

CREATIVE BRIEF



Client: Dốc Mơ Farm

Thực hiện: Phùng Quân Đạt - Nguyễn Hồng Anh Tuấn

1. TỔNG QUAN DỰ ÁN

Sản phẩm: Viral clip

Kênh truyền thông: <https://www.facebook.com/docmofarm>

Slogan: Dốc Mơ Farm - Nature is Life

Thông điệp: Lấy cảm hứng từ phong cách sống của người nông dân ở Dốc Mơ, họ luôn sống một cuộc sống yên bình, nhẹ nhàng. Họ tận hưởng một cuộc sống xoay quanh những thứ mà họ tạo ra. Qua đó, Dốc Mơ Farm mong muốn truyền tải lối sống tối giản, tự nhiên. Khuyến khích người trẻ trân trọng những khoảnh khắc xung quanh, đừng để đồng tiền làm phiền quá nhiều đến mình. Vì hạnh phúc không đến với chúng ta, mà đến từ chúng ta.

2. THÔNG TIN CƠ BẢN

Dốc Mơ Farm là một nông trại nằm ở ấp Tân Yên, xã Gia Tân 3, huyện Thống Nhất, tỉnh Đồng Nai; cách trung tâm Sài Gòn khoảng 2 tiếng đi xe máy, 1 tiếng rưỡi nếu đi xe ô tô. Doc Mo Farm cung cấp nông sản hoàn toàn organic. Khách hàng và gia đình có thể ở lại vào những ngày cuối tuần để trải nghiệm các hoạt động bổ ích nằm trong diện tích rộng lớn ở Doc Mo Farm.

Dốc Mơ Farm làm nông theo phương pháp thuận tự nhiên, thực nghiệm mô hình nuôi trồng kết hợp, từng bước tái lập cân bằng sinh thái đa loài cả động và thực vật. Với diện tích canh tác

10ha, Dốc Mơ Farm đặt mục tiêu chuyển mình thành một khu vườn mẫu trong phong trào “biến vườn thành rừng”, từ đó tạo ra những nông sản tốt nhất.

Mục tiêu: Sản xuất TVC này nhằm nhấn mạnh các giá trị của Dốc Mơ farm và mang lại giá trị bình yên và thư giãn cùng gia đình vào những ngày cuối tuần. Đồng thời thúc đẩy nhu cầu tìm hiểu về nông trại organic. Đồng thời, làm cho khách hàng tò mò về những trải nghiệm chưa từng có ở nông trại. Lan tỏa thông điệp sống giản đơn, hãy làm những điều mình thích. Nếu hạnh phúc khi sống ở thành phố, bạn cứ sống ở thành phố. Nếu bạn thích về quê, cứ về quê. Vì hạnh phúc không đến với bạn mà là đến từ bạn.

Ngành: nông nghiệp và dịch vụ.

Sản phẩm: thịt sạch, nông phẩm sạch, sản phẩm chế biến từ nông phẩm sạch.

3. THỊ TRƯỜNG

Bỏ phố về quê tưởng chừng chỉ phù hợp cho những người lớn tuổi để an hưởng tuổi già thì những năm gần đây, giới trẻ lại có xu hướng mong muốn về quê, tìm về nơi có cuộc sống êm ả, bình yên sau vài năm bon chen mệt mỏi nơi phố thị. Nhiều người trong số đó chọn về quê để bắt đầu khởi đầu mới, thậm chí là khởi nghiệp. (HÂN, 2020)

Tuy nhiên, đâu phải ai cũng đủ dũng khí để bỏ phố về quê, đâu phải ai cũng có sẵn ruộng ao chờ về, và rồi còn bao nhiêu áp lực khác. Về quê, nghĩa là chúng ta chọn cách làm lại từ số 0 tròn trĩnh, mà chỉ rất ít người trẻ dám chọn. Và những người chọn bỏ phố về quê là những người yêu thích cuộc sống thiên nhiên, chọn làm bạn với thiên nhiên thay cho những nhộn nhịp xa hoa của phố thị. Ví dụ như ở Hàn Quốc, ca sỹ Lee Hyori và chồng đã từ bỏ thành phố về sống ở đảo và tự canh tác, nuôi trồng (Giang, n.d.). Gần đây nhất ở Việt Nam, chàng kỹ sư trẻ Huỳnh Phú Lộc đã quyết định rời bỏ phòng Lab để chuyển hướng sang trồng nông sản sạch. (Nhơn, 2020)

Bên cạnh đó, nhiều quốc gia cũng đã tham gia vào lĩnh vực này. Ví dụ như Singapore lên kế hoạch tạo ra 55.000 việc làm xanh trong 10 năm tới trong lĩnh vực môi trường và nông nghiệp, riêng Hàn Quốc đang có ngân sách 95 triệu USD cho các dự án xanh để giúp đưa nền kinh tế của nước này thoát khỏi tình trạng ảm đạm. (Nguyễn, n.d.)

Do đó, mô hình Farmstay là một mô hình có lợi thế trong thời điểm hiện tại. Vừa phù hợp với xu hướng trải nghiệm của giới trẻ, vừa tạo điều kiện cho trẻ em rời xa công nghệ (điều mà các bà nội trợ mong muốn).

Điểm mạnh

Dốc Mơ Farm là một mô hình tiềm năng ở Đông Nam Bộ, có lợi thế về vị trí địa lý đáng kể, chỉ cách Thành phố Hồ Chí Minh 70km. Với lối sống thuận tự nhiên, sản phẩm tại đây đều là sản phẩm organic mang lại nhiều giá trị thiên nhiên.

Đồng thời, nông sản ở đây thay đổi theo mùa, linh hoạt làm tăng thêm độ phong phú, giảm sự nhàm chán với khách du lịch.

Điểm yếu

Mô hình này giống với một số mô hình ở Đà Lạt. Kênh truyền thông chưa nhấn mạnh về giá trị dịch vụ mà Dốc Mơ mang lại. Chưa có điểm nổi bật về thương hiệu so với các farm khác.

Đối thủ cạnh tranh: Tùng – Hạ Farm, 5Ku Farm, Ladybug Farm.

4. ĐỐI TƯỢNG TIẾP NHẬN

- Nhận diện

Những người từ 25- 40 tuổi, mong muốn được trải nghiệm những điều mới mẻ

Gia đình mong muốn con nhỏ của mình rời xa công nghệ

Gia đình có con nhỏ hoặc sống chung với ông bà

Đặc biệt là phụ nữ nội trợ

Nghề nghiệp: tất cả những ngành nghề nhưng đặc biệt là “giới” văn phòng

Giới tính: nam và nữ

Thu nhập: trên 20 triệu.

Sống ở TPHCM và các vùng lân cận

- Lối sống

Thích được sống gần với thiên nhiên. Quan tâm đến sản phẩm sạch.

Mong muốn thư giãn cùng gia đình nhưng lại không đủ thời gian để đi đến những nơi xa.

Chú trọng vào sự gắn kết gia đình và sức khỏe và tinh thần. Mong muốn con cái họ được trải nghiệm những nét đẹp văn hóa làng quê xưa vẫn được họ giữ gìn trong ký ức

- Hành vi

Sử dụng Facebook là công cụ chủ yếu để tiếp cận và tìm kiếm thông tin cập nhật theo xu hướng.

Thích tương tác, tham khảo, tag bạn bè, người thân vào những nội dung hay.

Chú trọng vào chất lượng sản phẩm, dịch vụ, quà tặng, quảng cáo hay, thu hút.

5. HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU MONG MUỐN

Dốc Mơ Farm sẽ là lựa chọn đầu tiên so với các thương hiệu khác nếu khách hàng muốn gia đình mình có những trải nghiệm bổ ích và an toàn cùng thiên nhiên.

Dốc Mơ Farm là môi trường làng quê xanh, nơi trẻ em được khám phá vẻ đẹp của thiên nhiên, của làng quê thanh bình để học những bài học biết yêu thiên nhiên, học làm người.

Khách hàng mong muốn logo Dốc Mơ Farm xuất hiện 5 giây cuối clip.

6. THỜI GIAN THỰC HIỆN

- Client duyệt concept: 03/11/2020
- Sản xuất: 14/11/2020
- Giao bảng master: 20/12/2020

Tài liệu tham khảo

Giang. (n.d.). *Vietnamnet*. Retrieved from <https://2sao.vn/nhung-ngoi-sao-mot-buoc-dut-bo-hao-quang-ve-que-lam-nong-song-doi-yen-a-n-124708.html>

HÂN, B. (2020, 9 16). *Sài Gòn Giải Phóng Online*. Retrieved from <https://www.sggp.org.vn/tu-pho-ve-que-685516.html>

Nguyễn, T. (n.d.). *Phụ Nữ Online*. Retrieved from <https://www.phunuonline.com.vn/lam-giau-bang-cach-bo-pho-ve-que-a1421599.html>

Nhơn, T. (2020, 05 28). *Tuổi trẻ*. Retrieved from <https://tuoitre.vn/nhung-nguoi-tre-loi-nguoc-dong-o-mien-tay-ky-5-bo-phong-lab-ve-vuon-lam-nong-san-sach-20200527191500205.htm>