

Jouni Hynynen

Kuinka yrityksen nimi valitaan



Liikeideasta brändiksi

Jouni Hynynen

Kuinka yrityksen nimi valitaan

Liikeideasta brändiksi

© Jouni Hynynen 2023

Valokuvat: Jouni Hynynen

Kannen suunnittelu: BoD – Books on Demand, Helsinki, Suomi

Kustantaja: BoD – Books on Demand, Helsinki, Suomi

Valmistaja: BoD – Books on Demand, Norderstedt, Saksa

ISBN: 978-952-80-0402-8

Yritysten ja brändien tunnuksien tietolähteinä ovat olleet patentti- ja rekisterihallituksen YTJ-tietopalvelu ja tavaramerkkitietokanta sekä Euroopan Unionin tavaramerkkiviraston tietokanta.

Tämä kirja on saanut tukea Suomen tietokirjailijat ry:ltä

Sisällysluettelo

Esipuhe	5
Kirjoittajan esittely	7
1. Nimi yrityksen elinkaarella	15
Unelmana yrittäjyys	15
Ideasta liikeideaksi	24
Yritysmuodon vaikutus nimen valintaan	37
Liiketoimintastrategia	42
Yrityksen perustaminen	48
Kasvu, kansainvälistyminen ja exit	52
2. Brändin rakentaminen	59
Brändi yrityksen menestystekijänä	59
Kenelle brändiä rakennetaan	67
Brändimarkkinointi	78
Millainen on hyvä brändin tunnus?	87
3. Näkökulmia yrityksen ja brändin nimen valintaan	95
Sisäiset tekijät: yritys, yrittäjä ja liikeidea	95
Myynnin ja markkinoinnin kannalta	109
Toimintaympäristö huomioiden	117
4. Brändin suojaaminen	129
Toiminimi kaupparekisteriin	129
Tavaramerkin rekisteröinti	134
Verkko- ja sometunnukset	144
Mallioikeus, patenti ja tekijänoikeudet brändin suojana	151
Brändin hallinta	160
5. Yrityksen nimen keksiminen	167
Kohti hyvää ratkaisua	167
Luovuusmenetelmät	172
Onnistunut nimen valinta	178
IPR-alan organisaatioita	181

Esipuhe

Suomessa ilmoitetaan kaupparekisteriin vuosittain lähes 40 000 uutta yritystä. Jokaisella tulokkaalla on edessään sama haaste: mikä yritykselle nimeksi. Hyvin valittu nimi kiteyttää yrityksen liikeidean, herättää luottamusta asiakkaissa ja innostaa yrittäjää jatkuvaan kehittämiseen. Hyvä nimi säteilee energiaa kaikkeen yrityksen toimintaan, sen kumppaniverkostoon ja ympäröivään yhteiskuntaan.

Nimen valinnassa voi myös epäonnistua. Huonosti valitulla nimellä yritys ei erotu kilpailijoista, asiakkaat saavat sen toiminnasta väärän käsityksen ja samankaltainen nimi johtaa riitaan toisen yrityksen kanssa. Pienikin kitkatekijä aiheuttaa vuosien varrella kertautuessaan ajan hukkaa ja taloudellisia menetyksiä. Nimen valinta on kauaskantoinen ratkaisu, joka kannattaa tehdä huolella.

Jokaisen yrittäjäksi aikovan on otettava huomioon digitaalisen kaupan haaste. Ei riitä, että yrityksen nimi erottuu oman kunnan katukuvassa. Sen on pärjättävä kilpailussa näkyvyydestä globaaleille verkkokaupoille ja nouseva esiin sosiaalisen median informaatiovirrassa. Monelle kilpailu käy ylivoimaiseksi. Toimintansa lopettaa vuosittain reilu 20 000 yritystä. Monet niistä nimen valinnasta johtuvien ongelmien vuoksi.

Yrityksen nimen valinta tehdään tilanteessa, jossa on paljon mietittävää. Liiketoiminnan kehittämisen ohella on huolehdittava lakisäätöistä velvoitteista, haettava starttirahaa ja laadittava liiketoimintasuunnitelma. Yrityksen nimen valinta jääkin monelta viime tippaan. Kaupparekisteri-ilmoitus on lopulta tehtävä ja keksittävä yritykselle nimi. Kiireessä tehty ratkaisu voi osoittautua toimintaa haittaavaksi riippakiveksi.

Hyvin valittu yrityksen nimi on arvokas aineeton omaisuus. Saavuttamalla asiakkaiden luottamuksen ja laajan tunnettuuden, siihen latautuu

mainearvoa. Pitämällä nimestä huolta, siitä voi vuosien varrella kasvaa merkittävä brändi. Tämän tulisikin olla ensisijainen tavoite. Yrittäjän on ratkaistava, rakennetaanko mainearvoa yrityksen toiminimelle vai erilliselle brändin tunnukselle, joka rekisteröidään tavaramerkiksi.

Vuodet kuluvat nopeasti. Aikanaan joku toinen kenties jatkaa yrityksen toimintaa ja on valmis maksamaan asiakkaiden luottamuksen saavutaneesta brändistä. Jos taas brändi ei vuosien varrella ota rakentumiseen, yrityksen myyntihinnaksi jää ehkä vain vanhentuneiden tilojen ja laitteiden arvo. Monelle yrityksen arvon kasvu on merkittävä osa toivottua eläketurvaa, joten brändin rakentamiseen kannattaa panostaa.

Arvoisa lukijani. Olet ehkä perustamassa ensimmäistä omaa yritystäsi. Tai olet opiskelija, jolle yrittäjyys on tulevaisuuden työllistymisen vaihtoehto. Tai sitten voit olla opettaja, yritysneuvoja, ehkä konsulttikin. Tässä kirjassa on kaikille hyödyllistä asiaa. Opit näkemään nimen valinnan osana yrityksen liikeidean rakentamista ja mahdollisuutena brändiarvon latautumiseen.

Kirjoitan aiheesta vuosikymmenten ja tuhansien asiakastapausteni kokemuksella. Tiedän miten vaikeaa yrityksen nimen valinta voi joskus olla ja mitä vahinkoja huonosta valinnasta on seurannut yrityksen elinkaaren aikana. Olen saanut auttaa monia mutta liian moni ei ole kuunnellut neuvojani. Nyt eläkeiän lähestyessä kovaa vauhtia kokoan työurani varrella hankkimani opit yksiin kansiin.

Tämä on kirja, joka minun olisi pitänyt saada lukea, kun aloitin yrittäjänä ensimmäisen kerran. Nyt sinulla on käytettävissäsi tieto, mitä itse olisin kipeästi tarvinnut. Toivon, että hyvin valitun nimen myötä yritys-toimintasi saa vankan pohjan, jolle rakentaminen on mielekästä ja kestävää. Ja kun aikanaan myyt yrityksesi toiselle, saat nimen suunniteltuun käyttämäsi panostuksen korkojen kera takaisin.

Kirjoittajan esittely

Jokaiselle uudelle yritykselle on keksittävä nimi, jonka valintaan vaikuttaa yllättävän moni seikka. Kokonaisvaltaista tietopakettia ei ole aiemmin ollut saatavilla, joten lukijaa saattanee kiinnostaa, miksi juuri minä tunnen aiheen hyvin. Mutta jos sinulla on kiire käydä työhön, voit siirtyä eteenpäin tutkimaan, kuinka yrityksen nimi valitaan kestävästi koko yrityksen elinkaaren ajaksi - ja siitäkkin eteenpäin.

Aikuisikään tullessani tietoni yritystoiminnasta ja keksimisestä rajoittui Aku Ankan tarinoihin. Minun kouluaikanani ei ollut työelämään tutustumisen jaksoja. Valitsin taloustiedon sijaan konekirjoituksen, josta toki on ollut paljon hyötyä tietokirjailijan urallani. Omasta yrityksestä en osannut haaveilla mutta yritteliäs olen ollut aina. Keräsin jätepaperia ja pulloja, kunnostin polkupyöriä, jaoin mainoslehtiä ja tein paljon muutakin kustantaakseni harrastukseni. Koulunkin sain hoidettua.

Yliopisto-opintoni kokeellisen ydinfysiikan parissa sijoittuivat 80-luvulle. Opiskelu tähtäsi joko opettajan tai tutkijan uralle. Valitsin jälkimmäisen. Yrittäjyydestä en muista kuulleen puhuttavan kuusi vuotta kestäneiden opintojeni aikana. Valmistumisen jälkeen suoritin asepalveluksen. Kotiuduttuani työvoimatoimisto kutsui minut työllisyyskursseille, aiheena tuotekehitys. Pääkouluttajana toimi silloinen Keski-Suomen Keksijäyhdistyksen puheenjohtaja Pertti Juvonen.

Keksijäyhdistyksen sihteeri ja yrittäjä

Kurssi oli käännteentekevä. Opin lyhyessä ajassa innostavia asioita yrittäjyydestä, tuotekehityksestä, luovuudesta ja keksimisestä - ja tietenkin keksijöistä ja yrittäjistä. Vierailimme keksijäyhdistyksen kokouksessa johti siihen, että minut valittiin palkattomaksi sihteeriksi tulevalle kaksivuotiskaudelle. Meriittiini oli olla nuorin läsnäolleista.

Keksijäyhdistyksen jäsenistä koottu idearyhmä kiersi yrityksiä ja kuntia auttamassa keksintöjen tekemisessä. Minä toimin ryhmän sihteerinä ja professori Rauno Tammisen apuna myös ideointitilaisuuksien vetäjänä. Hankkeen päätyttyä jatkoin toimintaa yrittäjänä 1990-luvun taitteessa. Luovuuskoulutukselle oli kysyntää, erityisesti kohta alkavan syvän laman aikana.

Yrityksen perustamisen hoidin omatoimisesti. Silloin ei ollut yritysneuvontaa, kiihdyttämöjä, internetiä eikä bisnesseminaareja. Kirjastosta löysin monisteen, jossa opastettiin tekemään yrityksen perustamisilmoitus maistraatissa. Minulle aiemmin tuntemattomasta virastosta löytyi lomake, mihin henkilötietojen lisäksi tuli kirjoittaa toiminimi ja sen kaksi vaihtoehtoa. Kuinka nimi tulisi valita, siitä ei kerrottu.

Maistraatin virkailija tarkisti lomakkeen tiedot, laitto siihen leiman ja otti vastaan säädetyn maksun - siinä kaikki. Yritysneuvontapalvelut ovat niistä ajoista kehittyneet hienosti. Mitä yrityksen nimen valintaan tulee, siltä osin tilanne ei ole juuri muuttunut. Kuka osaisikaan asiassa neuvoa? Kun tulostavoitteena on perustettavien yritysten lukumäärä brändien sijaan, vaikeaan aiheeseen ei ole ollut tarvetta perehtyä.

Teknillisen oppilaitoksen opettaja

Samoihin aikoihin sain sattuman kautta osa-aikaisen fysiikan tuntiopettajan paikan Jyväskylän teknillisestä oppilaitoksesta, tekusta. Innostuin kehittämään uusia opetusmenetelmiä. Sain energiaa opiskelijoiden hyvästä palautteesta mutta opin myös mitä muutosvastarinta tarkoittaa. Vakiintuneiden opetusmenetelmien haastaminen ei ollut kaikkien mieleen. En saanut tekusta vakipaikkaa ja se koitui onnekseni.

Kehitin osaamistani laaja-alaisesti. Opetustyön lisäksi tartuin kaikkiin muihinkin kohtaamiini mahdollisuuksiin. Jokainen uusi asia johdatti

seuraavaan. Olin jopa televisiossa kameramiehenä, minkä taidon opin kirjaston kirjasta. Yrittäjänä kävin pitämässä luentoja eri puolilla maamme. Tutustuin jatkuvasti uusiin yrityksiin, keksijöihin ja yritysneuvojiin. Opin huomaamaan maakuntien välisiä eroja mutta ainakin yksi asia yhdisti. Kuinka yrityksen nimi valitaan, oli vieras asia kaikille.

Keksintösäätiön keksintöasiamies

Keksintösäätiö rantautui Keski-Suomeen vuoden 1996 alussa. Säätiön edustaja, puolipäivätoiminen keksintöasiamies, sijoitettiin tekuun. Syksyllä hän vaihtoi toisiin tehtäviin ja korvaajaa haettiin talon sisältä. Kuka siihen olisi paremmin sopinut, kuin hieman yrittäjäkokemusta omaava entinen keksijäyhdistyksen sihteeri? Fysiikan opetus sai palata perinteisiin uomiinsa ja minun työurani lähti huimaan nousuun.

Keksintöasiamiehen tehtävän sijoittuminen tekuun perustui olettamukseen, että tekniikan opiskelu synnyttää keksintöjä ja niihin pohjautuvia yrityksiä. Teollisuuden imu oli kuitenkin liian kova. Teknikot ja insinöörit vietiin käsistä. Asiakaskuntaani kuuluikin harvojen opiskelijoiden lisäksi maakunnan yritykset ja yksityiset keksijät sekä vähitellen myös taiteilijat ja muut luovan alan toimijat. Syksyllä 1999 tehtävä siirrettiin TE-keskukseen, ELY-keskuksen edeltäjään, ja muutettiin kokoaikaiseksi.

Järjestin tapahtumia, olin esillä messuilla ja esiinnyin yleisötilaisuuksissa. Keksintötoiminta kiinnosti mediaa ja sain paljon näkyvyyttä. Kuvani oli lehdessä tuon tuostakin. Minua haastateltiin televisioon ja radioon. Keksintöneuvonnan tarve osoittautui loppumattomaksi suoksi, luottamuksellista juttukaveria kaivattiin. Puhelin kävi kuumana, aulassa oli jonoa ja saapuvien lokero täyttyi keksintöehdotuksista. Parinkymmenen vuoden aikana opin tuntemaan suomalaisen keksijän ja keksijäyrittäjän mielenlaadun iloineen ja suruineen.


IPR-asiantuntija (Intellectual Property Rights)

Keksintöasiamiehen tehtäviin kuului toimia myös patentti- ja rekisterihallituksen (PRH) alueellisena edustajana. Meidät koulutettiin immateriaalioikeuksien eli IPR-asioiden asiantuntijoiksi. Kävin kurssilla Amerikkassakin ja osallistuin eurooppalaiseen kehittämisprojekteihin. Yrityskäyntien lisäksi vierailin puhumassa yrittäjäkurseilla. Pidin luentoja myös ulkomailla. Huomasin olevani ainoa, joka oli perehtynyt tarkemmin yrityksen nimen valinnan haasteisiin.

Suoraa rahoitusta Keksintösäätiöstä saivat vain harvat mutta kaikki tarvitsivat hyviä neuvoja. Apua tarvittiin idean tuotteistamisessa ja suojaamisessa sekä lisensoimisessa ja työsuhdekeksintölain vaatimusten täyttämässä. Yrityksiä perustettiin keksintöjen ja muiden liikeideoiden varaan. Toiminimeksi valittiin teknistä ratkaisua tai palvelun luonnetta kuvaava ilmaisu. Oli työn takana saada innovaattori edes harkitsemaan brändin rakentamista.

Kurseilla ja seminaareissa opetettiin kuinka patenttihakemus tehdään ja miten sen käsittelyprosessi etenee. Lakimiehet esittelivät oikeustapauksia. Elinkeinoelämän vieraat tulivat suuryrityksistä, joissa firman nimi oli valittu jo kenties vuosikymmeniä sitten. Brändin rakentamisesta puhuttiin sivulauseessa mutta yrityksen nimen valinnan perusteista tuskin lainkaan. Herättäessäni keskustelua johdattelevilla kysymyksillä huomasin aiheen kiinnostavan muitakin. Mutta vastauksia ei kuulunut.

Kansainvälinen kauppa oli ja on edelleen pitkälti vakiintuneiden suuryritysten varassa. Paperi- ja metsäteollisuutta palvelevilla alihankintayrityksillä ei ole ollut polttavaa tarvetta brändin rakentamiseen. Startup-kulttuurin rantautuessa lopulta myös meille, brändiosaaminen ei seurannut perässä. Messuja, bisnesseminaareja ja jopa yliopisto-opintoja pidettiin hengästyttävää tahtia mutta yrityksen nimen valinta opetusai-



Suomessa perustetaan noin 40.000 yritystä vuosittain. Jokaisella on edessään sama haaste, kuinka yrityksen nimi valitaan. Tämä kirja kertoo, miksi nimen huolelliseen valintaan kannattaa panostaa ja mitä nimen valinnassa tulee ottaa huomioon.

Hyvin valittu nimi kiteyttää yrityksen liikeidean, herättää luottamusta asiakkaisa ja innostaa yrittäjää jatkuvaan kehittämiseen. Huonosti valitulla nimellä yritys ei erotu kilpailijoista, asiakkaat saavat sen toiminnasta väärän käsityksen ja samankaltainen nimi johtaa riitaan toisen yrityksen kanssa. Pienikin kitkatekijä aiheuttaa vuosien varrella kertautuessaan ajan hukkaa ja taloudellisia menetyksiä. Riskinä on myös joutua korvausvastuuseen toiselle yrittäjälle kuuluvien oikeuksien loukkaamisesta.

Nimen valinta on kauaskantoinen ratkaisu, joka kannattaa tehdä ajoissa ja huolellisesti. Tämä kirja on ensimmäinen, joka opastaa valitsemaan liikeideaan ja liiketoimintastrategiaan sopivan yrityksen nimen ja brändin tunnuksen. Kirja onkin todellinen alan perusteos kaikille yrittäjäksi aikoville ja yritysneuvojille sekä yrittäjyyden opettajille ja konsulteille. Onnistuneen valinnan myötä yrityksen nimeen latautuu arvokasta mainearvoa, liikeideasta kasvaa brändi, omistajalleen arvokasta aineetonta omaisuutta.



BoD



9 789528 004028