TIPY MISTRA HRY

1. Jasně definovaná cílová skupina
Co hledáte: Účastníci určili konkrétní skupinu lidí, která odpovídá údajům z fáze B (např. "ekologicky smýšlející studenti" nebo "pracující matky").
✓ - Existuje jasně popsaná cílová skupina s odůvodněním, proč byla vybrána.
✗ - Cílová skupina je příliš široká (např. "všichni") nebo není specifikována.

2. Vybrané relevantní platformy
Co hledáte: Výběr platforem odpovídá skupině (TikTok pro mladé, LinkedIn pro profesionály atd.).
✓ - Je vybrána konkrétní platforma/y s logickým vysvětlením nebo souvislostí.
✗ - Platformy jsou vybrány náhodně nebo nejsou relevantní pro publikum.

3. Reálné nápady na zapojení
Co hledáte: Účastníci nabízejí praktické způsoby zapojení - ankety, výzvy, otázky, kampaně.
✓ - Existují 1-2 jasné nápady, jak aktivizovat publikum, které jsou realizovatelné.
✗ - Nápady jsou příliš abstraktní ("inspirovat lidi") nebo chybí.

4. Rozpoznání výzev
Co hledáte: Mohou se zmínit o negativní zpětné vazbě, nízkém zájmu nebo potřebě vytrvalosti.
✓ - Zmíní se alespoň o jednom potenciálním riziku a o tom, jak by na něj reagovali.
✗ - Strategie je nerealisticky idealizovaná nebo neobsahuje reakce.

TIPY MISTRA HRY

5. Strategický soulad s hodnotami značky
Co hledáte: Tón a obsah odráží cíl EcoRoots - udržitelnost, etika, komunita.
✓ - Je zde zmínka o hodnotách, autenticitě, hashtagu #VedeHodnotami nebo podobném etickém přístupu.
❌ - Chybí směřování, tón je příliš neutrální, marketing je "prodejní" bez poslání.

🎭 **Příklad schválení hry:**
"Váš plán navíc ukazuje, že vám záleží na hodnotách.
Na generálního ředitele to udělalo dojem.
🔓 Můžete odemknout dveře!"

🎭 **Vzorový řádek pro NEPŘIJATOU strategii (v rámci 3 z 5 kritérií):**
"Jste na správné cestě, ale ještě nejsme připraveni otevřít dveře.
Identifikovali jste některé nápady - ale vaše strategie se stále zdá být neúplná.
Jako generální ředitel potřebuji přesně vědět, koho oslovíme... a jak ho přimějeme, aby se o nás zajímal.
🔁 Vezměte si ještě 5 minut. Upřesněte svůj plán. Pak to zkuste znovu. Věřím, že to zvládnete."
💡 Navíc: Můžete si poznamenat, která 1-2 kritéria tým splnil dobře a na která je třeba se zaměřit.
Příklad: "Skvělá volba platformy - Instagram je zde perfektní. Ale stále nevidím jasný tón nebo nějaký plán pro interakci s komunitou. Zapracujme na tom."