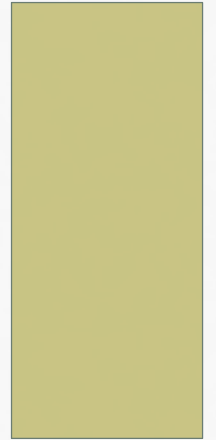




CHƯƠNG 6: SÁNG TẠO THÔNG ĐIỆN PHIM QUẢNG CÁO



MỤC TIÊU HỌC TẬP

- Nắm được quy trình các bước sáng tạo nội dung, ý tưởng sản xuất phim quảng cáo
- Quản trị ý tưởng sản xuất phim quảng cáo
- Nắm được các cách kể chuyện trong phim quảng cáo

QUY TRÌNH SÁNG TẠO

CHUẨN BỊ

Nghiên cứu, tìm hiểu, thu thập thông tin cần thiết

PHÁT TRIỂN Ý TƯỞNG SÁNG TẠO

Tiếp tục phát triển các ý tưởng khác nhau

XEM XÉT Ý TƯỞNG

Tìm kiếm các giải pháp tối ưu

KIỂM TRA VÀ LỰA CHỌN Ý TƯỞNG

Lọc, hoàn thiện và xem xét sự phù hợp của ý tưởng

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUY TRÌNH SÁNG TẠO

Mục tiêu kinh doanh/Marketing

Nhận thức của người tiêu dùng/công chúng

Yếu tố định vị thương hiệu/sản phẩm

BẢN MÔ TẢ SÁNG TẠO

CREATIVE BRIEF

- **Vai trò của bản mô tả sáng tạo:**

- + Tà bản tóm tắt đầy đủ của doanh nghiệp về các thông tin cần thiết để agency có thể sáng tạo ý tưởng làm TVC quảng cáo

- **Bối cảnh của chiến dịch**

- + **Bối cảnh của chiến dịch quảng cáo là gì?**

- + **Tại sao doanh nghiệp cần thực hiện chiến dịch này?** (Do chiến dịch của đối thủ hay thay đổi thị trường, sản phẩm)

- **Mục tiêu của chiến dịch**

- + **Tăng nhận thức thương hiệu?**

- + **Thúc đẩy tăng doanh số?**

- + **Các con số mục tiêu kỳ vọng cụ thể?**

BẢN MÔ TẢ SÁNG TẠO

CREATIVE BRIEF

- **Công chúng mục tiêu**

- + Họ là ai?

- + Tâm lý và hành vi của họ như thế nào?

- + Doanh nghiệp mong muốn sau khi xem QC thì hành vi và nhận thức của công chúng thay đổi như thế nào?

- **Thông điệp**

- + Thông điệp nào sẽ tác động lên khách hàng?

- + Cách giải thích thông điệp

- **Kênh truyền thông**

- + Kênh truyền thông chính là gì?

- + Nội dung thông điệp quảng cáo có phù hợp với công chúng của kênh không?

- **Lý do để tin**

- + Lý do mà khán giả tin vào thông điệp là gì?

- + Số liệu, chứng nhận hay chi tiết nào giúp khán giả tin vào thông điệp?

XÂY DỰNG KỊCH BẢN QUẢNG CÁO

- Sáng tạo ý tưởng và thông điệp quảng cáo
- Kịch bản là xương sống, biến ý tưởng thành kịch bản có thể thực hiện được
- Yêu cầu người viết kịch bản:
 - + Nắm rõ tâm lý và yêu cầu từ khách hàng
 - + Hiểu rõ về SP và tính cách đặc trưng của DN
 - + Hiểu đối thủ cạnh tranh
 - + Hiểu thông điệp muốn truyền tải

XÂY DỰNG KỊCH BẢN QUẢNG CÁO

- Yêu cầu của một kịch bản phim quảng cáo tốt:
 - + Phù hợp với chiến dịch quảng cáo và kế hoạch Marketing
 - + Khai thác được điểm yếu của đối thủ; nêu bật điểm nổi trội trong sản phẩm của mình.
 - + Phù hợp với nhu cầu và mong muốn của khách hàng
 - + Phù hợp với phân khúc thị trường.
 - + Phù hợp với phương tiện truyền thông

CÁCH VIẾT KỊCH BẢN QUẢNG CÁO

- Ngắn gọn
- Kể một câu chuyện có ý nghĩa, chuyển tải đúng và sáng tạo thông điệp quảng cáo
- Sử dụng ngôn ngữ hội thoại (giọng chủ động – nói về chủ thể thực hiện hành động, gần giống như kịch bản phim), tránh những từ hàm ý như văn học, tiểu thuyết → Viết kịch bản không phải là viết văn!
- Thay đổi nhịp điệu (kết hợp lời bình, âm nhạc, bối cảnh...)

XÂY DỰNG STORYBOARD

- Dạng 1: storyboard để thuyết trình, chào bán ý tưởng của công ty quảng cáo
- Dạng 2: storyboard quảng cáo để nhà sản xuất và đạo diễn cầm ra phim trường quay phim (shooting board)
- Dạng 3: storyboard cho phim và hoạt hình

GHI NHỚ

Nội dung là cái người xem có thể nhớ được nhiều nhất

Đừng đầu tư quá nhiều vào những công nghệ hay hiệu ứng phức tạp nếu không thực sự cần gây ấn tượng.

Hãy đầu tư vào cách kể chuyện bằng hình ảnh, đảm bảo rằng ngay kể cả khi không có lời bình thì người xem vẫn hiểu được bạn đang muốn nói điều gì!!!!

Cần xác định những tiêu chí về sáng tạo để làm việc giữa khách hàng và nhà sản xuất!!!!

Ý TƯỞNG NỘI DUNG CHỦ ĐẠO CHO PHIM QUẢNG CÁO

Cinematic = Story + Twist + Emotion

Stunt = Situation + Surprise + Hidden cam

Social Experiment = Question + Reaction + Realize

Innovation = Problem + Making + Wow Solution

Testimonials = After + Before + Emotion

Music = Rhythm + Visual + Repeated line + Celeb

Vlog = Channel + Relevancy + Demo

Fact = Visualized data + Surprise + Conclusion

Parody = Hot trend + Twist + Humor

CÁC XU HƯỚNG LÀM PHIM QUẢNG CÁO

- Phim quảng cáo định hướng các quy trình bán hàng tự động
- Khách hàng kỳ vọng vào nội dung phim quảng cáo
- Chất lượng quan trọng hơn số lượng
- Các phim quảng cáo có nhiều tương tác sẽ lên Top
- Các phim quảng cáo dài sẽ có giá trị hơn (nếu làm đúng cách)
- Storytelling lên ngôi
- Phim quảng cáo được tối ưu trên các nền tảng khác nhau
- Nhiều phim quảng cáo được thiết kế cho trường hợp tắt âm (facebook thường chạy video mà tắt âm)
- Phim quảng cáo phát hành trên các kênh online sẽ ngày càng phổ biến