



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



***Анализ на темите, които вълнуват младите хора във
връзка с поведението им на пазара на труда-модели
на мислене, чувства и поведение - проучване на
социалните мрежи***

Период: декември 2017 – март 2018

Анализът е извършен по проект „Агенти на промяната
дог. № BG05M9OP001-4.001-0052
финансиран от Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от
Европейския съюз чрез Европейски социален фонд

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Neticle Media Intelligence: представяне на платформата

- Neticle Media Intelligence е уеб базирана платформа, която в почти реално време събира и анализира онлайн мненията на потребителите относно зададени параметри.
- Услугата включва професионалното изработване на профил с ключови думи (пазарни теми, компания, продукт), техните синоними и различни начини на изписване в онлайн пространството.
- Избраният партньор за слушане в социалните мрежи търси и слуша потребителите на социалната мрежа Фейсбук в публични групи и страници.
- Във Facebook покрива публично достъпните споменавания по зададени ключови думи. Мониторинг на публични страници, групи и събития, коментари и отговори, публикувани в тях. Neticle има най-голямото възможно покритие на българския Фейсбук (~ 200 000 BG FB страница, 12 000 BG FB турнир, 23 000 BG FB група).
- Заключение в презентацията са на база работа с онлайн платформата Neticle по основни ключови думи: Работа, Интереси, Семейство, Професии, Училище, Уча се, Компания, Телефони, Бъдеще, Каспичан, Шумен, Нови Пазар, Бачкане, Чужбина, Емигрант, Пари, Заплата, Заплащане, Работници, Кинти, Далавера, Гърция, Англия, Испания, Село



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Заклучения

- В големите публични групи не е намерено публикувано съдържание свързано с търсене на работа и/или открити нови работни места. За региона на Шумен съществуват няколко обществени групи, в които се публикува разнообразно съдържание за покупко-продажби, в които е позволено и публикуването на обяви за работа.
- Обособени обществени групи за градовете Каспичан и Нови Пазар като например „Работа в Каспичан“, в които да се обсъждат възможностите за работа и допълнителна квалификация и/или образование, до момента не са създадени в социалната медия.
- В проследените групи от градовете Каспичан и Нови Пазар най-голям брой имат публикациите тип новинарски, информационни, любопитни, спортни, „купувам-продавам“. За град Шумен съществуват повече групи с конкретно тематично съдържание. В няколко от групите тип „купувам-продавам“ се публикуват обяви за работа в региона. В повечето от случаите хората коментират пост-обявите основно на тема заплащане.












ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД






















Заклучения

- Членовете на групите в социалните мрежи не показват ангажираност с публикуваното съдържание без значение на неговия тип. Постовете са с нисък engagement: по няколко реакции, рядко има коментари под постове или share.
- Част от младите хора не пишат на кирилица, а на „шльокавица“.
- Друга част от младите не пишат на български, а на турски, ромски или пък смесено.
- От намерените през публичните групи профили, младите публикуват на стените си постове на теми, които ги вълнуват – спорт, битови снимки, снимки по повод (РД, празник), семейството, приятелката, приятеля, времето, забавления и т.н.
- Изброените типове постове (на стените на частни лица) са със средно висока ангажираност – коментари, лайкове и други.

Публични групи

	Шумен - продава/купува 22K members · 10+ posts a day Buy and sell group · Shumen, Bulgaria · ПРАВИЛА ЗА ПУБЛИКУВАНЕ НА ОБЯВИ : 1. Всяка обява трябва да съдържа точна и ясна...	Join
	Шумен Пазар 39K members · 10+ posts a day Buy and sell group · Shumen, Bulgaria · ПРАВИЛА ЗА ПУБЛИКУВАНЕ НА ОБЯВИ : 1. Всяка обява трябва да съдържа точна и ясна...	Join
	Шумен Продавам / Търся / Купувам 6.8K members · 10+ posts a day Buy and sell group	Join
	Шумен Днес 19K members · 10+ posts a day Shumen, Bulgaria · Здравейте, Шуменци и гости на града! Тук ще намерите новини и актуална информация за събитията в нашия...	Join
	БЕЗПЛАТНИ ОБЯВИ - ДОБРИЧ, ВАРНА, ШУМЕН, СИЛИСТРА 1.3K members · 10+ posts a day Dobrich, Bulgaria · Тук може да публикувате всички Ваши обяви свързани с продажби, размени, услуги, ремонт, строителство,...	Join
	Пътуващи София <-> Шумен 2.8K members · 6 posts a day Shumen, Bulgaria	Join
	Купувам & продавам Шумен , Разград , Търговище и Варна 1.9K members · 10+ posts a day Buy and sell group · Global · Купувам & продавам	Join
	А ОФГ - Шумен 1.6K members · 3 posts a day Shumen, Bulgaria · Аматорска лига Шуменска област	Join
	Пътуващи Варна <-> Шумен 1.9K members · 10 posts a day	Join

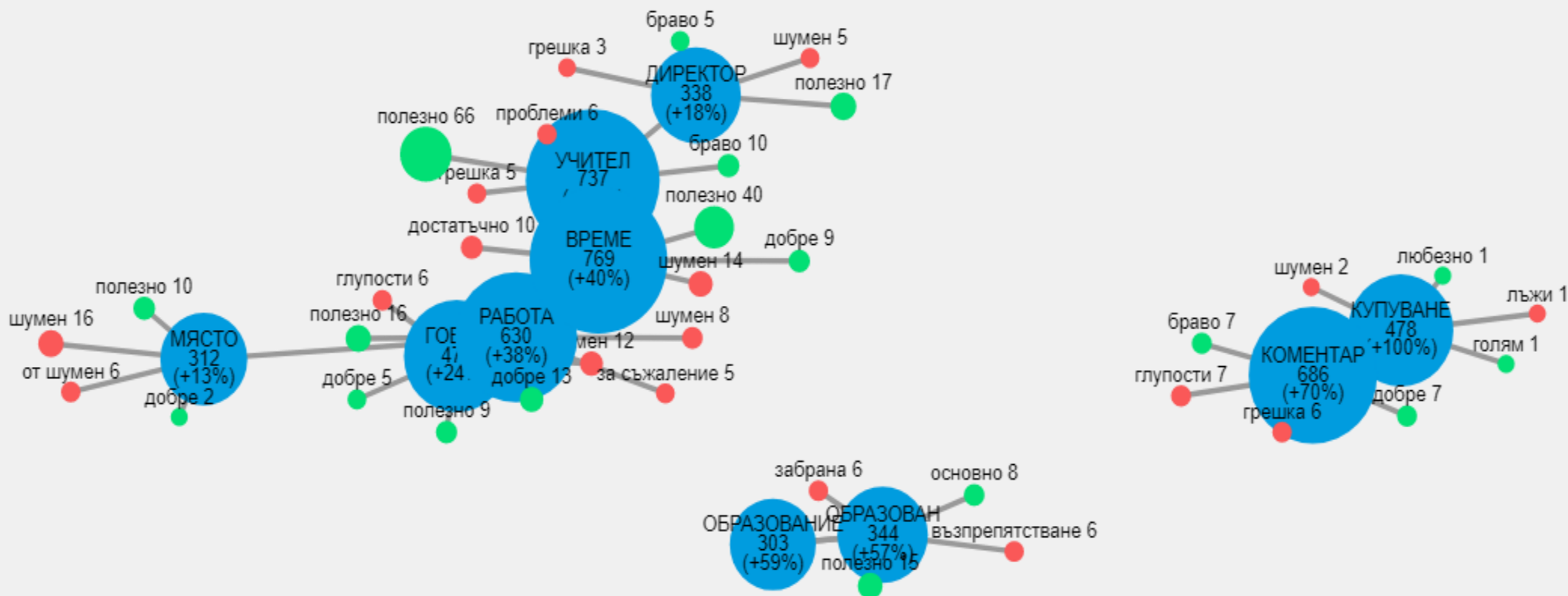
	Нови пазар 6.7K members · 10+ posts a day Нови пазар е град в област Шумен, Североизточна България. Координати: 43.35° с. ш. 27.2° и. д. Той е административен и...	Join
	Нови пазар 1.6K members · 3 posts a day	Join
	Нови пазар Купува-Продава 3.1K members · 10+ posts a day Buy and sell group · Всяка обява трябва да съдържа точна и ясна информация за стоката която продавате + снимка, цена и телефо...	Join
	Групата на Нови пазар 3.6K members · 10+ posts a day Novi Pazar, Shumen Province · Община Нови пазар се намира в Североизточна България и заема източната част на Шуменска...	Join
	Нови пазар-BG 990 members Ние сме частна, регионална медия на Нови пазар, създадена на 16.11.2011 година. http://60city.net/	Join
	Професионална гимназия по селско стопанство гр. Нови пазар 61 members Нови пазар	Join
	Коли на Бартер /Части Нови Пазар 1.3K members · 9 posts a day	Join
	ОУ "Васил Левски" с. Мировци, общ. Нови пазар 142 members Групата е създадена за да популяризира училищната дейност, да бъде полезна при обмен на добри практики и нови идеи....	Join
	Хората на Нови пазар 649 members Разкрийте красивата, непознатата, скритата страна на нашия град! Очаровайте всички, които никога не са идвали в Нови пазар! Нека...	Join

	Каспичан 1.7K members · 2 posts a day любим град	Join
	Каспичан - ПРОМЯНАТА тук и сега 1.3K members Каспичан · Групата беше създадена с името „Не на ИНСИНЕРАТОРА в Каспичан“, за да се спре изграждането на...	Join
	Виждам те кат - Каспичан 190 members	Join
	Продавалник- Каспичан 668 members · 5 posts a day Лесно купи. Лесно продай. Безплатни обяви	Join
	"Каспичан- най интересното от региона и света" 408 members Каспичан	Join
	ВМРО Каспичан 59 members	Join
	Каспичан 69 49 members Kaspichan · Група на един випуск, който никога не се забравя!	Join
	АБВ Каспичан 306 members ПП АБВ Община Каспичан	Join
	"Б" Клас 94-02r. Каспичан :) 22 members	Join
	Каспичан 1 member	Join

Графика на споменаваанията

Кои са най-важните теми и връзки в споменаваанията?

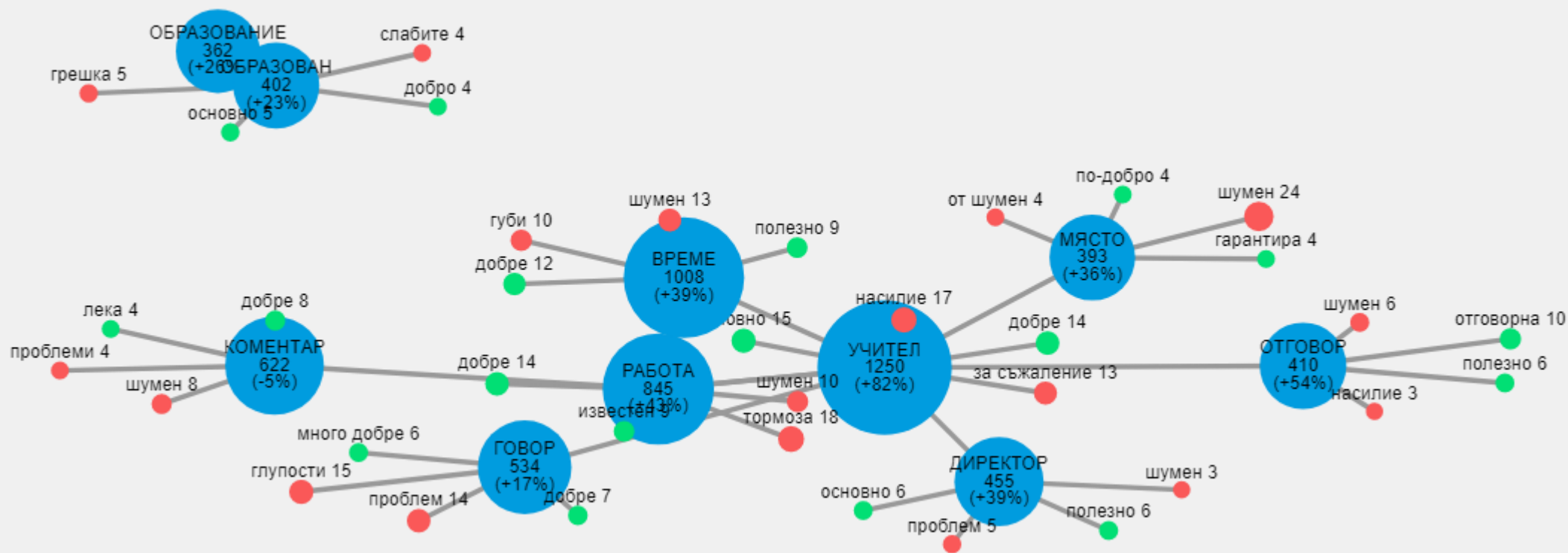
Период: Януари 2018



Графика на споменаванията

Кои са най-важните теми и връзки в споменаванията?

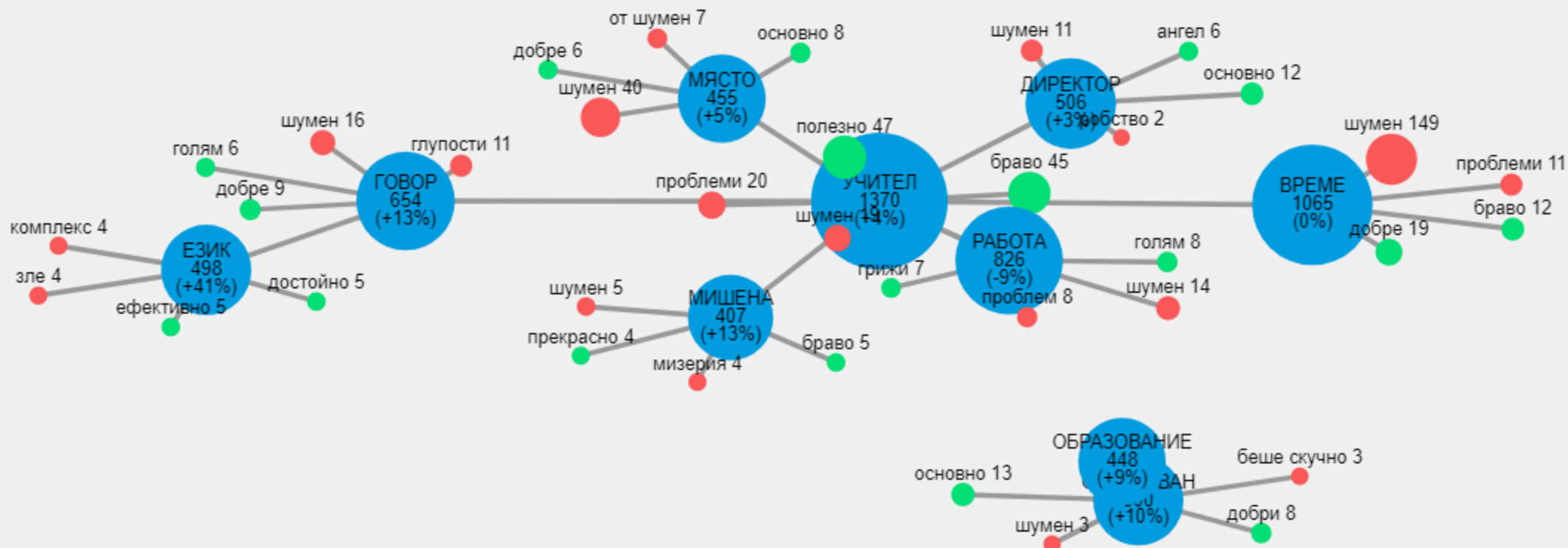
Период: Февруари 2018



Графика на споменаванията

Кои са най-важните теми и връзки в споменаванията?

Март 2018



*Източник: Neticle Media Intelligence



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Анализ на темите

- Настоящият анализ е на базата на направеното „слушане“/проучване на социалните медии и обобщава темите, които вълнуват младежите или моделите на мислене, чувства и поведение на целевата група
- Темите са разделени на 6 основни, от които са изведени текстови послания
- На база на текстовите послания са създадени визуални еквиваленти, които по разбираем за таргет групата начини да предадат посланията



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Тема 1: Предприемачество/ Собствен бизнес

Темата ще комуникира възможността за развитие на собствен микро-бизнес и допълнителни доходи като алтернатива на стартирането на кариера в частния или публичния сектор. Първоначалното проучване показва, че интересът към търговията у младежите е голям (групите с най-много потребители са обвързани с продажби от потребител към потребител). С примери и достъпна информация ще покажем как младежите могат да използват наличните ресурси за реализирането на собствените им идеи за микро-бизнес и да си докарат страничен доход или да стартират собствен бизнес. В допълнение, ще покажем че веднъж развивайки своите предприемачески умения те ще могат да се реализират по-успешно на пазара на труда, тъй като развиват трансверсални умения.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



- **Ключови комуникационни послания:**

- 1) “Научи как да поемеш по пътя на собствения бизнес“

- Ако не можеш да си намериш работа, можеш сам да си набавиш основен/страничен доход като започнеш собствен бизнес.
- Ако имаш уменията на един предприемач ще може да си намериш работа по-лесно.

- 2) “Открий възможностите на частния бизнес“

- **Тактики:**

Ще постигнем това чрез комбиниране на текстови и визуални елементи, илюстрирайки примери и инструменти.

- **Канал за комуникация** - Facebook страница и групи във Facebook



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Тема 2: Предоставяне на услуги

Темата ще комуникира възможността за развитие на собствен микро-бизнес и допълнителни доходи като алтернатива на стартирането на кариера в частния или публичния сектор. Първоначалното проучване показва, че интересът към търговията у младежите е голям (групите с най-много потребители са обвързани с продажби от потребител към потребител). С примери и достъпна информация ще покажем как младежите могат да използват наличните ресурси за реализирането на собствените им идеи за микро-бизнес и да си докарат страничен доход или да стартират собствен бизнес. В допълнение, ще покажем че веднъж развивайки своите предприемачески умения те ще могат да се реализират по-успешно на пазара на труда, тъй като развиват трансверсални умения.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



- **Ключови комуникационни послания:**

- 1) „От хоби до занаят,,
- 2) „Стъпка по стъпка от хоби до занаят“ / „Обърни хобито си в пари“
- 3) Как това, което умееш най-добре да ти помогне за нова професия

- **Тактики:**

Визуално съдържание – картинка + послание – до 6-8 броя картинки за различни професии

- **Канали за комуникация:**

Facebook, Instagram, YouTube



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Тема 3: Общности

Много често в малките населени места възможностите за споделяне на добри практики са ограничени. Темата ще комуникира и насърчава участието на младите хора в създаване на структури за подкрепа и позитивен пример. В тези взаимоспомагателни групи в сигурна среда, младежите ще могат да търсят съвети и помощ за тяхното социално включване и кариерно развитие.

•Ключови комуникационни послания:

- 1) „Събери се с твоите хора“;
- 2) „Като кака/батко/мама/татко“ / „Искаш да бъдеш като батко/кака/мама/татко“

•**Тактика:** чрез кратки формати текст и визия (gif) ще насочим младежите към идеята да създават такива групи за помощ – 2 бр. gif, показващи как може да се мултиплицират добрите и работещи примери

•**Канал за комуникация** – основно чрез нарочно създадената обществена Фейсбук група



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Тема 4: Как да избереш какво да работиш и какво търсят работодателите

Темата ще комуникира това как младежите могат да използват личните си интереси, опит и силни страни, за да изберат областта в която желаят да развиват своята кариера (кариерно ориентиране). В допълнение, ще ги запознаем с основите за избор и кандидатстване за работа – намиране на обява или създаване на интерес, анализ на обява, подготовка на документите за кандидатстване, лично представяне и пр. Ще им покажем как да създадат добра биография, дори и без да са имали предишен трудов опит, как да се нагаждат спрямо изискванията и нуждите на работодателя.

•Ключови комуникационни послания:

- 1)Виж кои са силните ти страни и ги използвай, за да стартираш успешна кариера.
- 2)Виж какво искат работодателите, за да знаеш как да представиш себе си.

•**Тактики:** Ще постигнем това чрез комбиниране на текстови и визуални елементи.

•**Канал за комуникация** - Facebook страница и групи във Facebook

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Тема 5: Как да учиш онлайн?

Над 90% от младежите са в интернет и по-специално в социалните мрежи чрез своите телефони, таблет или компютър. Много от тях, обаче, не знаят как да търсят информация или да използват своите устройства, социалните мрежи и възможностите, които Интернет предоставя, така че да развият себе си. Ако им покажем лесни начини за развитие и учене на нови неща по интересен и интерактивен начин и как да достигнат до обучения онлайн, можем да им помогнем да развият себе си или да намират правилната информация, която търсят.

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Ключови комуникационни послания:

- 1) Как да учиш нови неща през телефона?
- 2) Как да си намериш информацията, която ти трябва онлайн / „Разбери как да откриеш онлайн правилната информация, която търсиш“

Тактики:

- 3 броя кратки видео клипчета – туториъли, които показват:
 - 1) как могат да намират информация в търсачки;
 - 2) коя е най-важната информация, която трябва да знаят (онлайн преводач и примерни сайтове, примерни сайтове за безплатни онлайн обучения; клипчета в Youtube за развиване на различни умения);
 - 3) как да си търсят работа през социалните мрежи и интернет (групи за търсене на работа, сайтове за работа).

Канали за комуникация:

- Социални мрежи – Facebook – групи във Facebook



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



Тема 6: Как функционира пазарът на труда?

Темата ще комуникира финансовата грамотност и разбирането на младежите за основни бизнес процеси, свързани с отношенията работник/работодател. Темата ще подпомогне цялостната комуникация на проекта за приобщаване на младежите към работните процеси и ще даде яснота за правилата, които важат на пазара на труда.

•**Ключови комуникационни послания:**

- 1)“Разбираш ли парите?”;
- 2)“Пътят на заплатата”

•**Тактика:** чрез комбиниране на текстови и визуални елементи – тип визуална инфографика – 1 бр.

•**Канал за комуникация** - чрез нарочно създадената обществена Фейсбук група