



Ant bangos

Trenerio vadovas

Mokymosi rezultatai

Pagrindinė tema

Internetinis influenceris arba turinio kūrėjas yra asmuo, kuris kuria patrauklų turinį skaitmeninėse platformose, tokiose kaip „YouTube“, „Instagram“, „TikTok“ ir transliacijų platformose, siekdamas sukurti sekėjų bendruomenę. Įtakos formuotojai naudoja savo buvimą ir patikimumą, kad paveiktų pirkimo sprendimus ir tendencijas, dažnai bendradarbiaudami su prekių ženklais rinkodaros tikslais. Jų turinys gali būti įvairus – nuo pramogų ir gyvenimo būdo iki švietimo ir nišinių pomėgių.

Pedagoginiai tikslai

- Dalyviai išmoks efektyviai bendrauti su skirtingomis auditorijomis.
- Dalyviai taikys pagrindinius skaitmeninės rinkodaros metodus, siekdami optimizuoti pasiekiamumą ir įsitraukimą.
- Dalyviai supras, kaip parengti turinio kūrimo, prekės ženklo kūrimo ir komunikacijos planą, kuris apjungtų prekės ženklo tapatybę, informavimo priemones ir tinklaveiką.
- Dalyviai lavins kritinio mąstymo ir strateginio planavimo įgūdžius.
- Dalyviai pademonstruos efektyvaus bendravimo ir pristatymo įgūdžius.



Gairės

Tipas

Fizinė skubiosios pagalbos tarnyba su dokumentais

Laikotarpis

1 valanda (įskaitant instruktažą ir aptarimą)

Dalyviai

Mažiausiai: 3 dalyviai

Daugiausia: 6 dalyviai

Temos

Turinio kūrimas; bendruomenės / auditorijos įtraukimas; prekės ženklo kūrimas; skaitmeninė komunikacija; pajamų gavimas ir rėmimas

Reikalingi įgūdžiai

Žaidimo vedėjui

- Adaptacija (skirta dalyviams vadovauti visuose etapuose ir įvertinti jų sėkmę atsižvelgiant į jų pasirinkimus).
- Skaitmeninės komunikacijos strategijų ir veiksmingo turinio kūrimo, komunikacijos bei prekės ženklo kūrimo plano, skirto nuomonės formuotojams, komponentų supratimas.

Dalyviams

- Nėra



Žaidimo vedėjo vaidmuo

Šiame pabėgimo žaidime žaidimo vedėjas turėtų atlikti aktyvų ir vadovaujantį vaidmenį, prižiūrėti dalyvių pažangą ir, jei reikia, duoti užuominų, kad visi žaidėjai turėtų vienodas galimybes pasiekti sėkmės, ir užtikrinti tinkamą temos mokymąsi bei supratimą prieš, per ir po pabėgimo žaidimo.

Jie veikia kaip įtakingi prekės ženklo atstovai. Jų tikslas – įvertinti dalyvių gebėjimą sukurti tvarų turinio kūrimo, skaitmeninio prekės ženklo kūrimo ir komunikacijos planą. Žaidimo metu jie gali teikti daugiau ar mažiau patarimų, užuominų, kai dalyviai įstringa arba eina neteisinga kryptimi, ir užtikrinti, kad dalyviai išliktų teisingame kelyje, kartu skatindami mokymąsi ir refleksiją.

Tam jie turėtų tiesiog „įkalinti“ grupę kambaryje, trumpai paaiškinti internetinių įtakingų asmenų, kuriems sunku pasiekti sėkmės, grupės kontekstą ir tada užtikrinti, kad jie suprastų kontekstą ir riziką, prieš leisdami jiems apžiūrėti kambarį, kai prasidės atgalinis skaičiavimas. Jie turėtų rekomenduoti dalyviams užsirašyti ir pritaikyti savo idėjas (ant baltos lentos ar popierinių lapų), kad galėtų sekti savo pasirinkimus ir žingsnis po žingsnio parengti planą, kad parengtų aiškia ir įtikinamą galutinę idėją.

Praėjus nustatytam laikui (45 minutėms), dalyviams pristatytas savo planą ir pagrindus savo pasirinkimus, žaidimo vadovas turėtų surengti aptarimą, kad išsiaiškintų, ko dalyviai išmoko, nepriklausomai nuo to, ar jiems pavyko juos įtikinti. Jie gali grįžti prie kiekvieno dokumento analizės, kad įvertintų, ar dalyviai gali pagrįsti savo atsakymus ir paaiškinti savo samprotavimus.



Įtraukties užtikrinimas

Siekiant užtikrinti, kad šis pabėgimo žaidimas būtų įtraukus ir prieinamas dalyviams, turintiems mokymosi sutrikimų ar negalią, atsižvelkite į šiuos pagrindinius elementus:

- ✓ **Fizinis prieinamumas:** Įsitikinkite, kad vieta pritaikyta neįgaliesiems vežimėliuose ir kad visi reikalingi daiktai yra lengvai pasiekiami (ne per aukštai ar per toli).
- ✓ **Regėjimo ir klausos palaikymas:** Įsitikinkite, kad medžiaga pateikiama dideliu šriftu, didelio kontrasto arba skaitmeniniu formatu, suderinamu su ekrano skaitytuvais. Jei yra vaizdo įrašų, pateikite subtitrus arba vertimą.
- ✓ **Paprastos ir aiškios instrukcijos:** Naudokite aiškią, glaustą kalbą ir vaizdinę medžiagą. Venkite sudėtingų formuluočių, kad padėtumėte dalyviams, turintiems mokymosi sutrikimų.
- ✓ **Lankstus dalyvavimas:** Siūlykite įvairius vaidmenis, pritaikytus skirtingiems dalyvių stipriesiems bruožams, leisdami jiems pasirinkti užduotis, atitinkančias jų gebėjimus, ir ugdykite atsakomybę, nepersistengdami su savo jėgomis.
- ✓ **Jutimo aspektai:** Venkite sensorinių dirgiklių, tokių kaip garsūs garsai ar mirksinčios šviesos. Dalyviams, kuriems reikia pertraukų, kad jie galėtų susikaupti, suteikite ramią erdvę.



- ✓ **Palaikymas ir koregavimai:**Būkite pasiruošę pasiūlyti papildomą pagalbą, konkrečius patarimus ir nurodymus arba individualiai pritaikytą paramą, pagrįstą individualiais poreikiais.
- ✓ **Grįžtamojo ryšio ciklas:**Rinkti dalyvių atsiliepimus, siekiant nuolat gerinti pritaikomumą, prieinamumą ir įtraukumą.



Patarimai ir sprendimai

A etapas

Užuominos

- Patraukėte didelio prekės ženklo dėmesį, bet jie nesuderins bet ko.
Pažiūrėkime, ar galite sukurti efektyvią strategiją, kuri būtų ne tik kūrybinga, bet ir pagrįsta mūsų prekės ženklo norais.
- Būtinai išnagrinėkite skirtingus strategijos aspektus: turinio kūrimą, prekės ženklo kūrimą, komunikaciją, auditorijos įtraukimą, pajamų gavimą ir tinklaveiką. Galbūt netgi galite priskirti vaidmenis ar užduotis kiekvienam komandos nariui, pavyzdžiui, turinio planuotojui, prekės ženklo dizaineriui, duomenų analitikui ir pan.
- Ar gali kambaryje rasti ką nors naudingo? Pavyzdžiui, šiuose stalčiuose/aplankuose/dėžėse?

Pastaba: Kiekviena kitame etape, jei dalyviai nerado visų priedų dokumentų ir nenustatė visų būtinų elementų, kuriuos reikia įtraukti į savo planą, priminkite jiems ir nukreipkite juos link paslėptų vietų be per daug užuominų, bet suteikdami jiems galimybę rasti išteklius, kurių jiems reikia efektyviam darbui. Prireikus žaidimų meistras gali padėti žaidėjams nustatyti kiekvieną savo plano ar pristatymo kūrimo žingsnį, sudaryti veiksmų planą ir išsiaiškinti, į ką jiems reikia sutelkti dėmesį.



Sprendimai

- Priedo dokumentai, paslėpti po kambarį stalčiuose, aplankuose ir dėžėse.
- Balta lenta arba popieriniai lapai, ant kurių galima užsirašyti pastabas paieškai organizuoti.

B etapas

Užuominos

- Apie ką pirmiausia reikėtų pagalvoti planuojant, kaip kurti internetinį turinį? Koks, jūsų manymu, būtų pirmasis aspektas, kurį turėtumėte apibrėžti?
- Kokiomis temomis ar sritimis bus jūsų turinys? Kiek įvairus gali būti jūsų turinys, atsižvelgiant į jūsų įgūdžius ir pageidavimus? Kokio tipo turinys geriausiai tinka tokio tipo temai? Kurios platformos tiktų tokio tipo turiniui? Kokia auditorija naudosis šiomis platformomis, kad pasiektų jūsų turinį? Kokias tendencijas jūsų turinys atitiks, seks ar iš kurių gaus naudos?

Sprendimai

Naudodamiesi priede pateiktais dokumentais, kuriuos galima rasti skirtingose kambario slėptuvėse, dalyviai turėtų nustatyti šiuos savo plano aspektus:

- Kuriamo turinio tipai ir bendros temos arba sritys, kurias galima tyrinėti pagal jų skonį, pomėgius, įgūdžius ir populiarumą
- Tikslinė auditorija, į kurią reikia sutelkti dėmesį, atsižvelgiant į turinio tipą (amžių, pomėgius)



- Platformų, kurias reikia naudoti norint pasiekti tikslinę auditoriją, remiantis tendencijomis ir auditorijos duomenimis, tipas
- Strategijos, atitinkančios prekės ženklo tikslą pasiekti didelę auditoriją ir daryti teigiamą poveikį (lygybė, įtrauktis ir įvairovė)

C etapas

Užuominos

- Koks būtų kitas aspektas, kurį reikėtų apibrėžti prieš planuojant, ką daryti? Ko norėtumėte pasiekti savo turiniu? Kaip tai pasiektumėte?
- Kaip dažnai jums reikėtų kurti turinį, bendrauti su savo bendruomene ir koreguoti savo planus pagal tendencijas ir įvykius? Kokių veiksmų imsitės, kad bendrautumėte su savo bendruomene?

Sprendimai

Naudodamiesi priede pateiktais dokumentais, kuriuos galima rasti skirtingose kambario slėptuvėse, dalyviai turėtų nustatyti šiuos savo plano aspektus:

- Tikslai ir uždaviniai: informavimas, įsitraukimas, sąveika, pardavimai, kompetencija?
- Turinio kūrimo kalendorius: įrašų dažnumas kurioje platformoje (kaip dažnai per savaitę ar mėnesį, kurią dieną ir kada), koregavimo dažnumas atsižvelgiant į tendencijas, algoritmus, virusinį turinį ir susijusius įvykius
- Bendruomenės įtraukimo strategijos: apklausos, klausimai ir atsakymai, interaktyvus turinys, atsiliepimai ir turinio pritaikymas



D etapas

Užuominos

- Koks būtų kitas aspektas, kurį reikėtų apibrėžti norint išplėsti savo planą? Kaip pasiektumėte savo tikslus ir juos viršytumėte?
- Kaip dar labiau išplėstumėte savo pasiekiamumą platesnei auditorijai? Kaip galėtumėte gauti pajamų ir finansuoti didesnius projektus?

Sprendimai

Naudodamiesi priede pateiktais dokumentais, kuriuos galima rasti skirtingose kambario slėptuvėse, dalyviai turėtų nustatyti šiuos savo plano aspektus:

- Galimas bendradarbiavimas su influenceriais ir kūrėjais (jų platformose ir nišoje bei už jų ribų)
- Galimas prekės ženklo rėmimas ir produktų rodymas
- Su turiniu susiję produktai: papildomas turinys, prekės, kursai, atributika
- Tinklaveikos ir pajamų gavimo strategijos, atitinkančios jų tikslus ir platformas

E etapas

Užuominos

- Ko jums reikėtų, kad įsitvirtintumėte kaip turinio kūrėjai ir nuomonės formuotojai? Ką sukurtumėte, kad būtumėte unikalūs ir kurtumėte savo stilių?



Sprendimai

Naudodamiesi priede pateiktais dokumentais, kuriuos galima rasti skirtingose kambario slėptuvėse, dalyviai turėtų nustatyti šiuos savo plano aspektus:

- Prekės ženklo ir vizualinis identitetas: spalvos, logotipai, bendras stilius
- Biografija ir aprašymas, skirti atkreipti dėmesį ir reklamuoti kitą turinį (kitas platformas, produktus, renginius)

F etapas

Užuominos

- Dabar turite mane įtikinti, kad jūsų pasirinkimai dėl šio plano yra įmanomi ir pakankamai įdomūs, kad mano prekės ženklas remtų ir finansuotų jūsų turinį.

Pastaba: Jei ankstesnių etapų užuominos dar nebuvo panaudotos, įtraukite jas į šį etapą, kad padėtumėte dalyviams pristatyti savo pristatymą ir paprašytumėte jų nustatyti, ar jie praleido kokius nors būtinus elementus, arba galėtų toliau plėtoti savo pagrindimus ir pasirinkimus.

Sprendimai

- Žaidimo vadovas turėtų aptarti ir apklausti dalyvius apie kiekvieną jų ankstesniuose etapuose priimtą pasirinkimą ir pritaikyti savo reakciją pagal tai, kiek tinkamas ir efektyvus būtų dalyvių planas. Kai kurių elementų galima nepaisyti arba jų gali trūkti, tačiau jie turėtų turėti planus dėl pagrindinių elementų, kurie būtų būtini norint sėkmingai veikti internete ir pasiekti didelę auditoriją, kartu atitinkant prekės ženklo lūkesčius.



- Pateikti konstruktyvų atsiliepimą apie savo turinio kūrimo, komunikacijos, prekės ženklo kūrimo ir pajamų gavimo planus, atkreipiant dėmesį į stipriąsias ir tobulintinas sritis. Tikslas – padėti dalyviams kritiškai mąstyti apie savo požiūrį į sėkmingą internetinę įtaką ir pripažinti, ar jie supranta svarbiausius tokių planų aspektus.
- Dalyviai turėtų aiškiai suprasti, kaip kurti turinį, pritaikytą konkrečiai auditorijai, ir pateikti veiksmingą įtraukimo planą, apimantį auditorijos sąveikos metodus. Jų galutinis pristatymas turėtų atspindėti internetinio turinio tendencijų ir poreikių supratimą.

Trumpas aprašymas ir aptarimas

Trumpai (prieš rungtynes)

Prieš įeinant į pabėgimo kambarį, labai svarbu atlikti instruktažą. Tai akimirka, kai paaiškinate taisykles ir kaip jis veikia tiems, kurie dar nežino žaidimo.

Tai taip pat leidžia nustatyti žaidimo kontekstą ir visatą, pristatyti pradžią ir paaiškinti žaidėjams jų misiją. Šiuo atveju žaidimo vadovas būtų atsakingas už tai, kad dalyviai suprastų kontekstą ir ką jie turi daryti (A etape), ir vadovautų bei patvirtintų jų atsakymus viso pabėgimo žaidimo metu.

Nepamirškite pabrėžti laiko tarpo, jei dalyviai nekreipia daug dėmesio į atgalinį skaičiavimą, ir galbūt jiems apie tai priminti, ypač jei jie užtrunka per daug ir dar nepasiekė E etapo, artėjant pabaigai. Nurodykite, kad veikla turėtų būti orientuota į



kūrybiškumą ir komandinį darbą, o ne į išsamų efektyvumą ar administracinius reikalavimus.

Aptarimas (po žaidimo)

Aptarimas leis jums gauti atsiliepimų apie savo scenarijų ir pamatyti, ką reikia tobulinti. Tai taip pat leis jums pamatyti, ko žaidėjai išmoko ir prisiminė iš šios žaidimo sesijos, ir įsitikinti, kad jie suprato savo pasirinkimų priežastis ir pateiktas strategijas.

Gera praktika yra užsirašyti pastabas apie žaidėjų ir savo patirtį, kad vėliau galėtumėte prie šios informacijos grįžti.



**Bendrai finansuoja
Europos Sąjunga**

Šį projektą finansavo Europos Komisija. Šis leidinys atspindi tik autoriaus požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už jokią jame pateiktos informacijos panaudojimą.

Projekto kodas: 2023-2-LT02-KA220-YOU-0001831156

Šis kūrinys licencijuotas pagal „Creative Commons. Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International“ licenciją. Norėdami peržiūrėti šios licencijos kopiją, apsilankykite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>