Co dělat??? Všechno je pryč! – Mise záchrany vaší osobní značky

Popis scénáře a návod

Kontext příběhu

Účastníci se probudí do katastrofy: celá jejich digitální přítomnost přes noc zmizela. Žádný LinkedIn, žádný Facebook, žádný Instagram, žádné portfolio, žádné informace – všechno je úplně pryč. Pád systému zničil jejich online identitu. Účastníci jsou uvězněni v záhadném výpadku proudu způsobeném únikem dat o osobní značce. Jejich úkolem je znovu vybudovat svou osobní značku, znovu získat kontrolu nad svými digitálními profily a odemknout přístup ke své identitě, než zcela zmizí z profesního a online světa.



Souhrnné vysvětlení

Účastníci musí vyřešit sled vzájemně propojených výzev, které simulují skutečný proces vytváření silné a autentické osobní značky. Cesta začíná sebepoznáním, kde hráči přemýšlejí o svých osobnostních rysech, hodnotách a aspiracích, aby vytvořili základní identitu své značky. Následují úkoly související s vytvořením jasné a poutavé digitální osobnosti, jako je napsání životopisu, výběr vhodného sloganu a identifikace jejich klíčového publika.

Jak se účastníci posouvají vpřed, musí uspořádat obsah, který přesně odráží jejich hodnoty a profesní cíle. Tato fáze jim pomáhá pochopit důležitost konzistence, tónu a důvěryhodnosti v online brandingu. Později se hráči zapojí do simulací networkingu, kde se musí identifikovat a sladit s mentory, spolupracovníky a potenciálními zaměstnavateli, aby vybudovali podpůrný systém kolem své značky.

Každá úspěšně dokončená úloha odemkne nový kus jejich sady nástrojů pro budování značky, označovaný jako "fragment", který symbolizuje vrstvené složky jejich osobní značky. Patří mezi ně vlastní identita, vizuální přítomnost, popsaná osobnost, sociální stopu a komunikační styl. V závěrečné fázi účastníci syntetizují všechny prvky a prezentují svou rekonstruovanou osobní značku v 60sekundovém výtahu Mistru hry (simulovanému hodnotiteli digitální platformy nebo profesionálnímu náboráři), který poskytne zpětnou vazbu a nakonec určí, zda je jejich branding dostatečně přesvědčivý a úplný, aby unikl výpadku.



Návod

Fáze A – Uzamčení identity

Krok A.1 – Týmy dostanou materiály k vyřešení prvního úkolu, zrcadlové hádanky, kde pomocí karet a klíčových slov spojují osobnostní rysy, základní hodnoty a touhy, aby vytvořily soudržnou osobní identitu, vedenou Mistrem hry. Hlavolam se provádí pomocí následujících kroků:

A.1.1 – Týmy obdrží tři odlišné sady karet (**Příloha č. 1**): jedna sada obsahuje osobnostní rysy (např. kreativní, analytické, empatické), další obsahuje základní hodnoty (např. integrita, nezávislost, zvědavost) a třetí obsahuje aspirační role nebo touhy (např. veřejný řečník, technologický inovátor, mentor mládeže).

A.1.2 – Účastníci musí společně roztřídit každou sadu a vybrat jednu kartu z každé kategorie, která podle nich nejlépe reprezentuje jejich individuální nebo skupinovou identitu. Pokyny k výběru karet poskytuje Mistr hry, který celý proces vede z venku.

A.1.3 – Jakmile tým rozhodne, uspořádá tři vybrané karty do trojúhelníkového rozvržení na poskytnuté zrcadlové desce nebo reflexní ploše (všechny možnosti si můžete vybrat, protože je to plně otevřený krok), což symbolizuje sebereflexi a osobní objevování. Tato část je zcela založena na kreativitě a pomáhá účastníkům mít základ, jaký druh brandingu chtějí vytvořit.

A.1.4 – Tým pak musí napsat krátké zdůvodnění (2–3 věty nebo i méně, v závislosti na dynamice skupiny) na tabuli, samolepicí papírky nebo jen na jednoduchý bílý papír, kde vysvětlí, jak se tři vybrané prvky propojují a odrážejí soudržný základ osobní značky. Tato část by měla být vedena Mistrem hry, který by požádal účastníky, aby tento úkol provedli.

A.1.5 – Když Mistr hry odsouhlasí výběr jako logický a promyšlený, tým obdrží kód (může to být jakékoli slovo jako "Profil", "Marketing" nebo jen obrázek – je možné použít jakýkoliv nástroj).

Krok A.2 - Úspěšné dokončení odhalí kódové slovo nebo jakýkoli jiný vybraný nástroj vedoucí k jejich dalšímu postupu mise.

Fáze B – Ztráta přihlašovacích údajů

Krok B.1 – Hráči musí rekonstruovat základní digitální profil nalezením a sestavením vodítek o uživatelském jménu, životopise a osobním sloganu ukrytých v místnosti (např. pod židlemi, uvnitř obálek). Možné nápovědy jsou uvedeny v **příloze č. 2.**

Krok B.2 - Na základě poskytnutých informací účastníci najdou všechny stopy, poté pomocí šablony uvedené v **Příloze č. 4** znovu sestaví svůj profil a potvrdí svou "digitální identitu". Tým musí vytvořit mini profil na bílém kousku papíru, který připomíná LinkedIn, Instagram nebo jakoukoli osobní webovou stránku. Klíčové je provádět tento krok s kreativním přístupem, protože účastníci obdrží jen obyčejné kousky papíru a týmy musí ukázat svou kreativní stránku pomocí fixů a dalších poskytnutých materiálů. Poté, co je vše vyplněno, Mistr hry tuto část ověří a potvrdí, že účastníci jsou na správné cestě.



Fáze C – Obsahová krize

Krok C.1 – Týmy obdrží falešný kanál sociálních médií s odbornými a neprofesionálními příspěvky. Musí třídit, filtrovat a uspořádávat vhodný obsah, který reprezentuje styl jejich značky na základě vyznění, konzistence, relevance a profesionality. Příklady kanálů sociálních médií jsou uvedeny v **příloze č. 3**, ale v závislosti na situaci by se doporučovalo používat příspěvky místních osob nebo slavných osobností v rodném jazyce účastníků.

Krok C.2 – Z vytříděného obsahu se stane "post grid (mřížka)" (Vysvětlení je uvedeno v **Příloze č. 5**), což potvrdí Mistr hry, který ověří, že vyznění online přítomnosti je adekvátní. Správné uspořádání mřížky má za následek získání kódu nebo kombinace pro odemknutí dalšího pole nebo obálky pro přístup k další výzvě.

Fáze D - Propojené bludiště

Krok D.1 – Účastníci dostanou profilové karty networkingu a musí je přiřadit ke konkrétním odvětvím nebo účelům (mentor, náborář, spolupracovník atd.). Tato část může být upravena podle situace, která je po ruce (nejlepší by bylo dát kartičky, které by obsahovaly profily místně známých lidí, pro lepší rozpoznání). K organizaci této části můžete využít kartičky uvedené v **příloze č. 6** nebo si můžete udělat profil místní oobnosti z jejích sociálních sítí. Mistr hry vede tuto část tím, že požádá účastníky, aby vysvětlili, kdo jsou (mentor, náborář, spolupracovník atd.).

Krok D.2 – Účastníci propojí lidi se správným scénářem budování osobní značky. Logické shody vedou k objevení skrytého referenčního dopisu (**příloha č. 7**) potvrzujícího reputaci jejich značky. Tento referenční dopis je fiktivní, ale realistický

dokument, přizpůsobený údajům účastníků, který slouží jako symbolické potvrzení osobní značky účastníka. Je podepsán jednou z osobností (např. mentorem nebo náborářem) a obsahuje pozitivní potvrzení o silných stránkách, pracovní morálce, hodnotách a spolehlivosti účastníků.

Dopis slouží jako poslední sociální důkaz k posílení důvěryhodnosti jejich nově vybudované osobní značky a je vyžadován pro přístup účastníků k závěrečné fázi prezentace. Mistr hry si může písmeno přizpůsobit pro každou relaci.

Fáze D - Závěrečná prezentace

Krok E.1 – Každý tým si připraví od 60 sekund do 3 minut prezentace pomocí své nově vytvořené identity, sloganu, hodnot a zaměření na publikum.

Krok E.2 – Představí ji Mistrovi hry, který poskytne zpětnou vazbu a ověří jejich obnovenou osobní značku v závislosti na dříve zvolené cestě (buď se jedná o profil technologického lídra, tvůrce sociálních sítí atd.)

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/