CHƯƠNG III: ĐÓNG GÓP VÀ HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA ĐỀ TÀI

3.1 Đóng góp của đề tài

Ngày nay, trong thời đại mà mọi người đều chú trọng về mặt thẩm mỹ thì chắc chắn không thể phủ nhận được vai trò và sức ảnh hưởng của các sản phẩm thiết kế đồ hoạ. Một trong số đó chính là thiết kế phục vụ cho việc truyền thông sự kiện mà cụ thể là sự kiện ra mắt giày Ananas Love+.

Khi phân tích về thị trường giày tại Việt Nam có thể dễ dàng thấy được, bên cạnh các thương hiệu nổi tiếng trong nước như Bitis, Juno, Một,… thì còn phải đối mặt với các nhãn hàng nổi tiêng đình đám khác trên Thế Giới. Điều này đòi hỏi Ananas bên cạnh phát triển chất lượng sản phẩm và câu chuyện bên trong thì cũng phải phát tiển thêm về mặt thương mại, marketing và quảng bá về hình ảnh của thương hiệu. Tổ chức một sự kiện vừa có yếu tố thương mại lại vừa liên quan cộng đồng chắc chắn sẽ là bước tiến mới của thương hiệu Ananas.

Để có thể thành công trong việc phát triển hình ảnh của thương hiệu giúp mọi người biết đến nhiều hơn, gia tăng lượng khách hàng tiềm năng trong tương lại thì các thiết kế sản phẩm truyền thông phải thu hút được nhiều đối tượng. Muốn đạt được những điều đó thì đầu tiên phải dựa vào nhu cầu, sở thích, đặc điểm, văn hoá, độ tuổi, giới tính,… của khách hàng. Nhờ những thông tin này dã giúp cho quá trình thiết kế sản phẩm có thể định dạng đúng mục tiêu và phù hợp với nhu cầu thị hiếu của khách hàng. Từ đó giúp cho doanh thu của doanh nghiệp gia tăng.

Trong khoá luận này, quá trình để thiết kế sản phẩm truyền thông cũng được nêu rõ từ việc lên ý tưởng đến khi phác thảo, thiết kế và đưa ra sản phẩm hoàn chỉnh. Các thiết kế sản phẩm truyền thông đều mang yếu tố thống nhất về các yếu tố cần thiết như màu sắc, kiểu dáng, hình ảnh, font chữ, thông điệp,… Tất cả tạo nên tổng thể hoàn chỉnh, liền mạch. Mà điểm nhấn chính là sản phẩm giày mà sự kiện muốn nhắc tới và màu sắc chủ đạo của các thiết kế truyền thông nhằm gây ấn tượng sâu sắc cho khách hàng. Điều đó góp phần tạo được sụ chú ý nhiều hơn,

mang thương hiệu vươn xa hơn bên cạnh chất lượng và thông điệp gửi gắm trong từng sản phẩm của thương hiệu.

Từ những đánh giá về mức độ hiệu quả của sản phẩm truyền thông qua các chỉ số như số lượt tương tác, doanh thu,… sẽ giúp cho nhà quản lý có thể cải thiện và tối ưu hoá, tạo sự đa dạng trong các chiến lược quảng bá sản phẩm truyền thông. Dễ dàng thu thập và cải thiện ý kiến đóng góp từ khách hàng một cách trực quan,

Tóm lại, đối với sự kiện của thương hiệu cần đảm bảo tính thống nhất giữa các thiết kế sản phẩm truyền thông cho sự kiện, tạo sự đồng bộ từ các thiết kế online như fanpage, landing page,… đến offline gồm các ấn phẩm, bộ quà tặng,bộ nhận diện và nhiều thiết kế khác, làm sao có thể tạo ấn tượng mạnh mẽ, để doanh nghiệp đồng thuận công bố đến khách hàng.

Là bàn đạp vững chắc, tạo lợi thế cạnh tranh trong góp phần giúp sư kiện ra mắt sản phẩm của thương hiệu Ananas, tạo thiện cảm với khách hàng và khẳng dịnh vị thế và nâng tầm doanh nghiệp trong bối cảnh mà ngành thời trang giày đa dạng, phát triển vượt trội như hiện nay.

Còn về phần khách hàng, các thiết kế trong sản phẩm truyền thông giúp họ hình dung được hình ảnh sản phẩm, màu sắc và thông diệp mà thương hiệu muốn truyền tải tại sự kiện Nhờ đó mà các đối tượng tiềm năng dễ dàng tiếp cận với sự kiện hơn đồng thời cũng xây dựng được hình ảnh nhất định của thương hiệu trong mắt khách hàng. Tạo nên độ nhận diện và phổ biến rộng rãi các hình ảnh, thông tin về sự kiện khi thấy các thiết kế trên các nền tảng internet hay vô tình bắt gặp trên đường phố.

3.2. Hướng phát triển của đề tài

Hiện nay trên thị trường có rất nhiều sản phẩm truyền thông cho sự kiện tương tự tuy nhiên các sản phẩm này đều có ưu và nhược điểm khách nhau nhưng nhìn chung đều có thể góp phần tạo sự đa dạng đối với các thiết kế.

Một số ưu điểm có thể kể đến như: truyền tải rất tốt nội dung và thông điệp sự kiện muốn truyền tải đến khách hàng, hình ảnh cũng bắt mắt thu hút được thị hiếu của mọi người giúp cho sự kiện được quan tâm, chú ý,các thiết kế ngày càng

đa dạng và sáng tạo nhờ được học hỏi kinh nghiệm từ những thiết kế trước. Bên cạnh đó, do sự nhanh chóng của xã hội hiện đại mà một số thiết kế cũng vô cùng xúc tích nhưng đáp ứng được những tiêu chí cần có của một sản phẩm truyền thông.

Song, vẫn có một số thiết kế lại từ đơn giản hoá đơn điệu do đó không thu hút lượng được khách hàng như những gì mà thương hiệu kỳ vọng, thậm chí cũng không truyền tải được sản phẩm hay nội dung mà nhãn hàng muốn gửi gắm thông qua sự kiện của mình. Cách bố trí hình ảnh hay sử dụng màu sắc cũng không có gì quá ấn tượng hay lôi cuốn người xem, không những thế còn gây cho người xem cảm giác khó chịu, không thuận mắt. Điều này đã vô tình tạo thành một điểm trừ rất lớn trong lòng khách hàng, từ đó các đối tượng cũng không cảm thấy thích thú hay muốn tham gia sự kiện.

Sau khi nghiên cứu và đưa ra các ưu và nhược điểm trong các thiết kế sản phẩm truyền thông trên thị trường thì người thiết kế nên kiểm tra và đánh giá liệu các sản phẩm của mình đã đáp ứng được các yêu cầu của khác hang để đưa ra phương án xác định. Và cuối cùng là việc quảng bá sản phẩm sau khi hoàn thành các thiết kế truyền thông đồng thời đã được kiểm tra đánh giá sản phẩm.

Ngoài ra việc áp dụng các công nghệ và kỹ thuật mới nhất để cải thiện và phát triển sản phẩm truyền thông cho sự kiện sẽ tạo nên sự mới mẻ, thú vị. Đảm bảo những công nghệ này luôn được cập nhật liên tục và phục vụ cho nhu cầu của thị trường.

3.3. Những ưu/ nhược điểm của đề tài

Ưu điểm:

- Được tìm hiểu về thương hiệu Ananas và các thiết kế sản phẩm truyền thông trên thị trường, bên cạnh đó thấy được sự thú vị trong những thông điệp gửi gắm trong từng sản phẩm Ananas, thấy được rằng để thiết kế ra những sản phẩm truyền thông cần đòi hỏi rất nhiều yếu tố và đảm bảo tiến độ thực cũng như quy trình thực hiện nhằm có sự thống nhất trong xuyên suốt các sản phẩm. Không những thế còn có thêm nhiều kiến thức về việc thiết kế một sự kiện hay ra mắt sản phẩm như thế nào, đòi hỏi những yếu tố gì và còn học được cách để

khắc phục đối với các sản phẩm khi chưa có sự đồng bộ hay đáp ứng về mặt thẩm mỹ khi thực hiện công việc thiết kế các sản phẩm truyền thông sự kiện.

- Hiểu thêm được rằng sức ảnh hưởng của việc truyền thông, thương mại đối với những sự kiện ra mắt sản phẩm, có thể thấy đây là điều vô cùng quan trọng tác động trực tiếp đến các thiết kế góp phần tạo sự chỉn chu nhất khi công bố và giới thiệu sản phẩm đến với mọi người, đặc biệt là đối tượng khách hàng tiềm năng, xây dựng hình ảnh sự kiện nói riêng và doanh nghiệp nói chung, góp phần tạo lợi nhuận và gia tăng lượng khách hàng sau sự kiện.
- Đảm bảo được tính thống nhất trong toàn bộ thiết kế của đồ án từ phần bố cục, thiết kế đến màu sắc. Tạo nên sự hài hòa nhưng đảm bảo các thiết kế bắt mắt khi sử dụng tông màu pastel vừa tạo cảm giác nhẹ nhàng lại vừa mang ý nghĩa của thông điệp mà sản phẩm Love+ muốn truyền tải.Kết hợp với phong cách Y2K có chút hoài niệm nhưng cũng rất hiện đại, hơn hết đây còn là xu hướng thịnh hành của giới trẻ hiện nay nên các sản phẩm ắt hẳn sẽ có thể thu hút được các đối tượng mà thương hiệu muốn hướng đến.
- Số lượng các thiết kế đa dạng và khá đầy đủ từ các thiết kế cơ bản đến các thiết kế nâng cao

Nhược điểm:

- Thời gian không đủ để có thể thực hiện đề tài một cách tốt nhất nên còn nhiều thiếu sót không nhìn thấy được.
- Do Ananas là một thương hiệu trẻ nên có phần hạn chế về mặt thông tin, đồng thời đôi giày Ananas Love+ là một sản phẩm đặc biệt nên các nội dung và hình ảnh liên quan đều không có nhiều.
- Chưa có nhiều sự đột phá nên nhìn chung các sản phẩm đồ án còn nằm trong phạm vi khá an toàn.
- Không có đủ phần mềm hỗ trợ trong việc thực hiện các sản phẩm thiết kế.

Tiểu kết

Có thể thấy, sản phẩm truyền thông rất quan trọng đối với các sự kiện vì nó giúp cho khách hàng có thể hình dung được sản phẩm và sự kiện mà thương hiệu sắp ra mắt, đồng thời thu hút được sự quan tâm của những đối tượng khách hàng, góp phần mở rộng hình ảnh, độ nhận diện của nhãn hàng trên thị trường. Điều đó có ý nghĩa rất lớn đối với thương hiệu khi hình ảnh mà sự kiện quảng bá là cơ sở để giúp cho doanh nghiệp tăng doanh thu và củng cố hình ảnh trên thị trường giày Việt.

Tất cả những gì em thể hiện trong đồ án này là kết quả của việc không ngừng học tập trau dồi và cải thiện trong suốt những năm học tập trên đại học, chắc chắn sẽ còn nhiều thiếu sót tuy nhiên em tin rằng với sự cố gắng sẽ không làm phụ lòng mong đợi của Quý thầy cô.