



วิธีการเริ่มต้นสร้างแบรนด์ ตอนที่ 2

หลังจากทำความเข้าใจกับความสำคัญของแบรนด์ในการขายอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนแล้ว หากท่านตัดสินใจที่เริ่มต้นสร้างแบรนด์ ก็คงจะพบกับคำถามที่สงสัยหนึ่งข้อคือ การเริ่มต้นสร้างแบรนด์ควรทำอย่างไร? ในบทนี้ เราจะเริ่มต้นจากแนวคิดโดยรวมในการสร้างแบรนด์ กำหนดจุดยืนของแบรนด์และระบบการมองแบรนด์ และการเตรียมตัวเบื้องต้นอื่นๆ

2. ขั้นตอนเบื้องต้นที่จำเป็นสำหรับการสร้างแบรนด์

หลังจากเข้าใจถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ในอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้ขายจะต้องใช้ชื่อแบรนด์และภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อเข้าถึงจุดจดจำของผู้บริโภคในต่างประเทศ ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดคือการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ซึ่งเราจะทำแนะนำอย่างละเอียดในเนื้อหาต่อไปนี้: แแบรนด์ควรจะหาการวางตำแหน่งแบรนด์อย่างไร การสร้างภาพลักษณ์ และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าอย่างไร ขั้นตอนและข้อควรระวังในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามีอะไรบ้าง?

2.1	<u>การวางตำแหน่งแบรนด์และผลผลิตภัณฑ์</u>	3
2.2	<u>การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า</u>	5

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 4 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบเพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

2.1 การวางตำแหน่งแบรนด์และผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เป็นจุดสำคัญของแบรนด์ การวางตำแหน่งของแบรนด์ก็ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ขายด้วย เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีเป้าหมายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันและไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น มีดโกนหนวดส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย รกยนต์ของเล่นส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก และเสื้อผ้าสำหรับนักธุรกิจส่วนใหญ่เป็นของผู้ใหญ่ เป็นต้น เพราะฉะนั้นเมื่อคุณทำการวางตำแหน่งแบรนด์และสินค้า ก่อนอื่นท่านจำเป็นต้องยืนยัน **คุณสมบัติของหน้าที่** ของผลิตภัณฑ์ หลังจากนั้นใช้แบรนด์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในกลุ่มธุรกิจของผลิตภัณฑ์เป็นข้อมูลอ้างอิงเพื่อกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ของท่านในอุตสาหกรรม สิ่งนี้สามารถช่วยให้เป้าหมายของท่านได้รับ **เกิดการยอมรับ** ต่อแบรนด์ได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งจะค่อยๆ ปลูกฝังกลุ่มผู้บริโภคแบรนด์ที่ซื้อสัตย์ให้กับท่าน



• วิธีการกำหนดตำแหน่งแบรนด์ในขั้นตอนแรกทำอย่างไร?

หากอยากทำการกำหนดตำแหน่งแบรนด์ให้ดี ก่อนอื่นต้อง **ทำการวิจัยทางการตลาด** ให้เพียงพอ

การวิจัยทางการตลาดประกอบด้วย การวิเคราะห์ในกลุ่มธุรกิจของผลิตภัณฑ์ที่คุณต้องการขาย การวิเคราะห์การแข่งขันแบรนด์คู่แข่ง การวิเคราะห์การกำหนดตำแหน่งกลุ่มลูกค้า การตรวจสอบและการปรับค่านิยมหลักของตนเอง และด้านอื่นๆ อีกหลายด้าน หลังจากทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์อุตสาหกรรมในปัจจุบัน สถานการณ์การแข่งขัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และศักยภาพหลักของแบรนด์ตนเองอย่างเพียงพอแล้ว ท่านยังสามารถจัดระเบียบจากระบบของแบรนด์จากข้อมูลที่คุณเองมีได้อีกด้วย

ตัวอย่างเช่น

ตามการเปรียบเทียบสินค้าคู่แข่งอื่นกับของท่าน อันได้แก่คุณภาพดีกว่า คุณสมบัตินิดดีกว่า ราคาดีกว่า ฉะนั้นการกำหนดตำแหน่งสินค้าของท่านอาจเป็น **รสนิยมที่ค่อนข้างสูง** เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีระดับสูงขึ้นไป

ภายใต้สมมติฐานของการกำหนดตำแหน่งแบรนด์ที่ได้รับการยืนยันแล้ว คุณสามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับแบรนด์ได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น



• การออกแบบภาพลักษณ์ของแบรนด์คืออะไร? มีประโยชน์อะไร?

เวลาผู้บริโภคซื้อสินค้า จะถูกดึงดูดจากภาพลักษณ์ที่นอกแบรนด์สินค้า เพราะฉะนั้น ผู้ขายต้องออกแบบภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดี จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ และให้คำแนะนำทางจิตวิทยาที่แข็งแกร่งแก่พวกเขา จนกลายเป็น **ความทรงจำของแบรนด์** จุดสำคัญในการออกแบบภาพลักษณ์ของแบรนด์ประกอบด้วย การออกแบบ ชื่อของแบรนด์ โลโก้ (logo) และ ภาษาโลโก้ (สโลแกนของแบรนด์) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญที่จะทำให้แบรนด์แตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ

amazon global selling
เริ่มต้นค้าขายกับคนทั่วโลก

← ชื่อแบรนด์
← สโลแกนแบรนด์

(ตัวอย่างโลโก้การเปิดร้าน Amazon ทั่วโลก)

1

ชื่อแบรนด์: โดยปกติจะประกอบด้วยตัวอักษร เครื่องหมาย รูปภาพหรือองค์ประกอบของปัจจัย 3 ประการ การรวมกันของสามปัจจัย ครอบคลุมถึงคุณลักษณะทั้งหมดของแบรนด์โดยมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร และการแลกเปลี่ยนที่ดี

2

โลโก้แบรนด์ (Logo): โดยปกติจะเป็นรูปภาพการออกแบบ เพื่อช่วยให้ผู้คนจดจำและเชื่อมโยง ทำให้ผู้บริโภคความรู้สึกในเชิงบวก รักและชอบ

3

ภาษาโลโก้แบรนด์ (สโลแกนของแบรนด์): ในการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ สโลแกนแบรนด์ ไม่ใช่สิ่งที่จำเป็น แต่การใช้ภาษาของโลโก้สามารถช่วยให้ท่าน 1. **เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์** 2. **พัฒนาชื่อและโลโก้**



หมายเหตุ

วิสัยทัศน์ของแบรนด์จะต้องรวมถึงความต้องการทางจิตใจของผู้บริโภค รักษาเอกภาพและความมั่นคง **ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง** สิ่งนี้เป็นหนึ่งในเงื่อนไขที่สำคัญที่แบรนด์จะดึงดูดผู้บริโภค สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกภาพของข้อความ กราฟิก และสี การผสมผสานข้อความ กราฟิก และสีแบบออร์แกนิกสามารถนำเอฟเฟกต์ภาพสามมิติที่น่าตื่นตาตื่นใจมาสู่แบรนด์ได้มากขึ้น ในขณะที่เกี่ยวข้องกับลักษณะที่ **กระชับ, ง่าย และผลการเชื่อมโยงความรู้สึก** ที่พิเศษและดีก็เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของวิสัยทัศน์ของแบรนด์

2.2 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

หลังจากกำหนดตำแหน่งแบรนด์ สร้างระบบภาพลักษณ์พื้นฐานของแบรนด์แล้ว ผู้ขายจำเป็นต้องเริ่มสร้าง**บรรจุกฎบัตรแบรนด์** ซึ่งขั้นตอนที่สำคัญที่สุดก็คือ**การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า** เมื่อจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ผู้ขายต้องเตรียม**ชื่อแบรนด์ที่ไม่ได้รับจดทะเบียนโดยผู้อื่น**



เมื่อทำการขายอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน ผู้ขายต้องทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าใน**สถานที่ขายเป้าหมาย**ก่อน

ตัวอย่างเช่น

ท่านกำลังขายของบนเว็บไซต์สหรัฐอเมริกาของ Amazon จึงต้องทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในสหรัฐอเมริกา และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสหรัฐอเมริกา



หากไม่มีเครื่องหมายการค้าในประเทศที่ขายเช่น สหรัฐอเมริกา / ยุโรป และอื่นๆ แต่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าภายในประเทศ เป็นไปได้ไหมที่ขายบน Amazon ก่อนและยื่นขอเครื่องหมายการค้าในภายหลัง?

โดยทั่วไปแล้ว ท่านสามารถขายได้ แต่อาจมีความเสี่ยงหลัก 3 ประการ:

- 1) ในขั้นตอนการขายโดยทั่วไปอาจจะถูกผู้อื่นแย่งจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในทางกลับกันคุณถูกฟ้องในข้อหา**ละเมิด**
- 2) เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนภายในประเทศ**ไม่สามารถ**ใช้ทำการจดทะเบียนแบรนด์ Amazon ได้ (เราจะแนะนำรายละเอียดความสำคัญของการจดทะเบียนแบรนด์ Amazon ในบทถัดไป)
- 3) เครื่องหมายการค้าชั่วคราว (เครื่องหมายการค้า TM) ไม่สามารถทำการจดทะเบียนแบรนด์ Amazon ได้ (เฉพาะเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนสำเร็จ คือ เครื่องหมาย R เท่านั้น ที่สามารถจดทะเบียนเป็นแบรนด์ Amazon ได้) นอกจากนี้ยังไม่ได้รับข้อได้เปรียบของการจดทะเบียนแบรนด์ Amazon

ด้วยเหตุผลนี้ ขอแนะนำให้ท่าน**ยื่นขอเครื่องหมายการค้าในประเทศเป้าหมายที่จะขาย**ก่อน ถึงทำการโปรโมท เพื่อให้ผู้อื่นไม่สามารถแย่งจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของท่านได้ และสามารถทำการจดทะเบียนแบรนด์ Amazon ได้ในทันที และเลือกใช้เครื่องมืออำนวยความสะดวกมากมายของ Amazon ที่ให้การปกป้องแบรนด์ในทุกด้าน เพิ่มและกระตุ้นยอดขาย



ขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าคืออะไร?

โดยทั่วไปแล้ว การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน

1

ค้นหาเครื่องหมายการค้า ตรวจสอบว่าเครื่องหมายการค้าที่คุณต้องการยื่นขอเคยถูกจดทะเบียนหรือไม่ และมีเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกันหรือไม่

2

เตรียมเอกสารการยื่นขอเครื่องหมายการค้าที่จำเป็นสำหรับประเทศเป้าหมาย

3

ยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไปยังสำนักงานเครื่องหมายการค้าตามข้อกำหนดของแต่ละประเทศเป้าหมาย จะได้รับหนังสือการยอมรับ ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้า TM

4

เข้าสู่ช่วงเวลาที่ประกาศ หลังจากนั้นจะได้รับเครื่องหมายการค้า R

นอกจากนี้ ในปัจจุบันการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศยังสามารถจัดการได้อย่างสะดวกสบาย โดยผ่านผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง ผู้ขายสามารถไปที่เมนู “แอปพลิเคชันและบริการ” บนแพลตฟอร์มผู้ขาย > คลิก “ค้นหาการบริการ” เพื่อค้นหาผู้ให้บริการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้อง



หมายเหตุ

ระยะเวลาช่วงประกาศ มักจะมีความแตกต่างกันไปตามภูมิภาคของการยื่นขอเครื่องหมายการค้า โดยทั่วไปจะใช้เวลา 4 ถึง 8 เดือน ท่านควร**จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นอันดับแรก**

เครื่องหมายการค้า TM และเครื่องหมายการค้า R มีความแตกต่างกันอย่างไร?

TM แสดงถึงเครื่องหมายการค้ากำลังตรวจสอบที่สำนักงานเครื่องหมายการค้า และยังไม่ได้อจดทะเบียนสำเร็จ
R แสดงถึงเครื่องหมายการค้าได้จดทะเบียนสำเร็จเรียบร้อยแล้ว และมีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้า
ความแตกต่างมีดังต่อไปนี้:



เครื่องหมายการค้า TM ไม่มีผลทางกฎหมาย แต่เป็นเพียงการแสดงถึงเครื่องหมายการค้านี้ได้ส่งคำยื่นขอจดทะเบียนแล้ว



เครื่องหมายการค้า R เป็นเครื่องหมายที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว และได้รับใบรับรองเครื่องหมายการค้า และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายของประเทศ



กระบวนการของทั้งสองแบบไม่เหมือนกัน โดยปกติแล้ว**กระบวนการ TM จะอยู่ก่อน R** ผู้ขายจะต้องลงทะเบียนยื่นขอก่อน รอให้ผลิตภัณฑ์ผ่านการอนุมัติจากฝ่ายจัดการเพื่อรับใบรับรองเครื่องหมายการค้า ซึ่งหมายความว่า เครื่องหมายการค้าที่ผู้ขายยื่นขอต้องผ่านสถานะ TM ก่อน หลังจากนั้นถึงสามารถรับเครื่องหมาย R ได้



หมายเหตุ

ในปัจจุบัน ก่อนที่จะจดทะเบียนแบรนด์ Amazon ท่านต้องมีเครื่องหมาย R

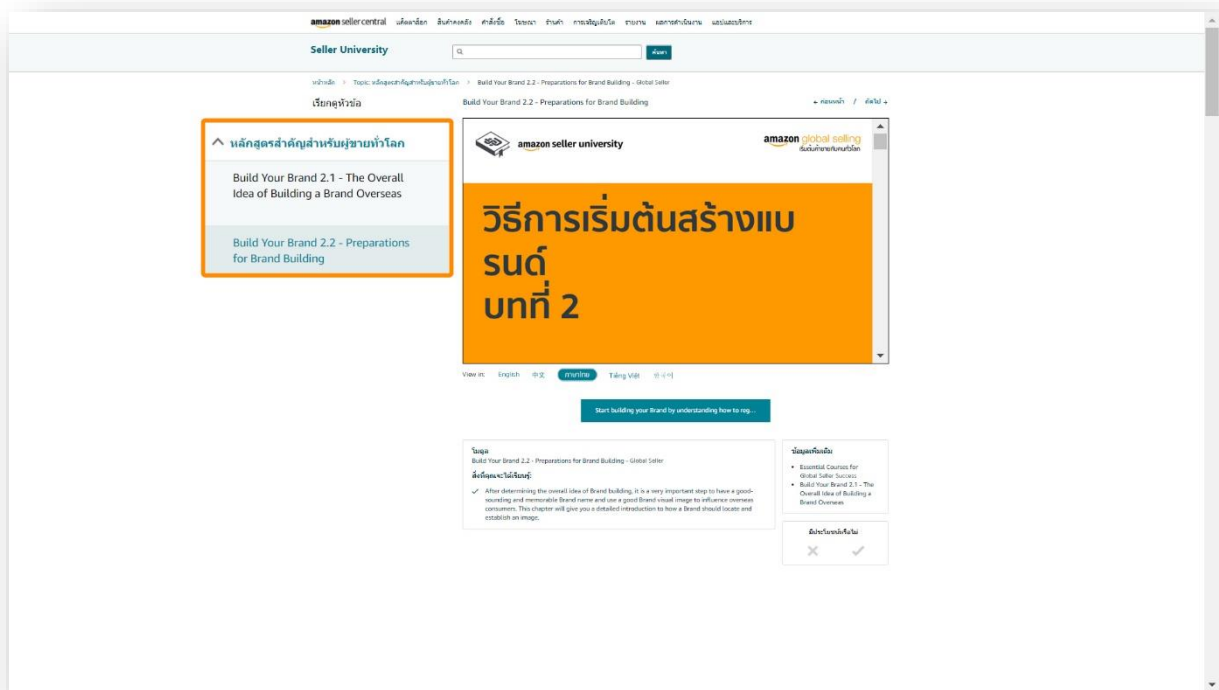
จากเนื้อหาข้างบน ถ้าท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์กับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นอย่างดีแล้ว สามารถเข้าสู่บทต่อไป เพื่อทำความเข้าใจกับเอกสารต่างๆที่จะต้องเตรียมสำหรับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และเข้าสู่ขั้นตอนการดำเนินการจดทะเบียนแบรนด์ Amazon

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

วิธีการเริ่มต้นสร้างแบรนด์

- แนวคิดโดยรวมสำหรับการสร้างแบรนด์ในต่างประเทศ
- ขั้นตอนเบื้องต้นที่จำเป็นสำหรับการสร้างแบรนด์

เส้นทางการค้นหาหลักสูตร : Amazon Seller Central > ผลการดำเนินงาน > Seller University > ค้นหาชื่อหลักสูตร
ลิงก์ด่วน: Amazon Seller University [เว็บไซต์ในอเมริกาเหนือ](#), [เว็บไซต์ในยุโรป](#), [เว็บไซต์ในญี่ปุ่น](#)



ทำความเข้าใจบทเรียนอื่นที่เกี่ยวข้อง :

- ต้องการทำความเข้าใจว่าทำไมจะต้องลงทะเบียนแบรนด์ Amazon? ค้นหา “ ความรู้พื้นฐานของแบรนด์ ”
- ต้องการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการหลักของการสร้างแบรนด์ Amazon? ค้นหา “แบรนด์การตลาด ”

ข้อเสนอแนะในการเรียนรู้

หากท่านคิดว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็นประโยชน์สำหรับท่าน กรุณาคลิก “✓” เปิดไฟที่มุมขวาของเพจเพื่อแสดงความคิดเห็น ขอบขอบคุณค่ะ!

The screenshot shows the Amazon Seller University interface. At the top, there's a navigation bar with 'amazon sellercentral' and various menu items. Below that is the 'Seller University' header with a search bar and a 'ค้นหา' button. The main content area is titled 'Build Your Brand 2.2 - Preparations for Brand Building - Global Seller'. A large orange banner in the center contains the text 'วิธีการเริ่มต้นสร้างแบรนด์ บทที่ 2'. To the left, a sidebar lists various topics, with 'หลักสูตรสำคัญสำหรับผู้ขายทั่วโลก' highlighted in a callout box. On the right, a callout box shows a 'มีประโยชน์หรือไม่' (Was this helpful?) prompt with a green checkmark and a grey 'X'. The page also includes a 'View in:' section with language options (English, 中文, ไทย, Tiếng Việt, 日本語) and a 'Start building your Brand by understanding how to reg...' button.