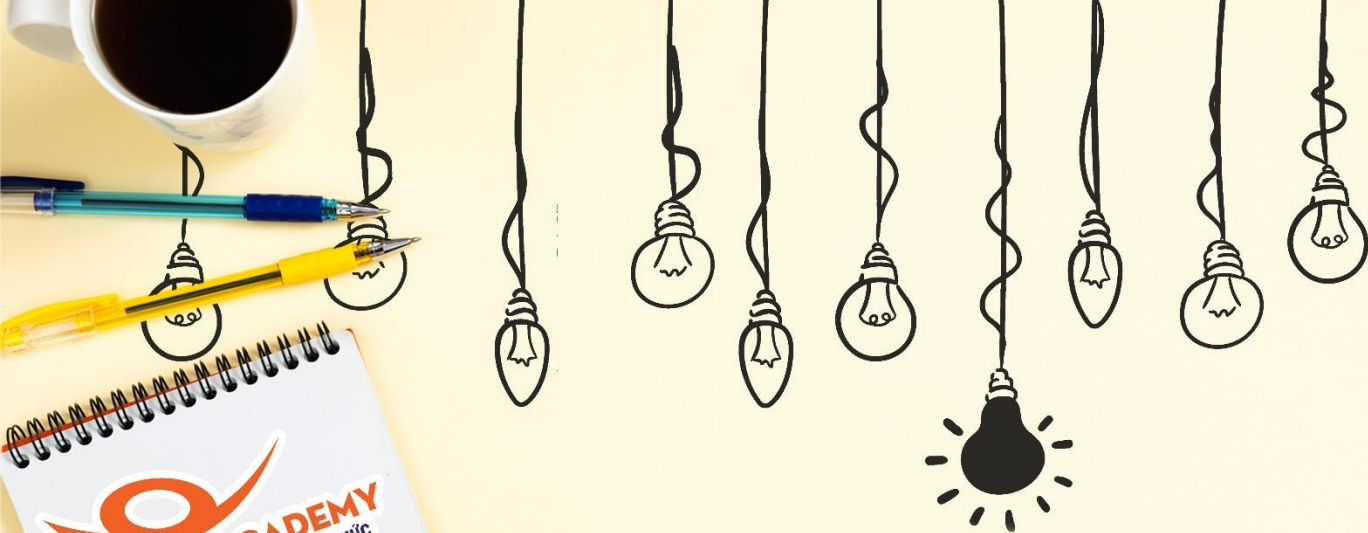




Tác giả: Leo Minh
Design: Nhật Vũ

SÁNG TẠO CONCEPT TRONG CONTENT MARKETING

(Concept là gì, concept có tác dụng gì, vì sao phải làm concept, vì sao concept lại đem đến viral?)



MỤC LỤC

I. Khái niệm.

II. Concept là gì trong Content Marketing?

III. Concept được thể hiện qua

1. Đặc tính, tổ chất của 1 đơn vị, cá thể.
2. Một bộ khung nhất định.
3. Một tính chất nhỏ, một câu nói.

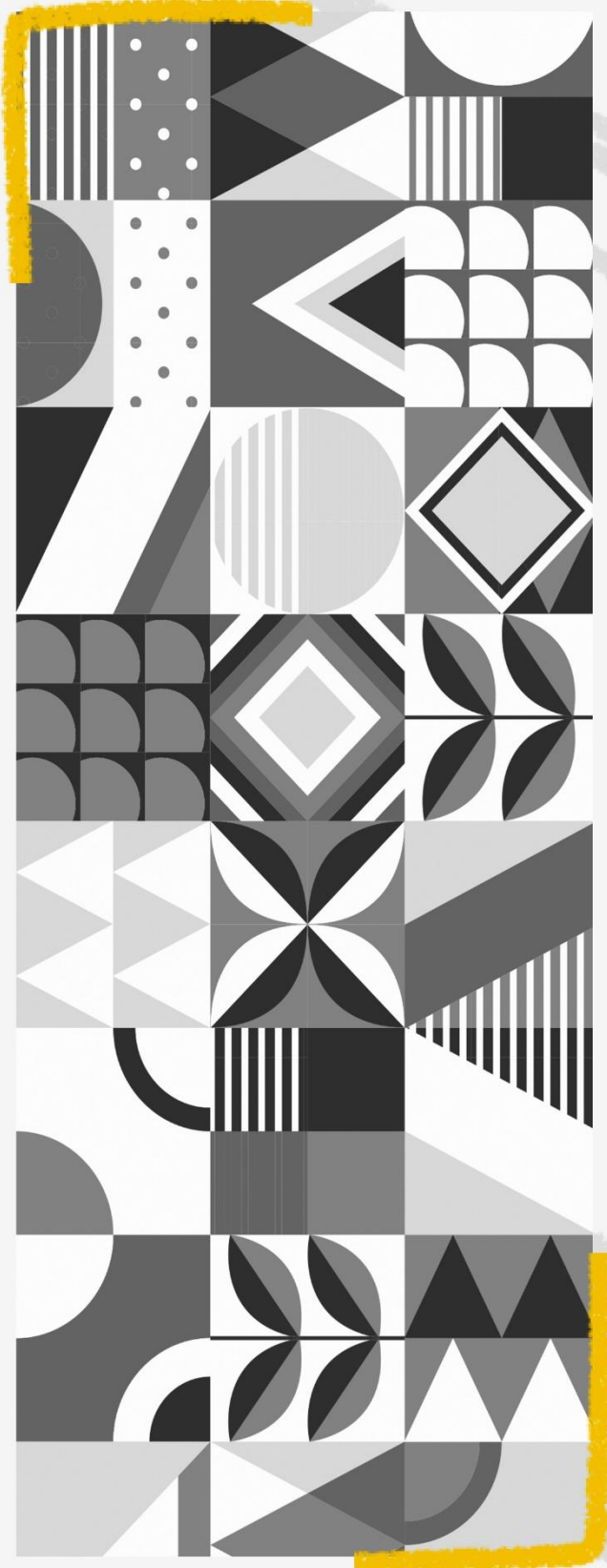
IV. Các yếu tố cấu thành nên một Concept.

V. Làm sao để tạo ra một Concept.

1. Biết mục tiêu của Concept.
2. Phân tích thế mạnh bản thân.
3. Chọn lọc tâm lý nhất định của thị trường.
4. Lên các idea cho Concept.
5. Chắt lọc những yếu tố mà Concept cần có.

VI. Các bước làm ra Concept ra sao?

VII. Tổng kết.



KHÁI NIỆM

Khái niệm về Concept chắc mọi người cũng biết từ lâu, nhưng Concept Marketing thì chắc chưa nhiều người nói đến.

atpacademy.vn

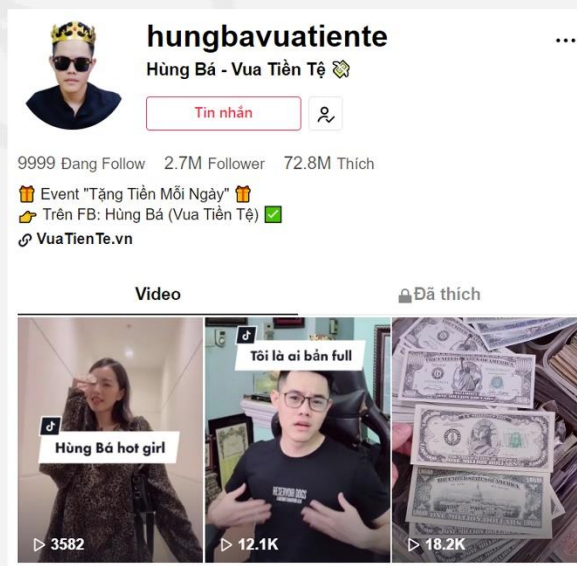


Sáng tạo Concept trong Content Marketing



Concept Marketing (theo hiểu biết của cá nhân mình) có nghĩa là sáng tạo ra một **bộ khuôn**, bộ khuôn đó sẽ là chủ đề chính để tất cả mọi người có thể làm theo nó hoặc chúng ta có thể làm theo một serie như vậy để duy trì content hoặc viral content. Điển hình như:

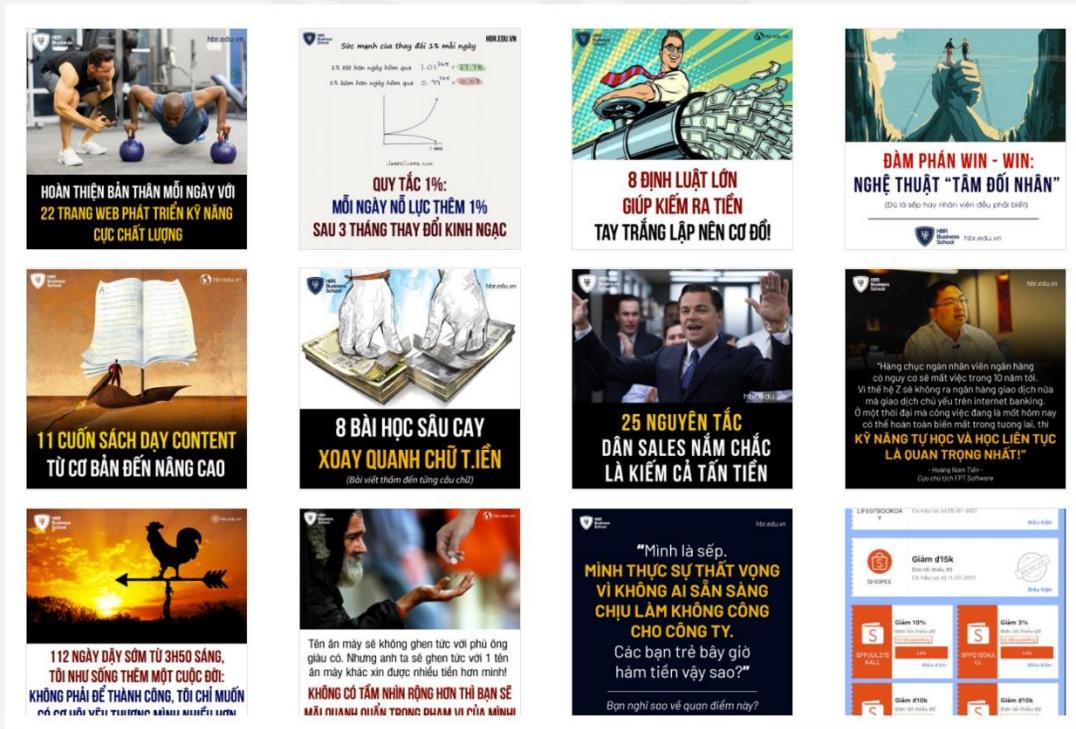
- **Concept "định giá mọi loại tiền"** của anh Hùng Bá. Chỉ một concept đó thôi đã ra được rất nhiều video, và video nào cũng thu hút vài triệu view, tiếp theo đó là concept định giá serie đẹp cũng đem về một lượng view cực khủng.



- **Concept "bán giày mà tại sao không..."** của chị Thùy Linh Sneaker... Có thể là chị ấy tự seeding các câu hỏi dạng đó, rồi tự quay video clip lại... Từ đó mọi người vào thấy lạ lạ... cộng đồng tự sáng tạo thêm "sao bán giày mà cứ bán trong shop", "sao bán giày mà cứ ngồi", "sao bán giày mà không đứng ngoài đường"... Lượng view cũng khá là khủng.

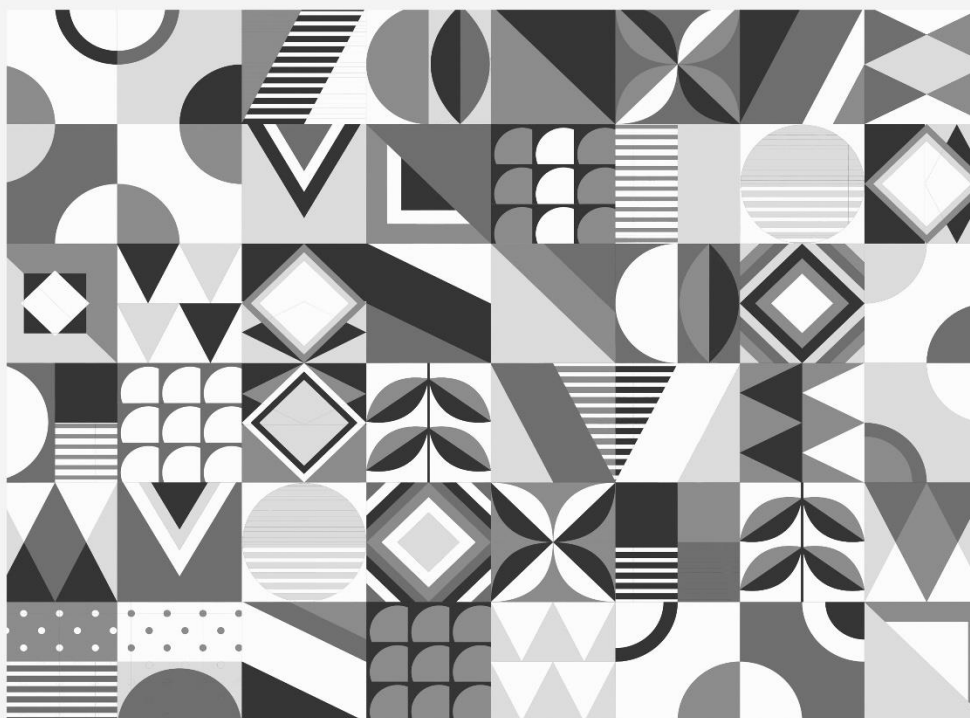
- **Concept... của rất nhiều trend trên TikTok**, mỗi trend đều là một Concept riêng.

Những ví dụ vừa rồi là để giúp mọi người hiểu Concept là gì. Tuy nhiên, nó không chỉ xuất hiện trong video, mà còn xuất hiện ở tất cả mọi miền của Content. "Content là tất tần tật tất cả những gì mà khách hàng thấy ở chúng ta", vì vậy Concept có thể là **một bài đăng group**, có thể là **phong cách trên profile cá nhân**, cũng có thể là là một cái gì đó mà chúng ta **thể hiện ra trên nền tảng online (hoặc offline)**.



Ví dụ như Concept thiết kế ảnh 2/3 – ảnh phía trên và chữ phía dưới để đăng bài Fanpage của “Trường doanh nhân HBR”

NHƯNG, giải thích như vậy thì cũng hơi mơ hồ lung quá, tóm lại, Concept là: **Một khuôn mẫu** mà chúng ta tạo ra để từ đó chính chúng ta... hoặc người khác ứng dụng để tạo ra một Content. Trong ebook này, mình sẽ viết những nội dung tổng quan về Concept trong Content Marketing.

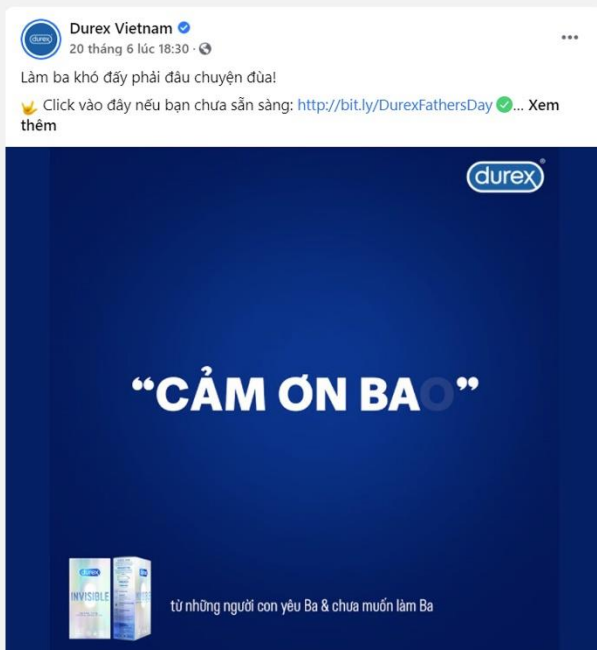


CONCEPT LÀ GÌ TRONG CONTENT MARKETING?

Ở phần khái niệm, mình đã giải thích Concept là gì rồi. Tiếp theo, mình sẽ nói về "Ý nghĩa của Concept".

Thông thường, ai ai cũng sẽ nghĩ Concept nó là một cái gì đó rất mơ hồ và thậm chí chẳng hiểu rõ được giá trị của nó. Đó là vì chúng ta đang **"làm content ngắn hạn"**. Chúng ta đang cố gắng tạo ra một bài viết hay... nhưng chúng ta đã quên mất việc **"định vị thương hiệu"**.

Một bài viết của bạn có thể đạt được 1000 like, nhưng sau đó có ai nhớ tới bạn không? Và để người ta nhớ tới bạn, đó chính là concept... là thứ để **luôn lặp đi lặp lại** và... khi mà người dùng đã quá quen với một concept, họ sẽ nhớ người tạo ra concept đó, hoặc nhân vật nằm trong concept đó.



Nhìn thấy ảnh là biết của Durex



Nhìn thấy con thỏ là biết page thỏ bảy màu



Hay là Concept khung truyện tranh, vẽ lại hình ảnh của các nhân vật trong những bộ truyện tranh, hoạt hình, phim điện ảnh nổi tiếng hay thậm chí là siêu nhân kèm nhiều chút hài hước của page "Gia đình Ngộ".

....Và rất nhiều Concept đã được sáng tạo ra trong 2 năm qua (khoảng thời gian trước đây rất hiếm).

Ngày xưa, khái niệm "Concept" chỉ có trong TVC (video quảng cáo), các concept chụp ảnh. Bây giờ, Concept đã trở thành một phần trong Marketing, đó chính là **định vị thương hiệu thông qua Concept**.



Concept quảng cáo của Điện Máy Xanh được duy trì từ rất lâu trước đây cho đến tận bây giờ

Concept có thể được coi là **"hồn" của một Fanpage, một THCN (thương hiệu cá nhân)**, như mình thì mình hay chọn concept dạng sharing kiến thức.

Nói thêm một chút về Concept của mình. Đó là **"bổ cục bài viết"**, tuy là nó vẫn hơi thông thường, chưa có một chất riêng nào. Nhưng nếu ai để ý sẽ thấy, Concept của mình là những bài viết dài ơi là dài, 3000 - 4000 từ... Thấy bài viết ông Leo Minh đăng là biết thế nào cũng dài cho mà xem.



Ảnh minh họa một bài đăng sharing kiến thức trên Facebook cá nhân của Minh

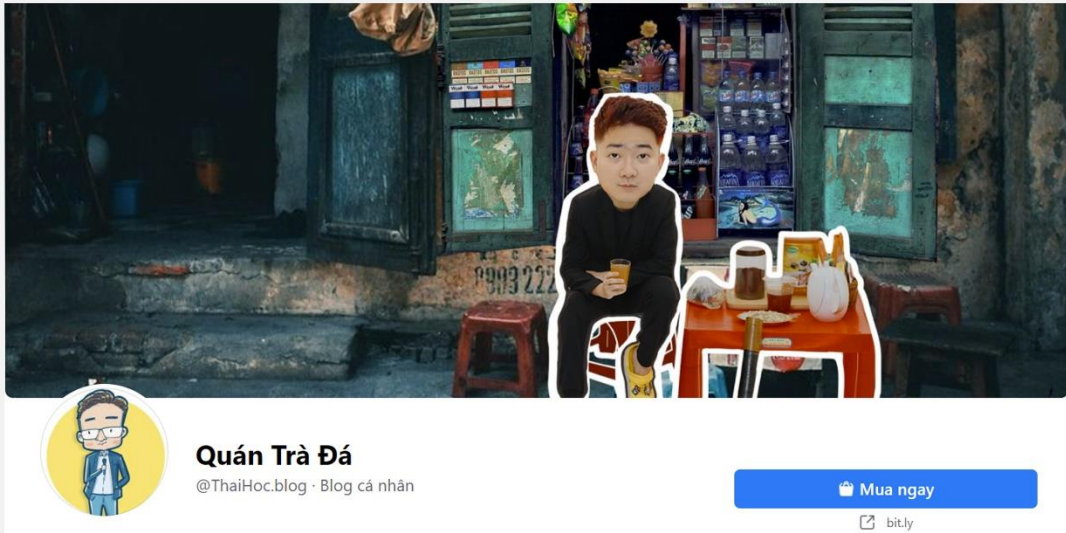
Và ở cái thời đại mà ai cũng muốn xây dựng THCN, các nền tảng giành cho THCN như Tik Tok, Youtube.... đã quá nổi trội thì việc tạo cho mình một concept là cách ngắn nhất để bạn được viral trên mạng xã hội.



CONCEPT
ĐƯỢC THỂ HIỆN
QUA ĐÂU?

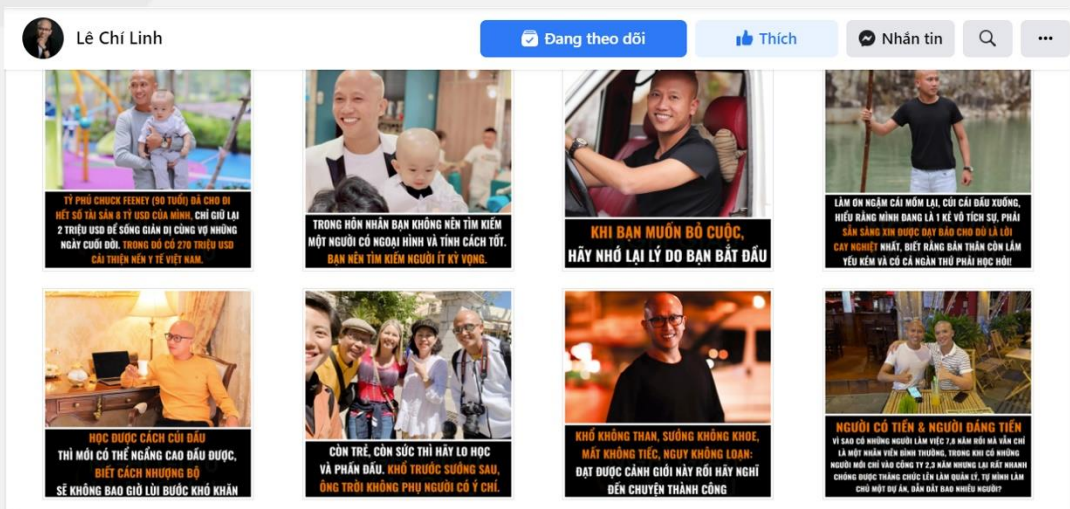
Thực ra, Concept không phải chỉ là một định dạng, đôi khi nó là **cái "thần", cái "nết", cái "bựa"** mà chúng ta thể hiện ra trên nền tảng online. Mình thường thấy Concept có 3 dạng chính:

- **Đặc tính, tố chất của một cá thể** (có thể là cá nhân, có thể là sản phẩm hoặc cũng có thể là thương hiệu)... và nó biến thành đặc điểm mà chỉ cần thấy là biết đó là của ai.



Trong ngành Content, cứ nghe đến "Quán Trà Đá" thì sẽ nghĩ ngay đến anh Phùng Thái Học

- **Một bộ khung nhất định cho một sản phẩm** (có thể là video, bài viết, hình ảnh).



Bộ khung đăng ảnh trên Facebook cá nhân của anh Lê Chí Linh

- **Một tính chất nhỏ, một câu hỏi, một câu nói.**



#hungbavuatiente #vuatiente #hungba
Hùng Bá Vua Tiền Tệ - Định giá mọi loại tiền

"Hùng Bá, vua tiền tệ, định giá mọi loại tiền" chỉ là một câu nói thôi nhưng nó cũng trở thành một trend

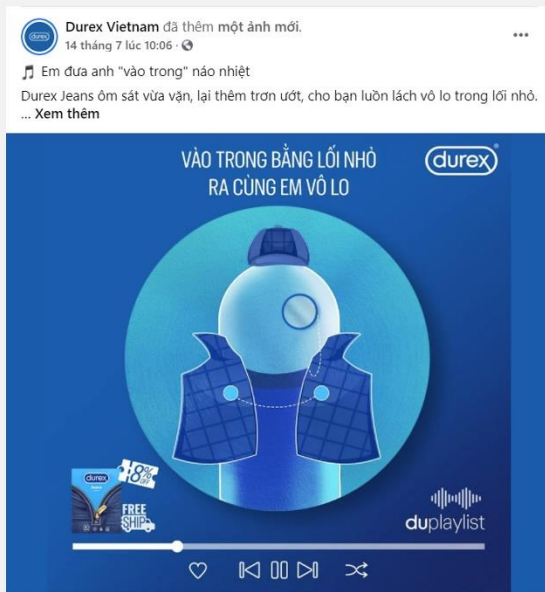
Cả 3 cấp bậc đều có thể được sáng tạo và trở thành một Concept riêng, nó sẽ giúp định vị hình ảnh của thương hiệu, cá nhân trên một nền tảng nào đó và giúp cho thương hiệu, cá nhân đó được viral. Ai ai cũng muốn tạo ra một Concept cho riêng mình, nhưng thực sự thì chưa có một công thức, một quy chuẩn nào cho việc sáng tạo Concept (hoặc ít ra là nó chưa được chia sẻ rộng rãi).

Nói lý thuyết thì hơi khó hiểu, ví dụ cụ thể:

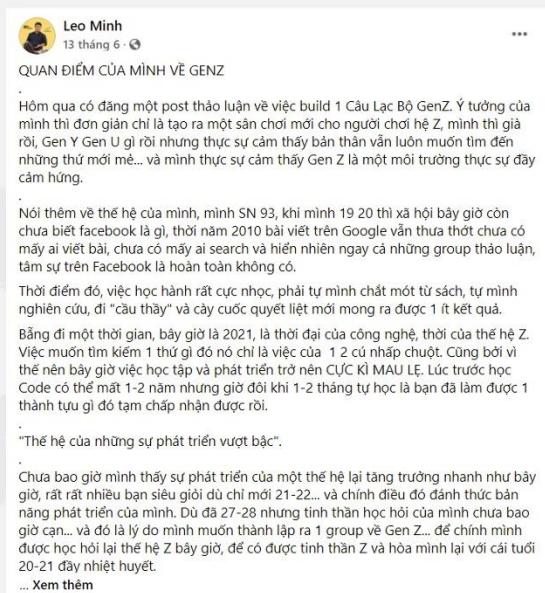
1. Đặc tính, tố chất của 1 đơn vị, cá thể:



Anh Hiếu Orion chuyên về chất sáng tạo, chuyên về "ngôn ngữ dân dã" hoặc hơi lầy một chút



Fanpage Durex chuyên về sáng tạo, đỉnh cao của sự "tượng tượng"



Leo Minh chuyên về viết dài, viết dai (viết nhiều), hơi dở nhưng thôi đừng chửi...



Chất bựa của video quảng cáo Thái Lan

2. Một bộ khung nhất định:



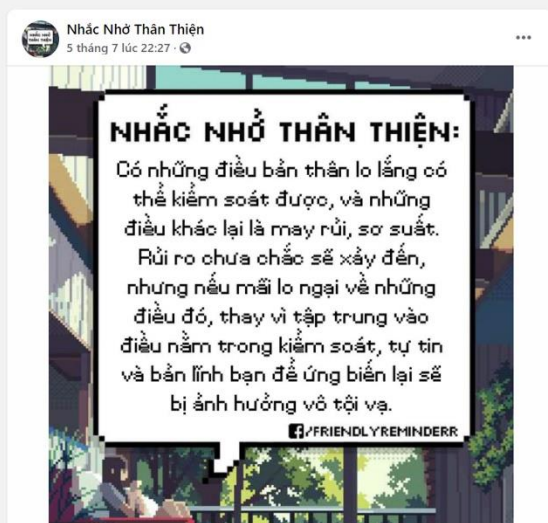
Ảnh bìa tạp chí Elle



Dạng câu chuyện được kể qua ảnh ảnh (bộ 4 khung như page "Chị chị em em" chẳng hạn)

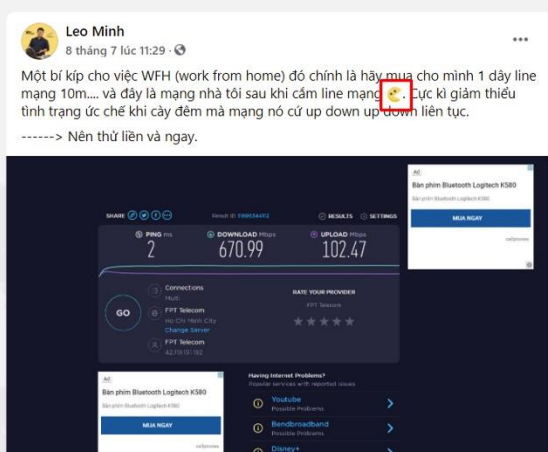


Dạng Concept TVC như các video trên TikTok



Dạng Concept bài
đăng: concept Confes-
sion, Concept dạng đặt
câu hỏi, Concept dạng
chia sẻ

3. Một tính chất nhỏ, một câu nói:



Mình hay dùng icon :v
trong bài viết (thói quen
xấu thôi nhưng cũng
thành điểm riêng)



Anh Phùng Thái Học hay
sai lỗi chính tả



Tính xéo xắc của "chị Ca nô" trên TikTok



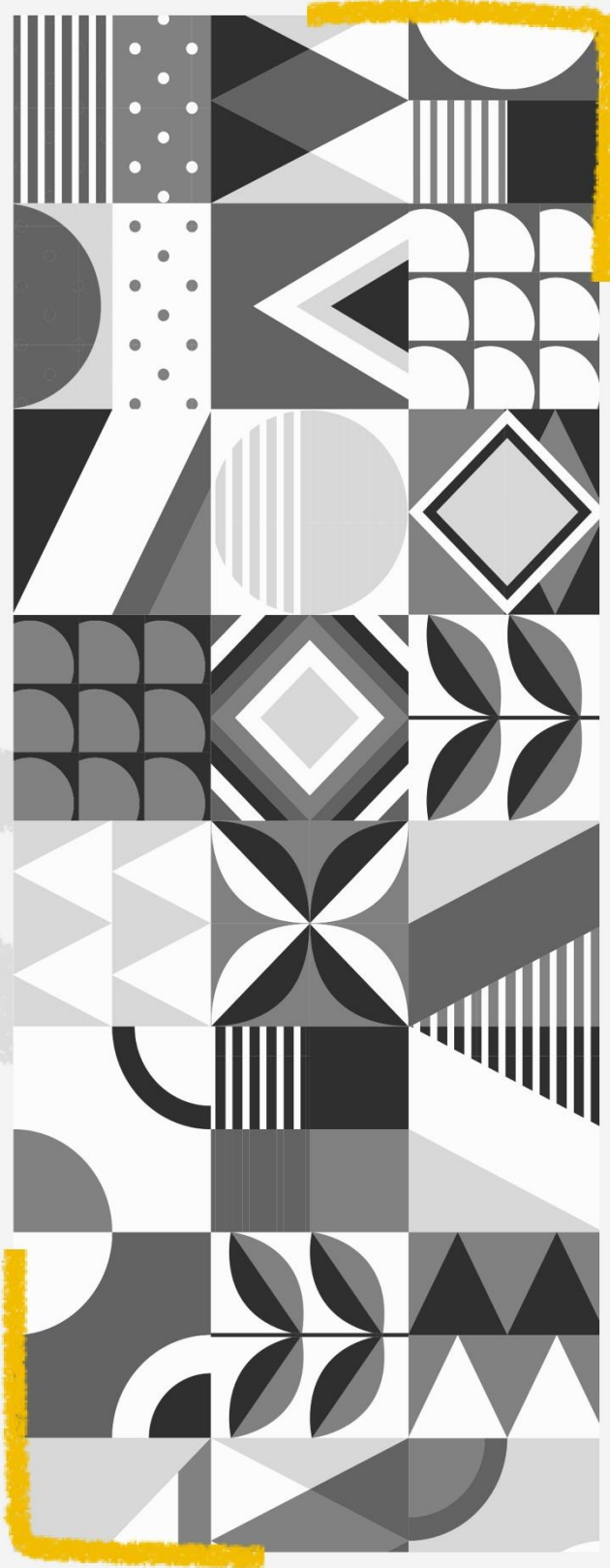
Tính nhây nhây của Minh Dự

Nói chung, Concept nó có thể là do bạn dựng ra, nó cũng có thể là chính tố chất của bạn sẵn có và bạn biết cách thể hiện nó ra trên nền tảng online (hoặc là bạn cố tình thể hiện, Trần Đức Bo.... what do you think about him?). NHƯNG, nó sẽ in đậm dấu ấn của bạn, nhìn vào là biết bạn, và chính nó sẽ viral tên tuổi bạn trên nền tảng online.

Bất cứ ai giờ cũng phải cần Concept mới lên được thành youtuber triệu view "ông giáo ạ" (nhìn câu ông giáo ạ bạn có liên tưởng tới 1977 Vlog không nè?). Rồi, tiếp theo thì cũng tìm hiểu một Concept được tạo thành như thế nào nhé.

CÁC YẾU TỐ CẤU THÀNH NÊN MỘT CONCEPT

Thật sự thì cái này nó chẳng có một bộ khuôn mẫu xịn sò nào cả, nếu mà có thì mình đã trở thành hot TikTok-er từ lâu rồi, này là mình phân tích theo cảm nhận của người làm Content lâu năm thôi.



Nói về cái vấn đề tạo Concept thì ý tưởng này bắt nguồn từ một livestream của anh Duy Muối, người đã phân tích về các Concept của kênh Hùng Bá Vua Tiền Tệ, từ bài viết này mình đã chú ý hơn nhiều về Concept và phát hiện ra quá nhiều ứng dụng của nó trong việc làm Marketing. Theo mình, Concept nó sẽ giúp chúng ta tạo ra một hoặc nhiều khuôn mẫu mà chúng ta biết trước là nó hay, nó viral, được cộng đồng đón nhận... Từ đó, sáng tạo các nội dung tùy biến thì chúng ta đã có được rất nhiều nội dung mỗi ngày, viral, hot mà không phải suy nghĩ.

Ví dụ về một ông bạn của mình bán DÊ TƯƠI. Quán nhậu của ông cũng bình thường, chỉ đặc biệt một chỗ là có cái biển báo trước cửa **"Ở đây có bán DÊ TƯƠI"**, mà ở dưới dòng chữ này lại có thêm một dòng: "TƯƠI thì có nhưng không được DÊ"..... hỏi ra thì mới biết, trong quán có nhỏ nhân viên tên Tươi.

Tiếp theo đó, cũng cùng concept đó, cứ khoảng 2 - 3 tháng lại thấy đổi câu bên dưới thành.

- "Hôm nay rất TƯƠI, DÊ thoải mái (Ông mập trong bếp)"...

- "TƯƠI không có, nhưng được DÊ"... quán bữa nay toàn nhân viên nam.

- "DÊ nay hông có, còn lại mọi thứ rất TƯƠI (mlem mlem)".

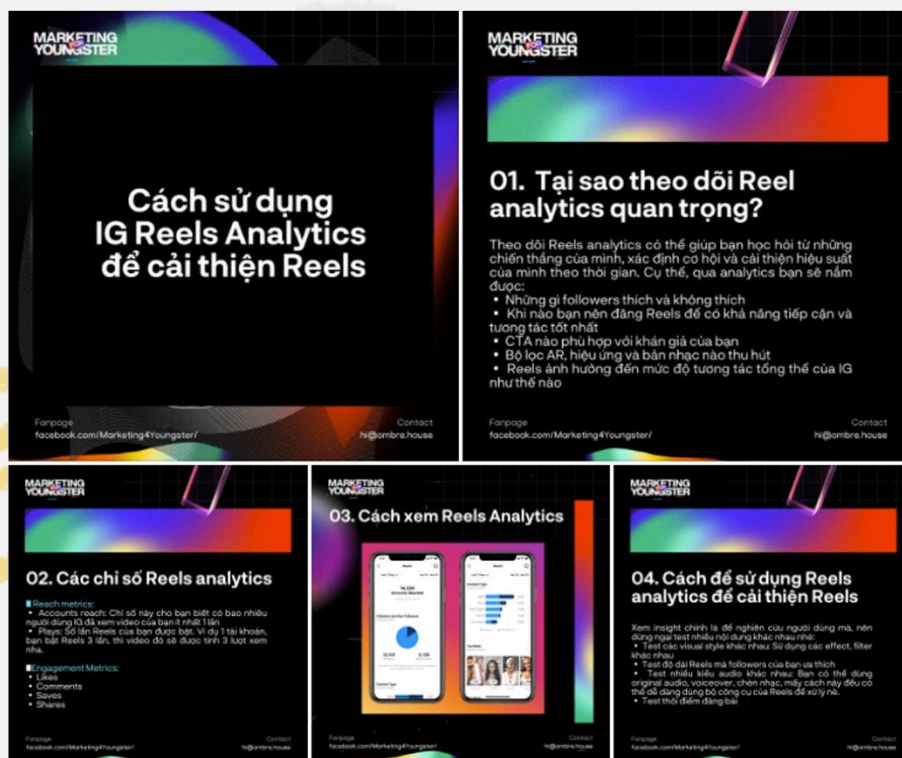


Mỗi tháng thì quán lại đổi Slogan một lần. Dĩ nhiên nó cũng không phải yếu tố gì quá đặc biệt đến mức khiến người khác phải tới quán ăn thường xuyên, nhưng nó đã lặp đi lặp lại trong mắt dân nhậu và vô tình nhắc tới dê tươi là nhắc tới quán (mục tiêu của concept đã thành công)... Và cứ ngồi đảo chữ, chơi chữ như vậy thì... ngồi nghĩ 1 ngày đôi khi ra được 10 - 20 cái. Vừa tiện, vừa thú vị, vừa dễ để tạo ra số lượng lớn nội dung mà không cần vất óc suy nghĩ.

Hơi lòng vòng một xíu nhưng chủ yếu để mọi người hiểu được tầm quan trọng của Concept. Với mình, một Concept nó sẽ được cấu thành bởi các yếu tố:

- **Là một bộ khuôn, có thể mở rộng.** VD: Định giá mọi loại tiền thì có tiền cũ tiền mới, tiền nước này nước kia, tiền số đẹp...
- **Là một thứ được phần đông khán giả chấp nhận, là chủ đề được nhiều người quan tâm....** và thấy nó thú vị ở 1 điểm nào đó.
- Nếu bạn đang muốn thứ đó thành một xu hướng... thì nó phải là **thứ mà nhiều người có thể bắt chước và làm theo.**
- **Xuất hiện rất nhiều lần...** cho tới khi người khác quen với sự xuất hiện đó (hoặc đôi khi là ngóng chờ nó).
- **Có điểm đặc biệt riêng, tính chất riêng...**

Hãy thử để ý, những trend mà bạn thấy xuất hiện trong thời điểm gần đây trên một kênh nào đó thì có các tính chất ở trên hay không? Hay đơn giản bạn thấy một vài chủ đề thường xuyên xuất hiện trên một group thì nó chính là Concept mà người chủ group đã tạo ra để mọi người có thể theo hiệu ứng đám đông mà làm theo.



Concept đăng bài trong Group
"Marketing for Youngsters"

LÀM SAO ĐỂ TẠO RA MỘT CONCEPT?



Để có thể tạo ra được một concept thì mình thường có các bước sau đây:

- Biết **mục tiêu** của concept.
- Phân tích **thế mạnh** bản thân.
- Chọn lọc các **tâm lý** nhất định của thị trường (sự phản hồi của Concept).
- Lên các **idea** cho Concept.
- Chắt lọc các yếu tố mà một Concept cần có.
- Đưa ra **mẫu thử** và tiếp nhận phản hồi.
- Chỉnh sửa, sáng tạo thêm, hoặc bỏ luôn làm cái khác....
-

1. BIẾT MỤC TIÊU của Concept:

"Đừng làm cho vui, hãy là một người thực tế".

Bạn đang sáng tạo Concept cho công ty với mục đích, dụng ý gì? Hãy nhớ lại bài toán **"Nhận thức"**. Bạn nấu tô mì cho mình ăn bạn nấu sao cũng được vì nó không quan trọng, nhưng nếu bạn nấu một tô mì cho người yêu ăn... khác hẳn, nấu dở là xác định luôn nha. Làm Concept cũng vậy, hãy có nhận thức rõ ràng về **tầm quan trọng** của nó trước khi làm.

- CONCEPT rất quan trọng vì nó là **bộ mặt** của chúng ta, làm hay thì nhiều người xem, làm dở thì 1 like cũng chẳng có.

- CONCEPT rất quan trọng vì nó là **bộ khung**, có một bộ khung chuẩn nó cũng giống như bạn có một cái nhà vững chắc, các phòng ốc thì có thể design kiểu gì cũng được còn nhà thì chỉ có đập đi xây lại.



- CONCEPT rất quan trọng vì... nó quyết định thành quả cho toàn cục, nó **ảnh hưởng tới thương hiệu** theo thời gian và **quyết định "top of mine" của thị trường**... hoặc đơn giản, họ dễ dàng tìm lại bạn sau một khoảng thời gian.



Concept thực sự rất quan trọng, mà quan trọng như thế nào bạn có thể trả lời được không? Nếu bạn coi Concept đơn giản chỉ là một IDEA, cứ làm nó bình thường. Rồi tới một lúc nào đó bạn sẽ thấy chán và cứ thay đổi liên tục... Cuối cùng chẳng cái nào ra hồn hết.

Vì vậy, hãy coi nó là quan trọng, phân tích thật kỹ càng, ít ra mình cũng đã cố gắng đến sức cùng lực kiệt....

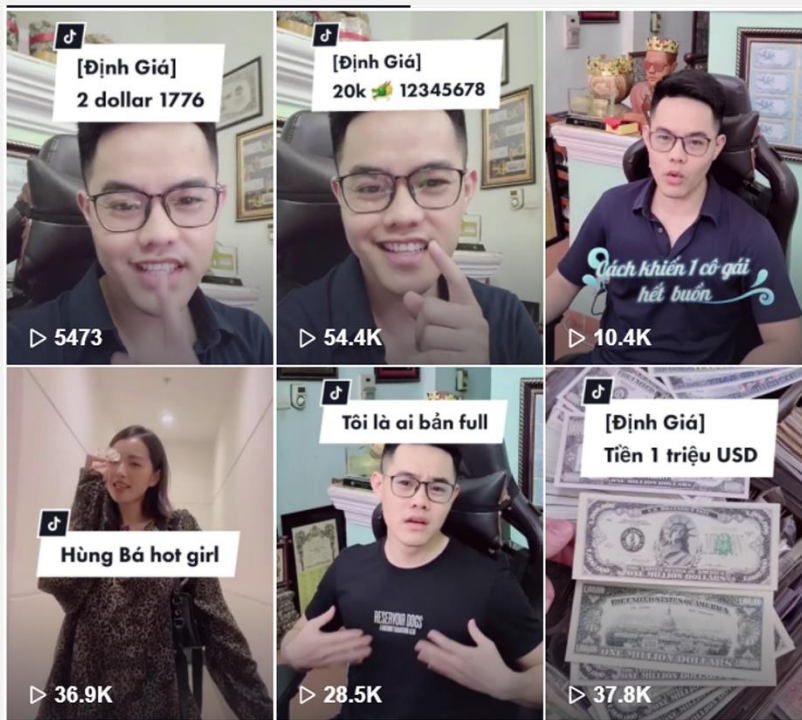
2. Phân tích thể mạnh bản thân:

Nói thể này cho dễ hiểu, bất cứ ai trong chúng ta cũng sẽ đều có một thể mạnh gì đó mà người khác muốn xem mình thể hiện.

- Đã bao giờ bạn hát trong Karaoke và được nhiều người vỗ tay?
- Đã bao giờ bạn đánh đàn và được người khác ngưỡng mộ.
- Hay đơn giản bạn có một bộ sưu tập tiền giấy cực khủng cực xịn như Hùng Bá và đem khoe nó với ai đó?

Ai mà muốn làm idol, muốn tạo ra Concept riêng, muốn nổi bật thì ít nhất phải có cho mình một điểm gì đó đáng để người khác ngưỡng mộ. Và quan trọng hơn, điểm nổi bật đó là một thứ bạn làm giỏi, bạn làm dễ, bạn có thể làm thường xuyên.... Vậy thì nó mới đem đến lượng nội dung liên tục.

Trên TikTok, bạn hoàn toàn có thể thấy chỉ với một con mèo, con cún đã có thể trở thành nguyên một chanel hàng trăm video. Bộ sưu tập tiền của anh Hùng Bá cũng hàng trăm video, channel chia sẻ về kiến thức thì hàng nghìn cái....



Và dĩ nhiên, tất cả những cái đó đều là thể mạnh của một người, một cá thể, một cộng đồng.... Thứ mà người khác không có được (hoặc ít người có). Vậy, thể mạnh để khiến người khác ngưỡng mộ thì nó có các yếu tố:

- Nó là thứ **độc nhất vô nhị** chỉ có một mình bạn có (hoặc số ít người có).
- Nó là một thứ mà họ phải **bỏ ra rất nhiều công sức** để có được.
- Nó là một thứ **ngoài tầm** với của họ, chỉ **nằm trong mơ ước** của họ.
- Nó là một **thứ gì đó đặc biệt**, khiến họ thích thú, tạo ra sự bí ẩn, gây cười, shock v.v....
- Nó là thứ gì đó mà họ **luôn ao ước** có được.
- Nó là thứ mà phải cần rất **nhiều nguồn lực** mới có được, một sự **khổng lồ**.
-

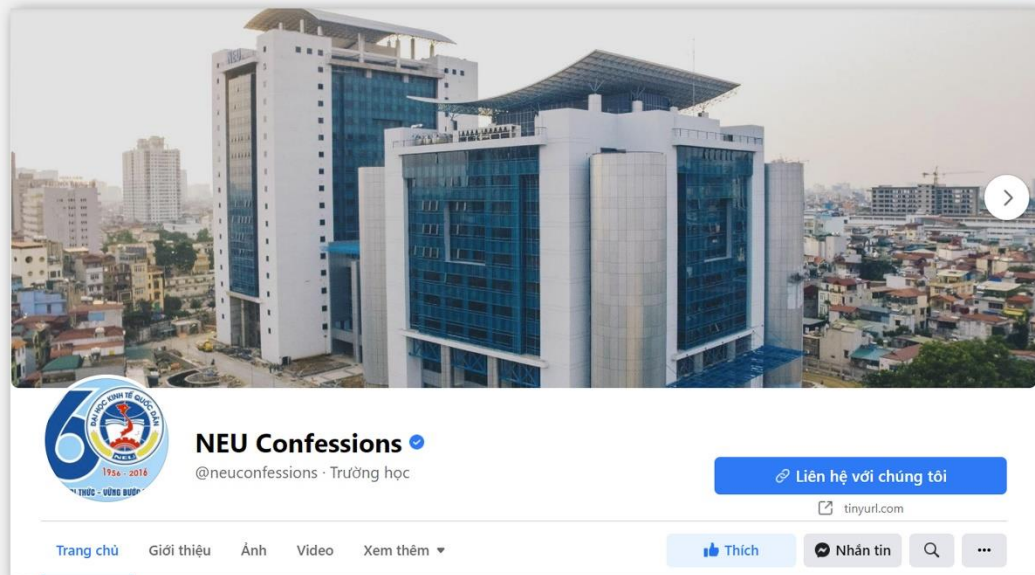
Và đôi khi còn rất nhiều yếu tố khác, một người có nghị lực cũng khiến người khác ngưỡng mộ, sở hữu một đàn mèo cũng làm người khác xao xuyến... Nhưng quan trọng là, bạn phải khai thác được bản thân mình có được một thế mạnh gì đó rồi từ đó mới khai thác concept đó (cái này dành cho thương hiệu cá nhân, và là Concept do chính mình tạo ra, còn nếu mà tạo ra một trend ai cũng làm theo thì lại khác nha, cái đó mình sẽ phân tích sau).

3. Chọn lọc TÂM LÝ nhất định của thị trường:

Khi bạn viết một bài Content, bạn có thể viết theo cảm xúc mình, câu chữ tự tuôn trào ra... và đó là cảm xúc của bạn, nó không liên quan tới người khác. Khi sáng tạo Concept, bạn đang tạo ra một **trào lưu** được nhiều người hưởng ứng.... **được nhiều người hưởng ứng**... thì đó là cảm xúc của người xem, không phải suy nghĩ của bạn. Vậy nên, khi bạn sáng tạo một Concept viral có nghĩa là **bạn đang tạo ra một thứ gì đó** phục vụ cho cộng đồng. Mà muốn phục vụ họ, hãy hiểu họ (còn đăng cấp phép thuật Winx enchantix siêu cấp nữa thì.... điều khiển họ).

Ví dụ: Khi bạn đọc một confession về một bạn nữ sinh viên bị "cũ*ng bức"..... gia đình ba thì mất sớm, mẹ thì ngót nghét hơn 50, đang làm công nhân ở quê nuôi em nhỏ. Đã suy nghĩ về việc tự tử 2 - 3 tuần vì tủi nhục nhưng nghĩ lại về gia đình nên đành câm lặng, cũng không dám nói với ai vì nhà mình thì làm gì có tiền mà đi kiện người ta. Rồi băng đi 1 thời gian 3 tháng sau, mẹ

tôi bị tai biến phải nhập viện, bỏ việc ăn học chạy gấp về quê để chăm lo cho mẹ và em trai càng làm tôi thêm áp lực. Bác sĩ bảo để trị dứt cho mẹ thì phải điều trị với phác đồ điều trị mới, viện phí là 37 triệu, một số tiền lớn như vậy tôi có làm 2 - 3 năm cũng chưa chắc để dành được... Giờ tôi phải làm sao?



*Fanpage "NEU Confession" và sử dụng bài
đăng theo Concept Confession*

Khi đọc xong confession trên tại page NEU Confession, bạn có cảm giác gì? (đây là concept confession)

- **Cay đắng, tức giận** vì tính cầm thú của con người, vì xã hội nghiệt ngã.
- **Đau lòng, thương tâm** cho cô gái sinh viên trẻ.
- **Đồng cảm** với nỗi đau, muốn san sẻ...

Và đó là những cảm xúc mà 50 - 70% người đọc sẽ có (còn tùy vào môi trường bài đăng được đăng ở đâu, tệp như thế nào)... Các cảm xúc đó sẽ tạo ra hành động là "like, share, chia sẻ, viral".... Và từ concept "chuyện buồn" đó mà đã làm nên một đế chế Confession: **Phòng thú tội beat, Sadness Confessions (16+) , NEU Confessions....**

Mỗi Concept đều hướng tới việc **tạo ra nhiều "emotion" nhất**. Từ đó, bạn phải chọn lọc trước các yếu tố tâm lý để có thể "sáng tạo" ra các ý tưởng từ những cái "thể mạnh" mà bạn sở hữu, đáp ứng được nhu cầu cảm xúc của thị trường. Và hiển nhiên, bạn sẽ có nhiều tim, comment, share hơn.

Và một vài Concept khác mà chúng ta thường thấy trong group như **concept "đấu giá", concept "comment để được nhận quà", concept chia sẻ kiến thức, concept "case study, phân tích dữ liệu",** concept.... và đều được rất nhiều like, share, còn mấy cái group mà toàn đăng bán hàng từ trên xuống dưới thì có bao nhiêu người like đâu (biết để về mà xây lại cái group mình cho nó chuẩn).

Nói tóm lại, trước khi chúng ta muốn sáng tạo ra idea cho concept, chúng ta cũng phải **xác định được tâm lý mà chúng ta muốn khách hàng có**, từ đó nó sẽ là thước đo chuẩn để sáng tạo concept.

Ví dụ: Xây dựng thương hiệu Hùng Bá là một người đứng đầu trong mảng tiền cổ Việt Nam, cảm xúc mong muốn là sự ngưỡng mộ, sự thích thú, sự shock, từ đó đưa ra các Concept định giá mọi loại tiền (ngưỡng mộ về kiến thức), Concept thu mua tiền củ (ngưỡng mộ về độ giàu), Concept định giá mọi series (thích thú, ham muốn thông tin).



Mình cũng đã biên soạn cuốn Ebook "Thấu Tâm Can - Content Như Vàng" bao gồm 8 trạng thái và 32 cung bậc cảm xúc. Ebook này có thể giúp mọi người hiểu hơn về các loại cảm xúc và trạng thái tâm lý của khách hàng, người tiêu dùng,...

4. Lên các IDEA cho Concept:

Bước này là bước khó nhất, vì không phải ai cũng sáng tạo ra được nhiều **IDEA**, và cái này thì tùy thuộc vào **vốn sống** của mỗi người, mỗi ngành nghề, mỗi thế mạnh thôi nên mình đưa ra ví dụ thực tế, mọi người tự cảm nhận nhé.

SÁNG TẠO = KIẾN THỨC NỀN + TRENDING (xu hướng của những người đang làm tốt) + **NHẢY SỐ** (sự liên tưởng, hình tượng hóa, tưởng tượng).

(Đây là cách sáng tạo của mình, mình hay bắt trend lắm và tạo ra chất riêng cho bản thân, có nhiều người đẳng cấp hơn thì họ tự tạo ra trend chứ không cần bắt trend).

Có những người, họ ngồi quẹt quẹt là đầu nảy số ra ý tưởng liền, có những người thì họ ngồi nghĩ mãi chẳng ra idea nào. Muốn nảy số, ít ra bạn cũng cần có một lượng **"kiến thức nền"** đủ ổn đã, từ đó số mới nhảy. Các việc nên làm:

- Xem TikTok nhiều vô.
- Xem các Page hài hước, truyện cười nhiều vô.
- Xem các channel Youtube funny, thú vị nhiều vô.
- Xem các bài viết trong cộng đồng mình nhiều để giải ngố.
- Đọc, xem, học... nhiều vô.



Việc nảy số (sáng tạo) nó là cả một quá trình dài **rèn luyện bộ não**. Các bạn hãy để ý, những người cày phim nhiều, xem anime nhiều, chơi các trò chơi sáng tạo nhiều hoặc những người thường xuyên ... nhiều (hơi 1.8+ một tí) thì trí tưởng tượng của họ rất cao. Tất cả những người trên đều phải **"liên tưởng"** trong đầu rất nhiều (nhất là những người đọc truyện chữ kiếm hiệp, xuyên không, tiểu thuyết), liên tưởng nhiều thì sẽ tạo ra nhiều hình ảnh trong đầu. Từ đó mới tăng khả năng tưởng tượng... tưởng tượng nhiều thì nó mới tăng khả năng sáng tạo. Vì vậy, sáng tạo là một quá trình rèn luyện não bộ lâu dài, giờ còn kịp đó, mở phim ra coi liền đi (đùa đấy, lòi hết các bài viết, ebook của mình ra đọc thường xuyên thì có ích hơn nha).

Vậy, việc chúng ta cần làm trong bước này chính là hoàn thiện **3 bước** trên:

- Liệt kê thể mạnh bản thân, các yếu tố mà người khác sẽ ngưỡng mộ.
- Chọn một vài tâm lý tích cực, viral.
- Liệt kê ra 1 list các idea từ các thể mạnh của bản thân, sau đó xem xét có phù hợp với các tiêu chí tâm lý hay không.



Ví dụ: Phân tích Case @**Orissakelly**

- Thể mạnh: đẹp, bắn cung giỏi, dẻo dai.
- Tâm lý viral: mê gái, thú vị, ngạc nhiên, amazing.
- Liệt kê các idea:



Concept "bắn cung mọi địa hình": treo mình lên cành cây bắn cung, để cung sau lưng, cuối người xuống bắn cung, xiếc bắn cung...

Concept "gái đẹp": chuyên mặc đồ bó, leggin, khoe hông trong lúc bắn cung





Concept "dẻo dai": Vào kênh xem để biết thêm chi tiết, search TikTok Orrisa Kelly.

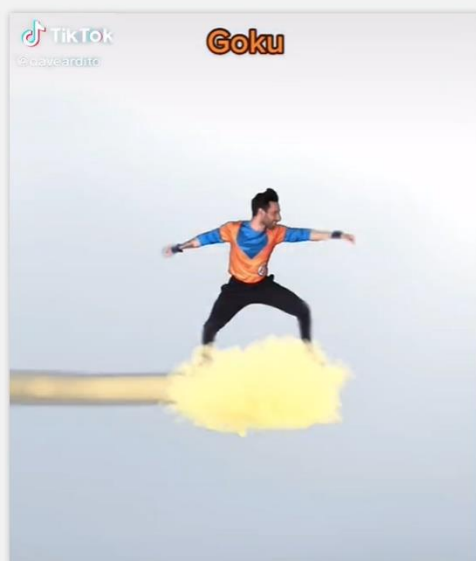
Lưu ý: Ở đây mình phân tích các case, và idea họ chọn, mình sẽ không chỉ cách **sáng tạo idea** vì đó là tùy vào vốn sống của mọi người. Đừng hỏi vì sao mình không hướng dẫn... vì cái này nó phụ thuộc vào **"vốn sống, vốn idea"** của mỗi người. Mình chỉ cho bạn cái sườn, hãy nhìn vào cái sườn đó để học hỏi.... rồi sẽ tới lúc bạn nảy số thôi.

Lưu ý 2: Tại sao mình hay lấy các case study về Tik Tok... đơn giản thôi, vì mình đang chơi TikTok nhiều, nên đừng hỏi vì sao...

Ví dụ: Phân tích Case **Dave Ardito** (kênh chuyên về anime ngoài đời thật, hiệu ứng siêu đỉnh).

- Thế mạnh: kỹ năng làm hiệu ứng video đỉnh, đam mê Anime.
- Tâm lý viral: cảm xúc "đỉnh của chóp" biến mọi thứ trong anime ra đời thật, kỹ xảo hoành tráng, shock, amazing.
- Liệt kê các idea:

Concept "biến ðùng ðùng": từ Saitama, đến Naruto, đến nhân vật nào miễn có skill chạy nhanh hiệu ứng biến ðùng ðùng ðùng là cosplay biến thành anime ngoài đời thật hết.





Concept “Anime hoá”:
Đang là cảnh người thật, biến một cái thành qua ảnh Anime (kiểu kiểu như phép thuật Winx enchantix ấy), cắt các khúc đấm nhau chặt chém, diễn chung với vợ.

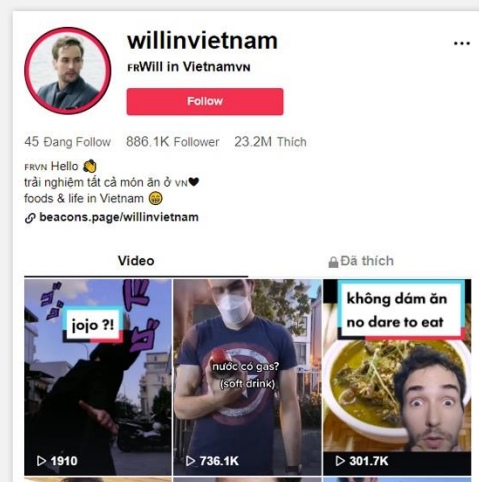
Điểm chung của các concept trên là gì? Đều là **bộ khung**, từ một idea đó có thể làm ra nhiều video với nhiều phân cảnh khác nhau.... Và quan trọng là **video nào cũng được thích và nhiều view**. Hiện tại, con người đã có xu hướng **“thích bộ khung”** hơn là thích từng bài viết riêng lẻ.... Có nghĩa là, chỉ cần một trend nổi lên, dù là cùng một concept nhưng xem Lê Bổng diễn lại vẫn thích, xem Ngọc Trinh diễn lại vẫn thích.... hoặc cùng một concept đó nhưng lại là nhiều khung cảnh khác nhau.... thì vẫn thích. **(sức mạnh của Concept)**.

Hãy tập phân tích như các ví dụ trên, và quan trọng là coi thật là nhiều Concept, bạn sẽ có thể tự sáng tạo ra Concept hoặc sẽ tìm ra được idea phù hợp với mình...

5. Chắt lọc những yếu tố mà CONCEPT cần có:

Hãy trả lời các câu hỏi sau trước khi chọn Concept:

- Concept của bạn có **tạo ra cảm xúc viral** cho người xem không? (khi bạn xem xong một video, tại sao bạn lại gửi nó cho bạn bè, người yêu?)
- Concept của bạn có thể tạo ra thành **nhiều video khác nhau** không?
- Concept của bạn **người khác có thể clone không** (càng dễ clone càng viral).



Concept “Review món ăn” là dạng rất dễ để tạo ra nhiều video

- Concept của bạn có **kích thích hành động like, share, comment** không?

- Concept của bạn có thỏa mãn giá trị **"cảm xúc", "kiến thức", "tinh thần"** không? (tại sao một hot girl đăng bài toàn ảnh mình hoài, caption chẳng có nội dung gì hết mà bài nào cũng nhiều like?)

Một vài câu hỏi nên cân nhắc:

- Concept của bạn có đụng đến các **vấn đề nhạy cảm** không?

- Concept của bạn có đụng phải **những luật cấm của Facebook, TikTok, Youtube** không?



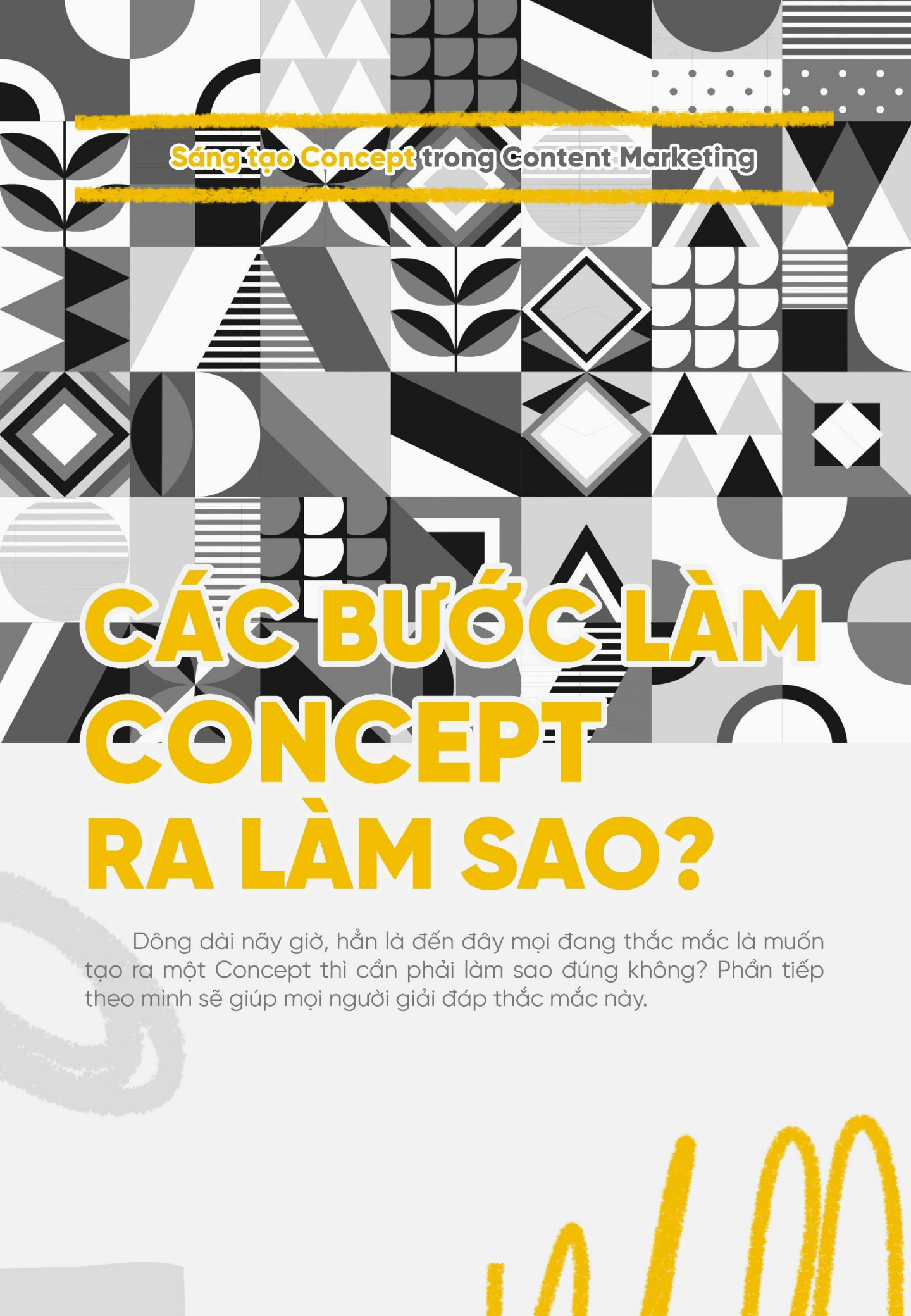
- Concept của bạn có gây **ảnh hưởng trực tiếp tới thương hiệu** của bạn không? (ví dụ mình làm Concept gì đó, tuy viral nhưng nó bựa quá, nhưng mình là thầy giáo mà làm cái chắc tiêu luôn).

Ngoài ra, bạn cũng có thể tự tạo ra những câu hỏi riêng của bản thân. Nhưng hãy suy xét thật kỹ trước khi tạo cho mình một concept. Bạn có thể thử, nhưng lỡ đâu video của bạn viral ngay từ các clip đầu tiên thì lúc đó hối không kịp đấy....

Và việc cuối cùng là **đưa ra mẫu video thử** rồi nhờ đồng bào xóm làng thân quen gần xa coi trước thôi, tiếp nhận phản hồi từ họ để tìm ra cho mình được những Concept hợp lý và viral nhất.



(Đừng nản khi bạn làm hàng chục, thậm chí hàng trăm video mà vẫn chưa viral.... Vì đời đâu như là mơ, nhưng người làm tới hàng trăm video thì khả năng được viral rất cao, NHỚ, **hãy chọn đúng tâm lý khách hàng cần** nhé).



Sáng tạo Concept trong Content Marketing

CÁC BƯỚC LÀM CONCEPT RA LÀM SAO?

Dông dài này giờ, hẳn là đến đây mọi đang thắc mắc là muốn tạo ra một Concept thì cần phải làm sao đúng không? Phần tiếp theo mình sẽ giúp mọi người giải đáp thắc mắc này.



Giờ mình sẽ lấy một case study với nguồn lực của mình là ATP Academy, muốn xây dựng một kênh TikTok mới (thương hiệu công ty). Giờ mình phải chọn những Concept nào?

Bước 1: Nhận thức rõ về Concept.

Rất rất rõ rồi, thực sự rất quan trọng...

Bước 2: Nguồn lực và thế mạnh.

- Có **designer, editor** riêng.
- Có **team sáng tạo**.
- Có **nhân vật chủ đạo** (đã hơi nổi nổi một tí xiu thôi...), hoặc **nhân vật gây cười** (một người từng thi thách thức danh hài).
- Có thế mạnh về **kiến thức, tài liệu, ebook**.
- Có thế mạnh về **số lượng sách đã đọc**.
- Có thế mạnh về các **Case study SEO website** (đã làm hơn 200 site).
- Có thế mạnh về **đào tạo**.
- Có thế mạnh về **công nghệ** (công ty sản xuất phần mềm).
- Có **độ nhạy về Content**.
- ... (hơi nhiều)

Bước 3: Chọn lọc TÂM LÝ viral .

Xét trên các loại tâm lý mà khách hàng thích và những cái mà mình có thể "diễn" thì mình chọn ra các loại tâm lý sau:

- Sự **ngạc nhiên**.
- Sự **hài hước**.
- Sự **ngưỡng mộ**.
- Sự **hoài niệm**.

Bước 4: Đưa ra các ý tưởng phù hợp với thế mạnh.

(Lưu ý: đây là 1 bước brainstorming, đưa ra càng nhiều ý tưởng càng tốt, không phản biện... sau chắt lọc hoặc cấy ghép lại sau)

1. Lợi thế về công nghệ:

- Concept các công cụ Marketing mới ra mắt.
- Concept các phần mềm hữu ích trong đời sống.
- Concept "tin tức công nghệ".



2. Lợi thế SEO + Case study Web:

- Concept review bắt mạch website (tự lấy nick ảo đặt câu hỏi gửi link website vào rồi từ đó làm clip, học theo concept phân tích biến số xe, phân tích số điện thoại).

- Concept chia sẻ kiến thức SEO.

- Concept phân tích "ngành" cho SEO (ai làm ngành gì comment đi tui phân tích ngành cho).



3. Lợi thế nhân vật chủ đạo:

- Concept các câu nói hay lúc đào tạo.
- Concept hài hước (hài độc thoại).
- Concept gặp gỡ các người nổi tiếng trong ngành.

4. Lợi thế số lượng sách đã đọc:

- Concept Review kèm tóm tắt sách.
- Concept hướng dẫn đọc sách.
- Concept gặp gỡ các người nổi tiếng trong ngành.

5. Lợi thế kiến thức Content:

- Concept quà tặng tài liệu.
- Concept tất tần tật.... một cái gì đó liên quan content.
- Concept sửa bài content.

Hầu hết, các Concept trên là mình đều đã thấy người ta làm ở một ngành nào đó, một ngách nào đó và từ đó mình lấy theo. Nhưng chỉ cần nhiều đó Concept là mình đã có rất nhiều ý tưởng để làm video cho kênh TikTok rồi. Từ đó mình có thể nảy số hơn trong quá trình làm và replan liên tục.

Sáng tạo Concept trong Content Marketing



TỔNG KẾT

- Nên hiểu rõ Concept quan trọng như thế nào tới việc phát triển một kênh marketing.
- Nên hiểu tâm lý khách hàng hơn khi làm content or concept.
- Nên hiểu rõ thế mạnh bản thân.
- Nên rèn luyện trí sáng tạo và dung nạp kiến thức nền liên tục.
- Nên hiểu thị trường làm gì để học theo, copycat theo.
- Nên có vốn sống mạnh, vốn kiến thức nhiều để tự tạo ra thế mạnh cho bản thân.
- Nên hiểu cách cơ bản để tạo nên một concept.

Leo Minh – Co-Founder ATP Academy