



Làm thế nào xây dựng thương hiệu từ con số 0

Chương 2

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.

2. Chuẩn bị cần thiết trong thời kỳ đầu khi xây dựng thương hiệu

Sau khi xác định được ý tưởng tổng quan về xây dựng thương hiệu, người bán cũng cần sử dụng tên và hình ảnh trực quan thương hiệu tốt để chạm vào trí nhớ của người tiêu dùng nước ngoài, bước quan trọng nhất là đăng ký nhãn hiệu. Tiếp theo, chúng tôi sẽ giới thiệu chi tiết cho các bạn: làm thế nào để tìm định vị chuẩn xác cho nhãn hiệu, thiết lập hình ảnh, cách đăng ký nhãn hiệu, quy trình và lưu ý cụ thể khi thực hiện công tác này, v.v.

2.1	<u>Định vị thương hiệu và sản phẩm</u>	3
2.2	<u>Đăng ký nhãn hiệu</u>	5

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.

2.1 Định vị thương hiệu và sản phẩm

Sản phẩm là cốt lõi của thương hiệu, định vị thương hiệu cần triển khai quanh các sản phẩm được bày bán.

Bởi vì các sản phẩm khác nhau nhắm đến các nhóm người tiêu dùng khác nhau, ví dụ dao cạo râu chủ yếu nhắm vào nam giới, ô tô đồ chơi chủ yếu nhắm vào trẻ em và quần áo công sở chủ yếu nhắm vào người lớn. Do đó, khi định vị thương hiệu và sản phẩm của mình, trước tiên bạn cần xác định các **thuộc tính ngành** của sản phẩm, sau đó tham khảo các thương hiệu hiện có khác trong ngành để xác định vị trí thương hiệu của mình.

Điều này có thể giúp đối tượng mục tiêu của bạn nhanh chóng **chấp nhận thương hiệu**, từ đó dần dần nuôi dưỡng nhóm khách hàng trung thành.

- **Làm thế nào để đi bước đầu tiên trong việc định vị thương hiệu?**

Muốn làm tốt việc định vị thương hiệu, trước tiên bạn cần **nghiên cứu thị trường** kĩ càng và đầy đủ.

Nghiên cứu thị trường bao gồm nhiều phương diện: phân tích ngành, phân tích thương hiệu đối thủ, phân tích định vị nhóm khách hàng, xem xét và sàng lọc các giá trị cốt lõi của bản thân, v.v. Sau khi hiểu biết đầy đủ về tình hình hiện tại của ngành, tình hình cạnh tranh, nhóm khách hàng mục tiêu và sức mạnh nòng cốt của bản thân để có thể sắp xếp hệ thống thương hiệu dựa trên thông tin đã thu thập được.



Ví dụ,

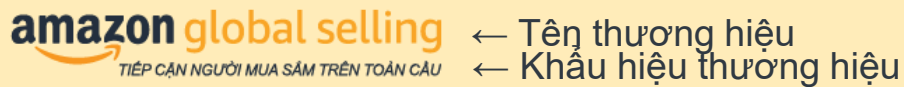
Nếu sản phẩm của bạn có chất lượng tốt hơn, nhiều tính năng hơn và giá cả cao hơn so với các sản phẩm cạnh tranh khác, thì định vị sản phẩm của bạn sẽ tương đối cao cấp, nhóm khách hàng mục tiêu cũng cao cấp hơn.

Dựa trên tiền đề đã làm rõ định vị thương hiệu, bạn có thể tập trung thiết lập hình ảnh phù hợp, có chủ đích cho thương hiệu.

- **Thiết kế hình ảnh thương hiệu là gì? Có tác dụng gì?**

Khi người tiêu dùng mua hàng, họ thường bị thu hút bởi hình ảnh thương hiệu bên ngoài của sản phẩm. Vì vậy, người bán hàng cần làm tốt việc thiết kế hình ảnh thương hiệu nhằm thu hút người tiêu dùng và tạo cho họ những gợi ý đánh mạnh vào tâm lý để hình thành **bộ nhớ thương hiệu**. Thiết kế hình ảnh thương hiệu chủ yếu bao gồm thiết kế tên thương hiệu, biểu tượng (logo) và khẩu hiệu (slogan), đây là những dấu hiệu quan trọng giúp phân biệt thương hiệu này với các thương hiệu khác.





(Lấy logo cửa hàng toàn cầu của Amazon làm ví dụ)

1

Tên thương hiệu: Thường dùng chữ viết, kí hiệu, hình vẽ hoặc sự kết hợp của ba yếu tố, bao hàm tất cả đặc trưng của thương hiệu, có tác dụng quảng bá, giao lưu, tuyên truyền tốt.

2

Biểu tượng thương hiệu (Logo): Thường là hình vẽ thiết kế giúp mọi người nhận diện và liên tưởng, khiến người tiêu dùng có cảm nhận tích cực, yêu thích và ưa chuộng.

3

Khẩu hiệu thương hiệu (Slogan): Trong thiết kế hình ảnh thương hiệu, không bắt buộc có slogan, nhưng sử dụng slogan có thể giúp bạn: 1. **Mang lại sự liên tưởng về sản phẩm**; 2. **Nhấn mạnh tên gọi và Logo**.



Chú ý

Tầm nhìn thương hiệu phải kết hợp với nhu cầu tâm lý của người tiêu dùng, duy trì sự thống nhất và ổn định, **không thể thay đổi theo ý muốn**, đây là một trong những điều kiện quan trọng để thương hiệu thu hút người tiêu dùng.

Điều này chủ yếu thể hiện ở sự thống nhất giữa văn bản, hình ảnh và màu sắc. Sự kết hợp hiệu quả giữa văn bản, hình ảnh và màu sắc có thể mang lại hiệu ứng hình ảnh ba chiều và rực rỡ hơn cho thương hiệu. Đồng thời, đặc điểm **ngắn gọn, dễ nhớ** và **hiệu ứng liên tưởng chi tiết** tốt cũng là yếu tố cơ bản của tầm nhìn thương hiệu.

2.2 Đăng ký nhãn hiệu

Sau khi xác định định vị thương hiệu và xây dựng hệ thống hình ảnh cơ, người bán cần bắt đầu "đóng gói" thương hiệu, bước quan trọng nhất là **đăng ký nhãn hiệu**. Khi đăng ký nhãn hiệu, người bán cần chuẩn bị **tên gọi thương hiệu mà người khác chưa đăng ký**.



Khi tiến hành kinh doanh thương mại điện tử xuyên quốc gia, trước tiên người bán cần đăng ký nhãn hiệu tại **nơi bán hàng mục tiêu**.

Ví dụ,

Nếu bạn đang bán hàng trên Amazon Marketplace của Mỹ, bạn cần đăng ký nhãn hiệu tại đây và tuân theo các yêu cầu đăng ký nhãn hiệu của Mỹ.



Nếu không có nhãn hiệu ở quốc gia bán hàng mục tiêu như Mỹ, Châu Âu nhưng có nhãn hiệu đăng ký trong nước, tôi có thể bán hàng trên Amazon trước, rồi đăng ký nhãn hiệu sau được không?

Về nguyên tắc, bạn có thể bắt đầu bán hàng, nhưng sẽ có ba rủi ro lớn:

- 1) Trong quá trình bán hàng thông thường, có thể xảy ra trường hợp nhãn hiệu của bạn bị người khác đăng ký trước, do đó họ sẽ kiện bạn **vi phạm bản quyền**;
- 2) Các nhãn hiệu đã đăng ký trong nước **không thể** sử dụng để đăng ký thương hiệu trên Amazon (chúng tôi sẽ trình bày chi tiết tầm quan trọng của việc đăng ký thương hiệu trên Amazon trong chương tiếp theo);
- 3) Nhãn hiệu tạm thời (TM trademarks) không thể đăng ký thương hiệu trên Amazon (chỉ nhãn hiệu đã đăng ký thành công, tức là nhãn hiệu R, mới có thể đăng ký thương hiệu trên Amazon), cũng như không được hưởng các ưu thế khi đăng ký thương hiệu trên Amazon.

Chúng tôi vẫn gợi ý bạn nên **đăng ký nhãn hiệu địa phương** của quốc gia muốn bán hàng trước khi sử dụng, như vậy người khác không thể đăng ký trước nhãn hiệu của bạn và bạn có thể đăng ký nhanh chóng trên Amazon, tận hưởng các công cụ và tiện ích khác nhau do Amazon đã đưa ra để bảo vệ thương hiệu toàn diện và thúc đẩy doanh số.



Quy trình đăng ký nhãn hiệu như thế nào?

Nói chung, đăng ký nhãn hiệu chia thành 4 bước:

1

Thực hiện tìm kiếm trong nhãn hiệu để kiểm tra xem nhãn hiệu bạn muốn xin đăng ký đã được đăng ký chưa và có các nhãn hiệu giống hệt hoặc tương tự hay không;

2

Chuẩn bị các tài liệu xin đăng ký nhãn hiệu theo yêu cầu của từng quốc gia mục tiêu;

3

Nộp đơn xin đăng ký nhãn hiệu đến Cục nhãn hiệu theo yêu cầu của từng quốc gia mục tiêu, lấy nhãn hiệu TM sau khi nhận được thông báo chấp nhận;

4

Bước vào giai đoạn thông báo, sau khi kết thúc là có thể lấy được nhãn hiệu R.

Ngoài ra, hiện tại, đăng ký nhãn hiệu ở nước ngoài cũng có thể dễ dàng xử lý thông qua các nhà cung cấp dịch vụ liên quan. Người bán có thể trực tiếp tìm kiếm các nhà cung cấp dịch vụ đăng ký nhãn hiệu trong thanh menu "Ứng dụng và Dịch vụ" trên Seller Central, sau đó nhấp vào "Tìm hiểu dịch vụ".



Chú ý

Thời gian công bố dài hay ngắn thay đổi tùy theo khu vực đăng ký nhãn hiệu, nói chung thường từ 4 đến 8 tháng. Do đó, Amazon khuyến nghị người bán có ý định xây dựng nhãn hiệu trên Amazon **nên đặt đăng ký nhãn hiệu lên hàng đầu**, chuẩn bị càng sớm càng tốt!

Sự khác biệt giữa nhãn hiệu TM và nhãn hiệu R là gì?

TM thể hiện nhãn hiệu đang chờ xem xét tại Cục nhãn hiệu và chưa đăng ký thành công;
R lại thể hiện nhãn hiệu đã đăng ký thành công và được phép sử dụng độc quyền.

Sự khác biệt của chúng thể hiện cụ thể như sau:



Nhãn hiệu TM không có hiệu lực pháp lý mà chỉ thể hiện rằng nhãn hiệu này đã nộp đơn xin đăng ký;



Nhãn hiệu R thể hiện nhãn hiệu này đã được đăng ký, được cấp chứng nhận tương ứng và được pháp luật quốc gia bảo vệ;



Các quy trình đại diện của cả hai khác nhau, nói chung, **quy trình TM đứng trước quy trình R**. Người bán cần phải nộp đơn xin đăng ký trước, sau khi sản phẩm được bộ phận quản lý phê duyệt mới được cấp chứng nhận nhãn hiệu. Điều đó có nghĩa là nhãn hiệu mà người bán đăng ký phải trải qua trạng thái TM trước sau đó mới có được nhãn hiệu R.



Chú ý

Hiện tại, chỉ nhãn hiệu được đánh dấu R mới đủ điều kiện đăng ký thương hiệu trên Amazon.

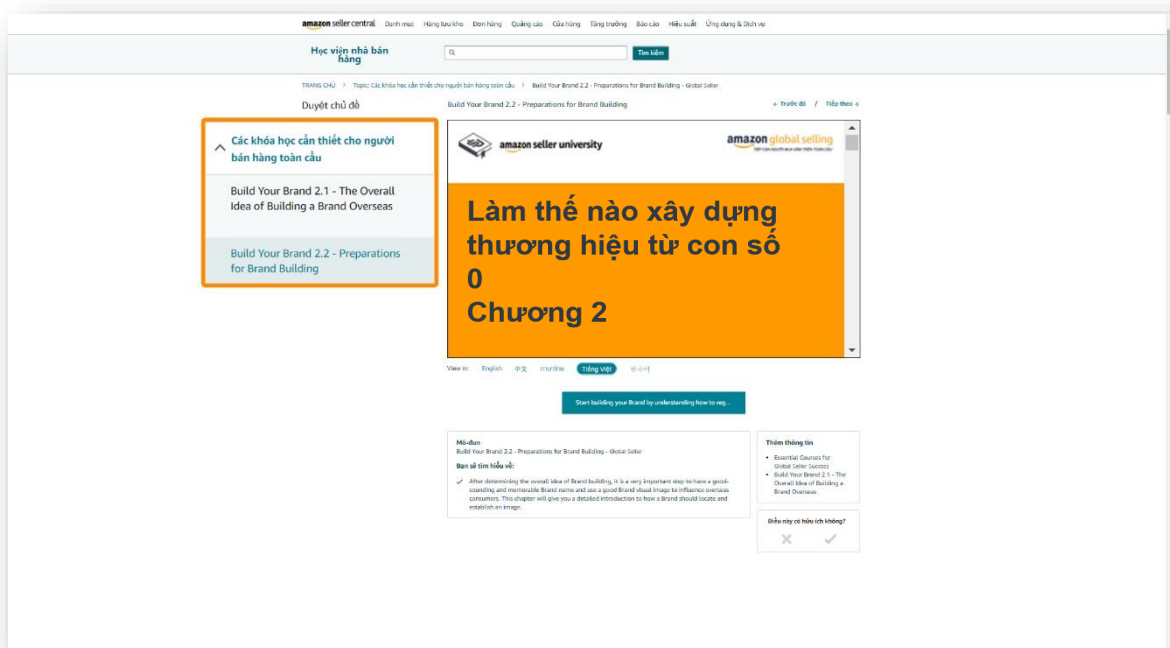
Sau khi đọc nội dung trên, nếu bạn đã hiểu đầy đủ về xây dựng thương hiệu và đăng ký nhãn hiệu, có thể chuyển sang chương tiếp theo để tìm hiểu kỹ hơn về việc chuẩn bị các tài liệu cần thiết và các quy trình làm việc cụ thể đối với đăng ký thương hiệu Amazon.

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](#)

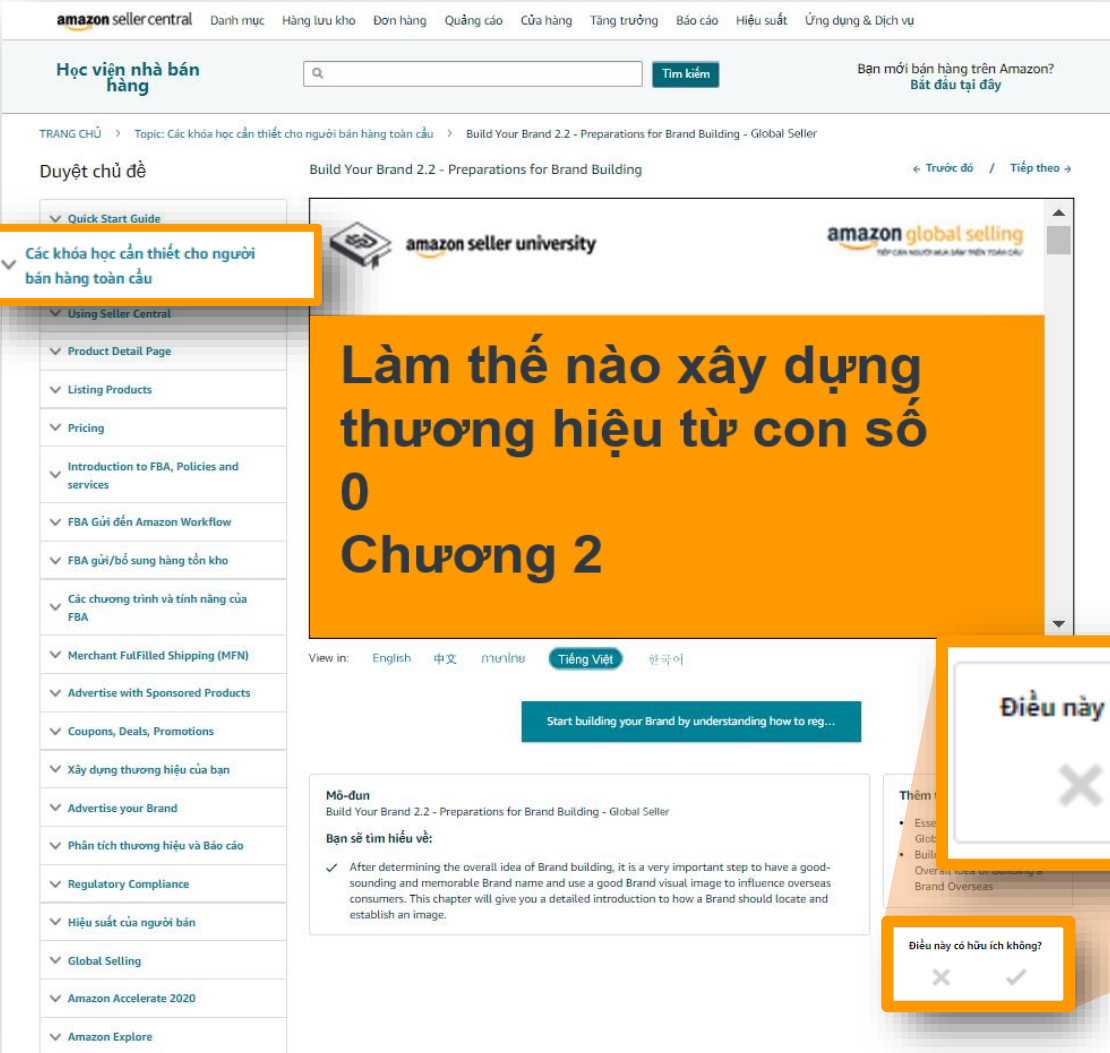


Học các bài học liên quan đến thương hiệu Amazon:

- 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 “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 features a large orange banner with the text "Làm thế nào xây dựng thương hiệu từ con số 0" and "Chương 2". Below the banner, there is a section titled "Mô-đun" (Module) for "Build Your Brand 2.2 - Preparations for Brand Building - Global Seller". The text under "Bạn sẽ tìm hiểu về:" (You will learn about:) includes a bullet point: "After determining the overall idea of Brand building, it is a very important step to have a good-sounding and memorable Brand name and use a good Brand visual image to influence overseas consumers. This chapter will give you a detailed introduction to how a Brand should locate and establish an image."

Two callout boxes highlight feedback options:

- A box on the left side of the page highlights the navigation menu item "Các khóa học cần thiết cho người bán hàng toàn cầu" (Essential courses for global sellers).
- A box on the right side of the page contains the question "Điều này có hữu ích không?" (Is this helpful?) with a green checkmark icon, indicating a positive feedback option.
- A smaller box below it also contains the question "Điều này có hữu ích không?" with a grey 'X' icon, indicating a negative feedback option.