

ثبت برند تکنیک ها و اصول ثبت برند ثبت علائم نام و نشان تجاری اصول و قوانین ثبت برند

مدرس و مشاور: علی خویه

مدرس دانشگاه با ۱۸ سال تجربه اجرایی موفق و حرفه ای

مؤلف و مترجم ۱۲ عنوان کتاب تخصصی

عضو انجمن های معتبر جهانی

ریاست انجمن برند

www.branddoctor.ir

www.ibma.ir

- یک برند خوب به شما امکان می‌دهد که کالا یا خدمات جدیدی را هم به فهرست محصولات یا خدمات شرکتتان اضافه کنید، چرا که این برند تنها بر یک چیز تمرکز نکرده است.
- خلق یک برند خوب گران تمام می‌شود و زمان زیادی لازم دارد.
- زمانی که می‌خواهید یک برند طراحی کنید باید مراقب باشید که این نشان مفهومی که موردنظر شماست را برای مشتریان تداعی نماید.
- یک برند قوی و تأثیرگذار، نام و لوگوی منحصر به فرد، ساده و در عین حال گویا دارد که مردم به راحتی آن را به خاطر می‌سپارند و برازنده شکل و نوع کسب و کار شما باشد. شکل و فرم حرفه‌ای یک برند و حضور گسترده آن، به مشتریان احتمالی می‌رساند که صاحب این برند شرکتی با سابقه و قدرتمند است که محصولات یا خدماتی با ارزش عرضه می‌کند. نام و نشان تجاری باید در کنار تمامی لوازم شرکت شما دیده شود. (لوازم التحریر، سربرگ‌ها و کارت‌های ویزیت، فایل‌ها، کیف‌ها و ...)
- نقل‌های دهان به دهان مشتریان راضی و ناراضی ابزارهایی هستند که می‌توانند درصد موفقیت و شکست شما را افزایش یا کاهش دهند.
- ثبت قانونی هر برند امکان سرقت آن را کم می‌کند.
- کسب و کارهای گوناگون با هم متفاوت هستند. اگر می‌بینید که برای طراحی برند و پروسه‌های تبلیغاتی آن مهارت کافی ندارید، حتماً از یک مشاور کاردان و ماهر کمک بگیرید.
- . مرجع: www.tafahomnews.com

• انجمن بازاریابی امریکا برند را اینگونه تعریف کرده است:
 برند به انگلیسی (Brand) با عنوان قانونی نشان تجاری، یک طرح، نماد، عبارت، نام و.... است که ارائه دهنده خدمات یا فروش محصول خاصی است که به وسیله آن، از سایر محصولات مشابه متمایز می شود.
 نشان تجاری و یا برند همان چیزی است که مخاطب، صفات و ویژگی های آن را با دیدن، شنیدن، حس کردن و غیره، به صورت ذهنی ((Conceptual، دیداری ((Visual یا شنیداری ((Verbal در ذهن و قلب خود تداعی می کند.

در واقع برند شامل همه احساسات، مفاهیم و ویژگی هایی است که با یک نام گره خورده است.
 واژه برند در جامعه ما و زبان فارسی به محصول یا خدمتی گفته می شود که اعتبار و ارزش اجتماعی داشته باشد. در واقع برندهای دلخواه انهایی هستند که دارای ماهیت و قدرت اجتماعی بالایی بوده و افراد نسبت به آنها حس مالکیت داشته باشند.

مطمئناً بارها شنیده اید که " این مارک یا برند محبوب من است ". در واقع برندی دارای قدرت است که بتواند هیجان و عواطف مصرف کننده را برانگیخته و مشتری بتواند به آن اعتماد کند.
 پس یکی از مهمترین وظایف هر شرکت، پیدا کردن راه برای جلب توجه و وفاداری مشتری است. از جمله خصوصیات یک برند معروف می توان به جذابیت، الهام بخش بودن، تک بودن، تناسب، جایگاه و.... اشاره کرد.

- از نظر مصرف کننده خرید از یک برند یعنی:

کیفیت بالا
خطر پذیری کمتر
منشایک محصول
عهد با تولید کننده
هزینه پرس و جوی کمتر
سپردن مسئولیت به تولید کننده
وسیله ای نمادین برای اظهار شخصیت
و.....

از مهمترین عناصر بازاریابی و موفقیت در یک سازمان، نشان تجاری یا همان Brand بوده که معرفی کننده یک سازمان یا شرکت یا همه ابعادش است. در واقع یک برند معرفی کننده کالاها، خدمات و اهداف شرکت شما بوده و آن را در ذهن بیننده، مشتری و مصرف کننده به تصویر در می آورد. اولین قدم در تجارت اعتماد است و علامت تجاری به وسیله برند سازی به این اعتماد و تعهد شتاب می بخشد. اکثر پرندها یک نشان خاص دارند که به منظور یادآوری تعهد، عمل می کند. در این نشان از رنگ، شکل، حروف و تصاویر، عبارات، موسیقی و ... برای خلق یک تصویر خاص و متفاوت استفاده شده تا نظر مشتری را جلب کرده و او را به سمتی که مد نظر است، هدایت کند.

- علائم تجاری قدمت ۴۰۰۰ ساله در مصر باستان دارند. همچنین صنعتگران چینی حدود ۲۰۰۰ سال پیش علائم خاص خود را بعنوان علائم تجاری، داخل یک نیم دایره (و بعدها ربع) بر پشت ظرف چینی ساخته شده حک می کردند. با پیشرفت تجارت بین کشورها و اقوام مختلف در قرن ۱۲ نشانه های تجاری به تدریج بر روی کالاها و اسناد تجاری نیز نقش بستند و در سال ۱۳۶۳ میلادی به دستور شاه ادوارد سوم (پادشاه انگلستان) استفاده از علائم تجاری برای برخی از تجار و صنعتگران اجباری گردید.

- برند یا نام و نشان تجاری عبارت است از نام، عبارت، اصطلاح، علامت نشانه، نماد عدد، طرح یا ترکیبی از این ها که به منظور شناساندن محصولات و خدمات فروشندگان یا گروهی از فروشندگان و متمایز ساختن آن ها از محصولات شرکتهای رقیب استفاده می شوند و حق استفاده انحصاری نام و نشان تجاری فقط برای کسانی شناخته خواهد شد که آن را در اداره مالکیت صنعتی به ثبت رسانده باشند، که در این صورت چنانچه شخص دیگر از آن نام و نشان تجاری یا مشابه آن در خصوص کالای مورد نظر استفاده نماید تحت تعقیب کیفری و حقوقی قرار خواهد گرفت. این نظام به مصرف کنندگان کمک می کند که از کالاها و خدماتی که ماهیت و کیفیت آنها مورد نظرشان است و با آرام مخصوص مشخص شده اند، بهره بگیرند.

- عاملی برای اعتبار و برتری بین رقبا
- اخذ گواهینامه ثبت نام تجاری یا همان «برند» یک سند معتبر با مزایای مختلف برای کسی است که آن را از اداره کل مالکیت صنعتی دریافت می کند.
- هر تولید کننده و صاحب شغلی برای محصولات خود باید نامی انتخاب کند که مشتریان برای خرید و شناخت محصول بدنبال نام تجاری محصول باشند.
- اصل و اساس شروع هر فعالیت یا تولید انتخاب نام تجاری و ثبت برند تجاری آن برای جلوگیری از کپی برداری سایرین می باشد.
- امروزه صاحبان همه ی مشاغل برند خود را به ثبت رسانده اند و شاید به فکر ثبت برند دوم یا سوم و.... برای محصولات خود باشند.
- ثبت برند در تمامی رشته های مشاغل مختلف با کالاهای متفاوت در زمینه های بازرگانی، تولیدی، فروشگاهی و خدمات قابل اخذ می باشد که می تواند به طور مستقیم بر روی کالای قابل عرضه اعتبار بخشی کند و انحصار و حمایت دولت را در پشتیبانی از صاحب برند را به همراه دارد.
- در صورت ثبت نام تجاری در صنف خود می توانید انحصار را در اختیار خود گرفته و اجازه استفاده و کپی برداری را از رقبای خود بگیرید.

- وقتی برندها دارای ارزش مالی می شوند که نکات مختلفی روی آنها انجام شود. مثلا نوع انتخاب اسم برای هر صنف متفاوت می باشد و یا فارسی و یا لاتین بودن آن، و یا نوع کالاهایی که برای آن انتخاب می شود و رعایت اصول قانونی جاری کشور در امور ثبت آن (که بهتر است با کارشناسی مربوطه مذاکره شود) و یا نوع تبلیغات و به بازار عرضه کردن آن
- نکته ۱: نشان تجاری یا همان لوگو باید در بردارنده و نشان دهنده ویژگی های محصول باشد و از طرح و رنگ و نقش های ساده، قابل فهم و زیرکانه در آن استفاده شده باشد.
- نکته ۲: نام اسامی مشهور قابل ثبت نمی باشد.
- نکته ۳: ثبت آرم و برند تجاری انتخابی که ۵۰٪ مشابه یک برند دیگر باشد ممکن نیست.
- نکته ۴: نام مناطق جغرافیایی قابل ثبت نمی باشد

- - چه علائمی قابلیت ثبت شدن دارند؟
- نشان تجاری می تواند یک یا ترکیبی از چند کلمه، حرف، عدد، نقاشی، سمبل، نقش های سه بعدی (شکل و بسته بندی کالاها)، علائم سمعی مثل موسیقی یا اصوات، رایحه و یا رنگ هایی جهت معرفی ویژگی ها باشند.

به جز علائم تجاری که مشخص کننده منبع کالا یا خدمات هستند، چند دسته نشان دیگر نیز وجود دارد.

۱. علائم اشتراکی: متعلق به اتحادیه هایی است که از آن نشان به منظور معرفی خود با یک سطح کیفی (یا سایر ملزومات آن اتحادیه) استفاده می کنند. مثلاً اتحادیه های که معرفی کننده حسابداران، مهندسان یا معماران هستند.

۲. علائم تصدیق نامه ها با استانداردهای معین: این علائم برای نشان دادن قبولی داده می شوند، ولی محدود به هر گونه عضویتی نیستند. آنها را می توان به هر کس که تصدیق کند کالاهای مربوط مطابق استاندارد هستند، اعطا کرد. برای نمونه، گواهی نامه استاندارد کیفیت " " ISO ۲۰۰۰ یک گواهی نامه شناخته شده در سطح جهانی است.

- علائم تجاری ممنوع کدامند؟
- انتخاب و ثبت علامت تجاری تابع شرایط خاصی است که در قوانین کشورهای مختلف با توجه به عرف جامعه، عفت عمومی، اخلاق حسنه، مصالح کشور و رعایت مسائل مذهبی و اخلاقی محدودیت‌هایی برای آن در نظر گرفته شده است. به موجب ماده ۵ قانون، ثبت علائم و اختراعات زیر ممنوع است:

علامت هلال احمر، نشان و آرم‌های دولت ایران
پرچم رسمی ایران با علامت مخصوص جمهوری اسلامی و شعار الله اکبر
پرچم‌های منتسب به دولت و کشور ایران و هر پرچم منع شده توسط دولت ایران
علامت تجاری موسسات رسمی مانند هلال احمر، صلیب سرخ، رجاء، همراه اول و نظایر آن
کلمات و یا عباراتی که موهوم انتساب به مقامات رسمی ایران باشد از قبیل دولتی، ایران و امثال آن‌ها

واژه‌های عام:
به عنوان مثال کلمه "رایانه" و یا "کتاب" به تنهایی غیرقابل ثبت هستند، زیرا این کلمات واژه‌هایی عام برای کلیه محصولات با این نام هستند و نمی‌توان استفاده از این کلمات را انحصاری نمود.