

# Методология CRAFT

Подготовили:

- 1.Сезнева Анастасия
- 2.Погодин Евгений
- 3.Манухин Павел
- 4.Ваганова Диана



CRAFT — методология, основанная на понятии социальных форм большой идеи, ролевого моделирования, фреймов, полезных капиталов.

В основе концепции — понятие «Большой идеи» — социальной формы отношений с человеческой драмой и получаемой пользой. Мы можем придумывать новые роли, опираясь на существующую модель взаимодействия внутри формы, менять отношения, усиливать драму, наращивать капиталы.



# Разберем, как строится идея коммуникации.

1. Постановка задачи — выявление основных опорных точек, которые помогают прийти к идее.
2. Поиск абстрактных идей — выдвижение разнообразных гипотез без измерения их эффективности на данном этапе.
3. Формулирование — этап формулирования идеи, направлен на проверку идей с разных позиций: создателя, заказчика, бренда, агентства, производителя. В конечном результате мы должны иметь один или несколько вариантов, которые сможем воплотить в предметном мире.
4. Поиск предметных идей — представление идеи в виде сервисов, сооружений, и т. д. В итоге данного этапа мы формируем пул идей, которые пойдут в реализацию.
5. Креативная концепция — составление документа, где будет изложен весь подход к идее коммуникации (стратегическая подводка, анализ, статистика и т.д.), сформулированная Большая идея, а также механики ее исполнения.



Креативные методологии — это набор инструментов для развития креативного мышления. Например, вы хотите придумать концепцию ресторана, куда посетители будут приходить в вечерней одежде. Вечерняя одежда — это форма отношений. Разбираем ее на элементы: в каких случаях люди одеваются таким образом? Театр, гала-концерт, церемония вручения премии «Оскар». Помещаем эти элементы в контекст ресторана: как сделать поход в ресторан похожим на поход в театр или посещение торжественной церемонии? Культурная программа, тематические мероприятия и т. п. Теперь ресторан уже не просто «общепит», а нечто большее.

## **CRAFT**

### **ЧТО?**

МЕТОДОЛОГИЯ, ОСНОВАННАЯ НА ПОНЯТИИ БОЛЬШОЙ ИДЕИ, СОЦИАЛЬНОЙ ФОРМЫ ОТНОШЕНИЙ, ФРЕЙМОВ, ПОЛЕЗНЫХ КАПИТАЛОВ.

### **КАКУЮ ЗАДАЧУ МОЖЕТ РЕШИТЬ?**

КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ЛЮДИ ПЕРЕОСМЫСЛИЛИ РОЛЬ СЕРВИСА В СВОЕЙ ЖИЗНИ?



# Плюсы методологии

---

Методология CRAFT помогает самостоятельно оценить базовые идеи:

проверка формой — понятна и масштабируема в пространстве и времени;

проверка драмой — дает эмоциональный отклик потенциального потребителя

проверка пользой — идея работает на наращивание капиталов (деньги, связи, тело, навыки, репутация, карьера, влияние, жизненный опыт, время);

проверка связи «идея-сообщение» — сообщение доносит суть большой идеи и роли бренда в коммуникации с потребителем;

проверка ресурсоёмкости — дает оценку ресурсов, которые мы тратим на запуск той или иной идеи коммуникации.



# Минусы

---

Требует достаточно высокого уровня творческих способностей базисных знаний, умений и опыта

Психологические и коммуникативные проблемы  
Искусственно созданные модели отличаются от реальных обстоятельств

Сложность организации (включая организационную, финансовую и управленческую стороны вопроса)

Творческое мышление не талант, а навык ему нужно постоянно учиться.



# Ограничения применения данной техники

---

Нельзя использовать в оповещении граждан об экстренных ситуациях, новостях и в информационных блоках о предоставлении муниципальных и государственных услуг.