

Cách làm việc với công ty quảng cáo



*Để có mối quan hệ thân thiết nhất
giữa khách hàng và công ty quảng cáo.
Và để đem lại lợi ích cao nhất cho khách hàng*

Phần 1

Tại sao? Làm thế nào?
Có những gì?

Tại sao cần có một agency?



- Vì họ thông minh tài giỏi hơn?
- Vì họ hiểu biết về kinh doanh hơn?
- Vì họ hiểu biết người tiêu dùng hơn?
- Vì họ làm việc nhiều hơn?

KHÔNG PHẢI

- Vì họ có một số tài năng đặc biệt?
- Vì họ sáng tạo hơn?
- Vì họ làm việc vui vẻ thoải mái hơn?
- Vì họ có thể trở thành “nhân viên thiết kế” cho chúng ta?

CŨNG CÓ THỂ

Lý do thật sự là:

- Agency chỉ **CHUYÊN TÂM** làm việc cho một lĩnh vực duy nhất: Quảng cáo truyền thông.
- Agency có cái nhìn **KHÁCH QUAN** hơn về KD, tiếp thị.
- Agency có đội ngũ chuyên nghiệp cho từng **CHUYÊN MÔN**: sáng tạo, sản xuất, truyền thông, chiến lược và kế hoạch.
- Agency có một **HỆ THỐNG ỔN ĐỊNH** để thực hiện công việc quảng cáo truyền thông hiệu quả hơn và kinh tế hơn.

Việc duy nhất agency làm là tạo ra những

ý tưởng sáng tạo

trên mọi lĩnh vực.

Cuộc sống của Agency hoàn toàn phụ thuộc vào sự thành công của thương hiệu. Cho nên agency chia sẻ một mục tiêu chung:

Sự thành công của chúng ta.

Điều này chỉ có ý nghĩa khi agency:

- là “đối tác” thực sự, không phải là “nhà cung cấp”.
- có cam kết gắn bó lâu dài.
- có niềm say mê làm việc cho thương hiệu của chúng ta.
- tự hào về thành công của chúng ta
- qua thành công của chúng ta họ có được lợi nhuận
- chia sẻ mối quan tâm, khó khăn, lo lắng, và niềm vui.
- chia sẻ tầm nhìn chiến lược lâu dài.
- làm việc tốt và chuyên nghiệp

Câu hỏi để lựa chọn agency tốt:

- Họ có sáng tạo không?
- Ý tưởng của họ có tạo cảm hứng cho chúng ta không?
- Họ có hiểu công việc kinh doanh của chúng ta không?
- Họ có đầy nhiệt huyết không?
- Có nhiệt tình làm việc chăm chỉ không?
- Họ có quan tâm đến công việc của chúng ta không?
- Họ có đặt ra các câu hỏi đúng không?
- Họ có xứng đáng với số tiền chúng ta trả cho họ?

**CHÚNG TA CÓ THẤY DỄ
CHỊU KHI LÀM VIỆC VỚI HỌ
HÀNG NGÀY KHÔNG?**

Phần 2

Chúng ta nên làm như thế nào?

*Bây giờ thì chúng ta đã có một Công ty Quảng cáo
Truyền thông chuyên nghiệp làm việc cho chúng ta*

smart
studio

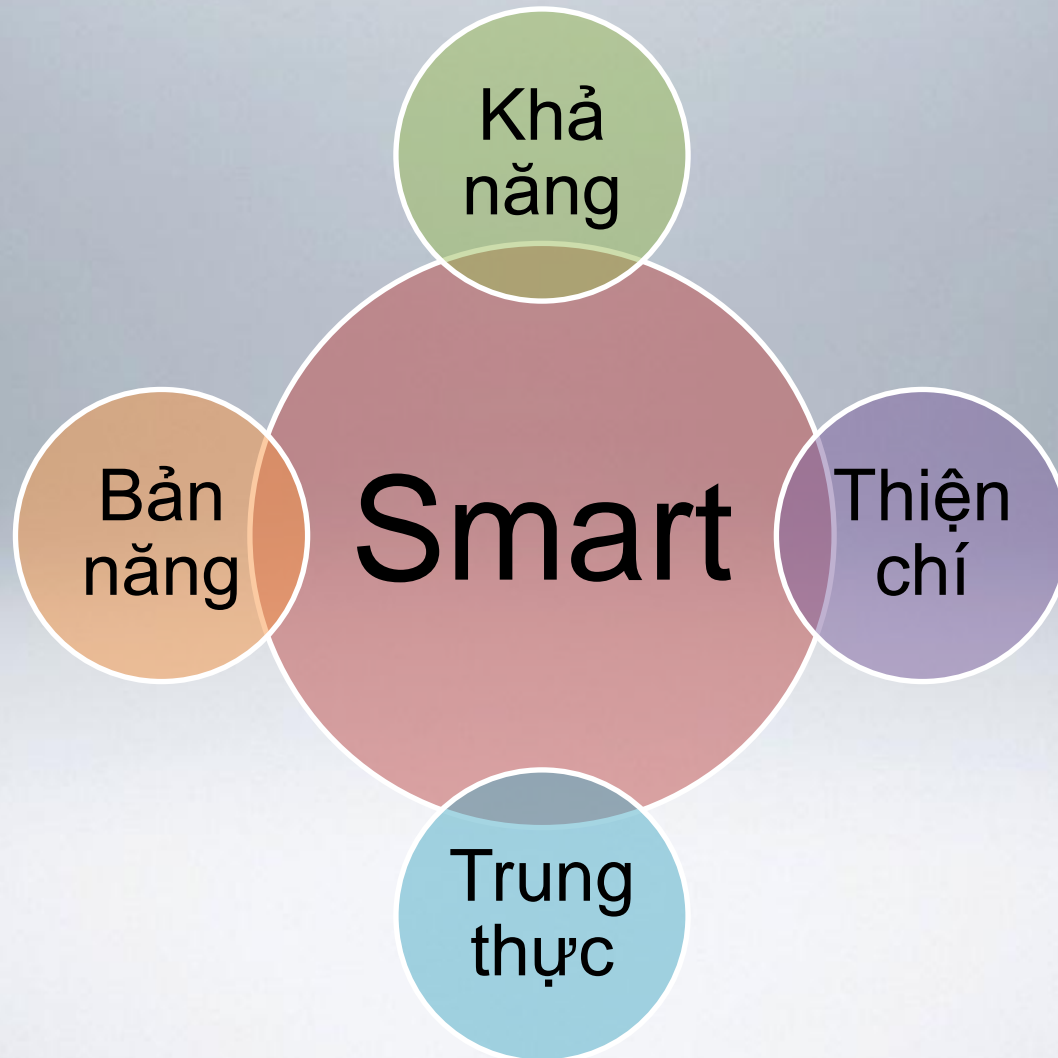
*Vậy làm thế nào để biến Smart thành
đồng tác thực sự của chúng ta?*

Khi coi Smart là đối tác thật sự chúng ta cần:

- Tin tưởng và chia sẻ
- “Brief” chính xác
- Tạo cảm hứng
- Nhận xét đánh giá đúng
- Đãi ngộ xứng đáng

Những điều đó có ý nghĩa thế nào?

Chúng ta cần tin tưởng vào:



Chúng ta cần chia sẻ với Smart:

- Kế hoạch, mục tiêu
- Mối quan tâm, khó khăn, quan ngại
- Kiến thức, kinh nghiệm, thực tiễn
- Ý tưởng
- Sự thất vọng
- Niềm vui và sự hài lòng

Chúng ta cần “brief” như thế nào

Chúng ta đang ở đâu

Chúng ta muốn đi đâu

Chúng ta phải làm gì để đi tới đó?

Nội dung bản “brief”

- Mục đích
- Khách hàng mục tiêu và đặc điểm của họ
- Tình hình bán hàng & Phân phối
- Đặc tính sản phẩm
- Những gì bắt buộc phải có (và không liên quan)
- Thời gian thực hiện

Vấn đề agency hay gặp phải

- Không hiểu bạn muốn gì
- Không muốn nói những điều bạn muốn

- Cần nói với agency chính xác những gì bạn muốn

- Nhầm lẫn giữa việc cấp bách và việc quan trọng

- Cho agency đủ thời gian
- Cho agency đủ ngân sách

Truyền cảm hứng cho agency

- Chia sẻ cho agency những câu chuyện, những “truyền thuyết”, những nét văn hoá công ty
- Khiến cho agency yêu sản phẩm của bạn (bạn không thể làm được điều này nếu bản thân bạn không yêu nó)
- Nhìn nhận yếu tố tích cực trước tiên.
- Khen agency “Làm tốt đấy” khi agency làm tốt.
- Biểu lộ sự vui mừng hay hài lòng khi bạn thấy xuất hiện một ý tưởng tốt.

Đánh giá sản phẩm sáng tạo

Stopping power

- Ấn tượng thu hút nằm ở đâu

Take out

- Thông điệp rút ra cuối cùng là gì

Memorability

- Có được nhớ lâu hay không

Nên nói điều gì với agency:

- “Tại sao...?”
- “Làm thế nào...?”
- “Cái gì...?”
- “Quảng cáo này còn thiếu...”
- “Tôi chưa hiểu...”
- “Tôi muốn nhấn mạnh hơn thông điệp này... vì sao...”
- “Tôi muốn thể hiện tình cảm hơn... vì sao...”
- “Tôi muốn thông tin sản phẩm rõ nét hơn... vì sao...”
- “Tôi muốn thương hiệu được thể hiện rõ hơn...”

Không nên nói điều gì với agency

- “Logo to lên”. Chuyển dòng này sang đây.
- “Chuyển màu này sang màu xanh nhé...”
- “Dùng phông chữ này....”
- “Người tiêu dùng chắc chắn sẽ không thích / không hiểu...”
- ‘Câu này sai ngữ pháp...’

**CHÚNG TA SỬ DỤNG
AGENCY NHƯ MỘT NHÀ
TỰ VẤN, KHÔNG PHẢI
NHƯ MỘT CÔNG CỤ.**

Testing

Concept test

- Test để xem người tiêu dùng hiểu ý tưởng như thế nào, phản ứng tự nhiên ra sao, cảm thấy gì...

Disaster test

- Test để xem có tai nạn nào không khi thông điệp được chuyển tải đến người tiêu dùng

Campaign evaluation test

- Test để đánh giá hiệu quả của toàn bộ chiến dịch quảng cáo truyền thông đối với người tiêu dùng...

Đãi ngộ xứng đáng

Về tài chính:

Người làm nghề quảng cáo cũng rất cần
có lương hàng tháng



Về tình cảm:

Người làm nghề quảng cáo là những
người có trái tim nhạy cảm



Những lỗi mà agency hay mắc

Hội chứng “bán hàng”

- Không thông hiểu các vấn đề bán hàng / phân phối / kinh doanh

Muốn gây sốc

- Muốn làm ra những quảng cáo mà ai cũng phải nhắc tới là “quảng cáo hay”, thay vì làm những quảng cáo giúp bán hàng tốt hơn.

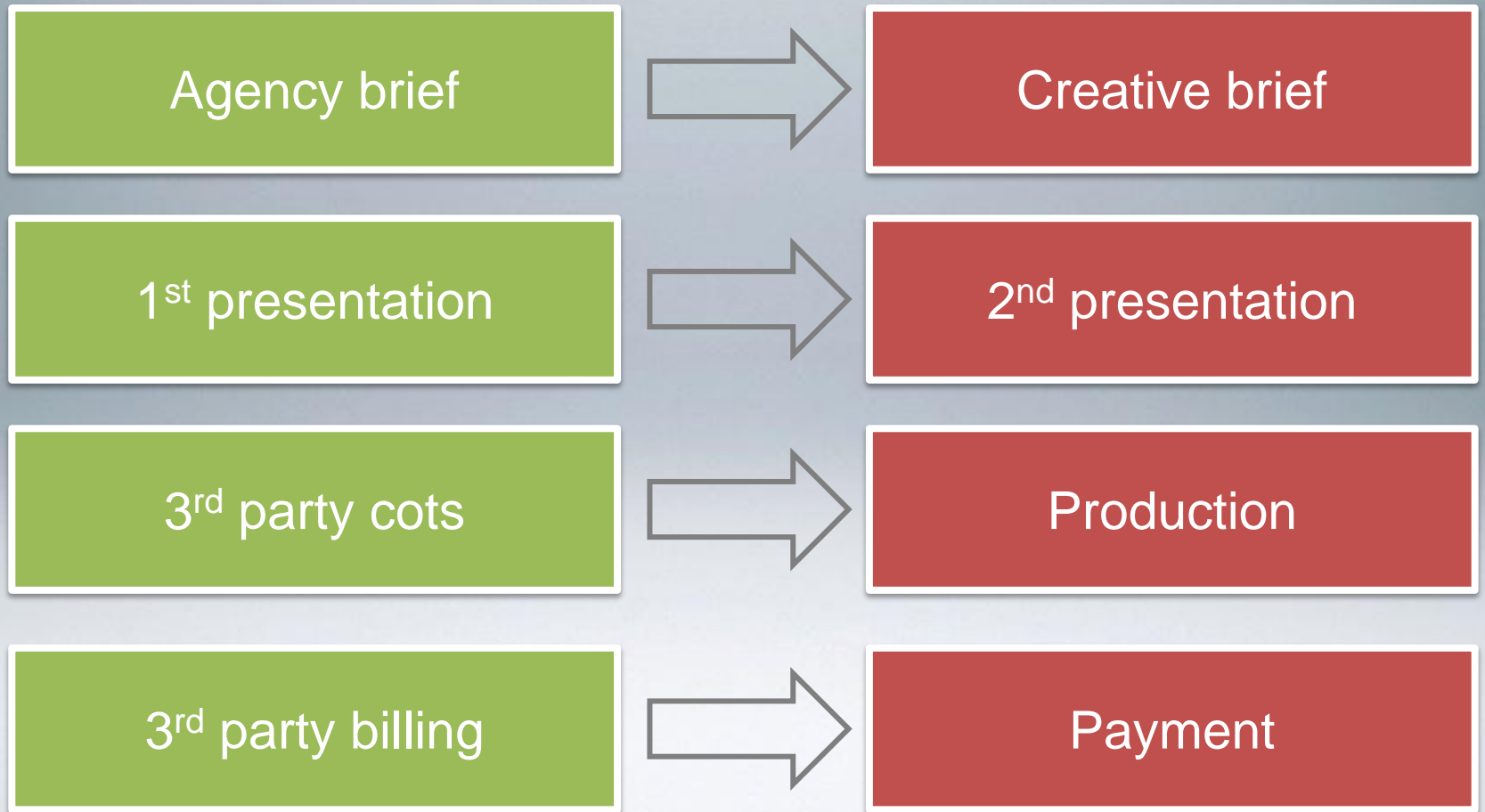
Một vài “bí kíp” làm việc với agency

- Cố gắng liên lạc xử lý công việc trực tiếp qua Creative
- Bắt đầu bằng: “Thú vị đấy... Nhưng...”
- Nói “Anh biết là em sẽ làm được...” thường xuyên
- Đi xem quay phim, xem chụp hình quảng cáo.
- Đến văn phòng agency.
- Làm một số thứ cùng nhau (uống cà phê, đi chơi 😊...)
- Lưu ý ranh giới mỏng manh giữa “làm cho khách hàng hài lòng” và “vi phạm đạo đức nghề nghiệp”

Một vài “bí kíp” làm việc với agency

- Chất lượng / giá trị. Thay vì mặc cả / cắt giảm.
- Xác định thật kỹ những gì bạn CẦN và những gì bạn MUỐN.
- Rất dễ để nói KHÔNG, nhưng lại rất cần lòng can đảm và tinh thần trách nhiệm để nói có
- “Yes-men” có thể không dạy được agency điều gì mới, hay làm cho agency tốt hơn, hoặc không cổ vũ được những ý tưởng mới.
- “No-men” thì rất nguy hiểm vì luôn giết chết những ý tưởng tốt.

Quy trình làm việc



*Tất cả các thiết kế và ý tưởng trong đây thuộc bản quyền của Smart studio.
Nghiêm cấm sao chép, sử dụng, phát tán khi chưa được sự cho phép*



Xin chân thành cảm ơn và rất mong được hợp tác

smart
studio

Địa chỉ: Phòng 808, nhà N2F
đường Lê Văn Lương, Hà Nội, Việt Nam

Hotline: 091 22 33 55 7

Tel: (844) 2 212 7493

Website: www.qcvn.com

Email: tung@qcvn.com

Facebook: <https://www.facebook.com/congtysangtao>