ESCAPE ROOMS
FOR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

От нула до вирусно

Ръководство за обучители

Резултати от обучението

Основна тема

Онлайн инфлуенсър или създател на съдържание е човек, който създава ангажиращо съдържание в дигитални платформи като YouTube, Instagram, TikTok и стрийминг платформи, за да изгради общност от последователи. Инфлуенсърите използват своето присъствие и доверие, за да повлияят на решенията за покупка и тенденциите, често си сътрудничейки с марки за маркетингови цели. Тяхното съдържание може да варира от развлечения и начин на живот до образование и нишови хобита.

Педагогически цели

- Участниците ще се научат как ефективно да взаимодействат с различни аудитории.
- Участниците ще прилагат ключови техники за дигитален маркетинг, за да оптимизират обхвата и ангажираността.



- Участниците ще разберат как да изготвят план за създаване на съдържание, брандиране и комуникация, който свързва идентичността на марката, популяризирането и работата в мрежа.
- Участниците ще развият умения за критично мислене и стратегическо планиране.
- Участниците ще демонстрират ефективни комуникационни и презентационни умения.

Рамка

Тип

Физическо спешно отделение с документи

Времева рамка

1 час (включително брифинг и обсъждане)

Участници

Минимум: 3 участници

Максимум: 6 участници

Теми

Създаване на съдържание; ангажиране на общността/аудиторията; изграждане на марка; дигитална комуникация; монетизация и спонсорство

Необходими умения



Необходими умения

Гейм Мастър

- Адаптация (за насочване на участниците през фазите и оценка на техния успех в зависимост от избора им).
- Разбиране на стратегиите за дигитална комуникация и компонентите на ефективен план за създаване на съдържание, комуникация и брандиране за инфлуенсъри.

Участник

- Няма



Ролята на Гейм Мастъра

В тази бягство игра, Гейм Мастърът трябва да има активна и ръководна роля, като наблюдава напредъка на участниците и предоставя съвети, ако е необходимо, за да даде на всички играчи равен шанс за успех и да осигури адекватно изучаване и разбиране на темата преди, по време на и след бягството. Той действа като влиятелен представител на марката. Целта му е да оцени способността на участниците да създадат устойчив план за създаване на съдържание, дигитален брандинг и комуникация. По време на играта той може да предоставя повече или по-малко насоки, да предлага съвети, когато участниците са заседнали или вървят в грешна посока, и да гарантира, че участниците остават на правилния път, като същевременно насърчават ученето и размисълът.

За тази цел, той просто трябва да „затвори“ групата в стаята, да обясни краткия контекст на колектив от онлайн инфлуенсъри, които се борят да постигнат успех, и след това да се увери, че разбират контекста и залозите, преди да им позволи да разгледат стаята, когато започне обратното броене. Той трябва да препоръча на участниците да запишат и адаптират идеите си (на бяла дъска или хартиени страници), за да следят изборите си, и да изготвят плана стъпка по стъпка, за да подготвят ясна и убедителна финална презентация.

След изтичане на определеното време (45 минути), след като участниците са представили своя план и са обосновали избора си, водещият на играта трябва

да организира обсъждане, за да изясни какво са научили участниците, независимо дали е успял да ги убеди. Те могат да се върнат към анализа на всеки документ, за да преценят дали участниците са в състояние да обосноват отговорите си и да обяснят разсъжденията си.

Проверка за приобщаване

За да се гарантира, че тази игра за бягство е приобщаваща и достъпна за участници с обучителни разстройства или увреждания, вземете предвид следните ключови елементи:

- ✓ **Физическа достъпност:** Уверете се, че мястото е достъпно за инвалидни колички и че всички необходими предмети са леснодостъпни (не са твърде високо или далеч).
- ✓ **Визуална и слухова подкрепа:** Уверете се, че материалите използват едър шрифт, висок контраст или цифрови формати, съвместими с екранни четци. Ако са включени видеоклипове, осигурете субтитри или превод.
- ✓ **Прости и ясни инструкции:** Използвайте ясен, кратък език и визуални елементи. Избягвайте сложни формулировки, за да подпомогнете участниците с обучителни разстройства.
- ✓ **Гъвкаво участие:** Предлагайте разнообразни роли, които отговарят на различните силни страни, позволявайки на участниците да избират

задачи, които отговарят на техните способности и насърчават отговорността, без да се натоварват.

- ✓ **Сензорни съображения:** Избягвайте сензорни тригери като силни шумове или мигащи светлини. Осигурете тихо място за участниците, нуждаещи се от почивки, за да се префокусират
- ✓ **Подкрепа и корекции:** Бъдете готови да предложите допълнителна помощ, специфични съвети и насоки или персонализирана подкрепа въз основа на индивидуалните нужди.
- ✓ **Обратна връзка:** Събирайте обратна връзка от участниците, за да подобрявате непрекъснато адаптивността, достъпността и приобщаването.

Съвети и решения

Фаза А

Съвети

- Привлекли сте вниманието на голяма марка, но те няма да работят с всеки. Нека видим дали можете да изработите ефективна стратегия, която е не само креативна, но и основана на това, което нашата марка иска.
- Уверете се, че сте проучили различни аспекти на стратегията: създаване на съдържание, брандиране, комуникация, ангажиране на аудиторията, монетизация и работа в мрежа. Може би дори можете да разпределите роли или задачи на всеки член на екипа, като например плановик на съдържание, дизайнер на марка, анализатор на данни и др.
- Можете ли да намерите нещо полезно в стаята? Като например в тези чекмеджета/папки/кутии?

Забележка: За всяка от останалите фази, в случай че участниците не са намерили всички документи от приложението и не са идентифицирали всички необходими елементи, които да включат в плана си, напомнете им и ги насочете към скритите места без твърде много подсказки, но като им дадете шанс да намерят ресурсите, от които се нуждаят, за да работят ефективно. Ако е необходимо, Мастърът на играта може да помогне на играчите да идентифицират всяка стъпка от създаването на своя план или презентация, да изготвят пътна карта и да изяснят върху какво трябва да се съсредоточат.

Решения

- Приложете документи, скрити из стаята в чекмеджета, папки и кутии.
- Бяла дъска или страници хартия, на които да си водите бележки, за да организирате търсенето.

Фаза Б

Съвети

- Какво би било първото нещо, за което да помислите, когато планирате как да създадете онлайн съдържание? Кой според вас е първият аспект, който трябва да дефинирате?
- За какви теми или области ще бъде вашето съдържание? Колко разнообразно може да бъде то въз основа на вашите умения и предпочитания? Какви видове съдържание са най-подходящи за този вид тема? Кои платформи биха били подходящи за този вид съдържание? Какъв тип аудитория ще използва тези платформи, за да достигне до вашето съдържание? На кои тенденции ще съответства, ще следва или ще се възползва вашето съдържание?

Решения

Използвайки документите в приложението, които могат да бъдат намерени на различни скрити места в стаята, участниците трябва да установят следните аспекти на своя план:

- Видове съдържание за създаване и общи теми или области за изследване въз основа на техните вкусове, хобита, умения и популярност

- Целева аудитория, върху която да се фокусират въз основа на вида съдържание (възраст, интереси)
- Вид платформи, които да се използват, за да се достигне до целевата аудитория въз основа на тенденции и данни за аудиторията
- Стратегии, които да съответстват на целта на марката да достигне до голяма аудитория и да окаже положително въздействие (равенство, приобщаване и разнообразие)

Фаза B

Съвети

- Какъв би бил следващият аспект, който трябва да се определи, преди да се планира какво да се прави? Какво бихте искали да постигнете със съдържанието си? Как бихте го постигнали?
- Колко често ще е необходимо да създавате съдържание, да взаимодействате с общността си и да адаптирате плановете си към тенденции и събития? Какви действия ще предприемете, за да ангажирате общността си?

Решения

Използвайки документите в приложението, които могат да бъдат намерени на различни скрити места в стаята, участниците трябва да установят следните аспекти на своя план:

- Цели и задачи: работа с обществеността, ангажираност, взаимодействия, продажби, експертиза?
- Календар за създаване на съдържание: честота на публикациите на коя платформа (колко често на седмица или месец, кой ден и по кое време), честота на корекции въз основа на тенденции, алгоритми, вирусно съдържание и подходящи събития
- Стратегии за ангажиране на общността: анкети, въпроси и отговори, интерактивно съдържание, обратна връзка и адаптиране на съдържанието

Фаза Г

Съвети

- Какъв би бил следващият аспект, който трябва да се дефинира, за да се разшири планът ви? Как бихте постигнали целите си и бихте надхвърлили очакванията?
- Как бихте развили обхвата си до по-широка аудитория? Как бихте могли да монетизирате и финансирате по-големи проекти?

Решения

Използвайки документите в приложението, които могат да бъдат намерени на различни скрити места в стаята, участниците трябва да установят следните аспекти на своя план:

- Потенциално сътрудничество с инфлуенсъри и създатели (в рамките на и извън техните платформи и ниша)
- Потенциално спонсорство на марки и продуктово позициониране
- Продукти, свързани със съдържанието: допълнително съдържание, артикули, курсове, стоки
- Стратегии за работа в мрежа и монетизация, които отговарят на техните цели и платформи

Фаза Д

Съвети

- Какво ще ви е необходимо, за да утвърдите присъствието си като създатели на съдържание и инфлуенсъри? Какво бихте създали, за да бъдете уникални и да създадете свой собствен стил?

Решения

Използвайки документите в приложението, които могат да бъдат намерени на различни скрити места в стаята, участниците трябва да установят следните аспекти на своя план:

- Брандиране и визуална идентичност: цветове, лога, общ стил
- Биография и описание, за да привлекат вниманието и да популяризират друго съдържание (други платформи, продукти, събития)

Фаза E

Съвети

- Сега трябва да ме убедите, че вашите избори за този план са осъществими и достатъчно интересни, за да може моята марка да спонсорира и финансира вашето съдържание.

Забележка: Ако подсказките от предишните фази не са били използвани, включете ги в тази фаза, за да насочите представянето на участниците и да ги накарате да установят дали са пропуснали някои необходими елементи или да развият допълнително своите обосновки и избори.

Решения

- Водещият на играта трябва да обсъди и разпита участниците за всеки избор, който са направили в предишните фази, и да адаптира реакцията им въз основа на това колко подходящ и ефективен би бил планът на участниците. Някои елементи могат да бъдат пренебрегнати или липсващи, но те трябва да имат планове за основните елементи, които биха били необходими, за да постигнат успех онлайн и да достигнат до голяма аудитория, като същевременно отговарят на очакванията на марката.
- Да предложат конструктивна обратна връзка относно своите планове за създаване на съдържание, комуникация, брандиране и монетизация, като посочат силните страни и областите за подобрение. Целта е да се помогне на участниците да мислят критично за своя подход към това да

станат успешни онлайн инфлуенсъри и да се признае дали разбират критичните аспекти на тези планове.

- Участниците трябва да демонстрират ясно разбиране за създаването на съдържание, съобразено с конкретна аудитория, и да предоставят ефективен план за ангажиране, който включва техники за взаимодействие с аудиторията. Тяхното окончателно представяне трябва да отразява разбирането им за тенденциите и нуждите на онлайн съдържанието.



Кратко описание и анализ

Кратко описание (преди играта)

Брифингът е много важен преди влизане в стая за бягство. Това е моментът, в който обяснявате правилата и как работи играта за тези, които не познават играта. Той ви позволява също така да зададете контекста и вселената на играта, като въвеждате началото и обяснявате на играчите тяхната мисия. В този случай, Гейм Мастърът ще отговаря за това участниците да разбират контекста и какво трябва да правят (по време на фаза А) и ще насочва и потвърждава отговорите им по време на играта за бягство.

Не забравяйте да маркирате времевата рамка, в случай че участниците не обърнат много внимание на обратното броене и евентуално да им напомните за нея, особено ако отделят твърде много време и не са стигнали до фаза Д, тъй като тя се приближава твърде много към края си. Посочете, че фокусът на дейността трябва да бъде върху креативността и екипната работа, а не върху подробната ефективност или административните изисквания.

Дебрифинг (след играта)

Дебрифингът ще ви позволи да получите обратна връзка за вашия сценарий и да видите какво се нуждае от подобрение. Това ще ви позволи също да видите какво са научили и запомнили играчите от тази игрова сесия и да се

уверите, че са разбрали мотивите зад направените от тях избори и стратегиите, които са предложили.

Добра практика е да си водите бележки за опита на играчите и вашия, за да можете да се върнете към тази информация по-късно.

Съфинансирано от Европейския съюз

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Настоящата публикация отразява единствено виждането на автора, като Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на съдържащата се в нея информация.

Код на проекта: 2023-2-LT02-KA220-YOU-0001831156

Настоящата работа е лицензирана съгласно лицензия Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International. За да видите копие от този лиценз, посетете http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/