

نشأت فكرة العلامة التجارية بعد الحرب العالمية الثانية، حيث غمر السوق بعدد هائل من السلع والمنتجات والخدمات، مما أدى إلى صعوبة اختيار المستهلك. هذا الأمر أثر سلباً على السوق والمستهلك، الذي أصبح غير قادر على التمييز بين البضائع. بعد ذلك، بدأت فكرة العلامة التجارية تظهر كحلّ لتمييز منتج عن غيره، وجعله يُحظى بثقة المستهلك من خلال التوقيع أو الشكل أو الرمز أو الحرف الذي يُمكنه من التعرف على المنتج دون قلق.