Digitální lockdown: únik prostřednictvím komunity

Průvodce trenéra

Výsledky učení

Hlavní téma

(Digitální dovednost, práce, podnikatelská dovednost)

Online budování komunity – digitální a podnikatelská dovednost zaměřená na rozšiřování zapojeného online publika kolem produktů, služeb nebo sdílených hodnot.

Pedagogické cíle

- Účastníci pochopí roli online komunit v růstu podnikání.
- Účastníci budou zkoumat praktické strategie, jak zapojit online publikum.
- Účastníci identifikují výzvy v digitální komunikaci a způsoby, jak je překonat.
- Účastníci budou procvičovat týmovou spolupráci, kreativitu a strategické myšlení.
- Účastníci vytvoří základní plán pro budování digitální komunity.



Před zápasem – Představení Game Mastera (2–3 minuty)

- co je online komunita a proč je nezbytná pro udržitelný podnik;
- že výzvy ve hře nemají jednu správnou odpověď, ale vyžadují interpretaci, diskusi a týmovou spolupráci;
- že herní logika sleduje jasnou posloupnost: diagnostiku → pochopení → řešení.

Tento úvod má za cíl snížit počáteční nejistotu a pomoci účastníkům orientovat se v abstraktnějších konceptech, se kterými budou během hry pracovat.

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 diagnosis → pochopení → řešení, takže věnujte pozornost nejen stopám, ale i jejich významu."



Rám

Typ

Fyzická úniková místnost s tištěnými dokumenty, nápovědami a lehkou digitální interakcí.

Časový rámec

45–60 minut celkem (35–45 minut hraní + brífink a debriefing)

Účastníci

Minimum: 3 Maximum: 6

Témata

Podnikání, digitální marketing, online zapojení, inovace mládeže

Požadované dovednosti

Game Master

- Schopnost vést účastníky a poskytovat nápovědy
- Porozumění základním konceptům digitálního marketingu a budování komunity.

Účastník

- Základní znalost sociálních médií a komunikace
- Není potřeba žádné pokročilé předchozí znalosti.



Role Game Mastera

Game Master působí jako svérázný generální ředitel zápasícího startupu. Vítají účastníky, představují scénář (hráči jsou digitální konzultanti "zamčení" v kanceláři) a sledují průběh hry.

Oni:

- Dozorujte zážitek a dejte nápovědy, pokud se účastníci zaseknou
- Spoléhejte se na vodící otázky spíše než na přímé odpovědi, zejména když účastníci pracují na konceptuálních výzvách
- Hrajte na generálního ředitele během úvodu a finále
- Potvrďte konečnou strategii komunity a oznámte "únik"
- Facilitujte debriefing, který účastníkům pomáhá reflektovat jejich učení

Kontrola inkluzivity

Aby byla tato úniková hra inkluzivní a přístupná pro účastníky s poruchami učení nebo postižením, zvažte následující klíčové prvky:

- ✓ **Fyzická dostupnost:** Zajistěte, aby místo konání bylo přístupné pro vozíčkáře a aby byly všechny potřebné předměty dosažitelné (ne příliš vysoko nebo příliš vzdálené).
- ✓ **Vizuální a zvuková podpora:** Zajistěte, aby materiály používaly velký tisk, vysoký kontrast nebo digitální formáty kompatibilní se čtečkami obrazovky. Pokud se jedná o videa, poskytněte titulky nebo tlumočení.
- ✓ **Jednoduché a jasné pokyny:** Používejte jasný, stručný jazyk a vizuální prvky. Vyhněte se složitým formulacím, abyste podpořili účastníky s poruchami učení.
- ✓ **Flexibilní účast:** Nabídněte různé role, které uspokojí různé silné stránky, což účastníkům umožní vybrat si úkoly, které vyhovují jejich schopnostem, a podpoří jejich odpovědnost, aniž by se stali nesplnitelnými.
- ✓ **Smyslové aspekty:** Vyhněte se smyslovým spouštěčům, jako jsou hlasité zvuky nebo blikající světla. Poskytněte účastníkům, kteří budou potřebovat přestávky, klidný prostor, aby se mohli znovu soustředit.
- ✓ **Podpora a úpravy:** Buďte připraveni nabídnout další pomoc, konkrétní rady a pokyny nebo podporu na míru na základě individuálních potřeb.
- ✓ **Získávání zpětné vazby:** Shromažďujte zpětnou vazbu od účastníků, abyste neustále zlepšovali přizpůsobivost, přístupnost a inkluzivitu.



Tipy a řešení

Fáze A

Nápovědy

- "Co čísla opravdu říkají?"
- "Podívej se blíže – je něco skrytého v datech?"

Pokud se účastníci ptají přímo nebo jsou zmatení, neříkejte "přečtěte si dopis", ale používejte fráze jako:

- "Co bylo napsáno na začátku?"
- "Může se něco opakovat, aniž bychom si toho uvědomili?"
- "Pokud je byznys stagnující... Co ukazují čísla?"

💡Vodící otázky:

Cíl fáze: pomoci účastníkům uvědomit si, že hlavním problémem není samotný produkt, ale nedostatek zapojení a důvěry v online komunikaci.

🔹 Úroveň 1 – Světelné vedení (po 2–3 minutách obtížnosti):

"Už jsi to četl—možná víckrát. Kde začínají všechny mise?" (Vrací je zpět k písmenu.)

🔹 Úroveň 2 – Střední výzva (po dalších 2–3 minutách):

"Některé věci jsou hlasité bez jediného slova. Podívej se na čísla skrytá v příběhu." (Podporuje je tak, aby hledaly číselné hodnoty nebo nedostatek výsledků.)

🔻 Úroveň 3 – Přímý prompt (pokud je potřeba):

"Zapojení je nulové. Prodeje – stejně špatné. To není jen dramatické... je to matematické." (Jasně odkazuje na frázi "nula, nula.")

Řešení

Účastníci si přečtou dopis generálního ředitele a naskenují QR kód, což vede k záhadné zprávě: "Už vám bylo řečeno vše, co potřebujete. Start byl čistý. Mise byla jasná. Jaké je to číslo, které se pořád opakuje?"

Musí identifikovat číslo, které se objevuje opakovaně, nebo je naznačeno opakováním v dopise generálního ředitele.

✅ Správná odpověď: Konkrétní dvouciferné číslo (např. "0,0"), které je opakovaně zmiňováno v dopise generálního ředitele.

Krok A.2 – Falešná analytická zpráva

Nápovědy

🔻 Úroveň 1: "Pravda může být v tom, jak věci začínají... ne jak skončí."

🔻 Úroveň 2: "Jsou v tom, jak začínají komentáře nebo věty, nějaké vzorce?"

🔻 Úroveň 3 – Přímý prompt (pokud je potřeba): "První písmena mohou mluvit hlasitěji než celé věty."



Řešení

🔐 Skrytý prvek – heslo pro další krok: První písmena

- **Z**právy působí obecně
- **I**nfluencery to nezajímá
- **S**trategie nejasná
- **K**rátká přítomnost, žádný skutečný obsah.
- **A**bsence značky
- **T**o není žádný skutečný růst
- **D**obrý tón

  +

- **U**pravte svůj hlas a hodnoty
- **V**ýroční zprávy odhalují nejasnou strategii
- **E**videntně záleží na pochopení publika
- **R**ozvoj úspěšné značky závisí na důvěře
- **U**rčitě se musí zlepšit zacílení.

➞ Heslo: **ZISKATDUVERU**



Fáze B

Nápovědy

"Vaše publikum se vám snaží něco říct – slyšíte je?"

"Každý komentář může být víc, než se zdá. Je v tom nějaký vzorec?"

"Je tu celkem 8 zpráv, ale jen 6 je očíslovaných – možná ne všechny jsou důležité?"

"Zprávy se mohou zdát náhodné... ale jsou určeny k tomu, aby se četly v určitém pořadí?"

"Zkuste se podívat jen na číslované – a na pořadí, v jakém jsou."

"Co se stane, když čteš jen první písmena každého číslovaného komentáře?"

"Co kdybys stavěl slovo od jejich počátků?"

"Zkus dát zprávy v pořadí — pak se podívej na první písmeno každé z nich. Co se hláskují?"

Řešení

☞ Co hráč dělá?

- Hráči musí:
- Čtěte pozorně
- Seřaďte komentáře podle čísla
- vezměte první písmeno každého komentáře (kde je to text)

Dva komentáře — jeden složený pouze z emotikonů (💍🌱🛍), a druhý začínající otazníkem — jsou zahrnuty jako záměrné rozptýlení. Představují neverbální nebo vágní zapojení a nejsou součástí skrytého kódu. Jejich přítomnost má zpochybnit předpoklady účastníků a posílit důležitost identifikace jasných vzorců.

🔐 Skrytý prvek – heslo pro další krok:

- **V**ůně je krásná, ale přála bych si, aby tyčinka vydržela déle.
- **N**ejsem nadšený z provedení obalu - víčko se mi rozpadlo v tašce doposilovny.
- **O**pravdu se mi ten koncept líbí. Přírodní a bez plastů je správná cesta!
- **R**ozmýšlíte nějakou variantu, že připravíte cestovní verzi?
- **I**deální produkt, ale nikdy nevidím vaše příspěvky, pokud vásnevyhledávám.
- **T**aké můj bratr, který se o tyto věci nikdy nezajímal, je nyní používá.

➞ Heslo: VNORIT

Krok B.2 – Puzzle s platformovým zápasem

Nápovědy

Úvod pro účastníky: Tento krok ukazuje, že různé skupiny uživatelů využívají různé digitální platformy a že efektivní komunikace závisí na tom, kde jsou lidé již aktivní.

"Přemýšlejte: Kde tito lidé tráví čas online?"

"Která platforma odpovídá jejich stylu a zvykům?"

🔻 Úroveň 1 - "Každá skupina má své digitální místo. Kde by se posouvali, zveřejňovali nebo hledali?"

🔹 Úroveň 2 – "Přemýšlejte o obsahu: krátká videa? Inspirační tabule? podnikatelské nápady?"

🔹 Úroveň 3 - "Mladý? Představte si TikTok. Obchod? LinkedIn. Kreativita? Pinterest."

Řešení

Účastníci přiřadí 5 cílových skupin na svou nejvhodnější sociální platformu. Správné spojení odhalí zapečetěnou obálku s názvem "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

Krok B.3 – Puzzle spolupráce s influencery

Nápovědy

Úvod:

"Poslouchal jsi zákazníky. Teď je čas je poznat.

Spojte každou skupinu publika s platformou, na které mají největší šanci se zapojit.

Dostaňte je všechny správně — a někdo se možná ozve..."

"Jaký hashtag by ten influencer vlastně použil?"

"Zní to, že jim víc záleží na hodnotách... nebo slevy?"

- "Zpráva je v náladě, ne v přesných slovech."
- "Záleží jim na smyslu. Jaký hashtag by to mohl odrážet?"

Řešení

Účastníci musí:

- Přečti si dopis pozorně
- Pochopte, že celé poselství se točí kolem hodnoty, autentičnosti a příčiny
- Chybějící hashtag doplňte tím nejvýznamnějším: ✅ #VedeHodnotami

Když účastníci identifikují správný hashtag, facilitátor jim poskytne finální šablonu strategie.

Fáze C

Nápovědy

- "S kým vlastně mluvíš?"
- "S jakým obsahem by vlastně interagovali?"
- "Jak zareaguješ, když věci nepůjdou podle plánu?"



Řešení

Účastníci dokončují krátkou, ale strukturovanou komunitní strategii. Mohou použít tištěnou šablonu nebo prezentovat ústně. Game Master používá kontrolní seznam 5 kritérií úspěchu k hodnocení:

- Jasně definovaná cílová skupina
- Vybrané relevantní platformy
- Realistické nápady na zapojení
- Rozpoznání výzev (např. negativní zpětná vazba)
- Strategické sladění s hodnotami značky

Jakmile je hra předložena, herní mistr ji ověří podle 3 z 5 kritérií a ukončí hru tipy na úspěch nebo zlepšení. Viz šablony: "3.1.1. Fáze C – rady Mistra hry" a "4. Fáze D – rady Mistra hry"



Stručný přehled a debriefing

Stručné (před zápasem)

Před vstupem do escape roomu je velmi důležité brífink. Je to okamžik, kdy vysvětlujete pravidla a jak hra funguje těm, kteří hru neznají.

Také vám umožní nastavit kontext a vesmír hry, představit začátek a vysvětlit hráčům jejich misi.

Vysvětlete:

- Poslání: pomoci startupu budováním online komunity.
- Že jsou "zamčeni", dokud úkoly nesplní.
- Časový limit a jak jsou stopy propojeny krok za krokem.
- Týmová práce a kreativita jsou klíčové!

Debrief (po zápase)

Debriefing vám umožní získat zpětnou vazbu k vaší situaci a zjistit, co je potřeba zlepšit. Také vám umožní vidět, co se hráči naučili a zapamatovali si z této herní seance.

Dobrou praxí je dělat si poznámky z hráčských a svých zkušeností, abyste se k těmto informacím mohli později vrátit.

Diskutujte:

- Co bylo snadné/těžké?
- Jaké strategie fungovaly nejlépe?

- Co se naučili o online komunitách a zapojení podniků?
- Jak mohou tyto znalosti využít v reálném životě?

Podporujte zamyšlení a sbírejte krátkou zpětnou vazbu. Nabídněte nápady, jak by se to mohlo aplikovat na různé typy podnikání nebo příčiny (např. klimatický aktivismus, hudba, iniciativy vedené mládeží).

Po hře může Game Master použít následující pevné otázky pro strukturovanou reflexi:

- Kterou cílovou skupinu jste si vybrali jako nejdůležitější a proč?
- Kterou platformu jste preferovali a jak to ovlivnilo váš výběr obsahu?
- Co jste se naučili o důvěře a tónu komunikace online?
- Jak byste reagovali na negativní zpětnou vazbu od komunity?
- Jak lze tyto znalosti aplikovat v reálném podnikání nebo v reálném projektu?

Tyto otázky pomáhají formulovat výsledky učení a spojení s reálnou praxí.

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/