ESCAPE ROOMS
FOR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

Дигиталното блокиране: бягство чрез общността

Описание на сценария и пътна карта

Контекст на историята

Малък екологичен стартъп, произвеждащ твърди шампоани и балсами, се бори да оцелее в дигиталната ера. Продуктът им е страхотен, но онлайн присъствието им е слабо, ангажираността с клиентите е почти несъществуваща, а продажбите са намалели. В последен опит да спаси компанията, шантавият изпълнителен директор наема екип от млади дигитални консултанти (играчите) и ги заключва в офиса с послание: „Помогнете ни да изградим истинска онлайн общност или останете заключени тук завинаги.“

Насочена към млади предприемачи, студенти по дигитален маркетинг и младежи на възраст 16–29 години, дейността предизвиква играчите да решат серия от взаимосвързани задачи, свързани с изграждането на онлайн общност. Всяка стъпка отключва следващата, приближавайки ги до изработването на работеща стратегия за дигитално ангажиране. Успехът им се измерва не само чрез бягство, но и чрез демонстриране, че разбират основите на брандирането и маркетинга, базирани на общността.



Общо обяснение

Тази стая за бягство превежда участниците през структурирана, сюжетно-ориентирана поредица от пъзели, всеки от които отключва нова фаза от знания и стратегически прозрения, свързани с развитието на онлайн общността. Сценарият използва инструменти, вдъхновени от реалния свят – фалшиви анализи, макети на социални медии, работа с инфлуенсъри и картографиране на платформи. Играта преминава през етапи: първо разбиране на слабите страни на компанията, след това разкриване на най-добрите практики в дигиталното ангажиране и накрая прилагане на знанията чрез изграждане на мини стратегия.

Всяка задача предоставя или парола, QR код, или скрита улика, която води до следващото предизвикателство. Едва когато крайната стратегия отговаря на определените очаквания, екипът „спечелва“ одобрението на изпълнителния директор и „отключва“ изхода.

Всяка фаза се валидира от Водещия играта (персонаж на изпълнителния директор), който проверява дали групата е изпълнила успешно задачата, преди да предостави следващата улика или ресурс.



Пътна карта

Фаза А – Диагноза: Къде грешим?

Стъпка А.1 – Въведение и инструктаж

Преди да започне дейността, водещият на играта трябва да даде ясно въведение, за да намали първоначалната несигурност и да помогне на участниците да се ориентират в по-абстрактните понятия, с които ще работят по време на играта:

- Какво е онлайн общност? Защо е от съществено значение за един устойчив бизнес?
- Предизвикателствата в играта нямат един единствен верен отговор, а изискват интерпретация, дискусия и работа в екип;
- Логиката на играта следва ясна последователност: диагностика → разбиране → решение.

Примерно въведение: „В тази игра ще работите като дигитални консултанти за стартираща компания, която изпитва затруднения. Предизвикателствата нямат един единствен верен отговор – важното е как мислите, как обсъждате и как заедно стигате до решения. Играта следва логиката диагноза → разбиране → решение, така че обръщайте внимание не само на подсказките, но и на значението зад тях.“



Стъпка A.2 – Първа диагноза

Участниците получават запечатан плик (или разпечатан документ), съдържащ драматично писмо от главния изпълнителен директор, в което се очертава ситуацията. Писмото задава тона и представя основната мисия: да се спаси затруднената марка чрез изграждане на силна онлайн общност.

След като прочетат драматичното писмо на главния изпълнителен директор, участниците сканират QR кода в долната част. QR кодът води до кратък загадъчен текст, озаглавен „Ехо в брифинга“, който гласи:

„Вече ти казаха всичко необходимо. Изстрелването беше чисто. Мисията беше ясна. Кое е числото, което непрекъснато се повтаря?“

Участниците трябва да интерпретират това съобщение във връзка с писмото на изпълнителния директор. Правилното решение е двуцифрено число, получено от повтарящи се елементи или модели в съобщението на изпълнителния директор.

За да отключат следващия ресурс – отчета за анализ на социалните медии – участниците трябва да предоставят този номер на Водещия на играта.

Верен отговор: „00“ (Връзка към писмото: „Ангажираността е нула. Продажбите – също толкова лоши.“ → 0, 0)

✓ Отключва: Достъп до аналитичния отчет (домакинът на играта им го дава, след като загадката бъде решена) – „1.2. Фаза A - Фалшив аналитичен отчет“



Стъпка А.3 – Предизвикателство за анализ на данни

Участниците анализират фалшив отчет за ефективността в социалните медии: ниски нива на ангажираност, несъответствие между платформите, съдържание без ясна стратегия. От първите букви на всяко изречение се образува дума, която е паролата: „MissingTrust“ (Липсващо доверие).

✓ Отключва: Запечатана папка, озаглавена „Какво казват нашите клиенти“ – „2.1. Фаза Б - Фалшива обратна връзка от клиенти“

Фаза Б – Откритие: Какво иска общността?

Стъпка Б.1– Декодиране на обратна връзка от клиенти

Вътре в папката за обратна връзка има отпечатани картички с коментари в социалните мрежи. Някои изразяват разочарование, други показват любопитство или ентусиазъм. Всяко съобщение изглежда самостоятелно – но когато са подредени в правилния ред (от 1 до 6), първата буква от всяко съобщение разкрива скрита дума: „Engage“ (Ангажирай се).

Участниците трябва:

- Внимателно да прочетат и сравнят тона и темите на всеки коментар
- Да разпознаят основната структура на пъзела
- Да подредят всички съобщения в правилната последователност
- Да извлекат първата буква от всяко, за да образуват кода

✅ Отключва: Пъзел дъска – „С кого говорим?“ - „2.2. Фаза Б - Карти за персона на аудиторията и платформи за социални медии“

Стъпк Б.2 – Пъзел с платформа за съвпадение

Участниците решават упражнение за съпоставяне: целеви групи (напр. екологично осъзнати студенти, работещи майки, фитнес ентусиасти) с правилните социални платформи. Верните отговори водят до плик с етикет „От инфлуенсър...“

✅ **Правилни логически съвпадения:**

Целева група	**Платформа**
Екоосъзнати ученици	TikTok
Заети работещи майки	Facebook
Любители на фитнес и уелнес	Instagram
Направи си сам и любители на домашен декор	Pinterest
Професионалисти, фокусирани върху устойчивостта	LinkedIn

✅ Отключва: Имейл от инфлуенсър с липсващ хаштаг – „2.3. Фаза Б - Съобщение от инфлуенсър с липсващ хаштаг“

Стъпка Б.3 – Съобщение за сътрудничество с инфлуенсъри

Участниците получават ръкописно писмо от измислен инфлуенсър. Посланието е в подкрепа и отразява ценностите на марката – но липсва един ключов елемент: заключителният хаштаг.

В долната част на съобщението има QR код, чието сканиране води до три възможни хаштаг опции. Само един от тях допълва съобщението по начин, който е в съответствие с тона и мисията на инфлуенсъра.

Предложени варианти:

- #ВодиСРеклама
- #ВодиСОтстъпки
- ✓ #ВодиСЦенности (вярно)

Участниците трябва да обмислят намерението на инфлуенсъра и да изберат правилния хаштаг. Когато дадат правилния отговор на Game Master (CEO), те получават финалния плик.

✓ Отключва: Последна задача – изграждане на стратегия за общността – „3.1. Фаза B - Шаблон за стратегия“

Фаза B – Творчество: Стратегията, която те освобождава

Стъпка B.1 – Изготвяне на стратегията на общността

Използвайки всички предишни прозрения, участниците създават кратък план за онлайн общността, включващ:

- Избрана(и) целева(и) аудитория(и)
- Предпочитана(и) платформа(и)
- Видове съдържание (образователно, „зад кулисите“, UGC)

- Механизми за ангажиране (анкети, кампании за коментари, предизвикателства)
- Тон на гласа и ценности на марката
- Основен подход за обратна връзка/отговор

Водещият на играта предоставя отпечатан или ръкописен шаблон, който да ви напътства в тази стъпка. (Въпреки че може да бъде написан предварително на дъска, препоръчваме да го дадете на хартия, за да остане скрит, докато не започне тази фаза.)

Участниците могат да попълнят печатен шаблон или да обобщят отговорите си на глас. Креативността е добре дошла, но всички области трябва да бъдат разгледани ясно.

✅ Отключва: Стратегия за презентация пред главния изпълнителен директор

Стъпка B.2 – Одобрение и бягство

Гейм Мастърът (играещ ролята на изпълнителен директор) проверява дали стратегията отговаря на поне 3 от 5 критерия за успех:

- Ясно дефинирана целева аудитория
- Избрани подходящи платформи
- Реалистични идеи за ангажиране
- Разпознаване на предизвикателствата (напр. отрицателна обратна връзка)
- Стратегическо съгласуване с ценностите на марката

- При успех, „изпълнителният директор“ обявява одобрение и предоставя кода или ключа за отключване на стаята

✅ Играта завършва успешно – участниците бягат

Фаза Г – Обсъждане и размисъл

Насочено обсъждане позволява на участниците да помислят върху:

- Ключовите умения, които са използвали
- Уроци за ангажираност, приобщаване и динамика на дигиталната общност
- Как биха приложили тези умения в реалното предприемачество

Участниците попълват формуляр за обратна връзка и обсъждат как биха адаптирали стратегията за друг тип продукт или аудитория.

Съфинансирано от Европейския съюз

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява единствено гледните точки на автора и Комисията не носи отговорност за каквато и да е употреба на съдържащата се в нея информация.

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

Това произведение е лицензирано под Creative Commons. Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License. За да видите копие от този лиценз, посетете http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/