



Skaitmeninis karantinas: pabėgimas per bendruomenę

Scenarijaus aprašymas ir veiksmų planas

Kontekstas

Maža ekologiška įmonė, gaminanti kietus šampūnus ir kondicionierius, sunkiai išgyvena skaitmeniniame amžiuje. Jų produktas puikus, tačiau internetinė veikla silpna, klientų įsitraukimas beveik neegzistuoja, o pardavimai smunka. Paskutiniu bandymu išgelbėti įmonę, keistasis generalinis direktorius pasamdo jaunų skaitmeninių konsultantų (žaidėjų) komandą ir užrakina juos biure su žinute: „Padėkite mums sukurti tikrą internetinę bendruomenę arba likite čia įkalinti amžinai“.

Ši veikla, skirta jauniems verslininkams, skaitmeninės rinkodaros studentams ir 16–29 metų jaunimui, skatina žaidėjus išspręsti tarpusavyje susijusias užduotis, susijusias su internetinės bendruomenės kūrimu. Kiekvienas žingsnis atveria kitą, priartindamas juos prie veikiančios skaitmeninės veiklos strategijos kūrimo. Jų sėkmė matuojama ne tik pabėgimu, bet ir parodant, kad jie supranta bendruomenės pagrindu veikiančio prekės ženklo kūrimo ir rinkodaros pagrindus.



Paaiškinimas

Šis pabėgimo kambarys veda dalyvius per struktūrizuotą, istorijomis paremtą galvosūkių seką, kurių kiekvienas atveria naują žinių ir strateginių įžvalgų, susijusių su internetinės bendruomenės kūrimu, etapą. Scenarijuje naudojami realaus pasaulio įkvėpti įrankiai – netikra analizė, socialinių tinklų maketai, influencerių informavimas ir platformų žemėlapių sudarymas. Žaidimas vyksta keliais etapais: pirmiausia suprantamos įmonės silpnosios vietos, tada atskleidžiama geriausia skaitmeninio įsitraukimo praktika ir galiausiai pritaikomos žinios kuriant mini strategiją.

Kiekviena užduotis pateikia slaptažodį, QR kodą arba paslėptą užuominą, kuri veda prie kito iššūkio. Tik tada, kai galutinė strategija atitinka apibrėžtus lūkesčius, komanda „užsitarnauja“ generalinio direktoriaus pritarimą ir „atrakina“ išėjimą.

Kiekvieną etapą patvirtina žaidimo meistras (generalinis direktorius), kuris patikrina, ar grupė sėkmingai atliko užduotį, prieš pateikdamas kitą užuominą ar išteklių.



Veiksmų planas

A etapas – kur mes klystame?

A.1 žingsnis. Įvadas ir instruktažas

Prieš pradedant veiklą, žaidimo vadovas turėtų pateikti aiškų įvadą, kad sumažintų pradinį netikrumą ir padėtų dalyviams susiorientuoti abstraktesnėse sąvokose, su kuriomis jie dirbs žaidimo metu:

- Kas yra internetinė bendruomenė? Kodėl ji būtina tvariam verslui?
- Žaidimo iššūkiai neturi vieno teisingo atsakymo, todėl juos reikia interpretuoti, aptarti ir dirbti komandoje;
- Žaidimo logika yra aiški: diagnozė → supratimas → sprendimas.

Pavyzdinė įžanga: „Šiame žaidime dirbsite skaitmeniniais konsultantais sunkumus patiriančiame startuoliuose. Iššūkiai neturi vieno teisingo atsakymo – svarbu, kaip mąstote, kaip diskutuojate ir kaip kartu priimate sprendimus. Žaidimas vadovaujasi diagnozės logika.“→supratimas→sprendimas, todėl atkreipkite dėmesį ne tik į užuominas, bet ir į jų prasmę.“

A.2 žingsnis. Pirmoji diagnozė

Dalyviai gauna užklijuotą voką (arba atspausdintą dokumentą) su dramatišku generalinio direktoriaus laišku, kuriame aprašoma situacija. Laiške nustatomas tonas ir pristatoma pagrindinė misija: išgelbėti sunkumus patiriantį prekės ženklą sukuriant stiprią internetinę bendruomenę.



Perskaite dramatišką generalinio direktoriaus laišką, dalyviai nuskaito QR kodą apačioje. QR kodas veda prie trumpo paslaptingo teksto pavadinimu „Aidai instruktaže“, kuriame rašoma:

„Jums jau buvo pasakyta viskas, ko jums reikia. Paleidimas buvo švarus. Misija buvo aiški. Koks skaičius nuolat kartojasi?“

Dalyviai turi interpretuoti šį pranešimą kartu su generalinio direktoriaus laišku. Teisingas sprendimas yra dviženklis skaičius, gautas iš pasikartojančių elementų ar modelių generalinio direktoriaus pranešime.

Norėdami atrakinti kitą išteklių – socialinių tinklų analizės ataskaitą – dalyviai turi pateikti šį numerį žaidimo vadovui.

Teisingas atsakymas: „00“ (Nuoroda į raidę: „Įsitraukimas lygus nuliui.

Pardavimai – lygiai taip pat blogi.“ → 0, 0)

✓ Atrakina: Prieigą prie analizės ataskaitos (ją žaidimo vedėjas suteikia, kai mįslė išsprendžiama) – „1.2. A etapas – netikra analizės ataskaita“

A.3 žingsnis – Duomenų analizės iššūkis

Dalyviai analizuoja suklastotą socialinių tinklų veiklos ataskaitą: prastas įsitraukimo rodiklis, platformų neatitikimas, turinys be aiškos strategijos. Iš kiekvieno sakinio pirmųjų raidžių sudaromas žodis, kuris yra slaptažodis: „MissingTrust“.

✓ Atrakina: užklijuotą aplanką pavadinimu „Ką sako mūsų klientai“ – „2.1. B etapas – netikri klientų atsiliepimai“



B etapas – Atradimas: Ko nori bendruomenė?

B.1 žingsnis – klientų atsiliepių dekodavimas

Atsiliepių aplanke yra atspausdintos kortelės su komentarais socialiniuose tinkluose. Vieni išreiškia nusivylimą, kiti – smalsumą ar entuziazmą. Kiekvienas pranešimas atrodo savarankiškas, tačiau išdėstytas teisinga tvarka (nuo 1 iki 6), kiekvieno pranešimo pirmoji raidė atskleidžia paslėptą žodį: „Engage“ (liet. „Įsitraukti“).

Dalyviai privalo:

- Atidžiai perskaitykite ir palyginkite kiekvieno komentaro toną ir temas
- Atpažinkite pagrindinę dėlionės struktūrą
- Sudėliokite visus pranešimus teisinga seka
- Ištraukite kiekvieno žodžio pirmąją raidę, kad sudarytumėte kodą

✓ Atrakina: Dėlionių lenta – „Su kuo kalbame?“ – „2.2. B etapas – Auditorijos personažo ir socialinės žiniasklaidos platformų kortelės“

B.2 žingsnis – platformų derinimo dėlionė

Dalyviai atlieka atitikimo užduotį: tikslinės grupės (pvz., ekologiškai sąmoningi studentai, dirbančios mamos, kūno rengybos entuziastai) su tinkamomis socialinėmis platformomis. Teisingi atsakymai veda į voką su užrašu „Nuo influencerio...“.



✓Teisingi loginiai atitikmenys:

Tikslinė grupė	Platforma
Ekologiškai sąmoningi studentai	TikTok
Užimtos dirbančios mamos	Facebook
Fitneso ir sveikatingumo entuziastai	Instagram
„Pasidaryk pats“ ir namų dekoru mėgėjai	Pinterest
Į tvarumą orientuoti specialistai	LinkedIn

✓ Atrakina: El. laiškas iš influencerio be grotažymės – „2.3. B etapas – influencerio žinutė be grotažymės“

B.3 žingsnis– Nuomonės formuotojų bendradarbiavimo žinutė

Dalyviai gauna ranka rašytą laišką iš fiktyvaus influencerio. Žinutė yra palaikanti ir atspindinti prekės ženklo vertybes, tačiau trūksta vieno svarbaus elemento: baigiamosios grotažymės.

Žinutės apačioje yra QR kodas, kurį nuskenavus atsiranda trys galimi grotažymės variantai. Tik vienas iš jų užbaigia žinutę taip, kad atitiktų influencerio toną ir misiją.

Siūlomi pasirinkimai:

- #PirmaujaSuHipe
- #PirmaujaSuNuolaidomis
- ✓ #LeadWithValues (teisinga)



Dalyviai turi apmąstyti influencerio ketinimus ir pasirinkti tinkamą grotažymę. Pateikę teisingą atsakymą žaidimo vadovui (generaliniam direktoriui), jie gauna paskutinį voką.

✓ Atrakinama: Paskutinė užduotis – sukurti bendruomenės strategiją – „3.1. C etapas – Strategijos šablonas“

C etapas – kūrimas: strategija, kuri jus išlaisvina

C.1 veiksmas– Bendruomenės strategijos rengimas

Remdamiesi visomis ankstesnėmis įžvalgomis, dalyviai sukuria trumpą internetinės bendruomenės planą, įskaitant:

- Pasirinkta tikslinė auditorija (-os)
- Pageidaujama(-os) platforma(-os)
- Turinio tipai (edukacinis, užkulisinis, naudotojų sukurtas)
- Įtraukimo mechanizmai (apklausos, komentarų kampanijos, iššūkiai)
- Balso tonas ir prekės ženklo vertybės
- Pagrindinis grįžamojo ryšio / atsako metodas

Žaidimo vadovas pateikia atspausdintą arba ranka rašytą šabloną, kuris padės atlikti šį veiksmą. (Nors jį galima iš anksto parašyti lentoje, rekomenduojame jį pateikti ant popieriaus, kad jis liktų paslėptas, kol prasidės šis etapas.)

Dalyviai gali užpildyti atspausdintą šabloną arba garsiai apibendrinti savo atsakymus. Kūrybiškumas yra sveikintinas, tačiau visos sritys turėtų būti aptartos aiškiai.

✓ Atrakina: Pristatymo generaliniam direktoriui strategiją



C.2 veiksmas– Pritarimas ir pabėgimas

Žaidimo meistras (atliekantis generalinio direktoriaus vaidmenį) patikrina, ar strategija atitinka bent 3 iš 5 sėkmės kriterijų:

- Aiškiai apibrėžta tikslinė auditorija
- Pasirinktos atitinkamos platformos
- Realistiškos sužadėtuvių idėjos
- Iššūkių atpažinimas (pvz., neigiamas grįžtamasis ryšys)
- Strateginis suderinamumas su prekės ženklo vertybėmis
- Jei pasiseka, „generalinis direktorius“ paskelbia patvirtinimą ir pateikia kodą arba raktą kambariui atrakinti.

✓ Žaidimas sėkmingai baigiasi – dalyviai pabėga

D etapas – Aptarimas ir refleksija

Aptarimas su vedama diskusija leidžia dalyviams apmąstyti:

- Pagrindiniai jų naudojami įgūdžiai
- Pamokos apie įsitraukimą, įtrauktį ir skaitmeninės bendruomenės dinamiką
- Kaip jie pritaikytų šiuos įgūdžius realiame verslume

Dalyviai užpildo atsiliiepimų formą ir aptaria, kaip jie pritaikytų strategiją kitokio tipo produktui ar auditorijai.



ESCAPE ROOMS
FOR DIGITAL ENTREPRENEURSHIP



**Bendrai finansuoja
Europos Sąjunga**

Šį projektą finansavo Europos Komisija. Šis leidinys atspindi tik autoriaus požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už jokią jame pateiktą informaciją 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/>