ESCAPE ROOMS
FOR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

Digitální lockdown: únik prostřednictvím komunity

Popis scénáře a plán

Kontext příběhu

Malý ekologický startup vyrábějící pevné šampony a kondicionéry bojuje o přežití v digitálním věku. Jejich produkt je skvělý, ale jejich online přítomnost je slabá, zapojení zákazníků téměř nulové a prodeje stagnují. V posledním zoufalém pokusu zachránit společnost najímá tento svérázný generální ředitel tým mladých digitálních konzultantů (hráčů) a zamkne je v kanceláři s poselstvím: "Pomozte nám vybudovat skutečnou online komunitu, nebo zůstaňte zavření navždy."

Aktivita je zaměřena na mladé podnikatele, studenty digitálního marketingu a mládež ve věku 16–29 let a vyzývá hráče, aby vyřešili řadu propojených úkolů souvisejících s budováním online komunity. Každý krok odemyká další, což je přibližuje k vytvoření funkční strategie pro digitální zapojení. Jejich úspěch se neměří jen únikem, ale také tím, že ukázali, že rozumí základům komunitního brandingu a marketingu.



Globální vysvětlení

Tato úniková místnost provede účastníky strukturovanou, příběhem řízenou sekvencí hádanek, z nichž každá odemyká novou fázi znalostí a strategických poznatků souvisejících s rozvojem online komunity. Scénář využívá nástroje inspirované reálným světem – falešné analytiky, makety na sociálních sítích, oslovování influencerů a mapování platforem. Hra postupuje přes jednotlivé fáze: nejprve pochopení slabých míst firmy, poté odhalení osvědčených postupů v digitálním zapojení a nakonec aplikování znalostí vytvořením mini strategie.

Každý úkol poskytuje buď heslo, QR kód, nebo skrytou nápovědu, která vede k další výzvě. Teprve když konečná strategie splní definovaná očekávání, tým "získá" schválení generálního ředitele a "odemkne" odchod.

Každou fázi ověřuje Game Master (postava CEO), který zkontroluje, zda skupina úspěšně dokončila úkol, než poskytne další nápovědu nebo zdroj.



Plán

Fáze A – Kde děláme chybu?

Krok A.1 – Úvod a instrukce

Před zahájením aktivity by měl Game Master poskytnout jasné představení, aby snížil počáteční nejistotu a pomohl účastníkům orientovat se v abstraktnějších konceptech, se kterými budou během hry pracovat:

- Co je to online komunita? Proč je to nezbytné pro udržitelný podnik?
- Výzvy ve hře nemají jednu správnou odpověď, ale vyžadují interpretaci, diskusi a týmovou spolupráci;
- Herní logika následuje jasnou sekvenci: diagnostiku → pochopení → řešení.

Ukázkový úvod: "V této hře budete pracovat jako digitální konzultanti pro zápasící start-up. Výzvy nemají jednu správnou odpověď – důležité je, jak přemýšlíte, jak diskutujete a jak společně dosáhnete rozhodnutí. Hra se řídí logikou diagnostiky → pochopení → řešení, takže věnujte pozornost nejen stopám, ale i jejich významu."

Krok A.2 – První diagnóza

Účastníci obdrží zapečetěnou obálku (nebo tištěný dokument) obsahující dramatický dopis od generálního ředitele, který situaci popisuje. Dopis nastavuje tón a představuje hlavní misi: zachránit zápasící značku budováním silné online komunity.

Po přečtení dramatického dopisu generálního ředitele účastníci naskenují QR kód dole. QR kód vede k krátkému záhadnému textu s názvem "Ozvěny v brífinku", který zní:

"Už ti bylo řečeno všechno, co potřebuješ. Start byl čistý. Mise byla jasná. Jaké je to číslo, které se pořád opakuje?"

Účastníci musí tuto zprávu interpretovat v souvislosti s dopisem generálního ředitele. Správným řešením je dvouciferné číslo, odvozené z opakujících se prvků nebo vzorů ve sdělení generálního ředitele.

Pro odemčení dalšího zdroje – zprávy o analytice sociálních médií – musí účastníci toto číslo poskytnout Game Masterovi.

Správná odpověď: "00" (odkaz na dopis: "Zapojení je nula. Prodeje – stejně špatné." → 0, 0)

✓ Odemknutí: Přístup k analytickému reportu (hostitel hry mu ho předá po vyřešení hádanky) – "1.2. Fáze A – Falešná analytická zpráva"

Krok A.3 – Výzva analýzy dat

Účastníci analyzují falešnou zprávu o výkonu na sociálních sítích: nízká míra zapojení, nesoulad s platformami, obsah bez jasné strategie. Slovo se tvoří z prvních písmen každé věty a to je heslo: "MissingTrust".

✓ Odemknutí: Zapečetěná složka s názvem "Co říkají naši zákazníci" – "2.1. Fáze B – Zavádějící zpětná vazba od zákazníků"



Fáze B – Objevování: Co chce komunita?

Krok B.1 – Dekódování zpětné vazby od zákazníků

Uvnitř složky zpětné vazby jsou tištěné karty, komentáře na sociálních sítích. Někteří vyjadřují frustraci, jiní projevují zvědavost nebo nadšení. Každá zpráva se jeví jako samostatná – ale při správném pořadí (1 až 6) první písmeno každé zprávy odhalí skryté slovo: "VNORIT".

Účastníci musí:

- Pečlivě si přečtěte a porovnejte tón a témata každého komentáře
- Rozpoznat základní strukturu hádanky
- Uspořádejte všechny zprávy ve správném pořadí
- Vyjměte první písmeno každého z nich, abyste vytvořili kód

✓ Odemknutí: Puzzle board – "S kým to mluvíme?" - "2.2. Fáze B – Karty osobnostních profilů publika a platforem sociálních médií"

Krok B.2 – Puzzle s platformovým zápasem

Účastníci řeší úkol párování: cílové skupiny (např. ekologicky uvědomělí studenti, pracující maminky, nadšenci do fitness) s vhodnými sociálními platformami. Správné odpovědi vedou k obálce označené "Od influencera..."

✅ **Správné logické shody:**

Cílová skupina	Nástupiště
Ekologicky smýšlející studenti	TikTok
Zaneprázdněné pracující maminky	Facebook
Nadšenci do fitness a wellness	Instagram
Kutilové a milovníci domácích dekorací	Pinterest
Odborníci zaměřující se na udržitelnost	LinkedIn

✅ Odemknutí: E-mail od influencera s chybějícím hashtagem – "2.3. Fáze B - Zpráva influencera s chybějícím hashtagem"

Krok B.3 – Zpráva o spolupráci s influencery

Účastníci obdrží ručně psaný dopis od fiktivního influencera. Zpráva je podpůrná a odráží hodnoty značky – ale chybí jeden klíčový prvek: závěrečný hashtag.

Na spodní části zprávy je QR kód, který po načtení vede ke třem možným hashtagům. Pouze jeden z nich dokončí sdělení způsobem, který odpovídá tónu a poslání influencera.

Navrhované možnosti:

- #VedeSHumbukem
- #VedeSeSlevami
- ✅ #VedeHodnotami (správně)

Účastníci musí reflektovat záměr influencera a vybrat správný hashtag. Když dají správnou odpověď Game Masterovi (CEO), obdrží poslední obálku.

✓ Odemknutí: Závěrečný úkol – vytvořit komunitní strategii – "3.1. Fáze C - Šablona strategie"

Fáze C – Tvorba: Strategie, která vás osvobodí

Krok C.1 – Vypracování komunitní strategie

Na základě všech předchozích poznatků si účastníci vytvářejí krátký online komunitní plán, který zahrnuje:

- Zvolená cílová skupina
- Preferované platformy(y)
- Typy obsahu (vzdělávací, zákulisní, UGC)
- Mechanismy zapojení (ankety, komentářové kampaně, výzvy)
- Tón hlasu a hodnoty značky
- Základní přístup zpětné vazby/reakce

Game Master poskytuje tištěnou nebo ručně psanou šablonu, která tento krok vede. (I když může být napsán předem na tabuli, doporučujeme jej dát na papír, abyste ji ukryli až do začátku této fáze.)

Účastníci mohou vyplnit tištěnou šablonu nebo nahlas shrnout své odpovědi. Kreativita je vítána, ale všechny oblasti by měly být jasně řešeny.

✓ Odemknutí: Prezentační strategie pro generálního ředitele

Krok C.2 – Schválení a útěk

Game Master (hrající roli generálního ředitele) kontroluje, zda strategie splňuje alespoň 3 z 5 kritérií úspěchu:

- Jasně definovaná cílová skupina
- Vybrané relevantní platformy
- Realistické nápady na zapojení
- Rozpoznání výzev (např. negativní zpětná vazba)
- Strategické sladění s hodnotami značky
- Pokud je úspěšný, "generální ředitel" oznámí schválení a poskytne kód nebo klíč k odemknutí místnosti.

✓ Hra úspěšně končí – účastníci unikají

Fáze D – Debriefing a reflexe

Řízený debriefing umožňuje účastníkům zamyslet se nad následujícími otázkami:

- Klíčové dovednosti, které používali
- Lekce o zapojení, inkluzi a dynamice digitální komunity
- Jak by tyto dovednosti uplatnili v reálném podnikání

Účastníci vyplňují formulář zpětné vazby a diskutují, jak by strategii přizpůsobili jinému typu produktu nebo cílové skupiny.

ESCAPE ROOMS
FOR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP



Spolufinancováno Evropskou unií

Tento projekt je financován Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.

Číslo projektu: 2023-2-LT02-KA220-YOU-000183156

Toto dílo podléhá licenci Creative Commons. Mezinárodní licence Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0. Chcete-li se seznámit s kopií této licence, navštivte http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/