

CREATIVE BRIEF

Khách hàng: Dốc Mơ Farm

Nhóm thực hiện: Khoa-Nam

I. TỔNG QUAN DỰ ÁN

1. Sản phẩm: iTVC Dốc Mơ Farm
2. Tagline: Cùng thiên nhiên gieo trồng hạnh phúc

II. THÔNG TIN CƠ BẢN

1. Thông tin về farmstay

Farm hoạt động dưới mô hình farmstay, có nghĩa là du khách sẽ sinh hoạt tại đây như người làm nông, được trải nghiệm những hoạt động của nông thôn như hái rau, lội ao tát cá, chơi các trò chơi dân gian như tạt lon, làm tò he, kèn lá và thưởng thức các đặc sản tại đây. Farm hoạt động theo mô hình “tự cung tự cấp”, các sản phẩm tại farm khá đa dạng như gia vị, dầu gội, các loại trái cây và thảo dược hoàn toàn được nuôi trồng tại farm, không sử dụng hóa chất trong chế biến. Hằng năm sẽ có các sự kiện Tết (gói bánh chưng) hay Trung thu (làm lồng đèn, làm bánh). Ngoài ra, các bạn nông dân tại đây ngoài việc làm nông, họ còn có nhiệm vụ hướng dẫn và giới thiệu cho du khách về các loài thực vật, động vật và các hoạt động vui chơi.

2. Thông tin về khách hàng

Dốc Mơ Farm là nông trại thuận tự nhiên, canh tác theo hướng xen canh, đa loài, không dùng hóa chất và đồ làm từ nhựa. Nông trại nằm cách TPHCM 80km, tọa lạc tại xã Gia Tân 3, huyện Thống Nhất, tỉnh Đồng Nai. Cái tên Dốc Mơ vừa là tên địa danh nơi đây cũng như nó mang hàm ý là “giấc mơ” của những người làm nông đầy tâm huyết và khát vọng muốn mang đến một nông trại nuôi trồng kết hợp các loài, nhằm cân bằng tự nhiên, “biến vườn thành rừng” và đích đến là con người cùng nhau xây dựng lối sống văn hóa xanh sạch đẹp, tôn trọng thiên nhiên và bảo vệ môi trường. Tại đây, con người được sống trong môi trường đem đến cảm giác thư thái, yên ả, sống chậm nơi làng quê yên bình, rời xa chốn thành thị náo nhiệt.

Bây giờ, với những hình thức chăn nuôi phổ biến, người ta sử dụng phân bón quá nhiều gây ảnh hưởng đến môi trường xung quanh. Thì với cái tâm của những người ở đây, họ đều xuất thân từ nhiều ngành nghề khác nhau nhưng có chung lí tưởng là “sống chậm”. Dù đã thành công chốn thành thị nhưng họ nhận ra những giá trị truyền thống bị mai một, áp lực công việc, trẻ con thì chỉ biết cắm mặt vào smartphone, máy tính. Dốc Mơ Farm ra đời cũng là vì muốn mang đến cuộc sống đậm chất yên bình, hòa mình với thiên nhiên.

3. Thông tin về thị trường

Mô hình farmstay là khái niệm không mới tại châu Âu và Bắc Mỹ nhưng còn khá xa lạ tại Việt Nam. Đây là mô hình kinh doanh rất có tiềm năng. Một số địa điểm du lịch nông nghiệp Việt Nam nổi bật hiện nay có thể

kể đến là farmstay G7 (Hồ Tràm, Bình Châu Bà Rịa – Vũng Tàu), farmstay ở Đà Lạt, farmstay Hoà Bình Ohara (Kỳ Sơn, Hoà Bình),...

Việt Nam là một đất nước nông nghiệp, có điều kiện khí hậu thích hợp, đặc biệt lối sống giàu tính văn hóa góp phần làm phong phú thêm các hình thức du lịch farmstay tại đây. Đặc biệt cũng có nhiều du khách nước ngoài rất hứng thú với hình thức này vì muốn tìm hiểu làng quê Việt Nam. Loại hình này có nhiều đối tượng chi trả nhiều hơn so với farmstay vì nhu cầu khám phá và thưởng thức các sản phẩm sạch tại đây.

Việc sử dụng, thưởng thức các sản phẩm nông sản sạch, được gieo trồng theo mô hình thuận tự nhiên hiện đang là xu hướng của người tiêu dùng tại Việt Nam. Với rất nhiều những chiến dịch truyền thông nhằm quảng bá, nâng cao nhận thức của người tiêu dùng Việt. (Vũ, 2020)

III. KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

- Người muốn đầu tư vào farm
- Các gia đình trẻ (26-35 tuổi) có con nhỏ muốn trải nghiệm cuộc sống nông thôn cho con
- Các bạn sinh viên thuộc các trường nông nghiệp và người có đam mê muốn nghiên cứu về nghề nông

IV. HÌNH ẢNH NHÃN HÀNG HƯỚNG TỚI

Lối sống hòa mình với thiên nhiên, sống như một nông dân thực thụ, tránh xa cuộc sống thành thị. Xây dựng lối sống cộng đồng với thông điệp sống xanh, bảo vệ sức khỏe nhờ không sử dụng các hóa chất độc hại.

● Màu sắc chủ đạo: Xanh lá cây

Màu xanh lá cây là của thiên nhiên. Nó cho tượng trưng cho sự phát triển, hòa thuận, tươi mát màu mỡ. Màu xanh lá cây còn mang lại cảm xúc an toàn. Màu xanh này còn mang lại sự nhẹ nhàng cho mắt. Ngoài ra nó còn mang ý nghĩa của sự phát triển và hy vọng.

V. CẢM HỨNG THỰC HIỆN

Dựa trên hình ảnh của các video của Lý Tử Thất, hình ảnh tập trung vào khung cảnh tự nhiên, xen lẫn âm thanh môi trường như tiếng gió, côn trùng, động vật, suối chảy, trên hình sẽ có các dòng thuyết minh về các thông tin.

TVC với màu sắc tươi vui, tông chủ đạo là xanh lá dựa trên logo của Dốc Mơ Farm thể hiện tính chất organic. Nhịp nhẹ nhàng xen lẫn hào hứng vừa thể hiện cuộc sống yên bình vừa thể hiện niềm phấn khởi của khách hàng khi đặt chân đến đây, cảm giác như được trở về tuổi thơ, được thư giãn trong không gian yên ả nhất.

VI. THỜI GIAN THỰC HIỆN

- Client duyệt concept: 25/09/2020
- Sản xuất: 31/10/2020

- Giao file: 16/12/2020

Tài liệu tham khảo

Vũ, K. (2020, 09 02). *Lao động*. Retrieved from <https://laodong.vn/kinh-te/nong-nghiep-sach-xu-the-tat-yeu-de-tham-gia-chuoi-gia-tri-toan-cau-832431.ldo>