en leveranciers. Doordat je alle aspecten van je bedrijf grondig onder de loep neemt, kan het helpen bij het vinden van een passende naam.

 **Klik & lees verder**

Lees meer over de 9 bouwstenen van het Business Model Canvas



Stap 4: organiseer een brainstorm

Organiseer een brainstorm om zoveel mogelijk goede ideeën te verzamelen. Vraag vrienden en (ex)-collega's om hulp, zodat je vanuit verschillende invalshoeken input krijgt. Een marketeer kijkt doorgaans met heel andere ogen naar een bedrijfsnaam dan een accountant.

Plak grote vellen op de muren. Die gebruik je om de kern van je bedrijf te beschrijven: wat ga je doen, welke producten wil je verkopen en wie zijn je klanten?

Gebruik één post-it per idee, zodat je alle suggesties gemakkelijk kunt bewaren en onthouden. Schiet niets direct af; alle input is welkom en kan weer leiden tot dé geniale ingeving. Verzamel vervolgens alle ideeën, selecteer de beste opties en werk deze uit met behulp van de 8 gouden regels op de volgende pagina.



Vraag vrienden en (ex)-collega's om hulp bij het bedenken van een goede naam.

Stap 5: denk ook visueel

Bij een bedrijfsnaam hoort ook een logo. Denk na over wat je wilt uitstralen, wie je doelgroep is en welke kleur daarbij past. Wil je een creatieve uitstraling of ga je juist voor zakelijk? Dat heeft invloed op het lettertype. En welke kleur past daarbij? Kijk ook naar wat de concurrentie doet en hoe jij je hierin kunt onderscheiden.

Jansen Webdesign

Jansen Webdesign

De WebBroers.

Deze voorbeelden hebben alle drie een andere uitstraling. Denk goed na over welke stijl het beste bij jou past. Zodra je een globaal beeld hebt van wat je wilt, overweeg dan een professionele vormgever in te huren en een definitief ontwerp laten maken. Jouw logo en bedrijfsnaam vormen straks je visitekaartje, dus daarin mag je best wat geld investeren.



Klik & lees verder

Maak een bedrijfslogo in 6 stappen

8 gouden regels voor een pakkende bedrijfsnaam

Gouden regel 1: wees onderscheidend

Bedenk een originele naam waarmee je je onderscheidt van de concurrentie. Dit is lastig, want veel namen zijn al bezet en in sommige branches ben je enigszins beperkt (als begrafenisondernemer moet je duidelijk maken wat je doet en zijn geinige woordspelingen misschien niet zo gepast), maar probeer toch bij een enigszins unieke naam uit te komen. Alleen een beschrijvend woord als restaurant, consultant, wasserette of internetcafé is niet onderscheidend genoeg.

 **Klik & kijk verder**

Hoe vind je de juiste naam? Laat je inspireren op YouTube



Wist je dat je in je naam alleen @ & + mag gebruiken? Andere tekens keurt de KvK af.

Gouden regel 2: duidelijkheid is een must

De handelsnaam moet duidelijk maken wat jouw bedrijf doet. Open je een dierenartspraktijk? Noem het bedrijf dan Dierenartspraktijk Vondelpark of Dierenartspraktijk Jansen. Je kunt eventueel nog een speelse variant bedenken met animales of animals in de naam, maar zorg wel dat iemand met een ziek dier jouw praktijk makkelijk weet te vinden. De naam Fubaro klinkt best aardig, maar niemand zal daarbij snel aan een dierenarts denken.

Gouden regel 3: misleid niet

Doe je nooit groter of anders voor dan je bent. Een kleine kruidenier mag zijn zaak dus geen megastore noemen. Als je een eenmanszaak bent, mag je jouw bedrijf geen Jansen bv noemen. Meneer Jansen mag zijn sportwinkel ook niet Voetbalshop Robin van Persie noemen. Daarmee lift je mee op de bekendheid van anderen en dat mag niet.



hoe spel je.....?



Gouden regel 4: makkelijk te onthouden (en te schrijven)

Een bedrijfsnaam moet blijven hangen en dus moet deze kort en krachtig zijn. Je moet de naam goed kunnen uitspreken en er mag geen onduidelijkheid bestaan over hoe je de naam spelt, zodat iemand het bedrijf snel kan opzoeken. Iedereen googelt tegenwoordig alles wat los en vastzit: het is dus cruciaal dat jouw onderneming online goed vindbaar is. Je kunt nog zo'n hippe naam bedenken: als de doelgroep niet weet hoe je het schrijft, bereik je die niet.

Gouden regel 5: kies een slogan

Sommige ondernemers kiezen ervoor om een korte slagzin bij hun bedrijfsnaam te zetten. Enkele bekende voorbeelden zijn: 'geeft je vleugels', 'even Apeldoorn bellen' of: 'wast een berg, kost een beetje'. Het doel van zo'n slogan of pay-off is dat je hiermee een merknaam kunt versterken. Zo'n slagzin geeft - al dan niet op ludieke wijze - ook kort weer waar jouw bedrijf voor staat.



Gouden regel 6: ga voor tijdloos

Kies een bedrijfsnaam die ook op de lange termijn relevant blijft. Ga dus bij voorkeur niet in op trends, tenzij je je specifiek op één ontwikkeling wilt richten. Een onderneming met cd, vhs of usb in de naam is of wordt ingehaald door actuele ontwikkelingen. Ook met een extensie als .nl of .com loop je het risico dat je op een zeker moment achter de feiten aan loopt.



Zorg dat je naam niet te veel op die van een bestaand bedrijf lijkt.

Gouden regel 7: houd rekening met bestaande merken

Een bedrijfsnaam mag niet lijken op een bestaande merknaam. Een bakker die Bart Jansen heet mag zijn bakkerij dus geen Bakker Bart noemen. Die keten bestaat al en beide bedrijven zijn ook nog eens actief in dezelfde sector. Check het Handelsregister van de Kamer van Koophandel om te controleren of jouw beoogde handelsnaam nog vrij is. Je kunt de naam intypen en vervolgens rollen alle mogelijke bedrijven met dezelfde naam (niet alleen qua schrijfwijze, maar ook qua fonetische uitspraak) eruit.

 **Klik & lees verder**

Check op de KvK-website of de handelsnaam nog vrij is.

Gouden regel 8: vergeet de domeinnaam niet

Het is raadzaam een bedrijfsnaam te kiezen waarvan de domeinnaam nog vrij is. Het is in het huidige digitale tijdperk onbestaanbaar dat je niet goed vindbaar bent op internet. Dan is het een prettige bijkomstigheid wanneer je jouw bedrijfsnaam ook kunt gebruiken als domeinnaam voor jouw zakelijke website. Dit geldt niet alleen voor de uniformiteit en herkenbaarheid, maar heeft ook betrekking op de aan te maken e-mailadressen.

 **Klik & kijk verder**

Is de domeinnaam nog beschikbaar?

Bescherm je merk (of niet)



Ga bij jezelf na wat je in de toekomst wilt bereiken met jouw bedrijf. Als je nieuwe producten gaat ontwikkelen en verkopen, kan het verstandig zijn om de rechten van jouw logo en merk wettelijk vast te leggen. Een merk is de naam waaronder je een product verkoopt. Een handelsnaam is de naam van de onderneming en beschermt niet automatisch de merken die onder het bedrijf vallen. Jouw merk is namelijk onderdeel van het intellectueel eigendom van de onderneming. Als je dit niet afschermt, kunnen concurrenten jouw ideeën of producten namaken. Om dit te voorkomen, kun je jouw merk en logo apart deponeren bij het **Benelux Merkenbureau (BBIE)**.

Zo kwamen zij op hun naam



Nike

Het bedrijf werd in 1964 opgericht als Blue Ribbon Sports (BRS), maar de naam werd in 1972 veranderd in Nike: de naam van de Griekse godin van de overwinning. Er wordt wel beweerd dat het beroemde logo, de swoosh, de vleugel van deze godin verbeeldt, maar dat is een broodje-aapverhaal. Het logo stamt namelijk al uit 1971 en is destijds in opdracht van BRS door een student ontworpen.



Apple

Toen Atari en HP geen interesse toonden in de door hen zelf ontworpen personal computer, besloten Steve Jobs en Steve Wozniak op 1 april 1976 hun eigen bedrijf op te richten. Omdat het niet lukte een goede naam te bedenken, dreigde 'fruitariër' Jobs de onderneming Apple te noemen, tenzij iemand voor vijf uur 's middags een betere naam had verzonnen. Hij hoopte daarmee de creativiteit te stimuleren, maar niemand kwam op een beter idee.



MultiVlaai

Deze gebaksketen is een goed voorbeeld van 'what you see is what you get'. Oprichter Ton Beunis begon in Amsterdam verse, in Limburg gebakken vlaaien te verkopen. Al snel merkte hij dat mensen niet altijd een hele taart van dezelfde smaak willen. Daarom ging hij ook halve vlaaien verkopen en zelfs enkele taartpunten die allemaal te combineren zijn. Ook breidde hij het traditionele Limburgse assortiment van rijstevlaai en abrikozenvlaai uit met smaken als 'chocoladepassie-' en stroopwafelvlaai. Met recht multi-vlaaien dus.

Klik & lees verder

Een merk deponeren doe je zo

Merkregistratie: zo zit dat

Bouw een internationaal merk

10 bijzondere merknamen

Website: www.ikgastarten.nl

E-mail: redactie@ikgastarten.nl



www.facebook.com/ikgastarten



www.twitter.com/ikgastarten



www.linkedin.com/company/ikgastarten

Dit is een uitgave van MT MediaGroep in samenwerking met Rabobank Nederland. Niets uit deze uitgave mag op welke manier dan ook worden overgenomen of gereproduceerd zonder nadrukkelijke toestemming van MT MediaGroep en Rabobank Nederland.