

# Création de nom !

## ■ Cela mérite réflexion

L'identification précise de l'attraction et de son activité n'est pas toujours très claire. Il s'agit parfois d'un nom mal choisi, ou encore de l'absence d'une image propre, par exemple lorsque l'attraction fait partie d'une structure plus vaste.

## ■ Bon, mais encore ?

Il faut bien réfléchir à la dénomination et à sa déclinaison graphique. Le nom, c'est la carte de visite et aussi le premier support marketing de votre attraction. Et comme on peut le choisir, optons pour l'efficacité en tenant compte de différents paramètres incontournables dans le monde de la communication.

## ■ Soyons concrets

Le nom doit être compréhensible par tout le monde, et si possible dans plusieurs langues.

Le nom doit être choisi en fonction de sa déclinaison sur internet et dans d'autres médias "rapides" comme la radio et la télévision.

L'originalité peut coûter cher, car la communication est plus complexe à mettre en place.

## ■ Retenez bien ceci

- Le conseil : "simplicité rime souvent avec efficacité".
- Le choix du nom, c'est l'affaire des gestionnaires et des décideurs. Pour sa déclinaison graphique, il faut faire appel à des professionnels du secteur.

## ■ Les tuyaux du net

- Les conseils d'un expert en communication pour choisir la bonne dénomination et la protéger légalement : <http://www.journaldunet.com/management/0702/0702173-conseils-nom-societe.shtml>
- De la phase de réflexion initiale au dépôt de la marque, voici les 6 étapes pour trouver le meilleur nom pour votre produit, votre attraction ou votre site internet et son référencement sur internet : <http://www.conseilsmarketing.com/promotion-des-ventes/comment-choisir-un-bon-nom-de-marque-dentreprise-ou-de-site-internet> & <http://veilletourisme.ca/2011/01/12/referencement-naturel-l-abc-des-mots-cles/>

## ■ Le mot : référencement

Appliqué au vaste monde de l'Internet, le travail de référencement consiste à améliorer le positionnement et la visibilité d'un site dans des pages de moteurs de recherche.

Le référencement web s'articule autour de deux stratégies distinctes et complémentaires : le référencement naturel (ou organique) et le référencement payant (ou liens sponsorisés).

### Résumons-nous

- Le nom, c'est l'identité
- Le nom doit faire directement référence à l'attraction et à l'expérience qu'elle propose
- Il est pensé pour tous les publics et tous les supports de communication