



ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ “แบรนด์” บทที่ 1

ผู้ขายจำนวนมากมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับแบรนด์ ไม่ทราบแน่ชัดเกี่ยวกับข้อดีของการสร้างแบรนด์ ไม่เข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการของอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของ Amazon ในแต่ละวัน ระหว่างการมีแบรนด์และไม่มีแบรนด์มีความแตกต่างกันอย่างไร ละเลยความสำคัญของการสร้างแบรนด์ ในบทนี้จะช่วยทุกคนกำจัดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับแบรนด์ และนำรายละเอียดเกี่ยวกับบทบาทสำคัญ of แบรนด์ในการขายอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน

1. ทำไมต้องพูดถึงแบรนด์? แบรนด์ส่งผลต่อธุรกิจ อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน อย่างไร?

ผู้ขาย Amazon จำนวนมากคิดว่าการสร้างแบรนด์เป็นเรื่องไกลตัว และยากที่จะวัดในเรื่องของสิ่งที่ต้องลงทุนและผลตอบแทนที่จะได้กลับมา ดังนั้นการละเลยการสร้างแบรนด์จึงเกิดขึ้นได้ง่ายในช่วงแรกของการพัฒนาธุรกิจ เพราะฉะนั้นยังต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มยอดขายและการเปลี่ยนแปลง ในความเป็นจริง หากเป็นเจ้าของแบรนด์หนึ่งแบรนด์ ก็เป็นรากฐานสำคัญที่จะเพิ่มจำนวนการเยี่ยมชม การเปลี่ยนแปลง และยอดขายของท่าน ในบทนี้จะแนะนำว่า ประโยชน์เกี่ยวกับแบรนด์ที่อยู่ในการขายอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนอย่างไร

1.1 ทำไมต้องพูดถึงแบรนด์? แบรนด์ส่งผลต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนอย่างไร? 3

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 2 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่ หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

1.1. ทำไมต้องพูดถึงแบรนด์? แบรนด์ส่งผลต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนอย่างไร?



จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคในต่างประเทศ **59%** เมื่อซื้อสินค้าจะเลือกซื้อแบรนด์ที่มีความคุ้นเคย¹ ผู้บริโภคของ Amazon ก็เป็นเช่นนั้นเหมือนกัน

ผู้บริโภคจะจดจำสินค้าที่มีแบรนด์ได้อย่างรวดเร็วและกลับมาซื้อใหม่อีก เจ้าของแบรนด์จะได้รับคำสั่งซื้อมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคจะรู้จักกับสินค้าและแบรนด์อย่างลึกซึ้งมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบรนด์จะให้ประโยชน์ 3 ประการดังต่อไปนี้ :

เพื่อแสดงถึงจุดขายที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์



เมื่อข้อปึงใน Amazon ผู้บริโภคจะค้นหา 키워ด์สินค้าเป็นประจำ เพื่อเยี่ยมชมสินค้าที่มีอยู่ ในขณะนี้สิ่งที่ปรากฏคือ สินค้าที่มีคุณภาพเดียวกันหลายร้อยรายการ แต่สินค้าที่มีแบรนด์มักจะมี การประกันคุณภาพและการบริการที่ดีกว่า ดังนั้นจึงเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคได้มากขึ้น
สินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นการแข่งขันหลักของแบรนด์ ถ้าแบรนด์สามารถใช้สิ่งนี้สร้างกลุ่มลูกค้าที่คงที่ได้อาจเป็นไปได้ยากที่จะถูกแบรนด์หรือสินค้าอื่นที่ประเภทเดียวกันแทรกแซง แม้ราคาจะอยู่ในระดับสูงก็ไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายของตนเอง ความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อแบรนด์ จะช่วยให้เจ้าของแบรนด์มี **ยอดขายในระดับที่สูงขึ้น** โดยไม่ต้องสงสัย

เพิ่มยอดขาย ช่วยให้ผู้ขายได้รับคำสั่งซื้อมากขึ้น



เมื่อผู้บริโภคมองหาสินค้าที่ติดกับการซื้อแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง จนกลายเป็นความคุ้นเคยในการซื้อ ผู้บริโภคจะทำการ **กลับมาซื้อ** แบรนด์ซ้ำ สำหรับผู้บริโภค การจดจำแบรนด์ที่จะซื้อก็เป็นทางเลือกที่จะประหยัดเช่นกัน ไม่เพียงจะช่วยให้ประหยัดเวลาและพลังงานในการทำความเข้าใจข้อมูลของสินค้าต่างๆ ยังช่วยลดความเสี่ยงในการข้อปึงของผู้บริโภคอีกด้วย ทำให้ตัดสินใจเลือกได้ง่ายขึ้น เมื่อข้อปึงใน Amazon ผู้บริโภคคุ้นเคยกับการข้อปึงจะค้นหาซื้อแบรนด์โดยตรง จนเลือกสินค้าที่พอใจได้

ป้องกันการละเมิด และสร้างความมั่นใจในการพัฒนาประสิทธิภาพของผู้ขายอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน



เนื่องจากเงื่อนไขที่ซับซ้อนและเข้มงวดของกฎหมายและข้อบังคับในต่างประเทศที่มีต่ออีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน การลงทะเบียนแบรนด์ล่วงหน้าสามารถหลีกเลี่ยงการละเมิดและความเสี่ยงอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าของท่านจะได้รับการคุ้มครองทางกฎหมายในต่างประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงการขายลอกเลียนแบบของผู้อื่น ปกป้องชื่อเสียงของแบรนด์กับยอดขายสินค้าของท่าน เพื่อเป็นหลักในการแข่งขันทางการตลาดข้ามพรมแดน

แม้ว่าการสร้างแบรนด์จะใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน และไม่สามารถวัดประสิทธิภาพการเปลี่ยนแปลงได้โดยทันที แต่ผู้ขายจำเป็นต้องทราบถึงความสำคัญของแบรนด์ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ

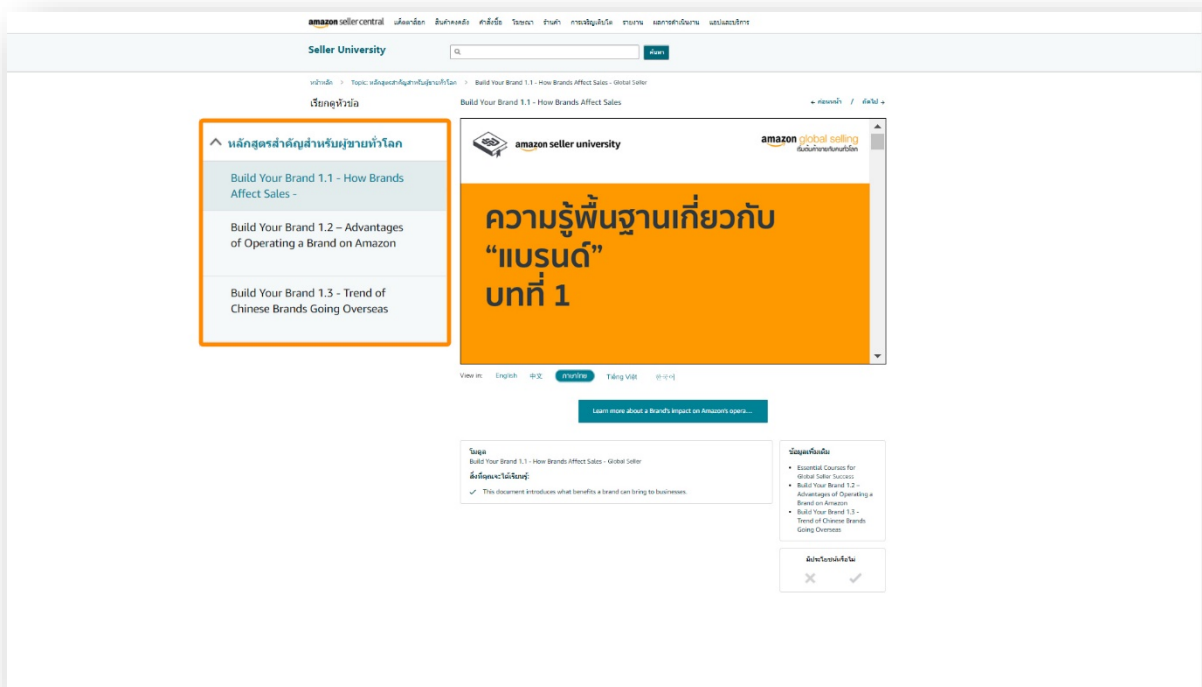
1. Cpcstrategy: <http://learn.cpcstrategy.com/rs/006-GWW-889/images/2018-Amazon-Shopper-Behavior-Study.pdf>

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ “แบรนด์”

- ทำไมต้องพูดถึงแบรนด์? แบรนด์ส่งผลต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนอย่างไร?
- ในอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของ Amazon การมีแบรนด์กับไม่มีแบรนด์แตกต่างกันอย่างไร?
- แนวโน้มและการวิเคราะห์ตัวอย่างของแบรนด์ไทยที่ส่งออกต่างประเทศ

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



ทำความเข้าใจบทเรียนอื่นที่เกี่ยวข้อง :

- ต้องการเริ่มต้นลงทะเบียนแบรนด์ทันที? ค้นหา “เริ่มต้นลงทะเบียนแบรนด์”
- ต้องการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการหลักของการสร้างแบรนด์ Amazon? ค้นหา “แบรนด์การตลาด”

ข้อเสนอแนะในการเรียนรู้

หากท่านคิดว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจะเป็นประโยชน์สำหรับท่าน กรุณาคลิก “✓” เปิดไฟที่มุมขวาของเพจเพื่อแสดงความคิดเห็น ขอขอบคุณค่ะ!

The screenshot shows the Amazon Seller University interface. At the top, there's a navigation bar with 'amazon seller central' and various menu items. Below that is the 'Seller University' header with a search bar and a 'ค้นหา' button. The main content area features a breadcrumb trail: 'หน้าหลัก > Topic: หลักสูตรสำคัญสำหรับผู้ขายทั่วโลก > Build Your Brand 1.1 - How Brands Affect Sales - Global Seller'. A large orange banner in the center reads 'ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ “แบรนด์” บทที่ 1'. To the left is a sidebar menu with categories like 'Product Detail Page', 'Listing Products', 'Pricing', etc. A callout box on the left says '✓ หลักสูตรสำคัญสำหรับผู้ขายทั่วโลก'. Another callout box on the right asks 'มีประโยชน์หรือไม่' with a green checkmark icon. A smaller callout box at the bottom right also asks 'มีประโยชน์หรือไม่' with a checkmark icon. The page footer includes a 'View in:' section with language options (English, 中文, ไทย, Tiếng Việt, 한국어) and a 'Learn more about a Brand's impact on Amazon's opera...' button.