Jak podpořit nově příchozí v zapojení do Cafe Europe

PŘÍRUČKA PRO PRACOVNÍKY S MLÁDEŽÍ: Nalezení cílové skupiny

Cafe Europe

Spolufinancováno Evropskou unií

Obsah

Vzdělávací cíle a záměry	3
Nalezení cílové skupiny	3
Definování cílové skupiny	4
Společné cíle	4
Fokusní skupina	4
Komunitní přínos	5
Komunikujte s mládeží	6
Spojte se se zúčastněnými stranami	6
Jak vytvořit letáky/plakáty pro cílovou skupinu	7
Sociální média	8
Zdroje	9
Extra odkazy	9

"Všechny naše sny se mohou splnit, pokud budeme mít odvahu je následovat."
- Walt Disney

Projekt (2020-1-NL02-KA205-002961)

Podpora Evropské komise pro vydání této publikace nepředstavuje potvrzení obsahu, který odráží pouze názory autorů, a Komise nemůže nést odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

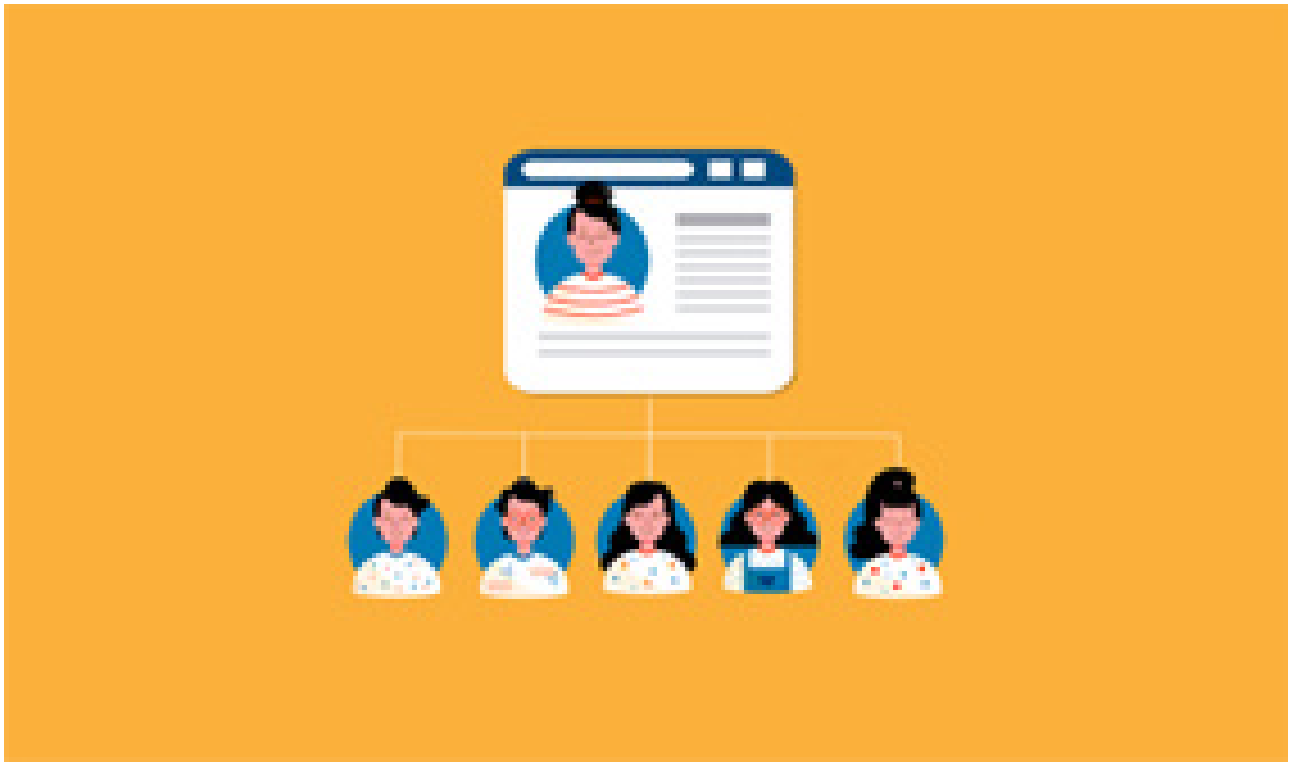
Vzdělávací cíle a záměry

V této kapitole budou pracovníci s mládeží a dobrovolníci přemýšlet o cílovém publiku své Cafe Europe, o tom, kde mohou mladé lidi najít a jak se s nimi spojit. Zamyslí se nad tím, jaký druh sociálních médií by chtěli používat a na co je třeba pamatovat při vytváření letáku.

Vzdělávacím výsledkem je otevření vaši mysli a očí, abyste viděli, kde se tito mladí lidé pohybují, našli způsoby, jak oslovit mládež v různých oblastech a vybrat správné místo, kde začít hledat.

Nalezení cílové skupiny

Nalezení cílové skupiny může být obtížný úkol, pokud nevíte, koho hledáte a kde ho najdete. Když mladé lidi najdete, je důležité se s nimi spojit, můžete to udělat sami nebo společně se zúčastněnými stranami. Chcete-li se spojit s nově příchozí mládeží, budete muset investovat čas a úsilí, abyste je do své Cafe Europe přivedli. Proto je důležité spolupracovat s dalšími klíčovými jedinci, kteří tuto mládež znají a již si s ní vybudovali pouto. Tak se snáze podaří vytvořit skupinu mladých lidí, kteří se budou chtít k této iniciativě připojit, zapojit se do jejích aktivit a fokusních skupin.



Definování cílové skupiny

Definujte si, jaké mladé lidi hledáte. Zamyslete se nad jejich věkem, kulturou, zájmy, inspirací, otevřeností zkoušet nové věci, podnikání, týmovou práci, sportovní aktivity atd. Pokud dokážete definovat, koho svém regionu hledáte, snáze naplánujete, kde tyto mladé lidi najdete.

Společné cíle

Stanovte si společné cíle s dalšími zúčastněnými stranami a partnery. Pokud mladí lidé z jejich okruhu mohou těžit z aktivit, které Cafe Europe nabízí, pokusí se je zapojit.

Fokusní skupina:

Spolupracujte se skupinami i s jednotlivci, udělejte z nich součást a nositele projektu. Dejte mladým hlas, aby mohli sami rozhodovat, co se v Cafe Europe bude dít. Stanou se ambasadory této iniciativy a budou Cafe Europe propagovat.
Podívejte se na tipy a triky IO1 Krok 1 Cafe Europe ohledně toho, jak založit fokusní skupinu

Komunitní přínos:

Místní klíčoví jedinci / influenceři:

Najděte klíčové jedince, kteří mluví s mladými lidmi, a spojte se s nimi. Udělejte z klíčového jedince ambasadora/součást Cafe Europe.
Čím blíže se dostanete k mladým lidem, tím snazší bude jejich zapojení do vašeho projektu / programu. Influencer může motivovat a inspirovat mladé k účasti. Influencer je osoba, kterou cílová skupina zná a může se k ní dostat online nebo off-line. Vzpomeňte si na někoho ve svém regionu, kdo je dobře známý nebo mluví s mládeží.

Místní dobrovolná sdružení, kluby a sítě:

Mladí lidé sportují, účastní se kulturních aktivit, chodí na společenská místa, aby se potkávali, na náboženská shromáždění atp. Podívejte se na tato místa a zjistěte, kde je vaše cílové publikum.

Co je populární mezi mladými ve vaší zemi?
Znáte místa setkávání vedená dobrovolnými pracovníky nebo pracovníky s mládeží?

Místní instituce:

Promluvte si se zástupci škol, kde se vaše cílová skupina shromažďuje. Podívejte se a zeptejte se, zda je knihovna místem, kde se setkávají. Parky, policejní stanice, spolu s místními podniky a neziskovými organizacemi – vše by mohlo přispět k rozvoji Cafe Europe.

Fyzický prostor:

Pro zapojení mladých lidí může být důležité takové místo či budova, ve které nebo poblíž které se mladí lidé již potkávají.

Další informace o fyzických aktivech najdete v kroku 3 IO1 – Definování regionu.

Otázky k sebereflexi
Jakým způsobem oslovujete nové lidi?
Z jakého důvodu s nimi udržujete kontakt?

Komunikujte s mládeží

Potřebujete se spojit s mládeží. Jaké jsou jejich zájmy? Co je motivuje a jaký je trend ve vašem regionu? Cafe Europe může pomoci mladým lidem rozvíjet se mnoha způsoby, ale musíte jim dát příklad toho, co zapadá do jejich způsobu myšlení a jejich vzdělávacích cílů. Příklad: je možné prozkoumat, zda mohou začít podnikat, rozvíjet nové dovednosti pro svou (budoucí) práci nebo školní práci.
Uvádějte příklady, které zapadají do jejich každodenního života nebo něco, co je inovativní nebo se objevuje ve zprávách.

Spojte se se zúčastněnými stranami

Zúčastněné strany mohou být pro nalezení vaší cílové skupiny pro Cafe Europe opravdu důležité. Jaké jsou cíle zúčastněných stran ve vašem regionu? Zjistěte, zda můžete dosáhnout společného cíle, abyste získali ambasadory nebo spolupracovníky pro Cafe Europe.

Pokud se chcete dozvědět více o zúčastněných stranách a o tom, jak najít společné cíle, podívejte se na kapitolu zúčastněné strany IO1.

Jak vytvořit letáky/plakáty pro cílovou skupinu

01. Titulek, který přitahuje pozornost

První věc, kterou na letáku uvidíte, bude nadpis, který musí být mládeži jasný, aby pochopili, co mohou v Cafe Europe dělat. Potřebuje upoutat pozornost.

02.Vizuální hierarchie

Používejte předem vyrobené šablony, které již mají vytvořenou vizuální hierarchii. To pomáhá prezentovat informace jasným vizuálním způsobem.

03. Rovnováha

Zkontrolujte, zda jsou grafika a text v rovnováze. Je lákavé v letáku uvést všechny potřebné informace, ale informací může být příliš a mohou tak ztratit přehlednost. Dbejte proto na dobré rozvržení a leták nepřeplňujte.

04. Správná typografie

Různá písma mohou vytvořit odlišný vzhled a dojem. Přemýšlejte o tom, jaký druh zprávy chcete odeslat a jaký typ písma byste měli použít. Neformální, kreativní, firemní atd.

Podívejte se také na marketingovou komunikaci IO1 Krok 7.

Sociální média

Pomocí sociálních médií můžete oslovit i mládež. Některá sociální média mají vysoké procento uživatelů. Pokud chcete využít jako nástroj sociální média, vyberte si media s nejvyšším počtem uživatelů nebo taková, kde je vaše cílová skupina nejvíc aktivní.

Níže je krátké shrnutí nejpopulárnějších nástrojů. Údaje jsou založeny na situaci v Nizozemsku a jsou velmi podobná situaci v USA.

Instagram:
Instagram se zaměřuje na obrázky a krátká videa. Je oblíbený u mládeže ve věku 20 až 39 let.

Twitter:
Dal by se popsat jako mikroblogovací systém. Můžete odeslat tweet o délce až 140 znaků včetně odkazů. Největší skupina uživatelů je mezi 19 a 29 lety.

Snapchat:
Snapchat je populární aplikace pro zasílání zpráv, která uživatelům umožňuje vyměňovat si obrázky a videa, která mají zmizet po jejich zobrazení. Věk uživatelů snapchatu je 18 až 24 let.

Facebook:
Facebook je webová stránka, která umožňuje uživatelům vytvořit si svůj bezplatný profil. Můžete na něm sdílet nejrůznější věci. Je oblíbený u lidí ve věku 20 až 59 let.

Clubhouse:
Clubhouse je aplikace založená na zvuku. Online schůzky můžete pořádat s uzavřenou nebo otevřenou skupinou.

LinkedIn:
LinkedIn je sociální síť, která se zaměřuje na profesní rozvoj a propojení.

Whatsapp:
WhatsApp je aplikace pro rychlé zasílání zpráv. Je to skvělý způsob, jak udržet kontakt s mládeží a oslovit je.

Youtube:
YouTube je služba pro sdílení videí, kde uživatelé mohou lajkovat, sdílet, komentovat a nahrávat vlastní videa.

Tiktok:
TikTok je aplikace pro sociální média, kde můžete vytvářet krátká videa a sdílet je se svými sledovateli nebo se světem. Věková skupina na TikToku je nejčastěji 15+ a více, ale také uživatelé ve věku 6 až 14 let.

Zdroje:

- https://promorepublic.com/en/blog/10-ways-find-audience-social-media/
- https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/
- https://www.socialdutch.com/en/research/social-media-use-in-the-netherlands-2021
- https://www.smartinsights.com/wp-content/uploads/2021/07/Global-social-media-research-platforms.png
- https://www.nationalfamilyplanning.org/document.doc?id=696

Extra odkazy

- Průvodce vytvořením letáku: https://www.canva.com/learn/the-ultimate-guide-to-flyer-design/
- Více informací o Tiktoku: https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/
- Více informací o Instagramu: https://searchcio.techtarget.com/definition/Instagram
- Více informací o Twitteru: https://www.ukri.org/councils/esrc/impact-toolkit-for-economic-and-social-sciences/how-to-use-social-media/choosing-what-social-media-you-use/
- Více informací o Snapchatu: https://phys.org/news/2018-06-snapchat.html#:~:text=Snapchat%20is%20a%20popular%20 messaging,disappear%20after%20they're%20viewed.&text=All%20you%20need%20to%20sign,Snapchatters%20gravitate%20toward%20silly%20names.
- Více informací o Facebooku: https://www.webwise.ie/parents/explained-what-is-facebook-2/
- Více informací o Clubhousu: https://www.pcmag.com/how-to/what-is-clubhouse-app
- Více informací o LinkedInu: https://www.businessinsider.com/guides/tech/what-is-linkedin?international=true&r=US&IR=T
- Více informací o Youtube: https://www.webwise.ie/parents/what-is-youtube/

9

Na obsahu se podíleli

ΟΜΙΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ UNESCO ΠΕΙΡΑΙΩΣ & ΝΗΣΩΝ
CLUB FOR UNESCO OF PIRAEUS & ISLANDS

INBÁZE

Inqubator Leeuwarden

KOGED
KOCAELİ KÜLTÜREL GELİŞİM VE DAYANIŞMA DERNEĞİ

Gysbert Bergsma

GUYDOLPH DIJKSTRA

idec