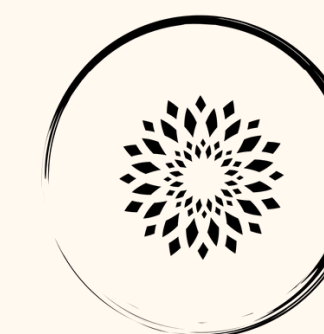


# JAK AKTYWIZOWAĆ MŁODZIEŻ

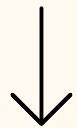


No shame  
FUNDACJA BEZ WSTYDU



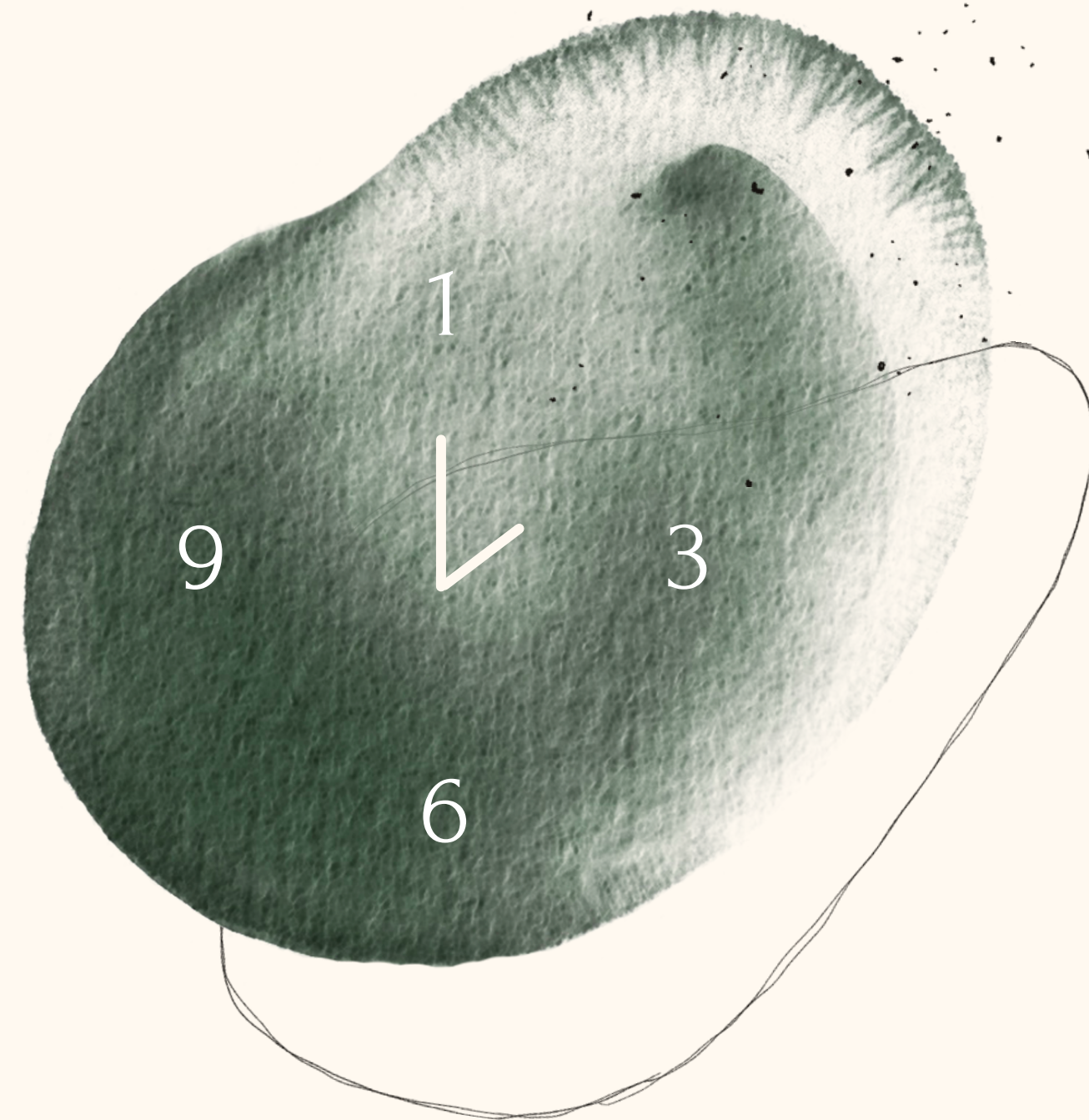
# JAKA JEST TEORIA POKOLEŃ

CZY MA TO JAKIŚ WPŁYW ?






TEORIA POKOLEŃ WEDŁUG KTÓREJ  
DZIEJE ZACHODNIEGO KRĘGU  
KULTUROWEGO POWTARZAJĄ SIĘ W  
MNIJ WIĘCEJ  
OSIEMDZIESIĘCIOLETNICH CYKLACH,  
DZIELĄCYCH SIĘ NA CZTERY FAZY.  
POKOLENIOM WYCHOWANYM W  
OKREŚLONEJ FAZIE CYKLU  
PRZYPISANE SĄ SPECYFICZNE CECHY.





# POKOLENIA WEDŁUG STRAUSSA- HOWE'A



BABY BOOMERS  
1946-1964



POKOLENIE X  
1965-1981



POKOLENIE Y  
1981-2000



POKOLENIE Z  
2000-2015





# POKOLENIE BABY BOOMERS

---

Przedstawiciele tej generacji cenią sobie niezależność. Ich mocną stroną w pracy jest zaangażowanie, optymizm i globalne spojrzenie na problemy. Baby boomers rzadko zmieniają miejsce pracy i stanowisko.






# POKOLENIE X

---

Pokolenie X to dojrzały pracownicy. Charakteryzuje ich lojalność wobec pracodawcy, są godni zaufania. Cenią sobie takie wartości jak rozwój osobisty, niezależność, różnorodność i pracowitość. W przeciwieństwie do baby boomers, są ukierunkowani na rezultaty, a nie sam proces.



# POKOLENIE Y




---

Pokolenie Y to pierwsza z generacji określanych wspólnym mianem "millenialsów". Urodzeni w latach 80. na rynku pracy często okazują się wielozadaniowcami, otwartymi na nowe wyzwania. Angażują się w interesującą ich pracę, ceniąc sobie jednak elastyczność odnośnie do godzin i miejsca.



# POKOLENIE Z



---

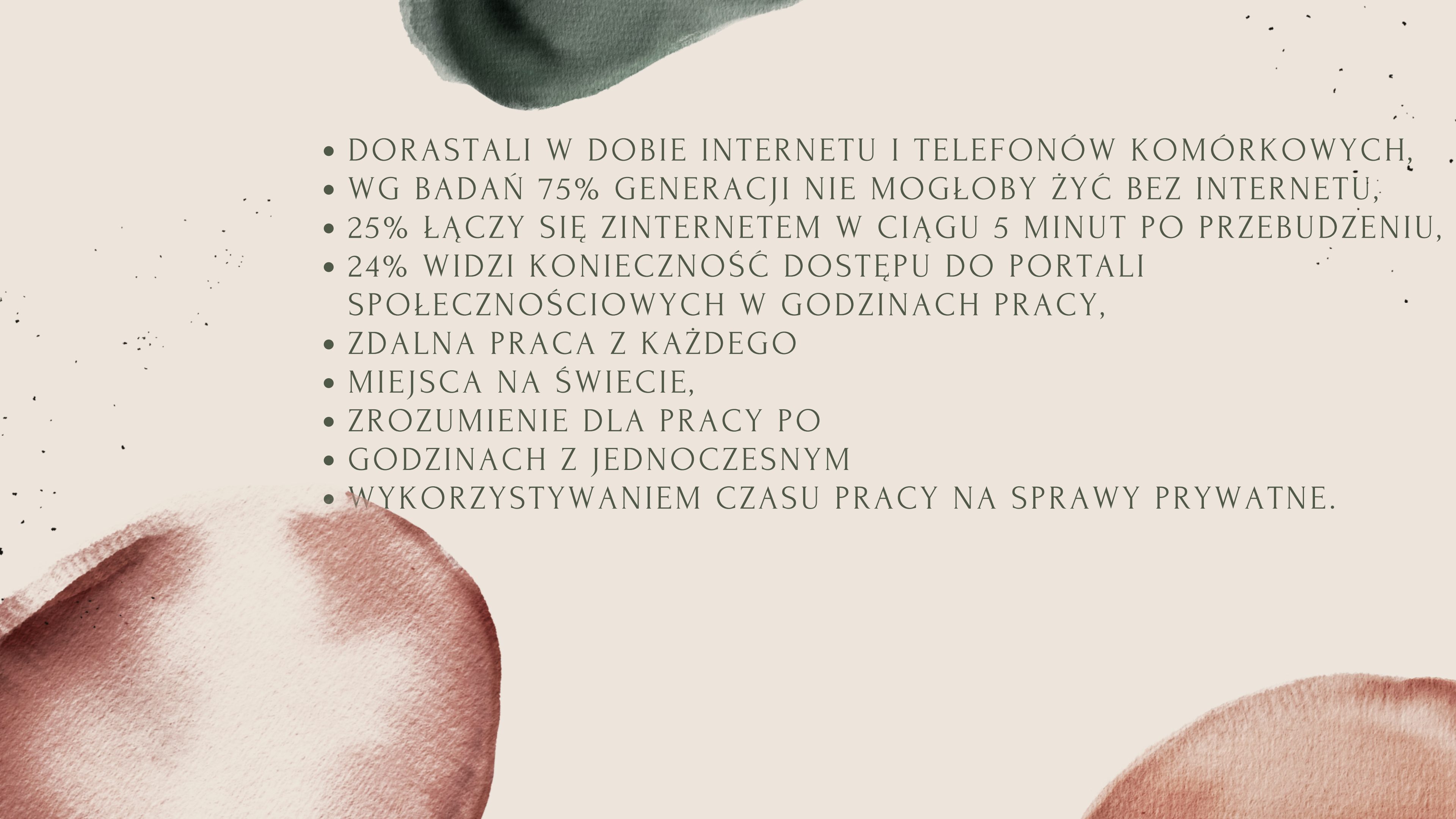
Najmłodsze pokolenie na rynku pracy bywa znane jako generacja Z. Określani są jako osoby otwarte na nowe rozwiązania, twórcze. Równocześnie granica między światem wirtualnym i realnym zacierą się, równie wysoko cenią bliskie grono przyjaciół, jak i znajomych z mediów społecznościowych.



SKUPMY SIĘ NA POKOLENIU Z





- 
- DORASTALI W DOBIE INTERNETU I TELEFONÓW KOMÓRKOWYCH,
  - WG BADAŃ 75% GENERACJI NIE MOGŁOBY ŻYĆ BEZ INTERNETU;
  - 25% ŁĄCZY SIĘ ZINTERNETEM W CIĄGU 5 MINUT PO PRZEBUDZENIU,
  - 24% WIDZI KONIECZNOŚĆ DOSTĘPU DO PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH W GODZINACH PRACY,
  - ZDALNA PRACA Z KAŻDEGO
  - MIEJSCA NA ŚWIECIE,
  - ZROZUMIENIE DLA PRACY PO
  - GODZINACH Z JEDNOCZESNYM
  - WYKORZYSTYWANIEM CZASU PRACY NA SPRAWY PRYWATNE.



# JAK AKTYWIZOWAĆ POKOLENIE Z ?



W jaki sposób komunikować?  
W jaki sposób rozmawiać.?  
w jaki sposób edukować.?





# JAK KOMUNIKOWAĆ SIĘ Z POKOLENIEM Z



Kontaktując się z generacją Z, należy przede wszystkim pamiętać o social mediach. Facebook i YouTube to absolutna konieczność. Nie można też zapomnieć o prowadzeniu działań w takich serwisach jak Snapchat czy Instagram.

SOCIAL MEDIA

TIK TOK

ŁATWE PRZEKAZY



# W JAKIEJ FORMIE PRZEKAZYWAĆ TREŚCI MŁODYM LUDZIOM

SZYBKI  
PRZEKAZ

Szybki przekaz to motto przewodnie przekazu kierowanego do Pokolenia Z, Bardzo ważne jest aby w jednym przekazie użyć minimum treści maximum wiedzy , ogólnie rozwojowej. Posty Przekazy zawierające grafikę lub film będą zawsze bardziej atrakcyjne i angażujące, niż te wyłącznie tekstowe.



# W JAKI SPOSÓB TWORZYĆ PRZEKAZ NA SOCIAL MEDIA?

- PRZEKAZ WIZUALNY
- PRZEKAZ TEKSTOWY
- PRZEKAZ SPÓJNY
- EMOTIKONY
- POSZUKIWANIE KRÓTKICH FORM  
KOMUNIKACJI



# WSKAZÓWKI DO PRZEKAZU TEKSTOWEGO

Tekst to główny element przekazu – jednak najmniej atrakcyjny i angażujący odbiorcę. Nie należy pisać długich i przeciążonych treścią postów. Warto skupić się na minimalizmie – stosować krótkie i trafne sformułowania (niekiedy wystarczy hasło lub krótkie pytanie). Więcej tekstu dobrze jest stosować w linku kierującym, dalszym opisie posta. Pisząc posty staraj się być naturalny – używaj lekkich, prostych zwrotów oraz jasnych i przejrzystych sformułowań. Niech treść zacieka odbiorcę, niech dostrzeże korzyści z faktu, że skupił się na przeczytaniu go



# WSKAZÓWKI DO PRZEKAZU VIZUALNEGO.

- pojedyncze zdjęcie/grafika – grafika lub ilustracja opatrzone opisem
- galeria – zestaw grafiki lub zdjęć umieszczone w jednym poście opatrzone opisem

Nie stosuj suchego tekstu. Odpowiednio dobrana grafika wywołuje o wiele większe emocje i interakcję, niż sam tekst, a tym samym wpływa na odbiór całego posta i Ciebie jako jego twórcy.



# PRZEKAZ FILMOWY

Dawaj krótkie kilku- sekundowe filmiki które w szybki prosty sposob dotrą do obiorcy.  
Trzymaj się jednej tematyki i jakości filmików

New  
Video



# STANDARYZACJA POSTÓW

Projektując grafikę posta dobrze jest standaryzować jej wygląd – nie chodzi tu o jej treść, ale o ogólny wygląd. Warto postarać się wypracować odpowiedni schemat w którym grafika będzie umieszczana. Forma szablonu nie powinna przykrywać treści grafiki. Należy skupić się na niewielkich elementach, które na pierwszy rzut oka nie będą widoczne, ale w głębszej interakcji będą dostrzegalne. Tak przygotowane elementy multimedialne będą łatwiej kojarzone przez internautę i tym samym będą miały wpływ na rozpoznawalność postów



# EMOTKI

Przeprowadzone badania jasno wykazały, iż zastosowanie emotek w postach wywołało o 25% większe zaangażowanie odbiorców przy pisaniu komentarzy, niżeli sam tekst z grafiką. Przykładowe emoji do zastosowania w postach:

☐ ➡ ✓ ✔ ☑ – do porządkowania akapitów lub podpunktów, wskazywania linków

1☐ 2☐ 3☐ – zamiast zwykłych liczb porządkowych

☐ ☐ ☐ ⚠ ✘ – do ostrzeżeń lub ważnych kwestii

☐ 📞 ☐ ☐ – do wskazywania danych kontaktowych lub zachęcania do kontaktu

☐ .☐ ☐ – gorąca oferta, nowość, ekscytująca informacja



# GŁOSOWANIE ZA POMOCĄ REAKCJI

Zachęcaj swoich fanów do głosowania za pomocą reakcji, niech opowiedzą się za jedną z dwóch lub kilku proponowanych przez Ciebie opcji. Do grafik tego typu możesz wykorzystać swoją ofertę lub dowolny temat, który jest spójny z tematyką profilu.

Po zmianie swoich algorytmów, Facebook zapowiedział spadki zasięgów postów tego typu. Jednak z naszych obserwacji wynika, że głosowanie za pomocą reakcji wciąż cieszy się zainteresowaniem, nawet na profilach dużych marek.



# ANKIETY

Stosowanie ankiet to dobry sposób na poznanie preferencji obserwatorów. Daj im prawo wyboru i zobacz, co będzie wzbudzać największe zaangażowanie. W ankietach oprócz grafik, możesz wykorzystać także gify, które na pewno będą ciekawym urozmaiceniem Twojego przekazu. Dodatkowo, jeżeli wybór przebiegnie po Twojej myśli, możesz opublikować wyniki ankiety oraz zaproponować rabat na dany produkt/usługę, który wybrali użytkownicy.



# PYTANIA

Prowadź dialog ze swoimi odbiorcami. Zadawaj im pytania w copy lub na grafice. Pytaj o wszystko, co w jakiś sposób jest powiązane z Twoim profilem. To świetny sposób, aby dowiedzieć się jeszcze więcej o upodobaniach lub oczekiwaniach swojej społeczności. Ta forma bardzo dobrze sprawdza się w przypadku wyboru tematów na posty, gdzie to odbiorcy decydują, o czym chcą czytać. Angażująca jest także forma, w której fani mogą dokończyć podane zdanie.



# KONKURSY

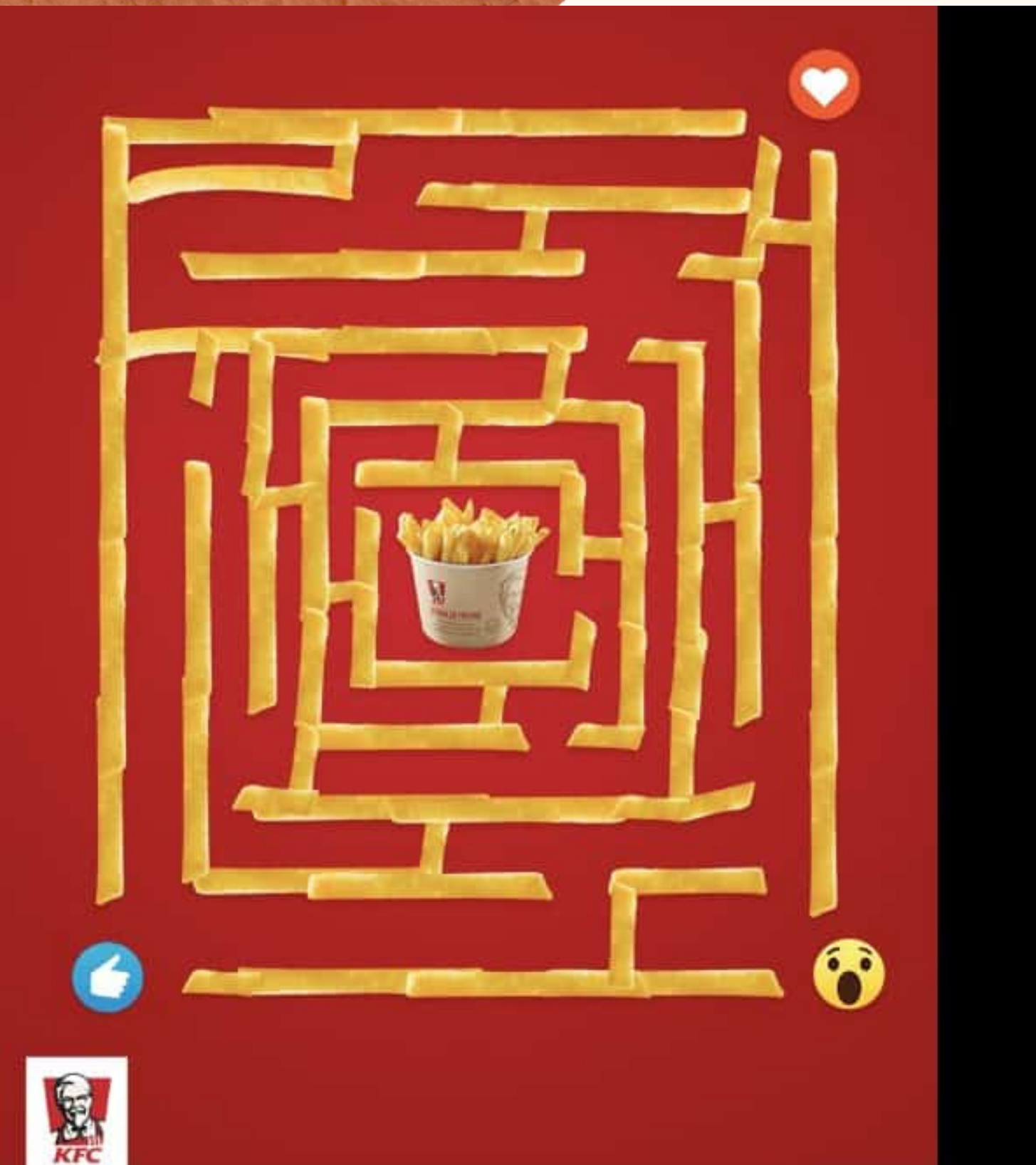
Organizuj konkursy na swoim fanpage'u. Postaraj się, aby przygotowane przez Ciebie nagrody były atrakcyjne dla Twoich fanów, a zobaczysz, jak ich zaangażowanie będzie rosnać.

Pamiętaj, że do każdego przeprowadzonego konkursu na fanpage'u musisz stworzyć osobny regulamin, a także o tym, że nie możesz zmuszać użytkownika do podjęcia działania z postem.



# ZAGADKI

Nic tak nie pobudza do myślenia, jak tematyczny rebus czy zagadka matematyczna. Takie rodzaje postów mogą wydawać Ci się niemożliwe, ale na wielu profilach naprawdę dobrze się one sprawdzają. Warto je przetestować.



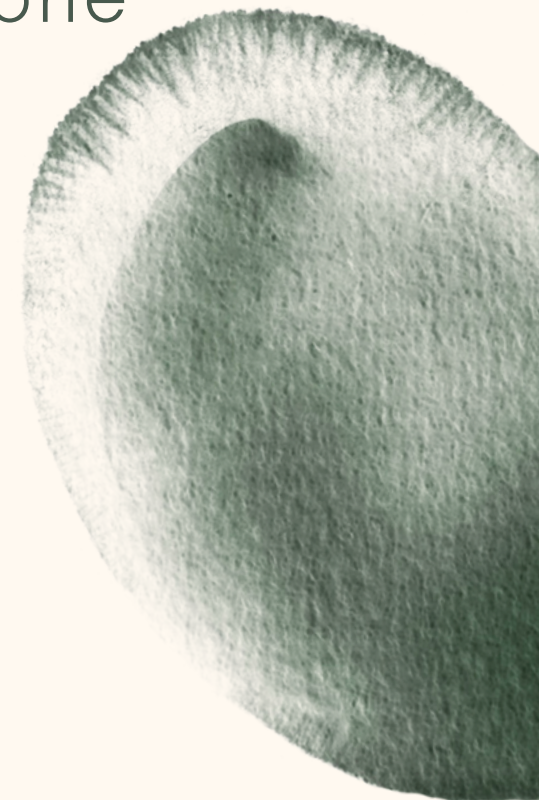
 **KFC** · 13 lipca 2018 · Edytowany · 

Którą drogą dotrzesz do kubelka frytek? 🍟 Głosuj emotką!  
#DzieńFrytek 🍟

   5,8 tys. 227 komentarzy  
4 udostępnienia

 Lubię to!  Komentarz  Udostępnij 

Najtrafniejsze ▾





MYŚL NAPRZÓD  
A NIE WSTECZ