

1,000 ไอเดียหรือจะสู้ 1 คอนเซปต์

コンセプトのつくり方



Concept



is

Everything

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
ที่ปรึกษาที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร  
อันดับหนึ่งของญี่ปุ่น



ห้องสมุดทเวศร์



401017038

คณะ ไซ เกียน

Director, Dentsu Inc.

WE  
LEARN

# สารบัญ

บทนำ

11

บทที่ 1

## คอนเซปต์เป็นสิ่งที่ ต้องใช้ร่างกายคิด

- ว่าด้วยการสลัด “สามัญสำนึก” ทิ้ง 17
- คอนเซปต์คือ “ไฟสองทาง” 23
- โลกนี้มี “คอนเซปต์ปลอม” อยู่เต็มไปหมด 29
- ความเชื่อเรื่อง “ความถูกต้อง” 33
- จะคิดด้วยร่างกายได้อย่างไร 36
- แกนการจัดการ : การจัดการที่เริ่มต้นด้วยวิสัยทัศน์ 41
- แกนการสื่อสาร : การสื่อสารที่ส่งอิทธิพล  
ต่ออารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย 49

- วิสัยทัศน์เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการสร้างคอนเซปต์ 55
- มีการลงมือทำที่คนอื่นไม่อยากจะเลียนแบบอยู่หรือไม่ 63
- เงื่อนไขเกิดขึ้นจากความรู้สึกของมนุษย์ 66
- “แล้วจะทำยังไงดีล่ะ” 68

## บทที่ 2

# สร้างคอนเซปต์ ด้วยมนุษย์ใจ

- เทคนิคการสร้างไอเดียของบริษัทโฆษณา 73
- เทคนิคคิดวน 75
- ขั้นที่ 1 : โหมดรู้สึก 78
- ขั้นที่ 2 : โหมดกระจัดกระจาย 85
- ขั้นที่ 3 : โหมดค้นพบ! 92
- ขั้นที่ 4 : โหมดขัดเกลา 97
- มุ่งสร้างกายที่สร้างสรรค์ 106

### บทที่ 3

## สร้างคลังคอนเซปต์

- กรณีตัวอย่าง : บริษัทผลิตและจำหน่ายสาหร่ายทะเล 111
- กรณีตัวอย่าง : บริษัทขายส่งเนื้อวากิว 120
- เทคนิคย้อนศร 126
- ที่เหลือคือการลงสนามจริง 133

ประวัติผู้เขียน 139