

mājaslapa

SEO,
e-pakalpojumi

**digitālā
komunikācija**

**sociālie
mediji**

Korporatīvie konti,
apmaksātās reklāmas,
Messenger boti

**e-pastu
marketings**

GDPR!



I HAVE NEW
BABY PICS
TO SHARE!



I JUST GOT
BACK FROM
MY REUNION!



SPONSORED POST

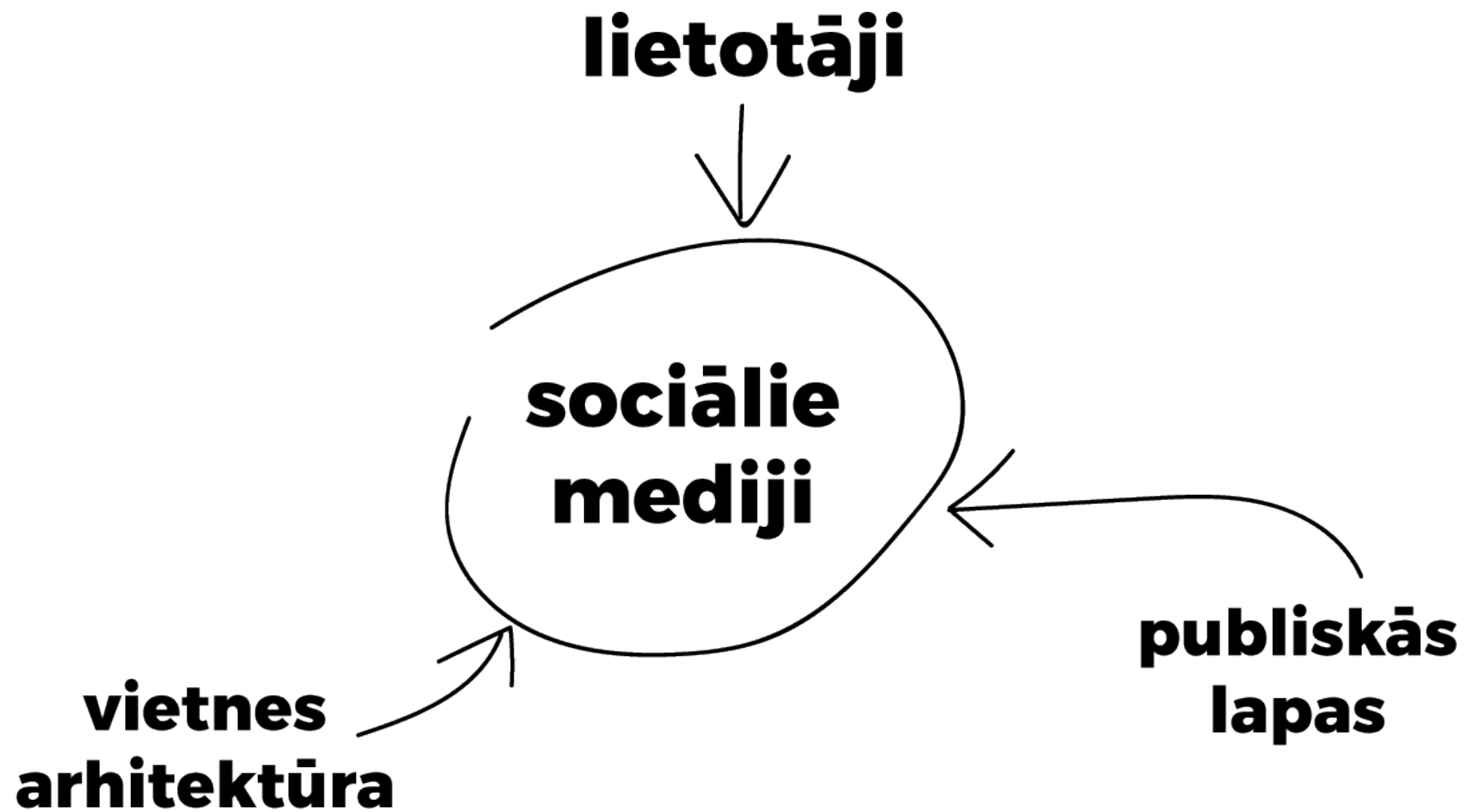


DID YOU KNOW
THAT WE HAVE
7 SUBS UNDER
6 GRAMS OF FAT?

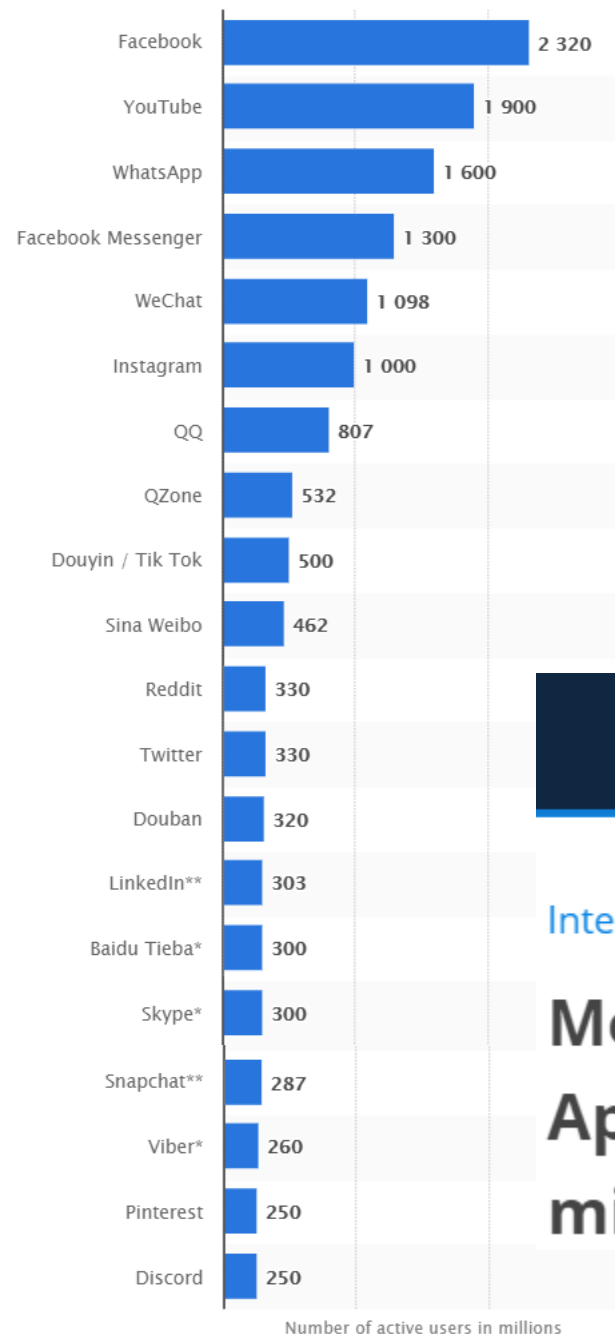


IF YOU'RE
GOING TO
CRASH OUR
NEWS FEED,
AT LEAST
MAKE IT
INTERESTING.

TOM
FISH
BURNE



Sociālo tīklu lietotāji



Number of active users in millions

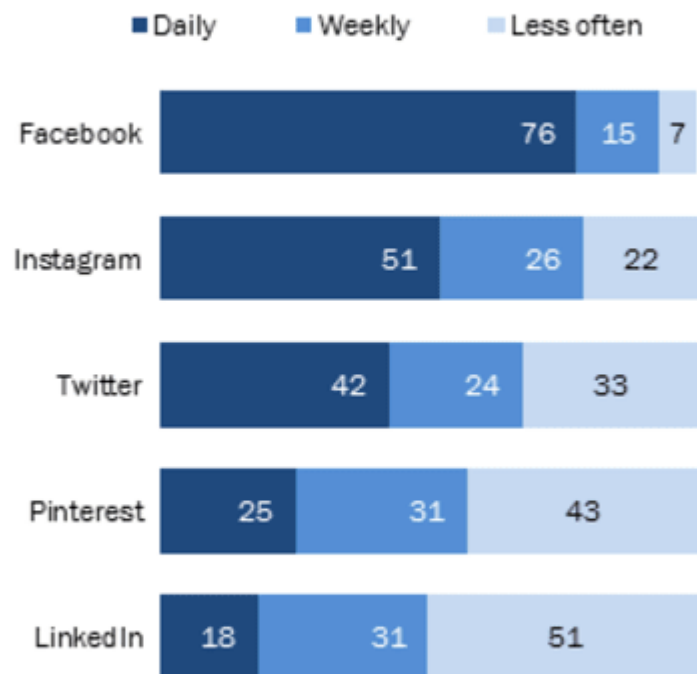
statista

[Internet](#) > [Social Media & User-Generated Content](#) > Global social networks ranked by num...

Most popular social networks worldwide as of April 2019, ranked by number of active users (in millions)

Three-quarters of Facebook users and half of Instagram users use each site daily

Among the users of each social networking site, % who use these sites ...



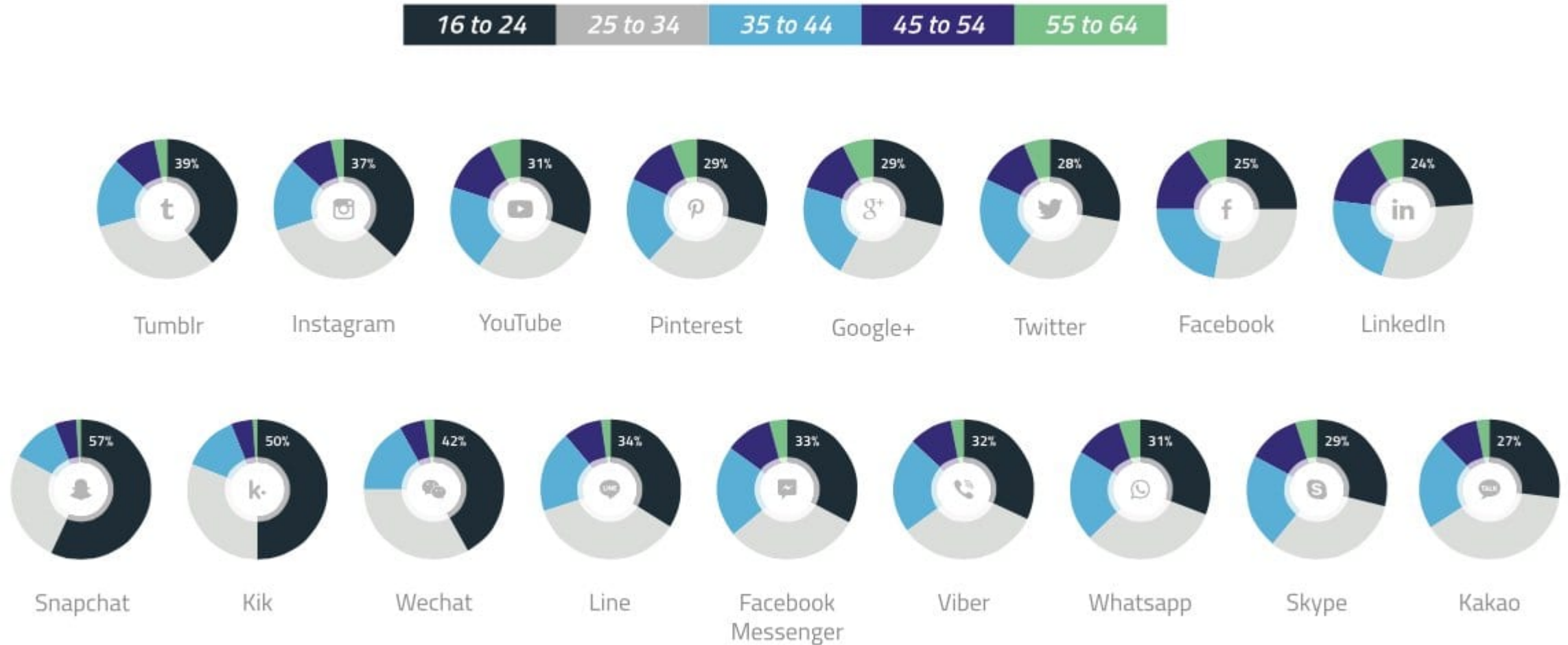
Note: Do not know/refused responses not shown.

Source: Survey conducted March 7-April 4, 2016.

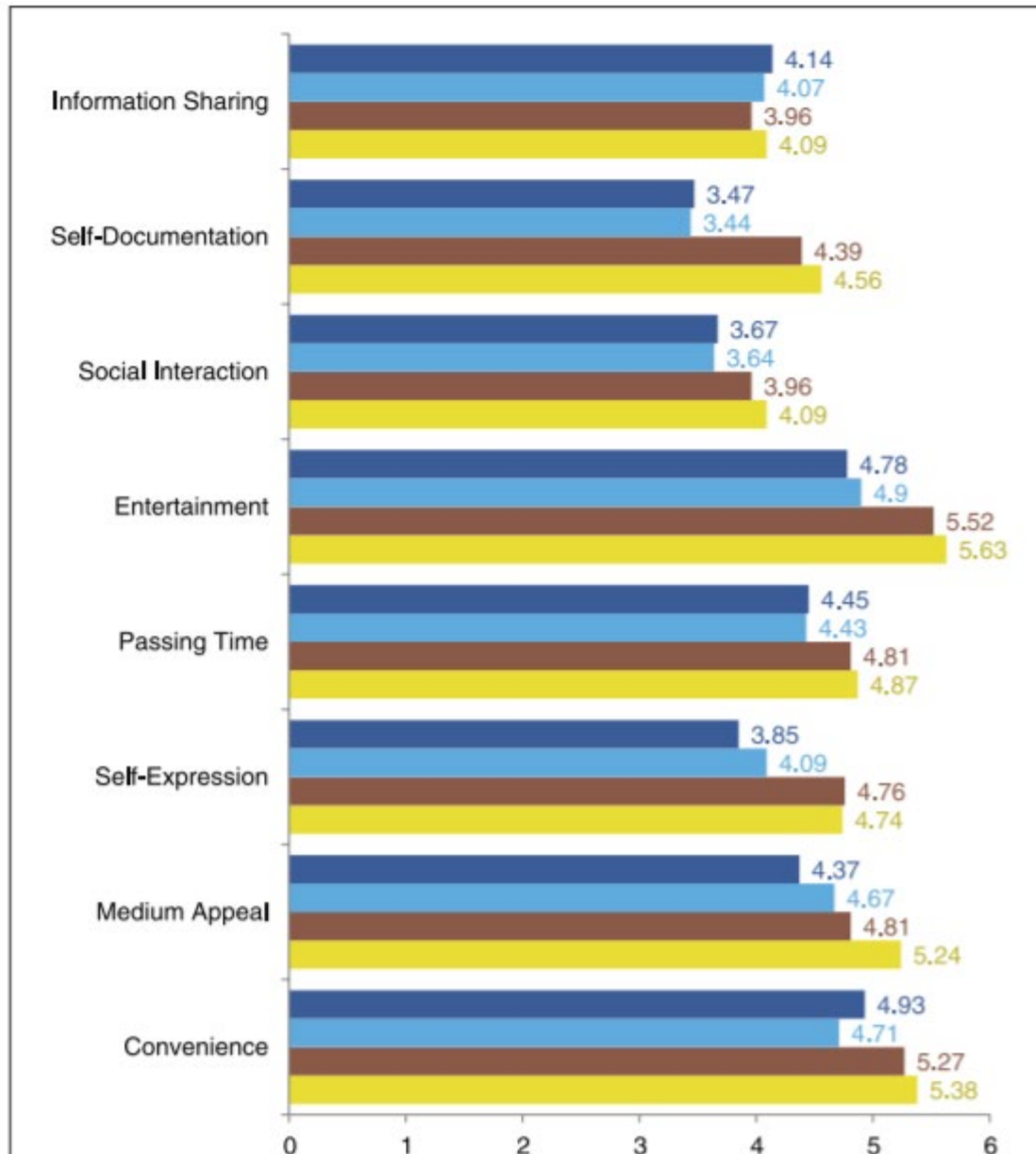
"Social Media Update 2016"

PEW RESEARCH CENTER

Chart 26: ACTIVE USERS OF THE TOP SOCIAL PLATFORMS AND MESSAGING TOOLS, BY AGE



Question: Which of the following services have you used or contributed to in the past month using any type of device? e.g. PC/laptop, mobile phone, tablet, etc. // Which of the following mobile/tablet applications have you used in the past month? (on any device) // **Source:** GlobalWebIndex Q4 2014 // **Base:** Active social network and active app users aged 16-64, exc. China



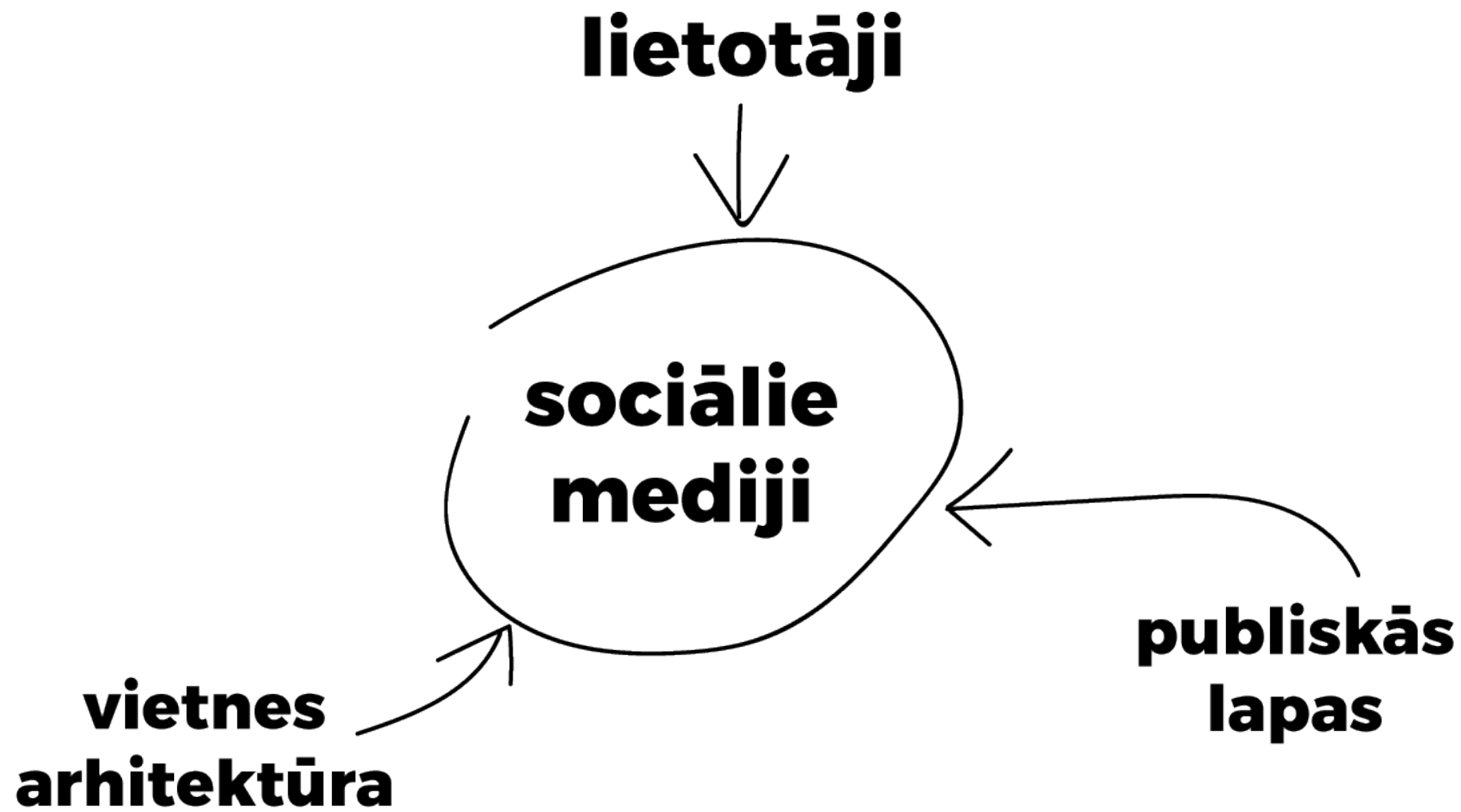
A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?

Saleem Alhabash and Mengyan Ma

MOTIVATIONS FOR USING SOCIAL MEDIA

% who say the following are among their main reasons for using social media

To stay in touch with what my friends are doing	40%
To stay up-to-date with news and current events	40%
To fill up spare time	37%
To find funny or entertaining content	36%
To share photos or videos with others	33%
General networking with other people	33%
Because a lot of my friends are on them	31%
To research/find products to buy	29%
To share my opinion	29%
To meet new people	26%
To network for work	23%
To make sure I don't miss out on anything	22%
To watch/follow sports events	20%
To share details of what I'm doing in my daily life	20%
To follow celebrities/celebrity news	19%
To promote/support charitable causes	13%



KO NOZĪMĒ ATRAST ĪSTO KANĀLU?

KĀDI IR TAVI MĒRĶI?

KURUS KANĀLUS LIETO TAVA AUDITORIJA?

KĀDA IR VIETNES SPECIFIKA?

NEAPSTĀTIES UN PILNVEIDOTIES?

VAI TU SPĒSI UZTURĒT SATURU?

KANĀLU SPECIFIKAS KRITĒRIJI

- AUDITORIJA, KO SASNIEDZ;
- SATURS UN FORMA;
- VALODAS STILS;
- CITAS BŪTISKAS IEZĪMES.

FACEBOOK

DAUDZVEIDĪGĀKĀ VIETNE -> LIELĀKAIS IZAICINĀJUMS

KORPORATĪVAIS KONTS

DARBINIEKU LIECĪBAS

SASAISTE AR REĀLĀM PERSONĪBĀM

KOPIENAS VEIDOŠANAS IESPĒJA

NOTIKUMI

IZKLADĒJOŠS SATURS

KONKURSI, AKCIJAS, DARBĪBAS, KAS SAGAIDA IESAISTI

SPONSORED ADDS -> AUDITORIJAS SEGMENTĒŠANA

IEPAZĪT AUDITORIJU

----- BŪT DAĻAI NO IKDIENAS -----



TWITTER

VĒRTĪGI CITĀTI (NO PASĀKUMIEM, SATURA UTML.)

ĪSI JAUNUMI

JOKI, ASPRĀTĪBAS, PARADOKSI

PUBLISKS DIALOGS

LINKI UZ ĀRĒJIEM RESURSIEM

----- BŪT DAĻAI NO DIENASKĀRTĪABS -----





YOUTUBE

#HOWTO

SMIEKLĪGI (LEVEL PRO)

LIECĪBAS, REĀLI CILVĒKI

IESKATS AIZKULISĒS, VLOG

ATPAZĪSTAMĪBAS VEICINĀŠANA

KOMBINĀCIJA AR CITIEM RĪKIEM

----- BŪT DAĻAI NO ATSLODZES -----



INSTAGRAM

VIZUĀLS SATURS

STORIES – LOCATIONS, #, PRODUKTI

LIVE VIDEO

IZCILTIES AR SATURU

MAZĀKA SATURA KONKURENCE

SPONSORED?

----- BŪT DAĻAI NO SKAISTĀ -----

LINKEDIN

VIRTUĀLAIS CV

BIZNESA / LĪDERĪBAS SATURS

CILVĒKRESURSU PIESAISTE

**SARUNU PARTNERU,
KONKURENTU U.C. IEPAZĪŠANA**

SEO UZLABOŠANA

BIZNESA KONTAKTU VEIDOŠANA

----- BŪT DAĻAI NO BIZNESA -----



Informācijas pārpilnība kopumā veidojas tā iemesla dēļ, ka indivīdi uztur lielus tīklus ar paziņām, ar kuriem saistība ir vāja un emocionāli attālināta.

Otrkārt, daudzi lietotāji atzīst, ka lielākā daļa no saņemtās informācijas viņiem nav saistoša, tomēr tikai daļa maina kādus uzstādījumus, lai ietekmētu saņemto saturu.

(Ksenia Koroleva, Hanna Krasnova, Oliver Günther)

pārāk daudz informācijas

|



|

algoritmi

Sociālo mediju algoritmi – veids, kā saturu lietotāja ziņu plūsmā kārtot tādā secībā, kas nebalstās nevis publicēšanas laikā.

Pamatā tam, ko lietotājs reāli redz, ir divi galvenie faktori, kas tiek noteiktā veidā kombinēti.

Algoritmiskā kvalitāte - Lietotāja uzvedības vēsture

#prioritātes

Fb – jēgpilnas, nozīmīgas interakcijas

Ig – kvalitāte un atbilstība

Tw – laiks un atbilstība

Li – saites spēcīgums, iesaistīšanās

IG stāsts

Līdz 2016. gada jūlijam – hronoloģiskā secība.

Problēma – lietotāji tā arī neieraudzīja 70% no visiem postiem, 50% no viņu draugu postiem. Posta half-life ilgums – 72 minūtes.

Tagad – lietotāji redzot 90% no draugu postiem.

IG stāsts



Mašīnmācīšanās iesaiste, lai analizētu lietotāja pagātnes rīcību.

Trīs galvenie faktori:

- 1) interese (iepriekšējā rīcība pret līdzīgu saturu, iespējams satura vizuāla analīze);
- 2) «svaigums» (prioritāte jaunākiem postiem);
- 3) attiecības (iepriekšējā interakcija – komentēšana, būšana ietagoziem)

IG stāsts

Vēl trīs būtiski kritēriji:

- 1) apmeklējuma biežums;
- 2) sekošana;
- 3) lietošanas ilgums.

Facebook

- 1) Saturs, kas saņem daudz **komentāru**, like, atbildes un shares.
- 2) Linki, ar kuriem draugi savā starpā dalās Messengerī.
- 3) Saturs, ar kuru dalās uzticami lietotāji (to nosaka tas, kāda ir iepriekšējā uzvedība, profila kvalitāte).
- 4) Live video, kas parasti iegūst lielāku interakciju skaitu.
- 5) Saturs, ko publicē lietotāji, kuriem ir regulāras aktivitātes vēsture, kā arī kopumā kvalitatīvi iesaistās FB saturā. Gan lietotāji, gan lapas saņem pozitīvus punktus par gariem komentāriem, par oriģinālsaturu. Punktus var zaudēt, daloties ar *clickbait* saturu, kā arī atklāti aicinot laikt, komentēt, dalīties.

“Meaningful interactions will be prioritized”

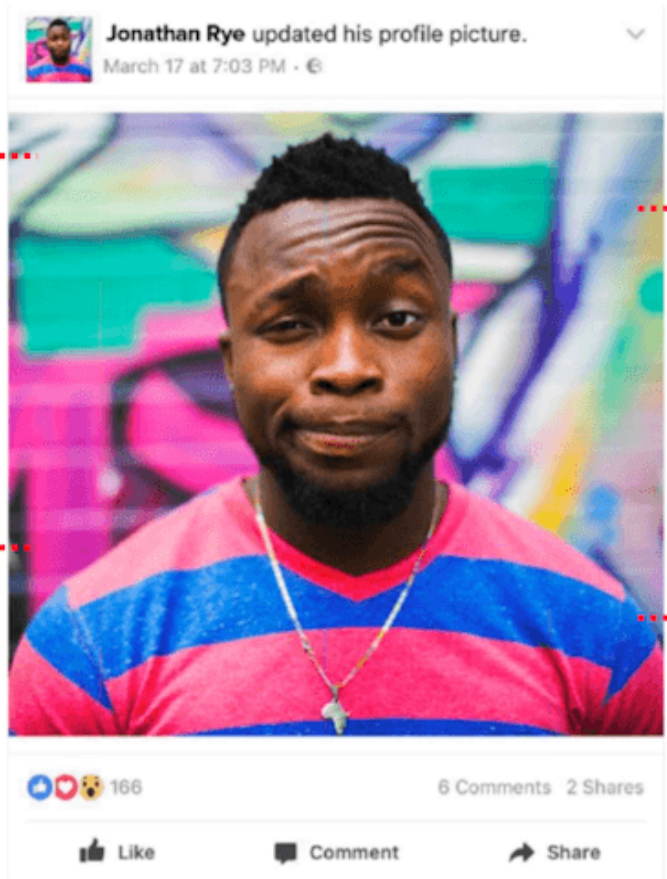
Ranking Signals. Source Facebook, Feb 2018

Average time spent on content

Sharing links over Messenger

Multiple replies to people's comments on a video

Engagement



Commenting or liking a person's photo or status update

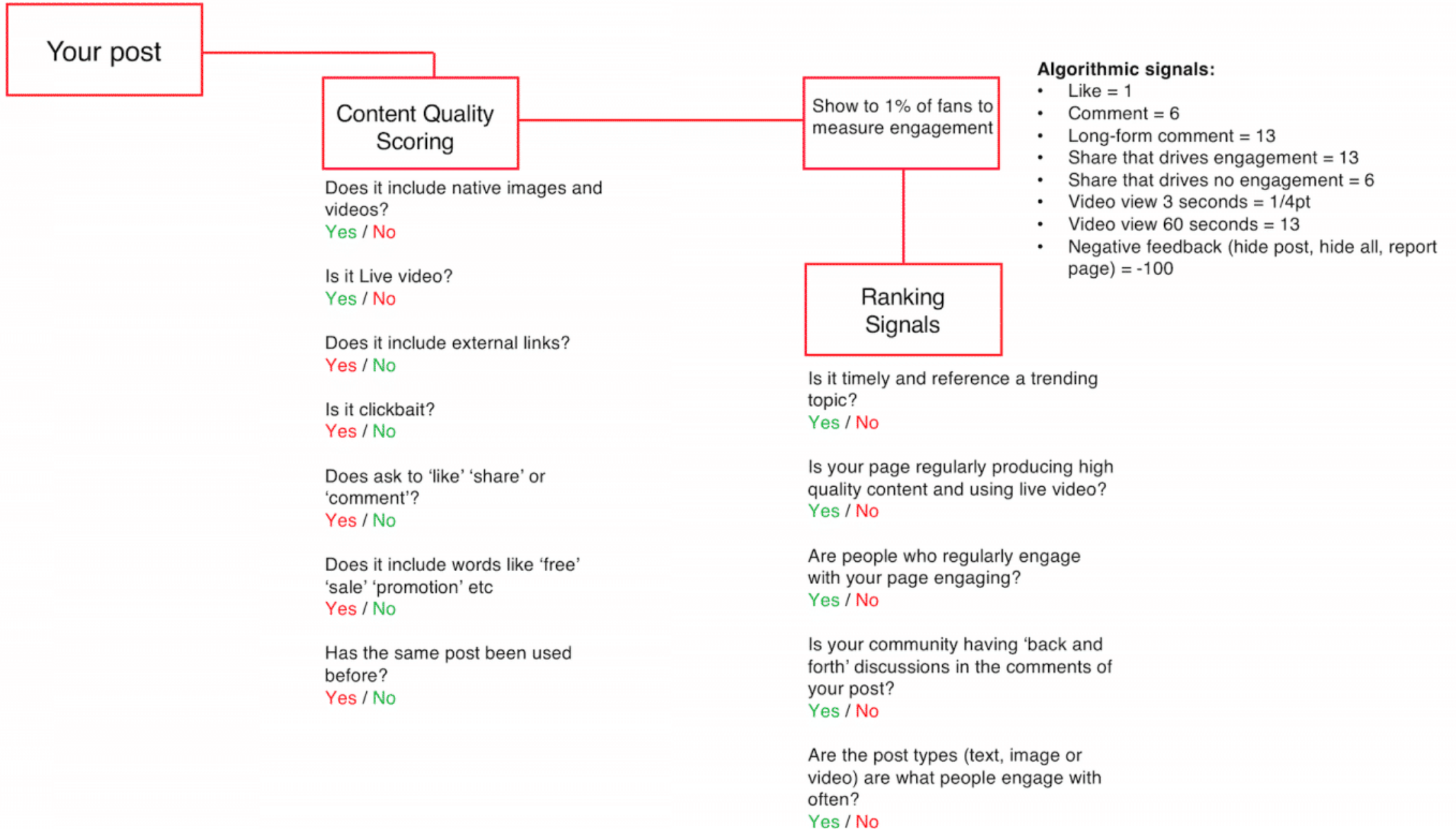
Completeness of user's profile page

Engagement with a brand post shared by a friend

How informative the post is

The Facebook Algorithm

Ste Davies

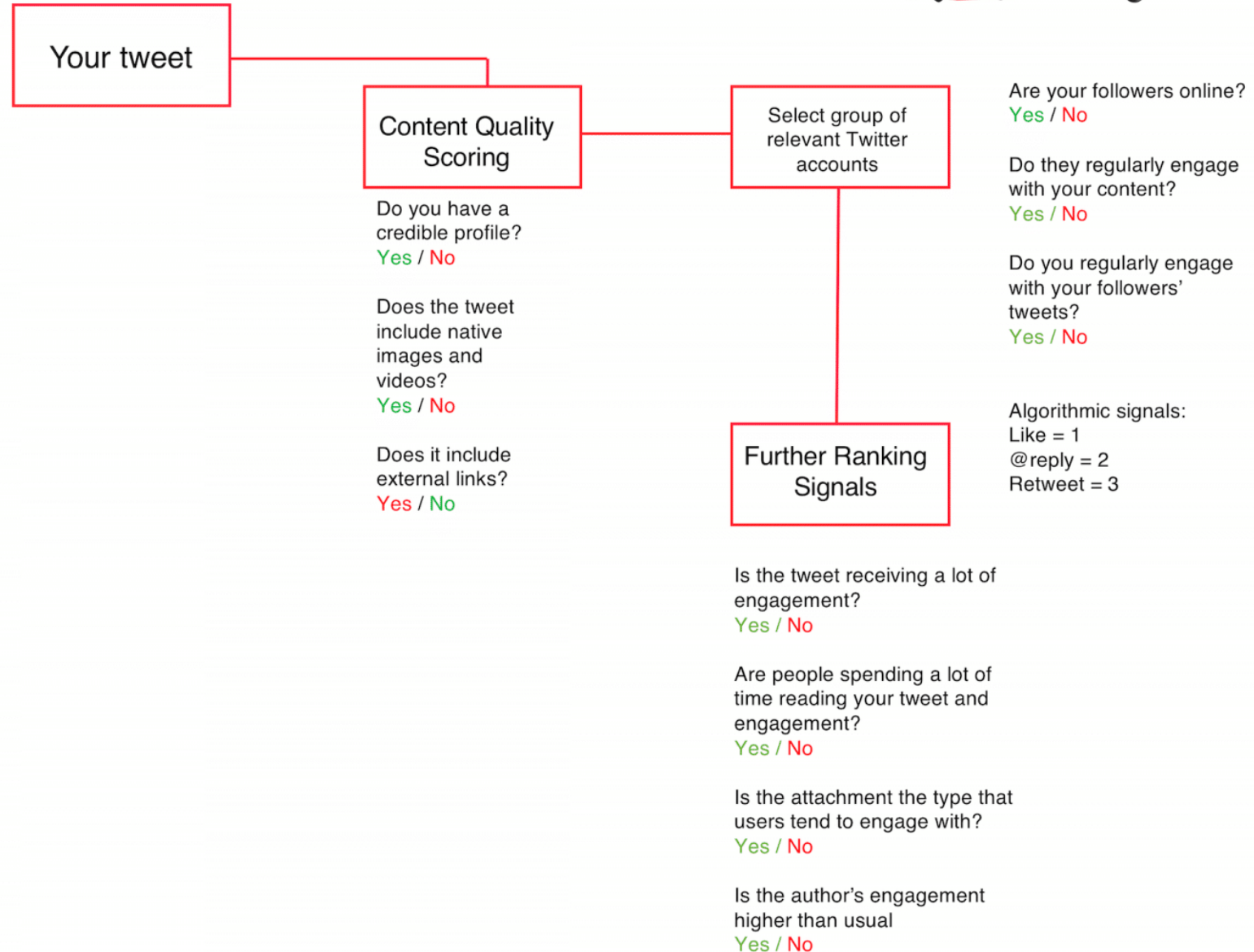


Twitter

- 1) Svaigums.
- 2) Lietotāja uzticamība.
- 3) Oriģināls saturs, kas radīts tiesi priekš Twitter (un neietver linkus).
- 4) Iesaistīšanās (iepriekšējā interakcija).
- 5) Laiks, kas pavadīts konkrētā lietotāja profilā.

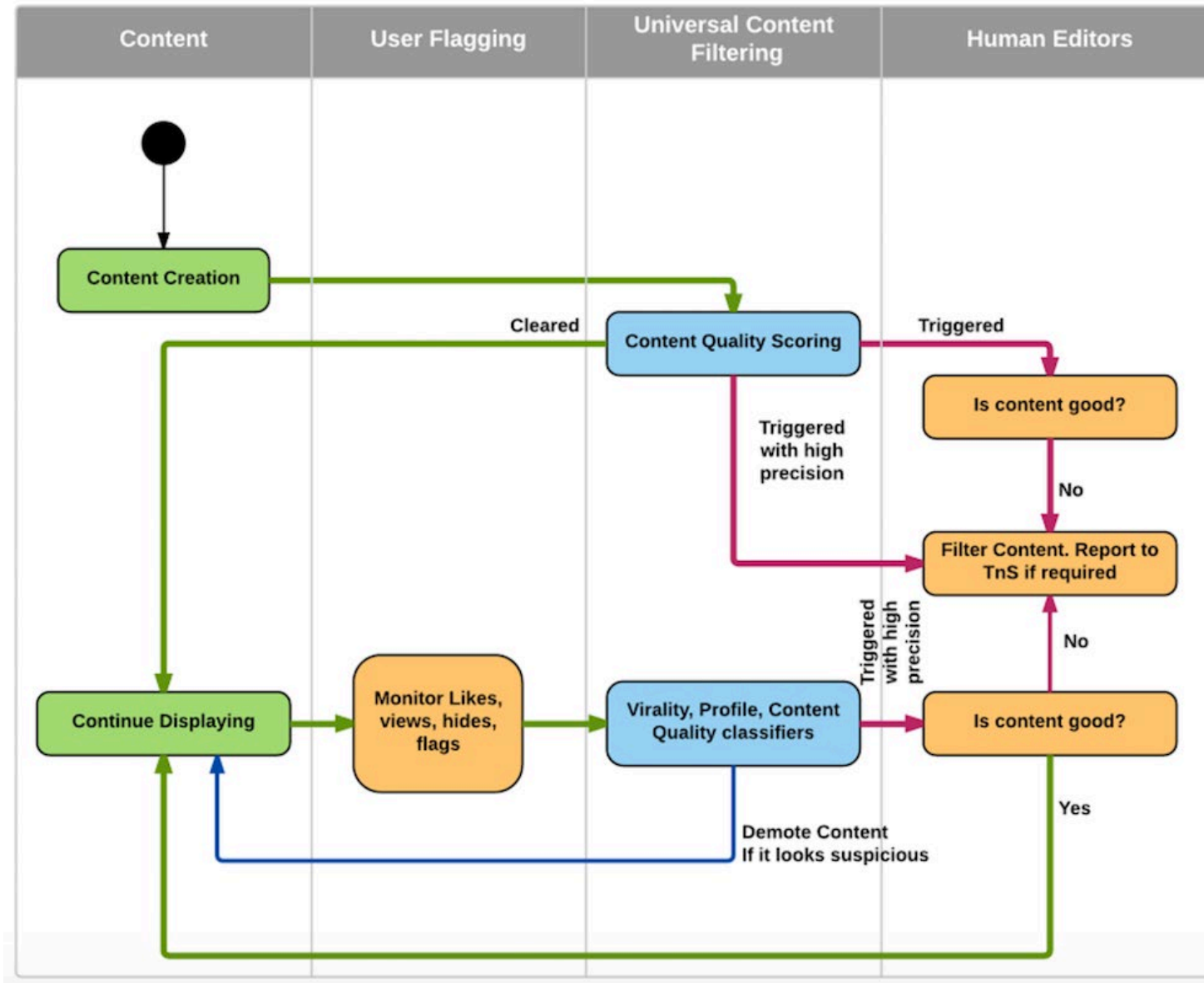
The Twitter Algorithm

Ste Davies



LinkedIn

- 1) Atbilstošs saturs (atslēgvārdi).
- 2) Posti, ar kuriem jau aktīvi dalās.
- 3) Posti ar augstu iesaistīšanos.
- 4) Saturs no uzticamiem avotiem.



<https://engineering.linkedin.com/blog/2017/03/strategies-for-keeping-the-linkedin-feed-relevant>

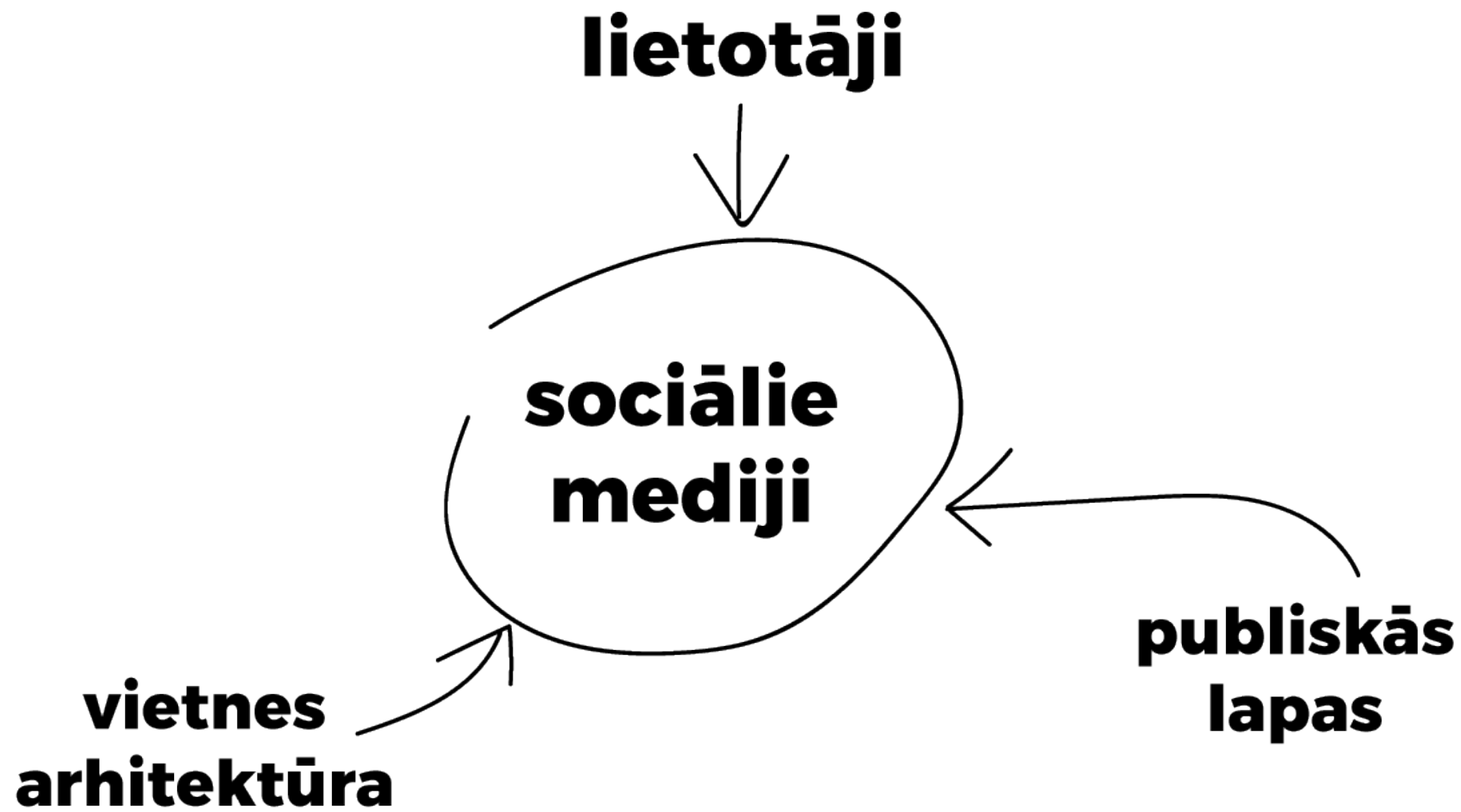
Daudzos gadījumos algoritms veic «pilotpētījumu».

Kā algoritmu izmantot savā labā?

- 1) Saturs, kas mudina uz interakciju.
- 2) Ietāgot cilvēkus (kas ir saistīti).
- 3) Platformām (un auditorijām) piemērots saturs!
- 4) Uzturēt profilu kārtībā.
- 5) Veidot tīklu, kas atbilst industrijai.
- 6) Live video.
- 7) Sadarbības projekti.
- 8) Influencer marketing. ?

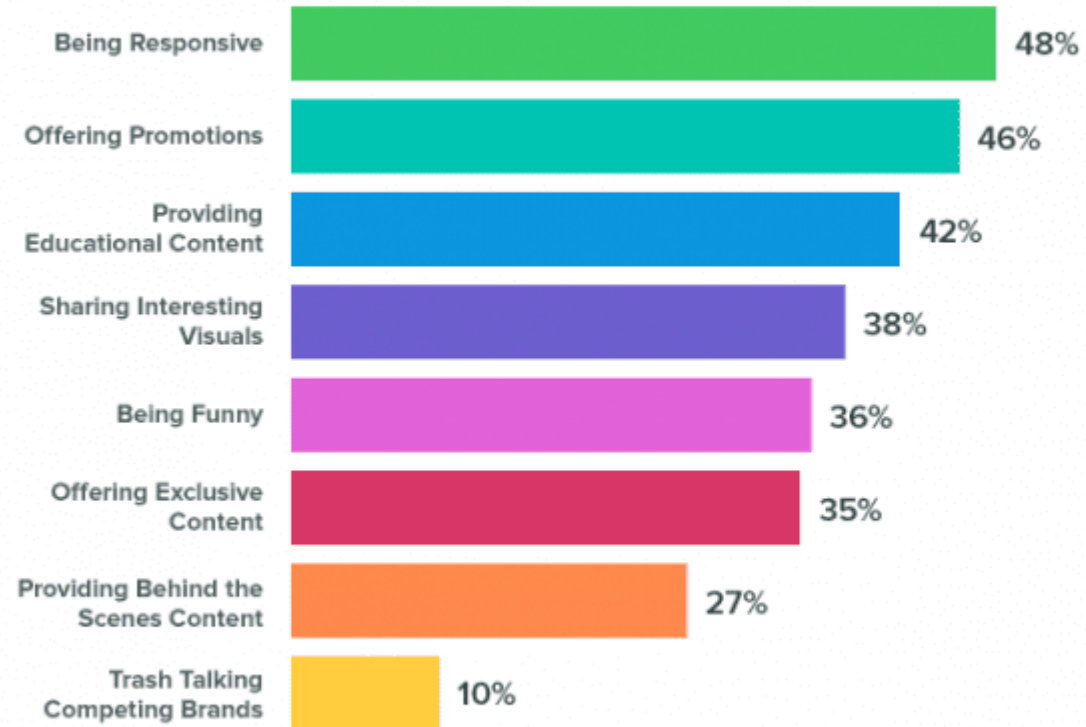
**Jau atkal – balstīties konkrētos datos, pirms
pieņemt lēmumu.**

**«Panikas» rīcība (tāda, kas ir nepamatota) sociālo mediju
algoritma radītās izmaiņu efektu tikai pastiprina.**



Brand Actions on Social That Prompt Consumers to Purchase

Q2 2017



SATURA RADĪŠANA UN PILNVEIDOŠANA

RADĪT RĪKUS

- > «BALSS» VADLĪNIJAS
- > STILA VADLĪNIJAS
- > SOC. MEDIJU VADLĪNIJAS
- > SAGATAVOTI TEMPLEITI

ATRAST ĪSTOS CILVĒKUS

- > IEKŠĒJIE EKSPERTI
- > CILVĒKI, AR KO SEKOTĀJI VAR IDENTIFICĒTIES
- > VADĪBA
- > AUTORITĀTES

BŪT LABĀKAJIEM

- > IERAUDZĪTI, KURŠ SATURS STRĀDĀ
- > IDENTIFICĒT, KAS NOTIEK ĀRĒJI UN IEKŠĒJI
- > PLĀNOŠANAS KALENDĀRS

5 satura vērtības

AUTENTISKUMS

STRUKTŪRA

VIZUALITĀTE

MULTIMEDIALITĀTE

INTERAKCIJA



AUTENTISKUMS



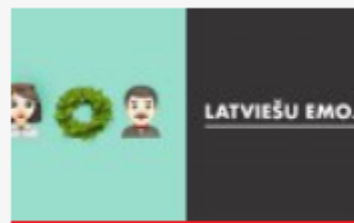


STRUKTŪRA



20 angļu izteicieni, kuri tiešā latviešu tulkojumā izklausās pārāk smieklīgi

Šos angļu teicienus nekad nevajadzētu tulkot latviski!

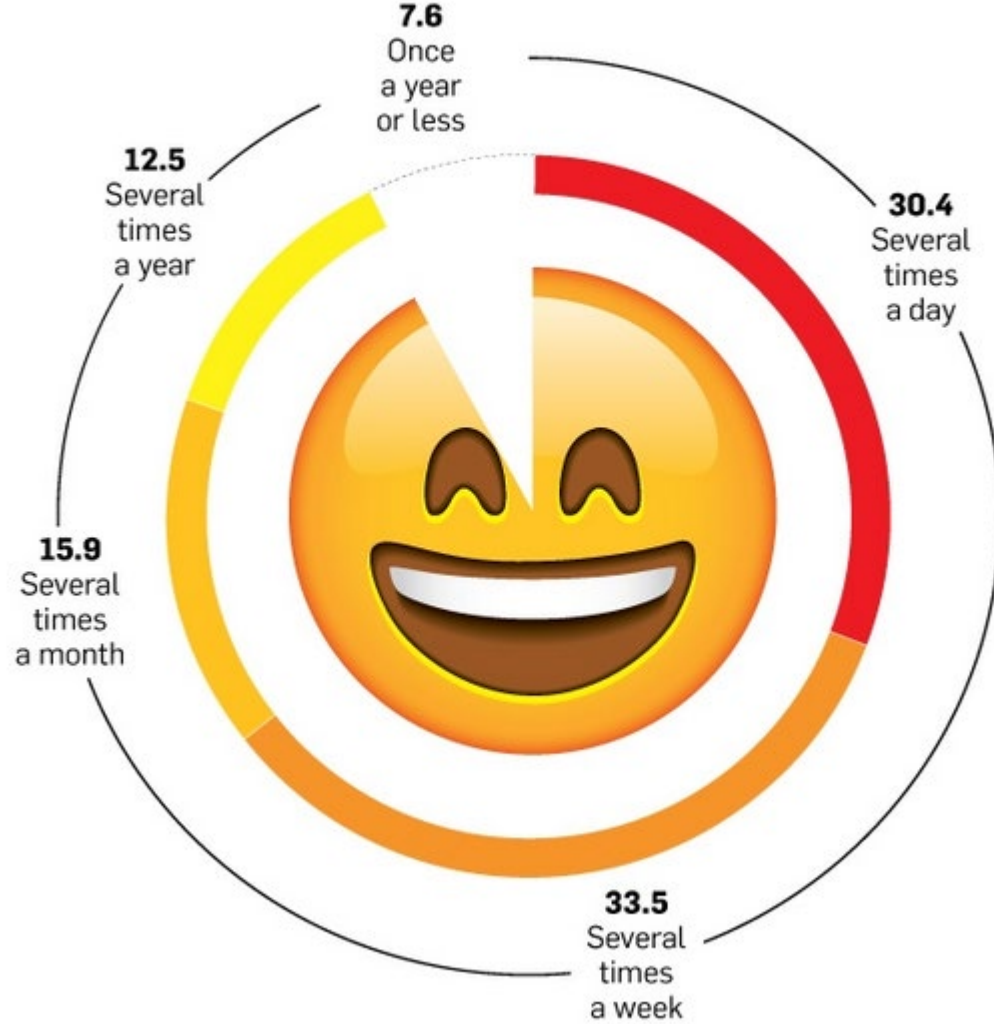


20 emodži zīmes, kuras noderētu jebkuram latvietim ikdienā



VIZUALITĂTE

Almost everyone uses emojis (%)



GAN UZ SKOLAS SOLA, GAN UZ TĀFELES

KĀ MĀCĒJU ES RAKSTU TAVU VĀRDU

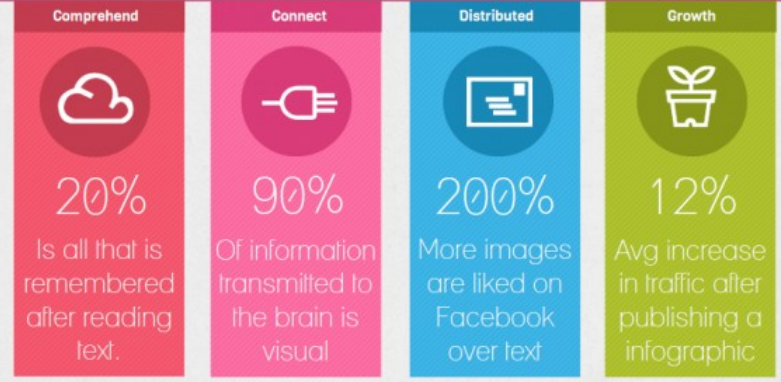
(DZIĻA IEELPA)

PEEEEEEEDEEEJO
REIZI!!!

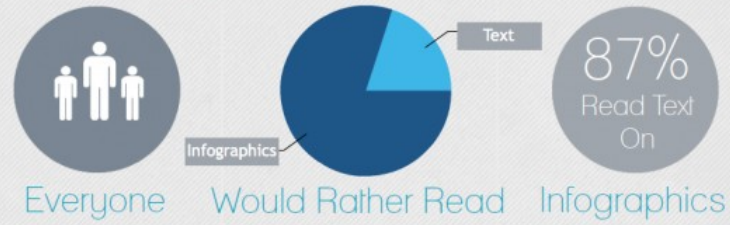
INFOGRAPHICS

WHY YOU NEED THEM

Everyone has a message, the hard part is bundling it up so the message is understood by anyone, and everyone.



Who Reads Infographics



How To Make Infographics

- 1. Idea And Research**
First thing you have to do to make a infographic is have a topic, then dive into hours and hours of researching the topic.
- 2. Story And Design**
Now that you have facts and data piled up, its time to sift through and pull out a captivating story told through images.
- 3. Distribute And Promote**
Now it's time to show the infographic to the world, using social networks and blogs. The question is how to do this effectively?

The Conclusion

Difficulty	Time	Success
Infographics are not easy to make. A quality infographic averages \$1,000-\$5000 because of the difficulty.	The time spent on research, organizing data, wireframe, design and marketing equals a weeks worth of work alone.	Infographics easily go viral and gain attention, but how to do it stress free, and not break the bank? Use us.

MULTIMEDIALITÄTE





KĀ NOTIEK "VISS PA JAUNAM" FILMĒŠANA:...

72 tūkst. skatījumu •
pirms 1 mēneša



ZIEMAS VLOGS: AUTOSKOLA, MEGA HAUL,...

56 tūkst. skatījumu •
pirms 3 mēnešiem



ZIEMASSVĒTKU MUKBANG (visa patiesība par...)

55 tūkst. skatījumu •
pirms 3 mēnešiem



VISA PATIESĪBA PAR ULDONSTV 2. DAĻA I...

127 tūkst. skatījumu •
pirms 3 mēnešiem

Populāras augšupielādes

▶ ATSKAŅOT VISU



BEAN BOOZLED IZAICINĀJUMS AR LINDU U...

420 tūkst. skatījumu •
pirms 3 gadiem



TESTĒJU KOSMĒTIKU NO EBAY PAR 1 \$ I EVELĪNA...

352 tūkst. skatījumu •
pirms 1 gada



SWAP AR LAURLACI I EVELINA PARKERA

285 tūkst. skatījumu •
pirms 2 gadiem



DIY istabas organizēšanas idejas + viss par snupps

247 tūkst. skatījumu •
pirms 3 gadiem

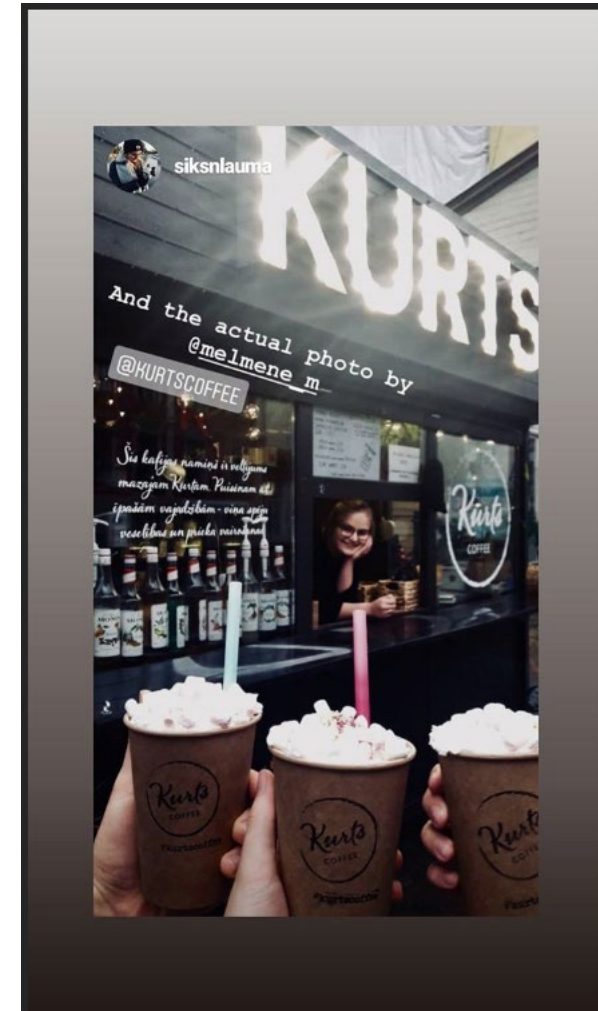
A close-up, shallow depth-of-field photograph of a crowd of people. The focus is on several hands holding and interacting with smartphones. The background is blurred, showing other people in the crowd. Overlaid in the center of the image is the word "INTERAKCIJA" in a bold, white, sans-serif font.

INTERAKCIJA



6 satura tendences:

- lietotāju radītais saturs;
 - humors;
- influencersi / vēstneši;
 - zīmolu sadarbība
 - sociālā atbildība;
 - čatboti.



VAI JŪS ATPAZĪSTAT PERSONU, KURA NOZAGA JŪSU BRILLES?





anetekrasovska • [Follow](#)



anetekrasovska Minimālisms dizainā vienmēr piesaista manu uzmanību. Un šoreiz tās ir jaunās @danielwellington aproces un gredzeni, kurus var kombinēt kopā ar pulksteņiem. Līdz 30.jūnijam vari izmantot manu kodu ANETExDW un iegūsi 15% atlaidi pirkumiem. ❤️
[#dwcompletethelook](#) [#rings](#)
[#bracelets](#) [#minimalism](#) [#sadarbība](#)

1w



liene_veldre Es vnk nevaru sagaidīt riitdienu 20:20 😞😞



1w 1 like Reply



pataabeauty Ārkārtīgi skaista Tu esi! 💖🌟



3,286 likes

MAY 26

Add a comment...

Post



kadagi.dog • [Follow](#)



kadagi.dog You won't find more unique and delicious HOT DOGS anywhere else but [@kadagi.dog](#) 🌭📱 now also delivered to your home 📱
#woltit #hotdogi #crafts #hotdog

.

.

#Repost [@wolt.latvija](#) with [@get_repost](#)

2d



Liked by [evitarozentale](#) and 111 others

2 DAYS AGO

Add a comment...

[Post](#)



rolling!

MĀJDZĪVNIĒKU DIENAS 🐾



Like Comment Share

Tag Photo Options Send in Messenger



Rolling

Like This Page · May 23 · 🌐

Pagājušajā nedēļā ne tikai aicinājām kolēģus ņemt savus mājdzīvniekus uz darbu, bet arī apvienojām patīkamo ar lietderīgo, un apmeklējām dzīvnieku patversmi [Dzīvnieku patversme un mājas zoo "Mežavairogi"](#). Atvedām gardumus, segas un citas noderīgas lietas, kā arī samīļojām un devāmies pastaigās ar patversmes mīļiem. Aicinām visus biežāk doties apciemot patversmes iemītniekus un sniegt to nelielo mīlestības devu, ko viņi ļoti, ļoti gaida, un varbūt pat sastapsiet arī savu ģimenes mīluli tieši tur. ❤️

47

9 Shares

Like Comment Share



Write a comment...

📷 🧠 🗨️

Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrs



Galvenais noteikums - apdomāt:

KAM

|

KUR

|

KĀ