

✓ Vertinimo lentelė: Kampanijos strategijos peržiūra

Kriterijus	2 taškai – Puikiai	1 taškas – Priimtina	0 taškų – Silpnai / Nėra
1. Kampanijos tikslas	Aiškus, konkretus ir susietas su tikru rinkodaros tikslu (pvz., „padidinti pardavimus“)	Tikslas paminėtas, bet jis neaiškus arba bendras	Tikslo nėra arba jis netinkamas (pvz., „kad būtų įdomu“)
2. Tikslinė auditorija	Gerai apibrėžta, realistiška auditorija, logiškai susieta su platforma ir turiniu	Plačiai aprašyta auditorija, dalinai tinkama	Auditorija neaiški arba nelogiška
3. Platforma(-os)	Platforma tinkama tiek auditorijai, tiek tikslui (pvz., TikTok Z kartai)	Platforma logiška, bet ne pati tinkamiausia	Platforma netinka turiniui/auditorijai arba jos visai nėra
4. Turinys ir skelbimų planas	Turinys tinkamas, aiškiai aprašytas, su realistišku publikavimo grafiku (pvz., 3 vaizdo įrašai/sem.)	Turinys tinkamas, bet grafikas neaiškus arba jo nėra	Trūksta metrikų arba jos netinkamos (pvz., „išpopuliarėti“)

✓ Vertinimo lentelė: Kampanijos strategijos peržiūra

Kriterijus	2 taškai – Puikiai	1 taškas – Priimtina	0 taškų – Silpnai / Nėra
5. KPI (metrikos)	Pasirinktos iki 3 realistiškos sėkmės metrikos (pvz., paspaudimai, peržiūros)	Metrikos įvardytos, bet jos neaiškios arba per daug/mažai	Metrikų nėra arba jos netinkamos (pvz., „išpopuliarėti“)

🚩 Bendras balas:

- 8–10 ✓ Kampanija įtikinama ir patvirtinta!
- 6–7 🟡 Patvirtinta su komentrais / paskatinkite pateikti trumpą grįžtamąjį ryšį
- 0–5 ✗ Nepatvirtinta – pasiūlykite peržiūrėti ir patobulinti planą (jei leidžia laikas)

Maksimalus taškų skaičius: 10

Minimalus reikalingas taškų skaičius: 6



Papildomi patarimai žaidimo vedėjui:

1. Vietoj to, kad tiesiog pildytų formą, paskatinkite dalyvius:

Trumpai pristatyti savo kampaniją (lyg verslo susitikime)

Pagrįsti savo pasirinkimą: „Mes pasirinkome TikTok, nes...”

Tai leidžia atsiskleisti ir neverbaliniams gebėjimams (komunikacija, pasitikėjimas savimi)

📌 Jei jiems nedrąsu, jie gali tiesiog garsiai perskaityti savo planą.

2. Stebėkite:

Mąstymo pagrindimą („Mes susiejome tai su A fazės analize”)

Loginį nuoseklumą („Gen Z → TikTok → influenceris”)

Originalumą (šviežias idėjas, net jei jos nėra tobulos)

3. Jei komanda gauna žemą įvertinimą (pvz., 4–5 taškai):

Suteikite konstruktyvų grįžtamąjį ryšį

Paklauskite: „Ką keistumėte?”

Leiskite jiems pakoreguoti planą ir pateikti „antrą versiją”

🎁 Tai skatina įsitraukimą ir mokymąsi per klaidų taisymą.

4. Trumpa refleksija:

„Kas buvo sunkiausia kuriant kampaniją?”

„Jei darytum tai tikram prekės ženklui, ką darytum kitaip?”

📌 Galite naudoti lipdukus, mini balsavimus arba tiesiog žodinę diskusiją.