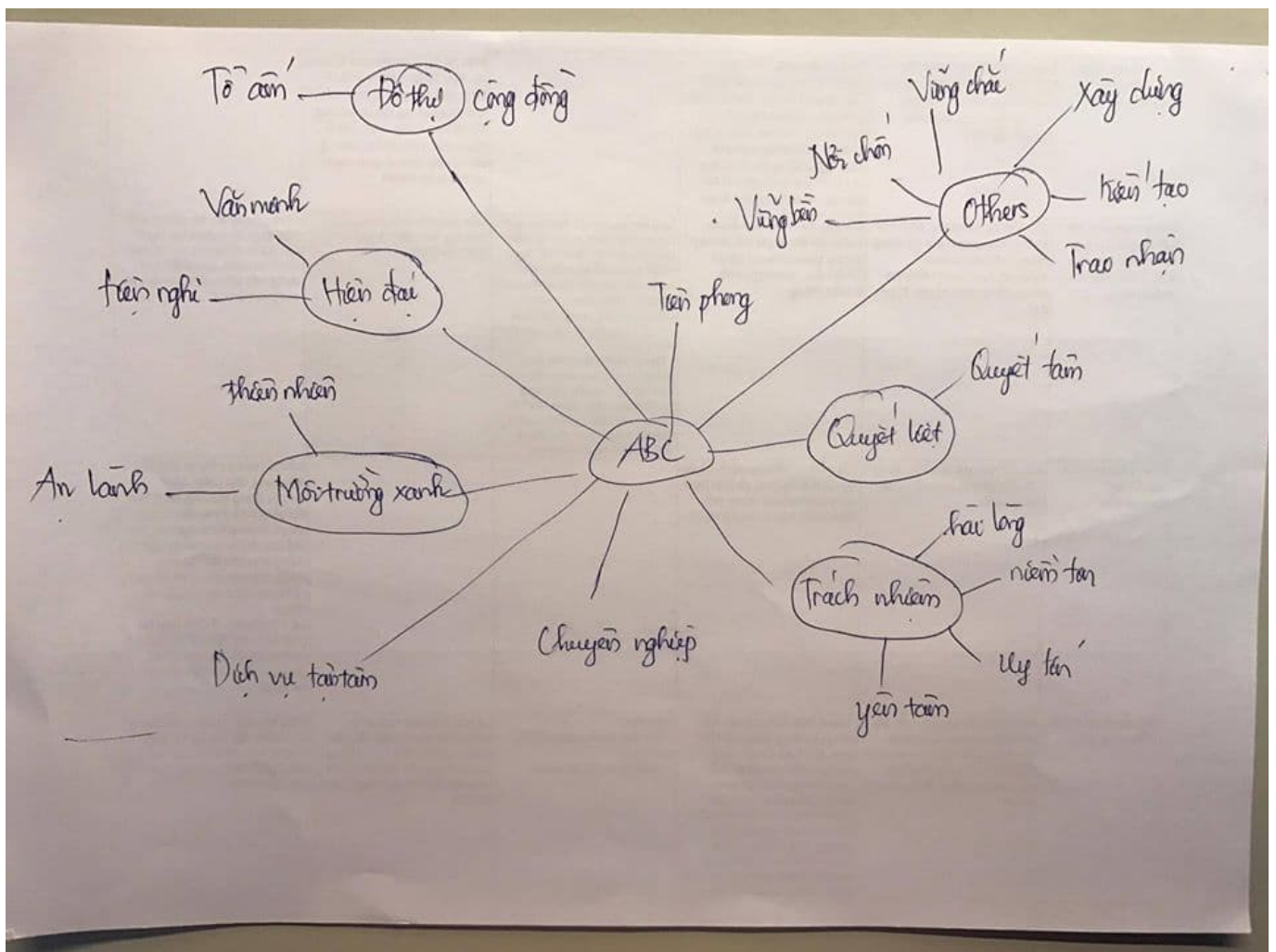


(Bài viết của chị Phùng Thị Phương)

Bài viết dành cho những người làm sáng tạo như sáng tạo tên thương hiệu, viết slogan, tagline, key message cho các chiến dịch...

Đa phần chúng ta cho rằng, sáng tạo cần có cảm hứng. Dĩ nhiên không sai. Làm sáng tạo có cảm hứng thì quá tuyệt vời. Cảm hứng sẽ giúp ngôn từ, ý tưởng được thăng hoa, mọi thứ trở nên dễ dàng hơn rất nhiều. Nhưng cũng không ít khi chúng ta “bí ý tưởng”. Sáng tạo bằng cảm hứng chỉ dành cho những người mà sáng tạo không phải là công việc của họ.



6 bước sáng tạo để chạm tới trái tim Khách hàng - 1

Vậy với những người mà sáng tạo là công việc thì sao? Không lẽ việc sáng tạo lúc nào cũng

chờ đến khi có cảm hứng? Cảm hứng thì chạy xa trong khi deadline lại tiến gần, bạn sẽ làm gì?

Có một thực tế là việc sáng tạo không nên chỉ dựa vào cảm hứng, mà sáng tạo cần có kỹ thuật và phương pháp. Đặc biệt khi không có cảm hứng thì kỹ thuật và phương pháp sẽ là cứu cánh.

Nếu nắm vững một số kỹ thuật và phương pháp thì bạn hoàn toàn có thể sáng tạo, thậm chí sáng tạo tốt ngay cả khi không có cảm hứng. Dưới đây là một số kinh nghiệm cá nhân của tôi đã áp dụng cực kỳ hiệu quả trong quá trình làm việc tại Richard Moore Associates:

1. Bước 1: Xác định định hướng sáng tạo

Dựa trên yêu cầu sáng tạo, hãy xác định những định hướng sáng tạo phù hợp, hướng nào mình nên explore? Đồng thời cần xác định định hướng nào là hướng ưu tiên?

2. Bước 2: Tham khảo những ý tưởng sáng tạo trong ngành

Ví dụ bạn cần sáng tạo slogan cho thương hiệu về bất động sản, hãy tìm reference slogan trong ngành này (cả Việt Nam và nước ngoài) để xem xu hướng trong ngành họ thường sử dụng ngôn từ như thế nào, tone/voice ra sao.... Việc tìm hiểu những ý tưởng sáng tạo trong ngành còn giúp bạn tránh được những ý tưởng đã được sử dụng nhiều, hoặc tránh việc trùng lặp ý tưởng.

3. Bước 3: Viết ra những key points, key words liên quan đến job cần sáng tạo

Những key points này có thể là các định hướng sáng tạo mà mình đã xác định ở bước 1. Hoặc đơn giản là các thông điệp mà chủ thể sáng tạo muốn thể hiện....

4. Bước 4: Khai thác sâu và rộng hơn từng key point ở bước 3.

Với mỗi điểm này thì có thể thể hiện bằng cách nào, ngôn từ nào? những yếu tố nào liên quan? ...

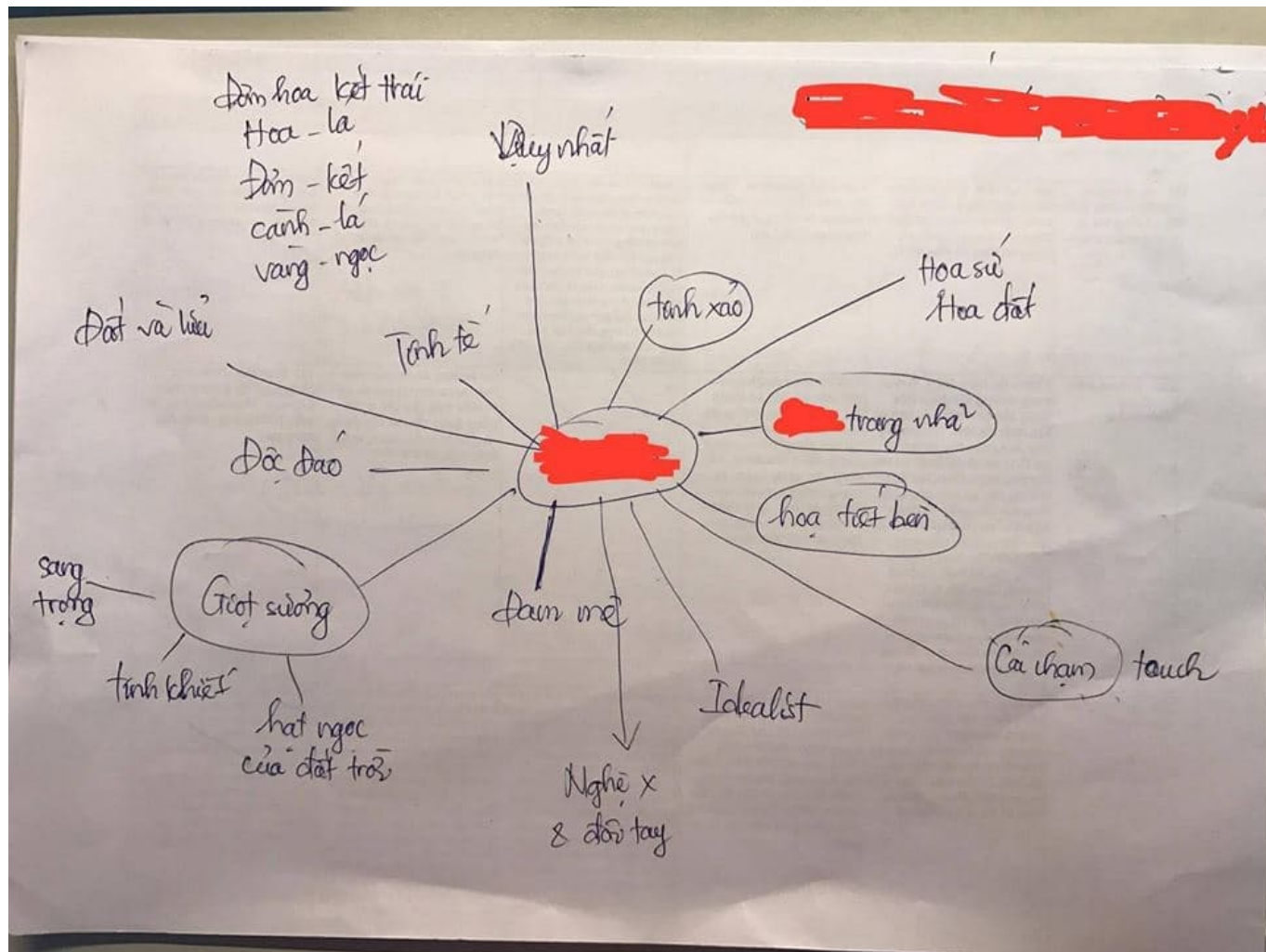
5. Bước 5: Thay từ đồng nghĩa cho những gì đã viết ra ở các bước

Dùng từ đồng nghĩa thay cho những từ đã viết ra. Hoặc viết những lợi ích, hiệu quả liên quan đến từng điểm này.

6. Bước 6: Cuối cùng hãy xem lại sơ đồ mà bạn viết ra và nghĩ cách kết hợp chúng lại với nhau.

Sáng tạo là sự kết hợp, kết nối các yếu tố lại với nhau. Vì vậy hãy kết hợp những gì đã viết ra và ghi lại bất kỳ ý tưởng nào xuất hiện trong đầu. Trong đó có thể có những ý tưởng tốt.

Nhưng cũng có thể từ những ý tưởng ban đầu ấy bạn có thể đào sâu để phát triển hoặc chỉnh sửa thành những ý tưởng tuyệt vời hơn.



6 bước sáng tạo để chạm tới trái tim Khách hàng - 2

Dĩ nhiên, đây chỉ là những bước về mặt kỹ thuật và phương pháp. Bằng những phương pháp này, một số ý tưởng sáng tạo của tôi thực sự đã chạm tới trái tim của Khách hàng.

Tuy nhiên, theo trải nghiệm cá nhân của tôi, tôi cho rằng cái khó nhất là người làm sáng tạo cần “cảm” (sense) được rất sâu, hiểu rất kỹ chủ thể sáng tạo. Ví dụ để sáng tạo slogan cho một thương hiệu thì bạn cần phải cảm được cái hồn của thương hiệu đó...

Chắc chắn bạn sẽ không thể cura đỡ một cô gái nếu chưa từng rung động trước cô ấy. Vì vậy

bạn cũng sẽ không thể khiến cho khách hàng wow với ý tưởng sáng tạo của mình nếu chính bạn không wow.

Phùng Thị Phương

Brand Strategy Manager

Richard Moore Associates