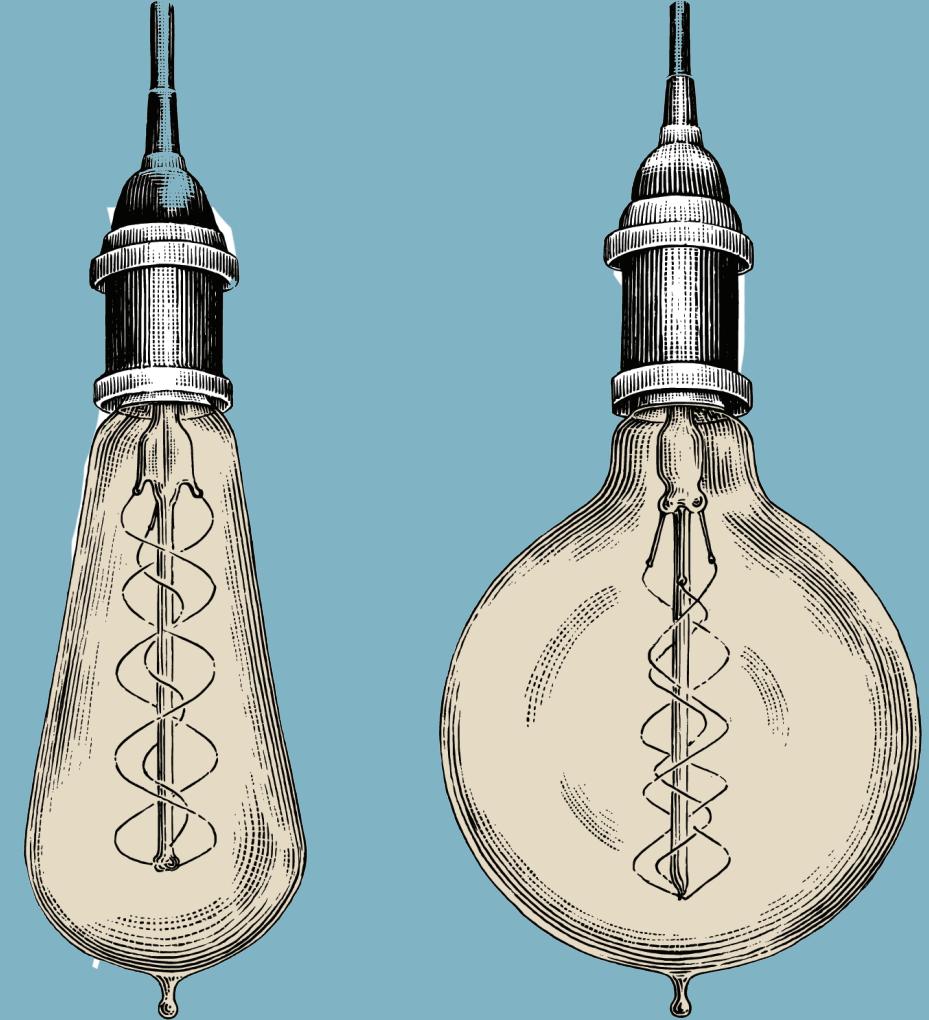


120 Ví dụ
cho bộ que Xào ý tưởng



1. Đơn giản hóa thiết kế, dịch vụ, chức năng.

Bạn có nhớ số điện thoại để gọi cảnh sát, hoặc bệnh viện khẩn cấp là gì không? Dù cho có nhớ đi chăng nữa, nếu lúc khẩn cấp mà tay bạn không cầm điện thoại thì bạn còn phải tốn thời gian lục tìm điện thoại.

Chiếc nhẫn Nimb được thiết kế để tránh những trường hợp này. Khi gấp sự cố khẩn cấp, bạn có thể sử dụng một nút ấn khẩn trên nhẫn để gọi ngay đến danh sách điện thoại khẩn mà bạn cài đặt trước. Ngoài ra, bạn còn có thể trả tiền thêm cho dịch vụ kết nối bạn tới các tổng đài để gửi người tới tận nơi giúp đỡ.

Thử thách: Bạn có thể tìm cách đơn giản hóa thiết kế sản phẩm hoặc dịch vụ để giúp người dùng đạt mục tiêu mà không phải qua thủ tục và các bước rườm rà không?



2. Xây dựng một cộng đồng

Starbucks, chuỗi cửa hàng cà phê lớn nhất ở Mỹ có một cộng đồng người tiêu dùng cực kỳ sôi nổi với hơn 150.000 thành viên. Trong nhiều năm qua, Starbucks tổ chức nhiều cuộc thi trong cộng đồng này để thu hút các ý tưởng từ loại nước uống mới tới thiết kế quán, cách thu tiền mới, v.v. từ thành viên cộng đồng. Cho đến nay hơn 300 sáng kiến đã được áp dụng như cách trả tiền tip online, loại nước chanh trà xanh đào mới, v.v.

Việc tương tác với cộng đồng thường xuyên, biết lắng nghe và thực hiện những ý tưởng của khách hàng là một trong những lý do vì sao Starbucks luôn là thương hiệu được nhiều người ưa thích.

Thử thách: Bạn có thể tạo ra một cộng đồng cho sản phẩm của bạn và tổ chức các cuộc thi nhỏ để tương tác với cộng đồng đó không?

3. Kết nối với lịch sử hoặc xu hướng trong quá khứ

Adobe là một công ty phần mềm lớn sáng tạo ra các phần mềm chuyên nghiệp như Photoshop, Premiere, v.v. Vài năm trước đây, Adobe bắt đầu một chiến dịch marketing #10YearChallenge, hay còn gọi là thử thách 10 năm, kêu gọi mọi người đăng hình ảnh của họ 10 năm trước, và so sánh với hiện tại.

Dự án này trở nên cực hot trên mạng xã hội với lý do: mọi người thường cảm thấy hạnh phúc hơn khi sản phẩm giúp họ hồi tưởng về quá khứ của họ. Nó khiến cho người ta có cảm giác bồi hồi và gắn bó với nhãn hiệu hơn.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi cái nhìn của sản phẩm hoặc hình ảnh quảng bá của sản phẩm để gợi khách hàng nhớ về quá khứ đẹp đẽ của họ không?

4. Giảm thời gian cho đến lúc có thể sử dụng được

Chắc hẳn bạn đã thấy nhiều người thân bạn bè để dành tiền bao nhiêu tháng trời để mua một chiếc điện thoại iPhone hay Samsung mới. Lấy cảm hứng từ việc nhiều người không muốn chờ lâu để có thể sử dụng được sản phẩm, công ty **Affirm** được thành lập để cung cấp tín dụng hiện đại kiểu mới, giúp khách hàng mua trả góp với nhiều mặt hàng thông thường. Những mặt hàng này có thể là những thứ đắt tiền như xe ô tô, máy laptop, đến những thứ rẻ hơn như đồ chơi điện tử, máy hút bụi, v.v.

Thử thách: Bạn có thể thiết kế sản phẩm thế nào để giúp người dùng sử dụng sản phẩm một cách nhanh chóng hơn mà không phải cài đặt cầu kỳ? Hoặc bạn có thể tận dụng các phương pháp thanh toán hoặc vận chuyển hàng thế nào để rút ngắn thời gian chờ đợi không?

5. Sử dụng giải pháp công nghệ thấp / không dùng công nghệ rườm rà

Mặc dù thời đại nay công nghệ thông tin tràn đầy khắp nơi, nhiều khách hàng không có kinh nghiệm nhiều về công nghệ, hoặc không có thời gian học hỏi công nghệ mới liên tục được giới thiệu mỗi ngày. Để đáp ứng nhóm khách hàng lớn không muốn sử dụng công nghệ rườm rà, công ty **Glide** tạo ra một sản phẩm giúp mọi người thiết kế ứng dụng điện thoại bằng cách dùng Excel và không cần biết ngôn ngữ lập trình nào cả. Ứng dụng được nhiều người ưa thích, đặc biệt là bởi các doanh nhân có nhiều ý tưởng hay nhưng không biết lập trình.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn sử dụng những giải pháp hay mà không cần công nghệ cao không? Hoặc làm cho nó dễ sử dụng hơn cho những người không rành công nghệ?

6. Cung cấp cho người dùng đề xuất vào đúng thời điểm họ có thể thay đổi hành vi?

Theo thống kê, khi hợp tác làm việc, phụ nữ thường nói ít hơn đàn ông tới 25% lần. Ứng dụng điện thoại **All.ai** được sáng tạo ra để giúp cho phụ nữ tự tin hơn trong việc trình bày ý nghĩ của mình. Để giúp phụ nữ thay đổi hành vi đúng lúc họ cần, phần mềm này giúp người dùng thu âm lại 'mục tiêu' của họ trước khi vô phòng họp, và trong phòng họp sẽ lắng nghe và ghi lại khoảng thời gian mà người dùng lên tiếng phát biểu so với người khác. Sau khi họp xong, ứng dụng sẽ trình bày cụ thể những số liệu cho thấy người dùng đã đạt được mục tiêu 'thời lượng phát thanh' của mình hay chưa, và cung cấp lời khuyên để họ có thể cải thiện lần tới.

Thử thách: Bạn có thể cung cấp số liệu và lời khuyên cần thiết để người dùng thay đổi hành vi vào đúng lúc họ cần không?

7. Cho người dùng biết tiến trình họ đạt được và bao xa cho đến mục tiêu cuối cùng

Vòng đeo tay thể thao **Fitbit** cũng như nhiều ứng dụng thể thao thường cho phép bạn theo dõi và đếm số lượng bước chân bạn đi mỗi ngày. Nghiên cứu cho thấy nếu như người sử dụng biết được chính xác số lượng bước chân họ đã đi, việc đạt tới mục tiêu 10.000 bước mỗi ngày sẽ dễ dàng hơn vì họ sẽ có động lực hơn rất nhiều.

Thử thách: Bạn có thể cho khách hàng biết tiến trình của họ như thế nào và họ đang ở bao xa so với mục tiêu cuối cùng hay không? Một cách hay để khuyến khích khách hàng đạt mục tiêu cuối cùng là phân nhỏ mục tiêu này ra thành những mục tiêu dễ đạt được trong một khoảng thời gian ngắn hơn.



8. Cung cấp cho người dùng bản báo cáo về những gì họ đã làm, kết quả và tầm ảnh hưởng của nó

Công ty điện **Igloo** quyết định đi theo một chiều hướng hoàn toàn khác với công ty điện khác: họ cung cấp bản báo cáo điện cho mỗi thiết bị trong nhà và khuyến khích người dùng sử dụng điện một cách khoa học và tiết kiệm hơn dựa trên bảng báo cáo này. Người dùng còn có cơ hội đạt được điểm thưởng khi họ tiết kiệm điện. Nhờ có bản báo cáo chi tiết này, khách hàng của Igloo hiểu rõ được những hoạt động nào hàng ngày, và vào thời điểm nào sẽ tiêu tốn năng lượng và tiền điện nhất.

Thử thách: Bạn có thể cung cấp số liệu hoặc bản báo cáo cho người dùng để giúp họ hiểu rõ ảnh hưởng của hành động bản thân không? Làm cách nào để những số liệu này trở nên dễ tiêu thụ, vui, và dễ nhớ hơn?

9. Giúp người dùng theo sát dự định / thời gian biểu họ đặt ra

Đạp xe trên đường mà sử dụng điện thoại để hướng dẫn đi đường thì chẳng khác nào chờ tai nạn! **SmartHalo** là một chiếc xe đạp thông minh sử dụng đèn LED trên cổ xe để chỉ hướng cho bạn đi thẳng, hoặc quẹo trái hay phải. Người đi có thể chọn tuyến đường trên ứng dụng điện thoại, và sau đó chỉ việc cất điện thoại đi và để đèn trên xe hướng dẫn.

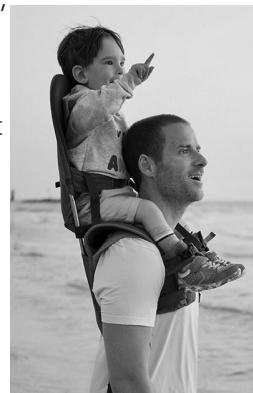
Thử thách: Bạn có thể thêm chức năng để sản phẩm của bạn giúp người dùng làm theo đúng dự định họ đề ra một cách dễ dàng hơn?



10. Giúp người dùng có thể làm nhiều việc cùng một lúc

Bạn có nhớ hồi xưa thích ngồi lên vai của bố mẹ khi đi chơi trên phố không? **MiniMeis** là một chiếc ghế cho trẻ ngồi trên vai bố mẹ một cách dễ dàng, đồng thời cho phép ông bố bà mẹ sử dụng tay của mình cho những việc khác như mang theo túi xách, lái xe đạp, v.v. Để cho trẻ ngồi chắc chắn và an toàn, MiniMeis bao gồm một ghế tựa lưng nhẹ cho trẻ và hệ thống dây đai để giữ chân của trẻ sát vào người của bố mẹ. Hệ thống này giúp phân bổ trọng lượng một cách cân bằng mà không làm cản trở tầm nhìn của bố mẹ.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của mình thuận lợi tới mức người dùng có thể sử dụng khi đang làm một công việc khác không?



11. Cho người dùng giảm stress hoặc cảm giác tự hào khi đạt được một mục tiêu nào đó

Trong nhiều tuần kia virus Corona khiến mọi người phải ở nhà, nhiều bà mẹ cảm thấy bức bối khi con thì suốt ngày nhõng nhẽo bên cạnh mà chồng thì không giúp được nhiều. **Công ty bán rượu MOVO** cung cấp thêm dịch vụ đường dây nóng để các bà mẹ có thể gọi điện tới phàn nàn xả tức mà không bị mọi người phán xét chê bai. Mỗi bà mẹ gọi tới còn có cơ hội trúng những chai rượu cực ngon.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn hoặc thêm dịch vụ nào đó cho sản phẩm để giúp khách hàng vui vẻ hơn khi dùng nó? Ngoài việc xả stress và hào hứng hơn khi dùng sản phẩm, bạn có thể sử dụng cách nào để người dùng cảm thấy tự hào hơn khi đạt được mục tiêu của họ không?

12. Thêm hình phạt hoặc yếu tố khó chịu để khiến người dùng không làm một hành động nào đó

Muốn bỏ tật xấu như hay cắn móng tay, hay ăn vặt tối, v.v.? Hồi xưa Tôn Ngộ Không có kim cô trên đầu thì thời hiện đại có kim cô ở tay giúp bạn bỏ những tật xấu này. Nói kim cô cho vui thế thôi, chứ vòng Pavlok này nhẹ hơn nhiều. Mỗi lần đang làm một thói quen gì mà bạn muốn bỏ, bạn có thể ấn nút để chiếc vòng này phát ra một tĩnh điện nhỏ. Theo người sáng tạo ra Pavlok, chiếc vòng được sản xuất dựa trên cách trị liệu bằng ác cảm, nghĩa là liên kết thói quen bạn muốn bỏ với một kích thích tiêu cực. Não của bạn sau nhiều lần bị kích thích sẽ dần kết luận hành động bạn đang làm là "không đáng thích".

Thử thách: Bạn có thể thêm yếu tố tiêu cực nào để khuyến khích người dùng bỏ những hành động hoặc thói quen không tốt không?



13. Thêm cách tính điểm số ngay lập tức

Ứng dụng **Almond** giúp cho những khách hàng đi siêu thị quét mã số vạch và kiểm điểm cho mỗi món hàng mà họ mua, nếu những nhãn hiệu đó có hợp tác với Almond. Nhờ có hệ thống tính điểm ngay lập tức, khách hàng hào hứng hơn khi mua sản phẩm của những nhãn hàng có trao điểm thưởng, và những nhãn hàng này cũng kiếm được thêm nhiều khách hàng trung thành.

Thử thách: Tính điểm là một cách cực hay giúp bạn giữ chân khách hàng, cũng như tăng mức độ tương tác với khách hàng. Bạn có thể thêm yếu tố tính điểm hoặc các yếu tố mang tính trò chơi và thách đố khác vào sản phẩm của bạn không?

14. Khiến người dùng cảm thấy áp lực phải làm gì đó để giống bạn bè

Khi hãng **Apple** mới tung tai nghe của họ ra thị trường, họ lựa chọn màu trắng cho tai nghe thay vì màu đen mà mọi người thường thấy lúc bấy giờ. Lý do: tai nghe màu trắng nổi bật hơn và khiến cho những người xung quanh tò mò về sản phẩm khi họ bắt đầu thấy rất nhiều người dùng loại tai nghe này. Đến một lúc nào đó khi phần đông mọi người xung quanh dùng tai nghe màu trắng, khách hàng sẽ cảm thấy họ 'đi sau thời đại' và bắt đầu mua tai nghe của Apple thay vì của những hãng khác.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng màu sắc, nhãn hiệu, hoặc cái gì đó nổi bật để khách hàng tiềm năng có thể dễ dàng nhận ra người khác đang sử dụng sản phẩm của bạn không? Bằng cách này, bạn có thể thuyết phục họ thử sản phẩm của bạn một cách dễ dàng hơn.

15. Tạo ra một phiên bản chất lượng cao cho những tài liệu / sản phẩm miễn phí của bạn

Hầu hết các công ty phần mềm ngày nay đều có nhiều gói sản phẩm, một trong số các gói đó sẽ là một phiên bản chất lượng cao, một sẽ là gói miễn phí để khách hàng có thể dùng thử. Một ví dụ điển hình là **Gmail** phần lớn là miễn phí cho khách hàng, nhưng nếu bạn muốn sử dụng những tính năng chuyên nghiệp hơn, bạn sẽ phải trả tiền hàng tháng.

Thử thách: Nếu sản phẩm của bạn hiện đang miễn phí (ví dụ như blog), bạn có thể tạo một phiên bản chất lượng cao hơn để bán không? Hoặc nếu sản phẩm của bạn hiện không miễn phí, bạn có thể tạo thêm một phiên bản mini miễn phí để khách hàng dùng thử không?

16. Tạo ra thêm những sản phẩm / dịch vụ liên quan đến sản phẩm chính

IKEA là một công ty bán đồ nội thất giá phải chăng nhưng vẫn cực đẹp, hiện là một trong những nhãn hiệu được ưa chuộng nhất tại Mỹ. Sản phẩm của Ikea có giá rẻ là bởi vì khách hàng phải tự lắp ráp những bộ phận của đồ nội thất với nhau thành một bộ đồ hoàn chỉnh.

Để phục vụ những khách hàng yêu đồ nội thất Ikea nhưng không muốn tự lắp ráp, gần đây, Ikea phát triển thêm dịch vụ 'thuê nhân viên lắp ráp giúp bạn tận nhà'.

Thử thách: Bạn có thể tạo thêm những sản phẩm hoặc dịch vụ phụ nào khác để đi cùng với sản phẩm chính của bạn không?



17. Bán hàng hóa với hình ảnh / tên tuổi nổi tiếng

Công ty nước soda nổi tiếng Mountain Dew cho ra đời một bộ sưu tập nước ngọt cực hot mang tên **DEWnited States** (một cách chơi chữ dựa trên tên nước Mỹ trong tiếng anh là United States of America). Để quảng bá hình ảnh nước Mỹ, mỗi chai nước có bao bì là hình minh họa về mỗi bang của nước Mỹ rất đẹp. Nhiều người mua nước ngọt của hãng chủ yếu vì muốn sưu tập đủ bộ 50 thiết kế chai, nhưng cũng từ đó mà dần dần quen và yêu thích nước ngọt của Mountain Dew hơn.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi thiết kế sản phẩm để sử dụng hình ảnh hoặc những tên tuổi có tiếng không?



18. Thay đổi tốc độ: làm sản phẩm nhanh lên hoặc chậm đi

Công ty **Deliveroo** cung cấp dịch vụ giao hàng hóa, nhưng với một slogan đặc biệt hơn các công ty giao hàng khác: Giao hàng nhanh như Kangaroo chạy (trung bình khoảng 30 phút)! Để bảo đảm lời hứa giao hàng nhanh như Kangaroo, dịch vụ thuê những người đi xe đạp, xe máy trên đường và đang ở gần chỗ cần vận chuyển hàng để đến lấy hàng. Kiểu như Uber nhưng cho hàng hóa vậy!

Thử thách: Bạn có thể thay đổi tốc độ của sản phẩm / dịch vụ được không? Không chỉ nhanh hơn, nhiều lúc làm một phần nào đó của sản phẩm chậm lại hay hơn!

19. Dựa trên vị trí / định vị của người dùng

Nhiều phần mềm điện thoại thời nay cung cấp dịch vụ như dắt chó đi dạo, kết nối làm quen dựa vào nơi ở của bạn. Nhưng ít ai nghĩ tới sản phẩm camera quay phim dựa vào vị trí của bạn trên màn hình camera! Công ty **Remo Tech OBSBOT** đã tạo ra một máy quay như vậy. Với giá khoảng 12 triệu VNĐ, chiếc máy quay này có thể theo dõi bạn đi lại và phóng to, thu nhỏ, quay máy theo hướng bạn để đảm bảo bạn luôn ở trung tâm màn hình.



Thử thách: Bạn có thể thêm chức năng nào đó vào sản phẩm dựa trên vị trí người dùng đang ở đâu hay không?

20. Thay đổi đối tượng của sản phẩm

Bạn đã bao giờ nghe tới '**banh cho ngựa**' chưa? Nghe thì quái nhưng banh cho ngựa là một sản phẩm thực được nhiều người nuôi ngựa ưa chuộng. Loại banh này lớn hơn banh bình thường và được thiết kế để những chú ngựa trong chuồng có thể chơi, đấm, đá, ngửi, đẩy, v.v. cho đỡ cuồng chân. Đây là một cách hay giúp nhiều chú ngựa nuôi trong những khu chăn nuôi nhỏ sử dụng năng lượng dư thừa và không phá hoại những thứ khác trong khu chăn nuôi.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi sản phẩm để cho phép những đối tượng khác sử dụng sản phẩm của bạn được không? Ví dụ như thay vì bút viết bảng đen, đổi sang bút viết trên bề mặt kim loại; hay thay vì banh cho người thì giờ mình có banh cho ngựa?

21. Thêm cá tính nhân vật độc đáo cho sản phẩm của bạn

Chú chuột Hamster **Potus** nổi tiếng, hiền lành vô hại và xin hứa nếu được bầu làm tổng thống sẽ chỉ lo chạy trên bánh xe ban ngày, ngủ ban đêm để dân tình tự mình cai trị.

Nói cho vui thế thôi, Potus chỉ là một chú chuột đại diện cho một cửa hàng bán hàng lưu niệm với tất tần tật những thứ đồ có chủ đề và hình vẽ về tổng thống Hamster này: ly uống nước, đồ chơi, quần áo, v.v. Lâu lâu đến đợt bầu cử mới, hãng này lại đổi vị tổng thống Hamster một lần cho nó 'đúng luật dân chủ'. Hiện các món đồ có chủ đề Hamster tranh cử tổng thống được bán trên nhiều website khác nhau với giá cũng chỉ hơn các loại quà lưu niệm thông thường một tí.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng các nhân vật độc đáo làm 'đại sứ thương hiệu' cho sản phẩm của bạn không?

22. Thiết kế phù hợp với các cuộc tụ họp với bạn bè người quen

Table Topics là một công ty chuyên phát hành những thẻ 'chủ đề nói chuyện' giúp gợi những chủ đề nói chuyện hay khi cả gia đình sum tụ. Lý do vì sao họ không tập trung những nội dung này thành sách là vì ở dạng thẻ, mọi người trong nhóm sẽ tương tác vui hơn bằng cách lựa chọn thẻ một cách ngẫu nhiên.

Một ví dụ khác khi sản phẩm được thiết kế cho những cuộc tụ họp gia đình và bạn bè là chiếc bàn xoay, được sử dụng ở nhiều nhà hàng. Bàn xoay giúp dễ dàng đưa đồ ăn cho tất cả những người ngồi ăn khi gia đình lớn tụ họp.

Thử thách: Bạn có thể thiết kế sản phẩm cho phù hợp với các cuộc tụ họp bạn bè và gia đình lớn không?

23. Giúp khách hàng thanh toán dễ dàng hơn

Costa là một loại cốc cà phê takeout đặc biệt với thẻ chip thanh toán nằm ở dưới đáy cốc, giúp khách hàng chỉ việc thanh toán bằng cách quét cốc qua máy thanh toán mà không cần lấy tiền ra khỏi ví. Costa cũng được thiết kế nhằm khuyến khích người tiêu dùng giảm tiêu thụ cốc nhựa hoặc giấy chỉ dùng được một lần.

Thử thách: Bạn có thể tìm cách giúp khách hàng thanh toán dễ dàng, nhanh chóng hơn mà không cần qua nhiều khâu hay không? Việc thanh toán rườm ra là một trong những lý do nhiều giỏ hàng bị bỏ rơi.

24. Làm cho nó lớn hơn

Cờ tỷ phú trong công viên là một dịch vụ cho thuê bộ cờ tỷ phú với kích cỡ cực lớn như người thật để bạn có thể tổ chức chơi trong những khu rộng lớn. Cách chơi vẫn như cờ tỷ phú loại nhỏ, chỉ có điều bạn là một trong những quân cờ đi lại trên bàn cờ.

Một ví dụ hay khác khi kích cỡ lớn bất thường của sản phẩm khiến sản phẩm trở nên hấp dẫn hơn là dịch vụ bong bóng cực bự, chuyên môn dành cho trang trí và làm quà tặng trong các sự kiện như sinh nhật, đám cưới, v.v.

Thử thách: Bạn có thể nghĩ cách phóng đại hoặc làm một phần nào đó của sản phẩm lớn hơn không?



25. Làm cho nó chính xác hoặc chi tiết hơn

23 and me mang độ chính xác đến tuyệt vời đến thử nghiệm DNA. Công ty khởi nghiệp này cho phép bạn làm một thử nghiệm đơn giản để xem chính bạn có bao nhiêu phần trăm dòng máu là từ đất nước bạn, so với phần trăm dòng máu từ các khu vực và quốc gia khác trên thế giới. Người sử dụng bộ thử nghiệm của 23 and me thường cảm thấy thú vị và hào hứng khi phát hiện ra tổ tiên của mình có ai đó lấy người ngoại quốc và vì thế họ có một dòng máu đa chủng tộc.

Thử thách: Bạn có thể phân tích chi tiết một mảng nào đó của sản phẩm để cho khách hàng hiểu rõ thêm dữ liệu mà bạn cung cấp không?

26. Tự động hóa sản phẩm

UVRoboclean là một công ty thiết kế robot khử trùng hoạt động được trên nhiều bề mặt như gỗ, kim loại, v.v. Doanh thu bán robot của họ tăng đáng kể đặc biệt là giữa dịch virus Corona, khi nhà nhà người người tập trung vào vệ sinh phòng dịch.

Cái tiện lợi nhất của robot UVRoboclean là nó tự động đi khắp nhà để khử trùng thay vì cần người điều khiển. Nhờ đó, bạn tiết kiệm được rất nhiều thời gian mà vẫn giữ được không gian sống sạch sẽ an toàn.

Thử thách: Bạn có thể tự động hóa sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn để giúp người dùng tiết kiệm thời gian không?

27. Làm một phần của sản phẩm có thể dễ dàng tháo rời hoặc hoán đổi

Một trong những sáng tạo hay nhất năm 2018 là máy hút sữa Elvie, với kích cỡ cực kỳ nhỏ gọn có thể ngắn vào áo ngực và không hề gây tiếng động. Nhờ Elvie, các bà mẹ có thể hút sữa cho con mình mọi lúc mọi nơi. Thiết kế của Elvie cực kỳ nhỏ gọn và được chia ra thành nhiều phần để dễ dàng tháo ra lau rửa sấy khô từng phần. Nếu cần, bạn còn có thể thay đổi một số bộ phận của máy chứ không cần phải mua máy mới.

Thử thách: Bạn có thể chia sản phẩm của bạn thành nhiều phần để có thể dễ dàng tháo rời hoặc thay đổi khi cần thiết?



28. Cho nó hình dạng / cái nhìn truyền thống hơn

Trong nhiều thập kỷ qua bình bú sữa cho bé lúc nào cũng có hình dạng trụ tròn với núm bú bên trên. Hình dạng này có thể khiến cho các em bé cảm thấy lạ vì nó không giống với vú mẹ tự nhiên.

Nanobébé là một công ty thiết kế bình bú sữa với hình dạng tự nhiên và truyền thống hơn, giống như ngực của mẹ. Nhờ hình dạng tròn như ngực, việc hâm nóng là làm nguội sữa cũng nhanh hơn rất nhiều vì diện tích tiếp xúc với sữa bên trong lớn hơn. Nhờ đó, nhiều chất dinh dưỡng không bị mất đi.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi cái nhìn của sản phẩm để nó có một cái nhìn truyền thống hơn, hoặc có cái nhìn giống một cái gì đó mọi người đã quen biết từ lâu?



29. Thay thế một thành phần hoặc nguyên liệu bằng một thành phần / nguyên liệu khác

Làm cách nào để khiến cho khách sạn của bạn đặc biệt hơn? **Ice Hotel**, một khách sạn nằm cách Bắc Cực 200km tự hào là một khách sạn cực kỳ sáng tạo với toàn bộ thiết kế trong ngoài làm từ ... băng! Nhiệt độ trong khách sạn lúc nào cũng được giữ dưới 0 độ C; và đến cả cửa hàng lưu niệm trong khách sạn cũng đều được làm từ băng, đá điêu khắc.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi nguyên liệu sử dụng để làm ra sản phẩm của bạn không?

30. Thêm chi tiết dựa trên cơ sở hoặc căn cứ khoa học hoặc dữ liệu có sẵn

Mới gặp một đối tác hay bạn bè mới nhưng không biết giao tiếp với họ như thế nào? Một khởi nghiệp tên **Crystal** sẽ rất có ích cho bạn trong những trường hợp này.

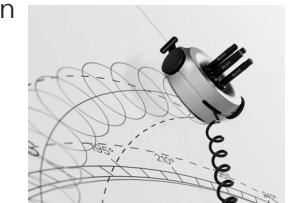
Crystal là một ứng dụng quét hàng triệu trang cá nhân và mạng xã hội của những người có hiện diện online, và từ đó hiểu được tính cách, sở thích giao tiếp và làm quen của họ. Nhờ đó, Crystal sẽ hướng dẫn bạn cách giao tiếp và trò chuyện với những người mới bạn chưa hề gặp mặt, giúp cuộc nói chuyện tự nhiên và hào hứng hơn.

Thử thách: Bạn có thể giúp người dùng đạt kết quả tốt hơn dựa trên cơ sở khoa học nào đó hoặc kho dữ liệu có sẵn không?

31. Làm cho sản phẩm mang tính nghệ thuật hơn

Scribit khác với những dịch vụ sơn tường hoặc trang trí nội thất thông thường, họ sáng tạo ra một loại robot in hình vẽ trên tường dựa vào những bức tranh bạn tải lên máy. Không những thế, nhờ sử dụng kiểu sơn bảng trắng, những tác phẩm nghệ thuật vẽ tường này có thể được robot xoá đi để vẽ lại hình khác khi bạn muốn thay đổi không khí. Chỉ trong một thời gian ngắn tung ra thị trường, Scribit đã thu được tới 2,4 triệu đô la Mỹ.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của mình mang tính nghệ thuật hơn không? Điều này có thể được thực hiện bằng nhiều cách: từ bao bì, tới hình dạng sản phẩm. Tất cả những yếu tố làm nên trải nghiệm của người dùng đều có thể mang tính nghệ thuật hơn!



32. Làm cho sản phẩm dẻo hơn, linh hoạt hơn, hoặc có tính đàn hồi cao hơn

Universal Lid (nắp đa năng) là một trong số sản phẩm mới của công ty bán công cụ nhà bếp Madeln. Không còn nữa những lúc bạn phải lục tìm khắp bếp để tìm ra một cái nắp đậy cho đúng kích cỡ của các loại nồi chảo khác nhau. Nắp đa năng Universal Lid được làm từ thép không gỉ phủ silicon và có nhiều khoanh tròn môi dưới với kích cỡ khác nhau để đậy kín được tất cả các loại nồi. Khi mới ra lò, lô đầu tiên của nắp đa năng cháy hàng chỉ trong vòng 2 ngày vì nhu cầu mua quá cao.

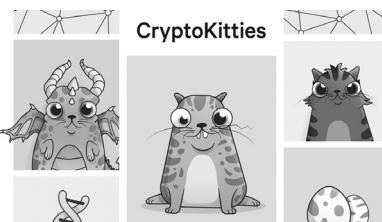


Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm linh hoạt hơn để có thể sử dụng trong nhiều tình huống khác nhau không?

33. Làm cho nó dễ học / dễ hiểu hơn

Chắc hẳn ai cũng đã nghe tới cái tên tiền ảo BitCoin. Nhưng bạn đã bao giờ nghe tới tiền ảo Mèo chưa? **Cryptokitties** là loại tiền ảo cực vui dựa trên những chú mèo ảo. Những người đam mê tiền ảo, hoặc mê mèo, có thể thu thập những chú mèo này, với mỗi chú có một thiết kế hoàn toàn khác nhau (từ màu sắc đến vằn lông, và những dụng cụ đi kèm). Đồng tiền ảo Cryptokitties giúp cho mọi người học hỏi thêm về công nghệ tiền ảo mà vẫn có trải nghiệm cảm giác thích thú khi sưu tập cả họ nhà mèo.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn dễ hiểu hơn không? Đặc biệt là các sản phẩm công nghệ, nếu quá khó hiểu khó dùng, khách hàng sẽ chán không muốn mua!



34. Bắt chước tự nhiên hoặc một quá trình tự nhiên

Bolt Threads là một công ty chuyên về nghiên cứu và sản xuất vật liệu dệt may và nguyên liệu mới, lấy thiên nhiên là nguồn cảm hứng. Nhận ra màng nhện có nhiều tính chất vượt trội như độ bền, đàn hồi, và độ mềm mại cao, Bolt Threads tập trung vào nghiên cứu cách nhện làm ra tơ và bắt chước quá trình tự nhiên này để tạo ra một loại 'tơ nhện' mới cực kỳ tốt cho may mặc.

Thử thách: Bạn có thể nhìn vào tự nhiên để tìm nguồn cảm hứng cho sản phẩm không? Có rất nhiều động vật, cây cối, và quá trình tự nhiên mà con người có thể bắt chước để cải thiện công việc của mình. Từ việc đơn giản như thiết kế sản phẩm giống những thứ trong tự nhiên, tới thay đổi cách sản xuất ra sản phẩm dựa trên quá trình tự nhiên như Bolt Threads. Tất cả đều là có thể!

35. Làm cho nó nổi trên mặt nước, không thấm nước, hoặc dùng được trong nước

Thay vì những chiếc máy bay nhỏ (drone) không người lái mà mọi người vẫn dùng để quay phim, công ty **SeaDrone** thiết kế ra loại máy bay ngầm dưới nước. Loại SeaDrone này có thể được điều khiển bằng máy tính bảng, và giúp người dùng nhìn thấy được cảnh vật phong phú dưới nước và đáy biển. Đây là một sản phẩm có nhiều tiềm năng và hữu ích cho các thuyền đánh cá hoặc hải sản.

Một ví dụ khác khi sản phẩm được thiết kế để sử dụng được ở trong nước là 'loa không thấm nước' giúp mọi người mở nhạc tiệc tùng trên mặt nước mà không sợ 'giật điện'.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn sử dụng được trong nước, hoặc nổi được trên mặt nước / không thấm nước không?

36. Cho sản phẩm một chủ đề / cái nhìn nhất quán

Trên trang web của Left-handers' day (**ngày hội người thuận tay trái**) khách hàng có thể mua được rất nhiều thứ từ dụng cụ văn phòng, đến các móc thiết kế chỉ dành người thuận tay trái. Là một người thuận tay trái, có lẽ món hàng mình thích nhất là móc khoá với câu "Mặc dù tui thuận tay trái, tui phải vẫn thuộc về tui!"

Các sản phẩm của trang web "ngày hội người thuận tay trái" chỉ là những sản phẩm khá bình thường. Nhưng vì biết cách tụ họp các sản phẩm bình thường và cho nó một chủ đề nhất quán, lạ, và đánh vào trái tim của một số lượng khách hàng không nhuộm thuận tay trái, trang web này thu hút được nhiều doanh thu hơn ước tính ban đầu.

Thử thách: Bạn có thể cho dòng sản phẩm của bạn một chủ đề nhất quán hoặc một cái nhìn nhất quán nào không?

37. Để người dùng tự làm một công đoạn nào đó

Công ty **Hello Boba Friend** chuyên về trà sữa, nhưng với một khía cạnh độc đáo hơn: họ đóng gói những công cụ và nguyên liệu đầy đủ để làm vài cốc trà sữa cho cả nhà, và gửi tới bạn hộp công cụ đó. Vào lúc nhiều người phải ở nhà vì dịch cúm Corona, Hello Boba Friend hợp tác với nhiều doanh nghiệp để gửi bộ công cụ làm trà sữa này tới nhân viên của họ. Công ty bán được nhiều bộ tới mức có lúc hết đến vài trăm hộp mỗi ngày.

Một ví dụ khác là công ty thiết kế đồ nội thất **IKEA** nổi tiếng với việc 'cho phép' người dùng tự lắp ráp đồ nội thất ở nhà nhằm giảm giá của sản phẩm, cũng như khiến người dùng tự hào hơn và yêu mến đồ đó hơn sau khi tự lắp ráp chúng.

Thử thách: Bạn có thể thiết kế sản phẩm của bạn để cho người dùng tự làm một công đoạn nào đó không?

38. Giúp sản phẩm tự động khởi động và tắt khi cần thiết

Chắc ai cũng đã từng thấy loại ấm đun nước phát ra tiếng chuông réo rắt khi nước đang sôi, để gọi bạn tới bắc nước ra khỏi bếp. Ngày nay, nhiều người không còn sử dụng chúng nữa mà chuyển sang loại ấm đun điện tự động tắt khi nước đã sôi. Loại này an toàn hơn, tiện hơn, và người dùng không phải đứng chờ bên cạnh.

Ngoài ấm đun nước, nhiều mặt hàng khác cũng bắt đầu được thiết kế để tự động mở hoặc tắt khi cần thiết, như đèn thông minh được kích hoạt khi có người đi ngang qua, hay máy laptop tự động đi ngủ khi bạn không sử dụng nó.

Thử thách: Bạn có thể giúp sản phẩm tự động hoạt động hoặc ngừng hoạt động khi cần thiết không?

39. Làm những phần nào 2D thành 3D

Thời đại ngày nay bạn thấy nhiều thứ phim truyền hình chuyển thành phim 3D, các thiết kế nội ngoại cũng có nhiều cấu trúc sáng tạo chuyển giao giữa 2D và 3D. Nhưng đã ai nghĩ tới một thực đơn thức ăn 3D chưa? **Kabaq** là một công ty khởi nghiệp nhắm tới việc biến thực đơn thành 3D để khách hàng có thể xem thử đĩa thức ăn trông như thế nào và kích cỡ có ok không trước khi đặt món. Ứng dụng này càng có ích hơn khi bạn đến một nhà hàng mới hoặc nhà hàng bán thức ăn nước ngoài, và không mường tượng được món thức ăn trong menu trông như thế nào.



Thử thách: Bạn có thể biến đổi một thành phần nào đó của sản phẩm từ 2D thành 3D không? Hay là đổi ngược lại 3D thành 2D?

40. Chia sản phẩm thành nhiều phần có thể lắp ghép, phối hợp với nhau

Mixtiles là một công ty giúp bạn dễ dàng upload nhiều hình chụp từ điện thoại và in ra thành nhiều khung hình với kích cỡ giống nhau, với trọng lượng nhẹ để dễ dính lên tường. Từ đó, bạn có thể lắp ráp và sắp xếp thứ tự các khung hình tùy theo ý thích để kết hợp chúng thành một khung trang trí hình đẹp trên tường. Thay vì in một hình lớn để trang trí, cách in hình thành nhiều khung nhỏ giúp khách hàng cảm thấy vui hơn, vì họ được tự do lắp đặt thứ tự và tổng thể bố cục hình theo ý thích.



Thử thách: Bạn có thể phân nhỏ sản phẩm thành nhiều phần để khách hàng có thể tự phối hợp với nhau không?

41. Cho phép sản phẩm được kích hoạt bằng nhiều cách khác nhau như điều khiển từ xa, v.v.

Công ty **The Clapper** thiết kế dòng sản phẩm điện trong nhà đặc biệt hơn các loại đồ điện tử khác là chúng có thể bật hoặc tắt nhờ 'tiếng vỗ tay'. Ví dụ như bạn có thể vỗ tay để bật TV, hay radio lên chẳng hạn. Hơn thế nữa, ngoài tiếng vỗ tay, hệ thống còn có thể được xếp đặt để nếu có tiếng động ở ngoài cửa (như trộm đang tìm cách vào nhà), nó sẽ tự động mở TV lên để khiến cho người ngoài tưởng nhà đang có người.

Thử thách: Bạn có thể tìm cách kích hoạt sản phẩm của bạn bằng nhiều cách khác nhau không? Kích hoạt bằng tiếng động, di chuyển, bằng nhận diện khuôn mặt, v.v.?

42. Làm cho nó thích ứng với thay đổi của các biến số khác nhau

Eight Sleep Pod là một loại đệm nước thông minh nhất các bạn có thể tìm trên thị trường. Đệm sử dụng nước để thay đổi điều chỉnh nhiệt độ suốt đêm dựa trên sở thích của bạn và giúp bạn ngủ ngon hơn. Hơn thế nữa, các cảm biến trên nệm theo dõi giấc ngủ và nhịp tim, nhịp hô hấp của bạn để thay đổi nhiệt độ một cách tối ưu. Hai vợ chồng dùng cùng một giường? Không sao! Nệm còn có khả năng thay đổi nhiệt độ riêng biệt cho mỗi người.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn phản ứng hoặc có tác dụng khác nhau dựa vào các biến số cài đặt bởi người dùng?

43. Thêm âm nhạc / làm âm thanh của nó tốt hơn

Không biết các bạn thế nào, chứ tui hối nhỏ ghét đánh răng cực, chớ đừng nói đánh răng 2 phút mỗi lần như bác sỹ dặn. Nhưng nhờ có bàn chải đánh răng nghệ sỹ, từ giờ các bé từ 3 tới 103 tuổi đều có thể đánh răng hào hứng hơn để tích luỹ điểm thi đua với cả nhà.

Bàn chải đánh răng nghệ sỹ này tên là **Benjamin**. Nó phát ra những bài nhạc bạn ưa thích trong vòng 2 phút để khuyến khích bạn chải răng đúng cách hơn. Bàn chải cũng tự động rung và đánh răng cho bạn, để 'đỡ mỏi tay'. Hơn thế nữa nếu cả gia đình bạn muốn tham gia một cuộc đua, app điện thoại của Benjamin sẽ giúp ghi lại số điểm cho mỗi thành viên gia đình và cho biết ai đánh răng theo luật nha sỹ nhất.

Thử thách: Bạn có thể thêm âm nhạc cho sản phẩm hoặc cải thiện âm thanh của nó không?



44. Cho nó một chủ đề liên quan đến thức ăn

Ngôi sao bóng rổ Steph Curry là một người rất yêu kẹo 'Sour Patch' chua chua dẻo dẻo. Để thể hiện sự đam mê loại kẹo này, anh đã hợp tác với công ty đồ thể thao **Under Armour** để tạo ra 2 thiết kế giày có màu sắc như kẹo dẻo Sour Patch: một đôi có màu xanh neon chủ đạo và một đôi màu hồng đào.

Một ví dụ khác khi sản phẩm được đi cùng với chủ đề thức ăn là khách sạn với tất cả các đồ trang trí và nội thất có hình mứt sô cô la của hãng Nutella nổi tiếng. Khách sạn này không chỉ thu hút các fan của Nutella mà còn thu hút những bạn nào thích chụp hình đăng Instagram!

Thử thách: Bạn có thể cho sản phẩm của bạn một chủ đề hoặc thiết kế liên quan đến đồ ăn thức uống hay được ưa thích không?

45. Thêm tính năng khuyến khích người dùng có thái độ lạc quan và tích cực hơn

Nếu bạn thành thực với bản thân, phần lớn những người đi tập thể dục chủ yếu tập là để giữ gìn sức khoẻ chứ không hứng thú gì nhiều. Peloton giúp biến những buổi tập chạy trên máy chạy trong phòng gym hoặc ở nhà trở nên hứng thú hơn bằng những lớp học trực tuyến live cùng hàng chục người tập gym khác. Bạn có thể xem video ngay trên máy chạy với video các thành viên khác trong lớp cũng như hướng dẫn viên liên tục cổ vũ, để cho việc tập thể dục 'bớt phần cô đơn'.

Thử thách: Bạn có thể thêm yếu tố nào cho sản phẩm để khiến người dùng cảm thấy lạc quan và tích cực hơn khi sử dụng sản phẩm, hoặc khi hoàn thành một công việc gì đó không?

46. Tăng hoặc giảm lượng thông tin cung cấp cùng với sản phẩm

2deHands là một nền tảng mua bán, trao đổi hàng hóa ở Bỉ. Thay vì giao diện bán hàng thông thường và nhảm chán trên các website với quá nhiều thông tin làm choáng ngợp khách hàng, 2deHands sử dụng quảng cáo qua tin nhắn hình ảnh: người bán hàng chuyển đổi hình mặt hàng họ muốn bán thành những emoji và emoticon dễ thương, sau đó nhắn tin tới người mua. Nếu khách hàng thích hình và click vào chúng, họ mới được đưa tới danh mục sản phẩm chi tiết trên trang bán hàng của 2deHands.

Thử thách: Bạn có thể tìm cách giảm đi lượng thông tin cung cấp cho sản phẩm hoặc làm chúng 'dễ nhai' hơn không?



47. Thay đổi bề mặt và cảm giác khi người dùng chạm vào sản phẩm

Khác với các loại hộp hoặc khung sắp xếp đồ khác, MagEasy thay đổi cách người dùng có thể trình bày ngăn nắp bàn làm việc của mình. Để sử dụng MagEasy, người dùng cần gắn những viên nam châm nhỏ lên những dụng cụ như kéo, bút, thước, v.v. và xếp chúng ngay ngắn trên một bề mặt nam châm đơn giản. Cách trình bày công cụ làm việc một cách khoa học nhưng vẫn rất nghệ thuật khiến cho người dùng có cảm giác tự hào hơn và dễ tập trung hơn khi làm việc.



Thử thách: Bạn có thể thay đổi bề mặt hoặc cách sắp đặt các bộ phận của sản phẩm để tạo một cảm giác khác lạ khi sử dụng sản phẩm không?

48. Làm cho nó mạnh mẽ, chắc chắn & bền hơn, không thể phá vỡ

Trong số các loại bao bì giúp mang đồ ăn đến trường lớp hoặc công ty, không có loại nào cứng cáp đủ để phòng chống những quả chuối trong túi xách bị đè bẹp. Nhận ra lỗ hổng này, công ty Banana Guard đã tung ra thị trường một khuôn bảo vệ chuối! Được thiết kế bằng nhựa cứng và có kích cỡ phù hợp với đại đa số các loại chuối, Banana Guard còn có các lỗ hở nhỏ để thông gió cho các quả chuối thở.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm chắc chắn, bền hơn không?



49. Thúc đẩy hợp tác làm việc theo nhóm, hoặc giải quyết tốt hơn các nhu cầu của nhóm

Năm 2000, công ty bánh **Pizza Hut** thực hiện cuộc nghiên cứu các gia đình đến ăn ở chuỗi cửa hàng này, và nhận ra các gia đình đặt bánh pizza thường gặp khó khăn để nhất trí việc nên mua loại pizza nào.

Lý do: mỗi người trong một gia đình thích một loại khác nhau. Với kết quả nghiên cứu này, Pizza Hut đã quyết định chạy một quảng cáo mới cho sản phẩm 4forALL, có nghĩa là một hộp bánh pizza được chia ra bốn loại bánh khác nhau. Cả nhà đều vui; và doanh số của 4forALL đạt mức kỷ lục trên khắp 7.000 cửa hàng của Pizza Hut

Thử thách: Bạn có thể thiết kế sản phẩm để nó thích hợp cho hoạt động nhóm hoặc giải quyết nhu cầu nhóm tốt hơn không?



50. Làm cho nó dễ kết hợp và sử dụng với những sản phẩm khác

Captcha là một đoạn mã mà bạn phải nhập khi lướt web, giúp trang web phân biệt bạn là người hay là máy tính / bot đang hack vào trang. Công ty **Solve Media** nghĩ ra một cách kết hợp quảng cáo của họ với Captcha: thay vì bắt khách hàng nhập một mã chữ ngẫu nhiên không có nghĩa gì cả, người dùng sẽ nhập slogan quảng cáo của một thương hiệu nào đó. Theo nghiên cứu, bằng cách nhập các cụm từ này nhiều lần, khách hàng sẽ nhớ chúng hơn, và nhờ đó tương tác với thương hiệu tốt hơn.

Thử thách: Bạn có thể thiết kế để sản phẩm có thể dễ dàng kết hợp và sử dụng với các sản phẩm khác không?



51. Tạo hệ thống cảnh báo sớm để báo vấn đề

FridgeCam là một loại camera gắn trong tủ lạnh giúp chụp hình tất cả các món đồ ăn trong tủ mỗi khi bạn đóng cửa tủ. Khi bạn đi siêu thị mua đồ ăn, FridgeCam sẽ cho bạn thấy hình ảnh tủ lạnh của bạn còn những gì, để bạn không phải mua quá nhiều thứ dư thừa.

Thử thách: Bạn có thể sắp đặt hệ thống cảnh báo để giúp người dùng phát hiện ra vấn đề sớm hơn không?



52. Thêm những tính năng liên quan đến giọng nói hoặc điều khiển bằng giọng nói

Thùng rác sáng chế bởi **Simplehuman** có chức năng điều khiển bằng giọng nói, giúp nó thông minh hơn tất cả các loại thùng rác khác. Khi người dùng muốn bỏ rác vô thùng mà tay vướng cầm rác, hoặc không muốn chạm tay vào thùng bẩn, họ có thể hô 'mở ra' và nắp thùng sẽ tự động mở. Mặc dù thùng sẽ tự động đóng lại sau vài giây, bạn cũng có thể sử dụng điều khiển bằng giọng nói để khiến nó liên tục mở trong một khoảng thời gian dài hơn để bạn có thể bỏ hết rác vào thùng.

Thử thách: Bạn có thể thêm tính năng gì liên quan đến việc sử dụng giọng nói, âm thanh, hoặc khả năng điều khiển bằng giọng nói cho sản phẩm của bạn không?

53. Tăng tính tương tác với người dùng

Chú gấu bông **Parihug** có thêm một tính năng 'ôm từ xa' mà có lẽ bạn chưa từng thấy trong gấu bông. Nếu như cặp đôi hoặc thành viên trong gia đình ở xa nhau, họ có thể mua một cặp gấu bông với cảm ứng này. Khi bạn ôm một trong hai con gấu trong cặp, con bên kia cũng sẽ nhận cảm ứng và siết chặt vòng tay, tạo cảm giác như bạn đang gửi một cái ôm cho người thân vậy.

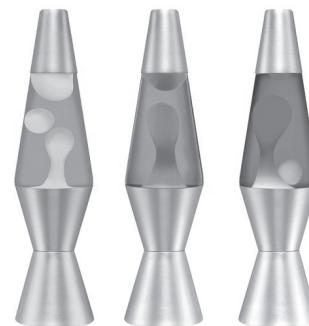
Thử thách: Bạn có thể thêm chức năng để tăng tính tương tác với người dùng không? Trong ví dụ trên, thay vì chỉ là một con gấu bông bình thường Parihug khiến người dùng tương tác với gấu nhiều hơn, và vì đó cảm thấy gắn bó hơn với sản phẩm.



54. Làm một chi tiết hoặc yếu tố nào đó (xuất hiện) ngẫu nhiên hơn hoặc theo thứ tự khác

Đèn bàn Lava có thể nói là một loại đèn đặc biệt có một không hai, với thiết kế những hình bong bóng dầu liên tục chạy lên chạy xuống, nhập lại, hoặc tách ra thành nhiều bong bóng nhỏ lớn khác nhau. Nhờ có thiết kế dựa trên sự ngẫu nhiên của tương tác hóa học giữa các loại chất lỏng, không có hai cái đèn lava nào hoàn toàn giống nhau cả.

Thử thách: Bạn có thể biến đổi một chi tiết nào đó của sản phẩm để nó xuất hiện ngẫu nhiên hay không? Hoặc bạn có thể thay đổi thứ tự một phần nào đó trong sản phẩm để khiến nó khác biệt một tí không?



55. Làm cho táo bạo hơn

Hotlix là một loại kẹo cực kỳ 'cay' với nhiều vị và loại ớt bên trong. Nếu bạn muốn khiếp đảm hơn nữa, hãng còn bán loại kẹo cay với côn trùng bên trong nữa.

Mặc dù ví dụ trên hơi 'dễ sơ' tí, nhưng nó thể hiện tính táo bạo trong thiết kế sản phẩm, giúp cho sản phẩm trở với những loại kẹo khác.

Thử thách: Bạn có thể làm cho yếu tố nào đó của sản phẩm táo bạo hơn không?



56. Tận dụng lợi thế của công nghệ video

Trang web chia sẻ video **Kuaishou** cho phép người dùng kiếm tiền từ video của họ bằng cách liên kết họ với các cửa hàng và doanh nghiệp liên quan và cần quảng cáo. Ví dụ như một nông dân có thể đăng video về trang trại của họ và sau đó sử dụng video này để hợp tác quảng cáo cho các sản phẩm nông sản tươi. Những người dùng khác đăng video những chú chó hài hước sẽ được liên kết đến các trang web bán thức ăn cho thú cưng.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng video trong sản phẩm của mình, hoặc thêm tính năng nào đó áp dụng sự phổ biến của video không?

57. Trang bị không gian đầy đủ và phong phú hơn

Plant Life Balance (tạm dịch là cân bằng cuộc sống thực vật) ngoài việc bán những cây cối và các loại hoa trồng trong nhà, còn tạo ra một ứng dụng giúp người dùng tìm hiểu xem căn phòng của họ thích hợp với loại cây nào. Người dùng có thể chụp hình bên trong nhà của mình để xem 'chỉ số cây xanh' và những loại cây mà ứng dụng giới thiệu thích hợp cho căn phòng đó. Khi lựa chọn loại cây để mua, người dùng còn có thể sử dụng công nghệ thực tế ảo tăng cường của Plant Life Balance để nhìn xem cây sẽ trông như thế nào trong phòng của họ, giúp cho việc quyết định dễ dàng hơn.

Thử thách: Bạn có thể cải thiện sản phẩm hoặc dịch vụ của mình để giúp khách hàng cải thiện không gian sống của họ không? Hoặc bạn có thể thêm chi tiết nào đó để giúp sản phẩm và dịch vụ có một không gian hào hứng và phong phú hơn?

58. Làm nó thoải mái hơn

Allbirds là công ty chuyên thiết kế và sản xuất giày da, với một điểm nhấn là 'giày da nhưng vẫn phải cực kỳ thoải mái'. Người sáng lập ra công ty này có ý tưởng tạo ra một loại da và thiết kế thoải mái 'như đi trên mây' sau khi ông nghe rất nhiều lời phàn nàn từ các đấng mày râu về việc giày da của họ đẹp thì đẹp thiệt nhưng mà mang vô thì cứng ngắc khó chịu. Khi mới huy động vốn ở Kickstarter, đôi giày da Allbirds được mọi người đầu tư tới hơn \$119.000 (>2.4 tỷ VNĐ) trong vòng 5 ngày. Trong vòng hơn 2 năm, công ty được định giá tới 1,4 tỷ đô la Mỹ.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi thiết kế hoặc nguyên liệu để làm cho sản phẩm / dịch vụ của mình thật thoải mái cho khách hàng không?

59. Thêm chức năng bảo mật / chống trộm; Làm cho nó an toàn hơn cho người dùng

Deeper Lock là loại khoá 'không cần chìa' mà chỉ cần điện thoại của bạn để mở khoá. Nhằm đề phòng trường hợp bẻ khoá bằng các thủ thuật đơn giản mà các tên trộm xe đạp đã rất rành, chiếc ổ khoá xe này hoàn toàn không có lỗ mở khoá. Nó đòi hỏi người dùng phải có điện thoại và đứng ngay bên cạnh chiếc xe của mình thì ổ khoá mới cho phép mở.

Thử thách: Bạn có thể thêm tính năng nào đó để tăng cường độ bảo mật và độ an toàn cho người dùng?

60. Làm nó dày đặc / đậm đặc / đông đúc hơn

Ignighter là một phần mềm tìm kiếm người yêu theo nhóm. Vì lý do gặp gỡ cá nhân có thể khá nguy hiểm nếu bạn chưa thật sự biết đối phương, Ignighter giúp bạn đi theo hội bạn bè 'đơn phương' của bạn để gặp gỡ nhóm 'đơn phương' phái khác. Bằng cách này, không những bạn cảm thấy thoải mái và an toàn hơn, mà còn có thể có nhiều lựa chọn hơn. Trong cả một nhóm như thế chắc hẳn tìm được người bạn thích sẽ dễ hơn nhiều.

Ignighter là một trong các ứng dụng phổ biến nhất ở Ấn Độ.

Thử thách: Bạn có thể làm một yếu tố nào đó của sản phẩm / dịch vụ dày đặc hoặc đông đúc hơn?

61. Làm nó yên tĩnh, nhẹ nhàng, hoặc mịn mượt hơn

Ví dụ bên dưới tương tự với ví dụ bạn đã thấy ở que số 27.

Một trong những sáng tạo hay nhất năm 2018 là máy hút sữa **Elvie**, với kích cỡ cực kỳ nhỏ gọn có thể ngâm vào áo ngực và không hề gây tiếng động. Nhờ Elvie, các bà mẹ có thể hút sữa cho con mình mọi lúc mọi nơi. Thiết kế của Elvie cực kỳ nhỏ gọn và được chia ra thành nhiều phần để dễ dàng tháo ra lau rửa sấy khô từng phần. Nếu cần, bạn còn có thể thay đổi một số bộ phận của máy chứ không cần phải mua máy mới.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn hoạt động một cách yên tĩnh hơn? Hoặc làm cho nó mịn mượt, nhẹ nhàng, dịu dàng hơn?

62. Làm cho nó dễ dàng phóng to thu nhỏ / thu gọn lại

Đèn gấp **TOMOL** là loại đèn LED siêu nhẹ và dễ mang đi bên người lúc du lịch hoặc đơn giản chỉ là ngồi ở một nơi khác trong nhà thiếu ánh sáng.

Một ví dụ khác khi sản phẩm được thiết kế để dễ dàng phóng to / thu nhỏ là ống hút tái sử dụng và gấp được, giúp bạn có thể mang theo bên mình và mở ra dùng mỗi khi đến tiệm trá hoặc quán cà phê.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm dễ dàng gấp lại, và dễ dàng mở lớn ra khi cần sử dụng không?



63. Thay đổi khoảng cách hoặc thời gian giữa các thành phần

Trong lúc dịch COVID-19 diễn ra, có rất nhiều cặp vợ chồng đã phải hoãn lễ cưới của họ. Để giúp cho các cặp đôi này đỡ thất vọng, **Hotels.com** tạo ra dịch vụ làm đám cưới online và sau đó cho mỗi cặp đôi \$5.000 (~115 triệu VNĐ) để họ dùng trong kỳ nghỉ tuần trăng mật **sau khi dịch COVID kết thúc**.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi thời gian diễn ra giữa các sự kiện hoặc chi tiết của sản phẩm / dịch vụ không? Khoảng cách này không chỉ áp dụng được cho thời gian, mà còn cho khoảng cách thực giữa các thành phần của sản phẩm.

64. Làm cho nó tốt cho sức khoẻ

Care/Of là một công ty sản xuất vitamin. Nhưng khác với các công ty dược khác, các gói vitamin của Care/Of được sản xuất hoàn toàn dựa trên điều kiện sức khoẻ của mỗi người. Để bắt đầu sử dụng sản phẩm, mỗi khách hàng sẽ phải làm một bài thử nghiệm sức khoẻ để công ty có thể biết chính xác cơ thể mỗi khách hàng đang cần loại vitamin gì nhất. Dựa trên kết quả thử nghiệm, các gói vitamin gửi hàng tháng tới nhà sẽ cung cấp đầy đủ loại vitamin mà mỗi khách hàng thực sự cần.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn phù hợp hơn với sức khoẻ của mỗi khách hàng không?



65. Làm cho nó động hơn

Các dịch vụ du lịch cung cấp cho giới trẻ những chuyến đi độc đáo gần gũi với thiên nhiên và đậm chất địa phương ngày càng phổ biến trong những năm gần đây. Một trong những phương pháp du lịch độc đáo là trải nghiệm du lịch tự do bằng xe khách, xe buýt nhỏ với đầy đủ tiện nghi như một phòng trọ. Công ty **Native Campervans** sáng lập ra để phục vụ xu hướng này.

Những chiếc xe công ty này cho thuê bao gồm một bồn rửa với vòi, bếp, tủ lạnh, giường ngủ, và khoang chứa đồ rộng rãi với hệ thống điện đầy đủ. Công ty còn cung cấp hỗ trợ thức ăn và các dụng cụ khác dọc đường, do đó bạn không cần phải lo lắng về việc di chuyển xa để tìm quán bán công cụ và đồ ăn.

Thử thách: Nếu sản phẩm của bạn hiện đang ở một chỗ và không di chuyển nhiều, bạn có thể làm cho nó động hơn không?



66. Thay đổi màu sắc hoặc độ nhám của nó

Phần lớn mọi người thường nhìn một thiết kế hoài thi chán. Hiểu điều đó, công ty Apple thường thỉnh thoảng lại thêm một màu mới cho dòng điện thoại **iPhone** của họ.

Một ví dụ độc đáo hơn nữa là khi cách thay đổi màu sắc và thiết kế lại được áp dụng cho dép xỏ ngón. Khi khách hàng mua dép của **SwitchFlops**, họ còn có thể mua đính kèm hàng chục kiểu thiết kế dây đai của dép để nếu đi mà thấy chán thì chỉ cần đổi dây đai để thành một cái dép mới với màu sắc và thiết kế khác hẳn.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi màu sắc hoặc cái nhìn của sản phẩm không? Hoặc hay hơn nữa, cho phép khách hàng dễ dàng lựa chọn, thay đổi màu sắc và thiết kế mà họ thích để cài đặt cho sản phẩm của họ.



67. Tăng / giảm tần số

Lâu lâu thấy cảnh đẹp thì chụp một tấm hình - đây thông thường là cách mà hầu hết mọi người sử dụng camera hoặc điện thoại. Tuy nhiên, công ty **Narrative Clip** đang muốn thay đổi thói quen đó bằng một sản phẩm camera nhật ký mà bạn có thể đeo ngay trên áo. Cứ khoảng mỗi phút, camera lại chụp một bức ảnh, và đến cuối ngày sẽ tổng hợp ảnh thành một video ngắn cho bạn xem lại chuỗi sự kiện cả ngày của bạn.

Chiếc camera nhỏ với tần số chụp ảnh cực cao trở thành một sản phẩm hot và được đầu tư tới gần nửa triệu đô trên Kickstarter chỉ trong vài ngày.

Thử thách: Bạn có thể tăng hoặc giảm tần số của một chi tiết, tính năng, hoặc sự kiện nào đó của sản phẩm / dịch vụ không?

68. Làm thế nào một đứa trẻ hoặc một người lớn tuổi sử dụng được nó?

GrandPad là một máy tính bảng được thiết kế đặc biệt cho người cao tuổi. Chiếc máy tính bảng này có loa ở mặt trước cho âm thanh rõ hơn, màn hình sáng hơn để dễ nhìn, và còn tích hợp các ứng dụng đèn pin và kính lúp. GrandPad đi kèm với đế sạc không dây để loại bỏ việc rối dây cáp. Một chi tiết rất hay của Grandpad là nó kết nối với dịch vụ xe ôm Lyft cho phép đặt xe đưa đón tại những nơi định sẵn như nhà hoặc phòng khám bác sĩ. Ứng dụng cũng có thể thông báo cho các thành viên gia đình khi người dùng đã đến nơi an toàn.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn tập trung vào những người dùng nhỏ tuổi hoặc lớn tuổi không?



69. Làm cho nó ăn được

Cupffee là một tách cà phê ăn được. Chiếc cốc sáng tạo này được làm từ các sản phẩm ngũ cốc và được sử dụng tương tự như một cây kem ốc quế - nó giữ nguyên hình dạng khi đựng thức uống nóng hoặc lạnh, nhưng dễ dàng cắn vỡ ra và nhai được. Chất liệu của Cupffee không làm thay đổi hương vị của thức uống, và không như cây kem ốc quế, nó vẫn còn nguyên vị ngay cả khi được ngâm trong đồ uống nóng.

Thử thách: Bạn có thể làm một phiên bản 'ăn được' cho sản phẩm của bạn không?



70. Làm cho nó đa giác quan hơn (sờ được, ngửi được, nghe được, v.v.)

Năm 2015, Alex Craig, 25 tuổi, có ý tưởng dịch vụ gửi **khoai tây với tin nhắn** khắc ở trên nó theo yêu cầu của khách hàng. Tin nhắn cho bạn bè, người yêu, kẻ thù, v.v. bạn muốn nhắn kiểu gì cũng được tất. "Làm khoai anh nha", "Mình khoai nhau đi", v.v. những tin nhắn này sẽ thú vị gấp mấy lần khi được viết trên củ khoai?

Chỉ trong 2 ngày, khoai tây tin nhắn kiếm được 50 triệu VNĐ. 2 tuần sau khi mới bắt đầu dịch vụ, Craig bán lại doanh nghiệp với giá gần 1 tỷ VNĐ. Ý tưởng này cũng trở nên hot hơn khi xuất hiện trong chương trình Shark Tank Mỹ.

Thử thách: Bạn có thể thêm chi tiết cho sản phẩm để nó có thể sờ được, ngửi được, nếm được, v.v. không?



71. Làm chi phí hoặc giá thấp hơn

Đang đi du lịch với gấu thì hai đứa chợt nhận ra mình phải là của nhau và muốn cưới ngay lập tức? Hay đơn thuần chỉ là không muốn thủ tục đám cưới rườm rà tốn cả trăm triệu? **Đám cưới di động** sẽ thoả mãn nhu cầu của bạn.

Chỉ cần đặt ngày giờ online, đúng ngày hôm đó một chiếc xe con với đầy đủ công cụ để làm đám cưới cho bạn sẽ tới, giúp bạn trưng bày trang trí khung cảnh, chụp hình, v.v. và <>boom<>, bạn đã có ngay một nơi cưới xịn xò không kém gì phim Hàn Quốc. Khi mới mở ra dịch vụ ở Las Vegas, công ty chuyên về đám cưới di động đã tổ chức tới 30 đám cưới trong vòng 3 tuần.

Thử thách: Bạn có thể làm cho chi phí hoặc giá của dịch vụ / sản phẩm thấp hơn để phục vụ nhóm khách hàng cần tiết kiệm không?

72. Làm sản phẩm hoặc dịch vụ thân thiện hơn với môi trường

Một trong những dịch vụ lạ lùng mà công ty Google sử dụng là **cắt cổ bằng dê!** Thay vì sử dụng hàng tấn xăng dầu để chạy máy cắt cổ, sử dụng dê để ăn bớt cỏ dại là một cách vừa có lợi cho môi trường, vừa tiết kiệm nhiên liệu, mà lại vừa thoả lòng mấy chú dê đói.

Google gần đây thuê tới gần 200 con dê để nhâm nhi trên bãi cỏ của công ty. Mặc dù những chú dê này cắt cỏ không bằng phẳng lắm, nhưng các chú chiến những lùm cỏ dại lớn thì với tốc độ rất đáng nể!

Thử thách: Bạn có thể sử dụng phương pháp hoặc nguyên liệu nào đó mà không có tác động xấu tới môi trường? Hoặc có cách nào giúp khách hàng của bạn thay đổi thói quen để thân thiện hơn với thiên nhiên không?

73. Lựa chọn nhóm người dùng mục tiêu mới

Một website đã gây nhiều tranh cãi của dư luận về độ 'lương thiện' của nó là **AshleyMadison** - trang web hẹn hò dành cho những người đã có gia đình. Ở đây, những người đã có gia đình nhưng không còn tình cảm với chồng có thể hâm nóng quãng thời gian yêu đương với 'một người khác'!

Mặc dù bạn không nên đi theo con đường của ví dụ trên, nhưng bài học của ý tưởng startup này vẫn rất quý báu: một cách để phát triển dòng sản phẩm của bạn là thay đổi nó để có thể phục vụ một nhóm người dùng mới.

Thử thách: Bạn có thể tìm một nhóm người dùng mục tiêu mới nào để bán sản phẩm của mình được không? Hay bạn có thể thay đổi sản phẩm để phù hợp với một nhóm người dùng khác không?

74. Làm cho mọi người cảm thấy gần gũi ngay cả khi họ xa nhau

Mới chia tay người yêu? Đang yêu xa? Hoặc là vẫn muốn long rong sống một mình cho nó sướng? Bạn vẫn có thể tận hưởng cảm giác êm ái và cái khoác vai của gấu nhờ **chiếc gối vòng tay của gấu**.

Được thiết kế tại Nhật và mô phỏng một nửa người của chàng trai trong mơ, loại gối này cực kỳ mềm mại và bạn có thể nằm lọt giữa vòng tay của chàng, đặc biệt là lúc coi phim. Và tất nhiên nếu bạn muốn nắm tay anh í thì cứ vô tư mà nắm nhé!

Một mình, nhưng tuyệt đối không cô đơn!



Thử thách: Bạn có thể thêm yếu tố nào đó vào sản phẩm để giúp người dùng cảm thấy gần gũi hơn với người thân hoặc bạn bè?

75. Khuyến khích tương tác giữa mọi người

Nhiều bạn trẻ khi mới thử hẹn hò online và gặp nhau thường hay lúng túng và không biết giao tiếp thế nào. Nếu bạn là người có thú cưng, **Pet dating app** có thể giúp bạn. Với ứng dụng này, người dùng sẽ đăng hồ sơ thú cưng của mình lên để đi tìm cặp đôi. Nhưng khi hai con thú cưng được ghép với nhau, chủ của chúng lại là người chính thức đi hẹn hò. Bằng cách này, ít nhất hai bên dù xa lạ cũng có một cái gì đó chung để bắt đầu nói chuyện với nhau, đặc biệt là các chủ đề về thú cưng của họ.

Thử thách: Bạn có thể thêm yếu tố mới vào sản phẩm để khuyến khích tương tác giữa mọi người với nhau không? Các tương tác này có thể là giữa các khách hàng của bạn, hoặc giữa khách hàng và người thân của họ.

76. Giúp người dùng yên tâm hơn

Có bao giờ bạn dắt thú cưng đi dạo trên đường nhưng phải buộc nó vào một cột đèn hoặc gốc cây nào đó để chạy vô mua đồ chưa? Mặc dù phần lớn là an toàn, nhiều chủ nhân các chú thú cưng bên Mỹ vẫn cảm thấy e ngại khi phải để thú cưng của mình bên ngoài cửa tiệm.

Dog Parker là một dịch vụ giúp giải quyết tình huống này. Công ty đặt ở khắp mọi nơi trong thành phố những ngôi nhà cho thú cưng nghỉ tạm với nệm êm, nước uống, máy điều hoà, và cả camera theo dõi để chủ nhân của chúng có thể yên tâm đi mua sắm mà không lo lắng gì. Dog Parker đã nhận được vốn tài trợ tới 1,5 triệu USD (35 tỷ VNĐ) để khởi nghiệp.

Thử thách: Bạn có thể thêm tính năng nào đó để giúp khách hàng của bạn yên tâm hơn và cảm thấy an toàn hơn?



77. Tạo ra một dịch vụ subscription (đăng ký hàng tháng / hàng quý / hàng năm)

ButcherBox là một dịch vụ giao thịt tươi sống, ngon định kỳ đến tận nhà của bạn. Trong mỗi hộp giao hàng, khách hàng còn nhận được những công thức nấu ăn ngon có thể sử dụng được với loại thịt họ nhận được.

Các dịch vụ mua sản phẩm định kỳ như ButcherBox đang là một xu hướng khá hot ở Mỹ, và sản phẩm rất đa dạng từ âm nhạc, đến thời trang mua định kỳ, v.v.

Thử thách: Bạn có thể biến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn từ 'mua một lần rồi thôi' sang dạng subscription định kỳ không?

78. Thêm nhiều loại đa dạng hơn

Fan của bánh mì thịt heo nướng / heo quay? Giờ đây ngoài bánh mì bạn còn có thể tận hưởng các sản phẩm khác có vị thịt heo.

J&D's Foods là một công ty chuyên sản xuất đủ loại sản phẩm có vị thịt heo nướng: từ Mayo, bắp rang bơ, môï son, đến cả 'bì thư' của công ty sản xuất đều có vị heo nướng. Nghe thì quái nhưng mà khi mới thành lập năm 2007, J&D's Foods bán được tới hơn 20.000 lọ muối vị thịt heo nướng chỉ trong 5 tháng.

Thử thách: Bạn có thể thêm nhiều loại sản phẩm tương tự với sản phẩm chính của bạn, để khách hàng có thêm lựa chọn đa dạng hơn không?

79. Cho phép người dùng thay đổi cấu hình hoặc giao diện của sản phẩm

U Star Novels là một công ty phát hành sách tiểu thuyết, nhưng đặc biệt ở chỗ là họ cho phép bạn trở thành ngôi sao và nhân vật chính trong các cuốn sách đó. Người dùng muốn đặt mua có thể cung cấp tên của bạn để họ thay thế vào sách. Bạn còn có thể lựa chọn loại tiểu thuyết mà bạn muốn.

Ngoài sách tiểu thuyết, U Star Novels còn cung cấp dịch vụ cho sách trẻ em. Nếu đứa trẻ nào đọc một cuốn sách mà nhân vật chính có cùng tên của chúng, ai mà chẳng hứng chí nhỉ?

Thử thách: Bạn có thể cho phép người dùng lựa chọn một tuỳ chỉnh nào đó trong giao diện hoặc cấu hình của sản phẩm không?

80. Làm cho nó thân thiện hơn với nhiều loại người dùng khác nhau

Bạn đã từng nghe câu "Giải thích cho bà ngoại mà bà không hiểu thì có nghĩa là cách giải thích chưa tốt"? Tương tự, một sản phẩm cần phải dễ dùng đến nỗi ai cũng có thể dùng được, bất kể già trẻ, thông minh hay ngu minh.

Dịch vụ '**cho bà ngoại dùng thử**' được xây dựng để giúp giải quyết tình trạng nhiều sản phẩm quá rắc rối khó hiểu, bằng cách đưa sản phẩm của bạn cho những người già dùng thử. Chỉ với \$75 (~1.7 triệu VNĐ), bạn sẽ nhận được những lời nhận xét và bình luận chi tiết cho sản phẩm của bạn, viết bởi các cụ 60 tuổi trở lên.

Thử thách: Bạn có thể cải thiện sản phẩm để nó có thể dễ sử dụng hơn cho nhiều loại khách hàng khác nhau không?

81. Thêm một yếu tố nào đó dựa trên tin tức, xu hướng đang hot

Petobsessed là một trang web cho phép bạn mua những bức tranh vẽ chân dung nổi tiếng, nhưng với hình đầu của chân dung là thú cưng của bạn. Bạn thích tranh Mona Lisa? Hay là tranh của họa sĩ Vangogh? Tất cả đều có thể!

Thử thách: Bạn có thể thêm yếu tố nào đó dựa trên tin tức, sự kiện, sản phẩm, hoặc xu hướng đang hot trên thị trường không?



82. Giúp cải thiện mối quan hệ giữa người với người

Về nhà ăn tết mà cứ bị họ hàng hỏi 'CÓ NGƯỜI YÊU CHƯA?' Không lo, phần mềm **người yêu vô hình** sẽ giải cứu bạn và giúp bạn "giả" một mối tình lẳng lặng để bạn có thể ăn tết yên thân. Hàng tháng, phần mềm này sẽ gửi cho bạn 100 tin nhắn thông thường, 10 tin nhắn giọng nói, và 1 tấm thiệp ảnh. Bạn còn có thể lựa chọn người yêu vô hình này trông như thế nào, có sở thích gì, và cả câu chuyện bạn quen nhau như thế nào. Dịch vụ người yêu vô hình tin rằng họ không những giúp bạn thoải mái hơn bên gia đình mà còn có thể 'luyện tập' cách yêu đương để sau này có một cuộc tình trôi chảy hơn.

Thử thách: Bạn có thể thêm tính năng nào đó để giúp khách hàng học cách giao tiếp tốt hơn hoặc cải thiện mối quan hệ của họ với người khác không?

83. Đặt sản phẩm trong một cái khung hoặc hộp

Tuyết đóng hộp là một sản phẩm quái lạ bắt đầu bởi Kyle Waring sống ở thành phố Boston, Mỹ vào năm 2015. Chỉ trong vài tháng, hai vợ chồng Kyle đã bán hơn 300kg tuyết. Với thành công vang dội, hai vợ chồng Kyle còn mở rộng từ bán tuyết vào mùa đông sang bán lá khô vào mùa thu.

Phần lớn mọi người mua tuyết tặng người thân bạn bè vào dịp giáng sinh. Món quà này giúp họ gợi không khí giáng sinh với những bông tuyết trắng, và đặc biệt được ưa thích ở những thành phố không có tuyết.

Thử thách: Bạn có thể làm cách nào tạo một phiên bản đóng hộp cho sản phẩm của bạn được không?

84. Làm cho nó dễ cầm hoặc di chuyển hơn

CAP-SAC là công ty chuyên bán mũ, nhưng với một nét đặc biệt hơn là mỗi chiếc mũ đều có một cái ví gắn vào. Những cái ví này có thể được sử dụng để đựng chìa khoá, tiền lẻ, v.v. để nhờ bạn không cầm theo túi hoặc mặc đồ không có túi thì vẫn có thể mang theo các thứ lặt vặt cần thiết.

Thử thách: Bạn có thể thiết kế sản phẩm thế nào để người dùng có thể dễ dàng cầm nó theo bên người hoặc di chuyển nó đến nơi khác được không?



85. Làm nó bớt dày đặc / đậm đặc / đồng đúc hơn

Năm 2011, Shed Simon xuất bản cuốn sách với 200 trang, không trang nào có chữ. Nó ngay lập tức trở thành một luồng không khí mới lan truyền ở nhiều quốc gia. Cuốn sách được 'dịch' ra nhiều thứ tiếng như Tiếng Nhật, Trung, Hà Lan, Tây Ban Nha, v.v. và đứng thứ 44 trong bảng xếp hạng của Amazon (hơn cả cuốn sách Harry Potter và mệnh lệnh phượng hoàng).

Tựa đề sách: "**Thứ mọi đàn ông quan tâm ngoài chuyện tình cảm**".

Ông cũng có cuốn sách tương tự mang tên "50 sắc thái của màu xám". (Mình dịch tên sách nhè nhàng hơn nghĩa thực một tí)

Thử thách: Bạn có thể làm cho các thành phần nào đó của sản phẩm bớt dày đặc hoặc thưa hơn không?

86. Làm cho nó không có một hình dạng nhất định

Tôi muốn vẽ cho bạn một con mèo là một dịch vụ rất quái đản được bắt đầu bởi Steve Gadlin và đã từng xuất hiện trên chương trình Shark Tank của Mỹ. Dịch vụ của anh là vẽ một con mèo ngộ nghĩnh cho bạn, nhưng bạn sẽ không biết trước được con mèo sẽ trông như thế nào. Mặc dù quái lạ, tính hài hước và cách marketing 'dễ thương' của Steve đã khiến anh được nhiều người yêu mến và đặt mua hàng.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm không có một hình dạng hoặc cái nhìn nhất định không? Để khách hàng tò mò không biết là mình sẽ chính xác nhận được cái gì cũng là cách kích thích người dùng mua hàng của bạn.



87. Tùy chỉnh hàng loạt (cá nhân hóa sản phẩm hàng loạt)

Đã bao giờ bạn muốn nghỉ học, nghỉ làm mà ngoài lý do "chó nhà em gặm mất tài liệu", bạn không có lý do chính đáng nào khác chưa? Một trang web ở Mỹ giúp học sinh và nhân viên tạo đơn xin phép nghỉ với thư làm bằng chứng từ bác sĩ, luật sư, v.v giúp bạn tạo ra những cớ nghỉ không ai nghi ngờ được.

Dịch vụ này liên tục được các trang web lớn như Buzzfeed, NBCnews, v.v. nhắc tới và dù không biết doanh thu thế nào, có vẻ nó nhận được ưu ái từ nhiều khách hàng.

Thử thách: Bạn có thể thay đổi các khâu sản xuất sản phẩm để có thể dễ dàng tùy chỉnh sản phẩm dựa trên yêu cầu của khách hàng không?

88. Làm cho nó nhỏ hơn

Đang ăn bánh mì thì nhớ ra quên bỏ tương ớt? Mua phở về nhà mà quên xin thêm ớt? Không cần phải lo, **tương ớt bỏ túi** sẽ giúp bạn mang theo tương ớt khắp mọi nơi. Sản phẩm này còn có thêm móc khoá để giúp bạn mang theo bên túi dễ dàng hơn.

Farbod và Kyle, 2 doanh nhân sáng tạo ra tương ớt bỏ túi cho những fan cuồng tương ớt, bán được tới 20.000 chai chỉ trong 2 tuần đầu ra mắt. Sản phẩm được chào đón bởi Mark Cuban, một tỷ phú ở Mỹ và cũng là một trong những shark sừng sỏ trong chương trình Shark Tank Mỹ đồng ý đồng hành phát triển sản phẩm cùng công ty.

Thử thách: Bạn có thể thu nhỏ kích thước sản phẩm để biến nó thành phiên bản mini không?



89. Đặt người dùng vào một tình huống mới mẻ mà họ chưa từng có cơ hội thử

Thuê gà là một trong những dịch vụ phổ biến từ năm 2013, sáng tạo ra bởi vợ chồng nhà Tompkins ở Mỹ. Ngoài gà, dịch vụ còn hỗ trợ cung cấp đồ ăn và công cụ, chuồng gà từ A tới Z, giúp người thuê nhanh chóng thiết lập một khu nuôi gà riêng ở tại nhà.

Đúng như ông Phil dự đoán, rất nhiều người muốn nuôi gà không chắc là mình có hợp hoặc thích nuôi gà lâu dài hay không. Đặc biệt là về mùa đông khi việc chăm sóc gà khó khăn hơn, nhiều người ngại không muốn cam kết với đàn gà. Vì thế, dịch vụ thuê gà giúp họ ‘thử’ nuôi gà trong khoảng 6 tháng. Nếu họ không thích nuôi tiếp, họ có thể giao gà về lại mà không phải tìm cách bán gà.

Thử thách: Bạn có thể tạo ra một trải nghiệm mới hoặc đặt người dùng vào một tình huống họ chưa từng được thử qua không?

90. Thêm phần thưởng để kích thích sự tò mò và tạo hứng thú cho sản phẩm

Nến Quà (với nhẫn giấu bên trong) là một sản phẩm cực hot với lợi nhuận lên tới hơn 15 TRIỆU ĐÔ / NĂM (hơn 350 tỷ VND). Sản phẩm là những hộp nến thơm sau khi đốt hết 40 tiếng đồng hồ sẽ lộ ra một chiếc nhẫn trị giá ít nhất \$10 (220k) và nhiều nhất là \$5.000 (~ 110 triệu VND). Nến Quà là một món quà tuyệt vời cho các chị em, đặc biệt là vì nó không chỉ mang lại những hương thơm cực đỉnh cho căn nhà mà còn cho chị em hứng khởi khi nhận được một chiếc nhẫn đẹp. Hơn thế nữa, nó gợi sự tò mò của khách hàng khi nhận được chiếc nhẫn có khả năng giúp họ trúng được rất nhiều tiền.

Thử thách: Bạn có thể thêm một phần thưởng bất ngờ đó trong sản phẩm để kích thích sự tò mò và hăng hái của khách hàng không?

91. Cá nhân hoá sản phẩm

Dịch vụ ông già Noel đáp lề rất phổ biến ở Mỹ, và cũng đã lan truyền tới Việt Nam trong nhiều năm gần đây. Một số công ty còn cung cấp dịch vụ viết thư trả lời từ ông già Noel, với những lá thư rất cá nhân, trả lời tất cả những câu hỏi của đứa trẻ viết lá thư đó.

Khác với cá nhân hoá sản phẩm hàng loạt (que số 87) khi việc cá nhân hoá được máy móc tự động hoá, cá nhân hoá sản phẩm thông thường cần sự can thiệp của con người và tạo cảm giác gần gũi hơn.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm mang tính cá nhân hơn phụ thuộc vào từng khách hàng không? Nếu không thể cá nhân hoá cho tất cả khách hàng, bạn có thể tập trung vào những khách hàng đáng giá nhất.

92. Sử dụng màu sắc khó chấp nhận

Ai mà chẳng thù kim tuyến? Lấp lánh mè mè, trông thì dễ thương nhưng mà khó dọn. Nhưng ai mà chẳng khoái cái ý tưởng gửi cả đống kim tuyến cho kẻ thù của mình để khiến họ dọn chết mệt? Dịch vụ **kim tuyến bom** được ra đời để giúp bạn ‘trả thù’ một cách hài và không gây hại nhiều cho đối phương. Chỉ trong 4 ngày đầu ra mắt, ý tưởng này kiếm được 20.000 USD (~500 triệu VNĐ) doanh thu. 2 tuần sau khi mở trang web tung ra thị trường, Mathew Carpenter, anh chàng 22 tuổi sáng tạo ra ý tưởng này, nhận được nhiều đơn hàng tới mức anh không làm xuể và đã bán lại công ty với giá \$85.000 (gần 2 tỷ đồng).

Thử thách: Bạn có thể sử dụng những nguyên liệu hoặc thiết kế nào có màu sắc bạo dạn và ‘ít người xài’ hơn không? Bằng cách này, sản phẩm của bạn sẽ nổi bật hơn nhiều so với sản phẩm cạnh tranh.

93. Bỏ đi chi tiết quan trọng nhất

Cửa hàng thứ gì đó có một cái tên lạ, nhưng giải thích rất chính xác sản phẩm của họ: nếu bạn trả 10 đô mỗi tháng, cửa hàng sẽ gửi một món quà gì đó đến nhà bạn trị giá đúng 10 đô. Chỉ có điều bạn sẽ không biết món quà đó là gì. Nó có thể là kẹo sô cô la, vòng tay, quần áo, v.v. Từ lúc cửa hàng online này mở cửa năm 2007 tới chỉ vài năm sau đó, họ đã bán được doanh thu tới 2 triệu đô.

Thông thường một cửa tiệm bán hàng thì thường khách hàng phải biết rõ là họ mua cái gì. Nhưng ví dụ này cho thấy 'tước đi' cái chi tiết quan trọng nhất của một cửa hàng (cho phép khách hàng xem đồ trước khi mua) lại là một chiến lược táo bạo nhưng lại khá thành công.

Thử thách: Bạn có thể bỏ đi chi tiết, nguyên liệu, hay thành phần nào quan trọng của sản phẩm không?

94. Lắp lại một yếu tố hoặc tạo bản sao cho một yếu tố nào đó của sản phẩm

Bạn đã bao giờ cần đi tất mà tìm hoài chỉ ra một chiếc? Đây là một vấn đề cực kỳ 'nghiêm trọng' vì một đôi tất mà mất đi một chiếc thì dùng kiểu gì? Edwin Heaven, người sáng tạo ra công ty **Throx** - tất bộ 3, nói rằng "anh tạo ra Throx để đấu lại con quái vật ẩn hình đi ăn tất của mọi người".

Mặc dù nghe thì quái đản và hơi vô lý, sản phẩm này tiếp tục được ưa chuộng bởi một số người có nỗi đau 'mất tất', và vẫn bán trên thị trường suốt 13 năm qua. Theo Edwin tiết lộ, Justin Bieber và bà Michelle Obama cũng đã từng mua tất của tiệm.



Thử thách: Bạn có thể copy một đặc điểm nào đó của sản phẩm và lắp lại đặc điểm đó nhiều lần không?

95. Nhìn kỹ vào các chi tiết tê nhát và khuếch đại chúng

Những đồng hồ làm từ phân trâu bò khô cứng lại trở nên hot ơi là hot những năm 2000s và bán được với giá hơn 1 triệu VND một chiếc. Murdock, người sáng tạo ra ý tưởng này khi dọn dẹp ở một nông trại mang về nhà 12 đồng phân khô và qua nhiều lớp hồ cứng, bà biến hoá nó thành một món quà khiến ai cũng phải cười: bà đính mặt đồng hồ lên cùng những câu chúc tụng vui liên quan đến trâu bò. Ban đầu chỉ là một sự tò mò và một trò đùa, chiếc đồng hồ phân trâu bò này bỗng nhiên được nhiều người nổi tiếng quan tâm và trở nên nổi tiếng, được săn đón khắp nơi.

Thử thách: Bạn có thể tìm một chi tiết xấu nào và khuếch đại nó lên để tạo thành yếu tố bất ngờ hoặc gây cười cho khách hàng không?



96. Nâng cao giá trị sản phẩm bằng cách tạo ra một câu chuyện hoặc bao bì tốt hơn cho sản phẩm

Năm 2009, Rob Walker và Joshua Glenn thực hiện một thí nghiệm gọi là "**Những vật thể quan trọng**" và thuê 100 nhà văn thêm những câu chuyện viễn tưởng hay để đi kèm 100 vật nhỏ họ mua từ trên eBay. Các vật này dao động từ đồ trang sức tới các đồ gốm trang trí nhà, tới các đồ chơi gỗ, v.v. Kết quả của thí nghiệm cho thấy mặc dù giá trị của các món đồ này lúc mua chỉ khoảng 129 đô, họ bán lại với doanh thu tổng cộng 3.612 đô, lợi nhuận gấp 28 lần!

Thử thách: Bạn có thể sáng tạo ra một câu chuyện hay và thuyết phục để đi kèm khi quảng bá sản phẩm không? Hoặc bạn có thể thiết kế bao bì mang một câu chuyện ẩn dụ nào đó không? Con người thường rất thích nghe những câu chuyện hay, và vì thế thêm một câu chuyện hay sẽ nâng cao giá trị sản phẩm hơn rất nhiều.

97. Giảm chi tiết mớ hồ chung chung và chuyển đổi thành chi tiết cụ thể

Mới chia tay người yêu? Mới bị vợ mắng? Bị sếp đì? Buồn bực chỉ muốn ném cái gì đó xuống đất và đập tường cho bỏ tức? **Căn phòng xã tức** tại Chicago, Mỹ, giúp bạn làm điều đó. Khách hàng có thể lựa chọn những món đồ dễ vỡ như chén đĩa, ly tách, tivi, bàn ghế và ném thoả thích, sau đó thẳng bước đi ra mà không còn dọn dẹp, với một tâm thế thoái mái như trên mây. Tức giận sẽ bay đi luôn.

Ý tưởng này vì được đón nhận quá nồng nhiệt, đã lan truyền đến nhiều thành phố khác trên thế giới.

Thử thách: Bạn có thể giúp khách hàng chuyển biến những thứ mớ hồ khó giải thích (như cảm giác tức giận) thành cái gì đó cụ thể (ly chén) để họ có thể hiểu và giải quyết nó dễ dàng hơn không?

98. Giảm chi tiết cụ thể và chuyển đổi sang một cái gì đó chung chung hơn

Quán cà phê Ziferblat có mọi loại nước uống, thức ăn miễn phí. Hơn thế nữa, những vật dụng trong quán như trò chơi, báo chí, wifi, piano, dụng cụ vẽ, v.v. đều có thể được sử dụng không tốn đồng nào. Làm cách nào quán vẫn kiếm được tiền? Đó là vì mỗi phút bạn ở trong quán, bạn phải trả 3 pence (khoảng 900 VNĐ).

Ý tưởng quán cà phê giá dựa trên thời gian bạn ở trong quán bắt đầu tại Moscow, Nga từ năm 2011 và đã nhận nhiều giải thưởng sáng tạo. Tại Nga, mỗi tháng, quán có tới 30.000 lượt người tới thăm.

Thử thách: Bạn có thể biến những thứ cụ thể (giá tiền của mỗi món đồ) thành một cái gì chung chung hơn không (trả tiền theo phút, không cần biết bạn ăn uống gì)?

99. Làm sản phẩm hòa trộn, nhập vào với môi trường xung quanh

Năm 2004, công ty bán **công cụ giúp mèo tập đi vệ sinh** được thành lập. Công cụ này ban đầu nhìn như một cái hộp cát đặt ngay trên bồn cầu vệ sinh. Nhưng dần dần, bạn có thể gỡ bỏ những khoanh tròn với kích cỡ dần to hơn để tạo ra lỗ cầu tiêu càng ngày càng lớn, và cuối cùng là có thể gỡ bỏ toàn bộ để mèo dùng cầu tiêu như bình thường.

Sản phẩm được chào đón rất nồng nhiệt bởi những người nuôi mèo ở thành phố, và còn xuất hiện trên chương trình Shark Tank tại Mỹ.

Thử thách: Bạn có thể cải thiện sản phẩm để nó hòa nhập với môi trường sống của người dùng tốt hơn không?



100. Làm cho nó phát sáng

Đã bao nhiêu lần bạn thức dậy giữa đêm đi vệ sinh nhưng không muốn bật đèn sợ đánh thức mọi người dậy? Khổ cái không bật đèn thì mò hoài tìm không được cuộn giấy vệ sinh?

Giấy vệ sinh dạ quang giúp bạn giải quyết tình huống trớ trêu này. Được tạo ra bởi Daniel Blackman, một nhân viên của công ty sản xuất quà tặng Thumbs Up, giấy vệ sinh dạ quang có chứa phosphor giúp lấy năng lượng từ ánh sáng ban ngày để giúp tạo ánh sáng vào ban đêm.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn phát sáng hoặc có màu sắc dễ nhìn khi trời tối không?

101. Cho sản phẩm một khía cạnh hài hước

Năm 1993, **bảo tàng tranh xấu** ra đời và mang tới người xem những bức tranh nhìn thì có kỹ thuật vẽ cao, nhưng mà tổng thể thì xấu tệ. Theo tiêu chuẩn của triển lãm, không phải bức tranh nào cũng được trưng bày. Những bức tranh này xấu, nhưng phải xấu với một phong thái tự tin và thú vị.

Từ lúc ra đời, triển lãm tranh xấu được hưởng ứng nhiều tới mức họ bắt đầu phát triển tới một số thành phố khác ở Mỹ, và được tung hô trên các tờ báo lớn như Wall Street Journal, Rolling Stone, Wired, Harvard Magazine, v.v.

Thử thách: Bạn có thể thêm một khía cạnh hài hước nào vào sản phẩm của bạn để khiến nó khác lạ hơn không?

102. Làm cho nó đa chức năng (như con dao Thụy Sĩ có nhiều công cụ trong một con dao)

Task Rabbit là một ứng dụng giúp bạn làm đủ mọi thứ từ chạy ra chợ mua đồ, tới rửa xe, lau nhà cửa, nấu ăn, v.v. Nói thế thôi chứ không phải là ứng dụng này tự đi làm những việc đó; nó chủ yếu là giúp bạn tìm kiếm những người sống gần khu bạn ở và muốn kiếm thêm chút tiền chi tiêu bằng cách phụ giúp người khác làm đủ loại việc nhà.

Công ty này đáp ứng được nhu cầu của nhiều gia đình và phát triển nhanh chóng ở 18 thành phố tại Hoa Kỳ, và một thành phố ở Anh (London).

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn đa chứng năng hơn không? Hoặc làm cho công cụ của bạn có thể sử dụng được cho các việc khác?

103. Làm cho nó phản ứng nhanh hơn với sự thay đổi nhiệt độ

Chắc nhiều bạn còn nhớ hồi xưa có một thời gian **nhẫn đoán cảm xúc** nổi lên vì nó thần kỳ tới mức có thể thay đổi màu sắc dựa trên cảm xúc của bạn. Thực ra, chiếc nhẫn đoán cảm xúc này dựa trên nhiệt độ cơ thể của bạn mà thay đổi màu. Nghe thì không hay bằng 'nhẫn đoán cảm xúc' nhỉ!

Một ví dụ tương tự mà nhiều bạn đã từng thấy là chiếc cốc hiện hình in trên cốc khi bạn đổ nước nóng vào.

Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm của bạn thay đổi cách hoạt động khi nhiệt độ thay đổi không?

104. Đảo ngược chuỗi sự kiện và hoạt động của sản phẩm

"Tôi đồng ý... nhưng giờ lại không đồng ý" là một công ty chuyên bán nhẫn kim cương. Tuy nhiên, cái khác biệt của cửa tiệm này là những chiếc nhẫn đã từng qua sử dụng, nhưng không có ích nữa vì cặp đôi đã ly dị hoặc chia tay.

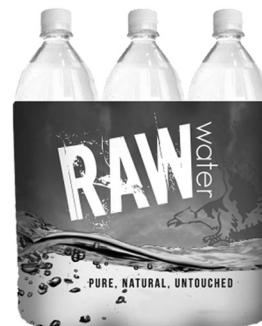
Người sáng lập ra công ty này có một cuộc tình tan vỡ, và nhận ra chiếc nhẫn kim cương mới toanh anh mua cho bạn gái lại chỉ bán được khoảng 35% giá ban đầu. Anh tức giận vì thấy giá giảm quá thấp, và vì thế mở cửa hàng để giúp đỡ những người cùng cảnh ngộ bán lại nhẫn với giá cao hơn.

Thử thách: Bạn có thể tạo ra sản phẩm để phục vụ chuỗi sự kiện ngược với sự kiện mà bạn dự tính ban đầu không? Hoặc thay đổi quá trình hoạt động của sản phẩm để theo một quá trình ngược lại?

105. Bỏ qua một bước nào đó

Nước thô (hoặc không tinh khiết) là một xu hướng mới tại Mỹ được một số fan ưa chuộng. Loại nước này thường không hề qua sàng lọc và hoá chất để loại trừ những chất không tốt trong nước như thông thường, mà đi thẳng từ nguồn vô chai! Mặc dù chưa hẳn là tốt cho sức khoẻ so với nước đã qua sàng lọc, những người tiêu dùng nước thô thường là những người tin rằng những cái gì tự nhiên là tốt nhất.

Thử thách: Bạn có thể loại bỏ một bước nào đó trong quá trình sản xuất không? Hoặc bỏ đi một phần nào đó của sản phẩm và dịch vụ?



106. An toàn cho trẻ em hoặc thú cưng

Ai bảo chó thì không cần làm đẹp và không cần bảo vệ mắt?
Với số lượng thú cưng tăng lên đáng kể, cùng với số lượng trang mạng xã hội dành riêng cho thú cưng nhiều người lập ra, những công cụ bảo vệ và làm đẹp cho thú cưng phát triển rộng rãi hơn. **Kính mát thời trang cho chó** là một trong những ý tưởng đó.

Khi mới ra đời, sản phẩm thu hút lợi nhuận \$100.000 (~2.2 tỷ VNĐ) trong vòng 1 năm, và năm 2015 nó thu tới 3 triệu đô (70 tỷ VNĐ). Kính mát cho chó hiện đã được cấp bằng sáng chế.

Thử thách: Bạn có thể thiết kế sản phẩm của mình để bảo vệ an toàn và sức khoẻ cho trẻ em hoặc thú cưng không?

107. Ngụy trang nó để trông giống như một cái gì đó hoàn toàn khác.

The BeerBelly (dịch là **Bụng Bia**) là một túi đựng đồ bí mật nếu bạn đeo vào người thì giống như bạn đang có một cái bụng bự như bụng những người uống bia nhiều vậy. Vì túi đựng đồ này thiết kế giống với cái bụng thật, bạn có thể đeo nó trước người và mặc đồ như bình thường, để lén đem theo các thứ như đồ ăn vào quán xem phim, v.v.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng thiết kế hoàn toàn khác để ngụy trang sản phẩm không? Không những ngụy trang sản phẩm cho những mục tiêu thực dụng, bạn cũng có thể sử dụng cách thức này để tạo thêm khía cạnh hài hước cho sản phẩm.



108. Làm nó dễ rửa và làm sạch hơn

Hangover Helpers là một dịch vụ giúp bạn dọn dẹp bãi chiến trường sau những bữa tiệc tùng cùng bạn bè và gia đình. Đặc biệt được sử dụng nhiều ở các trường đại học khi sinh viên thường tiệc tùng vào cuối tuần nhưng lười không muốn dọn, dịch vụ này kiếm được một lượng khách không nhỏ.

Nhờ có ý tưởng 'hở điên rồ' nhưng vẫn rất thành công, hai chàng sinh viên sáng tạo ra dịch vụ này được mời xuất hiện trên nhiều chương trình truyền hình nổi tiếng ở Mỹ.

Thử thách: Bạn có thể giúp người dùng dễ dàng làm sạch sản phẩm sau khi sử dụng? Hoặc bạn có thể giúp họ làm những công việc dọn dẹp một cách dễ dàng hơn?

109. Dùng vật liệu công nghệ cao hoặc liên quan đến không gian vũ trụ

Elysium Space là một công ty cung cấp dịch vụ 'thả tro hoả táng trên không gian vũ trụ'. Họ sẽ mang tro của những người đã mất, dùng tàu không gian mang ra khỏi mặt đất và rải khắp vũ trụ. Những tàn tro này có thể bay đến các hành tinh khác, hoặc rơi xuống lại bầu không khí của trái đất và bốc cháy trong quá trình bay xuống mặt đất. Dù gì đi chăng nữa, cái cảm giác khi linh hồn người thân đã khuất của bạn được đi lại khắp nơi trong vũ trụ khiến cho nhiều người muốn sử dụng dịch vụ này.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng những ý tưởng hoặc vật liệu công nghệ cao hoặc công nghệ liên quan đến không gian vũ trụ để cải thiện ý tưởng của sản phẩm không?

110. Làm cho nó tĩnh / không di chuyển được

Thú đá: Hòn đá cuối là loại thú cưng phổ biến nhất tại Mỹ vào năm 1975. Người sáng tạo ra ý tưởng này là Gary Dahl. Ông nhập khẩu đá từ Mexico và cho nó vào những chiếc hộp giấy hình như những lồng của thú với những lỗ hở để thú nó thở, và một cái giường làm từ rơm. Phần lớn mọi người thấy ý tưởng rất hài và thú vị, nên họ hay mua làm quà tặng cho bạn bè, đặc biệt là những người yêu thú cưng nhưng không có một con thú cưng nào.

Vào giáng sinh năm 1975, Gary bán được tới hơn 100.000 con một ngày. Chỉ trong 6 tháng, ông oăm được hơn 15 triệu đô la Mỹ.



Thử thách: Nếu sản phẩm của bạn thường di động, bạn có thể làm cho nó không di chuyển mà ở một chỗ không?

111. Cho nó một hình dạng ít truyền thống hơn

Những nông dân người Nhật trồng hàng trăm quả **dưa hấu hình vuông** mỗi năm để bán ở Nhật cũng như xuất khẩu. Tuy ở Nhật giá dưa hấu hình vuông đã đắt đỏ khoảng \$80 (1.8 triệu VNĐ), nhiều nguồn cho thấy giá dưa hấu hình vuông có lúc lên tới 20 triệu VNĐ ở Nga. Nhiều người mua dưa hấu hình vuông làm quà tặng trang trí trong nhà (chứ ai mà muốn ăn dưa đắt thế nhỉ :)) nhưng nguồn gốc của quả dưa lạ lùng này lại rất thực dụng: để đỡ chiếm chỗ trong tủ lạnh. Nếu quả dưa hình tròn, nó vừa tốn chỗ và vừa không để các thứ khác chồng lên được.



Thử thách: Bạn có thể thay đổi hình dạng của sản phẩm thành một hình dạng khác mà thông thường không được sử dụng cho loại sản phẩm đó không?

112. Chèn vào một yếu tố bất ngờ

Oyehappy.com là một công ty khởi nghiệp chuyên giúp bạn lên kế hoạch những sự kiện bất ngờ cho người thân. Ví dụ như bạn muốn cầu hôn hay muốn dựng tiệc sinh nhật bất ngờ, Oyehappy sẽ giúp bạn lo tất tần tật từ vật liệu trang trí, tới vị trí tổ chức, quà tặng, v.v.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng yếu tố 'bất ngờ' như một phần trọng tâm của sản phẩm không? Bạn có thể tạo một bất ngờ nào đó cho chính khách mua hàng, hoặc giúp họ lên kế hoạch để tạo bất ngờ cho người khác như ví dụ trên.

113. Giúp khách hàng thay đổi thói quen hoặc hành vi

MyFriendSmells (tạm dịch là Bạn tui hơi bị hôi) là một công ty cho phép bạn 'giấu mặt' và gửi tin nhắn cho những người bạn nào của bạn thường có mùi hôi mà không nhận ra. Tin nhắn nhẹ nhàng nhắc họ về mùi hôi cơ thể còn được đính kèm với một quà tặng nước hoa nhỏ xinh. Bằng cách này, bạn có thể nhắc khéo bạn bè mà không để lộ danh tính của mình.

Thử thách: Bạn có thể tìm cách thêm tính năng cho sản phẩm hoặc dịch vụ để giúp khách hàng cải thiện bản thân, hoặc thay đổi thói quen, hành vi nào đó không?

114. Loại bỏ hầu hết hoặc tất cả các phần không quan trọng

Water Joe là công ty chuyên bán các viên caffeine lượng nhỏ để bạn có thể bỏ trực tiếp vào nước uống, thay vì phải pha cà phê hoặc trà để lấy được lượng caffein đó. Người sáng chế ra Water Joe có ý tưởng này khi nhận ra có rất nhiều người muốn tinh táo làm việc vào buổi sáng nhưng lại không thích vị của trà, cà phê, hay Coke (cũng có caffeine trong đó).

Bằng cách chỉ giữ lại thành phần quan trọng nhất là caffeine trong các thức uống này, Water Joe giúp người dùng đạt được mục tiêu 'giữ tinh táo' nhanh chóng và dễ dàng hơn.

Thử thách: Bạn có thể loại bỏ các thành phần không quan trọng của sản phẩm hoặc dịch vụ để tập trung làm cho tốt phần quan trọng nhất không?



115. Sử dụng thành phần hoặc vật liệu khác

Bánh Donut quái đản là một trong những cửa tiệm bánh rán nổi tiếng nhất ở Missouri, Mỹ vì ở đây bán các loại bánh rán lõi tròn với những vị cực lạ. Từ vị bơ, đến vị thịt heo, vị dâu tây, kiwi, vị đậu rang, v.v. bạn tưởng tượng ra vị nào, ở đây có khả năng là có tất.

Nhờ việc sử dụng nhiều loại nguyên liệu lạ cho bánh của mình, cùng với những tên bánh cực vui, cửa hàng bánh Donut quái đản trở thành một địa điểm phải đến thăm cho khách tới chơi ở bang Missouri.

Thử thách: Bạn có thể sử dụng các nguyên liệu hoặc vật liệu khác cho sản phẩm không?



116. Tìm những chi tiết có thể được phóng đại hoặc cường điệu cho sản phẩm của bạn

Lo lắng là bạn không đủ tốt để lên thiên đường sau trần gian? Không cần phải sợ! Công ty **Đặt chỗ trên thiên đường** cho phép bạn giữ chân trên cổng trời và còn đảm bảo 'không giữ được chỗ được thì không lấy tiền'. Bạn còn có thể đặt chỗ cho người thân, bạn bè, và cả thú cưng nữa. Sau khi đặt chỗ, bạn sẽ nhận được một túi du lịch bao gồm vé đi lại và hướng dẫn cách du ngoạn trên thiên đường.

Trang web đặt chỗ trên thiên đường mở ra như một trò đùa dí dỏm, nhưng nhanh chóng đón nhận vài nghìn người thăm một ngày. Ý tưởng này còn được nhiều chương trình truyền hình nổi tiếng đề cập tới vì quá 'độc'.

Thử thách: Bạn có thể phóng đại một chi tiết nhỏ của sản phẩm để tạo ra câu chuyện / tình huống vui không?

117. Làm ngược lại với dự định ban đầu

Thuê tây ngồi quán cà phê: Khi đi đường bạn có nhận ra quán cà phê nào người nước ngoài nhiều thì quán đấy lại đông người và nhìn có vẻ sang hơn? Đây chính là lý do Balazs, một anh chàng người Hungary nghĩ ra ý tưởng cho thuê chính anh ấy và rủ bạn bè của anh tham gia, để ngồi quán cà phê ở Thượng Hải. Các quán cà phê không chỉ trả tiền theo giờ mà còn cho những người nước ngoài này cà phê miễn phí. Lợi cả đôi bên!

Balazs lấy \$35 (~700K VNĐ) cho mỗi giờ đồng hồ anh ngồi ở quán cà phê. Cộng thêm đồ ăn thức uống miễn phí, anh có thể kiếm bình quân \$40 / giờ.

Thử thách: Bạn nghĩ xem có giai đoạn nào trong dịch vụ của bạn có thể làm ngược lại không? Trong ví dụ này, thay vì khách đến uống cà phê trả tiền, thì quán cà phê lại trả tiền cho khách.

118. Giúp người dùng có một cảm xúc khác khi sử dụng sản phẩm

Bạn gặp khó khăn lấy lòng con mèo khó tính ở nhà bạn? Bạn muốn xây dựng một mối quan hệ đậm đà hơn với ả? **Lược liếm mèo Licki** là giải pháp giúp bạn làm được điều này.

Mèo thông thường rất thích liếm lông và đó cũng là cách tụi nó thể hiện tình cảm với nhau. Nhờ có lược liếm mèo, bạn có thể bắt đầu liếm lông con mèo của bạn để thể hiện tình cảm, đồng thời không lo lông mèo bay vào mồm. Nghe như một trò đùa? Sản phẩm này đạt thành công rực rỡ trên trang Kickstarter và từ đó được mời nói chuyện tại các chương trình truyền hình nổi tiếng của Mỹ.

Thử thách: Bạn có thể giúp khách hàng đạt được một cảm xúc nào đó khác với cảm xúc họ vốn cảm nhận được khi sử dụng sản phẩm hiện tại không?



119. Nếu như tiền không là vấn đề?

Có tiền mà không biết bỏ đâu? Không lo, **phần mềm điện thoại 'Tui giàu'** giúp bạn tiêu số tiền đó một cách cực kỳ lãng phí chỉ để chứng minh bạn giàu! Chỉ với 1.000 đô (~22 triệu VNĐ), bạn có thể oăm về phần mềm điện thoại này với một màn hình duy nhất hiện những dòng chữ sau:

"Tui giàu; Một cách xứng đáng

Tui tốt; Tui khoẻ; và thành công"

Chỉ trong một ngày hằng Apple cho phép phần mềm này được rao bán, có đến 8 'người vừa giàu vừa điên' mua nó, mang lại lợi nhuận khủng trăm triệu cho Armin Heinrich, người sáng tạo ra phần mềm.

Thử thách: Bạn có thể cải thiện sản phẩm để nhắm tới những người cực giàu không? Hoặc nếu như tiền không phải là vấn đề, bạn sẽ thêm gì hoặc thay đổi gì cho sản phẩm?

120. Thêm hương vị

Nến chơi khэм là một loại nến nhìn thì như nến thơm bình thường, nhưng mà thực tế nếu để nó đốt cháy khoảng vài tiếng đồng hồ sẽ cho ra một mùi cực kỳ hôi thối. Mùi hôi này sẽ tiếp tục nếu bạn đốt phần còn lại của nến, và có thể cháy tới hơn 30 tiếng đồng hồ. Ban đầu là mùi hương táo, cẩn thận nhé vì lúc cuối có thể thành mùi hương của chồn hôi!

Một ví dụ khác khi công ty sử dụng hương vị một cách thành công là quán cà phê Starbucks. Để thu hút khách hàng vào quán hơn, Starbucks lấy hạt cà phê rang lên để tạo mùi nồng, cuốn hút nhiều fan cuồng cà phê. Mặc dù cà phê thông thường không gây được mùi mạnh đến vậy, có ai ngăn bạn dùng cách khác để tạo thêm mùi đâu nào?

Thử thách: Bạn có thể thay đổi hoặc thêm hương vị nào khác cho sản phẩm không?