

# Bunna

## Naming

### Client

PortasCom este un grup de companii private din Botoșani, România, cu activitate în domeniile zootehnic și agro-alimentar, ținând către poziția de lider pe piața regională a Moldovei.

### Problemă

La sfârșitul anului 2003, compania dorea să introducă o linie de produse lactate pe o piață extrem de concurențială și sensibilă la preț, dominată de branduri locale și naționale afirmate. Lipsa unor avantaje competitive evidente în comunicarea de marketing a determinat PortasCom să inițieze crearea unui brand propriu, capabil să se impună pe piață într-un interval optim de timp. Grapefruit a dezvoltat strategia pentru noul brand, și a început implementarea acestei strategii prin crearea unui nume de brand.

### Soluție

Procesul de naming a dus, după studierea unui număr semnificativ de candidați, la crearea unui nume artificial, scurt și memorabil, dar în același timp plăcut și familiar. Conotațiile pozitive ale acestuia (bunătate, bunică), asociate ușurinței în pronunțare reușesc să comunice un brand credibil, convingător și atractiv, creând o aură de căldură, apropiere și siguranță și urmărind un impact puternic și durabil, cu potențial ridicat de a câștiga notorietate pe piața regională.

