

DAWKA WIEDZY

ODPOWIEDZIALNY

BIZNES

DAWKA WIEDZY

Pamiętacie zmyślony certyfikat prezeski Capi? Niestety to typowy przykład zjawiska zwanego **Greenwashingiem**. Zachodzi ono wtedy, gdy marki lub znane osoby promują swoją działalność przez pryzmat troski o przyrodę, mimo że w rzeczywistości wcale jej nie pomagają. Ta nieuczciwa praktyka ma na celu zyskanie sympatii odbiorców i klientów. Warto mieć to na uwadze i weryfikować tego typu informacje o eko-działalności.

Nie oznacza to jednak, że każda firma wspominająca o ochronie przyrody ma złe intencje. Wiele marek i znanych osób mocno wspiera eko-inicjatywy i dba o to, aby ich działalność był przyjazna dla świata. Taką postawę nazywamy **Odpowiedzialnością Biznesu**. Polega ona na dbaniu nie tylko o swoje zyski ale również o otaczających nas ludzi i przyrodę.

Jak odróżnić Greenwashing od odpowiedzialnego biznesu? Internet daje wiele możliwości **sprawdzania faktów**. Sprawdź informację w różnych źródłach lub w razie wątpliwości zadaj pytanie marce lub osobie, którą obserwujesz.

Bluza z kapibarą to również przykład innego zjawiska zwanego **Fast Fashion**, które polega na produkowaniu ubrań w sposób szybki i tani. Tego typu ubrania są zazwyczaj niskiej jakości i nie nadają się do użytku już po kilku tygodniach. Ma to bardzo negatywny wpływ na środowisko.

PROFILOWANIE

REKLAM

DAWKA WIEDZY

Czy wiesz, że rozwiązując zagadkę Kapibary, zostawiłeś/aś za sobą wiele śladów, które mogą być wykorzystane przez firmy i marki do promowania swoich produktów? Wyszukiwanie konkretnych lokalizacji, produktów i miejsc, interakcja z postami sponsorowanymi, korzystanie z portali społecznościowych, wyszukiwarek i map. Na bazie tych działań, firmy takie jak Google, Meta czy TikTok określą Twój **profil konsumencki** - zbiór cech i zachowań, który pozwoli markom współpracującym z tymi firmami określić czy ich produkty mogą być dla Ciebie atrakcyjne.

Na podstawie tych informacji dobierane są reklamy, które wyświetlają Ci się na codzień. Takie zjawisko nazywamy **targetowaniem**. Udostępnianie danych do targetowania portalom społecznościowym i wyszukiwarkom jest swego rodzaju zapłatą za korzystanie z tych narzędzi. Jest to zazwyczaj szerzej opisane w polityce prywatności konkretnej platformy.

Samo zjawisko nie jest niczym złym jednak warto o nim wiedzieć, świadomie korzystać z dobrodziejstw technologii i kontrolować ślad, który zostawiamy po sobie w internecie.



MONETYZACJA

SPOŁECZNOŚCI

DAWKA WIEDZY

Zastanawiasz się, dlaczego w naszej historii wszyscy chcieli wykorzystać popularność Kapibary? Poruszając się w sieci warto pamiętać, że to co dla jednych jest fajną rozrywką, dla innych często jest dobrym biznesem. Osoby popularne w internecie mają do dyspozycji wiele sposobów na czerpanie zysków z popularności, liczby fanów i obserwujących.

W świecie marketingu nazywa się to monetyzacją społeczności.

Obserwowanie swojego ulubionego influencera nic nie kosztuje, jednak daje mu możliwość zarabiania pieniędzy poprzez reklamy, partnerstwa z markami czy też sprzedaż własnych produktów.

Na przykład jeśli posiadasz popularny kanał na Youtube lub TikToku, masz możliwość zarabiania pieniędzy ze współpracy z markami, które chciałyby zareklamować swoje produkty Twoim fanom.

Podsumowując, monetyzacja społeczności to zbiór sposobów na przekształcenie swojego wizerunku w źródło dochodu.

PRYWATNOŚĆ

W SIECI

DAWKA WIEDZY

Pamiętasz zabawę z dowodem nr 1, w której na podstawie postów w mediach społecznościowych mogłeś/aś sprawdzić kto mówi prawdę, a kto kręci? To dzięki temu, że nasi podejrzani nie zadbali o **odpowiedni poziom prywatności** swoich postów. Posty publiczne są dostępne dla każdego, nawet osób z którymi nie miałeś/aś nigdy kontaktu. Pamiętaj o tym, korzystając z mediów społecznościowych i świadomie wybierz, czy informacje o Tobie powinny być publiczne czy też widoczne tylko dla Twoich znajomych.

Pomyśl dwa razy, zanim udostępnisz wrażliwe informacje o sobie, takie jak adres zamieszkania czy numer telefonu. Chroń swoje konta społecznościowe mocnymi hasłami dostępu. Nie klikaj w podejrzane linki, które dostajesz od nieznajomych.

SKUTECZNE

ZAWYŻANIE CEN

DAWKA WIEDZY

Szczoteczka za 5 000 zł promowana przez Kapibarę? Poszukaj zanim zdecydujesz się na tego typu zakup. Niestety wiele firm, aby zarobić na sprzedaży więcej, **zawyża ceny swoich produktów (eng. overpricing)**. Z tym zjawiskiem można często spotkać się w mediach społecznościowych. Ceny produktów oferowanych przez znane osoby są często zawyżane, a same produkty sprzedawane jako unikatowe i jedyne w swoim rodzaju. Na szczęście zarówno cenę jak i pochodzenie produktu można zweryfikować używając wyszukiwarki internetowej i porównywarek cen.

Uważaj też na wszelkiego typu promocje i rabaty. Firmy często sztucznie zawyżają cenę tylko po to, aby następnego dnia ogłosić wysoki rabat na swój produkt. W efekcie płacimy tyle samo lub nawet więcej niż przed taką "promocją". Z takim zjawiskiem możemy spotkać się w szczególności w okresie Black Friday, dlatego jest ono często nazywane "Fake Friday".

Aby go uniknąć, sprawdź historię ceny danego produktu - jest to funkcja dostępna w wielu porównywarek cen.