

Креативщик – это как бог. Только креативщик.

Послан Marriam - 14.06.2016 12:27

Давайте окунемся в историю. Ненадолго. Буквально на несколько минут.

3 корябля

20 сентября 1519 года пять прекрасных кораблей вышли из морского порта Испании «Сантьяго», «Виктория», «Сан-Антонио», «Тринидад» и «Консепсьон» для того чтобы отправиться в кругосветное путешествие. Вспомнили?

Самое прямое! Ведь из пяти кораблей, достичь поставленной цели, вернуться с редчайшими пряностями, обойти весь земной шар получилось лишь у «Виктории». При этом еще и покрыть все расходы на экспедицию смог лишь один единственный корабль из пяти стартовавших. Задумывая новую креативную идею жизненно важно иметь несколько запасных вариантов.

Не делайте ставку на один корабль, помните, он может не вернуться.

По мнению опытных креативщиков из пяти оригинальных идей до начала разработки доживают в лучшем случае три. Тогда как к процессу запуска готовы две, но в итоге лишь одна даст реальный результат – завоеует успех.

Но где взять такое количество гениальных и сильных идей? Порой и одну найти проблематично, подумаете вы. Вот для этого вам и необходима помощь креативной команды, которая собравшись на мощный брейнштурминг, найдет несколько действительно мощных идей. Самой основной проблемой на этом этапе для большинства креативных компаний в том, что именно процесс разработки дается с трудом. И здесь нет вины сотрудников или прямой параллели от наработанной концепции.

Зачастую проблема в рождении новой идеи напрямую зависит от способности освободить мозг от стереотипов и условностей. Если сравнивать человеческий мозг с чердаком, то у большинства людей их чердачное пространство заставлено всяким хламом от старых навязчивых семейных проблем до житейских неурядиц. Как в таком нагромождении информационного хлама найти пространство для светлой и неповторимой мысли? И как при таком количестве информационного мусора можно эффективно использовать методику «мозговой штурм»?

Команда «Creative Call Project» научилась освобождать место в своем сознании от старой информации, тем самым расчитив пространство для создания новых гениальных идей. Согласитесь, совершенно нет смысла давить на своих подчиненных с требованием придумать что-нибудь гениальное. Ведь, по сути, шедевры никогда не рождаются под давлением или по принуждению.

Хотите расширить собственные горизонты познания? Тогда ищите признанных мастеров креатива, которые в совершенстве владеют ценным опытом, знаниями и редкими способностями к созданию гениального.

Конечно, команда Creative Call Project имеет свои профессиональные тайны и секреты, которые не станет раскрывать. Но все, же есть один важный нюанс, которым можно поделиться. Это ваше желание и потребности. Да-да, именно так. Прежде чем предложить вам креативную идею и довести ее до стадии стабильности, необходимо выявить именно ваши, клиентские потребности. Зачастую заказчики сами не понимают, чего хотят, а пренебрежительное

отношение к проблемам клиента заведомо поставит всех в тупик. И на этом этапе разобраться в глубинных подвижках вашего решения крайне важно. Что привело вас к желанию обрести новую идею? Насколько это вынужденная мера? И как вы в итоге отреагируете на яркий свет нового продукта в новой интерпретации? Все эти вопросы недопустимо оставлять без ответов, иначе весь совместный труд пойдет насмарку, затраты с обеих сторон будут колоссальны, а результат огорчительным.

Итак, командная работа, перезагрузка сознания, способность определять истинные, глубокие мотивы и возможность в генерировании идей – вот основные компоненты для появления великого.

Если вы добрались до этой части статьи, значит, у вас есть великолепный шанс уйти от прошлых ошибок и вооружиться новыми сильными идеями. Что вы выберете привычный, уютный и знакомый застой или неизведанный жаркий огонь сногшибательной идеи? Решайте сами.

=====