

5 kenmerken van een geschikte bedrijfsnaam

CHECK, CHECK, DUBBELCHECK

Je bedrijfsnaam even verzinnen op een druilerige zondagmiddag. Kun je doen. Maar de meeste startende ondernemers hebben hier iets meer tijd voor nodig. Zorg in ieder geval dat hij aan deze vijf kenmerken voldoet. Tekst Carolien Dircken; Illustratie Len Munnik

1 Je bedrijfsnaam is bijzonder

Natuurlijk, een naam als Onlinedakpannen.nl laat er geen misverstanden over bestaan: jij verkoopt dakpannen online. En met een beetje geluk en flink wat budget eindig je ook nog op een goede positie in Google. Maar wat nou als jouw directe concurrent Dakpanonline.nl heet? Hoe voorkom je dan dat potentiële klanten jullie bedrijven verwarren en bij de verkeerde partij inslaan? Door een klein woordgrapje of sterke alliteratie in je bedrijfsnaam te verwerken, wordt jouw bedrijfsnaam bijzonder en zullen mensen 'm beter onthouden. En je dus ook sneller weten te vinden.

2 Je bedrijfsnaam is ook weer niet té bijzonder

Je kunt ook doorschieten in het bedenken van een onderscheidende naam. Een term in het Swahili of een bij elkaar gescrabbelde fantasienaam kan prima werken voor jouw bedrijf, mits het een krachtige naam is die goed blijft hangen. Of als je genoeg geld hebt om de naam stevig in de markt te zetten, zodat iedereen weet wie je bent. Het risico met een fantasienaam is echter groot. Wie onthoudt een term die niet bekend in de oren klinkt? En hoe weten mensen hoe ze die naam moeten spellen, als ze je zoeken via internet? Qredits heeft dat bijvoorbeeld mooi opgelost met de domeinnaam Credits.nl

3 Je bedrijfsnaam zegt iets over jouw denk- en werkwijze

Het rijtje met bedrijven die een lekker internationaal klinkende en fancy naam hebben gevonden, is eindeloos. Denk eens aan al deze weinigzeggende 'corren': Corus, Coris, Corbio, Corys en

Cordarius. Zeker bij de helft heeft de consument geen flauw idee wat zo'n bedrijf doet. Probeer dus in de keuze voor je bedrijfsnaam rekening te houden met het voorstellingsvermogen van je potentiële klanten. Hebben ze meteen door wat je biedt als je met een exotisch verzinsel de markt opgaat? Nee dus. Gebruik het liefst woorden en termen die je potentiële klanten nieuwsgierig maken en een hint geven over wat je doet.

4 Je bedrijfsnaam is toekomstproof

Dekt jouw naam de lading van je bedrijf nog steeds als je uitbreidt en honderd man personeel in dienst hebt? Of als je je werkzaamheden wilt uitbreiden? Een anti-voedselverspillingsrestaurant dat InStock heet, kan met gemak ook kookcursussen gaan verzorgen en meer worden dan een restaurant. Alleen al door simpelweg een naam te bedenken die duidelijk maakt wat de filosofie achter het bedrijf is. Slim. Bedrijfsnamen zijn ook zeer trendgevoelig. Waren in de jaren negentig afkortingen van namen hip en struikelde je begin deze eeuw over hippe cybernamen met cijfers erin (4You), nu zijn industriële termen helemaal in. Probeer verder te denken dan het hier en nu.

5 Je bedrijfsnaam spreekt je doelgroep aan

Als je vrienden jouw naam-met-woordgrap hilarisch vinden, wil dat nog niet zeggen dat het een voltreffer is. Ben je zelfstandig accountant en richt je je op serieuze bedrijven, dan kan een jolige naam al gauw zorgen voor opgetrokken wenkbrauwen. Maar dat betekent niet dat je de dertiende in het dozijn moet zijn. Probeer spitsvondig te zijn binnen je branche. ■



L E N

Je bedrijfsnaam registreren in 3 stappen

Je hebt 'm: de perfecte bedrijfsnaam! Nu bestaat de kans dat een ander bedrijf die naam ook al gebruikt. Of dat het een geregistreerde naam is. Zorg dus dat je zeker weet dat je deze naam mag gebruiken.

Stap 1 Check op www.kvk.nl/handelsnaam of (deze variatie van) jouw naam nog niet wordt gebruikt door een ander bedrijf. Beoordeel of de namen sterk op elkaar lijken. Betreft het dezelfde activiteiten? Overlappen de afzetgebieden of is dat in de toekomst te verwachten?

Stap 2 Check of jouw gewenste URL nog vrij is, op www.sidn.nl.

Stap 3 Ga na of je je bedrijfs- of merknaam wilt registreren bij het Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom (BBIE) op www.boip.int, zodat niemand anders met jouw naam of merk aan de haal kan gaan.

Stap 4 Check of de naam nog beschikbaar is voor sociale media zoals Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram en YouTube.

Waarom registreren bij BBIE?

"Door je naam te laten registreren bij het BBIE, is deze beschermd", zegt Jan Hart van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (BBIE). "Zo voorkom je bijvoorbeeld dat je een dure marketing-campagne opzet terwijl een ander bedrijf met dezelfde naam daar voordeel van heeft of dat mensen jouw werk verwarren met dat van een zzp'er met dezelfde naam. Ook voor kleine ondernemers kan het dus interessant zijn om hun (eigen) naam te laten vastleggen in het register."

Met dank aan De Naamafdeling en BBIE.