



# Kiến thức cơ bản về “thương hiệu” Chương 1

Khi kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới trên Amazon, nhiều người bán hàng không hiểu rõ về những ưu thế mà hiệu ứng thương hiệu đem lại, cũng như sự khác biệt giữa việc có và không có thương hiệu. Vì thế, một số người bán có xu hướng xem nhẹ tầm quan trọng của thương hiệu. Trong chương này, chúng tôi sẽ giúp bạn có cái nhìn chính xác về thương hiệu, giới thiệu chi tiết về vai trò quan trọng của chúng trong kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới, cũng như kinh nghiệm vận hành thương hiệu thành công.

# 1. Tại sao phải nói về thương hiệu? Thương hiệu ảnh hưởng như thế nào đến kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới?

Nhiều người bán hàng trên Amazon cho rằng việc xây dựng thương hiệu là xa vời, rất khó tính toán tỷ lệ đầu vào - đầu ra, do đó họ dễ dàng bỏ qua việc xây dựng thương hiệu trong giai đoạn đầu phát triển kinh doanh, chỉ chú trọng nâng cao doanh số và chuyển đổi. Trên thực tế, nếu sở hữu và kinh doanh một thương hiệu tốt cũng là cơ sở vững chắc quan trọng để tăng lượng truy cập, chuyển đổi và bán hàng của bạn. Trong chương này, chúng tôi sẽ giới thiệu chi tiết những lợi ích mà thương hiệu mang lại trong kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới.

|     |  |   |
|-----|--|---|
| 1.1 | <u>Tại sao phải nói về thương hiệu? Thương hiệu ảnh hưởng như thế nào đến kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới?</u> ..... | 3 |
|-----|--|---|

Tài liệu này bao gồm 2 chương, nếu cần học các chương khác, vui lòng tham khảo tài liệu hướng dẫn trên [Trang đọc liên quan](#), tìm tài liệu mà bạn muốn học.



## 1.1 Tại sao phải nói về thương hiệu? Thương hiệu ảnh hưởng như thế nào đến kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới?



Theo khảo sát, **59%** người tiêu dùng nước ngoài khi mua hàng sẽ lựa chọn các thương hiệu quen thuộc<sup>1</sup>, người tiêu dùng trên Amazon cũng như vậy.

Sản phẩm có thương hiệu sẽ được người tiêu dùng ghi nhớ nhanh chóng và mua lại nhiều lần, chủ sở hữu thương hiệu có thể nhận được nhiều đơn đặt hàng hơn, từ đó gia tăng mức độ nhận diện của người tiêu dùng về sản phẩm và thương hiệu. Cụ thể, thương hiệu có thể đem lại lợi ích trong ba phương diện sau:

### Thể hiện nét đặc sắc, làm nổi bật năng lực cạnh tranh cốt lõi của thương hiệu



Khi mua sắm trên Amazon, người tiêu dùng thường tìm kiếm từ khóa sản phẩm để duyệt qua mọi lựa chọn khả dụng. Lúc này, trước mắt họ là vô vàn sản phẩm chất lượng như nhau, nhưng sản phẩm có thương hiệu thường đại diện cho sự đảm bảo về chất lượng và dịch vụ tốt hơn nên được người tiêu dùng ưa chuộng hơn. **Hàng hóa hoặc dịch vụ chất lượng cao là năng lực cạnh tranh cốt lõi của thương hiệu**, nếu thương hiệu có thể dựa vào đó hình thành các nhóm khách hàng cố định thì các thương hiệu hoặc sản phẩm cùng loại khác khó có thể vượt qua được, cho dù giá cao cũng không ảnh hưởng đến doanh số bán hàng. Việc người tiêu dùng công nhận thương hiệu chắc chắn sẽ đem lại **mức doanh số cao** hơn cho chủ sở hữu thương hiệu.

### Nâng cao doanh số, giúp người bán có thêm nhiều đơn đặt hàng



Một khi người tiêu dùng ghi nhớ việc mua hàng của một thương hiệu cụ thể, và hình thành thói quen mua sắm, họ sẽ bắt đầu **mua lại nhiều lần**. Đối với người tiêu dùng, nhận diện thương hiệu khi mua sắm cũng là sự lựa chọn đỡ tốn công sức, không chỉ tiết kiệm nhiều thời gian và sức lực để tìm hiểu thông tin của các sản phẩm khác nhau mà còn giảm thiểu rủi ro khi mua, giúp họ lựa chọn dễ dàng hơn. Khi mua sắm trên Amazon, người tiêu dùng mà đã hình thành thói quen mua hàng sẽ trực tiếp tìm kiếm thương hiệu và lựa chọn được sản phẩm ưng ý.

### Ngăn chặn vi phạm bản quyền và đảm bảo sự phát triển lành mạnh của người bán hàng thương mại điện tử xuyên biên giới



Do luật pháp và quy định ở nước ngoài có những yêu cầu phức tạp và nghiêm ngặt đối với thương mại điện tử xuyên biên giới, nên việc đăng ký trước thương hiệu cũng tránh được rủi ro như vi phạm bản quyền, nhờ đó sản phẩm của bạn ở nước ngoài được luật pháp bảo vệ, tránh việc các doanh nghiệp khác làm giả hàng hóa trục lợi, bảo vệ danh tiếng thương hiệu và doanh số bán hàng, có chỗ đứng trong cạnh tranh thị trường.

Mặc dù việc xây dựng thương hiệu mang tính lâu dài và không thể định lượng ngay hiệu quả cụ thể tức thời, nhưng người bán hàng cần biết tầm quan trọng của thương hiệu khi bắt đầu kinh doanh.

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

Kiến thức cơ bản về “thương hiệu” - Tại sao phải nói về thương hiệu?

Thương hiệu ảnh hưởng như thế nào đến kinh doanh thương mại điện tử xuyên quốc gia?

Copyright © 2021 Amazon. All rights reserved.

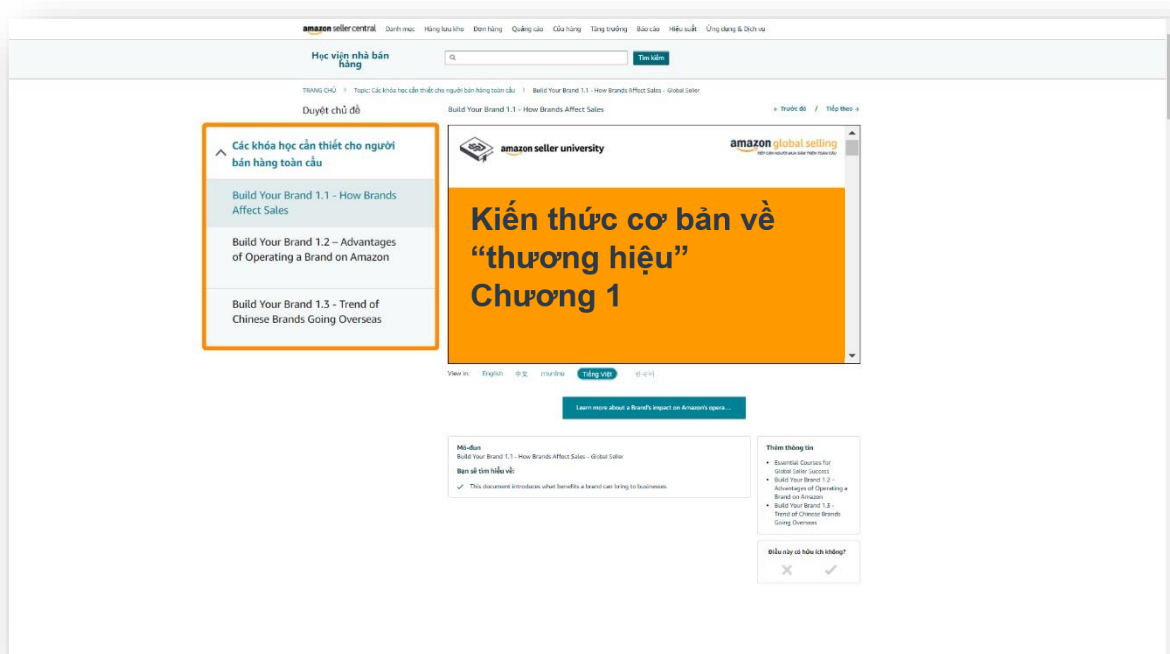


# Tài liệu liên quan

## Kiến thức cơ bản về “thương hiệu”

- Tại sao phải nói về thương hiệu? Thương hiệu ảnh hưởng như thế nào đến kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới?
- Kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới trên Amazon, sự khác biệt giữa có thương hiệu và không có thương hiệu là gì?
- Phân tích ví dụ và xu hướng vươn ra nước ngoài của các thương hiệu Việt Nam


**Cách thức tìm kiếm bài học:** Amazon Seller Central > Hiệu suất > Học viện nhà bán hàng > Tìm kiếm tên bài học  
**Link dẫn:** Học viện nhà bán hàng [Marketplace Bắc Mỹ](#), [Marketplace Châu Âu](#), [Marketplace Nhật Bản](#)

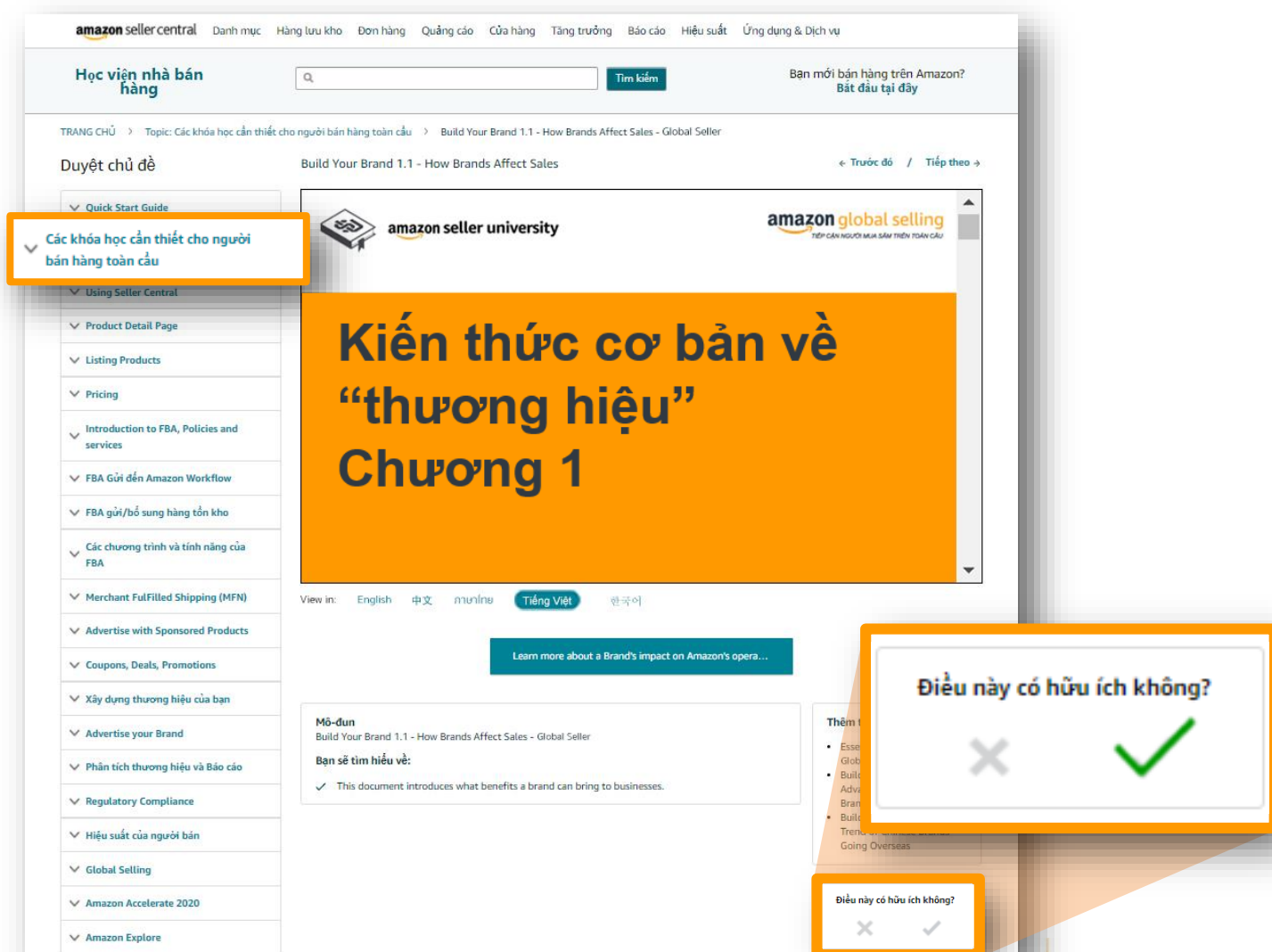


Học các bài học liên quan đến thương hiệu Amazon:

- Muốn bắt đầu đăng kí ngay thương hiệu? Tìm kiếm “Bắt đầu đăng kí thương hiệu”
- Muốn tìm hiểu các thao tác cụ thể xây dựng thương hiệu trên Amazon? Tìm kiếm “Thương hiệu kinh doanh”

# Phản hồi sau khi học

Nếu bạn cảm thấy nội dung liên quan là hữu ích, vui lòng đánh dấu “  ” ở góc dưới bên phải của trang để cung cấp phản hồi cho chúng tôi, xin chân thành cảm ơn!



The screenshot shows the Amazon Seller University interface. The main content area displays the title "Kiến thức cơ bản về “thương hiệu” Chương 1" (Basic knowledge about "brand" Chapter 1). The feedback section at the bottom right contains two callout boxes, both asking "Điều này có hữu ích không?" (Is this helpful?). The top callout box shows a green checkmark icon, indicating a positive feedback option. The bottom callout box shows a grey 'X' icon, indicating a negative feedback option.