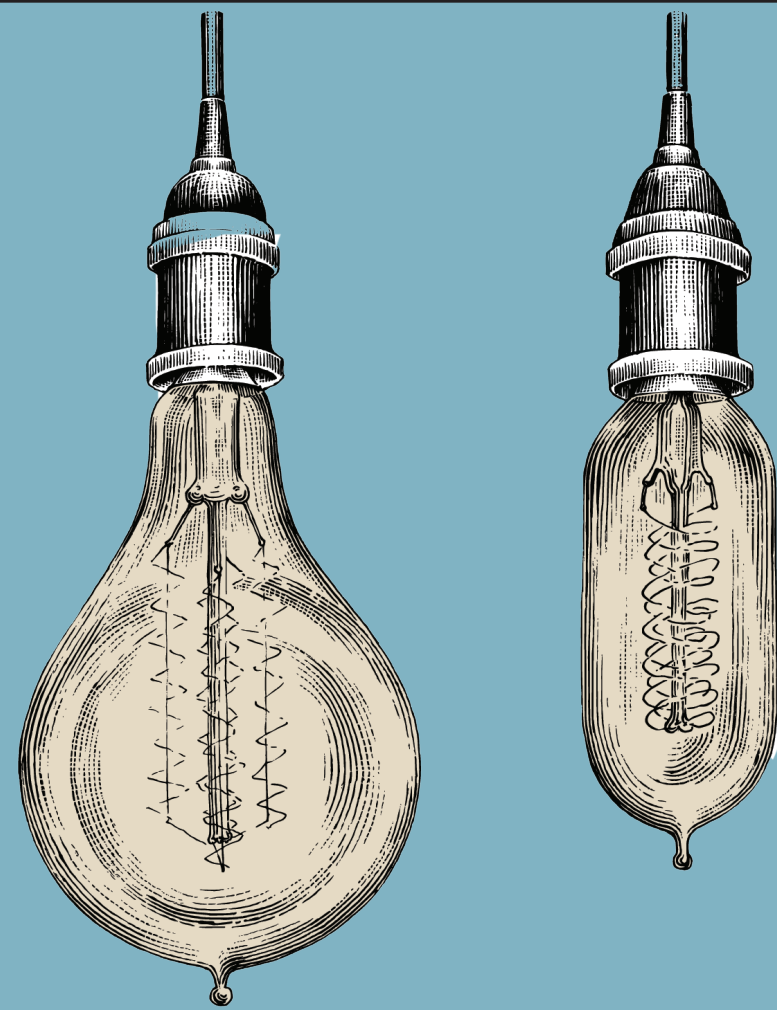
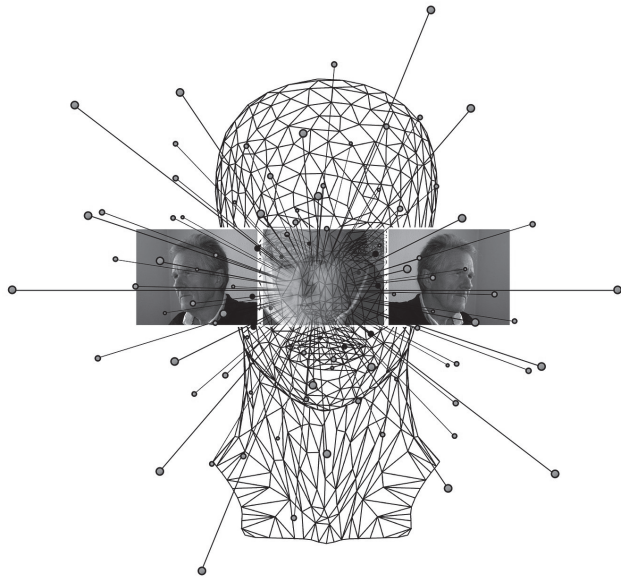




100 Ví dụ
Startup thành công
ở các quốc gia khác



1. JUMIO - Xác minh danh tính online nhằm chống gian lận và bảo mật cho khách hàng

Thay vì sử dụng phương pháp xác minh truyền thống như mật khẩu và câu hỏi đơn giản, Jumio là dịch vụ cho phép người dùng tải lên ảnh CMND hoặc chụp gương mặt để xác minh danh tính cho những tài khoản cần bảo mật tốt hơn. Ứng dụng giúp khách hàng mở tài khoản ngân hàng, hồ sơ làm việc hoặc tài khoản online ở các trang web khác một cách nhanh chóng và an toàn.

Vào năm 2018, Jumio ra mắt phòng nghiên cứu trí tuệ nhân tạo (AI / artificial intelligence) mới, nơi các nhà nghiên cứu thiết kế các thuật toán để xác định nguy cơ gian lận của người dùng online, và nếu cần, tự động yêu cầu họ làm một bài kiểm tra danh tính chi tiết hơn. Sự kết hợp giữa Trí tuệ nhân tạo và nhận diện nhân cầu giúp giảm thời gian xử lý nhân dạng từ vài ngày xuống còn vài phút.

Theo lời Giám đốc điều hành của Jumio: "Những kẻ lừa đảo ngày càng thông minh hơn, nhưng chúng tôi luôn đi trước họ một bước." Chỉ trong năm 2018, Jumio đã xác minh thành công 60 triệu danh tính.

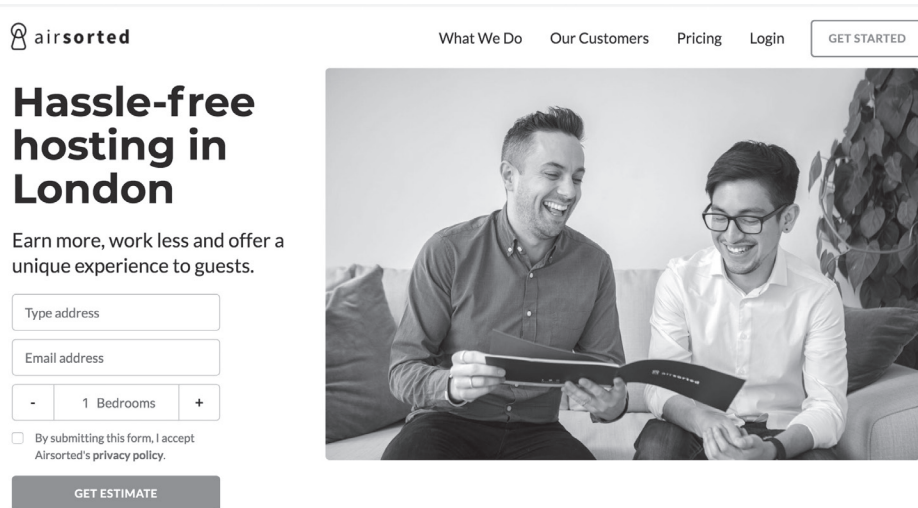


2. AFRICAN LEADERS UNIVERSITY - Đào tạo lãnh đạo & nuôi dưỡng kĩ năng qua dự án thực tế

Năm 2008, Fred Swaniker (tốt nghiệp đại học kinh doanh Stanford) thành lập học viện Lãnh đạo Châu Phi nhằm giáo dục thế hệ các nhà lãnh đạo châu Phi tiếp theo.

Chương trình của học viện kéo dài từ 3 đến 4 năm và yêu cầu sinh viên thực hiện những công việc đời thực chứ không đặt nặng tính học thuật chuyên ngành. Những trải nghiệm thực tế này giúp học sinh trở thành doanh nhân và nhà lãnh đạo tốt hơn. Trường cũng cung cấp một gói hỗ trợ tài chính rất sáng tạo: miễn học phí, đổi lại bằng 10% thu nhập sau đại học trong 5 đến 10 năm. Việc trả góp sẽ bắt đầu tính từ lúc sinh viên tìm được việc làm sau khi ra trường.

Tính đến nay đã có hơn 1.200 sinh viên theo học ALU và học viện cũng đang tập trung nhanh chóng lan truyền mô hình này ra khắp lục địa. Gần đây, chi nhánh đầu tiên của chương trình khai trương ở Nairobi, cung cấp một khóa học kéo dài sáu tháng cho 200 sinh viên.



3. AIRSORTED - Giúp chủ nhà hoặc chủ khách sạn quản lý tất cả các hoạt động cho thuê

Để có thể cho thuê nhà hoặc phòng ở, một người cho thuê phải làm rất nhiều việc: chụp ảnh nhà, lên mức giá cho thuê, liên hệ với khách hàng, v.v. - chỉ riêng việc ngồi tổng hợp đủ thông tin cũng đã cực kỳ phức tạp.

Airsorted được tạo ra để đơn giản hoá những công việc này cho chủ nhà. Công ty cung cấp ứng dụng giúp quản lý và tương tác với khách hàng. Chủ nhà có thể kiểm tra các đơn đặt phòng, thu nhập của từng phòng cũng như đảm bảo các dịch vụ như dọn phòng, thức ăn, điện nước, v.v. được cung cấp đầy đủ. Nhờ Airsorted, chủ nhà sẽ có thêm thời gian và cả lợi nhuận từ việc cho thuê nhà.

Trong 4 năm, công ty khởi nghiệp này đã mở rộng phạm vi tới 22 thành phố trên khắp thế giới, quản lý 4.200 khách sạn và duy trì được tỉ lệ hoa hồng thấp để đảm bảo lợi nhuận tối đa cho chủ nhà.



4. ALDER PLAY - Ứng dụng vừa học vừa chơi giúp bệnh viện bớt đáng sợ cho cả trẻ con lẫn người lớn

Ứng dụng Alder Play được thiết kế để giúp trẻ em cảm thấy thoải mái và học hỏi thêm trong thời gian nằm viện. Trước khi nhập viện, bệnh nhân nhí chọn và đặt tên cho avatar cá nhân; và avatar này sẽ bầu bạn cùng cô / cậu bé suốt thời gian ở bệnh viện. Các bé có thể sử dụng ứng dụng thực tế mở rộng Alder Play để học về thế giới xung quanh cũng như các quy trình y tế. Mỗi khi đạt tới một mốc trong quá trình điều trị, các em sẽ "mở khóa" được tính năng mới trên app và nhận được những món quà thật hoặc ảo. Các bậc phụ huynh còn có thể dùng app để hỏi bác sĩ về quy trình điều trị.

Một ví dụ khi Alder Play được sử dụng thành công là quá trình chụp x-ray. Ứng dụng với thực tế ảo sẽ giúp trẻ em làm quen với tiếng ồn và các quy trình cần thiết trước khi đến bệnh viện, và vì thế trải nghiệm tại bệnh viện trở nên dễ hiểu và thoải mái hơn rất nhiều. Hơn thế nữa, với phụ huynh có con phải ở lại bệnh viện dài ngày, ứng dụng còn cho phép họ lựa chọn các chuyến phiêu lưu du lịch ảo, khiến cho bệnh viện trở thành một nơi vui vẻ hơn.

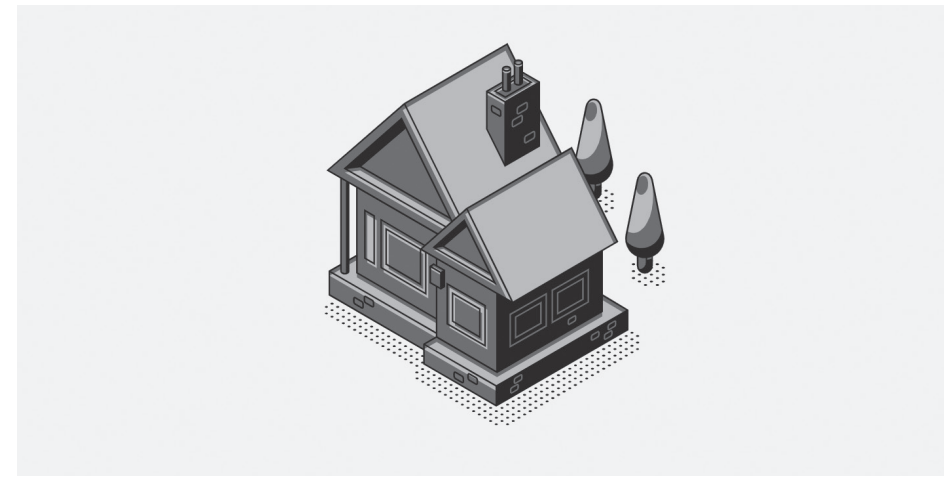
Đội ngũ phát triển phần mềm này đang lên kế hoạch triển khai khắp các tổ chức y tế như một cách tuyệt vời để chăm sóc sức khoẻ tinh thần của trẻ em.



5. AMAZON AFTER - Cho phép người dùng dễ dàng bán sản phẩm đã qua sử dụng

Bán một sản phẩm đã qua sử dụng có thể rất khó. Chính vì thế công ty Amazon đã nghĩ ra một dịch vụ tuyệt vời tên là 'Amazon After' để giúp người dùng mua bán, trao đổi đồ cũ. Dịch vụ cho phép người tiêu dùng dễ dàng bán lại các mặt hàng họ đã mua qua Amazon khi họ không cần tới nữa. Thông tin về sản phẩm được tự động lấy từ lịch sử mua hàng của người bán, khá tiện lợi cho người bán, cũng như đảm bảo tính xác thực cho người mua.

Dịch vụ 'Amazon After' sẽ là nơi lý tưởng để trao đổi các mặt hàng đang còn hoạt động tốt nhưng không có nhu cầu sử dụng, đồng thời cũng là nơi để người tiêu dùng tái chế các sản phẩm không còn hoạt động.



6. ASKPORTER - Trợ lý ảo giúp người thuê giải quyết vấn đề tại nhà thuê một cách nhanh chóng mà không cần chủ nhà can thiệp

Askporter là một trợ lý ảo giúp quản lý dịch vụ thuê nhà. Nhờ hệ thống xử lý ngôn ngữ tự nhiên, ứng dụng có thể đáp lại những câu hỏi và yêu cầu của người thuê nhà ví dụ như yêu cầu sửa chữa đèn, sửa máy rửa chén, sử dụng nước, v.v. Ứng dụng còn giúp người cho thuê thanh toán hóa đơn và quản lý tài liệu pháp lý, cũng như tính toán tiền thuê. Về phía những người quản lý bất động sản, ứng dụng sẽ tập trung mọi tài liệu từ các bên liên quan đến tài sản để họ dễ dàng quản lý.

Bằng cách đóng vai trò là đường dây nóng cho mọi câu hỏi từ người thuê, nhiều vấn đề có mức độ ưu tiên thấp, dễ giải quyết nhưng tốn thời gian có thể được quản lý nhanh chóng và dễ dàng. Khi trợ lý ảo này cần lời khuyên, nó sẽ hỏi chủ nhà cách trả lời.

Bằng cách tự động hóa các nhiệm vụ đơn giản, các nhà quản lý bất động sản có thể tập trung vào việc nâng cao chất lượng các dịch vụ khác quan trọng hơn. Founder của AskPorter tin rằng nền tảng này có thể giúp giảm tới 50% chi phí quản lý tài sản.



7. ATTEST - Nền tảng tiếp thị giúp các doanh nghiệp khảo sát thói quen của hơn 100 triệu người tiêu dùng trên toàn thế giới

Attest hiểu rằng để có thể thành công, các doanh nghiệp phải đặt người tiêu dùng làm trọng tâm trong mọi quyết định. Chính vì thế, sứ mệnh của Attest là đảm bảo nguồn dữ liệu từ người tiêu dùng được đơn giản hóa và dễ truy cập cho mọi doanh nghiệp.

Dịch vụ của Attest giúp công ty soạn những bản khảo sát có giao diện đẹp và kết nối các doanh nghiệp với hơn 100 triệu người dùng ở các quốc gia khác nhau. Ví dụ: nếu công ty chuẩn bị tung ra sản phẩm về du lịch ở Tokyo, Attest sẽ giúp công ty tìm hiểu xem khách hàng thích làm gì ở Tokyo và có túi tiền bao nhiêu thì mới đủ. Nền tảng sẽ chủ động kết nối hai bên với nhau để doanh nghiệp tương tác trực tiếp với khách hàng nếu cần. Nhờ đó, các doanh nghiệp có thể có những kết luận chắc chắn dựa trên dữ liệu thực tế, thay vì phải phỏng đoán xu hướng khách hàng.

Attest tin rằng người tiêu dùng nắm giữ chìa khóa để mở ra những cơ hội tăng trưởng cao, và cam kết hỗ trợ doanh nghiệp loại trừ những phỏng đoán sai lầm và dữ liệu kém chất lượng.

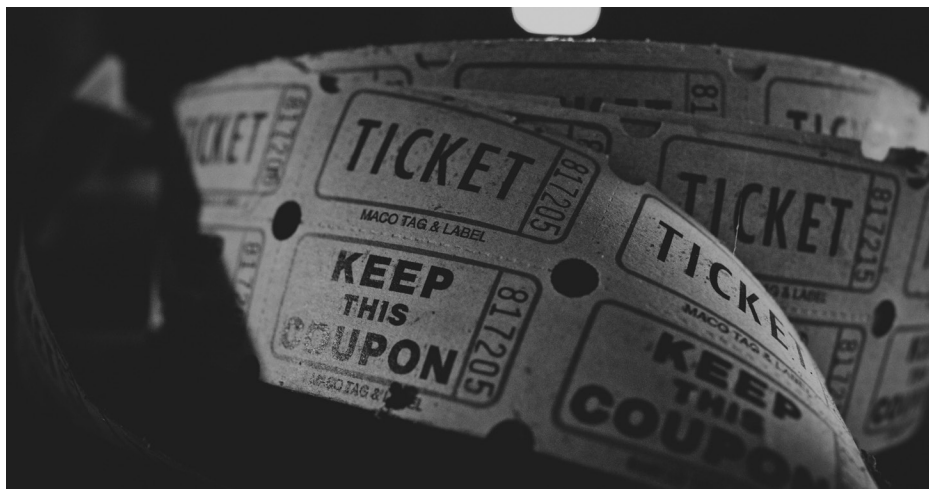


8. TAI NGHE AUDEARA - Cá nhân hóa trải nghiệm nghe nhạc bằng cách cho phép người dùng kiểm tra thính giác và tùy chỉnh âm lượng cho phù hợp

Công ty Audeara của Úc đã tạo ra tai nghe có tích hợp kiểm tra thính giác. Tính năng này cho phép bạn điều chỉnh âm lượng và tận hưởng trải nghiệm âm thanh được tối ưu cho riêng mình. Được thành lập bởi hai bác sĩ - Bác sĩ James Fielding và Bác sĩ Chris Jeffery - Audeara nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc chăm sóc thính giác.

Nếu có nhiều người dùng tai nghe trong gia đình, người dùng có thể lưu lại các hồ sơ và cài đặt âm lượng khác nhau cho nhiều người bằng ứng dụng của Audeara. Hồ sơ này sẽ được đồng bộ với tai nghe và tạo ra một trải nghiệm âm thanh độc đáo và chuẩn xác.

Ngoài việc điều chỉnh âm lượng phù hợp với người dùng, tai nghe Audeara A-01 còn có chức năng tự động khử tiếng ồn, kết nối Bluetooth và có thời lượng pin kéo dài tới 65 giờ.



9. AVENTUS - Hệ thống ngăn chặn đầu cơ tích trữ vé sự kiện để bán lại ở chợ đen với giá cao hơn

Nhiều người hâm mộ lo lắng việc tích trữ và bán lại vé trở thành một món hời cho các nhà mua vé trung gian. Những nơi mua vé trung gian này thường sử dụng bot tự động để mua toàn bộ nguồn vé cho các chương trình đắt show chỉ trong vài phút. Sau đó, vé sẽ được bán lại cho fan với giá cao hơn rất nhiều so với giá gốc. Nghiên cứu cho thấy lợi nhuận từ việc bán lại vé của bên môi giới chiếm tới 60% tổng doanh thu của các chương trình lớn.

Nhận ra lỗ hổng này, hai sinh viên tại Đại học Hoàng gia Luân Đôn đã tạo ra hệ thống bán vé trực tuyến Aventus để ngăn việc sử dụng bot để mua vé và bán lại với giá cao. Hệ thống sử dụng công nghệ blockchain để cung cấp cho mỗi vé một mã điện tử độc nhất vô nhị, và chỉ có thể thay đổi nếu vé được bán lại qua nền tảng của Aventus. Hình ảnh nhận diện của người mua vé được mã hoá trong chính mã số độc này, và vì thế người khác không sử dụng vé được nếu họ không phải là người mua chính gốc. Công nghệ blockchain giúp đảm bảo không ai có thể giả được vé.

Bằng cách mua bán vé trên Aventus, các nhà tổ chức sự kiện có thể giới hạn giá bán lại vé và đảm bảo ai cũng có thể mua được vé với giá phải chăng.



10. BARKBOX - Dịch vụ hộp quà bất ngờ hàng tháng, cung cấp đồ ăn vật và đồ chơi cho cún cưng

Barkbox được thành lập vào năm 2011, nhằm cung cấp dịch vụ hộp quà định kỳ bất ngờ cho những người yêu chó. Mỗi tháng, những người đăng ký dịch vụ sẽ nhận được một hộp quà gửi tới tận nhà, có chứa ít nhất 2 đồ chơi, 2 món ăn và đồ nhai theo một chủ đề thay đổi hằng tháng. Công ty có nhiều loại hộp khác nhau dành cho loại cún cưng với mức độ nhai hoặc ngứa răng nhiều hay ít.

Cho đến nay Barkbox đã huy động được hơn 21 triệu đô la từ 15 nhà đầu tư, và công ty có hơn 100 nhân sự.

Ngoài BarkBox, công ty còn có BarkPost và BarkBuddy. BarkPost là một website chuyên viết về chó cưng và có hơn 3M khách truy cập mỗi tháng. BarkBuddy là một ứng dụng tương tự như "Tinder cho chó". Ứng dụng là nơi người dùng có thể chọn nhận nuôi chú cún lạc nhà hoặc không chủ phù hợp với kinh nghiệm nuôi chó hoặc nơi ở của họ. Ngoài ra, người dùng còn có thể lọc danh sách các chú chó dựa trên giới tính, độ năng động, tuổi tác, và kích thước.



11. VÒI BẾP BEALE - Giúp bạn kiểm soát lượng nước sử dụng và tắt nước dựa trên cảm ứng

Vòi bếp Beale đo bằng cảm ứng giành giải thưởng THIẾT KẾ 2018 từ LIXIL 'American Standard. Vòi nước này tốt hơn với các vòi bình thường ở chỗ nó có 2 tính năng sau:

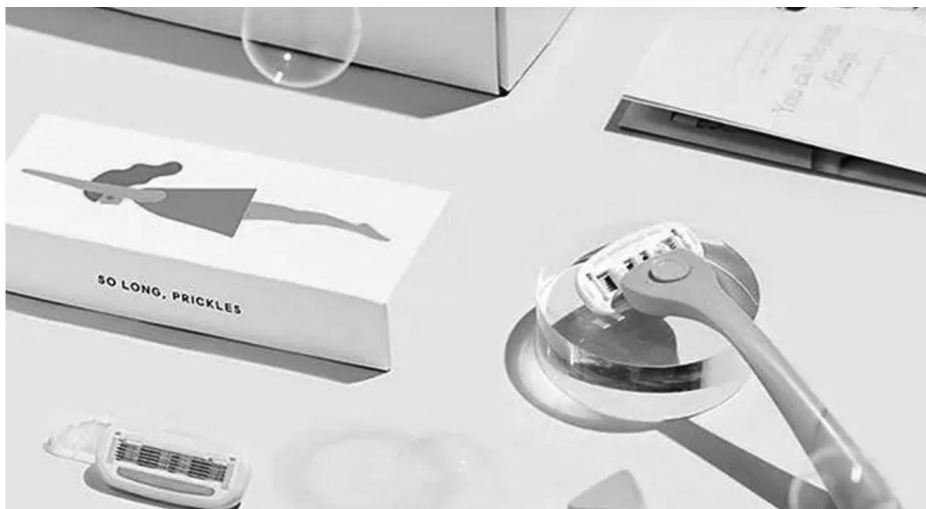
1. Vòi có thể cung cấp nước tùy theo mức độ cần thiết, giúp người dùng làm theo công thức nấu ăn với độ chính xác cao. Ví dụ như nếu công thức cần 5 cốc nước, người dùng có thể chỉnh lượng nước ra cho đúng 5 cốc. Sử dụng các này sẽ nhanh hơn nhiều so với các công cụ đo lường thông thường hay được dùng trong bếp.
2. Vòi còn tích hợp tính năng cảm ứng cho phép người dùng sử dụng mặt sau của cổ tay để bật tắt vòi nước khi tay đang bẩn.



12. BEAUMON - Lớp học nghi thức dạy cách ứng xử và sử dụng mạng xã hội cho trẻ em

Chương trình nghi thức xã giao của khách sạn Plaza kết hợp với lớp kỹ năng ứng xử Beaumont nhằm tới trẻ em từ 5 đến 11 tuổi. Các lớp học này dạy cho trẻ em những nguyên tắc cơ bản trên bàn ăn và ngoài xã hội, bao gồm (nhưng không giới hạn) phép tắc ăn uống cơ bản, chào hỏi người lớn, cách kết bạn và ngôn ngữ cơ thể.

Ngoài lớp cho thiếu nhi, Beaumont còn tổ chức các lớp nghi thức thanh thiếu niên dành cho học sinh từ 12 đến 17 tuổi. Chương trình dạy bao gồm các nghi thức cơ bản cũng như cách sử dụng công cụ hiện đại như mạng xã hội và kỹ năng giao tiếp qua email. Nhờ có những chương trình này, các bậc cha mẹ cảm thấy tự hào hơn khi có thể giúp con cái thấm nhuần cách ứng xử tốt ngay từ khi còn nhỏ.



13. BILLIE - Bộ sản phẩm lưỡi dao cạo và chăm sóc da cao cấp dành cho phụ nữ

Thương hiệu chăm sóc sắc đẹp phụ nữ Billie chỉ vừa ra mắt năm 2017 nhưng đã thu hút được một lượng khách hàng đáng kể nhờ vào chiến dịch quảng cáo đặc biệt của mình: Không ngần ngại sử dụng hình ảnh phụ nữ với nhiều lông trên cơ thể. Cách làm này tương phản hoàn toàn với các công ty đối thủ từ trước đến nay - chỉ quay phụ nữ với làn da láng mịn đã cạo sạch sẽ.

Billie cung cấp cho chị em bộ sản phẩm dùng để loại bỏ lông cơ thể với mức giá hấp dẫn. Bộ bao gồm tay cầm của dao cạo Billie, miếng nam châm và 5 lưỡi dao kép với giá \$9, tất cả đều có thể tháo lắp dễ dàng. Billie cũng sẽ gửi tới tận nhà 4 lưỡi dao thay thế theo định kì mỗi quý hàng mỗi 6 tháng. Bạn có thể hủy một đợt giao hàng, đổi bộ sản phẩm hoặc hủy đăng kí hoàn toàn mà không có bất kì ràng buộc nào.



14. BIRD - Dịch vụ cho thuê xe máy điện.

Bird, startup cho thuê xe máy hoặc xe điện được thành lập bởi cựu giám đốc của Lyft và Uber, hiện đang bành trướng thế lực và vượt mặt mọi đối thủ. Sau khi hoạt động hơn một năm, hiện tại dịch vụ này có mặt ở hơn 30 thành phố và công ty được định giá 2 tỷ đô la.

Để sử dụng Bird, người dùng có thể tải ứng dụng về điện thoại, tìm vị trí xe điện gần nhất và ấn nút trên app để mở khóa, lái tới bất kì đâu bạn muốn và xếp gọn xe vào nơi đỗ xe trên lề. Nhân viên của Bird sẽ đi thu thập các xe này và trả nó về bãi đỗ. Mỗi lần thuê xe người dùng sẽ trả tầm 2 đến 3 đô (~50K VNĐ).

Để đảm bảo xe điện luôn đầy đủ pin để phục vụ khách hàng, Bird trả tiền cho các nhân viên hợp đồng để tìm và sạc điện cho xe, với một mức lương khác tốt.



15. BIRDIE.CARE - App giúp chăm sóc sức khỏe và cho phép người thân theo dõi bệnh nhân cao tuổi

Chứng kiến ông nội mình ngày càng già yếu, Max Parmentier nung nấu ý định phát triển một giải pháp chăm sóc sức khỏe cho người cao tuổi. Birdie được ra đời với nỗ lực tạo nên sự đột phá trong lĩnh vực chăm sóc người già. Mục đích của Birdie là trở thành công cụ hỗ trợ cho những người thân của bệnh nhân, cải thiện chất lượng cuộc sống cho cả người cao tuổi và gia đình, cũng như giảm bớt áp lực đối với dịch vụ y tế công cộng vốn đã quá tải.

Được mô tả như một “người chăm sóc ảo”, Birdie sử dụng các thiết bị tại nhà và machine learning (máy học) để hỗ trợ gia đình thực hiện các biện pháp chăm sóc và phòng ngừa tốt hơn, giúp người thân yêu sống lâu, sống khỏe. Cảm biến của theo dõi hành vi và ghi lại bất cứ dấu hiệu tổn thương, cũng như triển khai hỗ trợ ngay lập tức trong trường hợp bệnh nhân bị té ngã.

Người thân có thể truy cập hệ thống, kiểm tra, ghi chép, và chia sẻ thông tin với bác sĩ thông qua một ứng dụng điện thoại. Birdie tối ưu hóa việc chăm sóc bằng cách tiết kiệm thời gian và giảm bớt giấy tờ. Với hệ thống phần mềm cung cấp dữ liệu thời gian thực, người nhà bệnh nhân có thể xử lý vấn đề nhanh chóng để tránh chuyển biến xấu đe dọa đến tính mạng.



16. BLEENCO - Phần mềm AI xe tự lái có thể phân tích và dự đoán phản ứng của người lái nhằm tránh tai nạn giao thông

Một thách thức lớn cho các công ty phát triển xe tự lái là làm thế nào để lường trước hành vi của người lái xe trong mọi trường hợp? Liệu người lái có đang mất tập trung, cáu gắt, hay lo lắng, làm ảnh hưởng đến việc lái xe của họ? Khi nào là thời điểm thích hợp để hệ thống tự lái giành quyền kiểm soát xe? Công ty khởi nghiệp Bleenco của Đức đang tập trung khắc phục vấn đề này bằng phần mềm trí tuệ nhân tạo với khả năng phân tích cảm xúc của tài xế. Hệ thống AI của họ sử dụng hình ảnh, ghi âm và cảm biến sinh lý để cho biết người lái đang cảm thấy ra sao. Ví dụ như nếu tài xế bị kích thích, mất tập trung và không ở trong trạng thái phù hợp để lái xe, hệ thống trên xe có thể lập tức chuyển sang chế độ tự lái.

Bleenco cũng đang nghiên cứu để tạo ra một bộ công cụ toàn diện giúp lập trình viên tạo ra các ứng dụng IoT (Internet vạn vật) đa diện hơn. Mục tiêu của họ là thiết kế được một hệ thống xe tự vận hành ‘thông minh’ có thể phát hiện người đi bộ, các xe khác trên đường, hoặc độ trơn của đường, từ đó điều chỉnh tốc độ xe phù hợp. Với gần 1,3 triệu người chết do đến tai nạn đường bộ mỗi năm, Bleenco hy vọng sản phẩm của họ có thể ngăn chặn tai nạn và giúp việc lái xe trở nên đơn giản và an toàn hơn.



17. BODYMAGNET - Đồ chơi giáo dục trẻ em về sức khỏe và cơ thể con người

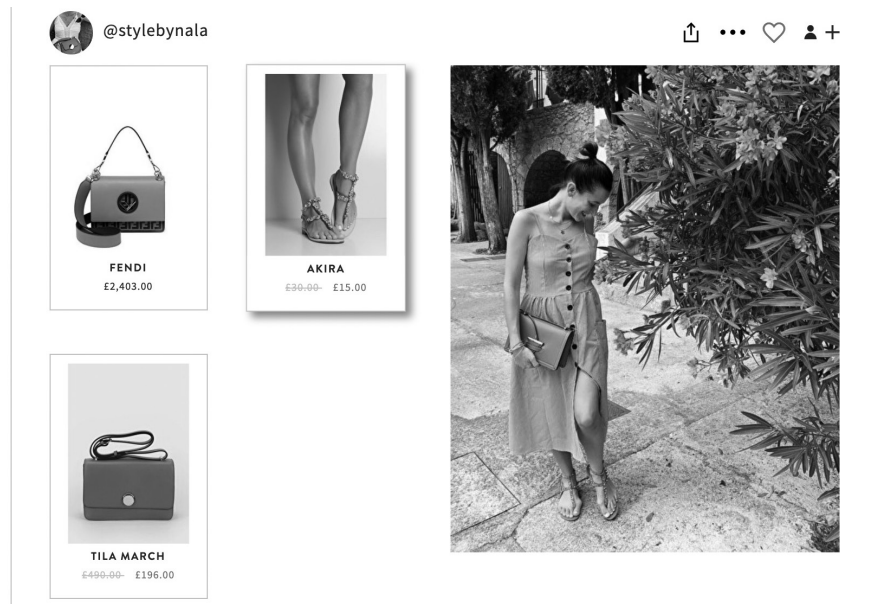
Bộ trò chơi Bodymagnet của Janod giúp trẻ em học thêm về cơ thể người và sức khỏe. Bộ bao gồm thẻ và bảng vẽ cơ thể người có gắn nam châm. Mỗi nam châm có dán nhãn với các cụm từ khác nhau, khuyến khích trẻ học ngôn ngữ mới qua chủ đề cơ thể con người, hệ thống xương, cơ bắp, các cơ quan khác. Thành công trong việc đơn giản hóa một chủ đề phức tạp cho trẻ em, món đồ chơi có tính tương tác cao, không đòi hỏi công nghệ này giúp các em tiếp cận với những thông tin về sức khỏe của chính mình.

Janod là một thương hiệu Pháp chuyên về các sản phẩm đồ chơi truyền thống, được làm từ vật liệu gỗ hoặc bìa cứng. Triết lý kinh doanh của thương hiệu tập trung vào độ bền và phương châm "vừa học vừa chơi". Sản phẩm của hãng còn rất lý tưởng cho các bậc cha mẹ muốn giảm thời gian con mình tiếp xúc với màn hình.



18. BOMBAS - Thương hiệu bán tất cam kết cứ mỗi đôi tất được bán ra, họ sẽ quyên góp một đôi cho mái ấm người vô gia cư.

Tất vẫn luôn là một trong những mặt hàng có nhu cầu cao tại các nhà tạm trú cho người vô gia cư trên khắp nước Mỹ. Cho mỗi món đồ bạn mua từ Bombas, một món hàng cùng loại nhưng được thiết kế đặc biệt để giữ ấm, bền lâu cho người vô gia cư sẽ được gửi tới cho những ai đang cần nó nhất. Cho đến nay, Bombas đã gửi 20 triệu sản phẩm đến tay người vô gia cư.



19. BROWZZIN - Cho phép người tiêu dùng kiếm tiền bằng cách đăng ảnh quảng cáo cho các nhãn hàng thời trang

Với sự phổ biến không ngừng của Instagram và tầm ảnh hưởng của các ngôi sao mạng xã hội, nhiều thương hiệu thời trang nhận ra họ phải thay đổi cách quảng cáo. Thay vì chỉ sử dụng những người nổi tiếng làm người mẫu, quảng cáo thời trang dùng các ngôi sao mạng xã hội (social influencer) sẽ thu hút được nhiều khách hàng hơn vì họ dễ tiếp cận và gần gũi hơn so với những minh tinh màn bạc.

Ứng dụng Browzzin giúp các công ty quản lý thể loại quảng cáo mới này dễ dàng hơn. Browzzin sử dụng trí tuệ nhân tạo để giúp người dùng tải lên hình ảnh của mình mặc sản phẩm thời trang của một thương hiệu nào đó, và tự động tag nhãn hiệu thời trang được mặc trong bài đăng. Người quảng cáo kiếm được từ 4 đến 35% hoa hồng khi khách hàng khác ấn vào mua hàng từ hình của họ. Số liệu thống kê cho kênh tiếp thị quảng cáo, và số tiền hoa hồng thu lại được tóm tắt đầy đủ trên trang của mỗi thành viên. Hiện nền tảng có hơn 2 triệu mặt hàng từ 10.000 thương hiệu. Browzzin hy vọng sẽ mở rộng danh mục hàng hoá của mình lên 200.000 mặt hàng mỗi tuần.



20. BUMBLE BREW - Ứng dụng giúp những ai làm quen online kết nối trong thế giới thực

Ứng dụng hẹn hò Bumble là một trong những ứng dụng phổ biến nhất giúp người dùng tìm bạn bè trên mạng. Ngoài việc thiết lập một không gian mạng an toàn để mọi người gặp gỡ online, Bumble còn lấn sân sang xây dựng nơi để mọi người gặp gỡ và hòa nhập trong thế giới thực. Bumble tạo ra hệ thống Bumble Brew, bao gồm những sự kiện vui chơi và các không gian gặp gỡ ngoài đời cho tất cả các khách hàng của Bumble.

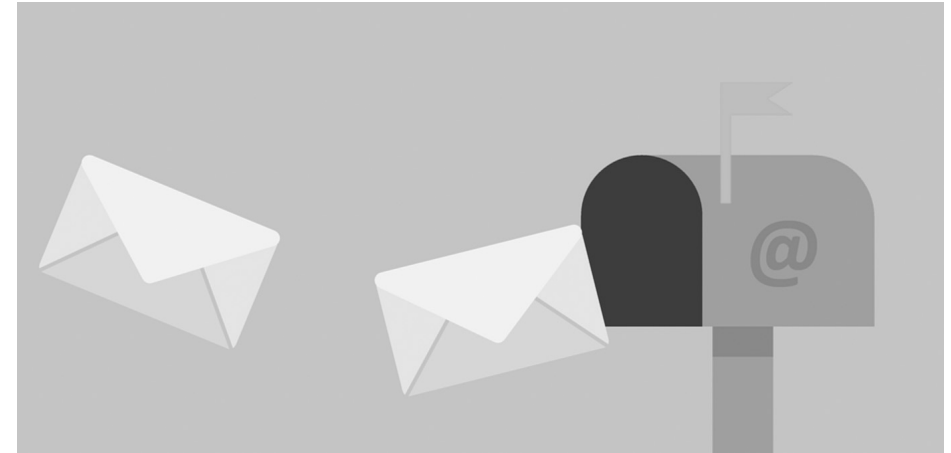
Công ty dự định sẽ mở ra một số quán cà phê ở trung tâm thành phố New York.



21. BUMBLE BIZZ - Ứng dụng kết nối bạn với các chuyên gia trong khu vực để học hỏi

Mạng lưới quan hệ là một phần quan trọng trong kinh doanh nói riêng và phương hướng nghề nghiệp nói chung. Thế nhưng nhiều bạn trẻ còn rụt rè tiếp cận nó. Vấn đề này được Bumble nhận thấy và giải quyết với phương thức giao tiếp qua ứng dụng online - thứ thanh niên ngày nay rất ưa chuộng và hiểu rõ.

Bumble áp dụng tính năng của các ứng dụng hẹn hò theo cách hoàn toàn mới: giúp người dùng mở rộng mạng lưới quan hệ mang tính chuyên nghiệp của mình bằng cách tìm cố vấn, đồng nghiệp, và thậm chí là các nhà tuyển dụng. Thay vì một hồ sơ hẹn hò, ứng dụng cho phép người dùng tạo một hồ sơ công việc chuyên nghiệp, bao gồm kinh nghiệm, công việc hiện tại, học vấn v.v. Những thông tin này được Bumble sử dụng để tìm các chuyên gia trong cùng lĩnh vực ở gần khu bạn ở để hai bên có thể trò chuyện, tìm hiểu và hỗ trợ lẫn nhau trên con đường phát triển sự nghiệp.

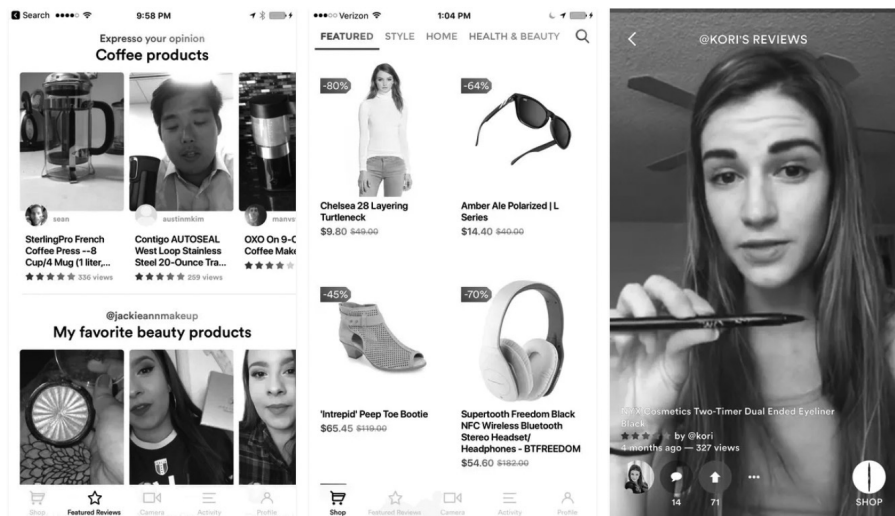


22. CAMPAIGN MONITOR - Ứng dụng giúp dễ dàng tạo, chia sẻ và đo lường kết quả của các chiến dịch tiếp thị qua email

Campaign Monitor là một ứng dụng giúp các công ty vừa và nhỏ quản lý chiến lược tiếp thị qua email của họ. Vào năm 2014, công ty này xuất hiện trên hàng loạt tờ báo lớn ở Úc nhờ số tiền tài trợ lên tới hơn 250 triệu đô la. Để đạt được thành công này, Campaign Monitor đã trải qua một thập kỷ nỗ lực không ngừng, nhằm đạt được mức độ hài lòng lên tới 98% trên tổng số 2 triệu khách hàng sử dụng.

Những đặc tính khiến Campaign Monitor được nhiều tập đoàn tin dùng bao gồm:

- (1) Dễ sử dụng: khách hàng chỉ cần các thao tác kéo thả đơn giản, hoàn toàn không cần lập trình.
- (2) Khách hàng được toàn quyền tùy chỉnh các thiết kế với độ phân giải cao, có mọi loại font và bảng màu phù hợp với hình ảnh công ty.
- (3) Tương tác tốt trên điện thoại, dù mở mail bằng thiết bị nào thì khách hàng cũng xem được phiên bản tốt nhất.
- (4) Giao diện quản lý thông tin cho nhân viên marketing của công ty khách hàng, giúp đảm bảo mọi thông tin được cập nhật nhất quán.



23. CARTCAM - Khuyến khích người dùng đăng video đánh giá sản phẩm để lấy giảm giá đến 30%

Đánh giá của người dùng online là vô cùng quan trọng đối với các công ty trong lĩnh vực bán lẻ. Đặc biệt trong những năm gần đây, đánh giá bằng video trở thành một công cụ bán hàng cực kỳ tốt: khi xem video, tỉ lệ người mua có thể tăng từ 64% đến 85%. Mặc dù đánh giá sản phẩm bằng video có lợi ích cao, các công ty bán hàng thường gặp khó khăn thu thập những video này.

Cartcam là một ứng dụng giúp cho công ty thu thập video đánh giá sản phẩm của họ, và giúp người dùng có cơ hội nhận được những ưu đãi từ việc quay video đánh giá sản phẩm. Đây là một giải pháp hoàn hảo cho cả công ty bán hàng và người mua hàng.

Với những người dùng có khả năng làm video, Cartcam có thể đề nghị giảm giá đến 30% nếu họ đồng ý quay đánh giá sản phẩm sau khi mua. Vì số lượng người mua sắm khá cao, các công ty bán lẻ chỉ cần một vài người bỏ ra vài phút để quay video là có thể mang lại lợi nhuận cực lớn. Đặc biệt hơn nữa, Cartcam không chỉ chấp nhận đánh giá tích cực mà còn nhận những lời phê bình, đánh giá tiêu cực. Điều này giúp cho các video làm ra trở nên đáng tin cậy hơn.



24. CAZOO - Loại bỏ các rắc rối khi mua xe đã qua sử dụng

Cazoo đặt mục tiêu thay đổi cách người tiêu dùng ở Anh mua xe đã qua sử dụng và giúp người mua xóa bỏ mọi lo lắng khi lựa chọn một chiếc xe cũ. Nhân viên Cazoo sẽ thay mặt người mua đi khắp nơi bất kể xa gần để thẩm định xe, trực tiếp mặc cả và thỏa hiệp giá để có được một trải nghiệm mua xe thuận lợi nhất cho khách hàng. Cazoo còn cung cấp dịch vụ giao xe tận nhà với bảo đảm không có chi phí phát sinh.

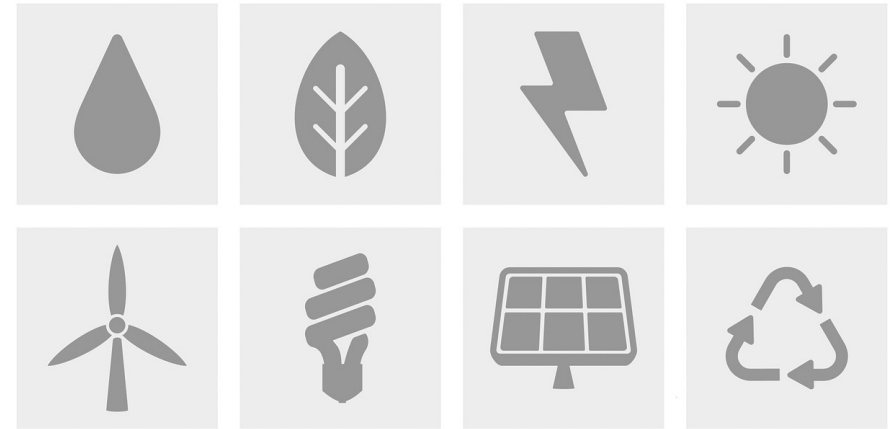
Mỗi chiếc xe bán ra thông qua Cazoo có quy trình giám sát chặt chẽ, với 7 ngày hoàn trả và 12 tháng bảo hành miễn phí ngoài các gói hỗ trợ đường trường. Công ty hoàn toàn không dính líu đến các đại lí và người môi giới, vì thế mà khách hàng nhận được sản phẩm với món hời lớn và mẫu mã đa dạng.

Để thanh toán với Cazoo, khách hàng có thể chọn nhiều phương thức khác nhau tùy nhu cầu, từ mua trực tiếp cho đến các gói cho thuê, hỗ trợ vay, v.v.



25. CITISTASHER - Dịch vụ gửi hành lý đảm bảo tại các cửa hàng và khách sạn

Nếu bạn hay đi du lịch đây đó, bạn sẽ hiểu nỗi khổ khi phải xách mở hành lý cồng kềnh khắp phố phường. CityStasher muốn giải quyết vấn đề này bằng cách cung cấp cho bạn những nơi kí gửi hành lý đảm bảo, ví dụ như khách sạn hay cửa hàng địa phương, với giá 6 bảng Anh / ngày. Trang web TechCrunch gọi ứng dụng này là "AirBnB cho hành lý", với lượt sử dụng lên đến hơn 1 triệu người.



26. COGO - Kết nối người mua hàng với những doanh nghiệp có các tiêu chí đạo đức trong kinh doanh phù hợp

"Cogo" - viết tắt của Connecting Good (Kết nối tốt đẹp) là một ứng dụng giúp người mua tìm được những doanh nghiệp có cùng tiêu chuẩn đạo đức trong kinh doanh. Ứng dụng cho phép khách hàng lựa chọn những tiêu chí quan trọng nhất với họ như giảm thiểu rác thải, tham gia vào kiến tạo cộng đồng hoặc ủng hộ các sản phẩm địa phương. Cogo sau đó sẽ cho người dùng xem danh sách những doanh nghiệp có cùng những tiêu chí này. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng có thể cập nhật trên hệ thống những giá trị đạo đức kinh doanh và điểm thu hút khách hàng nhất của họ là gì.

Một ví dụ: nếu bạn chọn tiêu chí giảm rác thải, Cogo sẽ đưa cho bạn danh sách những công ty tích cực giảm rác thải trong quá trình sản xuất và vận chuyển hàng hoá.

Các ứng dụng như Cogo đóng vai trò thiết yếu trong việc gắn kết người tiêu dùng với những doanh nghiệp có mục tiêu đóng góp bảo vệ xã hội và môi trường. Kết quả là để thu hút khách hàng, một số nhà bán lẻ đã bắt đầu chủ động giảm chất thải, bao bì nhựa, cung cấp các sản phẩm không có nguồn gốc thực vật quý hiếm và không độc hại.



27. COISOF - Những cây kem ăn ảnh và trang trí tuyệt đẹp, đáng được lên Instagram!

Coisof là một cửa hàng kem Nhật Bản bán một loại đặc sản - kem mềm vị vùng. Tuy món tráng miệng này theo truyền thống thì chỉ có màu đen, trắng và hỗn hợp của hai màu này, Coisof thêm những viên bánh gạo mochi màu cầu vồng. Hơn thế nữa, họ còn thêm độ giòn cho món tráng miệng mềm bằng những món đồ trang trí đầy màu sắc, dễ thương đến mức khách hàng liên tục chụp ảnh chia sẻ sản phẩm trên mạng xã hội.

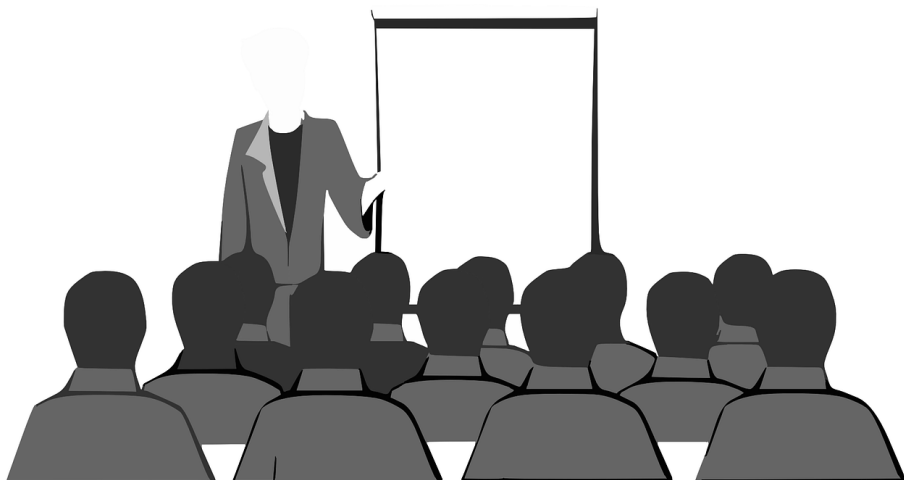
Các nhà sáng tạo ẩm thực trên khắp thế giới ngày nay tập trung nhiều vào tính thẩm mỹ hơn là hương vị, nhằm mục đích thu hút sự chú ý của cộng đồng mạng, đặc biệt là những người sử dụng Instagram. Các nhà hàng và nơi ăn uống nhận ra thực khách rất có nhu cầu chia sẻ những món ăn, đồ uống mới lạ mà họ thấy với bạn bè, người thân. Điều này có nghĩa càng ngày sẽ có rất nhiều món ăn được trình bày dị thường, màu mè hoặc phối hợp đầy ngẫu hứng.



28. CORONA - Mua bia bằng chai nhựa

Dùng tiền để mua bia là quá đổi bình thường. Nhằm hưởng ứng tuần lễ quốc tế đại dương và ủng hộ phong trào bảo vệ môi trường biển, năm 2017, công ty Corona và Parley sáng tạo ra chương trình thanh toán tiền bia bằng nhựa. Với các máy tái chế đặt tại những cửa hàng bán lẻ và quán bar, Corona cho phép đổi chai nhựa lấy các lon bia độc đến từ các quốc gia như Mexico, Brazil, Ý, Tây Ban Nha và Colombia.

Chương trình thanh toán tiền bia bằng nhựa đánh dấu mở đầu chuỗi chiến dịch bảo vệ môi trường đến từ sự hợp tác lâu năm giữa công ty bia Corona và Parley. Mỗi lon bia phiên bản giới hạn của Parley được bán ra cũng góp 1 phần tiền vào việc làm sạch một mét vuông bờ biển địa phương nơi bán chai bia đó.



29. COURSEBASE - Ứng dụng web giúp đào tạo và quản lý nhân viên

Coursebase cung cấp ứng dụng quản lý tất cả các loại hình đào tạo cho nhân viên và doanh nghiệp. Nếu bạn là quản trị viên (admin) của công ty, bạn có thể dễ dàng đăng ký tạo khóa học, chấm điểm bài tập, đặt nhắc nhở ngày giờ khóa học qua email, tạo bài khảo sát và báo cáo cho hàng trăm khóa đào tạo trực tuyến và tại chỗ cho nhân viên công ty bạn.

Coursebase có đầy đủ các loại nội dung đào tạo có sẵn được cung cấp bởi các cơ quan giáo dục hàng đầu. Các khóa học này bao gồm huấn luyện nhân viên, đào tạo luật doanh nghiệp, cách đào tạo khách hàng về sản phẩm của công ty, và đào tạo các đối tác vận chuyển về kiến thức quản lý sản phẩm và giao dịch.



30. COUTMATICS - Thiết bị giảm rung cho vợt Tennis đồng thời cung cấp mẹo tập luyện cho người chơi

Công ty công nghệ Courtmatics đang giới thiệu một thiết bị giảm rung thông minh, có khả năng phân tích kỹ thuật và thể lực người dùng khi chơi thể thao. Công ty nhắm tới một phương pháp huấn luyện thông minh giúp người tập ở mọi cấp độ, kể cả vận động viên chuyên nghiệp, cải thiện kỹ năng. Được làm từ silicon, thiết bị này có trọng lượng nhẹ và không gây cản trở đến người chơi.

Thiết bị giảm rung có thể được gắn trên vợt tennis với kích cỡ khác nhau. Nó sẽ ghi lại dữ liệu chuyển động và cung cấp thông tin đa dạng về tốc độ, lực đánh, và hướng di chuyển của các đường đánh khác nhau như đánh thuận tay, trái tay, quay đầu, giao bóng. Mỗi thiết bị có giá 99 USD.



31. CRAVE INTERACTIVE - Trải nghiệm điện tử dành cho khách lưu trú tại khách sạn

Crave Interactive là nhà cung cấp hàng đầu cho máy tính bảng trong phòng khách sạn. Máy tính bảng của công ty giúp chăm sóc khách hàng ngay tại phòng, từ đặt đồ ăn, các phương tiện giải trí, đến các dịch vụ và tiện nghi khác. Công ty đáp ứng nhu cầu của các khách sạn ở mọi mức giá: từ nơi có tiện nghi hạn chế đến khu nghỉ dưỡng sang trọng.

Để phục vụ khách hàng muốn nói chuyện trực tiếp với nhân viên, máy tính bảng của Crave Interactive còn có tích hợp nền tảng video chat với nhiều ngôn ngữ khác nhau. Dịch vụ video này không chỉ giúp khách trò chuyện với nhân viên khách sạn qua cuộc gọi video từ phòng riêng của mình, mà còn từ các máy tính bảng đặt tại sảnh khách sạn, hoặc từ điện thoại cá nhân.



32. CULTURE TRIP - Truyền cảm hứng cho mọi người khám phá văn hóa trên toàn thế giới

Culture Trip làm việc với khoảng 300 cộng tác viên trên toàn cầu. Những cộng tác viên này viết những câu chuyện hay, nhẹ nhàng sâu lắng, hoặc chụp ảnh và làm video kể lại câu chuyện của văn hóa địa phương nơi họ sinh sống. Các câu chuyện này thường không dính dáng đến chính trị và thời sự, và chủ yếu xoay quanh phong tục tập quán và những trải nghiệm khác.

Tính đến nay, đã có khoảng 75.000 bài viết được đăng với tỷ lệ đăng hiện tại là 3.000 bài viết mỗi tháng.



33. DAILYPAY - Đổi mới quy trình nhận và trả lương bằng cách cho phép nhân viên lựa chọn thời gian nhận lương thường

DailyPay giúp các công ty cho phép nhân viên kiểm soát thời gian nhận lương. Thay vì nhận lương hàng tháng, nhân viên có thể nhận lương ngay lập tức sau mỗi giờ làm việc, sau khi trả một chi phí chuyển tiền thấp. Nhờ sự linh hoạt về tài chính cho nhân viên, các công ty sử dụng dịch vụ này có thể giữ chân nhân tài tốt hơn khi nhân viên hài lòng hơn với cách nhận lương linh động.

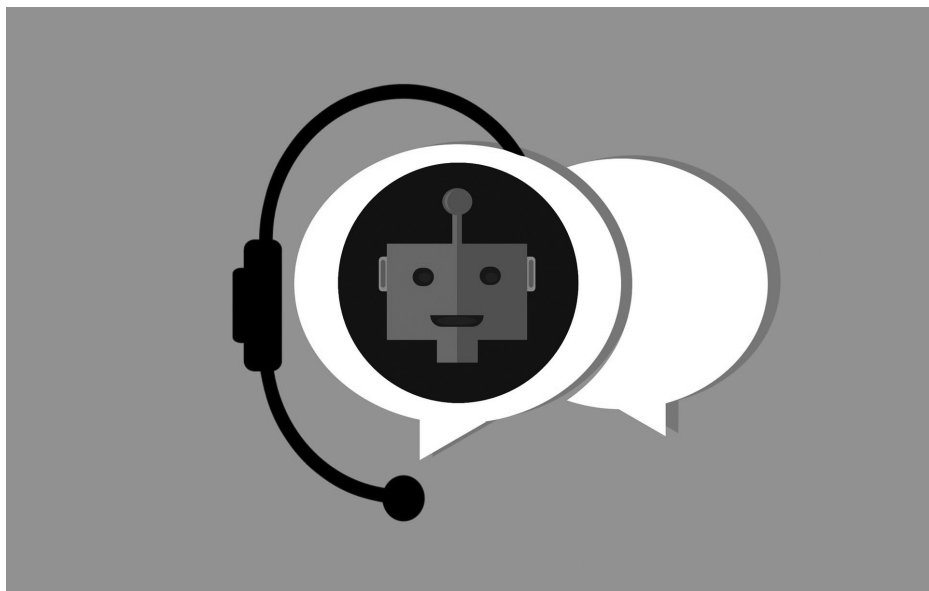
Được thành lập vào năm 2015 bởi Jason Lee và Robert Law, DailyPay hiện có tổng kinh phí tới 22,8 triệu đô la.



34. DEBUT - Kết nối nhà tuyển dụng với những sinh viên vừa tốt nghiệp, đảm bảo nguồn nhân lực đa dạng, chất lượng cao và tài năng.

Tìm việc ngay sau khi ra trường có thể rất khó khăn và đầy thách thức cho sinh viên vừa tốt nghiệp. Hơn thế nữa, đây cũng là vấn đề cho nhiều công ty tuyển dụng với ngân sách eo hẹp. Debut là một nền tảng tuyển dụng giúp đơn giản hóa việc tuyển dụng sinh viên mới ra trường. Ứng dụng cho phép nhà tuyển dụng tiếp cận tất cả các trường đại học trên khắp Vương quốc Anh, kết nối với các ứng viên tương thích chỉ trong vài giây.

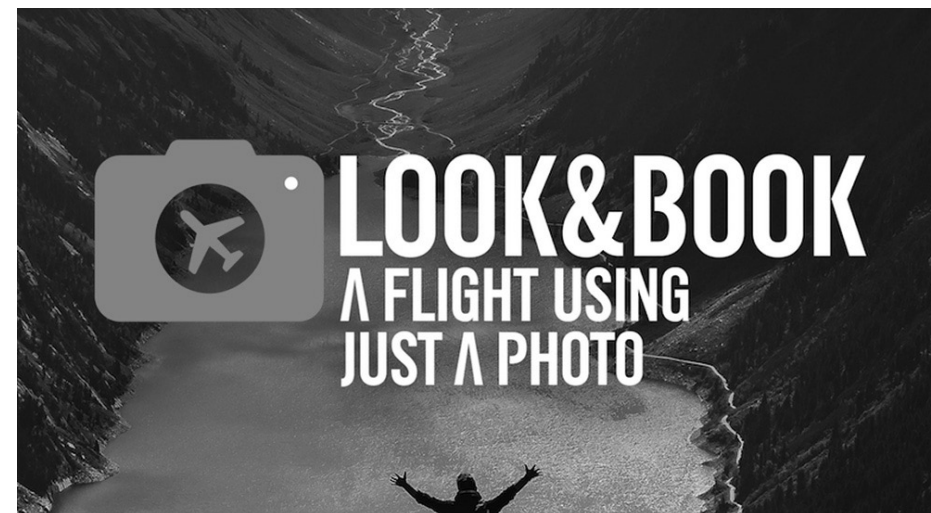
Debut tổng hợp hơn 150.000 hồ sơ sinh viên cho phép nhà tuyển dụng truy cập vào những nhóm ứng viên tiềm năng. Cơ sở dữ liệu dồi dào này cũng giúp các công ty thu hút nhân sự mới tốt nghiệp bằng các chiến dịch tuyển truyền hiệu quả và công bằng. Về phía sinh viên, Debut loại bỏ các quá trình ứng tuyển phức tạp bằng cách gửi cơ hội cho họ thông qua Talent Spots, cũng như giới thiệu họ với các công ty và cơ hội mới. Ngoài ra, sinh viên có thể sử dụng tính năng 'Instant Application', gửi đơn xin việc bằng một cú click chuột, giúp giảm bớt thời gian điền đơn đăng ký giống nhau cho thí sinh.



35. DRIFT - Trợ lý bán hàng tự động

Các chatbot tự động của Drift nhằm đến giải quyết vấn đề giao tiếp giữa các công ty với khách hàng tiềm năng, và bảo đảm các doanh nghiệp không mất đi khách hàng vì không có ai nhắc máy hoặc trả lời email khách hàng. Những chatbot tự động này sẽ xuất hiện khi khách hàng trong website, trả lời câu hỏi và giúp rút ngắn thời gian bán hàng tới 63%. Khách hàng có thể tạo ra chatbot mà không cần khả năng lập trình, và tùy chỉnh cuộc nói chuyện theo một kịch bản riêng.

Với 90 triệu đô la trong tay sau vòng tài trợ gần đây, Drift có kế hoạch mở rộng ra quốc tế và phát triển tính năng mới về phục vụ khách hàng qua cuộc gọi video.



36. LOOK & BOOK - Ứng dụng giúp nhận dạng và đặt địa điểm du lịch chỉ bằng một bức ảnh

Ứng dụng Look & Book (xem và đặt), được phát triển bởi hãng hàng không Easyjet, cho phép người dùng đặt chuyến bay chỉ bằng một bức ảnh, ngay cả khi họ không biết bức ảnh chụp ở thành phố nào. Ứng dụng sử dụng công nghệ nhận dạng hình ảnh để xác định vị trí trong ảnh hoặc trên các bài viết ở Instagram. Sau khi tìm ra địa điểm giống trong ảnh, Look & Book sẽ tự động điền đơn đặt vé máy bay chi tiết tới điểm đến đó. Đối với du khách độ tuổi 18-33, cách lựa chọn điểm du lịch này đang trở nên rất phổ biến.

Ý tưởng của ứng dụng được phát triển dựa trên sự phổ biến ngày càng tăng của công cụ tìm kiếm bằng ảnh, một thị trường trị giá tới 60 triệu USD mỗi năm. Theo dữ liệu nghiên cứu, hơn 60% người tiêu dùng thuộc thế hệ Z đang có nhu cầu cao cho tìm kiếm trực quan - đồng nghĩa với việc công nghệ tìm kiếm bằng hình ảnh rất có đất phát triển.

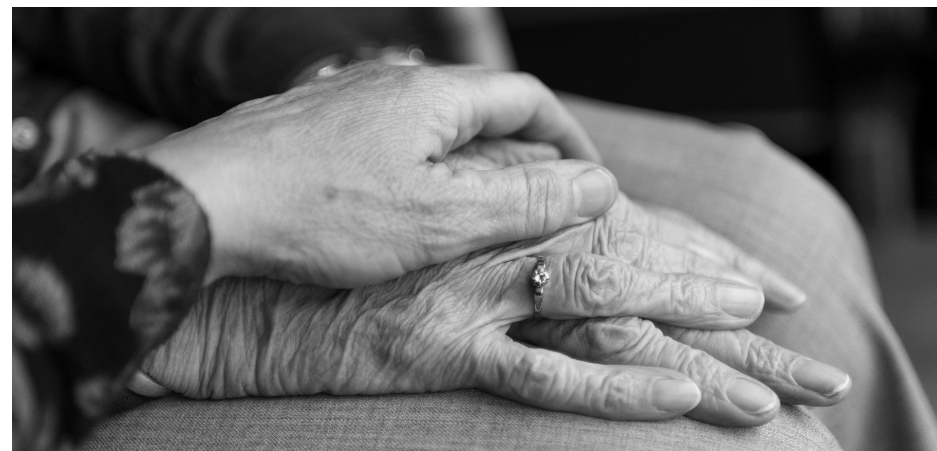


37. EFFIE - Robot ủi đồ giúp giảm thời gian là ủi và tiết kiệm điện

Effie là một robot ủi đồ nhỏ có bánh xe, có thể ủi tới 12 món đồ cùng một lúc. Người dùng chỉ cần treo quần áo vào bên trong, đóng cửa lại và máy sẽ loại bỏ các nếp nhăn trên quần áo trong 3 phút/ món đồ. Cho những món đồ vải dễ cháy, Effie sử dụng hơi nước để tránh làm cháy vải như khi sử dụng bàn ủi.

Nhờ có bánh xe, người dùng có thể di chuyển robot dễ dàng quanh nhà. Để cho máy hoạt động, bạn chỉ cần đổ đầy nước vào chai đựng nước và treo đồ vào trong buồng ủi. Effie còn có một ứng dụng tích hợp với robot để theo dõi thời gian là ủi và thông báo khi quá trình ủi sắp kết thúc. Nếu cần, người dùng còn có thể đặt mua thêm móc treo và túi thơm cho quần áo.

Effie hiện đang chờ cấp bằng sáng chế và sẽ giao đợt hàng đầu tiên vào năm 2020.



38. ELDER TECHNOLOGIES - Dịch vụ lựa chọn người chăm sóc tại nhà phù hợp nhất cho mỗi gia đình có người cao tuổi

Trong quá khứ, người già thường được chuyển thẳng đến viện dưỡng lão. Tuy nhiên, Elder cung cấp một giải pháp thay thế, cho phép người cao tuổi tiếp tục cuộc sống tại nhà riêng của họ thay vì phải chia tay với người thân.

Ứng dụng Elder giúp các gia đình có người già kết nối và thuê người chăm sóc họ. Elder đảm bảo những người chăm sóc này được lựa chọn cẩn thận và có tính cách, sở thích phù hợp với người già mà họ sẽ chăm sóc. Điều này đảm bảo người chăm sóc cũng sẽ trở thành bạn đồng hành đáng tin cậy, và dịch vụ chăm sóc sẽ duy trì chất lượng cuộc sống của người cao tuổi.

Những người chăm sóc của Elder được đào tạo để dọn đến ở cùng gia đình người cần chăm sóc nếu cần thiết, cung cấp dịch vụ toàn thời gian, đồng thời mang lại sự an tâm cho cả gia đình và đảm bảo rằng người già có thể sống cùng gia đình, nơi họ hạnh phúc nhất.

Elder hiện đang hoạt động tại hơn 300 thị trấn và thành phố tại Anh. Khác với các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc khác, Elder đảm bảo người chăm sóc được kết nối với gia đình có nhu cầu trong vòng 24 giờ, đáp ứng nhu cầu cấp bách của thị trường.

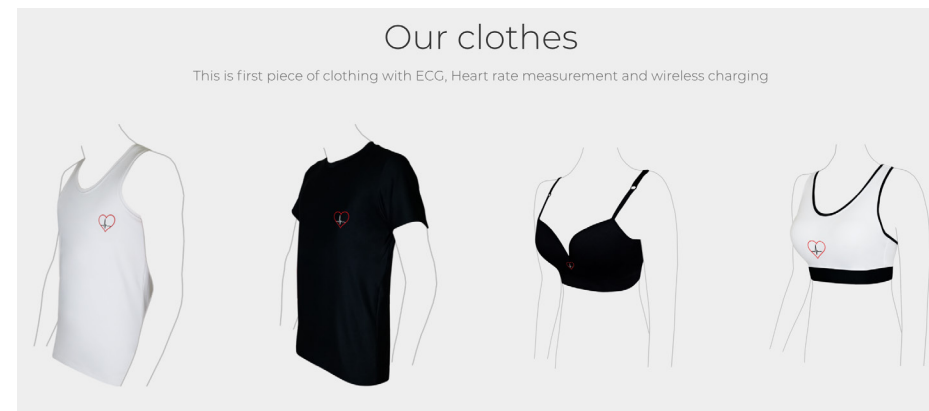


39. ELEMENT CAPSULE - Đồ chơi thực tế ảo giúp dạy về bản tuần hoàn hoá học

Element Capsule là một đồ chơi tương tác có hình viên nang / trứng giúp dạy những kiến thức cơ bản về hóa học. Mỗi viên nang đại diện cho một trong 118 nguyên tố hóa học, với thông tin về tên hóa học, số nguyên tử, trọng lượng và tính chất của nó. Viên nang cũng có màu sắc, hình dạng và biểu cảm khuôn mặt khác nhau làm cho chúng dễ nhớ hơn. Ví dụ như hidro có thể phản ứng với hầu hết các nguyên tố hóa học khác, nên viên nang được thiết kế có sừng và tóc đỏ rực.

Được thiết kế cùng với một ứng dụng thực tế ảo, người dùng còn có thể đặt điện thoại trước mỗi viên nang để xem thêm minh họa và chi tiết của từng nguyên tố. Các viên nang cũng có nam châm và nếu chúng được gắn với nhau qua đầu nam châm này, ứng dụng điện thoại sẽ phát ra video nói về cách chúng kết hợp với nhau để tạo ra một chất mới.

Element Capsule đã nhận giải thưởng thiết kế giáo dục có giá trao bởi Red Dot.

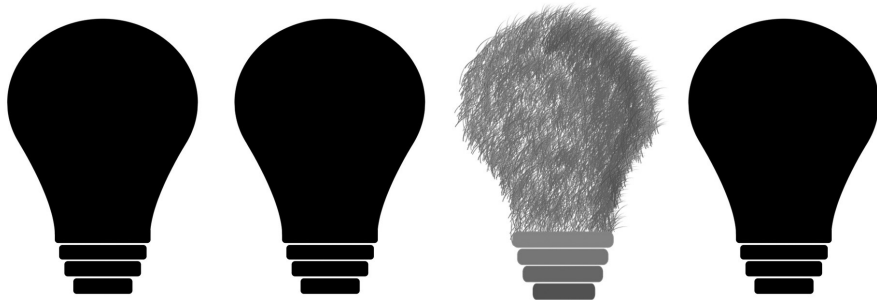


40. EMGLARE - Bộ quần áo thông minh giúp theo dõi nhịp tim của người mặc và cảnh báo bác sĩ khi có dấu hiệu bất thường

Nhịp tim thường là một trong những dấu hiệu sức khỏe quan trọng, và ngày càng được nhiều người quan tâm đo lường. Chính vì thế mà các công ty y học đang đặt trọng tâm nghiên cứu thiết bị theo dõi huyết áp và nhịp tim, nhịp thở dễ dàng hơn. Quan trọng hơn hết, việc kiểm soát nhịp tim cần phải thực hiện mọi lúc mọi nơi, kể cả khi bệnh nhân đang ngủ.

Công ty Emglare có một bước đột phá trong việc tạo ra quần áo thông minh với các máy cảm biến giúp theo dõi nhịp tim của người mặc nó. Các dòng quần áo hiện nay bao gồm áo ngực thông thường và áo ngực thể thao cho phụ nữ, cũng như áo lót và áo thể thao cho nam giới. Quần áo có thể được sạc điện dễ dàng mà không cần dây điện lằng nhằng.

Để nhận được báo cáo nhịp tim cũng như cảnh báo khi nhịp tim bất thường, người dùng phải kết nối với ứng dụng của Emglare để nhận dữ liệu. Ứng dụng hiển thị số liệu thống kê về sức khỏe tim mạch hàng ngày, hàng tuần và hiển thị trạng thái hiện tại của tim. Hơn nữa, ứng dụng sẽ gửi thông báo đến bạn, bác sĩ, gia đình hoặc bạn bè nếu phát hiện nhịp tim cao bất thường.



41. ENERIGIC - Ứng dụng sử dụng trò chơi và thử thách để khuyến khích mọi người bảo tồn năng lượng, khí đốt và nước

Công ty khởi nghiệp Enerigic của Pháp đã tạo ra một ứng dụng nhằm khuyến khích các trường học và doanh nghiệp giảm mức tiêu thụ năng lượng của họ. Sinh viên hoặc nhân viên của các công ty tham gia sẽ lập thành đội và kiếm điểm hoặc phần thưởng bằng cách chơi trò chơi và hoàn thành các thử thách như tiêu thụ ít điện, ga và nước hơn. Ứng dụng cũng thưởng cho người dùng nếu họ có ý tưởng hay để giảm năng lượng trong tiêu dùng hàng ngày.

Các đội tích cực và có điểm cao nhất sẽ nhận được giải thưởng như cây trồng trang trí trong phòng, hoặc bộ thiết bị văn phòng làm từ bìa cứng tái chế. Enerigic cũng có thể giám sát việc sử dụng năng lượng, khí đốt và nước của các tòa nhà và đưa ra các mẹo để giảm lượng tiêu thụ.

Công ty đã huy động được 500.000 Euro từ quỹ CA Nord de France và có kế hoạch sử dụng số tiền này để mở rộng quy mô đến các quốc gia khác vào năm 2020.

HEIGHT	5	ft	6	in
WEIGHT	100 lb			
AGE	34 years			

Continue

42. EYEFITU - Ứng dụng giúp người dùng lựa chọn kích cỡ quần áo chính xác khi shop quần áo ở các cửa hàng thời trang

Việc bán hàng thời trang, đặc biệt là bán trực tuyến, có một nhược điểm: kích cỡ quần áo được đánh số rất khác nhau. Cỡ lớn của một hãng thời trang có thể chỉ là cỡ trung bình của hãng khác.

EyeFitU là một ứng dụng được thiết kế để giải quyết vấn đề này. Người dùng tạo một hồ sơ trên ứng dụng bao gồm các chỉ số đo cơ thể và sở thích thời trang của họ. Nếu họ thích áo quần bó ép vào cơ thể, hoặc hơi phồng phình, họ có thể bao gồm những sở thích này trong hồ sơ. Sau đó, người dùng có thể xem và lựa chọn một số mẫu đồ ở các cửa hàng thời trang online như H & M và Bonobos, và dùng ứng dụng EyeFitU để xem đề xuất kích thước phù hợp với cơ thể của họ. Hơn thế nữa, EyeFitU còn có thể đề xuất các mặt hàng thời trang đẹp dựa trên các xu hướng mới nhất và sở thích của người dùng, giúp tiết kiệm thời gian mua sắm và thử đồ.

Ứng dụng này cũng có thể được sử dụng tại cửa hàng. Khi người dùng tìm thấy mặt hàng yêu thích, họ có thể lên ứng dụng tìm mẫu đồ đó và chọn kích thước phù hợp. Nhờ đó, người mua có thể bỏ qua được công đoạn vào phòng thử đồ nhiều lần để tìm được bộ đồ đúng kích cỡ. Công ty gần đây cũng ra mắt nền tảng B2B tích hợp với các cửa hàng trực tuyến, giúp các cửa hàng tham chiếu kích thước phổ biến và giảm tỷ lệ hoàn trả cũng như lượng hàng tồn kho.



43. FACECASE - Ốp lưng điện thoại tích hợp với túi giữ mỹ phẩm thiết yếu

Ốp điện thoại thông minh 'FaceCase' là món phụ kiện đa chức năng cho các tín đồ công nghệ vừa muốn bảo vệ điện thoại của mình, vừa muốn giữ mỹ phẩm thiết yếu trên tay để tiện sử dụng.

Được trang bị một hộp đựng kín đáo, ốp điện thoại thông minh cung cấp không gian rộng rãi đủ để giữ gọn một bộ son môi và phấn. Nắp đây hộp trang điểm còn có thể mở ra thành một chiếc gương cầm tay. Với chiếc ốp này, bạn không cần tay xách nách mang nhiều món linh kiện nữa, chỉ cần những món cần thiết nhất luôn sẵn sàng trong tầm tay, thuận tiện cho việc trang điểm trên đường đi. Hơn thế nữa, ngăn đựng đồ trang điểm cũng có thể mở rộng gấp đôi để dùng làm ngăn đựng thẻ tín dụng. Bạn không cần phải mang ví nữa nhé!

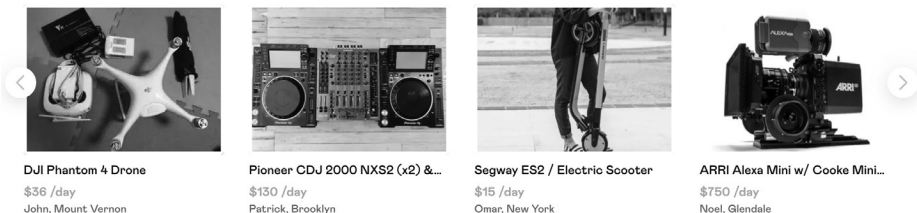


44. FANATICS - Giúp các đội tuyển thể thao sản xuất đồ lưu niệm có tên và logo của đội một cách nhanh chóng, đáp ứng kịp thời nhu cầu của fan

Nhờ có Fanatics, các đội thể thao chuyên nghiệp giờ đây có thể sản xuất nhanh chóng hàng lưu niệm có hình, tên, hoặc logo của đội, nhằm đáp ứng nhu cầu của người hâm mộ. Ngoài ra, Fanatics còn cung cấp một trang web mua sắm để người hâm mộ có thể truy cập được dù đang ngồi trên khán đài xem thể thao với sóng điện thoại yếu.

Nhờ có Fanatics, doanh số bán hàng của Giải Bóng bầu dục Quốc gia đã tăng 50% trong năm ngoái và công ty đã giành được hợp đồng với các câu lạc bộ bóng đá lớn của châu Âu và giải game Overwatch quốc tế.

Featured rental items



Earn up to \$3,000 a month renting out your stuff

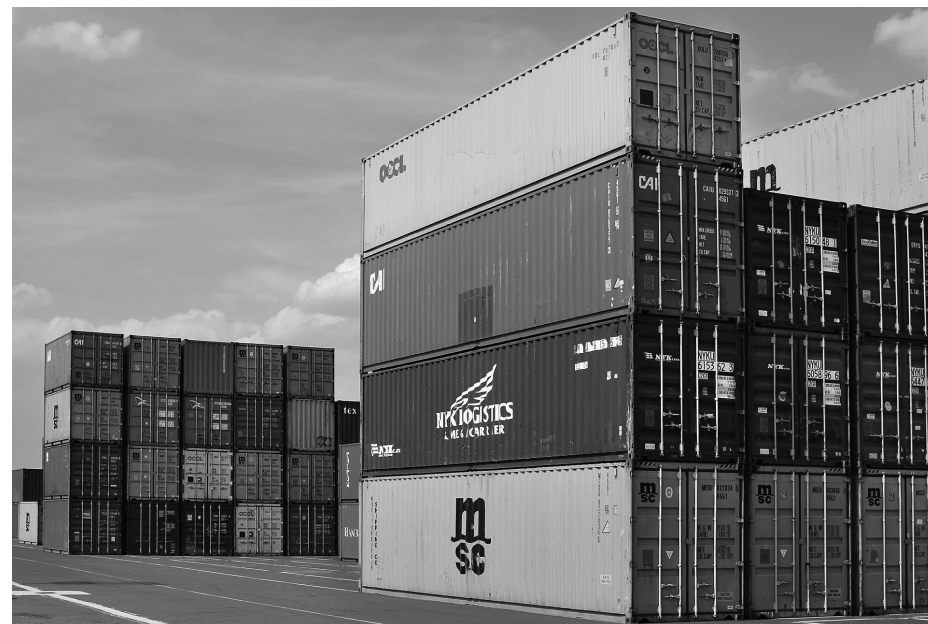
Join the thousands of lenders already earning money renting out their unused belongings.

45. FAT LLAMA - Ứng dụng cho phép người dùng thuê và cho thuê đồ đạc, giảm thiểu việc mua đồ mới không cần thiết

Theo Fat Llama, trong tương lai việc cho thuê sẽ được ưa chuộng hơn mua bán đồ mới. Start-up này cung cấp một nền tảng trực tuyến cho phép người dùng đăng tải các món đồ cho mượn, cho thuê, cũng như mua bán đồ đạc cũ của họ. Các mặt hàng trên Fat Llama vô cùng đa dạng, từ hiếm gặp như bàn xoay DJ cho tới thông dụng như các thiết bị quay phim chụp ảnh.

Fat Llama không chỉ cho phép khách hàng tiết kiệm tiền bằng cách thuê thay vì mua mới mà còn giúp giảm tối đa lượng hàng hóa không cần thiết, và nhờ đó giảm lượng carbon sinh ra từ quy trình sản xuất chúng. Nếu hình thức kinh doanh thân thiện với môi trường này chưa đủ để thuyết phục bạn tham gia, Fat Llama còn cung cấp mạng xã hội kết nối những người có cùng sở thích thông qua các món đồ giao dịch cho thuê của họ.

Để bảo vệ khách hàng tốt hơn, công ty còn cung cấp dịch vụ bảo hiểm cho vay để tất cả các mặt hàng có được bảo hiểm lên tới 25.000 bảng Anh. Đến nay Fat Llama đã thu hút vốn từ các nhà đầu tư cao cấp như Greylock Partners và Y Combinator, và hiện đang cần quét và chiếm lĩnh thị trường cho thuê công cụ và đồ cá nhân.



46. FLEXPOR - Ứng dụng giúp quản lý tất cả các khâu trong chuỗi cung ứng dễ dàng

Flexport dẫn đầu về số hóa việc vận chuyển và giao nhận hàng hóa, giúp các công ty dễ dàng theo dõi các gói hàng từ lúc bắt đầu vận chuyển cho đến lúc đến tay người nhận. Các số liệu có thể được quan sát trên ứng dụng web và bao gồm cả số liệu về số lượng hàng tồn kho, vị trí của gói hàng trong chu trình vận chuyển, số tiền trả thuế và hải quan, v.v.

Trong năm 2018, doanh thu của Flexport tăng gấp 3 lần và tổng giá trị của hàng hóa công ty vận chuyển cho hơn 15.000 công ty khách hàng lên tới 3,8 tỷ đô la.



47. FLICK ELECTRIC CO - Thay đổi thói quen sử dụng điện của người dùng bằng cách gửi báo cáo về lượng carbon và điện đã dùng tới khách hàng

Mặc dù nhiều người dân biết đến tầm quan trọng của phát triển bền vững và giảm thiểu mức thải carbon, ít người biết mỗi thiết bị điện trong gia đình thực sự tạo ra bao nhiêu carbon. Để giúp người dùng hiểu thêm về ảnh hưởng của việc tiêu thụ điện của gia đình mình đến môi trường, Flick Electric Co của New Zealand vừa ra mắt máy tính lượng carbon tiêu thụ. Khách hàng sử dụng dịch vụ điện của công ty có thể tự đánh giá xem bản thân có đang sử dụng năng lượng hiệu quả hay không dựa trên lượng khí carbon họ đang thải ra. Hơn thế nữa, cứ mỗi 30 phút, công ty sẽ tính toán mức năng lượng sử dụng trong ngày của hộ gia đình và cho phép khách hàng thanh toán tiền điện hàng tuần thay vì phải ước tính tiền điện cho mỗi tháng và trả theo công tơ mét.

Để sử dụng dịch vụ, người dùng cần lắp đặt đồng hồ đo điện thông minh trong nhà. Sau đó, họ có thể theo dõi trực tiếp giá điện trên ứng dụng điện thoại, và trước khi sử dụng bất kỳ thiết bị điện nào, họ có thể ước lượng số tiền điện cần trả với máy tính lượng carbon. Ví dụ: người dùng có thể tính toán số tiền điện khi chạy máy lạnh từ 1 giờ chiều đến 5 giờ chiều, dựa trên giá điện của ngày hôm đó.



48. FOODVISOR - Giúp người dùng ăn uống lành mạnh hơn bằng cách phân tích thông tin dinh dưỡng trong bữa ăn từ ảnh chụp của bữa ăn đó

Foodvisor là một ứng dụng đếm calorie mới giúp bạn theo dõi sức khỏe bằng cách xác định giá trị dinh dưỡng của mỗi bữa ăn qua ảnh chụp bữa ăn đó. Để sử dụng Foodvisor, trước tiên người dùng cần chụp ảnh bữa ăn bằng điện thoại. Sau đó ứng dụng nhận dạng thực phẩm Foodvisor sẽ xác định thành phần trong bữa ăn đó và đưa ra đề nghị lượng khẩu phần thích hợp, cũng như báo cáo phân tích dinh dưỡng chi tiết của bữa ăn đó. Người dùng cũng có thể quét mã vạch của thực phẩm hoặc nhập thông tin dinh dưỡng thủ công để tạo nhật ký thực phẩm, giúp theo dõi các mục tiêu dinh dưỡng của bạn.

Với một chi phí nhỏ, người dùng còn có thể nói chuyện trực tiếp với những chuyên gia về thức ăn và sức khỏe để được giúp đỡ lên kế hoạch ăn uống và thể dục tốt hơn.

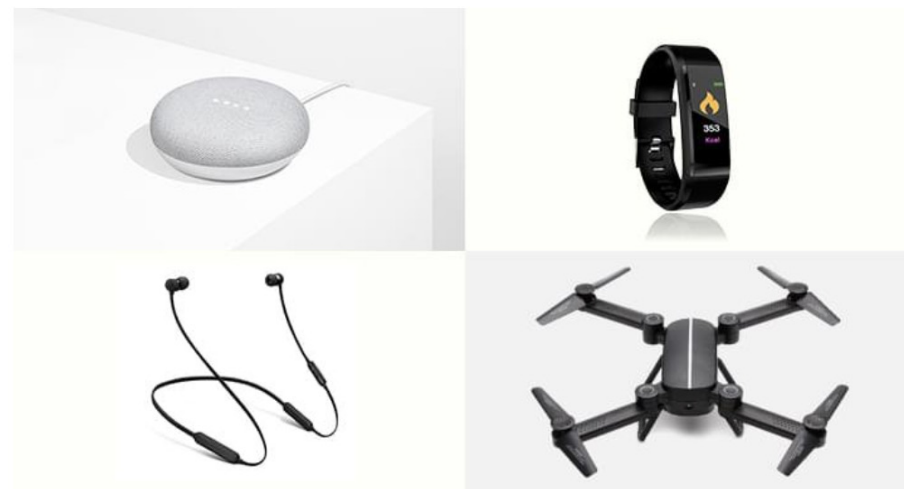
Ngoài việc theo dõi calorie từ thức ăn, Foodvisor còn giúp theo dõi calorie tiêu tốn khi vận động và tập thể dục qua nhật ký thể thao người dùng ghi lại, hoặc kết nối trực tiếp với Apple Health. Người dùng có thể đặt mục tiêu sức khỏe, vẽ biểu đồ cho phép họ theo dõi tiến trình và xây dựng chế độ chăm sóc sức khỏe cho riêng mình.



49. FUNDING OPTIONS - Giúp các hàng quán kinh doanh vừa và nhỏ tìm được nguồn hỗ trợ tài chính phù hợp.

Funding options là một trang web giúp các hàng quán kinh doanh vừa và nhỏ tìm kiếm hỗ trợ tài chính. Chỉ mất vài phút để trả lời một số câu hỏi đơn giản về khoản tiền bạn cần và cho mục đích gì, trang web sẽ sàng lọc những nơi cho vay tiền phù hợp.

Các loại hình cho vay và lãi suất sẽ dựa trên mục đích vay như vay để mua đất làm ăn, thuê văn phòng, mua dụng cụ kinh doanh, v.v.



50. GADGET DISCOVERY CLUB - Dịch vụ hộp quà bất ngờ gửi khách hàng những món hàng công nghệ hay mỗi tháng

Công nghệ ngày càng làm cho cuộc sống dễ dàng hơn với các giải pháp thông minh và thiết kế sáng tạo. Câu lạc bộ Gadget Discovery liên tục tìm kiếm những giải pháp công nghệ mới và gửi những sản phẩm này đến khách hàng vào mỗi tháng trong một hộp quà bất ngờ.

Những khách hàng đăng ký dịch vụ sẽ nhận được một hộp quà gửi đến tận nhà hàng tháng với các sản phẩm độc nhất được tạo ra bởi Gadget Discovery Club hoặc những nhãn hàng công nghệ lớn khác. Sản phẩm trong gói hàng khá đa dạng, từ sạc điện dành cho người du lịch, có thể sạc cùng lúc năm thiết bị, đến thiết bị Google Home để điều khiển mọi thứ trong nhà bạn.

Câu lạc bộ Discovery Discovery đã nhanh chóng trở thành dịch vụ gói hàng bất ngờ được săn đón nhiều nhất trong số các dịch vụ tương tự.



51. GLACELIS - Tạo món quà độc đáo có một không hai cho bạn bè và người thân, chỉ trong vài phút

Tìm kiếm những món quà độc đáo và mang tính cá nhân cho bạn bè và gia đình có thể là một thách thức lớn. Đó là lý do tại sao ứng dụng Glacelis được tạo ra.

Ứng dụng được phát triển bởi cặp bạn thân Chris Uzargetui và Sandy Santos để giúp người dùng chọn một món quà tặng được thiết kế theo ý muốn. Nó cho phép người dùng chọn một ảnh vẽ thiết kế sẵn trên trang web và chỉnh sửa màu sắc, thêm chữ minh họa. Ví dụ như từ một hình ảnh hai người bạn ngồi cạnh nhau, người dùng có thể chỉnh sửa mái tóc, tông màu da và trang phục, và thêm một vài dòng chữ tùy ý bên dưới. Sau khi chỉnh xong, hình sẽ được in trên các sản phẩm bao gồm poster, cốc, khăn, đồ tắm, v.v.

Ứng dụng Glacelis trở thành một nơi lý tưởng để tạo quà mừng tốt nghiệp, đám cưới, sinh nhật và nhiều ngày lễ khác. Glacelis cũng có thể gửi trực tiếp quà đến người nhận nếu bạn cần chuyển nhanh món quà vào phút cuối.



52. GLASSDOOR - Giúp người kiếm việc hiểu thêm về mức lương, cách làm việc, và chi tiết khác về các công ty tuyển dụng

Nhằm tăng tính minh bạch trong quá trình tuyển dụng, Glassdoor cung cấp hàng triệu danh sách công việc mới nhất kết hợp với đầy đủ dữ liệu đánh giá về công ty đang tuyển dụng, bảng xếp hạng của CEO công ty đó, thông tin lương cho các vị trí khác nhau, cũng như đánh giá về quá trình phỏng vấn, v.v. Không giống như các trang web tìm việc làm khác, tất cả các thông tin này được chia sẻ từ chính những người hiểu rõ nhất về công ty - các nhân viên và những người đã từng phỏng vấn ở công ty đó.

Nhờ có Glassdoor, những người tìm việc có nhiều thông tin hơn về công việc và công ty họ đang ứng tuyển để cân nhắc lựa chọn kỹ càng. Đây là lý do tại sao hàng ngàn nhà tuyển dụng chuyển sang dùng Glassdoor để tuyển các ứng viên chất lượng và có khả năng cam kết gắn bó lâu dài.



53. GOGRAM - Phần mềm giúp người dùng quản lý và tăng lượng người theo dõi trên Instagram

Instagram đang trên đà trở thành một trong những nơi quan trọng cho quảng cáo và tiếp thị. Tuy nhiên, việc quản lý các hoạt động tiếp thị trên ứng dụng này có thể tốn nhiều thời gian và đặt gánh nặng lên người làm marketing. Ví dụ như chỉ việc cập nhật ảnh thường xuyên, trả lời khách hàng, v.v. có thể cần nhiều giờ đồng hồ mỗi ngày.

GoGram được thiết kế với mục đích giúp các nhà quảng cáo marketing nâng cao hiệu suất của họ trên Instagram, và tiết kiệm thời gian quản lý bằng cách tự động hoá các công việc đơn giản. Ứng dụng cung cấp một loạt các tính năng từ tự động trả lời câu hỏi của người theo dõi đến gửi 'tin nhắn chào mừng' được cài đặt sẵn trong Instagram Direct, quảng bá các sản phẩm và chạy chiến dịch truyền thông. Người dùng thậm chí có thể lên lịch đăng Instagram story để duy trì sức hút cho trang.

Một tính năng quan trọng khác của GoGram là nó cho phép bạn phân tích những người theo dõi trang để giúp bạn đăng bài phù hợp với sở thích và thói quen của họ. Kết quả là bạn có thể biến lượng người theo dõi đơn thuần thành fan cuồng, và sau cùng là thành khách hàng trung thành cho sản phẩm của bạn.



54. GOODBOX - Giúp các tổ chức từ thiện sử dụng công nghệ thanh toán mới vào quy trình gây quỹ

Các nghiên cứu gần đây cho thấy những tổ chức từ thiện đang tụt hậu so với các doanh nghiệp khác trong việc áp dụng công nghệ thông tin và kỹ thuật số. Nhận ra sự lạc hậu công nghệ có tác động tiêu cực đến khả năng gây quỹ của nhiều tổ chức từ thiện, GoodBox đã cho ra đời nền tảng quyên góp từ thiện kết hợp với nhiều công nghệ mới.

Với Goodbox, các tổ chức từ thiện có thể sử dụng các hình thức thanh toán ngay tại chỗ hoặc online bằng thẻ tín dụng. Thời đại ngày nay khi hầu hết mọi người không còn mang theo tiền mặt bên mình, công nghệ trả tiền bằng thẻ giúp tăng số tiền thu gom được tới hơn 50%. Hơn thế nữa, các công cụ quét thẻ để góp tiền từ thiện của Goodbox được thiết kế cực kỳ đẹp, đơn giản, và gây thiện cảm cho người góp tiền từ thiện.



55. GOODLORD - Đơn giản hoá quá trình thuê nhà và giảm thiểu rắc rối cho cả người thuê và người cho thuê

Goodlord cung cấp dịch vụ quản lý việc cho thuê và thuê nhà một cách nhanh chóng. Những lợi ích của Goodlord bao gồm việc tự động hoá việc thoả thuận hợp đồng thuê nhà, chào hàng, ký hợp đồng điện tử, và thanh toán online. Ngoài ra, công ty còn cung cấp các dịch vụ cho người mới chuyển đến nhà mới thuê như gói internet, truyền hình cable, và gói trả tiền điện nước hàng tháng. Tất cả những dịch vụ này giúp tiết kiệm thời gian kiếm nhà thuê và di chuyển đến nơi ở mới.

Goodlord giúp các công ty bất động sản và cho thuê phòng cắt giảm chi phí, tăng doanh thu, tuân thủ luật thuê, và hơn nữa, cung cấp trải nghiệm khách hàng tốt hơn.



56. GOUSTO - Giỏ hàng với công thức nấu ăn và đầy đủ nguyên liệu để nấu một bữa ăn ngon cho gia đình bạn

Gousto là dịch vụ giao nguyên liệu nấu ăn tận nhà, giúp những người không có thời gian đi chợ có đầy đủ nguyên vật liệu để nấu một bữa ăn ngon lành. Dịch vụ của Gousto không giao đồ ăn nấu sẵn. Thay vào đó, giỏ hàng được gửi có đầy đủ đồ tươi để nấu một bữa ăn. Người dùng chỉ cần cung cấp thông tin về bữa ăn như số lượng người ăn, loại thức ăn mà bạn thích. Gousto sẽ cung cấp công thức nấu món ăn theo nhu cầu của bạn cùng tất cả nguyên liệu cần thiết trong giỏ hàng.

Gousto đã thu về gần 30 triệu USD cho đến nay, với doanh thu vẫn dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng.



57. GREATER CHANGE - Chiến dịch quyên góp từ thiện cho người vô gia cư để họ có thể chi trả cho khoá học kỹ năng kiếm việc, hoặc tiền thuê nhà trọ

Greater Change tìm cách khuyến khích mọi người giúp đỡ những người vô gia cư bằng nhiều cách ngoài đưa tiền trực tiếp cho họ. Người vô gia cư đăng ký tham gia Greater Change có thể sử dụng bí danh để bảo vệ danh tính của mình. Sau đó họ sẽ nhận được mã số QR mà người qua đường có thể quét để quyên góp số tiền tùy chọn. Số tiền này được gửi vào một tài khoản đặc biệt mà những người vô gia cư chỉ có thể sử dụng cho những mục đích như thuê nhà và đăng kí khóa học kỹ năng việc làm, thay vì trao cho họ toàn quyền sử dụng tiền mặt.

Việc sử dụng mã số QR cũng giúp tăng lượng tiền quyên góp vì thời nay, hầu hết mọi người đều không mang tiền mặt bên mình, nhưng lại có thể tin dụng hoặc điện thoại thể quét mã số.

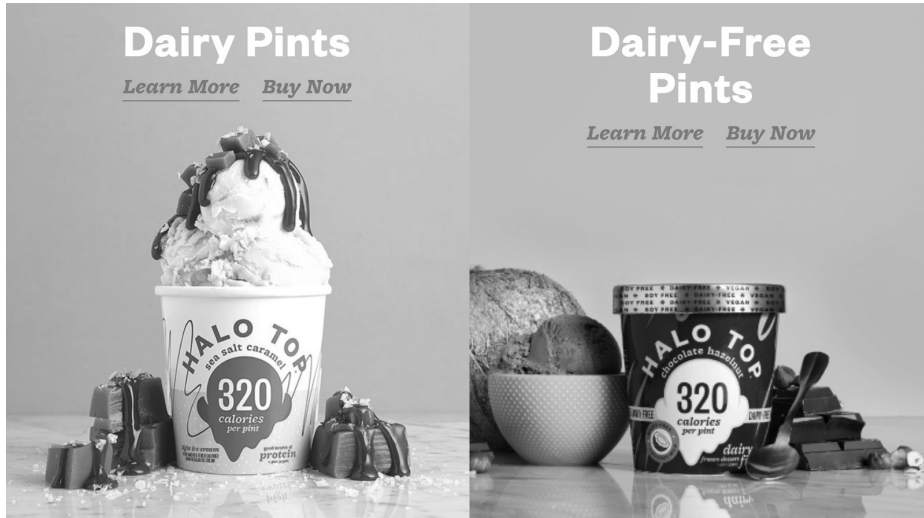


58. GUURU - Ứng dụng giúp người tiêu dùng trở thành đại sứ thương hiệu

Guuru giúp các công ty tìm kiếm chính khách hàng của họ để trả lời câu hỏi của khách hàng tiềm năng. Để tham gia Guuru, khách hàng có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm của một thương hiệu nào đó có thể đăng ký trên ứng dụng để trở thành đại sứ của thương hiệu đó. Những đại sứ này sẽ được kết nối thẳng với khách hàng tiềm năng và trả lời câu hỏi của họ thông qua chat trực tiếp trên website của công ty. Thông thường, ứng dụng sẽ kết nối đại sứ có kinh nghiệm liên quan đến câu hỏi của khách hàng mới. Các 'đại sứ' này sau đó sẽ được trả công dựa trên đánh giá của khách hàng.

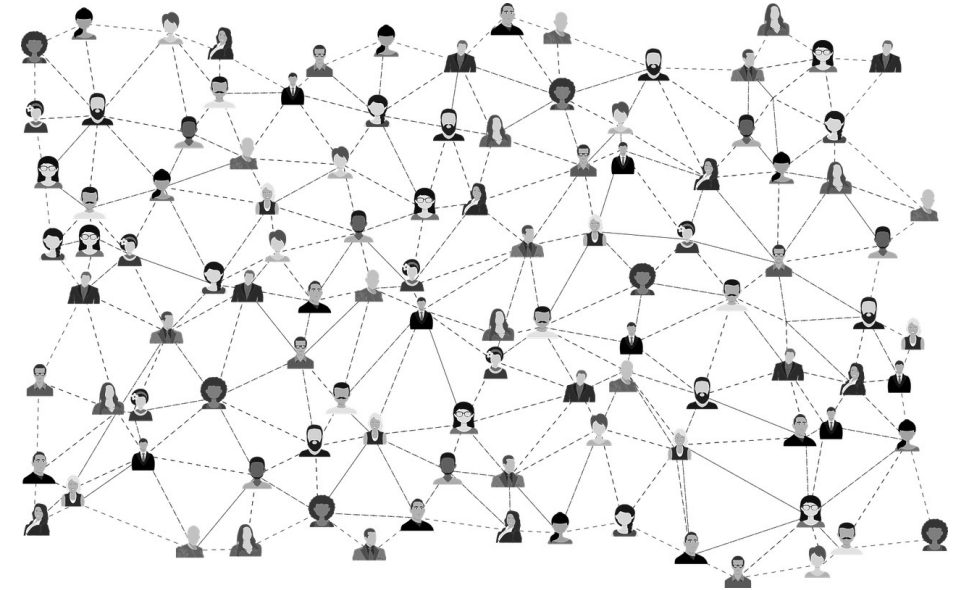
Các công ty sử dụng Guuru có thể theo dõi mọi cuộc trò chuyện, xem dữ liệu tổng hợp và tải xuống các báo cáo. Vì các công ty chỉ cần trả tiền cho mỗi cuộc trò chuyện mà câu hỏi được trả lời thấu đáo, Guuru giúp họ không phải tốn tiền thuê nhân viên thường trực để trả lời câu hỏi và giảm chi phí hỗ trợ khách hàng. Hơn thế nữa, những đại sứ tiềm năng sẽ qua giai đoạn kiểm tra trước khi hoạt động chính thức, và những người có xếp hạng tốt hơn sẽ được ưu tiên, giúp đảm bảo chất lượng của dịch vụ.

Về phía các đại sứ, họ có thể được thưởng bằng tiền mặt, điểm, hoặc nhận ưu đãi sản phẩm của công ty. Khi trả lời câu hỏi, họ không cần theo các kịch bản bán hàng mà có thể trả lời dựa trên kinh nghiệm cá nhân. Do đó lời khuyên của họ thường chân thực và đáng tin cậy hơn.



59. HALO TOP CREAMERY - Hộp kem chỉ 380 kCal

Năm 2018, Halo Top làm náo loạn các đối thủ bán kem lâu đời như Ben & Jerry's khi họ cho ra đời loại kem bán chạy nhất trong các cửa hàng tạp hóa Mỹ. Công ty tạo ra những vị kem cực ngon nhưng lại ít đường và chỉ có 380 kCal mỗi hộp, thấp hơn đến 3, 4 lần so với các hộp kem khác. Doanh thu hiện tại của Halo Top đạt tới hơn 350 triệu đô la hàng năm.



60. HELLOFRIEND - Mạng xã hội khuyến khích người dùng tương tác ngoài đời thực bằng cách tham gia hoặc tổ chức các hoạt động gặp gỡ

Với xu hướng các mạng xã hội như Facebook và Instagram quan tâm nhiều hơn tới việc bán dữ liệu người dùng và quảng cáo thay vì khuyến khích tương tác người dùng, HelloFriend ra đời với mục tiêu thay đổi xu hướng này. Mạng xã hội Hello Friend giúp mọi người kết nối với bạn bè không chỉ trên mạng internet mà còn ngoài cuộc sống thực. Người dùng HelloFriend có thể đóng vai trò là 'chủ nhà' tổ chức các sự kiện nho nhỏ từ cà phê đến buổi tụ tập xem phim, tiệc tại nhà hoặc tham quan thành phố.

Các chủ nhà / người tổ chức sự kiện này sẽ thu một khoản phí cho mỗi người tham gia vào hoạt động, để chi trả cho các kinh phí tổ chức như mua vé, mua thức ăn nước uống, v.v. HelloFriend sẽ giữ lại 10% phí này. Người tham gia thanh toán bằng cách sử dụng đồng tiền điện tử của mạng HelloFriend. Loại tiền điện tử này có tính bảo mật cao vì được tạo ra trên công nghệ blockchain, và có thể được chuyển đổi dễ dàng sang tiền mặt.



61. HONEYFI - Ứng dụng khuyến khích các cặp vợ chồng bàn tính chi tiêu và kế hoạch tài chính gia đình

Một vấn đề thường trực của những mối quan hệ lâu năm là chia sẻ tài chính: Có cần lập tài khoản chung không? Làm thế nào để điều chỉnh hành vi chi tiêu và đạt được mục tiêu tiết kiệm? Những vấn đề này có khả năng cao dẫn đến xung đột giữa các cặp vợ chồng. Ứng dụng Honeyfi được tạo ra với mục đích giúp ngăn chặn các vấn đề mâu thuẫn tài chính trước khi nó xảy ra.

Thay vì một tài khoản chung, Honeyfi cho phép tổng hợp thông tin tài chính từ các tài khoản ngân hàng và thẻ tín dụng khác nhau của cả hai vợ chồng hoặc cặp đôi. Honeyfi cũng cung cấp các công cụ theo dõi ngân sách và báo cáo tổng thể để quản lý chung các nguồn thu nhập và chi tiêu. Cặp vợ chồng có thể đặt các mục tiêu cùng nhau như tiết kiệm \$1000 / tháng, hoặc tiêu không quá \$500 / tháng cho thức ăn, v.v. Honeyfi sau đó sẽ theo dõi tiến trình, khuyến khích cặp đôi nói chuyện với nhau nếu mục tiêu có nguy cơ không đạt được.

Honeyfi có một sức hấp dẫn độc đáo vì nó củng cố hạnh phúc gia đình bằng cách khuyến khích sự minh bạch, hợp tác, và tâm sự thẳng thắn về tài chính.



62. HONG KONG AIRLINES - Hợp tác với các nghệ sĩ để tạo ra những gói quà cho du khách với thiết kế tôn danh truyền thống & phong tục địa phương

Hong Kong Airlines hiện cung cấp các bộ dụng cụ và gói quà đầy tính nghệ thuật cho các khách hàng hạng thương gia. Những bộ dụng cụ này hưởng ứng loạt phim mới tôn vinh văn hóa của Hồng Kông, và được thiết kế bởi các nghệ sĩ bản địa như người sáng lập công ty đồ chơi địa phương TinBot, nghệ sĩ xăm hình Lily Cash và họa sĩ minh họa Jane Lee.

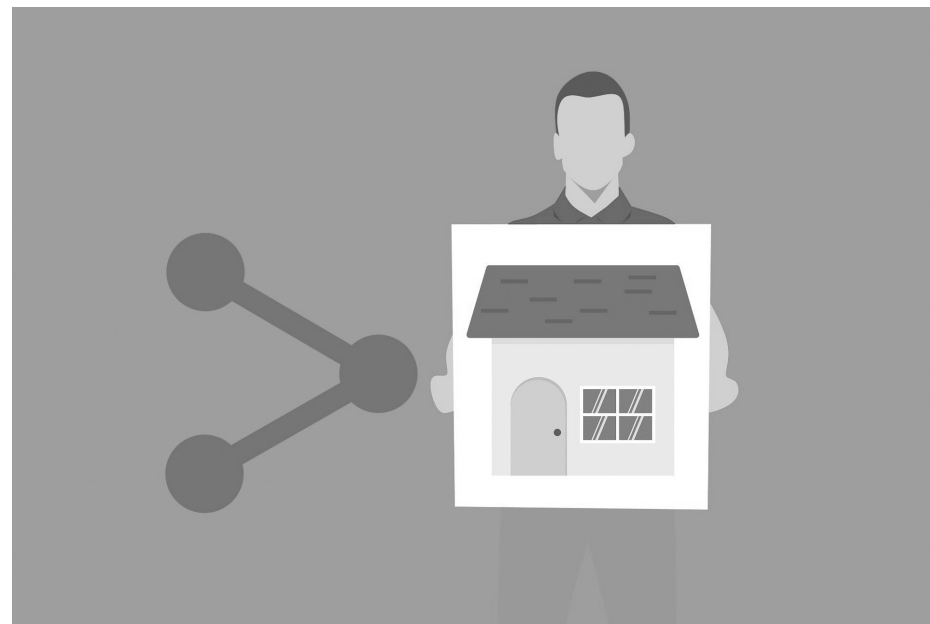
Bên trong gói quà này, khách du lịch sẽ nhận được các sản phẩm như son dưỡng môi, vớ, v.v. với minh họa độc đáo mô tả các tòa nhà chọc trời của HongKong, hoặc các món ăn nổi tiếng như dim sum và trà sữa.



63. HUEL - Thực phẩm uống với đầy đủ dinh dưỡng như một bữa ăn hoàn chỉnh

Huel là nước uống dinh dưỡng cực ngon dành cho những người bận rộn nhưng vẫn cần đầy đủ chất để bảo đảm sức khỏe hàng ngày. Những chai nước uống này không có đường và các chất GMO, có đầy đủ protein, chất béo thiết yếu, vitamin và khoáng chất. Các chất dinh dưỡng trong Huel được kiểm duyệt bởi nhiều chuyên gia dinh dưỡng.

Huel được trộn cẩn thận để cung cấp một chế độ ăn uống cân bằng với tất cả các chất dinh dưỡng cần thiết. Vì thế mà nếu bạn không có thời gian ăn một bữa ăn hoàn chỉnh và đầy đủ dinh dưỡng, đây là một sản phẩm thay thế tuyệt vời!



64. HUISJE-HUISJE - Ứng dụng giúp những người thuê nhà đổi nhà với nhau

Đã bao giờ bạn ký hợp đồng thuê nhà 1 năm nhưng cần phải di chuyển tới nơi khác trước khi hạn hợp đồng kết thúc? Khi vướng phải vấn đề này, những người thuê nhà sẽ phải trả tiền phạt vì kết thúc hợp đồng sớm. HuisjeHuisje là một ứng dụng nhằm mục đích hỗ trợ những người thuê nhà ở Hà Lan đổi nhà với nhau khi họ vẫn còn hợp đồng thuê. Tuy nhiên, chủ nhà cũng cần phải cho phép việc đổi nhà.

HuisjeHuisje hoạt động như một ứng dụng hẹn hò: người dùng tải lên chi tiết tài sản thuê của họ và phải 'thích' hồ sơ của nhau để được kết nối nói chuyện. Ứng dụng liệt kê thông tin tài sản như chi phí, kích thước, vị trí và số lượng phòng, giúp người dùng nhanh chóng và dễ dàng sàng lọc tìm kiếm. Sau khi chấp nhận đổi nhà, HuisjeHuisje sẽ giúp đơn giản hóa quá trình chuyển giao hợp đồng thuê nhà và tài sản.



65. iHEARU - Giúp khách hàng lựa chọn nhà hàng và quán cà phê dựa trên độ ồn ào hoặc yên tĩnh

Ứng dụng iHEARu có một góc nhìn độc đáo về xếp hạng nhà hàng dựa vào mức độ tiếng ồn vào các thời điểm khác nhau trong ngày, cung cấp cho người dùng thông tin về thời gian yên tĩnh nhất để đến một nhà hàng hay tiệm cafe. Mục tiêu của iHEARu là giúp khách hàng kiếm được không gian để mọi người có thể trò chuyện nhẹ nhàng với nhau bên bàn ăn mà không phải gào lên vì xung quanh quá ồn ào.

iHEARu sử dụng chính khách hàng đi đến các quán ăn này để thu thập thông tin về mức độ tiếng ồn. Người dùng chỉ cần dùng micro điện thoại di động để thu nhận âm thanh và chuyển đổi âm thanh này theo các thang đo. Để đủ điều kiện thân thiện với thính giác, một nhà hàng / quán nước chỉ được có trung bình bốn thang tiếng ồn hoặc ít hơn. iHEARu sau đó sẽ sử dụng GPS để định vị các nhà hàng và cung cấp xếp hạng độ ồn cho chúng.

Ngoài ra, người dùng cũng có thể thêm chú thích về việc nhân viên ở nhà hàng đó có vui lòng giảm âm lượng nhạc hay không.



66. IL MAKIAGE - Cho phép khách hàng lựa chọn sản phẩm làm đẹp giống với ảnh và video của những người nổi tiếng

Hiện nay khi muốn mua hàng trang điểm, khách hàng phải tìm kiếm nhiều trang web khác nhau hoặc xem video hướng dẫn trang điểm để tìm hiểu sản phẩm nào thích hợp với sở thích của mình. Để giúp làm cho quá trình này dễ dàng hơn, ứng dụng IL MAKIAGE được tạo ra. Với IL MAKIAGE, người dùng có thể xem danh sách những khuôn mặt trang điểm đẹp và lựa chọn phong cách trang điểm mình thích.

Ứng dụng sau đó sẽ đưa ra gợi ý các loại sản phẩm trang điểm nào cần thiết để có thể đạt được cái nhìn như trong hình. Người dùng cũng có thể xem các video hướng dẫn trang điểm của những người nổi tiếng, và thậm chí chọn dùng thử sản phẩm trước khi mua hàng.



67. INAMO - Phương thức thanh toán không cần tiền mặt hay thẻ tín dụng

Inamo cho phép người dùng dễ dàng thực hiện thanh toán bằng hàng loạt các sản phẩm công nghệ đeo tay mà không cần phải mang ví hoặc túi xách. Các sản phẩm của Inamo bao gồm chip đã được kết nối với ngân hàng thanh toán, và có thể được gắn vào đồng hồ, dây đeo tay, hoặc thiết bị theo dõi thể thao & sức khỏe của bạn.

Trong những năm vừa qua, Inamo đã gây quỹ đầu tư được 1,5 triệu đô la, ra mắt ba sản phẩm đeo tay, và trở thành công ty đầu tiên chuyên bán thiết bị đeo tay có thể thanh toán được.



68. JUMBO - Quản lý và thay đổi cài đặt quyền riêng tư của bạn trên các mạng xã hội, giúp bảo vệ thông tin cá nhân

Jumbo giúp bạn quản lý tất cả các cài đặt hệ thống liên quan đến quyền riêng tư của người dùng (Ví dụ: cài đặt ai có thể xem được các bài đăng của bạn trên Facebook). Ngoài việc thay đổi cài đặt quyền riêng tư trên Facebook, bạn còn có thể quản lý các mạng xã hội và ứng dụng khác, xóa các tweet cũ, xóa lịch sử tìm kiếm của Google và lịch sử tìm kiếm qua giọng nói của Alexa.

Ứng dụng sắp tới sẽ có thể giúp bạn xóa hoàn toàn bài đăng cũ trên Tinder và Instagram. Người dùng có thể truy cập và download những dữ liệu cũ này trên iCloud hoặc Dropbox của họ.



69. KAHOOT! - Giúp giáo viên dễ dàng tạo, chia sẻ, và chơi các trò chơi trong lớp học

Kahoot! là một nền tảng vừa học vừa chơi và là một trong những công ty về giáo dục phát triển nhanh nhất thế giới với hàng triệu người đăng kí hàng tháng tại hơn 200 quốc gia. Ứng dụng của công ty giúp bạn dễ dàng tạo trò chơi dùng ở lớp học chỉ trong vài phút, cũng như khám phá, chơi và chia sẻ các trò chơi này với các giáo viên ở lớp học khác.

Với sứ mệnh làm cho việc học trở nên vui và cuốn hút hơn, nền tảng dạy học bằng trò chơi của Kahoot! trở thành một yếu tố không thể thiếu trong lớp học. Việc dùng trò chơi để tăng tính tương tác cũng đang lan sang các lĩnh vực khác như sự kiện thể thao và văn hóa.



70. KANO - Học lập trình đũa phép Harry Potter để làm phép thuật dựa trên cử chỉ người dùng

Nếu bạn muốn cho một đứa trẻ tập làm quen với công nghệ mà không khiến chúng nghiện màn hình và suốt ngày ngồi một chỗ gõ bàn phím, bạn cần thử Kano.

Kano là một bộ đồ chơi dạy cho trẻ cách lập trình một cây đũa phép để nó có thể phản ứng dựa vào chuyển động tay của bạn. Cách lập trình được hướng dẫn cũng cực kỳ đơn giản và ngay cả trẻ chưa lập trình bao giờ cũng có thể bắt đầu.



71. KELLOGG - Bao bì ngũ cốc có thể tô màu được và trở thành hoạt hình 3D thực tế ảo

Để khuyến khích trẻ em lựa chọn mua hộp ngũ cốc của hãng, công ty Kellogg's và Crayola đã sáng tạo ra hộp ngũ cốc với bao bì vẽ trắng đen có thể tô màu được. Sau khi tô màu xong hình vẽ, khách hàng có thể sử dụng một trình duyệt thực tế ảo mở rộng (AR) và chỉnh camera để nhân vật lộn và ống kính. Một loạt hoạt hình ảo với nhân vật vừa tô màu sẽ hiện ra trước mắt bạn.

Để quảng cáo trò chơi mới này, Kellogg còn tổ chức một cuộc thi để khách hàng chụp tác phẩm tô màu đã hoàn thành và đăng lên để có cơ hội giành được gói quà tặng Family Crayola.



72. KLAZZ - Giúp sinh viên quốc tế vừa đi du lịch vừa học ngôn ngữ mới với các giáo viên bản xứ

Klazz cung cấp dịch vụ giúp các sinh viên du lịch đến một quốc gia khác học nói tiếng bản xứ trong chuyến du lịch đó. Ví dụ như nếu bạn du lịch hoặc học giao lưu văn hoá ở Anh trong một thời gian ngắn, bạn có thể đăng ký học tiếng Anh hàng ngày với các giáo viên bản xứ.

Trang web của Klazz cho phép sinh viên lựa chọn nơi học, ngày bắt đầu và thời gian của khóa học. Sau đó, họ sẽ nhận được danh sách các gia sư phù hợp với hồ sơ đầy đủ, cùng giá của mỗi lớp học để có thể lựa chọn. Người thiết lập ra Klazz là một cựu giáo viên học thuật và vì thế, ông hiểu rõ có giáo viên giỏi và thực hành liên tiếp là hai yếu tố cực kỳ quan trọng đối với quá trình học tập ngoại ngữ.

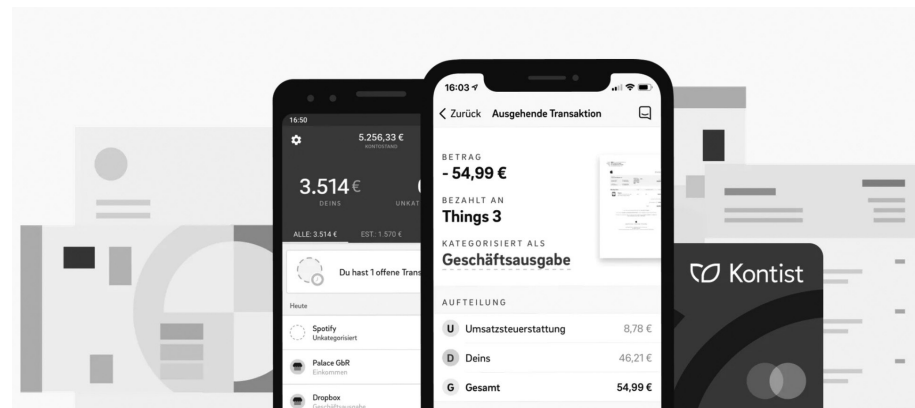


73. KOMORU - Khuyến khích người dùng hạn chế sử dụng điện thoại

Ngày nay, giới trẻ càng ngày càng dán mắt vào màn hình điện thoại nhiều hơn là tương tác với người khác bên ngoài đời thực. Nghiện điện thoại đang trở thành vấn đề nghiêm trọng. Bát đựng điện thoại 'Komoru' đã được tạo ra để giúp chống lại xu hướng này.

Chiếc bát Komoru được tích hợp với các thiết bị nhằm vô hiệu hóa kết nối sóng wifi hoặc sóng di động khi điện thoại được đặt vào bát. Nhờ đó, các cuộc gọi hoặc thông báo đến đều bị chặn lại. Sản phẩm này giúp người dùng thư giãn khi cần thiết mà không bị gián đoạn bởi tiếng chuông điện thoại hoặc thông báo trên mạng xã hội.

Chiếc bát 'Komoru' lấy cảm hứng từ những khu vườn zen truyền thống của Nhật Bản và thậm chí tên của nó dịch ra còn mang ý nghĩa "chốn ẩn mình".



74. KONTIST - Tài khoản ngân hàng kinh doanh đầu tiên cho các freelancers giúp tính thuế nhanh chóng và tự động hóa công việc kế toán

Kontist là một ứng dụng giúp cho những freelancers (người làm tự do) và những doanh nhân mới mở công ty quản lý tất cả các giấy tờ và tài khoản tài chính một cách dễ dàng.

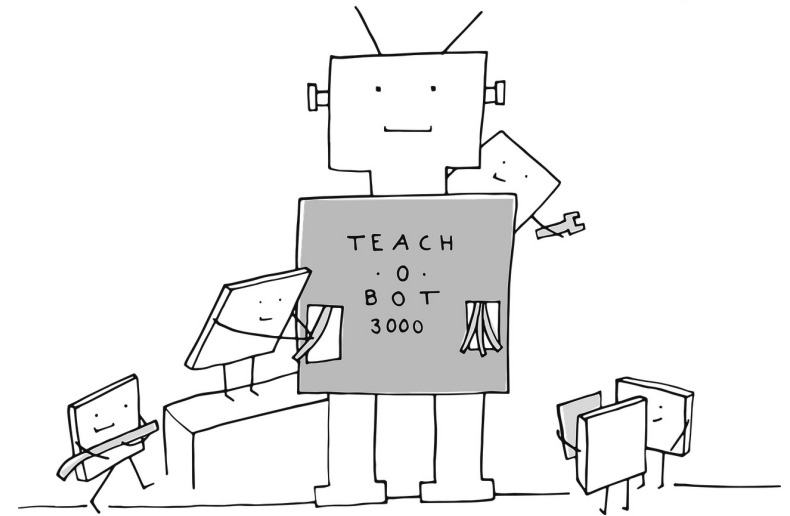
Ngay khi mới tham gia, ứng dụng giúp khách hàng mở tài khoản ngân hàng kinh doanh nhanh chóng không cần nhiều giấy tờ lằng nhằng, và tích hợp với khả năng tính thuế ngay lập tức khi người dùng nhận được doanh thu từ khách hàng. Hơn thế nữa, khách hàng freelancers và các công ty nhỏ còn có thể quản lý kế toán trên Kontist với phần mềm kế toán lexoffice được tích hợp sẵn. Trong tương lai, Kontist đang dự tính sẽ tích hợp thêm nhiều dịch vụ tài chính khác mà công ty nhỏ và những người làm tự do sẽ cần để quản lý tiền bạc.



75. LENDIFY - Kết nối các nhà đầu tư và người vay không cần qua ngân hàng

Lendify là nền tảng cho vay ngang hàng (peer-to-peer) đầu tiên và hàng đầu, tập trung vào những người có nhu cầu vay trong tình trạng tín dụng không tốt nên không thể vay ngân hàng. Vì Lendify cắt đi ngân hàng trung gian với nhiều mức phí cao, cả người vay và người cho vay có thể nhận được mức lãi suất ưu ái hơn. Hiện tại, Lendify đang dẫn đầu thị trường cho vay tại Thụy Điển.

Để khuyến khích người vay trả tiền hàng tháng đúng thời hạn, Lendify tặng điểm thưởng và giảm lãi suất cho những người vay trả tiền đúng hạn trong quá khứ.

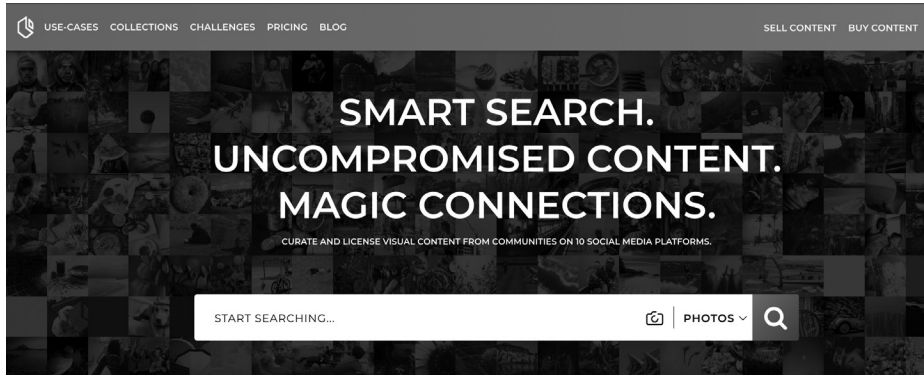


76. LOBE - Giúp doanh nghiệp sử dụng công nghệ máy học (Machine learning) và trí tuệ nhân tạo (AI) mà không cần nhân viên lập trình chuyên sâu

Máy học (Machine learning) và trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence) là hai công cụ được nhiều ngành công nghiệp áp dụng để phân tích dữ liệu và thu thập thông tin nhằm phát triển chiến lược kinh doanh. Tuy nhiên, các công nghệ mới này thường khó nhai vì chỉ có những chuyên gia mới có thể hiểu và sử dụng được.

Để giúp các doanh nghiệp dễ dàng sử dụng những công nghệ mới này mà không cần phải có nhân viên hiểu chuyên sâu, Lobe ra đời với mục tiêu giúp nhanh chóng tích hợp công nghệ Machine learning vào các ứng dụng của các công ty khách hàng. Phần mềm của Lobe không yêu cầu người dùng phải lập trình. Thay vào đó, nó sử dụng giao diện kéo thả đơn giản.

Ví dụ: nếu người dùng muốn tạo một phần mềm nhận biết hình ảnh liên quan tới trẻ em, họ có thể upload một tập hình ảnh có trẻ em, và một tập toàn hình ảnh không có trẻ em. Hai tập này sẽ trở thành dữ liệu giúp "đào tạo" trí tuệ nhân tạo để học được cách nhận ra hình ảnh nào có trẻ em trong đó. Mô hình sau khi được 'đào tạo' sẽ có thể được mang ra sử dụng và giúp nhận dạng xem một hình ảnh mới có chứa trẻ em trong đó hay không.



77. LOBSTER - Giúp tìm kiếm và xin cấp phép sử dụng hình ảnh / video phù hợp với thương hiệu của doanh nghiệp

Lobster giúp các công ty và doanh nghiệp tìm kiếm hình ảnh và video chất lượng cao để sử dụng trên các phương tiện truyền thông của họ. Khác với những trang web cung cấp ảnh và video khác, nguồn ảnh của Lobster là từ mạng xã hội, được bởi những người dùng mạng xã hội mà không cần thiết phải là nhiếp ảnh gia chuyên nghiệp. Lobster sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo để sàng lọc hình ảnh và video phù hợp với thương hiệu của công ty. Nhờ có công nghệ này, các công ty không chỉ có thể tìm hình ảnh / video bằng từ khóa, mà còn có thể tìm bằng tâm trạng, nơi ảnh được tạo ra, đến những khái niệm trừu tượng như màu sắc, sự đa dạng, v.v. Kết quả tìm kiếm đều có chất lượng cao để người dùng không phải tốn thời gian lọc những ảnh bị mờ.

Sau khi tìm ra được hình ảnh hoặc video họ thích, các công ty có thể thỏa thuận hợp đồng với người đăng hình / video để đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ. Lobster trả 75% hoa hồng cho bất kỳ hình ảnh nào được sử dụng và đứng ra lo toàn bộ gánh nặng khác như thủ tục thanh toán online, lập hóa đơn, và cấp phép. Hơn thế nữa, chủ sở hữu hình ảnh có thể yên tâm vì Lobster sẽ hỗ trợ dịch vụ theo dõi nếu hình ảnh được sử dụng không đúng thỏa thuận.



78. LUFTHANSA - Hãng hàng không Đức mang đến cho hành khách bữa ăn dành cho phi hành gia

Để vinh danh phi hành gia người Đức Alexander Gerst, người hiện đang dẫn đầu những nhiệm vụ phi hành gia quan trọng trên tàu vũ trụ quốc tế, hãng hàng không Lufthansa đã xây dựng menu bữa ăn cho hành khách giống với bữa ăn của các phi hành gia.

Ngoài các thực phẩm cho phi hành gia hàng ngày, mỗi phần ăn còn có thức ăn đặc biệt mà những phi hành đoàn chỉ ăn trong những dịp đặc biệt. Hãng hàng không đã làm việc với Cơ quan vũ trụ Châu Âu để phát triển các món ăn đặc biệt này từ những món ăn quê nhà của các phi hành gia. Các bữa ăn bao gồm Maultaschen (một loại bánh bao) và Spätzle (một món mì ống). Bên cạnh đó, menu còn có các thực đơn được yêu thích như Gà rán với nấm. Mặc dù thực phẩm các phi hành gia sẽ ăn được đóng hộp để bảo quản, những hành khách trên máy bay của Luftansa sẽ được phục vụ tươi.

Các món ăn đặc biệt như kiểu phi hành gia đã khiến cho chuyến bay trở nên vui và lạ hơn, để lại những trải nghiệm tuyệt vời cho hành khách của hãng.



79. LUMEN - Ứng dụng hẹn hò cho những người trên 50 tuổi

Lumen là ứng dụng hẹn hò đầu tiên được thiết kế dành riêng cho nhóm tuổi trên 50, và có nhiều tính năng được thiết kế đặc biệt cho đối tượng ở độ tuổi này như xác minh ảnh, xác nhận tuổi, cũng như hỗ trợ giúp các thành viên cải thiện hồ sơ của họ.

Lumen hoạt động không chỉ như một ứng dụng hẹn hò mà còn giúp giải tỏa nỗi cô đơn của khách hàng thông qua chức năng trò chuyện nhóm về các chủ đề như phim ảnh, TV, và làm vườn. Hơn thế nữa, công ty muốn thách thức định kiến về việc kém công nghệ của những người ở độ tuổi này, và mong muốn giúp nhóm khách hàng trên 50 tuổi tận dụng tối đa công nghệ hiện đại và biến nó thành lợi thế.



80. M&M - Cá nhân hoá mỗi gói kẹo M&M bằng các vị kẹo khác nhau và thiết kế bì kẹo tự chọn

Hãng kẹo chocolate M&M gần đây thu hút nhiều khách hàng khi công ty thông báo dịch vụ tự thiết kế kẹo và bao bì kẹo cho tất cả khách hàng. Khách hàng sẽ cần qua một số bước để đặt hàng những gói kẹo độc đáo này. Đầu tiên, họ sẽ cần chọn màu kẹo. Sau đó, họ có thể thêm chữ hoặc hình ảnh in trên viên kẹo. Cuối cùng, khách hàng được tự lựa chọn thiết kế bao bì và thêm thông điệp tối đa hai dòng trên bao bì kẹo.

Những viên kẹo tự thiết kế có giá khá cao, nhưng việc tạo ra M&Ms của riêng mình mang lại trải nghiệm cực kỳ độc đáo. Vì thế mà khách hàng sẵn sàng trả giá cao hơn để có thể thể hiện bản thân qua khả năng thiết kế của họ.

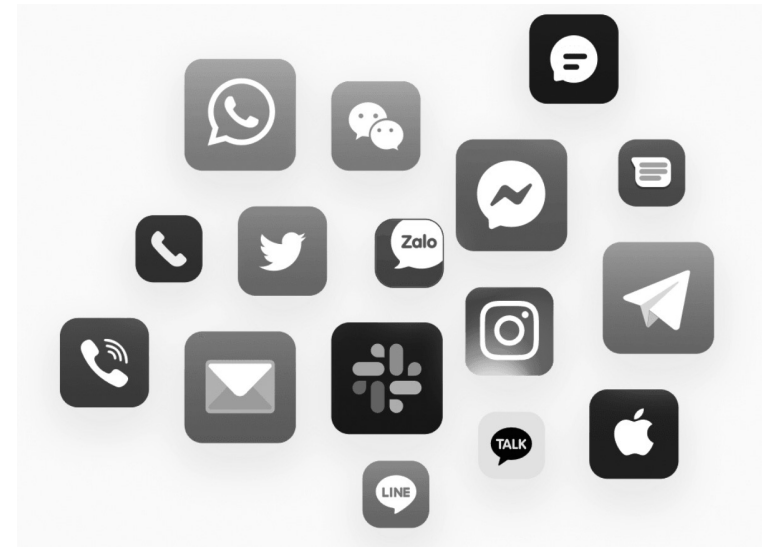
Cho phép khách hàng tự tay thiết kế các sản phẩm đang trở thành một xu hướng mới trong kinh doanh, và được gọi là "mass customization" (tùy chỉnh hàng loạt).



81. MADE - Đồ nội thất giá cả phải chăng cho thú cưng

Ngoài việc bán nhiều đồ nội thất và trang trí giá cả phải chăng cho con người, MADE hiện đang mở rộng các dịch vụ của mình, bao gồm đồ nội thất cho chó và mèo. Bộ sưu tập các sản phẩm nội thất thú cưng của MADE có tính thẩm mỹ cao và kích thước vừa vặn trong nhà, không giống như nhiều sản phẩm khác có bản to, màu thô đậm hoặc không ăn nhập với phong cách của căn nhà.

Một số sản phẩm nổi bật trong loạt đồ nội thất dành cho chó của MADE bao gồm Sofa Chó Kyali cong và mềm mại, được làm bằng tro tự nhiên, lót bằng đệm màu xám, và bát thức ăn bằng đồng tinh xảo.



82. MESSAGE BIRD - Phần mềm giúp doanh nghiệp quản lý các cuộc nói chuyện với khách hàng trên nhiều ứng dụng chat khác nhau

Nhiều công ty muốn có mặt ở các ứng dụng chat với khách hàng khác nhau như Facebook Messenger, What's app, WeChat, tin nhắn điện thoại thông thường, v.v. Nhưng quản lý nhiều ứng dụng chat tốn rất nhiều thời gian và công sức. Message Bird là phần mềm giúp giải quyết vấn đề này.

MessageBird đơn giản hóa việc giao tiếp khách hàng bằng cách cho phép các công ty nói chuyện với khách hàng ở khắp các kênh và ứng dụng chat khác, nhưng chỉ qua một giao diện của MessageBird. Cho đến hiện tại, MessageBird đã kết nối hơn 15.000 doanh nghiệp với khách hàng toàn cầu của họ. Những công ty lớn sử dụng công nghệ của MessageBird là Uber, Facebook, SAP, Deliveroo, v.v.

Vào tháng 10 năm 2017 MessageBird thành công gây quỹ tài trợ Series A với tổng vốn đầu tư lên tới 60 triệu đô la Mỹ. Đây là khoản tiền cho Series A lớn nhất ở Châu Âu được huy động bởi một ty phần mềm. Điều này cho thấy rất nhiều nhà đầu tư quan tâm tới kỹ thuật và ý tưởng của công ty khởi nghiệp đầy triển vọng này.



83. MINDFUL CHEF - Hộp công thức nấu ăn ngon miệng, với nguyên liệu sạch, tốt cho sức khỏe

Mindful Chef là công ty chuyên cung cấp các hộp nguyên liệu nấu ăn cho các bữa ăn ở nhà, với công thức nấu tốt cho sức khỏe. Nguyên liệu của hộp được lựa chọn từ những nơi bán có chất lượng và đảm bảo bữa ăn có đầy đủ cân bằng dinh dưỡng. Để đảm bảo chất lượng của nguyên liệu, các nhà cung cấp phải qua lựa chọn kỹ càng để đảm bảo yêu cầu quá trình sản xuất của họ không tác động xấu đến môi trường. Mindful Chef còn đặt mục tiêu 100% không sử dụng bao bì nhựa vào năm 2020.

Các loại hộp thực phẩm của Mindful Chef có thể được sử dụng cho những khách hàng với các chế độ ăn uống khác nhau như ăn chay, chế độ ăn không có gluten, v.v. Thậm chí, hộp cũng được đóng gói để phù hợp cho những người sống một mình. Nhờ có sự cân bằng dinh dưỡng tùy theo chế độ ăn kiêng của mỗi người, Mindful Chef nhận được sự chú ý của nhiều vận động viên thể thao nổi tiếng, và gần đây còn hợp tác với Viện Thể thao Anh để quảng bá cho sản phẩm.

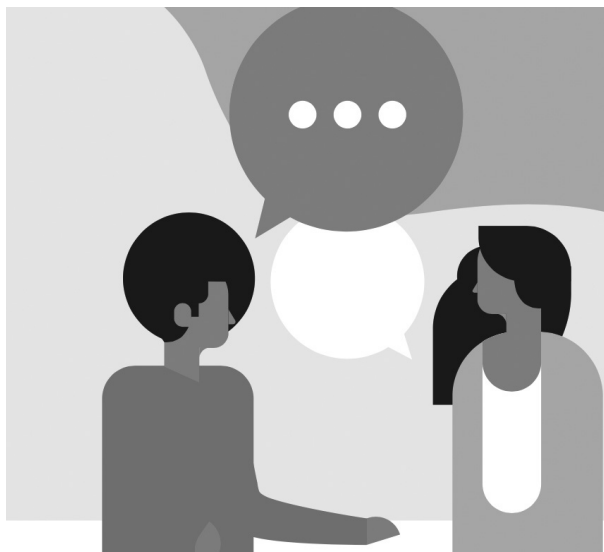


84. MIWA - Mua chính xác số lượng thực phẩm cần và loại bỏ việc sử dụng bao bì dùng một lần

MIWA (viết tắt của Minimum Waste, tức là giảm thiểu rác thải) là một giải pháp đóng gói hoàn chỉnh cho phép các cửa hàng bán thực phẩm không cần màng bọc hay túi nhựa.

Đầu tiên, các nhà sản xuất thực phẩm sẽ đóng gói các sản phẩm của họ ở dạng hộp đựng có thể tái sử dụng. Những hộp đựng này thay thế bao bì nhựa và thùng các tông, và vì thế giá vận chuyển sẽ rẻ hơn. Khi tới cửa hàng, các hộp đựng này có thể được lấy ra và đặt ngay lên hệ thống kệ được thiết kế đặc biệt. Người dùng sau khi đọc rõ thông tin về sản phẩm, có thể quét mã số ghi trên thùng và lựa chọn chính xác lượng thực phẩm họ cần từ mỗi hộp. Lượng hàng chính xác này sau đó sẽ được bỏ vào những túi hàng tái sử dụng được khách hàng mang tới, hoặc những hộp tái sử dụng của cửa hàng. Bằng cách cho phép khách hàng lựa chọn chính xác số lượng họ cần, MIWA giúp giảm thiểu lượng thực phẩm dư thừa mà mỗi gia đình thường thải ra.

Hệ thống MIWA gần đây đã đánh bại 600 đối thủ và chiến thắng ở cuộc thi Thử thách Thiết kế đồng tổ chức bởi OpenIDEO. Công ty cũng nhận được giải thưởng Sáng tạo Kinh tế Nhựa Mới với giá trị giải thưởng 200.000 USD. Mong rằng những doanh nghiệp như MIWA sẽ liên tục phát triển để giúp các nhà sản xuất cũng như người dùng liên tục giảm thiểu chất thải ra môi trường xung quanh.

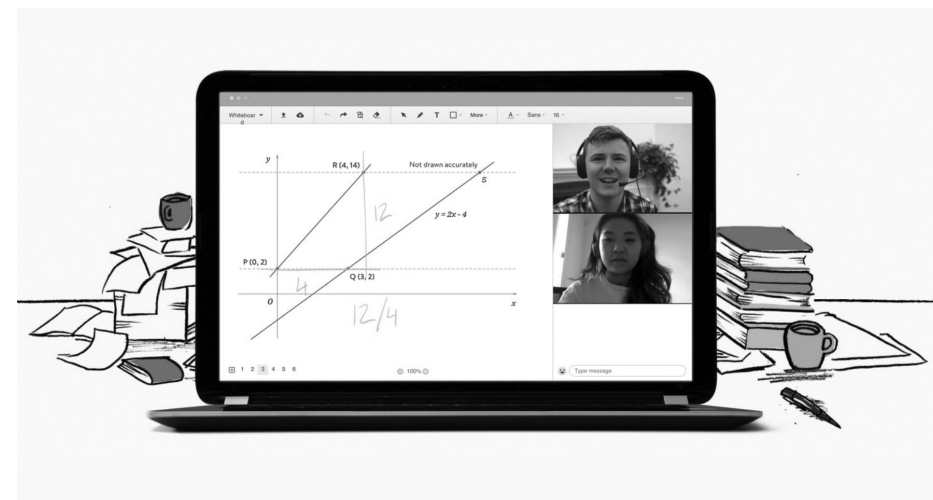


85. MIXMIND - Ứng dụng giúp khuyến khích những cuộc tranh luận trực tuyến mang tính giáo dục

Theo tâm lý tự nhiên, con người thường hay lắng nghe những ý kiến hoặc bài viết đồng tình với quan điểm của cá nhân và bỏ qua những số liệu hoặc ý kiến trái với quan điểm của mình. Điều này khiến cho những người có ý kiến khác nhau thường gặp khó khăn khi trò chuyện hoặc tranh luận.

Mixmind là một ứng dụng giúp cải thiện tình trạng này bằng cách kết nối những người có ý kiến trái chiều để họ có thể thảo luận và trình bày quan điểm của mình. Ứng dụng này đảm bảo cuộc tranh luận diễn ra trong hoà bình: ai biết cách cư xử tử tế khi tranh luận sẽ được cộng điểm; ngược lại, những ai dùng từ ngữ thô lỗ sẽ bị mất điểm. Và nếu sau cuộc tranh luận đối phương chấp nhận bạn bảo vệ quan điểm và tranh luận tốt, bạn cũng sẽ được cộng thêm điểm.

Ngoài ra, để việc tranh luận diễn ra một cách có logic, Mixmind sử dụng các nút ấn ra hiệu như 'đồng ý', 'từ chối', 'yêu cầu thêm bằng chứng', 'câu trả lời không đi vào vấn đề'. Hiện tại, ứng dụng có nhiều chủ đề bao gồm hôn nhân đồng tính, tôn giáo và khoa học, v.v.



86. MYTUTOR - Dịch vụ gia sư trực tuyến với các bài học phù hợp với năng lực từng học sinh

Thuê gia sư thông thường rất tốn kém và khó khăn, vì không những phải thuê người không quá xa nhà bạn, mà mỗi lần thuê, gia đình còn phải tìm hiểu kỹ càng xem gia sư có tốt không.

MyTutor là một ứng dụng giúp đơn giản hoá quá trình thuê gia sư và việc dạy học cùng gia sư. Để làm được điều này, MyTutor chuyển từ học tại nhà sang học trực tuyến, và những gia sư trong chương trình đều được tuyển chọn trước từ những sinh viên đại học có tiếng tại Anh. Hiện tại, công ty đã hợp tác với hơn 300 trường đại học.

Hơn thế nữa, để phục vụ cho mọi học sinh không kể hoàn cảnh và năng lực, MyTutor hỗ trợ học bổng cho các học sinh có hoàn cảnh khó khăn, và tiến độ dạy học đều phụ thuộc vào khả năng của mỗi học sinh.



87. NEXTO - Sử dụng tương tác online, hình ảnh thực tế ảo, các câu đố và câu chuyện về thành phố bạn đang đi du lịch để giúp việc học lịch sử của nơi đó thú vị hơn

Ngày nay khách du lịch thường ít đi theo tour với hướng dẫn viên thuyết trình. Và vì thế việc tìm hiểu về lịch sử và nét đặc biệt của địa phương du lịch trở nên khó khăn hơn. Ứng dụng Nexto được tạo ra với mục đích giúp khách du lịch dễ dàng tìm hiểu thông tin về nơi du lịch một cách vui và lạ bằng thực tế ảo.

Khi khách hàng truy cập vào trang web hoặc ứng dụng của Nexto, bạn có thể tìm hiểu lịch sử của nơi đến thăm qua các trò chơi và câu đố về một địa điểm đó. Nếu muốn, bạn còn có thể thu thập các món quà lưu niệm ảo. Người sáng lập ra ứng dụng nói rằng: "Thay vì săn Pokemon, mọi người sẽ thu thập di sản ảo và cạnh tranh để khám phá những câu chuyện lịch sử hay khi đang đi du lịch."

Hiện tại khách du lịch có thể tải các chuyến đi có sẵn xuống ứng dụng điện thoại của họ. Công ty cũng khuyến khích người dùng đề cử các điểm du lịch mới nên tăng nên tập trung phát triển.



88. NIGHTFOOD - Loại kem giúp bạn ngủ ngon hơn!

Có khi nào buổi tối bỗng dưng bạn lại lên cơn 'buồn ăn kem' không? Hãng Nightfood phát triển một ý tưởng cho đúng những dịp này: một loại kem không những ngon miệng mà lại còn tốt cho sức khỏe, giúp bạn ngủ tốt hơn.

Ra mắt vào tháng 2 năm 2019, dòng kem mới này có tám hương vị gồm sô cô la, vani, bột bánh quy sô cô la, cà phê decaf, v.v. Tất cả các loại kem này được sản xuất với cân bằng chất xơ, protein, và có ít đường. Được nghiên cứu và phát triển bởi các chuyên gia dinh dưỡng và trị liệu giấc ngủ, thành phần gây ngủ đều được lựa chọn từ những chất liệu tự nhiên bao gồm anh đào với hàm lượng melatonin nhỏ, và sô cô la làm từ Chocomine.

Mặc dù những loại kem này không có tác dụng mạnh như các loại thuốc ngủ thông thường, nó vẫn sẽ mang tới giấc ngủ ngon và ít gây tác động xấu tới bộ não.



89. NOONOOURI - Người mẫu thời trang ảo nổi tiếng trên mạng xã hội

Trong giới thời trang đã không có biết bao nhiêu người mẫu nổi tiếng. Nhưng hẳn hẳn không ai đặc biệt bằng Noonnoori, một người mẫu ảo có ảnh hưởng cực lớn trên mạng xã hội. Trang Instagram của Noonnoori có tới hơn 360.000 người theo dõi, và cô đã từng làm việc với các thương hiệu thời trang lớn như Dior, Versace, và Swarovski.

Người mẫu Noonnoori được tạo dựng như hình ảnh một cô gái tuổi 19, sống ở Paris. Nhiều hình ảnh trên trang của Noonnoori thường mang tính quảng cáo, như hình cô tạo dáng bên chai nước hoa của Calvin Klein với hơn 10K lượt thích. Ngoài ra, Noonnoori còn có nhiều bài đăng khi cô chụp hình với những nhà thiết kế nổi tiếng trong ngành thời trang.

Joer Zuber, người sáng tạo ra Noonnoori tiết lộ: Mỗi bức ảnh được đăng tải mất khoảng ba ngày để thiết kế. 3 ngày này tính cả việc tìm ý tưởng phù hợp đến tạo dáng 3D cho người mẫu, thêm chi tiết quần áo, và sau đó ghép với các ảnh nền thực. Để tạo ra một ảnh động như gif hoặc video, công đoạn thiết kế có thể tốn từ hai đến sáu tuần.



90. OCCO SPICES - Gia vị đóng gói nhỏ, giúp tăng độ tươi và dễ dàng bảo quản

Thông thường khi mua gia vị sử dụng trong gia đình, bạn thường mua với số lượng lớn. Chính vì thế mà gia vị thường hay bị để lâu dài, và không còn tươi như lúc mới mua nữa. Để giúp tránh trường hợp gia vị để lâu, cũ đi và mất vị ngon, công ty Occo sản xuất những gói gia vị nhỏ, mỗi lần nấu chỉ cần dùng một gói (lượng gia vị mỗi gói bằng khoảng 3 muỗng cà phê). Các loại gia vị bao gồm từ gừng, tỏi các loại hạt, vị nấu cà ri, v.v. và có bao bì nhôm giúp cho gia vị giữ nguyên độ tươi ngon khi mở ra dùng. Ngoài ra, các gói gia vị này nhỏ gọn rất dễ lưu trữ.



91. OWOW - Thiết bị không dây cho phép ca sỹ thêm hiệu ứng cho giọng hát thu âm bằng cử chỉ tay

OWOW là một công ty trụ sở tại Hà Lan chuyên phát triển các công cụ cho các phòng thu âm. Gần đây, công ty cho ra một thiết bị tên là Wiggle, giúp điều khiển âm thanh giọng nói ngay lúc thu, thay vì phải qua các ứng dụng chỉnh sửa sau khi thu.

Cái đặc biệt của Wiggle là nó cho phép người dùng điều khiển bằng động tác tay thay vì sử dụng bàn đạp hoặc bảng điều khiển. Có 4 nút tạo hiệu ứng trên phần mềm, và người dùng có thể cài đặt động tác tay (ngang, dọc, xoay, v.v.) nào tương ứng với hiệu ứng nào. Thiết bị này khi cầm tay sẽ nhận diện cử chỉ và truyền tín hiệu tới ứng dụng của OWOW trên điện thoại, thông qua bluetooth.

Nhờ có OWOW, các ca sỹ khi thu âm giờ có thể thay đổi cao độ, phản hồi âm, và các hiệu ứng khác ngay lúc đang hát, bằng những cử động tự nhiên. Wiggle có thể được kết nối với hầu hết các phần mềm ghi âm phổ biến.



92. P-PASS - Ứng dụng giúp khách du lịch tìm nhà vệ sinh

Khi đang đi du lịch ở châu Âu, bốn sinh viên người Israel gặp khó khăn khi không tìm được nhà vệ sinh công cộng để giải toả nhu cầu. Vì trải nghiệm rất 'khó nói' này, họ đã nghĩ ra ý tưởng tạo một ứng dụng chia sẻ danh sách và vị trí các nhà vệ sinh mở cửa cho du khách. Những vị trí nhà vệ sinh này thường là trong nhà hàng, nơi công cộng, các quán bar, v.v. và không mất tiền hay phải mua hàng để sử dụng. Họ gọi sản phẩm này là P-pass.

P-pass được bắt đầu thí điểm vào đầu năm 2019 tại Tel Aviv, và mở rộng sang những thành phố khác. Những khu vực thí điểm thường là những nơi có sự kiện lớn diễn ra thu hút nhiều khách du lịch, và vì thế sẽ có nhiều người có nhu cầu tìm nhà vệ sinh hơn.

Theo những người đồng sáng lập, ý tưởng này giúp biến một nhu cầu khó nói thành nguồn lợi nhuận tiềm năng, vì những người đến sử dụng nhà vệ sinh miễn phí ở các nhà hàng và quán bar cũng thường mua thêm đồ ăn hoặc đứng lại xem sản phẩm.



93. PATREON - Giúp Youtuber hoặc nghệ sĩ quyền góp tiền từ fan cho các dự án của họ

Patreon là nền tảng giúp các nghệ sĩ quyền tiền ủng hộ từ các fan của họ và tạo ra những gói đăng ký hàng tháng cho những khán giả nào muốn xem những nội dung độc quyền hơn. Mục tiêu đằng sau Patreon rất đơn giản: nếu như các fan đóng góp tiền ủng hộ các dự án của nghệ sĩ, họ sẽ có đủ khả năng tiếp tục theo đuổi và xây dựng nội dung, video, nhạc, v.v. mà không phải dựa vào tiền quảng cáo. Hơn thế nữa, những gói đăng ký thành viên hàng tháng sẽ giúp các nghệ sĩ này kiếm được một nguồn thu nhập ổn định hơn.

Theo ước tính, hiện tại có hơn 100.000 nghệ sĩ trên Patreon, với tổng số tiền từ fan ủng hộ khoảng 350 triệu USD. Vào năm 2018, công ty này còn thêm nhiều tính năng mới để giúp những nghệ sĩ quản lý và theo dõi phản ứng của fan cho mỗi nội dung họ đăng lên.



94. PAUSE POD - Cung cấp một không gian riêng tư bỏ túi giúp người dùng nghỉ ngơi, thư giãn

Nếu bạn cần nghỉ ngơi giữa một ngày làm căng thẳng, Pause Pod có thể sẽ giúp bạn. Có hình dạng như một chiếc lều nhỏ cầm tay, sản phẩm này khi bung ra sẽ tạo ra một không gian yên tĩnh và tối để bạn có thể chui vào nghỉ ngơi. Pause Pod được làm từ vật liệu chắn ánh sáng, đảm bảo không gian tối lại bên trong. Ngoài ra, chiếc lều này còn có các lỗ thông gió để tránh tình trạng ngộp trong một không gian nhỏ. Khi nghỉ ngơi xong, bạn chỉ việc đóng nó lại và bỏ vô túi.

Các nhà phát minh của Pause Pod đến từ Thụy Điển, và đã có ý tưởng tạo ra sản phẩm này sau một thời gian căng thẳng tại nơi làm việc. Họ còn thêm một tính năng khác cực hay cho Pause pod: hiệu ứng không gian như bầu trời sao, và cả một hệ thống để đặt iPad lên trên nóc lều để coi phim / video.

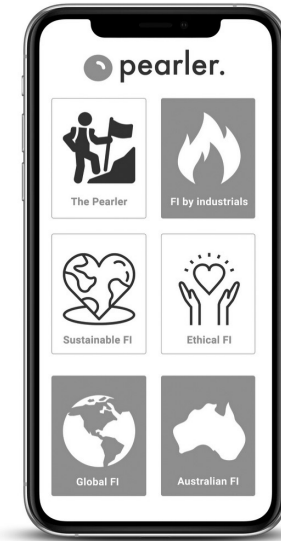
Khi mới tung ra sản phẩm trên hệ thống Kickstarter, Pause Pod đã được người dùng ủng hộ và đầu tư tới mức tài trợ tối đa chỉ sau 37 phút.



95. PEANUT PAGES - Trang web cộng đồng cho các bà mẹ 9x nói chuyện và trao đổi

Peanut Pages (dịch là những trang web đậu phộng) là một forum mới nhằm tới mở rộng diễn đàn giúp các bà mẹ 9x chia sẻ cảm xúc với những người cùng cảnh ngộ. Nền tảng này ra đời vào năm 2017 và thường được gọi là 'Tinder cho các bà mẹ'.

Những bà mẹ có con đầu lòng thường ghé thăm trang web này vì họ hay cảm thấy stress và choáng ngợp bởi những trọng trách làm mẹ lần đầu. Đặc biệt, họ có thể nhận sự cảm thông và giúp đỡ về các chủ đề như mất ngủ đêm, hoặc quyền góp quần áo còn mới ở khu vực họ đang sống, v.v. Hiện tại, forum và ứng dụng Peanut Pages đang vận hành tại Mỹ, Anh và Canada.



96. PEARLER - Ứng dụng giúp người dùng theo dõi và đầu tư một cách dễ dàng vào các ngành và công ty có tiềm năng.

Pearler là một ứng dụng giúp cho những người không am hiểu về chứng khoán vẫn có thể tham gia đầu tư vào những công ty có tiềm năng. Khi đăng nhập, người dùng sẽ lựa chọn sở thích và những mảng mà họ quan tâm, như thương mại điện tử, thời trang, năng lượng mới. Thậm chí, họ còn có thể lựa chọn những 'giá trị' quan trọng mà họ muốn các công ty đó có, như 'quan tâm đến bình đẳng xã hội', 'quan tâm tới môi trường', v.v. Từ đó, ứng dụng sẽ đề xuất những công ty thoả mãn các tiêu chí đặt ra để người dùng có thể nhanh chóng tìm hiểu và mua cổ phiếu đầu tư.

Một chức năng cũng khá hữu dụng (tên là lưới dãi 'ngọc trai') của Pearler là danh mục đầu tư có sẵn. Những danh mục đầu tư này được xây dựng dựa trên mục tiêu đầu tư của khách hàng như: 'Đầu tư cho lúc nghỉ hưu', 'Đầu tư cho con đi du học', v.v.

Nếu như người dùng muốn tham khảo thêm các cách đầu tư của bạn bè, hoặc tìm hiểu thêm những nhà đầu tư khác đang rót tiền vào đâu, họ cũng có thể xem những thông tin này ngay trên ứng dụng.

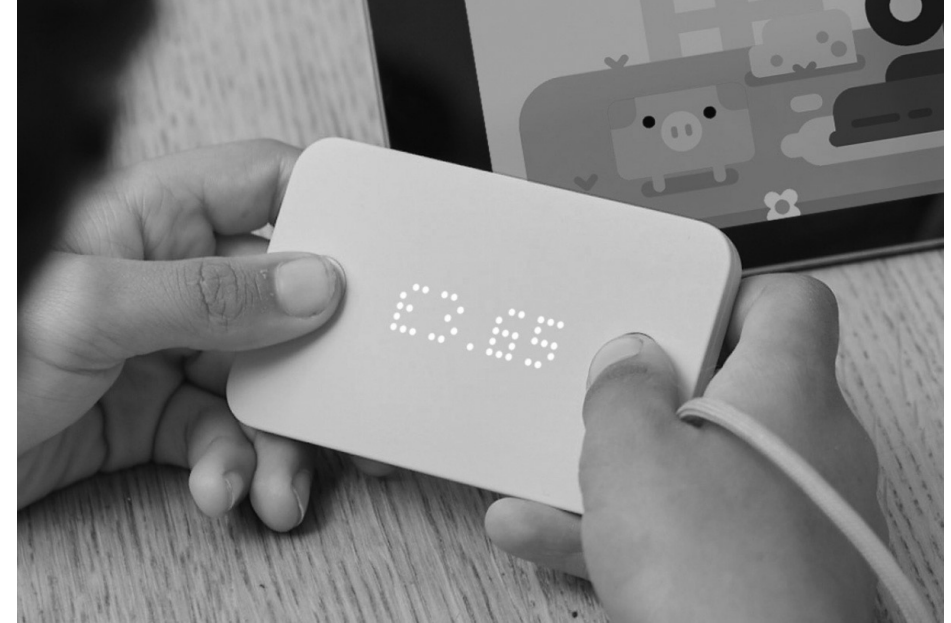


97. PEQUEBUS - Xe buýt chuyên đón trẻ em, với trang bị GPS và các thiết bị cần thiết để bảo đảm an toàn cho trẻ

Theo số liệu nghiên cứu của công ty đường sắt ở Pháp, đưa đón trẻ em từ nhà đến trường học là một trong những vấn đề khó nhất cho nhiều gia đình lao động, đặc biệt là khi thời gian của trường học khác với thời gian làm việc của các ông bố bà mẹ. Công ty xe buýt ALSA gần đây ra mắt dịch Pequebus, nhằm vào việc giải quyết vấn đề này.

Pequebus là một dịch vụ xe buýt phù hợp với trẻ em và nhận đưa đón trẻ em mà không cần bố mẹ bên cạnh. Xe buýt này có các tính năng được thiết kế dành riêng cho những du khách nhí, và nhắm tới đối tượng trẻ em từ năm tuổi trở xuống. Xe cung cấp ghế ngồi với các loại đồ chơi giải trí, cùng các thiết bị thích hợp cho việc giữ xe đẩy chắc chắn để không bị va chạm khi xe buýt chạy. Hơn thế nữa, túi chuyên dụng ngay bên cạnh ghế còn được thiết kế để có thể đựng được các bình sữa, thức ăn dặm và các nhu yếu phẩm khác.

Để bảo đảm an toàn, xe có sử dụng hệ thống thẻ ID theo dõi dữ liệu cơ bản về từng đứa trẻ và hệ thống GPS giúp bố mẹ theo dõi hành trình của con mình qua trang web của Pequebus.



98. PIGZBE - “Ví heo đất tiết kiệm” tiền điện tử giúp dạy trẻ em về giá trị của đồng tiền

Pigzbe là một ví tiền điện tử hình con heo đất cho trẻ em từ sáu tuổi trở lên, giúp cho các bé tiết kiệm tiền ảo và quản lý ‘thu nhập’ một cách hiệu quả. Được kết nối với ứng dụng của Pigzbe, các bé sẽ kiếm tiền tiêu vặt bằng cách làm việc nhà, hoặc bỏ tiền ăn sáng hoặc tiền tiết kiệm vào trong ví hình heo đất này.

Đồng tiền ảo dùng với Pigzbe được gọi là Wollo, với phí chuyển tiền cực thấp, thuận tiện cho những giao dịch với số lượng tiền nhỏ. Ví heo vì không chứa tiền thật, bạn không phải lo khi con cái mình chạy nhảy đánh rơi mất tiền. Ví cũng đồng thời hoạt động như một thiết bị chơi game nhập vai giúp dạy cho trẻ em giá trị của đồng tiền. Khi muốn đổi những đồng tiền ảo thành tiền thật, bạn chỉ cần thẻ rút tiền của Pigzbe.

Theo thông tin từ chính công ty sản xuất ra Pigzbe, mục tiêu của ví heo điện tử này là dạy cho trẻ em các nguyên tắc tài chính của thế kỷ 21, nhằm phát triển kỹ năng quản lý tài chính tốt và sớm hơn.



99. PIZZA CO. - Giúp trẻ học kiến thức tài chính bằng trò chơi 'bán bánh pizza'

Pizza Co., là một trò chơi sản xuất bởi công ty Osmo giúp mang một luồng gió mới tới cách dạy trẻ em kiến thức kinh doanh và tài chính. Trong trò chơi này, những đứa trẻ sẽ sở hữu và vận hành một tiệm bánh pizza.

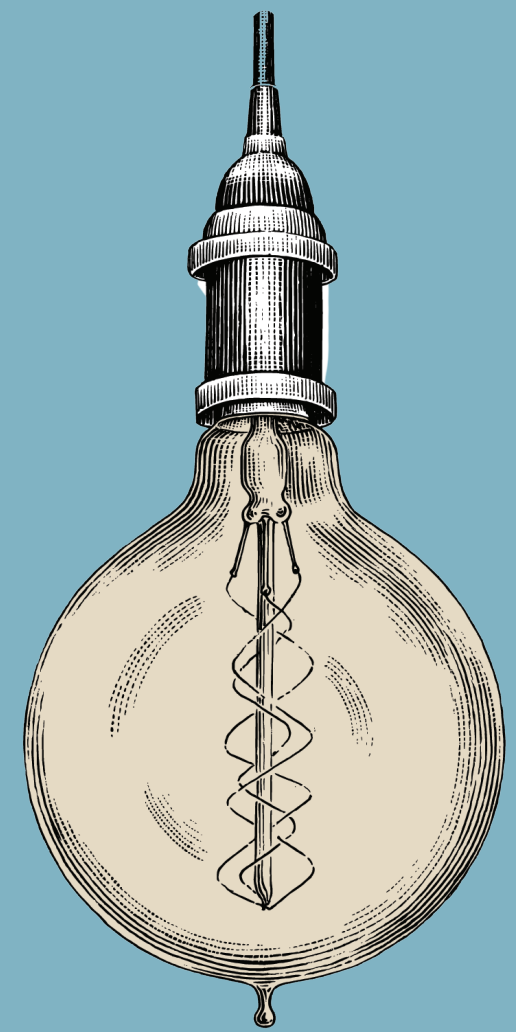
Sử dụng ứng dụng thực tế ảo trên iPad, trò chơi Pizza Co. đưa trẻ em vào một vùng đất giả tưởng đầy những con thú đói đang tìm mua pizza. Người chơi cần phải quay máy iPad đến những khách hàng thú vật rừng để thương này để nhận đơn đặt hàng và tạo ra những cái bánh theo yêu cầu. Trò chơi dạy cho trẻ các ý tưởng tài chính quan trọng như lãi và lỗ, quản lý nguyên liệu, kho hàng, và sự quan trọng của việc cung cấp dịch vụ khách hàng tốt.



100. PUSH DOCTOR - Ứng dụng cho phép đặt hẹn và nói chuyện với bác sĩ online thay vì phải chờ đợi tại các phòng khám

Rất nhiều bệnh nhân thường gặp khó khăn khi đặt ngày giờ thăm bác sĩ. Không những mỗi chuyến thăm bác sĩ sẽ phải đặt trước đó từ lâu, mà còn cản trở công việc, và nhiều khi rất tốn thời gian chờ đợi. Ứng dụng Push Doctor cho phép bạn đặt cuộc hẹn gặp bác sĩ trực tuyến chỉ trong vài phút để bạn có thể nhanh chóng giải thích triệu chứng bệnh cho bác sĩ, và nhận đơn thuốc từ họ.

Cho mỗi cuộc tư vấn 10 phút với bác sĩ, bệnh nhân sẽ tốn khoảng 20 bảng Anh (khoảng 568K VNĐ). Từ lúc mới thành lập, công ty này đã huy động đầu tư tới hơn 26 triệu bảng anh (khoảng 740 tỷ VNĐ).



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 gặp 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 hoá 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 vào 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

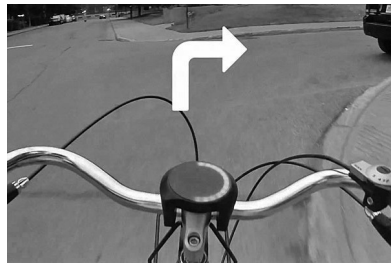
Công ty điện **Igloo** quyết định đi theo một chiều hướng hoàn toàn khác với công ty điện khác: họ cung cấp bản báo cáo điện cho mỗi thiết bị trong nhà và khuyến khích người dùng sử dụng điện một cách khoa học và tiết kiệm hơn dựa trên bảng báo cáo này. Người dùng còn có cơ hội đạt được điểm thưởng khi 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 sao 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 có cảm giác tự hào khi đạt được một mục tiêu nào đó

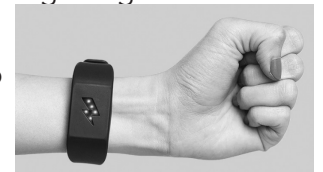
Trong nhiều tuần khi virus Corona khiến mọi người phải ở nhà, nhiều bà mẹ cảm thấy bức bối khi con thì suốt ngày nhõng nhẽo bên cạnh mà chồng thì không giúp được nhiều. **Công ty bán rượu MOVO** cung cấp thêm dịch vụ đường dây nóng để các bà mẹ có thể gọi điện tới phản nàn xả tức mà không bị mọi người 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. Nổi kim cô cho vui thể 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 tín hiệu 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 kiếm 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 hoá, 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 hoá 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 đi 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 ngứa 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 thể 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 vị 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 rà 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 thực 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 bụi, 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 xác 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 hoá 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 hoá 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 gắn 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 xóa 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 MadeIn. 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 mô phỏng 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.

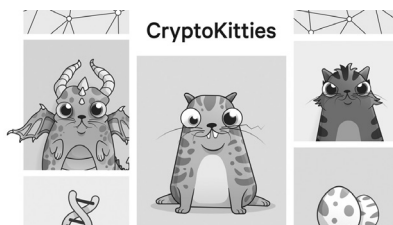
Thử thách: Bạn có thể làm cho sản phẩm linh hoạt hơn để có thể sử dụng trong nhiều tình huống khác nhau không?



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 máy móc thiết kế chỉ dành cho 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, lẽ 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 nhỏ 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 món 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 rất 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 cùng 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 muốn 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 khảm 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 hồi 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 lũy 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 'dỡ mỗi 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 mút 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 khỏe 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 nhàm 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 lỗi 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 hổng 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.

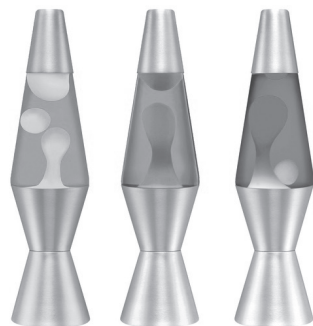
Thử thách: Bạn có thể thêm chức năng để tăng tính tương tác với người dùng không? Trong ví dụ trên, thay vì chỉ là một con gấu bông bình thường Parihug khiến người dùng tương tác với gấu nhiều hơn, và vì đó cảm thấy gần bó hơn với sản phẩm.



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 hoá 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 sợ' tí, nhưng nó thể hiện tính táo bạo trong thiết kế sản phẩm, giúp cho sản phẩm trở nên khác biệt 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 đồng nghiệp về việc giày da của họ đẹp thì đẹp thật 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 bề 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 gắn 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 gập **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 gập được, giúp bạn có thể mang theo bên mình và mở ra dùng mỗi khi đến tiệm trà hoặc quán cà phê.

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



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

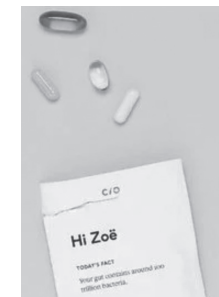
Trong lúc dịch COVID-19 diễn ra, có rất nhiều cặp vợ chồng đã phải hoãn lễ cưới của họ. Để giúp cho các cặp đôi này đỡ thất vọng, **Hotels.com** tạo ra dịch vụ làm đám cưới online và sau đó cho mỗi cặp đôi \$5.000 (~115 triệu VNĐ) để họ dùng trong kỳ nghỉ tuần trăng mật **sau khi dịch COVID kết thúc**.

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 khỏe

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 khỏe của mỗi người. Để bắt đầu sử dụng sản phẩm, mỗi khách hàng sẽ phải làm một bài thử nghiệm sức khỏe 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 khỏe 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 thì 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 vẹn 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 cỏ bằng dê!** Thay vì sử dụng hàng tấn xăng dầu để chạy máy cắt cỏ, 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 vợ 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, môi 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 tùy 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 sỹ 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 lãng mạn 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 nhớ 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 / đông đúc hơn

Năm 2011, Shed Simove xuất bản cuốn sách với 200 trang, không trang nào có chữ. Nó ngay lập tức trở thành một luồng không khí mới lạ 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).

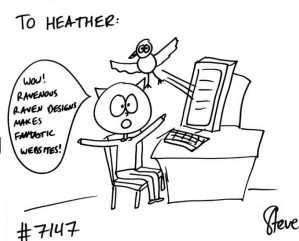
Tựa đề sách: **"Thứ mọi đàn ông quan tâm ngoài chuyện tình cảm"**. Ông cũng có cuốn sách tương tự mang tên "50 sắc thái của màu xám". (Mình dịch tên sách nhè nhàng hơn nghĩa thực một tí)

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 sỹ, luật sư, v.v giúp bạn tạo ra những cơ 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 tới mức 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 gửi 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 nhãn giấu bên trong) là một sản phẩm cực hot với lợi nhuận lên tới hơn 15 TRIỆU ĐỒNG / 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 nhãn 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 nhãn đẹp. Hơn thế nữa, nó gợi sự tò mò của khách hàng khi nhận được chiếc nhãn có khả năng giúp họ trúng được rất nhiều tiền.

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

91. Cá nhân hoá sản phẩm

Dịch vụ ông già Noel đáp lễ 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 màu mè, trông thì dễ thương nhưng mà khó dọn. Nhưng ai mà chẳng khoái cái ý tưởng gửi cả đồng 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. Lặp 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 ‘ngghiêm 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 lặp lại đặc điểm đó nhiều lần không?



95. Nhìn kỹ vào các chi tiết tệ nhất và khuếch đại chúng

Những đồng hồ làm từ phân trâu bò khô cứng lại trở nên hot ới 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 mơ hồ chung chung và chuyển đổi thành chi tiết cụ thể

Mới chia tay người yêu? Mới bị vợ mắng? Bị sếp đĩ? Buồn bực chỉ muốn ném cái gì đó xuống đất và đập tường cho bỏ tức? **Căn phòng xả 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 thoải 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 mơ 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 hoà 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 trở 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 để 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 chức 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 **nhãn 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 nhãn đoán cảm xúc này dựa trên nhiệt độ cơ thể của bạn mà thay đổi màu. Nghe thì không hay bằng ‘nhãn 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 nhãn kim cương. Tuy nhiên, cái khác biệt của cửa tiệm này là những chiếc nhãn 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 nhãn 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 nhãn 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 'hơi 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 hoá 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 cuội 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 hỏ 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 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 (chớ 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 ngay vào nước uống, thay vì phải pha cà phê hoặc trà để lấy được lượng caffeine đó. Người sáng chế ra Water Joe có ý tưởng này khi nhận ra có rất nhiều người muốn tỉnh 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 tỉnh 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 lố 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 cõi đời 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 ngồi 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.

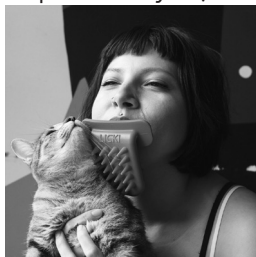
Thử thách: Bạn nghĩ xem có giai đoạn nào trong dịch vụ của bạn có thể làm ngược lại không? Trong ví dụ này, thay vì khách đến uống cà phê trả tiền, thì quán cà phê lại trả tiền cho khách.

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 oải 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 khỏe; và thành công"

Chỉ trong một ngày hãng Apple cho phép phần mềm này được rao bán, có đến 8 'người vừa giàu vừa điên' mua nó, mang lại lợi nhuận khổng lồ 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 khăm 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?