

Định nghĩa thương hiệu là tạo ra và duy trì riêng biệt các thương hiệu trong môi trường cạnh tranh để báo động báo khách hàng mục tiêu có thể phân biệt được các thương hiệu này với các thương hiệu cạnh tranh khác. Ví dụ định nghĩa thương hiệu mang tính chủ quan trình là do nó có liên quan trình tiếp cận suy nghĩ và nhận định của người tiêu dùng.