



0에서 시작하는 브랜드 구축 방법 제2 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.

2. 브랜드 구축을 위해 필요한 사전 준비

브랜드 구축을 위한 전반적인 구상을 마쳤다면, 셀러는 브랜드명과 우수한 브랜드 비주얼 이미지를 사용해 해외 소비자의 기억 포인트를 자극해야 하는데, 가장 중요한 단계는 바로 상표 등록입니다. 이제 이어서 브랜드의 정확한 포지셔닝과 이미지 메이킹 방법 및 상표 등록 방법, 상표 등록 관련 구체적 절차와 주의사항 등에 관해 상세하게 설명하겠습니다.

2.1 <u>브랜드 및 제품 포지셔닝</u>	3
2.2 <u>상표 등록</u>	5

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



2.1 브랜드 및 제품 포지셔닝

상품은 브랜드의 핵심이며, 브랜드의 포지셔닝 역시 판매하는 상품을 중심으로 진행되어야 합니다. 왜냐하면 제품마다 겨냥하는 대상 소비자군이 다르기 때문입니다. 예를 들어 면도기의 대상은 대부분 남성이고, 장난감 자동차는 대부분 어린이를 대상으로 하며, 오피스룩은 대부분 성인을 대상으로 합니다. 따라서 귀하의 브랜드와 제품을 포지셔닝할 때는 먼저 상품의 **산업 속성을**, 을 확인한 후, 산업 내의 다른 기존 브랜드를 참고하여 업계 내에서 자기 브랜드의 포지션을 결정해야 합니다. 이렇게 하면 귀하의 타겟층이 브랜드에 대한 동질감을 **빠르게 형성하여**, 점차 충성도 높은 브랜드 소비자군을 확보할 수 있게 됩니다.



- **브랜드 포지셔닝을 위한 첫 단계는 무엇입니까?**

브랜드 포지셔닝을 하고 싶다면, 먼저 충분한 **시장 조사**가 필요합니다.

시장 조사는 산업 분석, 경쟁 브랜드 분석, 고객군 포지셔닝 분석, 고유한 핵심 가치 검토 및 개선 등 여러 방면을 포함하며, 현재 업계 트렌드, 경쟁 상황, 타겟층과 브랜드 자체의 핵심 강점에 대해 충분히 이해한 후, 기존 정보를 바탕으로 브랜드를 체계적으로 분류할 수 있습니다.

예시

귀하의 제품이 다른 경쟁품에 비해 품질이 좋고 기능이 더 많으며 가격대가 더 높다면, 귀하의 제품은 고급형으로 포지셔닝될 수 있으며, 타겟 고객층 역시 상류층이 될 것입니다.

브랜드 포지셔닝이 명확해졌다면, 이제 더욱 맞춤형 방식으로 브랜드에 적합한 이미지 메이킹을 시작할 수 있습니다.



- **브랜드 이미지 메이킹이란 무엇입니까? 어떤 효과가 있습니까?**

소비자는 상품을 구매할 때 일반적으로 상품의 브랜드 외관 이미지에 매료됩니다. 따라서 셀러는 브랜드 이미지 메이킹을 잘 해야만 소비자의 시선을 사로잡을 수 있고, 강력한 심리적 암시를 행사해 **브랜드 기억**을 형성할 수 있습니다. 브랜드 이미지 메이킹은 다른 브랜드와 구별되는 중요한 상징으로서 브랜드 명칭, 로고(logo) 및 심벌(브랜드 슬로건) 디자인을 포함합니다.

amazon global selling

← 브랜드 명칭

XXXX

← 브랜드 슬로건

(아마존 글로벌 셀링 Logo 의 예)

1

브랜드 명칭 : 일반적으로 브랜드의 모든 특징을 포괄하는 텍스트, 기호, 패턴이나 세 개 요소의 조합으로 구성되며, 우수한 홍보, 소통 및 교류 작용을 합니다.

2

브랜드 로고(Logo) : 일반적으로 사람들의 인식과 연상을 불러일으키는 디자인 패턴으로 소비자에게 긍정, 호감, 선호도를 불러 일으킵니다.

3

브랜드 심벌(브랜드 슬로건) : 브랜드 이미지 메이킹에 브랜드 슬로건이 필요한 것은 아니지만, 슬로건을 사용하게 되면 다음의 효과를 기대할 수 있습니다. 1. 상품의 연상 효과 ; 2. 브랜드 명칭과 로고 강조.

주의:



브랜드 비주얼은 반드시 소비자의 심리적 요구를 결합시켜 통일성과 안정성을 유지해야 하며, **브랜드가 소비자의 시선을 사로잡는 중요한 조건의 하나이기 때문에**, 마음대로 변경해서는 안 됩니다.

이는 주로 텍스트, 그래픽, 색상의 통일성을 통해 표현되며, 텍스트와 그래픽, 색상의 유기적 결합을 통해 더욱 눈부시고 입체적인 브랜드로 시각적 효과를 부여할 수 있습니다. 또한, **간결하고, 기억하기 쉬운** 특징과 우수한 **스토리 연상 효과 역시 브랜드 비주얼의 기본 요소입니다.**

2.2 상표 등록

브랜드 포지셔닝을 결정하고 브랜드의 기본 이미지 시스템을 구축했다면, 셀러는 **브랜드 패키징**을 시작해야 하며, 그중에서 가장 중요한 단계는 바로 **상표 등록**입니다. 상표를 등록할 때 셀러는 **기존에 등록되지 않은 브랜드 명칭을 준비해야 합니다**.



크로스보더 이커머스 판매 시, 셀러는 먼저 **해당 국가**에 상표를 등록해야 합니다.

예시

현재 아마존 미국 마켓플레이스에서 판매를 하고 있는 경우, 미국에 상표 등록을 해야 하고, 미국의 상표 등록 요구사항을 준수해야 합니다.



미국/유럽 등의 판매 대상국에 상표는 없지만, 국내에는 상표가 등록되어 있는 경우, 먼저 아마존에서 판매한 후 나중에 상표를 출원할 수 있습니까?

원칙적으로는 판매할 수 있지만, 3대 위험에 노출될 수 있습니다.

- 1) 정상적 판매 과정에서 다른 사람이 귀하의 상표를 선제적으로 등록한 후, 귀하를 도리어 **권리 침해**로 고소할 수 있습니다.
- 2) 국내에 등록된 상표는 아마존 브랜드 등록에 **사용할 수 없습니다** (다음 장에서 아마존 브랜드 등록의 중요성에 대해 상세히 설명하겠습니다).
- 3) 임시 상표(TM 상표)는 아마존 브랜드로 등록할 수 없고(등록에 성공한 상표만 R 마크가 있고 아마존에 브랜드로 등록 가능), 아마존 브랜드 등록 혜택을 이용할 수 없습니다.

따라서, 먼저 **판매 대상 국가에 현지 상표를 출원한 후**, 판매를 시작하시는 것이 좋습니다. 그래야만 다른 사람이 귀하의 상표를 선제적으로 등록할 수 없고, 되도록 빨리 아마존 상표 등록을 진행해야 아마존의 포괄적인 브랜드 보호, 판매 지원을 위해 제공되는 다양하고 편리한 도구 서비스를 받으실 수 있습니다.



상표 등록 절차는 어떻게 됩니까?

일반적으로 상표 등록은 다음의 4단계로 나뉩니다.

1

상표에 대한 상표 검색을 통해, 출원하려는 상표가 이미 등록되지 않았는지, 동일하거나 유사한 상표가 있는지 확인합니다.

2

각 대상국에서 요구하는 상표 출원 자료를 준비합니다.

3

각 대상국의 요구사항에 따라 상표국에 상표 등록 출원을 제출하고, 수리 통지를 받은 후 TM상표를 획득합니다.

4

공고기간이 시작되어 끝나면 R상표를 받을 수 있습니다.

이외에도, 현재 해외 상표 등록 역시 관련 서비스 사업자의 도움을 받을 수 있으며, 셀러는 셀러 센트럴에서 직접 "앱 및 서비스" 메뉴바 > "서비스 검색"을 클릭해 관련 상표 등록 서비스 사업자를 검색할 수 있습니다.



주의:

공고기간은 보통 상표 출원 지역에 따라 다르며, 일반적으로 4~8개월입니다. 따라서 아마존은 브랜드 구축에 관심이 있는 셀러라면 **상표 등록을 최우선적으로**, 되도록 빨리 준비하기를 권장합니다!

TM 상표와 R 마크의 차이는 무엇입니까?

TM은 상표가 상표국에서 심사 대기 중이며 아직 성공적으로 등록되지 않았다는 표시입니다.

R은 상표가 이미 성공적으로 등록되었고 상표 독점권이 인정된다는 표시입니다.

구체적인 차이는 다음과 같습니다.



TM 상표는 법적 효력이 없고, 해당 상표가 이미 등록 출원되었음을 의미할 뿐입니다.



R 상표는 해당 상표가 이미 등록되었고, 상표 인증서를 획득하여 국가에 의해 법적 보호됨을 의미합니다.



두 상표가 의미하는 과정은 다르며, 일반적으로, **TM은 R 과정의 전 단계라고 할 수 있습니다.** 셀러는 먼저 등록을 출원하여 상품이 관리 부서의 승인을 거치면 상표 인증서를 받을 수 있습니다. 즉, 셀러가 출원한 상표는 먼저 TM상태를 통과한 후에 R마크를 받을 수 있는 것입니다.



주의:

현재 R마크를 받은 상표만 아마존 브랜드 등록 자격이 부여됩니다.

위의 내용을 읽은 후 브랜드 구축 및 상표 등록에 대해 충분히 이해하셨다면, 상표 등록에 필요한 각종 준비 자료 및 아마존 상표 등록에 대한 구체적 절차를 상세하게 소개하는 다음 장으로 이동하십시오.

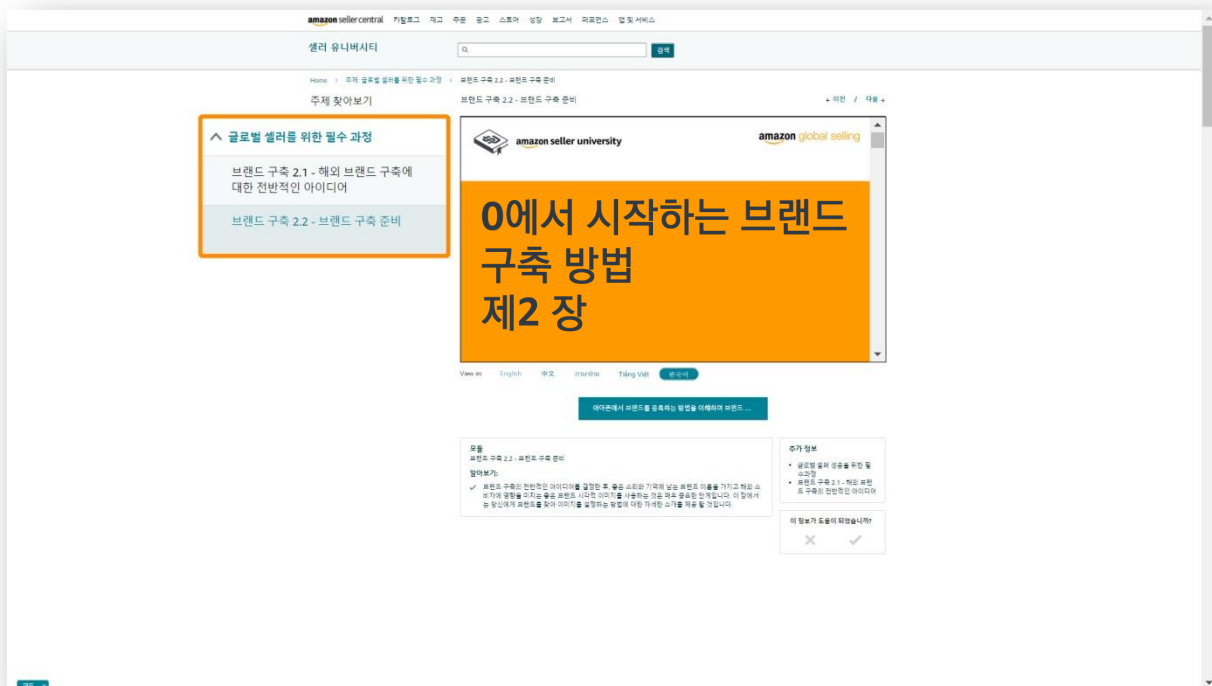
관련 내용 보기

0에서 시작하는 브랜드 구축 방법

- 글로벌 브랜드 구축을 위한 전반적인 구상
- 브랜드 구축을 위해 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? "마케팅 브랜드" 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 displays a lesson titled "0에서 시작하는 브랜드 구축 방법 제2 장" (Building a Brand from Zero - Part 2). The page includes a navigation menu on the left, a search bar at the top, and a feedback prompt at the bottom right. Two callout boxes highlight the feedback mechanism: one points to the "글로벌 셀러를 위한 필수 과정" (Essential Course for Global Sellers) in the left menu, and another points to the "이 정보가 도움이 되었습니까?" (Was this information helpful?) prompt with a green checkmark icon.

amazon seller central 카탈로그 재고 주문 광고 스토어 설정 보고서 피포먼스 업 및 서비스

셀러 유니버시티

Home > 주제: 글로벌 셀러를 위한 필수 과정 > 브랜드 구축 2.2 - 브랜드 구축 준비

주제 찾아보기

브랜드 구축 2.2 - 브랜드 구축 준비

amazon seller university amazon global selling

0에서 시작하는 브랜드 구축 방법 제2 장

View in: English 中文 日本語 Tiếng Việt 한국어

이 정보에 대한 브랜드를 등록하는 방법을 이해하여 브랜드 ...

이 정보가 도움이 되었습니까?

이 정보가 도움이 되었습니까?