



Šo projektu finansē Eiropas Savienība
This project is funded by the
European Union



E-KOMERCIJAS IZMANTOŠANA TŪRISMA PRODUKTU ATTĪSTĪBĀ



11. – 12. jūnijs, Daugavpils

Projekta LLB-1-098 „Tūrisma attīstības veicināšana Latgales– Utenas– Vitebskas pārrobežu reģionos” ietvaros (BELLA DVINA 2)

Dienas kārtība 11.06.2013.

10:00 – 11:30	Iepazīšanās „Mana vizītkarte internetā” Mērķauditorijas izvēle komunikācijai Praktiskais darbs „Latgales tūrisms”
11:30 – 11:50	Kafijas pauze
11:50 – 13:50	Sociālo mediju daudzveidība un to pielietojums: ko izmantot tūrisma produktu popularizēšanai, pārdošanas apjomu palielināšanai
13:50 – 14:30	Pusdienas
14:30 – 15:30	Praktiski par Draugiem.lv, Facebook, Twitter, Youtube, blogiem
15:30 – 15:50	Kafijas pauze
15:50 – 17.00	Praktiski par Draugiem.lv, Facebook, Twitter, Youtube, blogiem Jautājumu/atbilžu sesija

Dienas kārtība 12.06.2013.

10:00 – 11:30	Praktiski par Youtube, Odnoklassniki.ru un blogiem Mobilais mārketinga, QR kods, partnermārketinga, partizānu mārketinga, stāstniecība Komunikācija partneru portālos (tūrisma portāli, dāvanu portāli, kopā- iepirkšanās portāli)
11:30 – 11:50	Kafijas pauze
11:50 – 13:50	Mājas lapa kā efektīvs mārketinga instruments, praktiskie soļi mājas lapas izveidē
13:50 – 14:30	Pusdienas
14:30 – 15:30	Interneta komunikācijas rezultātu mērīšana: kā izmantot resursus efektīvi
15:30 – 15:50	Kafijas pauze
15:50 – 17.00	Jautājumu/atbilžu sesija

Interneta lietotāju skaits Latvijā

- ▶ 1 277 441 (01.2013.)
- ▶ No iedzīvotāju skaita – 61.7%

KAS ir mana organizācija internetā?



- ▶ Ko interneta lietotāji zina par mani?
- ▶ Ko es gribētu, lai interneta lietotāji zinātu par mani?

Iepazīšanās „Mana vizītkarte internetā”



Neiesaisties
sociālajos
medijos, pirms
Tu saproti, ko
vēlies no tiem
iegūt.



Mērķauditorijas izvēle

- ▶ **Nevar būt VISI!**
- ▶ 3 min – uzrakstīt konkrētu mērķauditoriju
- ▶ 5 min – ko mana mērķauditorija dara internetā?



Praktiskais darbs grupās

- ▶ naktsmītnes Latgalē
- ▶ atpūtas vietas Latgalē
- ▶ lauku tūrisms Latgalē
- ▶ muzeji Latgalē
- ▶ nedēļas nogale ar bērniem Latgalē



Praktiskais darbs grupās

- ▶ Kas ir atrodamas internetā? (Google skatāties tikai 1. (2. ?) lapas rezultātus)
- ▶ Kādi sociālie mediji, portāli, lapas parādās?
- ▶ Kāpēc tieši šie?
- ▶ Kas patika/nepatika?



Pirmais solis uz veiksmīgu sociālo mediju plānu

- ▶ Piesavināties sava zīmola vārdu visās iespējamās interneta vietnēs!

**Viens lietotāja vārds visos interneta medijos =
telpas kontrole = uzticības radīšana**

Ir skaidrs, ka viens un tas pats zīmols!

- ▶ <http://www.draugiem.lv/vanillatravel.lv>
- ▶ <http://www.linkedin.com/company/vanilla-travel>
- ▶ <http://www.facebook.com/Vanilla.Travel>
- ▶ http://twitter.com/#!/vanilla_travel

Domēnu izmaksas

- ▶ <http://www.nic.lv/> – 8.70Ls, 6.05Ls (LV)
- ▶ <http://knowem.com/> – pārbaude (starpt.)
- ▶ Sociālajos tīklos – nav jāmaksā par domēnu vārdiem (bet ir daži nosacījumi)

Social media is about listening and joining the conversation!

Svarīgākais resurss = LAIKS



Ko XXI gs interneta lietotājs lasa?

- ▶ 90% – virsrakstus
- ▶ 70% – tekstus zem attēliem
- ▶ 40% – ievadu
- ▶ 20% – tekstu
- ▶ 5% – nobeigumu

Mums viss ačgārnī – teksti, teksti, teksti....

Sociālo mediju dažādība un pielietojums

- ▶ LinkedIn
- ▶ Instagram
- ▶ Pinterest
- ▶ Foursquare
- ▶ Draugiem
- ▶ Facebook
- ▶ Twitter
- ▶ Youtube
- ▶ Blogi
- ▶ Odnoklassniki
- ▶ u.c.



LinkedIn



Profesionālais sociālais tīkls

- ▶ Ko es pastāstu par savu organizāciju LinkedIn?
- ▶ Ko citi saka par manu organizāciju LinkedIn?

<http://www.linkedin.com/>

Kā tīkloties LinkedIn?



- ▶ **Uzrunā pats** – piedalīties kādā konferencē, uzrunā pēc tam lektoru, sarunas biedrus, organizatorus utt.
- ▶ **Rekomendē** – atstāj atsauksmi, iesaki
- ▶ **Komentē** – komentāri, Like
- ▶ **Atbildi uz jautājumiem** – veido savu reputāciju
- ▶ **Uzdod jautājumus** – veido savu profesionāļu tīklu
- ▶ **Grupas!!!**

Instagram



Bez maksas fotoattēlu koplietošanas programma, ļaujot fotografēt un pēc tam koplietot uzņemtos attēlus, izmantojot dažādus sociālos tīklus.

- ▶ Miljons (2010), 5 milj. (2011), 30 milj. (2012)
- ▶ 100 000 000 lietotāju (2013)
- ▶ Instagram savos telefonos un planšetdatoros ir ielādējuši jau vairāk nekā 5 miljoni cilvēku Latvijā (2012)

<http://instagram.com/#>

Pinterest



- ▶ ASV apmeklētāko sociālo tīklu top desmitniekā (kopš 2012)
- ▶ nekādu tekstu, tikai bildes
- ▶ viegli izmantot/pamanīt saturu
- ▶ lietošana ir ļoti vienkārša
- ▶ Dalīšanās. Meklēšana. Atrāšana.

<http://business.pinterest.com/>

<http://business.pinterest.com/success-stories/>

<http://lbbjss.wordpress.com/2012/05/14/pinterest/>

Foursquare



- ▶ Lietotāju skaits Latvijā – 7 123 (02.2012.)
- ▶ No iedzīvotāju skaita – 0.3%
- ▶ No Interneta lietotāju skaita – 0.5%

<https://foursquare.com/>

Foursquare



- ▶ Lietošanai tālrunī
- ▶ Dalīšanās ar savu atrašanās vietu
- ▶ Klientu piesaiste + atsauksmes + ieteikumi
- ▶ Uzņēmumam tas nemaksā neko
- ▶ Var apzināt aktīvākos/ lojālākos klientus
- ▶ Komentāru saņemšana
- ▶ Augsts uzticamības līmenis vērtējumiem & atsauksmēm

Sociālo mediju izplatība Latvijā

- ▶ 2 / 3 Latvijas iedzīvotāju
- ▶ Populārākie Latvijā
 - ❑ Draugiem.lv
 - ❑ Facebook.com
 - ❑ Odnoklassniki.ru
 - ❑ Youtube.com
 - ❑ Twitter.com

<http://www.lia.lv/statistika/>

Draugiem.lv lietotāju skaits Latvijā

- ▶ 666 126 (01.2013.)
- ▶ No iedzīvotāju skaita – 32%
- ▶ No Interneta lietotāju skaita – 52%



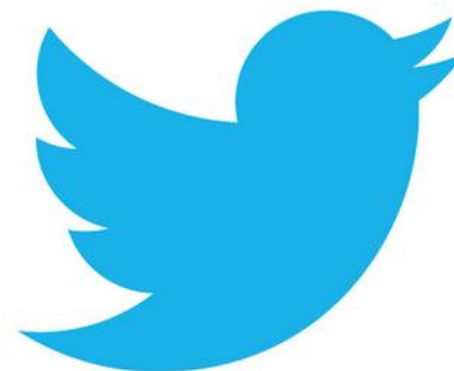
Facebook lietotāju skaits Latvijā

- ▶ 425 580 (04.2013.)
- ▶ No iedzīvotāju skaita – 20%
- ▶ No Interneta lietotāju skaita – 33%



Twitter lietotāju skaits Latvijā

- ▶ 129 000 (01.2013.)
- ▶ No iedzīvotāju skaita – 6%
- ▶ No Interneta lietotāju skaita – 10%



Odnoklassniki lietotāju skaits Latvijā

- ▶ 210 961 (01.2013.)
- ▶ No iedzīvotāju skaita – 10%
- ▶ No Interneta lietotāju skaita – 16%



PRAKTISKI par visvairāk izmantotajiem!



Fakti par Draugiem.lv

- ▶ 1.2 milj. lietotāju (viņu statistika)
- ▶ 0,5 milj. apmeklē katru dienu
- ▶ 44% no kopējās datu plūsmas Latvijā
- ▶ ~22 000 uzņēmumu/ organizāciju profilu lapas



<http://www.sekomums.lv/>

Mini uzņēmuma lapas izveide Draugiem.lv

- ▶ Izveido lapu
- ▶ Reģistrācijas maksa 5Ls + PVN
- ▶ Pēc reģistrācijas – iemaksāto var izmantot reklāmas izvietojšanai



Jaunumi biznesa lapās!

<http://www.draugiem.lv/pages/>

- ▶ <http://www.draugiem.lv/cilipica/>
- ▶ <http://www.draugiem.lv/aglona.travel/>
- ▶ <http://www.draugiem.lv/impro/>
- ▶ <http://www.draugiem.lv/hotel-jurmala-spa/>
- ▶ <http://www.draugiem.lv/valmieraspilseta/>

Twitter



- **Customer Service** – palīdzības sniegšana, konsultācijas
- **Find Out What People Are Saying About Your Brand** – atgriezeniskā saite, pateicības utt.
- **Introduce New People to Your Product** – iepazīstini, nevis pārbāz ar informāciju
- **Share Company News and Promotions** – rakstīt, ko darām, kur, kāpēc, nevis tikai info par pasākumiem
- **Find Job/Find Employees** – biedru meklēšana (vai ir kāds, kuru interese tas un tas? piedalies tur un tur)
- **Conduct Research** – uzdot jautājumus, pētījumu veikšana (retvitot tiem, kuri varētu atbildēt)
- **Connect with Media Types** – sekot tiem žurnālistiem, kuri raksta par organizācijai svarīgām tēmām, veidot komunikāciju ar žurnālistiem un medijiem

Twitter



- ▶ Pozicionējums – kodolīgs apraksts
- ▶ Logo
- ▶ Dizains profilam
- ▶ Saturs

Paskatīties, kā izskatās uz lielā un portatīvā datora ekrāna!

Praktiskais uzdevums

- ▶ 5 min – uzrakstīt savas organizācijas pozicionējumu



Tweet veidošanas formulas



- ▶ **Tweet formula 1:** leskats + links (Ieraksta nosaukumu un linku, kurš norāda uz pašu ierakstu. Liec akcentu uz būtiskākajām lietām, par kurām ir ieraksts, un papildus norādi linku. Interese + pievienotā vērtība)
- ▶ **Tweet formula 2:** Jautājums + links (Jautājumi iedrošina veidot sarunu. Ir uzskats, ka tā ir daudz efektīvāka metode par virsrakstu tvītošanu.)
- ▶ **Tweet formula 3:** Retvīto ziņu, kura tev šķiet interesanta (Ja kāds retvīto tavu ziņu, retvīto ierakstus. Velti uzmanību citiem, un sekotāji veltīs uzmanību tev.)

Tweet veidošanas formulas



- ▶ **Seko savu lasītāju diskusijām un akcentē tās, ja veidojas saruna**
Ieklausies tajā, ko saka tavi lasītāji. Ja kāds no ierakstiem veicina diskusijas attīstību, paziņo par to saviem sekotājiem. Iespējams, kāds vēlēsies iesaistīties.
- ▶ **Izmanto kādu no „Tweet this” linkiem**
Tweetme Button ir viens no rīkiem, kuru pievienot saviem mājas lapas ierakstiem. Šis rīks iedrošina lasītāju nodot informāciju tālāk.
<https://twitter.com/about/resources/buttons>
- ▶ **Seko līdzī reakcijai un pielāgojies tai.**
- ▶ **Veidojot komunikāciju globālā mērogā, jāņem vērā laika zonu atšķirības.**
- ▶ **Katras divas minūtes atjaunojas ieraksti un tvīti pazūd gūzmā.**
- ▶ **Nav labs stils, ja tvīto vairākus ierakstus pēc kārtas.**
- ▶ **Nav labs stils salinkot visus profilus (Twitter, Facebook). Dažreiz tas var veicināt cilvēku pasivitāti, jo lasītājs redz, ka tas nav unikāls ieraksts, bet salinktotais.**
http://www.mediabistro.com/alltwitter/twitter-tip-dont-auto-connect-your-facebook-and-twitter-accounts_b11071

Twitter konta uzlabošana



- ▶ Profila bilde, kas raksturo organizāciju
- ▶ Ierakstus veido tā, lai tie veido intrigu, ieinteresē
- ▶ Norādi savu twitter adresi e-pastā u.c. vietās
- ▶ Twitter.com lietotāji izmanto *Twitter search*. Pārliecinies, ka tavā tvītā ir iekļauti atslēgvārdi.

Novēro profilus ar daudz sekotājiem – un tad izveido savu stilu!

120 zīmes



- ▶ Izmanto 140 rakstu zīmes lietderīgi, plānojot, lai tavu ziņu retvītotu.
- ▶ Katram tvītam beigās atstāj vietu, kas paredzēta „RT”, un vietu, kurš retvītos tavu ziņu (@kāds), lai retvītojot tai netiktu „norautas” beigas.
- ▶ Ierakstam kopā ar linku nevajadzētu pārsniegt 120 rakstu zīmes.

<https://bitly.com/>
<http://ow.ly/>

Piezīmes



- ▶ Komunicēt no korporatīvā profila
- ▶ Komunicēt no personīgā profila un RT @organizācijas profilu
- ▶ Komentēt, atbildēt, ieteikt, uzdot jautājumus
- ▶ Regulāri komunicēt
- ▶ Likt ziņas no citiem avotiem
- ▶ # lietošana – atslēgas vārdiem
- ▶ @ lietošana – atbildēm
- ▶ Īpašie piedāvājumi!

Twitter profilu piemēri



- ▶ <https://twitter.com/Saulkrastic>
- ▶ https://twitter.com/sacral_traveler
- ▶ <https://twitter.com/vietas>
- ▶ https://twitter.com/atputasbazes_lv
- ▶ <https://twitter.com/viesunami>

Facebook



- ▶ 850 milj. lietotāju (50% – caur telefoniem)
- ▶ 35 milj. atjauno savu statusu katru dienu
- ▶ 5 lielākā “valsts” tūlīt aiz Ķīnas, Indijas, ASV un Indonēzijas
- ▶ 80% Čīles, Venecuēlas un Turcijas interneta lietotāji ir reģistrēti Facebook
- ▶ Sīrijā, Ķīnā, Vjetnamā un Irānā „Facebook” aizliegts

Svarīgi



- ▶ Landing page – pirmā lapa
- ▶ Cover photo – fona bilde
- ▶ About – īsāk, kodolīgāk un call to action
- ▶ Izmanto Milestones – svarīgākais
- ▶ www.facebook.com/yourpage – username
- ▶ Lieciet Like, Share
- ▶ Komentāri – pasākumi, notikumi, ieteikumi utt.
- ▶ Bildes
- ▶ Video izmantošana
- ▶ Apbalvojiet savus fanus! (bonusi, kuponi, dāvanas, īpašie piedāvājumi u.c.)

Visu laiku uzturēt kontaktu ar faniem!

Facebook



- ▶ Informāciju par profila redzamību un visādu ziņu saņemšanu uz sienas u.c. mainām labajā pusē, nospiežot Account un tad Account Settings un Privacy Settings.
- ▶ Veltiet vienu reizi 20 min, lai to sakārtot – vērtīgs laika ietaupījums ilgtermiņā!

Pages

- ▶ <https://www.facebook.com/help/?topic=pages>
- ▶ <https://www.facebook.com/help/194555227342272/>

- ▶ Usernames!!!
- ▶ Vēlams ne vairāk kā 3 statusa update (ieraksti) pa dienu.
- ▶ Izpēti, kuros dienas laikos fani ir visaktīvākie. Publicē jaunumus šajās stundās.
- ▶ Pieskati karstas debates.
- ▶ Neignorē nedēļas nogales. Tad konkurence pēc fanu atzinības ievērojami mazinās, bet tie ir vērtīgi lasītāji.
- ▶ Domā, kā iekļaut foto un video statusa atjauninājumus.

Kā palielināt sekotāju skaitu

- ▶ Izmanto "Invite friends" opciju, nosūtot piedāvājumu pievienoties uz e-pastiem
 - ▶ Iesaki draugiem
 - ▶ Ievieto "Like" pogu savā mājas lapā
 - ▶ Uzaicini savas grupas abonventus
 - ▶ Pievieno sociālo mediju profilu savam e-pasta parakstam
 - ▶ Maksas reklāma
-
- ▶ Esi aktīvs lietotājs, kas izraisa interesi!
 - ▶ Domā par veidiem, kā radīt virālu kampaņu (dalīties vērtu)!

Atceramies par paldies @darbiniekiem, @tūristiem utt.

Rūpes par savu kopienu



- ▶ Novērtē cilvēkus, kas izmanto tavus rīkus un iesaistās, pat ja viņi nav tava mērķa grupa.
- ▶ Izturies pret savu kopienu labi, un viņi tev palīdzēs sasniegt tos, kuriem tiešām ir nozīme.
- ▶ Investīcijas attiecībās, apmācībā un emocionālā atbalstā ir daudz svarīgākas nekā investīcijas tehnoloģijās.
- ▶ Palīdzi cilvēkiem apgūt viņiem nepieciešamās prasmes un zināšanas, izrādi, ka viņi tev ir svarīgi, identificē un atbalsti iespējamus viedokļa līderus.
- ▶ Labākais veids, kā ietekmēt kopienu, ir būt tās daļai. Iesaisties sarunās! Izrādi, ka klausies!
- ▶ Padari sevi viegli sasniedzamu un vienmēr runā ar lietotājiem.
- ▶ Zini viņu vajadzības, klausies, ko viņi saka, skaties, ko viņi dara.
- ▶ Tev vienmēr vajadzētu zināt, kuri ir tavi aktīvākie lietotāji, un viņiem vajadzētu zināt tevi, just, ka viņi var ar tevi runāt, ņem viņu ieteikumus nopietni, esi iespējami atsaucīgs. Padari savus lietotājus par savas komandas daļu.

- ▶ <https://www.facebook.com/latviatours.leisure>
- ▶ <https://www.facebook.com/Dobele.lv>
- ▶ <https://www.facebook.com/SiguldaThrills>
- ▶ https://www.facebook.com/pages/Lauku-Ce%C4%BCot%C4%81js-Baltic-Country-Holidays/172699416085321?hc_location=timeline

Mājas darbs – pēc vēlēšanās ☺

Mārītes lūgums e-pastā 10.06.

- ▶ Vēlos apjautāties, vai Tu pazīsti kādu naktsmāju izīrētāju Latgalē, vai arī vari ieteikt, kā tādu atrast.
- ▶ Mēs ar radiem būsīm Latgalē 13./14. jūlijā. Brauksim pa un ap Kārsavu, bet naktsmājas var mums noteikti piedāvāt arī citviet Latgalē.
- ▶ Ja vajadzīgs, varam samaksāt priekšapmaksu.
- ▶ Ceļosim apmēram 16–22 cilvēki (brauciena dalībnieku skaitu vēl precizēsim).
- ▶ Interesē arī kultūras programma.

marite.carina@gmail.com

Jautājumi?



Tiekamies rīt 😊



Youtube



- ▶ 1 000 000 + lietotāju
- ▶ 2. lielākā meklētājprogramma pēc Google
- ▶ 3. lielākā “valsts” pasaulē
- ▶ Ik mēnesi – 800 milj. lietotāju
- ▶ Ik minūti – 700 video Twitter

<https://www.youtube.com/>

Youtube



- ▶ Vērtīgs satura uzglabātājs
- ▶ Ērts un ļoti uztverams komunikācijas kanāls
- ▶ Video platforma, no kuras var likt linkus uz visiem citiem kanāliem
- ▶ Sasaistīt ar citiem kanāliem (piem., Facebook Video sadaļa)

Youtube “formula”: kā nokļūt redzeslokā?



- ▶ **Kvalitatīvs** saturs. Nepārtraukti.
- ▶ Lojālu **fanu pulks** video izplatīšanai.
- ▶ **Izcelies!** Video jāiekļauj īpašs saturs uzmanības piesaistei.

Piemēri



- ▶ <http://www.youtube.com/channel/UChAm5m2z2McT8EmH2NpsiCA>
- ▶ <http://www.youtube.com/user/medicinaskanal>
- ▶ <http://www.youtube.com/user/LaukuCelotajs>
- ▶ <http://www.youtube.com/user/TravelNewsLatvia>

Odnoklassniki.ru



- ▶ Reklāma –
http://corp.mail.ru/adv/price_odnoklassniki.htm
- ▶ Grupas
- ▶ Spēles, aplikācijas
- ▶ Privātie profili

<http://www.odnoklassniki.ru/>

Blogi



▶ Vērtīgākais satura radītājs!!!

Kā piesaistīt blogam uzmanību?

(mērķauditorija, profesionāļi, sadarbības partneri u.c.)

- ▶ Radi interesantu/noderīgu saturu savai mērķauditorijai (ja vairākas – dali)
- ▶ Blogu ierakstos mini vārdus un uzvārdus, linkus un nosaukumus
- ▶ Atbildi/seko citu blogu ierakstiem – tādā veidā iepazīstini ar sevi
- ▶ Atsauksmju rakstīšana
- ▶ Intervijas (video, teksta)
- ▶ Komentē savā, citos blogos
- ▶ Piedāvā citiem veidot ierakstus Tavā blogā

Un, protams, paziņo par savu jauno saturu Facebook, Twitter, LinkedIn, mājas lapā, jaunumos u.c. – **PLŪSMAS REGULĒTĀJS**

Blogi

<http://wordpress.com/>
www.blogspot.com/

- ▶ <http://bebrene.blogspot.com/>
- ▶ <http://www.celo.lv/>
- ▶ <http://celojumuagentura.wordpress.com/>
- ▶ <http://www.vanillatravel.lv/blogs>
- ▶ <http://liepajasblogs.lv/category/turisms/>

7 punkti veiksmīgam sociālo mediju profilam

1. Liela profila redzamība: **Attīstīt zīmola atpazīstamību**
2. Aktīva līdzdalība: **Uzturēt nepārtrauktu klātbūtni**
3. Praktizēt abpusēju ieguvumu: **„uzvara – uzvara” domāšanas veids**
4. Efektīva komunikācija: **Sarunas ir būtiskas**
5. Kopienas atbalstīšana: **Kolektīvs ir svarīgāks par Tevi/Tavu organizāciju**
6. Pievienotās vērtības sniegšana: **Piesaistīt uzmanību un radīt uzticību**
7. **Godprātīguma demonstrēšana**



Mobilais mārketingš

- ▶ 35% viedtālrunu lietotāju izmanto vismaz vienu ar pamatfunkciju nesaistītu iespēju, **pirms** tie pēc pamošanās **izkāpj no gultas**: modinātājpulkstenis, MP3 atskaņotājs, digitālā fotokamera, laikapstākļi, **sociālie tīkli**, ziņas.



1 miljards (20%) pasaulē ir viedtālruņi
64% viedtālruņu īpašnieki tos izmanto e-pirkumiem!

- ▶ Interneta vietņu **pielāgošana** viedtālruņiem
- ▶ **SMS** mārketinga
- ▶ **E-pasta** mārketinga
- ▶ **Mobilās aplikācijas** konkrētiem pakalpojumiem
- ▶ **QR kods** (ātrākai info saņemšanai)
- ▶ **Uz atrašanās vietu** balstīts mārketinga

QR kods (quick response code)

- ▶ Balts kvadrātisks laukums, kas konkrētā veidā, aizpildīts ar mazākiem melniem kvadrātiem.
- ▶ QR kodus ļoti ērti var izmantot, lai informāciju vienkāršā veidā “pārnestu” uz mobilajām ierīcēm.
- ▶ Vienā attēlā – līdz 4296 simboliem (“parastais” svītrkods – max 20 simboli)



QR koda piemēri

- ▶ info pie tūrisma apskates objektiem
- ▶ salinkots ar video formātu
- ▶ kā nokļūt līdz tavam viesu namam / kafejnīcai?
- ▶ kods uz produkta savieno klientu ar interneta veikalu
- ▶ ievietots vizītkartē (“aizved” uz Youtube kanālu)
- ▶ īpašs vēstījums no ražotāja (“birka” uz produkta)
- ▶ liek zvanīt pa tiešo uz uzņēmuma telefonu
- ▶ mudina pircējus atstāt “Like” uzņēmuma Facebook

Partnermārketingš (affiliate marketing)

Mārketinga paņēmiens, kura pamatā ir **partneru** atalgošana par katru piesaistīto klientu tavam biznesam.

- Unikāla saite katram partnerim
- Partnerim – komisija par katru pirkumu
- **Reklamē internetā bez sava ieguldījuma**
- **Papildus ienākumi bez darba**
- Uzlabojas mājas lapas **rādītāji iekš Google**
- Ienākumi var **krietni pārsniegt ieguldījumus**

<http://www.partnermarketings.lv/>

Partizānu mārketings (Guerilla marketing)

Savdabīgs reklamēšanas veids, kurā ar netradicionāliem līdzekļiem, par zemu pašizmaksu tiek piesaistīta plaša publikas un mediju uzmanība.

- ▶ Radošas, negaidītas un provokatīvas
- ▶ Rada “troksni” cilvēku un mediju aprindās
- ▶ Ja neizdodas – zaudējumi ir nelieli
- ▶ Ja izdodas – plaša publicitāte
- ▶ Piemērots nelielu uzņēmumu atpazīstamībai
- ▶ Resursi: laiks, radoša iztēle & apņēmība

<http://www.7guru.lv/zinas/partizanu-reklama-be-my-guerilla>

Stāstniecība (story telling)

Kādēļ ir nepieciešams “stāsts”?

- ▶ palīdz veidot uzņēmuma **tēlu**
- ▶ **savieno** uzņēmumu ar tā mērķa grupu
- ▶ palīdz vēstījumam **kā vīrusam** izplatīties sabiedrībā
- ▶ motivē citus **dalīties** ar stāstu tālāk
- ▶ **optimizē** publicitātes izmaksas

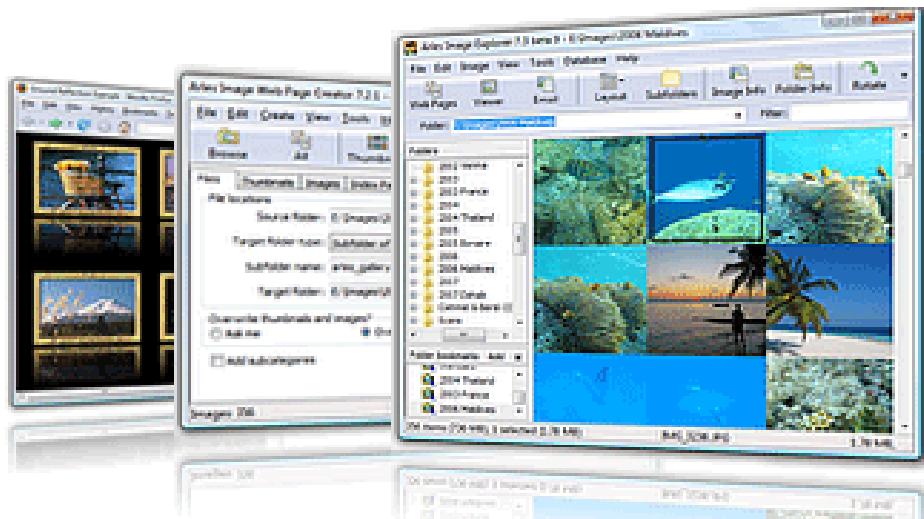
Komunikācija sadarbības partneru portālos

- ▶ <http://www.latvia.travel/lv/latgale>
- ▶ <http://visitlatgale.com/lv/>
- ▶ <http://www.latgale.lv/lv/culture/tourism>
- ▶ <https://www.latvija.lv/LV/WebLinks/Tourism/Latgale/>
- ▶ <http://www.travellatvia.lv/8/20/?pilseta=204>
- ▶ <http://viesunamiem.lv/lv/atputa/lauku-turisms>
- ▶ <http://viss.lv/>
- ▶ <http://www.booking.com/>

Komunikācija kopā-pirkšanas un dāvanu portālos

- ▶ <https://cherry.lv/>
- ▶ <http://citylife.lv/>
- ▶ <http://www.perkamkopa.lv/lv>
- ▶ <http://www.superakcijas.lv/public/>

- ▶ <http://www.davanuserviss.lv/>
- ▶ <http://www.davanas.lv/>
- ▶ <http://www.fromme.lv/>



Mājas lapas



Piemēri – praktiskais darbs

- ▶ <http://www.rigasturists.lv/>
- ▶ <http://www.purechocolate.lv/lv/sokolades-muzejs/>
- ▶ <http://www.edolespils.lv/>
- ▶ <http://www.upisamuzejs.lv/>
- ▶ <http://www.pirtsnamins.lv/>
- ▶ <http://www.sventehotel.lv/lat/home/>
- ▶ <http://www.lembergahute.lv/>

Piemēri – praktiskais darbs

- ▶ <http://www.gaizins.lv/>
- ▶ <http://www.viroгна.lv/>
- ▶ <http://www.malvines.lv/>
- ▶ <http://www.tervetesparks.lv/>
- ▶ <http://www.hotellatgola.lv/>
- ▶ <http://www.lacites.lv/>
- ▶ <http://www.zirgaudzeta vakoceni.lv/>

Mājas lapas tehniskā puse



Ja Tu iesaistīsies
sociālajos medijos
bez plāna,
Tu cietīsi neveiksmi.



GALVENĀ MĀCĪBU STUNDA

Mērķauditorija

- ▶ Kas viņi ir un kādas ir viņu intereses?
- ▶ Vai viņi internetā ir aktīvi/pasīvi?
- ▶ Kurā sociālajā medijā viņi uzturas?
- ▶ Kurā valodā viņi komunicē?
- ▶ Vai viņi izmanto foto un video?

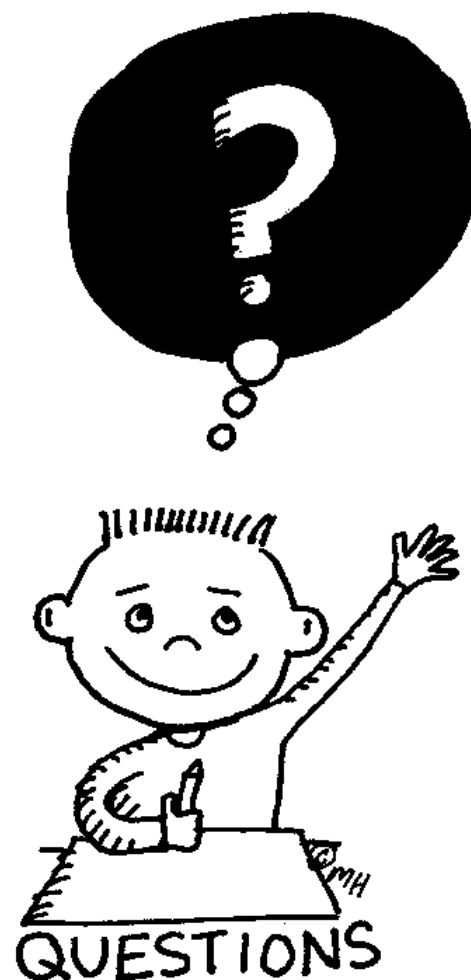
Lai kur arī viņi būtu, atrodi viņus!

Jautājumi, kurus uzdot sev!

- ▶ Kurus sociālos medijus izvēlēties?
- ▶ Kā sociālie mediji tiks integrēti kopējā organizācijas stratēģijā?
- ▶ Kuri no organizācijas darbiniekiem iesaistīsies komunikācijā sociālajos medijos?
- ▶ Cik daudz laika tiks veltīts sociālajiem medijiem?
- ▶ Ja radīsies kādi konflikti sociālajos medijos, kāda ir turpmākā rīcība un kam ir jāiesaistās?

Jautājumi organizācijai

- ▶ Kāpēc runās?
- ▶ Kas runās?
- ▶ Kad runās?
- ▶ Kā runās?
- ▶ Ko runās?



Kādi ir mani
komunikācijas mērķi?



SMART princips

- ▶ **S** – specific (specifisks)
- ▶ **M** – measurable (izmērāms)
- ▶ **A** – attainable (sasniedzams)
- ▶ **R** – relevant (atbilstošs)
- ▶ **T** – timely (noteikts laikā)



Kā es zināšu, vai rezultāts ir sasniegts???

Mērķu piemēri

Nav mērāms mērķis:

Palielināt atpazīstamību

Mērāms mērķis:

No 10% līdz 25% palielināt produkta X atpazīstamību sieviešu (25–35 g.) vidū līdz 31.12.2013.

Nav mērāms mērķis:

Palielināt apmeklējumu skaitu mājas lapā

Mērāms mērķis:

Palielināt jauniešu auditorijas pārstāvju (18–25 g.) apmeklējumu skaitu mājas lapā nākamo 3 mēnešu laikā līdz 1000 apmeklējumiem dienā.

Mērķu piemēri

Nav mērāms mērķis:

Uzlabot pārdošanas apjomus

Mērāms mērķis:

Palielināt pārdotā pakalpojuma X skaitu mēnesī no 15 uz 30 līdz 31.08.2013.

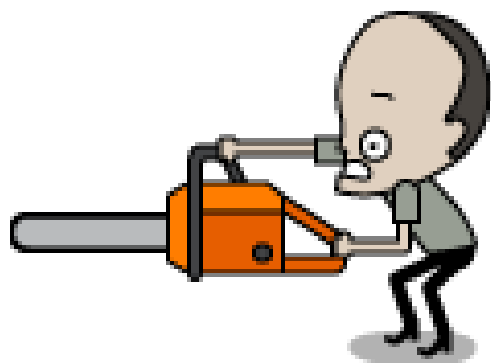
Nav mērāms mērķis:

Vairāk iesaistīt auditoriju

Mērāms mērķis:

Palielināt laiku no 2 līdz 6 minūtēm, ko pavada 50% no esošiem reģistrētiem klientiem mūsu mājas lapā, nākamo 4 mēnešu laikā.

Ja Tu nespēj novērtēt, vai esi sasniedzis savus komunikācijas mērķus, Tu cietīsi neveiksmi pirms vēl būsi sācis komunikācijas kampaņu.



Dažas no problēmām, ar kurām var saskarties, īstenojot stratēģiju

- ▶ Izvēlēti nepareizie mediju kanāli
- ▶ Vēstījuma izplatīšanai ir izvēlēti nepareizie cilvēki
- ▶ Saturs nav atbilstošs
- ▶ Nekvalitatīvs izpildījums
- ▶ Tavam zīmolam neviens neuzticas
- ▶ Neesi pareizi novērtējis savus spēkus

Svarīgi!

- ▶ Regulāri mērām efektivitāti pēc rezultatīvajiem rādītājiem!
- ▶ Eksperimentējam – ne viss izdodas no pirmās reizes! 😊

Rezultātu mērīšana

- ▶ Sociālo mediju statistika
- ▶ Īpašo piedāvājumu kampaņas – specifiski linki
- ▶ E-pasta akcijas/Jaunumi – specifiski linki
- ▶ Google Analytics mājas lapā
<http://www.google.com/analytics/>

Ko darīt un nedarīt internetā?

- ▶ Ja ir Pieteikties jaunumiem, jābūt Atteikties no Jaunumiem (mājas lapa, e-pasts)
- ▶ Ja ir iespēja saņemt jaunumus e-pastā, jābūt atrunai, cik bieži, par ko, kam utt. tiek sūtīts (piem., pirmajā e-pastā)
- ▶ Ja ir izlozes, konkursi, jāņem vērā likumdošanas aspekti
- ▶ Būt publiskam, ne anonīmam
- ▶ Būt ētiskam
- ▶ Tikai konstruktīva kritika

Kontakti!!!

- ▶ Twitter
- ▶ Facebook
- ▶ LinkedIn
- ▶ E-pastā
- ▶ Mājas lapā
- ▶ Blogā

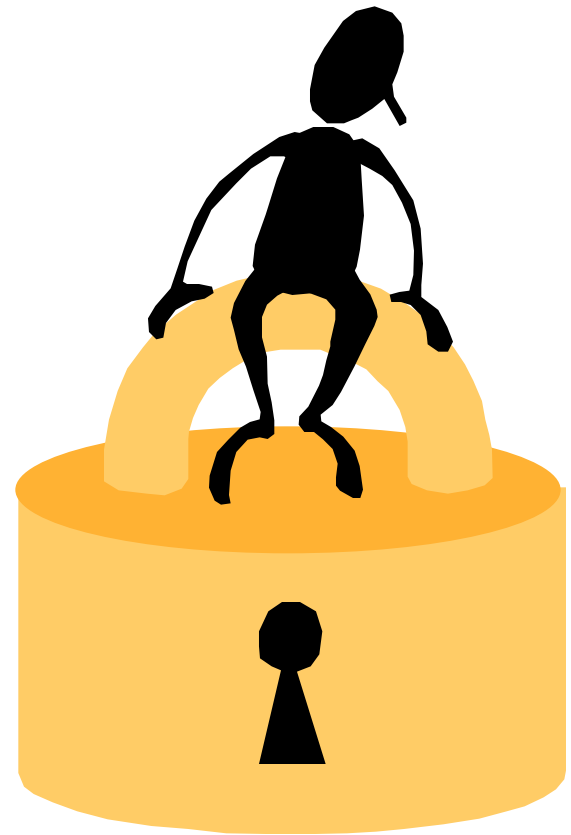
Lai lietotājiem ir viegli atrast organizāciju!!!

Noderīgas saites

- ▶ Google KW rīks –
https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?__c=1000000000&__u=1000000000&__o=kt&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS
- ▶ <http://hootsuite.com/> – savienotājs darbam ar Facebook, Twitter, LinkedIn

Neieguldi
resursus
sociālajos
medijos, ja
neuztver to
nopietni.

Sociālie mediji
prasa laiku.



Paldies par uzmanību!

Jautājumi/atbildes?

