



Làm thế nào xây dựng thương hiệu từ con số 0

Chương 1

Sau khi hiểu đầy đủ tầm quan trọng của thương hiệu trong bán hàng thương mại điện tử xuyên biên giới, nếu quyết định bắt đầu xây dựng thương hiệu, chắc hẳn bạn sẽ có một câu hỏi: làm thế nào để xây dựng thương hiệu từ con số 0? Trong nội dung chương này, chúng ta sẽ bắt đầu với những nội dung xuyên suốt quá trình chuẩn bị như xây dựng ý tưởng tổng thể, xác định vị trí và tầm nhìn thương hiệu, giúp người bán hàng làm rõ các bước quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu thời kỳ đầu.

1. Tổng quan về xây dựng thương hiệu ở nước ngoài

Trong quá trình xây dựng thương hiệu, người bán cần điều chỉnh kế hoạch phát triển thương hiệu kịp thời theo từng giai đoạn khác nhau. Đặc biệt khi đối diện với các Marketplace xa lạ ở nước ngoài, thì càng cần lập kế hoạch chu toàn. Chương này sẽ bắt đầu từ tổng quan về việc xây dựng thương hiệu ở nước ngoài, tạo nền tảng lý thuyết vững vàng trong chia sẻ kinh nghiệm xây dựng thương hiệu ở giai đoạn đầu và liên hệ thực tiễn.

1.1	<u>Tổng quan về xây dựng thương hiệu ở nước ngoài</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 Tổng quan về xây dựng thương hiệu ở nước ngoài

Thương hiệu đóng vai trò vô cùng quan trọng trong kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới, vậy làm thế nào để xây dựng thương hiệu từ con số 0? Nhìn chung, tổng quan về việc xây dựng thương hiệu ở nước ngoài là:



Xác định ý tưởng tổng thể về việc xây dựng thương hiệu

Xác định chính xác định vị thương hiệu thông qua các sản phẩm

Xây dựng hệ thống hình ảnh dựa trên định vị thương hiệu



Bắt đầu từ việc bán hàng, xây dựng thương hiệu một cách toàn diện

Trong quá trình xây dựng thương hiệu, người bán cần điều chỉnh kế hoạch phát triển thương hiệu kịp thời theo từng giai đoạn khác nhau. Đặc biệt khi đối mặt với thị trường nước ngoài xa lạ, càng cần lập kế hoạch thật chu toàn.

Dương Manh, người sáng lập Anker Innovation, từng tuyên bố tại Hội nghị thượng đỉnh thương mại điện tử xuyên biên giới của Amazon năm 2019 cho rằng việc xây dựng thương hiệu ở nước ngoài thường chia thành ba giai đoạn:



- 1 Kênh thương hiệu, hoàn thành tích lũy doanh số ban đầu
- 2 Nâng cao thương hiệu, tích cực thúc đẩy mở rộng lượng truy cập
- 3 Dẫn đầu thương hiệu, mang tới các sản phẩm hàng đầu, giàu sáng tạo

Khi xây dựng thương hiệu, người bán có thể tham khảo các ý tưởng tổng thể sau để bắt tay vào thực hiện:



Thông qua sản phẩm mang lại doanh số bán hàng thời kỳ đầu và tích lũy danh tiếng

Trước hết, người bán nên biết rằng trong giai đoạn đầu xây dựng thương hiệu ở nước ngoài, **chú trọng lượng tiêu thụ sản phẩm** đóng góp vai trò cơ bản nào. Lựa chọn thương mại điện tử xuyên biên giới là bước đầu tiên giúp người bán nhanh chóng hoàn thành việc tích lũy doanh số ban đầu, chiếm một thị phần nhất định. Sau đó thông qua sản phẩm chất lượng cao và hệ thống dịch vụ hậu mãi hoàn thiện, kết hợp với sản phẩm có tên thương hiệu để dần dần được người tiêu dùng công nhận, ảnh hưởng tới tâm lý mua sắm của họ, xây dựng hình tượng thương hiệu và từ đó hình thành bộ nhớ mua hàng, thúc đẩy doanh số bán sản phẩm.



Sử dụng các công cụ tiếp thị để quảng bá, điều chỉnh sản phẩm và thương hiệu kịp thời

Thứ hai, người bán cũng có thể sử dụng các công cụ **tiếp thị và quảng bá dành riêng cho thương hiệu** để mở rộng tầm ảnh hưởng, khiến ngày càng nhiều người hiểu về thương hiệu của bạn.

Khi mua sắm trên Amazon, người tiêu dùng thường truy cập trang sản phẩm của người bán bằng cách tìm kiếm từ khóa sản phẩm. Nếu muốn người tiêu dùng nhìn thấy và quen thuộc với tên thương hiệu của mình, người bán cần liên tục tối ưu hóa các trang chi tiết liên quan, gian hàng chính hãng của thương hiệu, v.v., để người mua có ấn tượng sâu sắc hơn về thương hiệu; người bán cũng có thể **mua quảng cáo tìm kiếm từ khóa** hoặc **quảng bá hiển thị thương hiệu**; trong giai đoạn ban đầu khi người tiêu dùng tìm kiếm sản phẩm, sẽ tiến hành gợi ý, xây dựng nhận diện về thương hiệu.

Khi thương hiệu có một nhóm người tiêu dùng nhất định, người bán có thể sử dụng số liệu thương hiệu do Amazon cung cấp để phân tích đặc điểm của những người mua đã mua hàng và các sản phẩm cạnh tranh của thương hiệu, từ đó kịp thời **điều chỉnh và định vị sản phẩm**, thu hút nhiều người tiêu dùng mua sắm qua cách tiếp thị chuẩn xác.



Bảo vệ thương hiệu, tránh xâm phạm bản quyền

Điều quan trọng nhất là: ngoài doanh số và lượng truy cập, không thể bỏ qua việc **bảo vệ thương hiệu** trong giai đoạn phát triển ban đầu. Người bán cần chuẩn bị tốt mọi thứ trong giai đoạn này, thông qua phương thức đăng ký nhãn hiệu, thương hiệu trên Amazon, đăng ký bằng sáng chế, v.v., xây dựng "bức tường bảo vệ" cho doanh số bán hàng, tránh hết mức các rắc rối vi phạm bản quyền trong quá trình kinh doanh và phát triển.

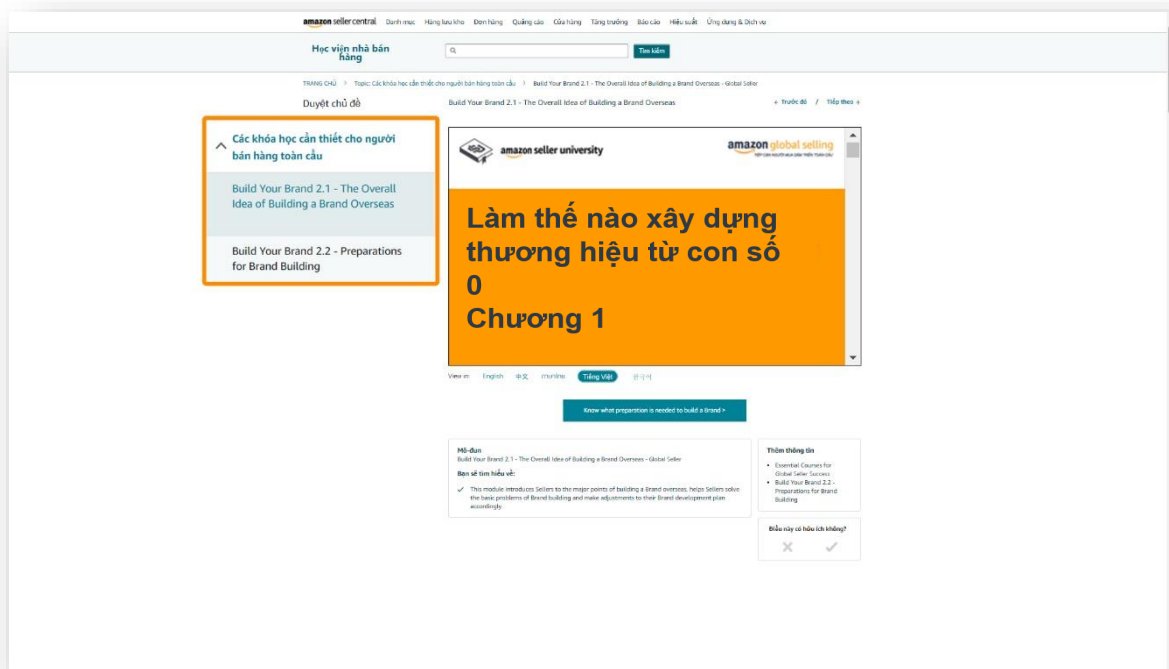
Để giúp đưa những ý tưởng tốt vào thực tiễn xây dựng thương hiệu, chúng tôi sẽ giới thiệu cách chuẩn bị cụ thể cho việc xây dựng thương hiệu trong nội dung sau.

Tài liệu liên quan

Làm thế nào xây dựng thương hiệu từ con số 0

- Tổng quan về xây dựng thương hiệu ở nước ngoài
- Chuẩn bị cần thiết trong thời kỳ đầu khi xây dựng thương hiệu


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](#)

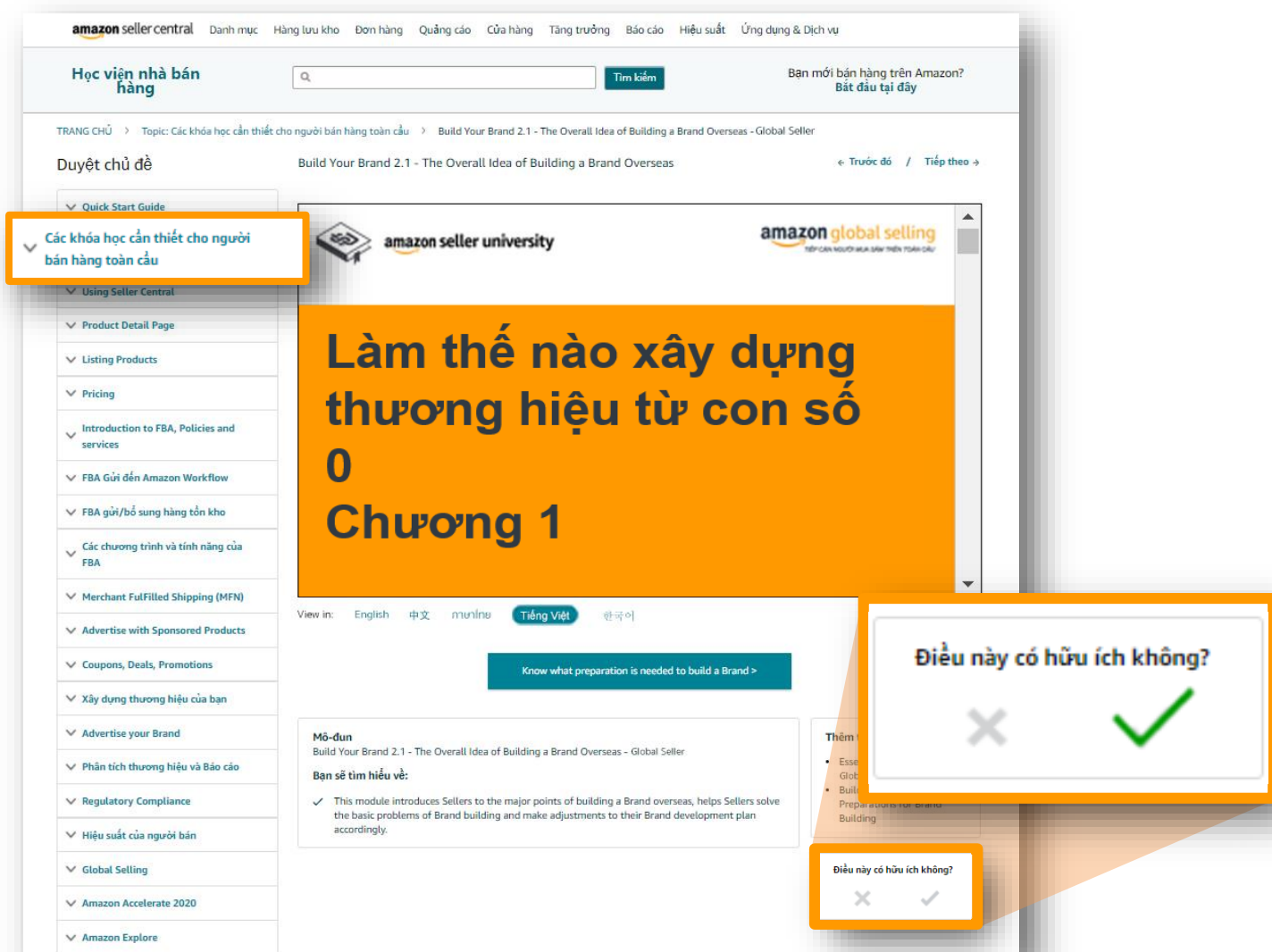


Học các bài học liên quan đến thương hiệu Amazon:

- Muốn tìm hiểu tại sao phải tiến hành đăng ký thương hiệu trên Amazon? Tìm kiếm “Kiến thức cơ bản về thương hiệu”
- Muốn tìm hiểu các thao tác cụ thể xây dựng thương hiệu trên Amazon? Tìm kiếm “con đường thương hiệu”

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 course title "Làm thế nào xây dựng thương hiệu từ con số 0" and "Chương 1". The feedback section at the bottom right contains two callout boxes, each asking "Điều này có hữu ích không?" (Is this helpful?). The top callout box shows a green checkmark icon, and the bottom callout box shows a grey X icon.