



0에서 시작하는 브랜드 구축 방법 제1 장

브랜드가 크로스보더 이커머스 판매에 미치는 중요성을 충분히 이해한 후 브랜드화를 시작하기로 결정하셨다면, 자연스럽게 브랜드 구축을 어디에서부터 시작해야 할지에 대한 궁금증이 생길 것입니다. 본 장에서는 셀러가 브랜드를 구축하기 위해 필요한 대략적 구상, 브랜드 포지셔닝 및 브랜드 비주얼 시스템 등의 사전 준비 단계에 대한 내용을 소개합니다.

1. 해외 브랜드 구축에 대한 전반적인 구상

셀러는 브랜드를 구축하는 과정에서 어떤 단계에 위치해 있는지에 따라 계획을 수시로 수정해야 합니다. 특히 익숙하지 않은 해외 마켓플레이스의 경우 더 확실한 준비가 필요합니다. 제1장에서는 글로벌 브랜드 구축을 위한 전반적인 구상에서 시작해 브랜드 구축을 위한 사전 준비 경험을 셀러와 공유하여, 이를 실천에 옮기기 위해 필요한 탄탄한 이론적 기반을 마련할 수 있도록 합니다.

1.1 해외 브랜드 구축을 위한 전반적인 구상 3

본 교육과정에는 총 2개의 장이 있습니다. 다른 교육과정을 학습하려면 [관련 내용 보기 페이지](#)의 교육 가이드를 참고하고, 학습하려는 교육과정을 찾으십시오.

1.1 해외 브랜드 구축을 위한 전반적인 구상

크로스보더 이커머스 판매에서 중요한 역할을 하는 브랜드를 어떻게 아무것도 없는 상태에서 구축할 수 있을까요? 일반적으로 글로벌 브랜드를 구축하는 전반적인 과정은 다음과 같습니다.



글로벌 브랜드를 전반적으로 구상합니다.

판매 상품을 바탕으로 브랜드를 정확히 포지셔닝할 수 있습니다.

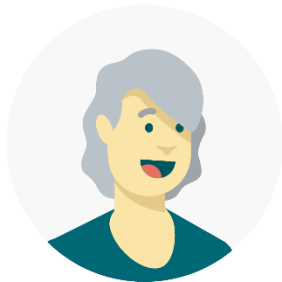
브랜드 포지셔닝에 따라 시각적 체계를 세웁니다



판매부터 시작하여 전반적으로 브랜드를 구축하였습니다.

셀러는 브랜드를 구축하는 과정에서 어떤 단계에 위치해 있는지에 따라 계획을 수시로 수정해야 합니다. 특히 익숙하지 않은 해외 마켓플레이스의 경우 더 확실한 준비가 필요합니다.

앵커 이노베이션의 설립자 스티븐 양은 2019년 아마존 글로벌 셀링 크로스보더 이커머스 서밋에서 글로벌 브랜드를 구축하는 과정은 일반적으로 세 단계로 나뉜다고 말했습니다.



- ① 채널 브랜드, 판매의 본원 축적 완료
- ② 적응 브랜드, 적극적인 트래픽 홍보
- ③ 리딩 브랜드, 혁신적인 리딩 제품 생산

셀러는 브랜드를 만들 때 다음의 해외 브랜드 구축을 위한 전반적인 구상을 참조할 수 있습니다.



제품을 통한 사전 판매 유도 및 평판 축적

먼저, 셀러는 해외 브랜드 구축 초기에는 초석 역할을 하는 **제품 판매량에 주의**해야 합니다. 크로스보더 이커머스를 해외 진출 첫 단계로 선택하면, 셀러가 빠른 속도로 판매량을 달성하여 일정한 시장 점유율을 확보하게 되면, 좋은 품질과 완벽한 애프터 서비스 시스템이 통해 브랜드의 상품이 점점 고객의 인정을 받고, 소비 마인드에 영향을 주는 브랜드 이미지를 구축할 수 있도록 지원하므로, 돕기 때문에, 고객의 구매 기억이 형성되고 상품의 판매로 이어질 수 있습니다.



마케팅 도구를 활용한 홍보, 즉각적인 제품 및 브랜드 조정

그 다음, 셀러는 **브랜드 전용 마케팅 홍보 도구**를 통해 브랜드 영향력을 확대하여 더 많은 사람들에게 자신의 브랜드를 알릴 수 있습니다.

아마존에서 쇼핑할 때 소비자는 일반적으로 상품 키워드 검색을 통해 셀러가 판매하는 상품 상세 페이지 이동합니다. 소비자가 자신의 브랜드명에 익숙해지기를 원한다면, 셀러는 상품의 상세 페이지 및 브랜드 플래그십 스토어를 지속적으로 최적화하여, 소비자에게 브랜드 이미지를 각인시켜야 합니다. 셀러는 또 소비자가 상품 검색 단계에서 브랜드를 노출해 소비자의 브랜드 인지도를 구축할 수 있도록, **브랜드 키워드 검색 광고** 또는 **브랜드 디스플레이 광고**도 집행할 수 있습니다.

브랜드가 일정한 소비군을 확보하면, 셀러는 아마존이 제공하는 브랜드 데이터를 통해 자신의 브랜드 상품 구매자의 특징 및 브랜드 경쟁품을 분석하여 **브랜드와 상품의 포지셔닝을 즉시 조정할 수 있고**, 보다 정확한 마케팅을 통해 소비자가 자신의 브랜드 상품을 구매하도록 유도할 수 있습니다.



브랜드 보호, 권리 침해 및 판매 방지

브랜드 성장 초기에 가장 중요한 점은 판매량, 트래픽 이외에도, 브랜드 성장 초기에 가장 중요한 점으로 브랜드에 대한 보호를 간과해서는 안 됩니다. 셀러는 미리 상표 등록, 아마존 브랜드 등록, 특허 출원 등의 방식을 통해 브랜드 판매를 위한 "보호벽" 구축에 만반의 준비를 함으로써 브랜드 발전 및 판매 과정에서의 권리 침해 및 경쟁식 판매 문제를 최대한 방지해야 합니다.

위의 구상이 브랜드 구축이 실현되기까지 더 잘 구현될 수 있도록, 이어서 브랜드 구축을 위한 구체적 준비 작업에 관한 내용을 소개하겠습니다.

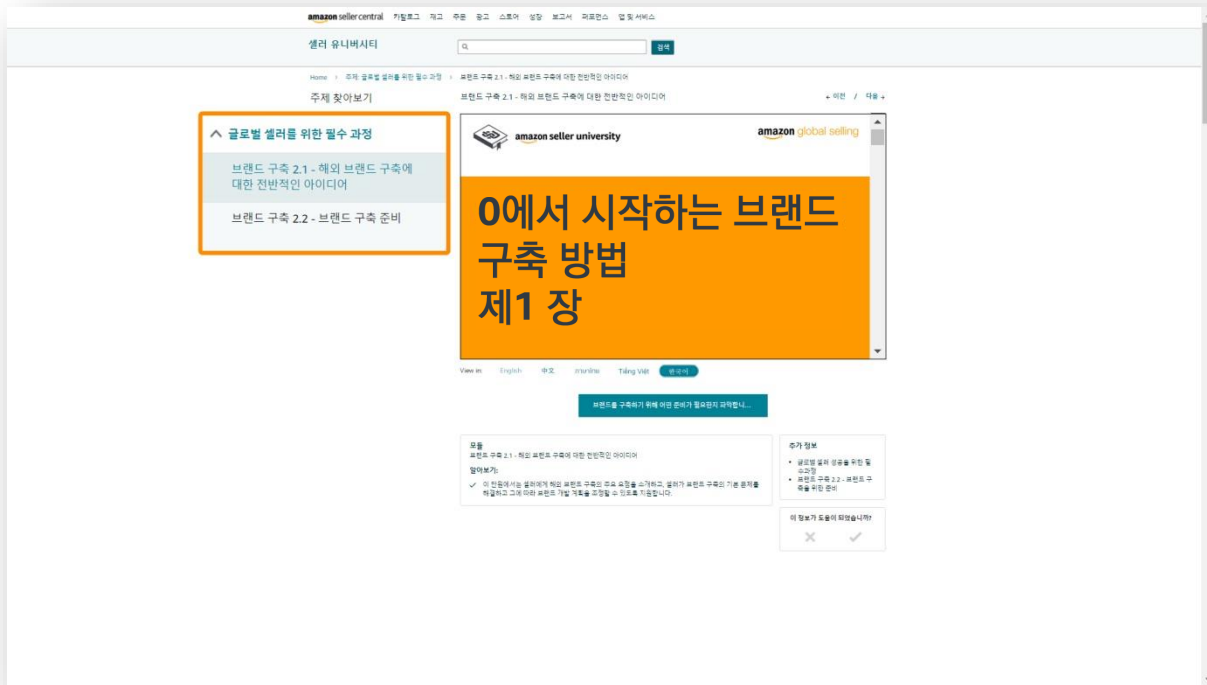
관련 내용 보기

0에서 시작하는 브랜드 구축 방법

- 글로벌 브랜드 구축을 위한 전반적인 구상
- 브랜드 구축을 위한 필요한 사전 준비

교육 경로 찾기 : 아마존 셀러 플랫폼 > 퍼포먼스 > 셀러 유니버시티 > 교육과정 명칭 검색

빠른 링크: 아마존 셀러 유니버시티 북미 마켓플레이스, 유럽 마켓플레이스, 일본 마켓플레이스



아마존 브랜드 관련 교육과정에 대해 자세히 알아보기

- 아마존 브랜드 등록이 왜 필요한지 알고 싶으십니까? "브랜드 기초 지식" 검색
- 아마존의 마케팅 구축에 대한 구체적 방법을 알고 싶으십니까? "브랜드화" 검색

학습 피드백

관련 내용이 도움이 되었다면 페이지 오른쪽 하단의 "✓"를 눌러 저희에게 알려주십시오. 감사합니다!

The image shows a screenshot of the Amazon Seller University website. The main content area features a large orange banner with the text "0에서 시작하는 브랜드 구축 방법 제1 장" (Brand Building Method Starting from 0, Chapter 1). Below the banner, there is a section titled "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?) with a green checkmark icon. A callout box on the left side of the page highlights the "글로벌 셀러를 위한 필수 과정" (Essential Course for Global Sellers) menu item. Another callout box on the right side of the page highlights the "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?) feedback prompt.