Marketing na sociálních sítích

Relevantní scénář únikové místnosti a zdroj projektu	Aby se toto téma zabývalo, musí být aktivity Escape Game založeny na hádankách zaměřených na analýzu dat, poutavou tvorbu obsahu a pochopení fungování sociálních médií (pravidla, algoritmus viditelnosti ...). Scénář klade důraz na kreativitu, kritickou analýzu a přizpůsobení se trendům. **Související zdroje:** • Projekt Social Media Challenge (Google Digital Workshops) – Escape hry o digitálním marketingu. • Meta Blueprint Kit – vzdělávací materiály o reklamních strategiích. • Scénář Influencers in Danger (Pixees) – Řešení etiky a dezinformací
Cílová skupina a potřeby	**Věk:** 16–30 let (středoškoláci, vysokoškoláci, mladí podnikatelé, tvůrci obsahu). **Velikost skupiny:** 4–6 účastníků (ideální pro simulaci marketingového týmu). **Předpoklady:** • Základní znalosti sociálních médií (Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter). • Zájem o vyprávění příběhů, design nebo analýzu dat. • Žádné pokročilé technické předpoklady.
Délka trvání	1 hodina (včetně brífinku a debriefingu)

Cílové oblasti kompetencí	**EntreComp (Evropský rámec pro podnikání):** 1.3 Vyhodnocujte myšlenky (pomocí analýzy dat). 2.2 Organizovat zdroje (rozpočet, čas, nástroje). 3.2 Komunikovat a vyjednávat (vytvářet přesvědčivý obsah). **DigComp (Evropský rámec digitálních kompetencí):** 2.1 Procesní data (analýza poznatků). 3.1 Vyvíjet digitální obsah (vizuály, videa). 4.1 Ochrana osobních údajů (GDPR, etika).
Cíle	**Strategie digitálního marketingu:** • Analyzujte cílové publikum a přizpůsobte obsah podle toho. • Pochopte algoritmy sociálních médií (zapojení, hashtagy, časy zveřejnění). • Používejte analytické nástroje (např. Meta Business Suite, Google Analytics). **Tvorba obsahu:** • Navrhněte poutavé vizuály a sdělení (pomocí Canva, CapCut). • Piš titulky a scénáře pro krátká videa. **Digitální podnikání:** • Spravujte omezený rozpočet na reklamu. • Měřte návratnost investice (ROI) kampaně. **Mezioborové dovednosti:** • Týmová práce, řízení času, přizpůsobivost.
Materiály a vybavení	• 1 počítač nebo tablet s přístupem na internet a sociální sítě.

	• 1 tištěné puzzle listy • Některé digitální nástroje, jako Canva (design), CapCut (střih videa), Meta Business Suite (analýza). • Jedna tabule na brainstorming. • 2 až 3 kombinované visací zámky pro fyzické hádanky (např. "rozpočtový" trezor).
Užitečné zdroje	**Vzdělávací zdroje:** • Meta Blueprint – Bezplatné školení o marketingu na Facebooku/Instagramu. • Google Digital Workshops – Moduly o digitálním marketingu. • HubSpot Academy – Kurzy o inbound strategiích. **Praktické nástroje:** • Canva – Šablony pro vizuály. • CapCut – Bezplatné střih videa. • AnswerThePublic – Výzkum klíčových slov. **Inspirace:** • TikTok Business – případové studie. • Později – plánování obsahu.
Nastavení	**Fyzická stránka:** • Uspořádejte místnost do 'komunikační agentury' (stoly uspořádané do skupin). • Ukažte příklady virálních kampaní (např. tisky příspěvků na Instagramu). • Schovejte nápovědy do "nástrojových beden" (např. QR kód vedoucí k tutoriálovému videu).

	Digitální: • Vytvářejte fiktivní účty na sociálních sítích (např. @EcoFashionStart pro Instagram). • Připravte složku Drive s údaji o publiku (např. fiktivními poznatky). • Simulujte 'krizi' (například negativní komentář, který je třeba řešit).
Krok za krokem instrukce	**Úvod (10 min):** Představte scénář: 'Váš start-up ztrácí sledující, máte hodinu na to, abyste trend zvrátili!' Rozdělte první hádanku (např. 'Analyzujte poznatky z tohoto příspěvku a najděte chybu'). **Hádanka 1 – Analýza publika (15 minut): Použijte** fiktivní data k identifikaci nejvíce zapojené věkové skupiny. **Puzzle 2 – Tvorba obsahu (20 minut): Navrhnout** vizuál a popisek pro příspěvek (pomocí Canvy); Natočte 15sekundové video na TikToku (pomocí CapCutu). **Hádanka 3 – Krizové řízení (10 minut):** Odpovězte na negativní komentář profesionálně. **Puzzle 4 – Optimalizace rozpočtu (10 minut):** Rozdělte fiktivní rozpočet 50 liber mezi Instagram Ads a influencery. **Závěrečná hádanka – Kampaňový pitch (10 minut):** Představte skupině celkovou strategii (elevator pitch). **Rozuzlení (5 minut):** Ukázat, že klíčem byla konzistence mezi sdělením a publikem.

Otázky k výslechu	• Které nástroje nebo strategie vás překvapily svou účinností? • Jak zvládáte negativní zpětnou vazbu na sociálních sítích? • Proč je analýza dat klíčová pro kampaň? • Jak byste tuto strategii přizpůsobili skutečnému projektu?
Hodnocení a hodnocení	**Pozorovací mřížka:** • Význam hashtagů a cílení. • Originalita a kvalita vytvořených vizuálů/videí. • Rychlost a profesionalita v krizovém řízení. **Sebehodnocení:** Interaktivní kvíz (přes Kahoot) na klíčové pojmy (např. 'Kdy je nejlepší čas na zveřejnění na Instagramu?').
Varianty a adaptace	**Pro začátečníky:** Nabídněte šablony Canva a seznam populárních hashtagů. **Pro pokročilé uživatele:** Přidejte hádanku o analýze konkurence (např. 'Porovnejte dva Instagram účty'). **Přístupnost:** Poskytujte přepisy videí. Používejte nástroje pro syntézu řeči pro zrakově postižené účastníky.
Tipy pro trenéry	**Předvídejte výzvy:** • Někteří účastníci mohou váhat s tvorbou obsahu: povzbuzujte je příklady inspirativních značek (např. Glossier, Duolingo). • Vyhraďte čas na vymýšlení nápadů na příspěvky.

	Tipy: • Integrujte AI nástroje (např. Copy.ai pro generování titulků, nebo DALL·E jako visuals). • Spojte situaci s reálnými případy (např. 'Jak značka X využila TikTok k úspěchu?').
Reference a další literatura	• **Kniha:** « Contagious: Why Things Catch On » (Jonah Berger) – o trendech. • **Podcast:** « Skill Up Epizoda 1: Jak vytvořit strategii pro sociální média » (HubSpot). • **Nástroj:** « Hootsuite » (pro plánování více sítí).

Spolufinancováno Evropskou unií

Financováno 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.

Kód projektu: 2023-2-LT02-KA220-YOU-000183156