

Phần 1: Bắt đầu với đích đến trong tâm trí

Sample Bài tập lớn

Định vị “sản phẩm” tương lai của một sinh viên truyền thông năm nhất.

1. THÔNG TIN “SẢN PHẨM” BẢN THÂN

- **Họ và tên:** N.T.M.A
- **Chuyên ngành:** Truyền thông đa phương tiện
- **Mô tả value position:** Mình là sinh viên truyền thông thích sáng tạo nội dung và muốn kết nối con người qua các câu chuyện hay

2. BẮT ĐẦU VỚI ĐÍCH ĐẾN TRONG TÂM TRÍ

- **Vị trí / vai trò bạn muốn đạt được sau khi ra trường:** Làm Content Creator hoặc Social Media Executive ở một công ty nào đó
- **Lĩnh vực / ngành bạn muốn cống hiến:** Mình thích mảng giải trí hoặc thời trang. Nhưng FMCG rank lương cao hơn nên mình cũng muốn tìm hiểu
- **Hình dung chi tiết:** Mình nghĩ là sau 5 năm nữa, mình sẽ làm ở một agency, ngồi trong một văn phòng chuyên nghiệp, sáng mình sẽ brainstorm ý tưởng với team, buổi chiều chụp ảnh hoặc quay clip. Mọi người trong team đều vui vẻ và trẻ trung. Video mình làm ra được đăng lên mạng xã hội và có nhiều người xem và like
- **Bài tập phụ: Thiết kế 3 kịch bản cuộc đời**
 - **Kế hoạch A (The expected path):** Học xong, làm content tại một công ty truyền thông hoặc agency. Năm 1–2 làm nhân viên, tích lũy kinh nghiệm. Năm 3–5 lên Senior hoặc Team Lead. Năm 2 mình sẽ xin đi thực tập tại một agency nhỏ để học quy trình thực tế. Năm 3 mình sẽ đi thực tập hoặc làm part-time, cố gắng cộng tác chính thức hơn. Năm 4 tốt nghiệp và xin làm chính thức tại một brand nào đó. 1 năm sau đó, lên role executive hoặc chuyển sang làm việc cho brand nếu có cơ hội
Mức hứng thú: WARM | Tự tin: hơi EMPTY | Phù hợp giá trị: trung bình | Cảm xúc thật: Nghe có vẻ ổn nhưng mình không chắc là có thể thực hiện theo đúng lộ trình vì mức độ cạnh tranh khá cao
 - **Kế hoạch B (The alternative path):** Nếu mảng media quá cạnh tranh, mình sẽ chuyển sang làm Digital Marketing. Như vậy, mình sẽ phải chuẩn bị những chứng

chỉ về Digital Marketing hoặc E-commerce của Google hoặc Meta. Vừa hỗ trợ cho mảng truyền thông, vừa dễ làm marketing

Mức hứng thú: COLD | Tự tin: MEDIUM | Phù hợp giá trị: thấp hơn kế hoạch A | Cảm xúc thật: Không thích lắm, nhưng thực tế hơn

- **Kế hoạch C (The wild card path):** Nếu không phải quan tâm đến định kiến xã hội, tiền bạc... mình muốn mở kênh YouTube hoặc TikTok liên quan đến thời trang hoặc du lịch. Đi khắp mọi nơi để trải nghiệm và chia sẻ với mọi người về thời trang. Làm freelancer, được tự quyết định giờ làm

Mức hứng thú: HOT | Tự tin: EMPTY | Phù hợp giá trị: cao nhất | Cảm xúc thật: Thích nhất nhưng sợ không đủ sống, ba mẹ chắc không đồng ý

Kết luận: Kế hoạch C là thứ mình thích nhất, nhưng mình chưa đủ tự tin để thực hiện nó. Kế hoạch A vẫn phù hợp với hoàn cảnh thực tế của mình hơn. Nhưng sẽ chọn kế hoạch A làm mục tiêu chính, nhưng mình sẽ tự mở kênh TikTok trong thời gian rảnh để tập tành làm content.

3. TƯ DUY SẢN PHẨM VÀ KHÁCH HÀNG

- **Xác định “khách hàng” mục tiêu của bạn:** Mục tiêu trước mắt là các agency truyền thông cỡ vừa và nhỏ, hoặc start-up có team marketing và cần người làm content. Còn mục tiêu khách hàng lâu dài là những agency global lớn
- **Vấn đề / nhu cầu của khách hàng:** Cần người sáng tạo nội dung đều đặn, bắt trend nhanh, hiểu biết đôi chút về mạng xã hội. Tạo được nhiều sản phẩm với chi phí không quá cao
- **"Sản phẩm" tương lai của bạn có giá trị như thế nào: Hiện tại thì mình có thể** sáng tạo ý tưởng rất nhanh, nhất là đối với video ngắn. Mình cũng đã biết dùng canva và biết quay, chụp cơ bản bằng điện thoại
Do đó, mình nghĩ là sau 5 năm, mình đã nắm rõ cách xây dựng kịch bản video sao cho thu hút người xem nhất. Mình cũng có thể tự lên kế hoạch xây một kênh hoặc một chiến dịch một cách bài bản nhất.
- **Điểm khác biệt theo khung ATAGROW STAR+**
 - **Kiến thức nền tảng:** Mình đang học lý thuyết truyền thông, marketing cơ bản. Tuy vậy, mình chưa có kiến thức về phân tích data, chưa biết đọc insight khách hàng từ dữ liệu. Nhưng khi tốt nghiệp, mình sẽ có đủ kiến thức về truyền thông. Mình muốn trở thành một người vừa có kiến thức về truyền thông, vừa có kiến thức về marketing hỗ trợ. Có lẽ một người biết lên kế hoạch dựa vào số liệu sẽ cho ra kế hoạch có sức thuyết phục hơn

- **Phẩm chất cá nhân và kỹ năng mềm:** Mình khá chăm chỉ, cũng là một genZ bắt trend nhanh và dễ ý đến xu hướng người dùng trên mạng xã hội. Mình cũng có khả năng quản lý thời gian và phối hợp với nhóm tốt
Tuy nhiên, năm nhất mới chỉ tiếp xúc với những kiến thức căn bản nhất, chưa có áp lực deadline thật sự bao giờ, nên mình chưa biết mình có thể quản lý thời gian tốt khi có quá nhiều việc cần phải làm hay không.
Điểm khác biệt của bạn so với các "sản phẩm" cùng loại trên thị trường: Thật ra mình chưa biết điểm khác biệt của mình là gì. Mình đang học tập với mọi người cùng trường, cùng giáo trình. Có lẽ điểm khác là mình chịu khó và hay để ý xu hướng mạng xã hội, nhưng mình nghĩ ai cũng nói vậy.
- **Kiến thức đặc thù ngành:** Mình mới biết dùng Canva, Instagram, TikTok ở mức người dùng thông thường. Chưa biết về media planning, content strategy hay campaign management. Chưa hiểu rõ về những thuật ngữ trong ngành như kiểu FMCG, B2B, B2C,...
Mình nghĩ một sản phẩm khác biệt là vừa phải nắm vững kiến thức về planner, vừa phải nắm vững công cụ và nền tảng (Facebook, TikTok, Threads,...). Là một người full-stack để có thể làm việc cùng những người khác.
- **Hiểu biết về tổ chức** (chưa thể diễn, vì mình chưa đi thực tập, không hiểu cách một agency hoặc một team marketing vận hành như thế nào.)
- **Kết quả công việc:** Mình chưa có sản phẩm nào để đưa vào portfolio. Mình có tự làm một trang Instagram cá nhân về thời trang nhưng chỉ được khoảng 200 follower
Mình nghĩ là một người làm content khác biệt phải tự có một trang riêng, và thu hút được một lượng người theo dõi nhất định. Và phải kiếm được tiền từ công việc đó trước.

Nhận xét: Nhìn vào 5 trụ cột này, mình thấy mình còn thiếu sót khá nhiều. Nhưng ít ra giờ mình biết mình thiếu cái gì, thay vì trước kia chỉ mơ hồ rằng mình "cần học thêm". Giờ mình tự nhận xét rằng điểm khác biệt của mình với các bạn cùng lớp khác là tự nhận ra lỗ hổng sớm hơn để chuẩn bị kế hoạch lấp đầy chúng.

4. NHÌN LẠI TOÀN BỘ NHỮNG GÌ ĐÃ VIẾT, TỔNG HỢP CHÚNG THÀNH MỘT BỨC TRANH TOÀN DIỆN

- **Ngành nghề / Lĩnh vực theo đuổi:** Truyền thông sáng tạo, content marketing
- **Một ngày sẽ diễn ra như thế nào:** Làm ở agency, brainstorm, tạo nội dung visual, thấy kết quả được đăng lên

- **3 điểm mạnh chính với tư cách là một "sản phẩm" tốt trên thị trường lao động**

1. Nhạy cảm với xu hướng mạng xã hội

2. Chịu học hỏi nhanh

3. Có tư duy hình ảnh, thích sáng tạo

(Chưa có kinh nghiệm thực tế để chứng minh.)