

创意过程是可以被管理的

“四小时概念”工作制如何实行？

我们说的就是创意效率。

一个良好工作流程也不能保证产生伟大创意，
但是可以减少无谓浪费，
使我们精力集中于做有效的事。



ABSOLUT RITTS.

SONY.

Light Smooth Skin™

感性的入鼻攝像巧慧地與世界發生

www.sony.com

CMD-Z18

www.sony.com

Q118

1、创意工作决不是漫无目的地想！

三个理由

时间限制

（大多数的创意工作都需要在很短的时间内完成）

工作标准

（创意是工作，不是想点子）

集体作业

（除了文案，还有策略、艺指、客服...）



创意工作决不是漫无目的地想！



要得到高效率的创意工作，
我们必须掌握**集中**与**发散**的技巧。

1、创意工作决不是漫无目的地想！

什么是漫无目的的表现症状？

疲倦的心态


（觉得成型的作品遥遥无期）

发散

（想了很多点子，但都是没有力量的，工作没有积累...）

可怕的应付式作品

（看图说文，或者对着文字放上图片，没有灵魂）

- 
- 更大的发挥创意空间
 - 相互配合与支持
 - 效率推动成果

2、创意工作过程应有合适的管理

管理的定义：

带领团队有目的地去实现既定目标的过程。

（设定目标；时间段分割；总结技巧；提炼成型技巧）

2、创意工作过程应有合适的管理

设定目标的工具：客户简报会

（工作目的）如CF，上市案，促销案或其他
（达到目标的基础材料）如预算，主题，调研资料
（工作内容分配）

（现阶段策略）建议的、可能的发展方向
（帮助创意的资料）竞品样带，单张

目的：达成第一步共识

“四小时概念” 工作制

2、创意工作过程应有合适的管理

时间段分割工具：四小时概念判断
(分四个时间段，每阶段四小时，共两天作业)



理解策略

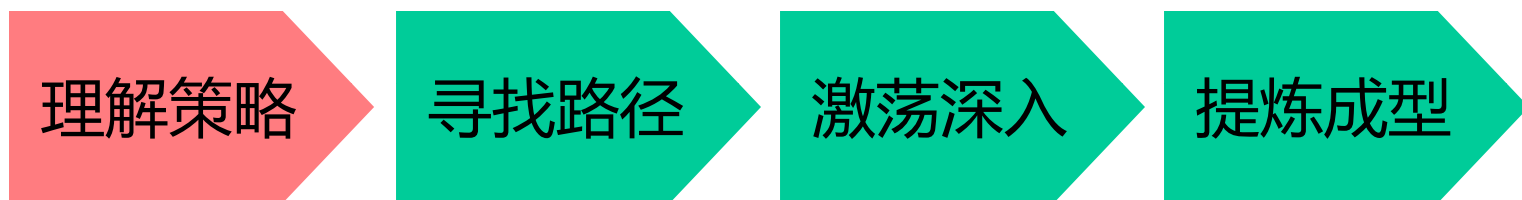
寻找路径

激荡深入

提炼成型

2、创意工作过程应有合适的管理

时间段分割工具：四小时概念判断之一

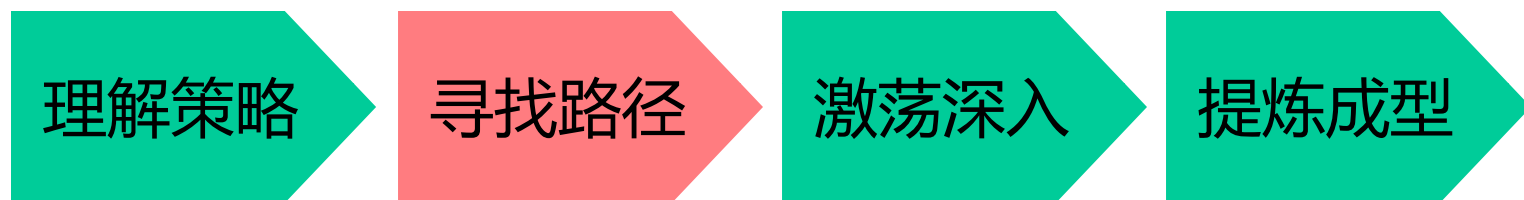


- **首先，必须与客户人员、策略人员反复沟通目的。** 创意总监在这个阶段尽量不要介入。避免扼杀新的思想。
- 在这个工作过程里，避免深入。当你掉进自己的唯一一个想法里，是危险的。这会困囿你尝试新方案的可能性。
- **应该尝试的是广度。** 每个方向用一两句话描述。
- 不停地开会或交谈，追求数量。思考四小时后，归总进行策略人员和创意总监的第一次判断，选出不少于5个可能的方向。

如：类似某品牌的风格。像某张照片的感觉。

2、创意工作过程应有合适的管理

时间段分割工具：四小时概念判断之二

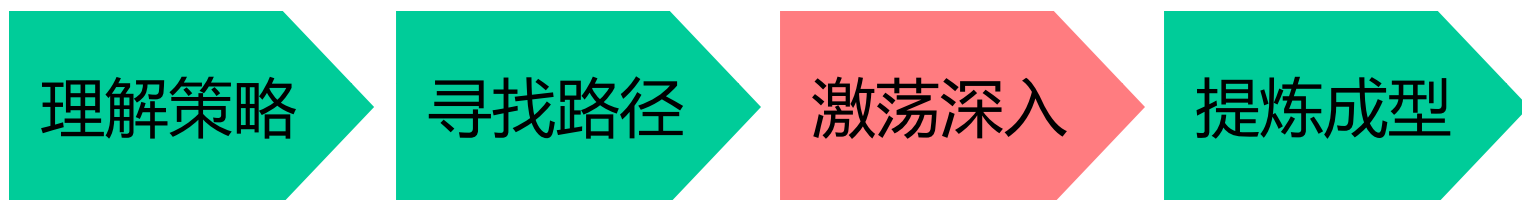


- **其次，每个创意人员努力发现新的思想、可能的创意路径。**在这个工作过程里，仍然要尝试新方案的可能性。但是你的工作应该转向具象化。创意总监仍然不具体介入，但不妨单独刺激思路。
- 在确定的每个方向用一段话描述。写出近似标题或精彩的对白。
- 不妨将几个方向进行组合，看看有否惊喜。
- **尽量让自己静下来，少开会。**思考四小时后，呈现几段话，或几张草图，主要由创意总监进行判断。而你，则必须下班，放松。

如：描写了一个完整故事，一张小稿。

2、创意工作过程应有合适的管理

时间段分割工具：四小时概念判断之三

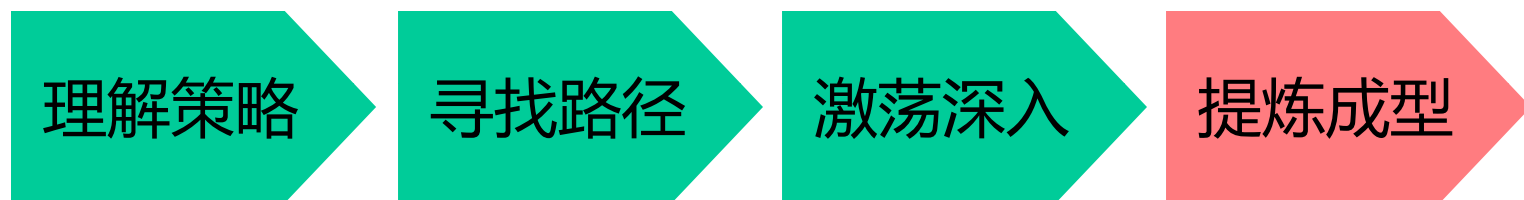


- **第三，思路已经沉淀清晰，必须利用集体作业深入。** 创意总监必须率领创意人员、策略人员开会，甚至亲自作业。
- 锁定不多于3个主题，锁定创意方法和执行元素。
- **在会议上展现自己的观点。** 使用各种动脑会技巧，不断地归纳、挑选，直至呈现出较完整的旁白、包装、稿件。
- **记住注意时间！** 四小时后，将方案与策略对照，确立出主打方案。

如：完整的旁白，与描述的画面相对照。有主标、图片的稿件。

2、创意工作过程应有合适的管理

时间段分割工具：四小时概念判断之四



- **最后，分工进行精致化作业。** 创意总监检查推动各环节的作业质量。在精致化过程中，加进新元素，不断加分。
- 如作业时间很紧，集中注意力在主打方案上。
- **不要开会，但关注别人。** 时常看看配合人员的工作，避免背离方向。
- 四小时内，创意总监将方案与策略对照，做再一次检索。

如：完整的文案。完整创意稿件。

2、创意工作过程应有合适的管理

范例

（星港床垫的CF创作过程）

3、尊重人的思维方式

集中与分散要有机结合，要适度开会。

紧张和放松要适合节奏。

（在四小时内，有3次注意力高度集中的机会）

先发散，再归总；先有广度，再有深度。



•创意总监不要“创意总奸”！

•不要拉，要推！

•每个创意人员都是英雄！

谢谢！让我们做得更好！