



資傳系演講暨工作坊-創意策略與方法

時間：2023-05-16

地點：L205

講者介紹

施俊宇講師，畢業於元智大學資訊傳播研究所，網路基因 WebGene 創辦人兼總經理，從事數位行銷廣告相關業務，並擔任 DMA 台北數位行銷協會理事，在大學許多相關科系擔任講師，也在多項國內外行銷廣告比賽擔任評審。網路基因，台灣前三大數位創意代理商，在施俊宇講者的帶領下獲得行銷界多項大獎，從過去的傳統廣告到現在的數位廣告，見證了台灣數位行銷行業的變遷，許多大型品牌都是網路基因的長期合作代表。

本次活動除了演講分享外並執行創意策略發想工作坊。

什麼是創意

主講者強調做創意之前要先了解事物的本質，創意的發想跟自己的知識、經驗累積有很大的關連性，不要硬想沒有接觸過的事情，創意是知識加創造力，以及不斷修正調整的過程，挫折感很大，回饋很直接，只要達成目的就是好創意，並不會一開始就想出完美的創意，而是要多個創意比較出最好的創意。

創意有三個重要的部分，言簡意賅、優越成長、延續擴散，創意是正向的，要讓別人有優越感，用到懲罰手段的創意不是好創意，懲罰是最後手段，所以檢視創意的時候要注意，不要讓創意變成負面導向。

洞察跟策略以及執行

做創意最重要的是先解題，弄清楚問題裡的陷阱，找出潛在的溝通對象，要將大問題分解成小問題，改變問題規模，不可能找到能夠滿足所有人的洞察，人在講問題的時候，常常不會將真正的問題講出來，所以重要的是，要先去理解議題，跟議題中的人，有了洞察的目標跟角度之後才是策略，有了想法(創意)，需要舞台展現(策略)，策略是影響會不會打動顧客的要素，策略又跟執行不同。執行是將創意、洞察以及策略傳達出來，告訴受眾如何解決問題，讓受眾看到價值。



資傳系演講暨工作坊-創意策略與方法

時間：2023-05-16

地點：L205

給學弟妹的提醒

好的創意發想者，不只是一要說服別人聽自己的創意，也要聽懂別人的創意，最後將其變成可執行的創意，而且想創意的時候可以瘋狂一點，要當第一個，放開一點、自由一點，找一個沒有人走過的路，受眾只會記得第一個提出創意的人，想策略的時候，先不管能不能執行，要先知道要解決的問題是什麼。而且創意很重視溝通，所以團隊合作很重要，溝通比創意還要重要，如果連夥伴都說服不了，要怎麼去說服受眾。

未來，行銷會往兩個領域發展，私領域跟品牌比較，因此品牌行銷跟議題洞察會越來越重要。可以去了解 SDGs，這方面在台灣未來會越來越重要。

