

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



AGDER
fylkeskommune

Sociālo tīklu satura veidošana uzņēmējdarbības veicināšanai

Ieva Brence

Seminārs notiek Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta 2014.-2021.gada perioda programmas “Vietējā attīstība, nabadzības mazināšana un kultūras sadarbība” atbalstītā projekta **”Uzņēmējdarbības atbalsta pasākumi Latgales plānošanas reģionā”** ietvaros. Strādājam kopā konkurētspējīgai Eiropai!

Seminārs tiek ierakstīts video un tiks veikta fotografēšana

Šodienas seminārā

Sociālo tīklu dažādība un to pielietošana
uzņēmējdarbībā

Uzņēmuma misijas, vīzijas un vērtības, kā
pamats komunikācijai, mērķa auditorijas
noteikšana

Satura veidošana, fotogrāfiju rediģēšana,
dažādi digitālie rīki satura veidošanai

Uzņēmuma tēla regulārie pasākumi,
mārketinga komunikācijas plāns un
budžets, SEO

Ieva Brence, Dr.sc.administr.



15 gadu pieredze mārketingā, digitālajā mārketingā

Darbs ar sociālajiem tīkliem – īstenojot projektus un administrējot uzņēmumu kontus

Konsultācijas projektu pieteikumu sagatavošanai uzņēmējdarbības veicināšanai (ESF, Nodarbinātības valsts aģentūra u.c. - 80% projektu pieteikumu apstiprināti)

Projektu pieteikumu vērtēšana (ERASMUS+, Norvēģijas finanšu instruments)

Nodarbību docēšana augstskolās par sociālo tīklu administrēšanu un digitālo mārketingu, promocijas darbu, maģistra darbu, bakalaura darbu vadīšana un recenzēšana

Sociālo tīklu saturs

- Vai satura var būt par daudz? Jā
- Tavs saturs ir Tavs stāsts! Tu noteikti vēlies, lai Tavu stāstu dzird un, lai ar to dalās! Ja tu nespēsi izglītēt klientu, kurš to darīs?
- Savu saturu veido viegli uztveramu un nepārblīvē ar specifiskiem terminiem

Sociālo tīklu saturs

- Intereses radīšanai
- Pārdošanas veicināšanai
- Atgādināšanai par sevi
- Projektu īstenošanai

Sociālo tīklu dažādība un to pielietošana uzņēmējdarbībā

Facebook

Instagram

Pinterest

LinkedIn





Facebook - 2.91 mljrd. mēneša aktīvu lietotāju

77% interneta lietotāji izmanto vismaz vienu Meta platformu

Facebook – 7. vērtīgākais zīmols

Vairāk kā 1 mljrd. uzņēmumu katru dienu ievieto ierakstus FB

79% Facebook skatās katru dienu

Vairāk kā 72% Facebook lietotāju izmanto arī YouTube, WhatsApp, and Instagram

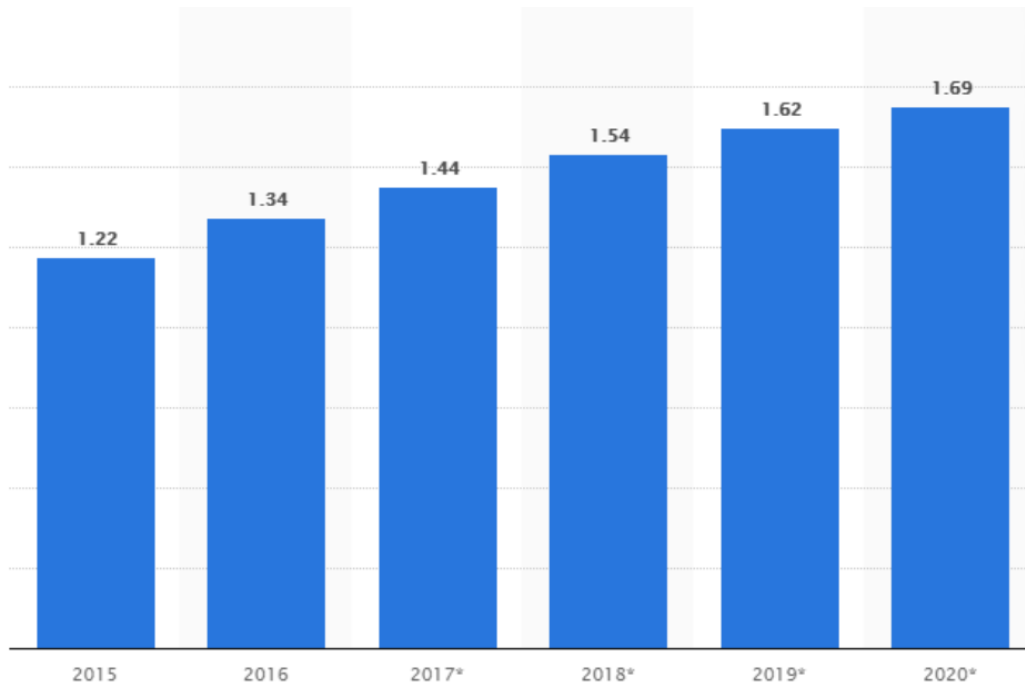
Iecienīta sociālā platforma cilvēkiem vecumā no 35 – 44 gadiem

Vidēji lietotāji pavada 19.6 stundas mēneši Facebook

81.8% lieto Facebook tikai mobilajās ierīcēs

75% sieviešu, 63% vīriešu

Facebook izmanto



A Pew Research Center survey found that 75% of women use Facebook, compared with only 63% of men.

Use of different online platforms by demographic groups

% of U.S. adults who say they ever use the following online platforms or messaging apps

	YouTube	Facebook	Instagram	Pinterest	LinkedIn	Snapchat	Twitter	WhatsApp	Reddit
U.S. adults	73%	69%	37%	28%	27%	24%	22%	20%	11%
Men	78	63	31	15	29	24	24	21	15
Women	68	75	43	42	24	24	21	19	8

Fakti - Facebook

Katru dienu augšupielādēti 35 mlj. fotogrāfiju!

3/4 skatās FB katru dienu

51% - biežāk kā reizi dienā

<https://www.searchenginejournal.com/facebook-facts/359408/>

Instagram

1.074 mlj. lietotāju (2021)

Vidēji vienam ierakstam ir arī 10.7 haštagi #

71% no Instagram aktīvajiem lietotājiem ir jaunāki par 35 gadiem

Vidēji Instagram pavada 53 minūtes dienā



70%

ASV uzņēmumu izmanto
INSTAGRAM

80%

Personu pieņēmuši lēmumu
par labu pirkumam

<https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>

Instagram



**Sarah Jessica Parker
recommends 'Pärn' chips
made in Latvia to
millions of her fans**



<https://www.world-today-news.com/sarah-jessica-parker-recommends-parn-chips-made-in-latvia-to-millions-of-her-fans/>

INSTAGRAM

Katru sekundi
augšupielādēti 995
foto

Visbiežāk atrodamais
produkts – picca

ASV – vairāk kā 140
mlj. Lietotāju

80% Instagram kontu
ir pesonīgām
vajadzībām

Sievietes izmanto
vairāk kā vīrieši

33.1% lietotāju
vecumā 25–34

60% lietotāju izmanto
platformu jaunu preču
un pakalpojumu
atrašanai

Vairāk kā 60% zīmolu
plāno palielināt
izdevumus
INSTAGRAM (2022)

<https://websitebuilder.org/blog/instagram-statistics/>

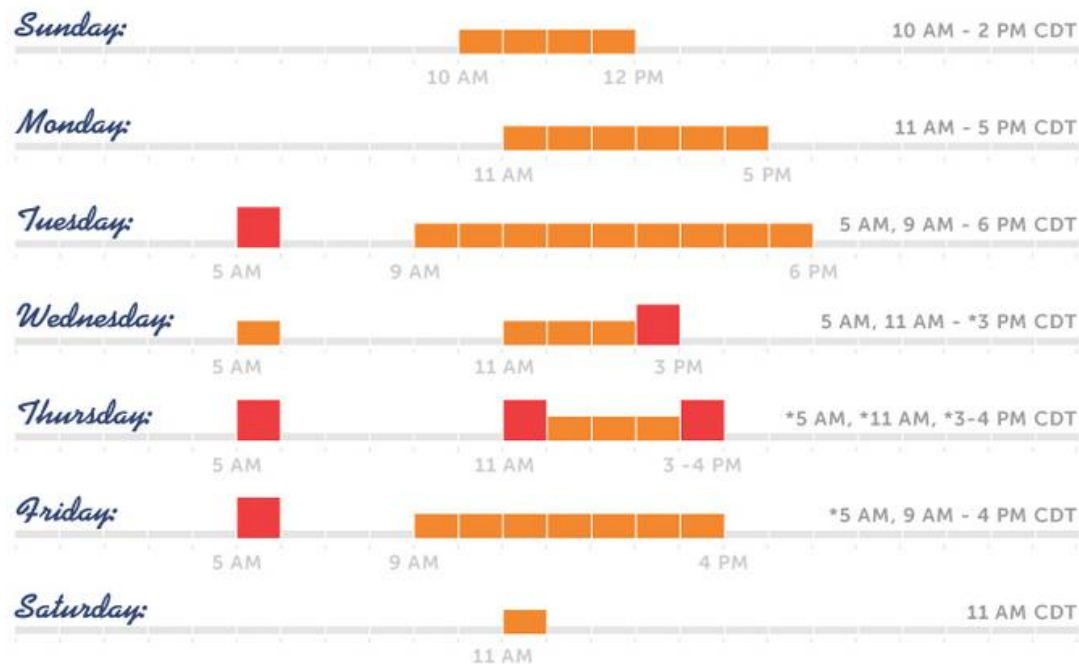
Pirmais INSTAGRAM attēls



Liechtenstein
Norway
<https://websitebuilder.org/blog/instagram-statistics/>

WHEN SHOULD I POST ON INSTAGRAM?

Best time to post on Instagram for every day of the week



5 AM from Tuesday to Friday
It generates the highest level of engagement because people usually turn on their mobiles when they wake up.



11 AM to 3 PM from Monday to Friday
People check their phones during their lunch break or when they finish their work hours.



Nav tīksmiņu (like), piedāvā saturu, ko izmanto mūsu sekotāji vai FB kontakti

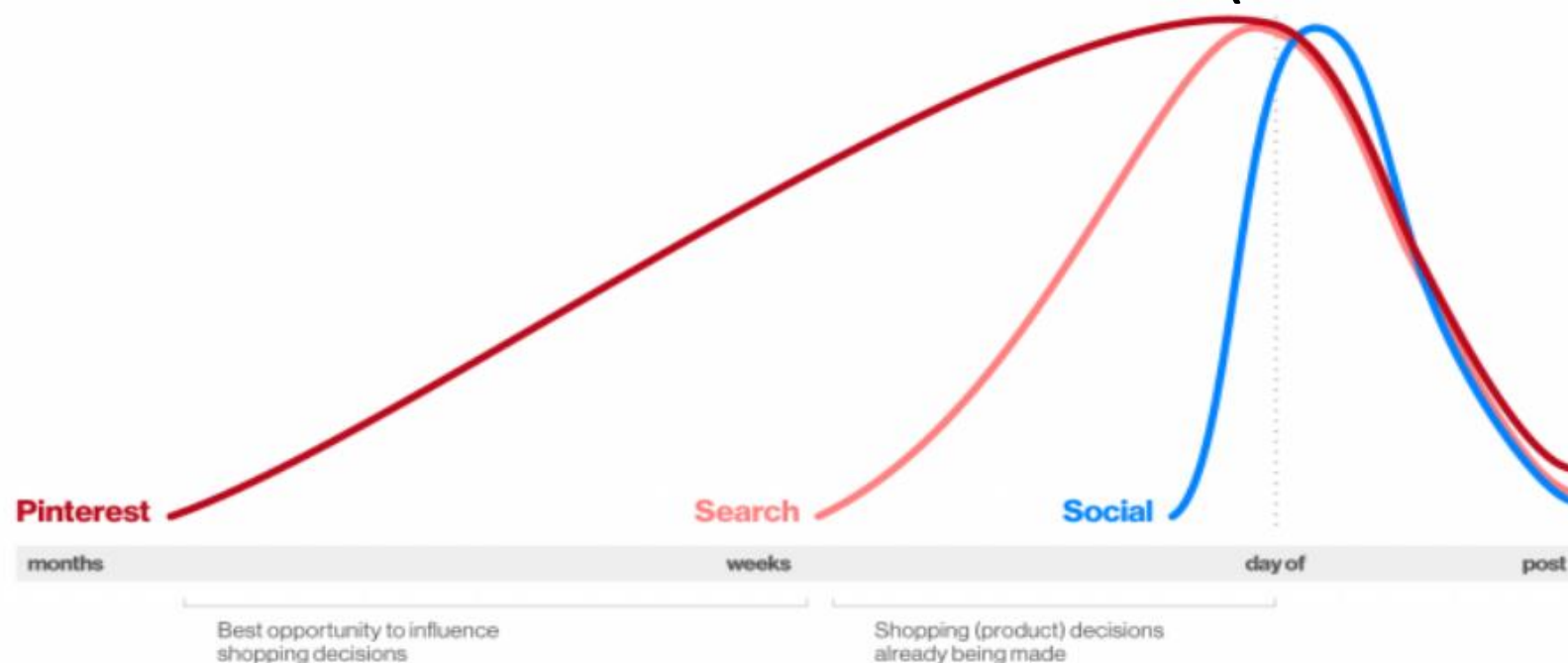


Icel
Lie
Nor



On Pinterest, consumer attention is won at the very beginning of the shopper's journey

250 mlj. lietotāju mēnesī –
vairāk kā Snapchat, Twitter,
Linkedin, and Whatsapp
(Source: Hootsuite)



Create a Business Manager

To create a Business Manager:

Go to business.facebook.com/overview.

Click **Create Account**.

Enter a name for your business, your name and work email address and click **Next**.

Enter your business details and click **Submit**.

Biznesa konts – iespējas apmeklētāju analīzei

Meta
Business Suite

ArtWin for digital ...

Sākums

Paziņojumi

Iesūtne

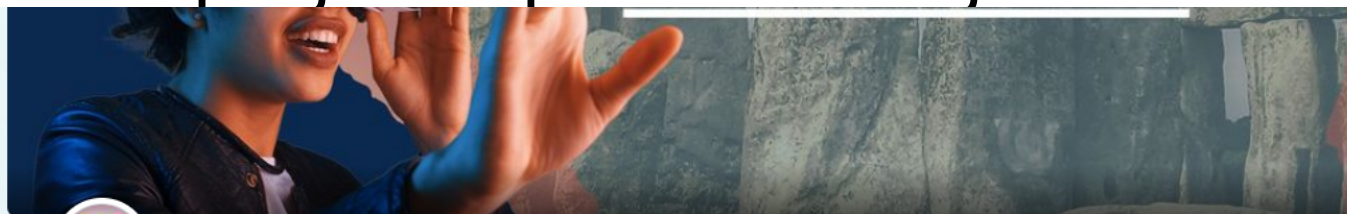
Posts & stories

Planner

Ads

Insights

Visi rīki



ArtWin for digital heritage

Manage Facebook Page

Izveidot ierakstu

Izveidot stāstu

Izveidot reklāmu

Paziņojums

⚠ Paziņojums

Some features will be unavailable until you confirm that people who manage your Facebook Page can also manage your Instagram account.

×

Sākt

[Skatīt vairāk](#)

Darāmo darbu saraksts

Check unread messages, comments and other things that may require your attention.



Take Meta Business Suite with you on the go
You can respond to messages, view notifications, share posts and stories and more, anytime, anywhere, with the mobile app.

×

[Uzzini, kā](#)

Nesenie ziņojumi

You've shared with your audience recently. You can also schedule posts to save time and plan ahead.

1

0

Your goals



Set a goal, track progress and learn helpful tips for your professional success.

[Sākt](#)

Insights

Trends

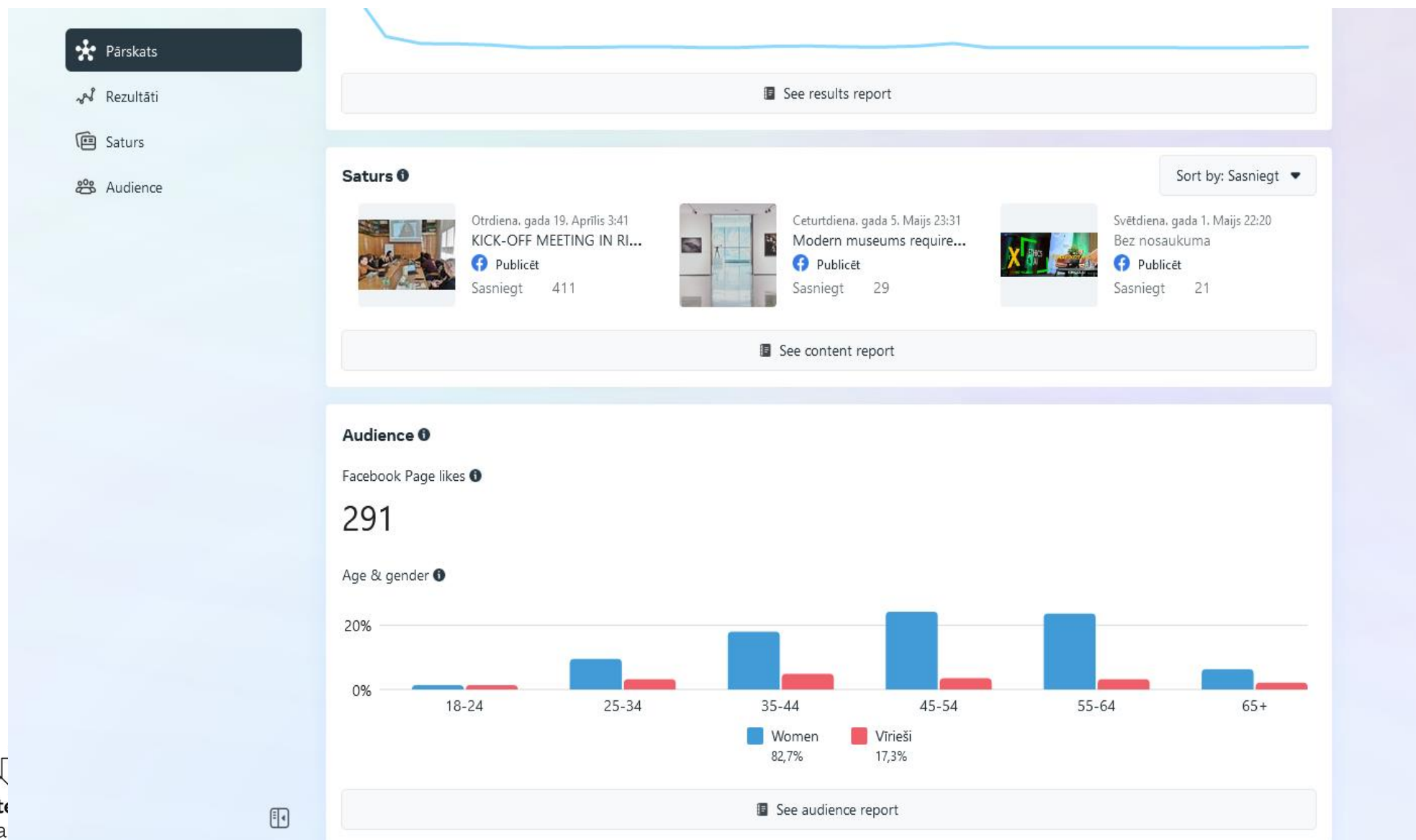
Last 28 days: 19. aprīlis – 16. maijs

Facebook Page reach ⓘ 417 ↑ 157%

Audience

Laika josla

Biznesa konts – iespējas apmeklētāju analīzei



Home

Notifications

Inbox

Posts & stories

Planner

Ads



Select what you want to work on

Choose from a list of Facebook Pages and Instagram accounts within each Meta Business Account that you help manage.

Done

Planner

< Today >

March 2022

 Schedule post ▼

Sun
13

Mon
14

Tue
15

Wed
16

Thu
17

Fri
18

Sat
19



No scheduled posts or stories to show for this week. [Schedule a post](#) or [schedule a story](#) to plan ahead.

See planner



Get an overview of this week's posts and stories

See your published and scheduled content on both Facebook and Instagram in a calendar view.

Next

eting calendar by creating, scheduling, and managing your content.

Mēnesis < Šodien

v 15

Jauns ieraksts

Publish to Facebook and Instagram



ArtWin for digital heritage



Instagram plūsma

[Pievieno Instagram](#)

Publish to Facebook Groups

[Skatīt vairāk grupu](#)



Play Finland

Publiskā grupa • 8847 members

Teksts

😊

Mediji

Share photos or a video. Instagram posts can't exceed 10 photos.



Pievienot fotoattēlu



Pievienot video ▼

Atrašanās vieta • Neobligāts

Enter a location

Facebook

Instagram



Darbvirsmas ziņu plūsma ▼

Customize your Facebook post

These features and text will only appear in your Facebook News Feed post.

Facebook text

😊



Aicinājums uz darbību



Saņemt ziņojumus

Saites priekšskatījums • Neobligāts ⓘ

Enter a link



Add Feeling/Activity

Vākt līdzekļus



Add a button to your post to raise money for a nonprofit.



Add

Introducing optimal times for scheduling posts and stories

To help you connect with more people, we'll show optimal times for you to schedule your content based on when your followers are most active.

Gatavs



Boost



Optimālie laiki



Publicēt





Visi rīki

Engage audience

- Iesūtne
- Planner
- Posts & stories

Pārvaldīt

- Lapas iestatījumi
- Norēķini
- Profiles
- Uzņēmuma lietotnes

Reklamēt

- Ads
- Auditorijas
- Instant Forms
- Pasākumu pārvaldnieks
- Reklāmu pārvaldnieks

Analīze un ziņošana

- Insights
- Reklāmu pārskati

Pārdot produktus un pakalpojumus

Izveidot

- Publicēt
- Stāsts
- Reklāma

for digital heritag



Rez

Face

41

Sat



6°C

Partly sunny

Explore more ad objectives

Palielini savu auditoriju

Reach out to your existing network

Invite friends to follow your Page from your personal account. Using this feature may reveal that you are a Page admin, and other admins may see your friends. [Uzzini vairāk](#)

Uzaicināt drau...

Reach out to new people

Send invites to [cilvēki](#) who react to your Facebook posts to follow your Page. [Uzzini vairāk](#)

Sūtīt uzaicināju...

Cilvēki who might want to follow your page.



Explore more ways to grow

Learn about the latest tools and features in Meta Business Suite and more.

Content inspiration

Jumpstart creativity with these ideas for share-worthy content.

Stories from similar businesses

See what Pages like yours are sharing to their stories and get inspired to add your own.

Inbox

 Available

 Automated responses

All Messages

Messenger

Instagram Direct

Facebook comments

Instagram comments

Chat Plugin

Set up your Chat Plugin

Enable chat on your website in just a few simple steps. We'll guide you through the process.

Set up

 Before publishing, you must add at least one website domain where you would like the Chat Plugin to appear. Select Set up to begin.

Start the conversation

Customize an automated welcome message to help start conversations. You can also suggest questions people can ask, then customize automated responses to those questions.



Customize your Chat Plugin

Change the color and alignment of the Chat Plugin to complement your brand.



 Desktop preview

 Mobile preview

Chat with Suņu skola

Hi! How can we help you?

Continue as Ieva

Continue as guest

By continuing as a guest, you agree to Meta's **Terms**.
Learn how we collect, use and share your data in our
Data Policy and how we use cookies and similar
technology in our **Cookies Policy**.

Reset

Publish

Create a goal

☒ Choose a goal

☐ Select plan

Choose a goal



Choose a goal and we'll create a plan to help you achieve it.

Which platforms would you like to set this goal on?

Facebook Page



Your goal

Select a goal you'd like to achieve



Increase reach

In 28 days



Grow followers

In 28 days

Next

Vienam lietotājam var būt 2 biznesa konti

Tomēr var pievienot papildus administratorus vai redaktorus

Lomas piešķiršana personai

Ja esat administrators, veiciet tālāk aprakstītās darbības.

1. Plūsmas kreisās puses izvēlnē noklikšķiniet uz vienuma **Lapas**. Iespējams, ka vispirms būs jānoklikšķina uz vienuma **Skatīt vairāk**.
2. Atveriet lapu un kreisās puses izvēlnē noklikšķiniet uz vienuma **Iestatījumi**.
3. Noklikšķiniet uz vienuma **Lomas lapā**.
4. Zem vienuma **Piešķirt jaunu lomu lapā** redzamajā lodziņā ierakstiet vārdu vai e-pasta adresi un parādītajā sarakstā atlasiet personu.
5. Noklikšķiniet uz vienuma **Redaktors** un nolaižamajā izvēlnē atlasiet lomu.
6. Noklikšķiniet uz vienuma **Pievienot** un ievadiet paroli, lai apstiprinātu izvēli.

Ievērojiet: ja persona, kuru pievienojat, nav jūsu draugs, vispirms šai personai ir [jāapstiprina jūsu uzaicinājums](#). Tikai pēc tam persona varēs līdzdarboties lapas pārvaldībā.

Lai pievienotu vēl vienu lapas administratoru, šo pieprasījumu vajag apstiprināt citam lapas administratoram, pirms var pievienot vēl vienu administratoru. Ja 7 dienu laikā netiek veiktas nekādas darbības saistībā ar pieprasījumu, tas var tikt apstiprināts automātiski.

Create ad



Automated Ads

Get personalized ads that adjust over time to help you get better results.



Choose a goal

Create a new ad from scratch



Boost existing content

Create an ad from your Page content

Choose a goal



Get started with Automated Ads

Get personalized ads that adjust over time to help you get better results.



Get More Messages

Recommended



Boost a post

Recommended



Promote your Page



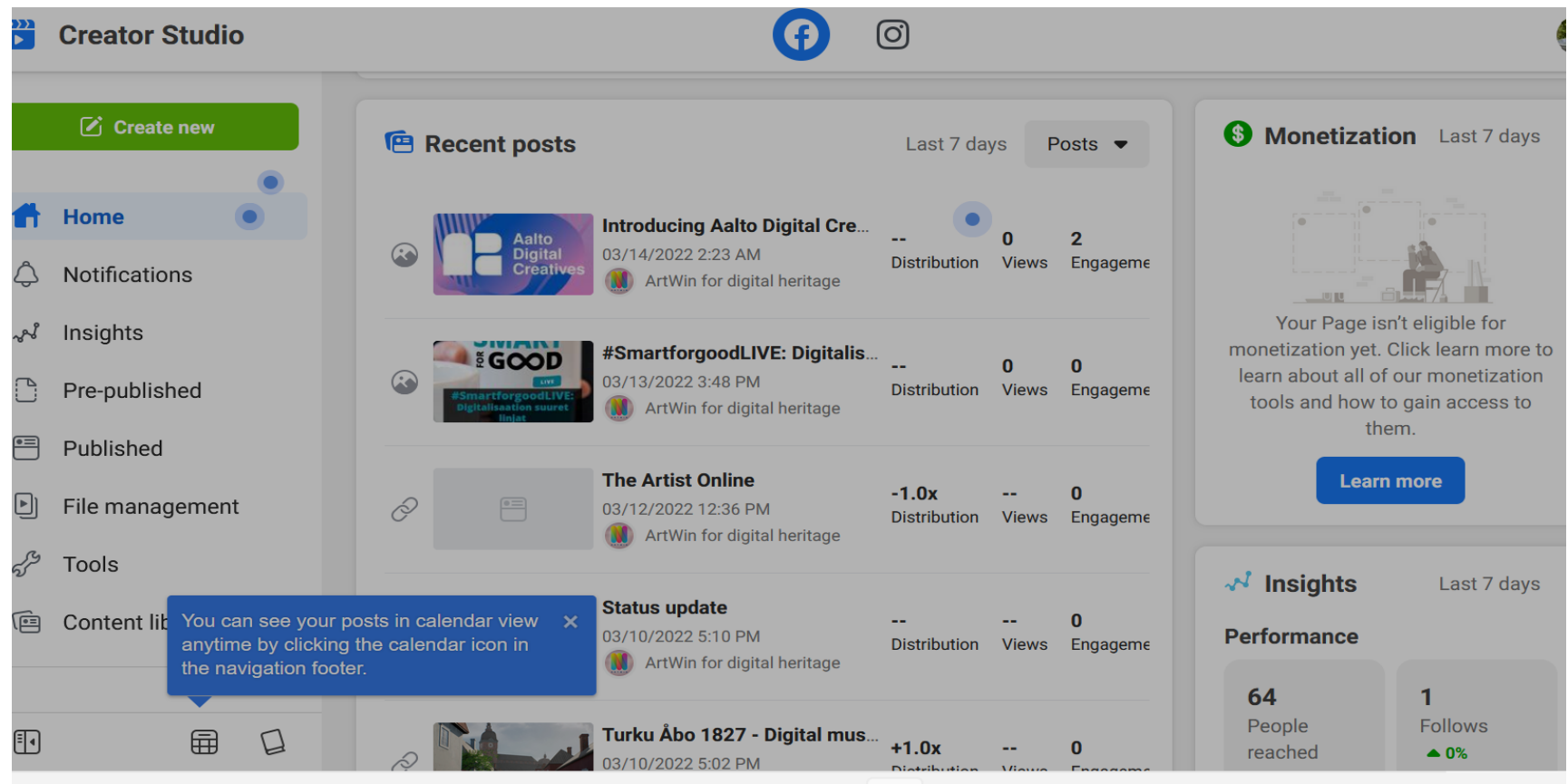
Promote your business locally



Get more website visitors

Creator Studio

- <https://business.facebook.com/creatorstudio/home>





 Create new

Home

Notifications

Insights

Pre-published

Published

File management

Tools

Content library

Iceland
Liechten
Norway



ArtWin for digital heritage, Ieva Brence, ...

Choose the Pages you want to view

 Search Pages and collections

Pages



ArtWin for digital heritage

Editor



Ieva Brence

Admin



Suņu skola

Admin

Create new



ArtWin for digital heritage, leva Brence, ...

Create new



Home



Notifications



Insights

Pages

Overview

Audience

Videos

Performance

Benchmarking

Loyalty

Retention

Stories

Performance



ArtWin for digital heritage

Select a single Page to begin comparing it to other Page categories.

Insights > Videos > Benchmarking



Benchmarks are aggregated on performance across 14 days (Mar 2, 2022 - Mar 15, 2022)



Unsupported Page category

Creator Studio doesn't currently support your Page's category, so metric performances are in comparison to all categories with similar video watch times. You select categories individually or assign your Page to an available category at any time.

Manage Page category

Dismiss

Benchmark your Page performance



All (Default)

Performance comparison

Bottom 25%

Compared to All Pages with similar watch times, your Page's 3-Second Video Views are currently in the bottom 25%. This ranking is based on your Page's 3-Second Video Views from the last 14 days.

0

Bottom 25%

3-Second Video Views

0

Bottom 25%

1-minute video views

0:02

Bottom 25%

Average minutes viewed

0

Bottom 25%

Comments

1

Net followers

▲ 0% from previous 7 days

0

Returning viewers

Sunday - Tuesday

0

Complete views

▲ 0% from previous 7 days

Follower activity

A look at your new followers, net followers and people who unfollowed. Metrics are **estimated**.

Mar 9, 2022 - Mar 15, 2022

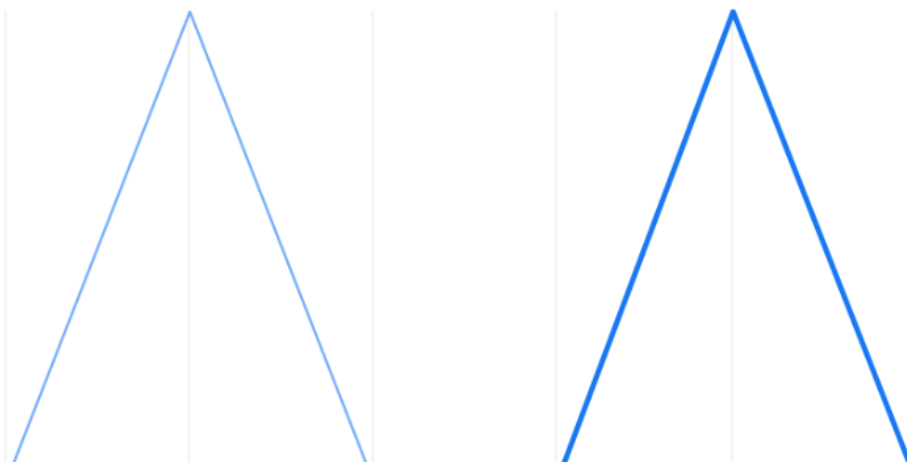
1 New followers

1 Previous period

0 People who unfollowed

0 Previous period

1



Summary

You have +1 net follo
period.

How long people are watching

The breakdown of your video views this period.



Sur

You
ma

You
the

Shc



Create new

Create a new post, upload a video asset to use later, go live and more. Click create new to get started.

Resource Hub

Tools & Settings

Set Up Live Stream

Tools

Content library

Inbox+

Monetization

Creative tools

Live dashboard

Sound collection

Settings

Resources

Tournaments

Create brackets, manage participants and organize your tournament.

Create Tournament Event

Daily Broadcast Stats

Yesterday

0 hours

You have a daily average of 0 hours

Today

0 hours

Stream 0 + hours to beat yesterday

Community Engagement

New! Create goals and share them with viewers when you stream.

Posts

0

Stories

0

Comments

0

Engage

Post
Share a post to your Page

Story

Expiring Streams

Latest Stream

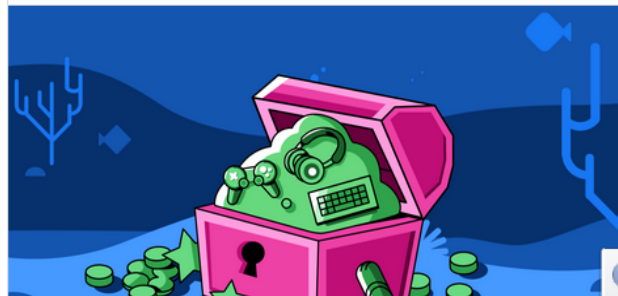
Title:

Start time:

Currently live: No

Test Broadcast

Getting Started



7°C
Clear



LAV
LVS



20:32
16.03.2022

6

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



AGDER
fylkeskommune

- Uzņēmuma misijas, vīzijas un vērtības kā pamats komunikācijai

Mērķa auditorijas noteikšana

Ierakstu formāts – saistīts ar uzņēmuma misiju vīziju un vērtībām



Produkta vīzija

- Projekta/produkta ilgtermiņa mērķis
- Īsa, precīza
- Tāda, lai var viegli atcerēties

Microsoft's vision

“To empower people through great software, any time, any place, or any device.”

Vīzija, misija, vērtības, mērķi

- Vīzija – ilgtermiņa mērķis (ļoti tāls)
- Misija – kas mēs esam un ko darām pašreiz
- Vērtības – kas ir mūsu pārlicības pamatā
- Mērķi (konkrēti definēti laikā)

MISIJA

Kāpēc mēs pastāvam?

VĪZIJA

Kurp mēs dodamies?

STRATĒGIJA

Kā mēs tur nokļūsim?

An Example: Online shopping Mall

For	people
Who	want an easy way to buy grocery items
The Bee Shopping Mall	is a web-based grocery mall
That	allows consumers to buy items from the web
Unlike	existing solutions that require consume to buy from physical stores
Our product	will provide a totally web-based shopping experience

For *(target customer)*

Who *(statement of need or opportunity)*

The *(product name)* is a *(product category)*

That *(key benefit, reason to buy)*

Unlike *(primary competitive alternative)*

Out product *(statement of primary differentiation)*

- Kam (mērķa klients)
- Kas (apgalvojums vai iespējas nepieciešamība)
- Produkts (nosaukums), kas ietvar kategoriju
- Kas (būtiskākie ieguvumi vai iemesls nopirkt)
- Pretstatā (primārā konkurentu alternatīva)
- Produkts (primārā atšķirība)

Virši



MISIJA



MĒS SNIEDZAM SPĒKU

SAVIEM KLIENTIEM,
LAI TIE VARĒTU PAVEIKT AIZVIEN
LIELĀKUS DARBUS

VĪZIJA



VĒLAMIES KĻŪT PAR
VISIECIENĪTĀKO
SATIKŠANĀS UN
SPĒKA UZPILDES
VIETU



- Mūsu vīzija - no 2025. gada 25% no visas Volvo automobiļos izmantotās plastmasas tiks izgatavotas no pārstrādāta materiāla
- Mūsu *misija* ir radīt automašīnas, kas ir drošas visiem

Tirgus segmentēšana

Segmenta jēdziens - klientu grupa ar noteiktām līdzīgām vajadzībām vai vēlmēm.

Tirgus sadalīšana segmentos ļauj uzņēmumiem un organizācijām koncentrēties uz būtiskāko

Types of Market Segmentation

Geographic Segmentation:

Consists of creating different groups of customers based on geographic boundaries.



Demographic Segmentation:

Consists of dividing the market through different variables such as age, gender, income, etc.



Psychographic Segmentation:

Consists of grouping the target audience based on their behavior, lifestyle, attitudes and interests.



Behavioral Segmentation:

Focuses on specific reactions and the way customers go through their purchasing processes.



QuestionPro

Tirgus segmentēšana un mērķa tirgus identificēšana

Segmentēšanas raksturojošās pazīmes	Patērētāja tirgus segmentēšana (bērnu pieskatīšanas centrs)
Ģeogrāfiskais	
Reģions	Baltija
Valsts	Latvija
Pilsētas	Jelgava
Pilsētas lielums	< 55 000 iedzīvotāji
Demogrāfiskais:	
Dzimums	Sieviešu, vīriešu
Vecums	No 0-18 gadiem
Ģimenes lielums	No 3 (2 pieaugušie un 1 bērns) līdz 7 cilvēki (2 pieaugušie 5 bērni)
Ģimenes dzīvesveids	Jauns pāris ar bērniem, vidēja vecuma pāris ar bērniem
Sociāli ekonomiskais	
Sociālais slānis	Darba ņēmēji - nodarbināti abi vecāki vai vismaz viens
Ienākumi	Vidēji uz vienu nodarbināt sākot no 600 EUR (bruto), kas ir vidējā bruto darba samaksa Jelgavā
Nacionālais un kultūras:	
Tautība	Latviski, krieviski un angļiski runājošie
Personiskais:	
Dzīvesveids	Tradicionāls - vecāku nodarbinātība ilgāk par plkst. 17.00, vidēji un augsta vecāku sociālā aktivitāte (no 1 reizes līdz 3 reizes nedēļā);

Lietišķā tirgus segmentēšanas raksturīgākās pazīmes

Segmentēšanas raksturīgā pazīme	Raksturīgo pazīmju skaidrojums
Ģeogrāfiskās: Reģions, Valsts, Pilsētas	Kādi reģioni, valstis, pilsētas jāapkalpo? Vai aprobežoties ar vietējo tirgu, vai eksportēt produkciju uz ārzemēm?
Ekonomiskās: Nozare, Uzņēmuma lielums, Uzņēmumu izvietojums, Uzņēmumu darbības veids	Kādas nozares ir lietderīgi apkalpot? Kāds ir apkalpoto uzņēmumu lielums? (realizācijas apjoms, aktīvi, darbinieku skaits, u.c.).
Saimnieciskās darbības: Finansiālais stāvoklis, Tehnoloģija, Organizācija	Kāds ir uzņēmuma finansiālais stāvoklis? Kādas tehnoloģijas uzņēmums izmanto iepirkšanās procesā? Kā tiek organizēta piegāde un iepakojšana? Centralizēti vai decentralizēti?
Iepirkšanās: Apjoms; Biezums; Izvēles kritēriji; Attiecības; Maksāšanas veids; Piegādes ātrums	Kāds ir piegādes (iepirkumu) vienreizējais apjoms? Kāds ir uzņēmumu iepirkumu biežums – augsts, mērens vai zems? Kādi ir produkta izvēles kritēriji – produkta cena, apkalpošana vai citi? Vai ir lietderīgi turpināt sadarbību ar esošajiem biznesa partneriem vai pārorientēties uz citiem – perspektīviem klientiem? Kādus maksāšanas veidus izmanto uzņēmumi – komerc kredīts, līzings, noma, u.c.? Kāds ir piegādes termiņš? Vai uzņēmumiem nepieciešamas ātras, pat neparedzētas piegādes? Vai prioritāte ir apkalpošanas kvalitātei?
Vadīšana: Lojalitāte; Riska pakāpe; Vadības stils	Vai uzņēmumi ir lojāli saviem piegādātājiem? Vai uzņēmumi vēlas riskēt, vai arī ir samērā piesardzīgi pret tirgus apstākļiem? Kāds ir uzņēmumu menedžeru vadības stils? Vai tas ir līdzīgs pašu uzņēmumu vadības stilam, vai atšķirīgs?

Mērķa grupa — visizdevīgākie segmenti

Būtiskākie kritēriji

Ģeogrāfiskā vieta (valsts, pilsēta, atrašanās)

Vecums

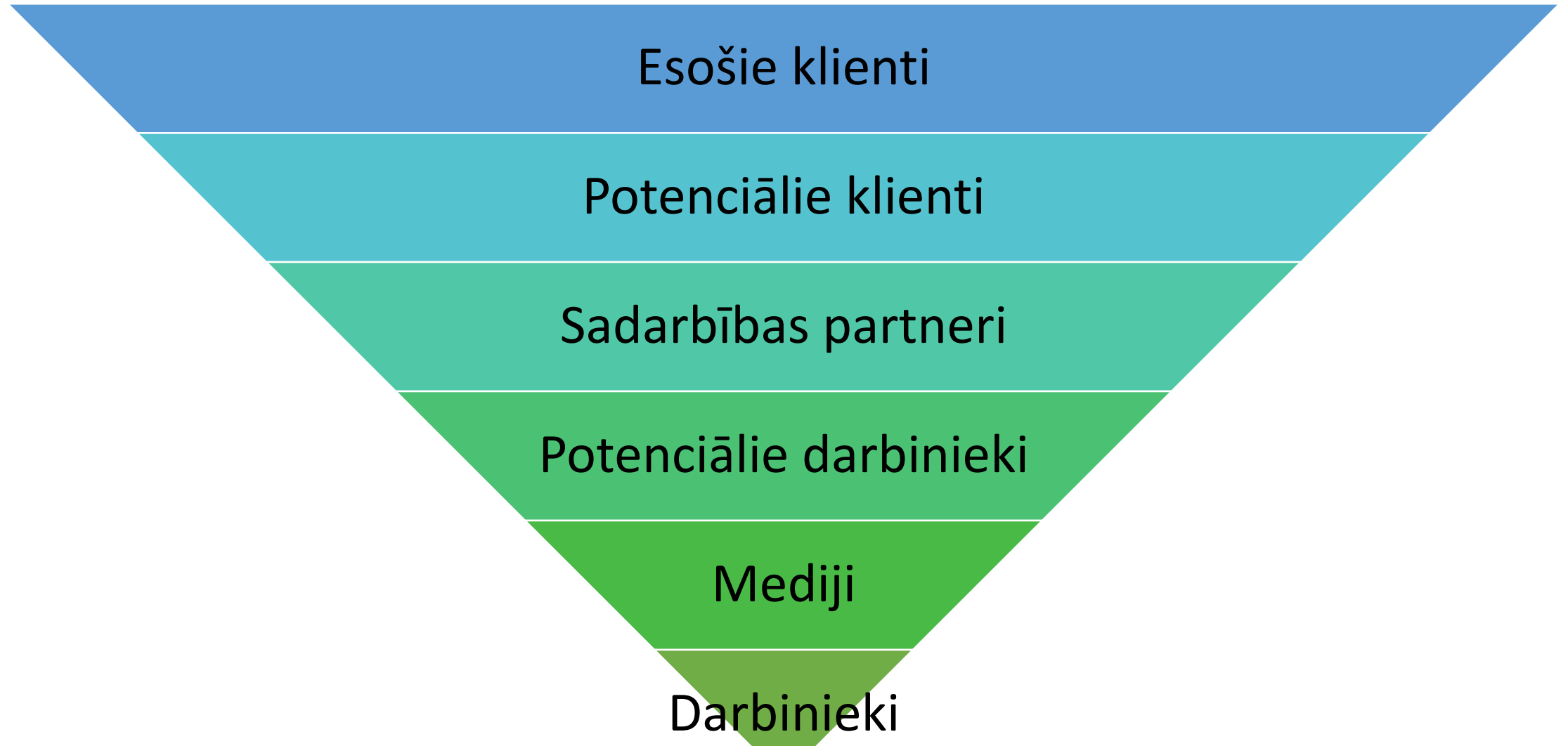
Dzimums

Intereses

Vērtības

Meklējumi

Mērķauditorija



Mērķauditoriju matrica			Organizācija vai nozare:		
Prioritāte	Auditorija	Apraksts	Auditorijas mērķi,	Risinājums, aktivitātes	Rezultāts
1 - augsta	Ceļo vismaz vienu reizi gadā uz ārvalstīm	Izvēlas vietas, uz kurām vēl nav bijuši, 25+ gadi, bieži ceļo Atrodas Latvijā.	Izzināt jaunas vietas, iegūt pieredze	Meklē jaunas iespējas, bet palaužas uz līdzšinējiem sadarbības partneriem, saņem informāciju par	Ceļojuma iegāde vismaz reizi gadā
2 - augsta	Biznesa braucieni (komandējumi)	Nozares profesionāļi - braucienos brauc	Standarta viesnīcas, optimāls biļešu piedāvājums	Meklē konkrētas valstis un pilsētas, salīdzina cenas	Brauciena iegāde, parasti aviobiļetes un viesnīcas
3 - vidēja	Biznesa organizācijas	Organizācijas, kuras vēlas uzlabot darbinieku kompetences. Organizē braucienus saviem darbiniekiem (vienlaicīgi vismaz 10 cilvēkiem)	Pilna servisa piedāvājums	Meklē piedāvājumus dažādās valstīs, salīdzina izmaksas	Pirkuma iegāde vairākiem cilvēkiem vienlaicīgi, bet reizi 5 gados
4 – zema	Epizodiskie ceļotāji	Dodas ceļojumos neregulāri, piemēram, reizi 3 gados	Iepazīstas ar ceļojuma piedāvājumiem	Nonākuši pēc citu "ieteikuma"	Uzzina par piedāvājumu, uzstāda aplikāciju, lai var sekot līdzi jaunumiem

NORĀDES MATRICAS AIZPILDĪŠANAI

Viena prioritāte - max 1-2 auditorijas	Demogrāfiskie dati	Kādu vajadzību risina? Labsajūta vai sāpes?	Kā tieši risina? Produkts ir vitamīns vai sāpju zāles	Izmērāms rezultāts, kas tuvinā biznesa mērķa sasniegšanai
	Vecums, dzīvesvieta, dzimums, ienākumu līmenis, ģimenes stāvoklis, nozare, izglītības līmenis, dzīves posmi: skolēni, studenti, jaunie vecāki, seniori			
	Psihogrāfiskie dati			
	Intereses, hobiji, ko patīk darīt, vērtības			
	Uzņēmumu raksturojoši parametri			
	Atrašanās vieta, darbinieku skaits, nozare, eksporta tirgi, gada apgrozījums, dibināšanas gads (piemēram, jauni uzņēmumi, izveidoti pēdējā pusgada laikā), kurš piedalās lēmumu pieņemšanā			
	Aprakstošos datus varat izteikt arī procentuālā sadalījumā, piemēram, 70% auditorijas atrodas Rīgā un 30 km apkārtnē, 80% klientu ir vīrieši utml.			

Resursi informācijas iegūšanai

Sekundārie dati:

LR Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa: <https://stat.gov.lv/lv>

EUROSTAT

Primārie dati:

Fokusgrupu diskusijas

Intervijas

Aptaujas

Satura veidošana,
fotogrāfiju
redigēšana,
dažādi digitālie
rīki satura
veidošanai

Ieraksti soc. tīkliem, Infografikas u.c. Canva –
www.canva.com

Fotoattēlu redigēšana -
<https://www.photopea.com/>

Ierakstu veidošana, fotoattēlu redigēšana –
MsPowerPoint (MsOffice 365)



Canva

Home

Templates ▾

Features ▾

Learn ▾

Pricing ▾



Create a design



Käyttäjän Taina La...

Free • 87



Home



Your projects



Templates



Shared with you



Trash

Team



Käyttäjän Taina Laaksone...



Invite members

Iceland
Liechtenst
Norway gra

Tools



Search your content or Canva's



For you



Presentations



Social media



Video



Print products



Marketing



Office



More

You might want to try...



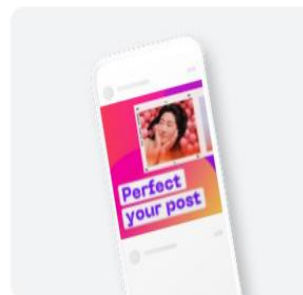
Video



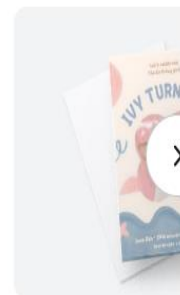
Presentation (16:9)



Logo



Instagram Post (Square)

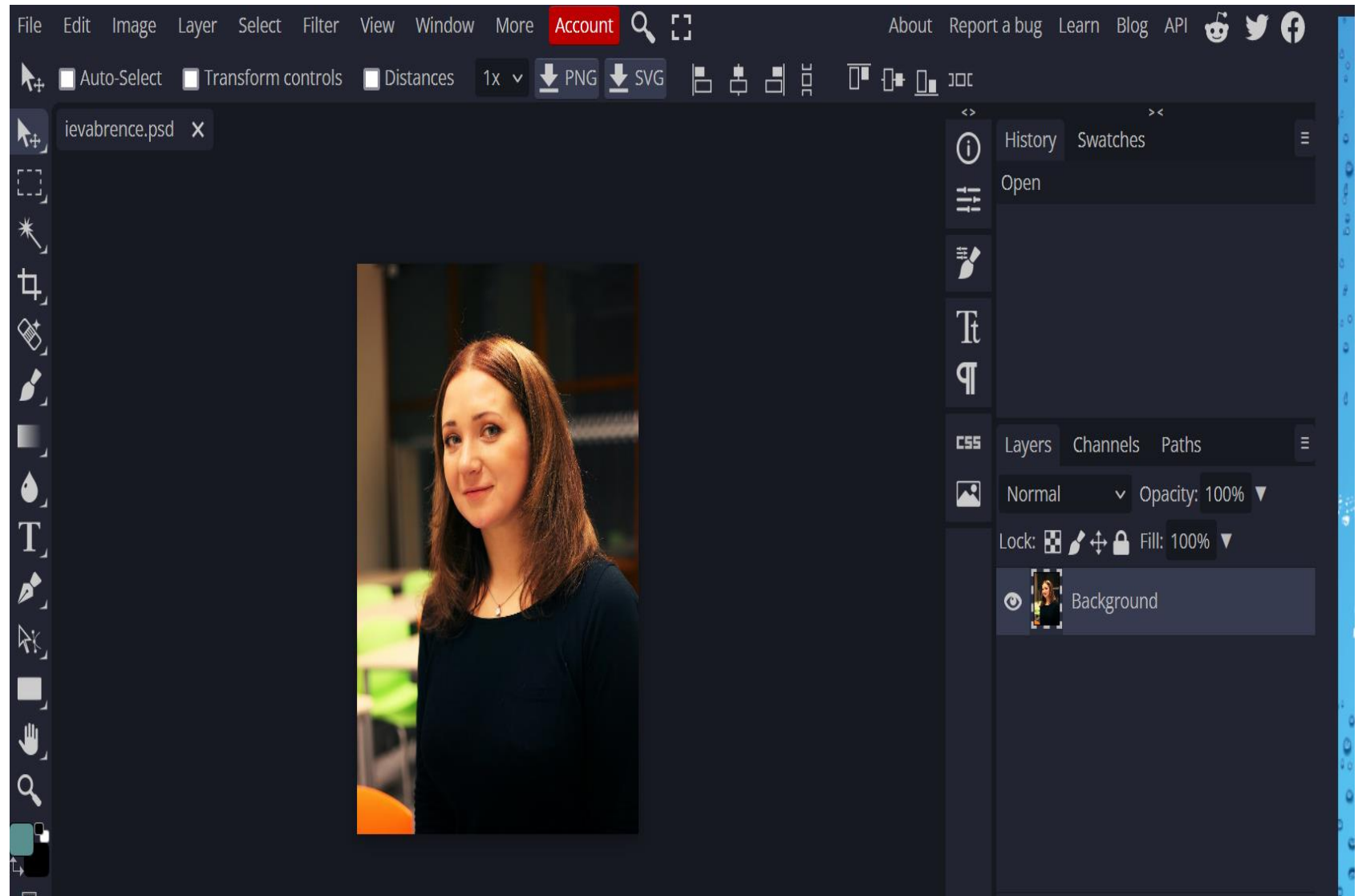


Flyer (Portrait)

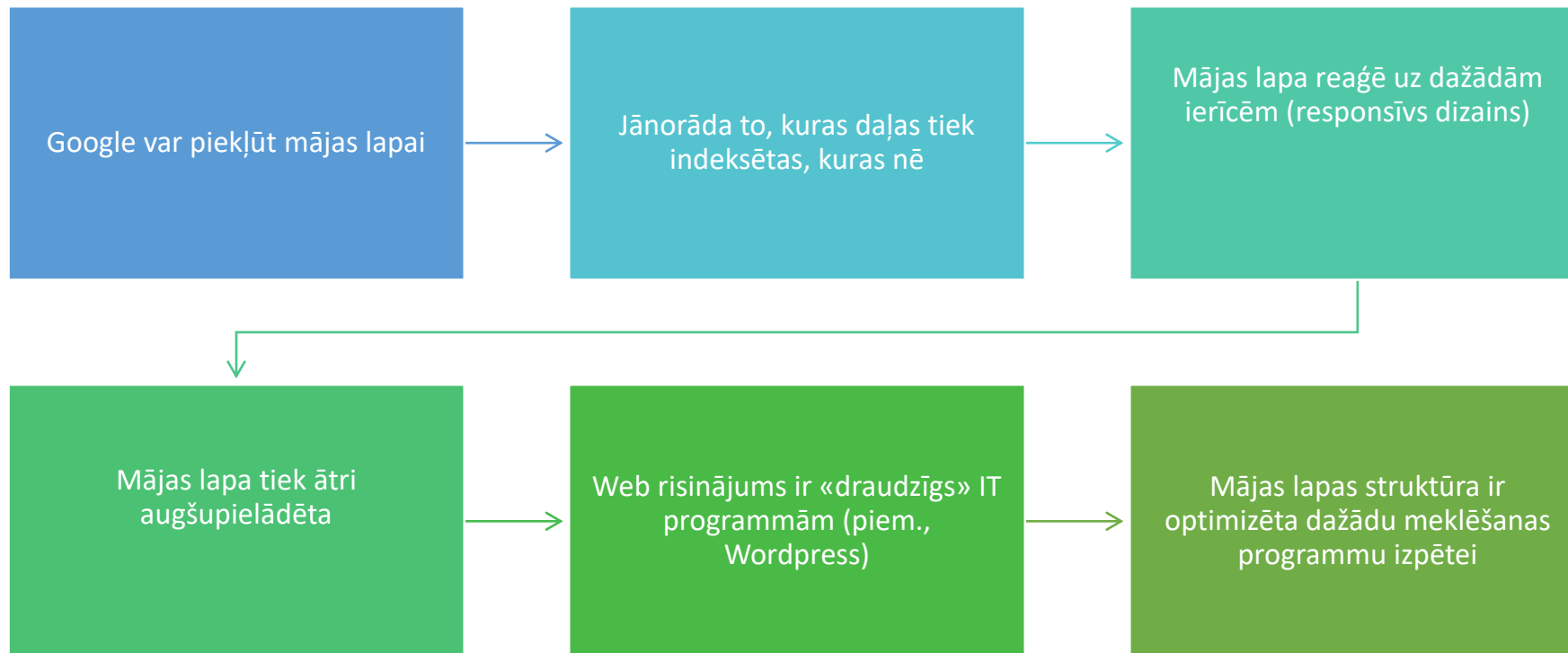
Learn and play



Fotoattēlu rediģēšana



Tehniskais SEO



Tehniskais SEO

Robots.txt – <https://adrese.lv/robots.txt> - definē, kuras mājas lapas daļas crawlers (zirnekļi) var meklēt

Sitemap.xml – fails, kurā uzskaitītas vietnes svarīgās lapas, nodrošinot, ka Google var tās visas atrast un pārmeklēt. Tas arī palīdz meklētājprogrammām izprast jūsu vietnes struktūru. Jūs vēlaties, lai Google pārmeklētu katru būtisku jūsu vietnes lapu

Noindex - meklētājprogrammas nedrīkst indeksēt tīmekļa lapu, un tāpēc tā nedrīkst tikt rādīta meklētājprogrammas rezultātu lapās. Nesekot nozīmē, ka meklētājprogrammām nevajadzētu sekot šajā lapā esošajām saitēm

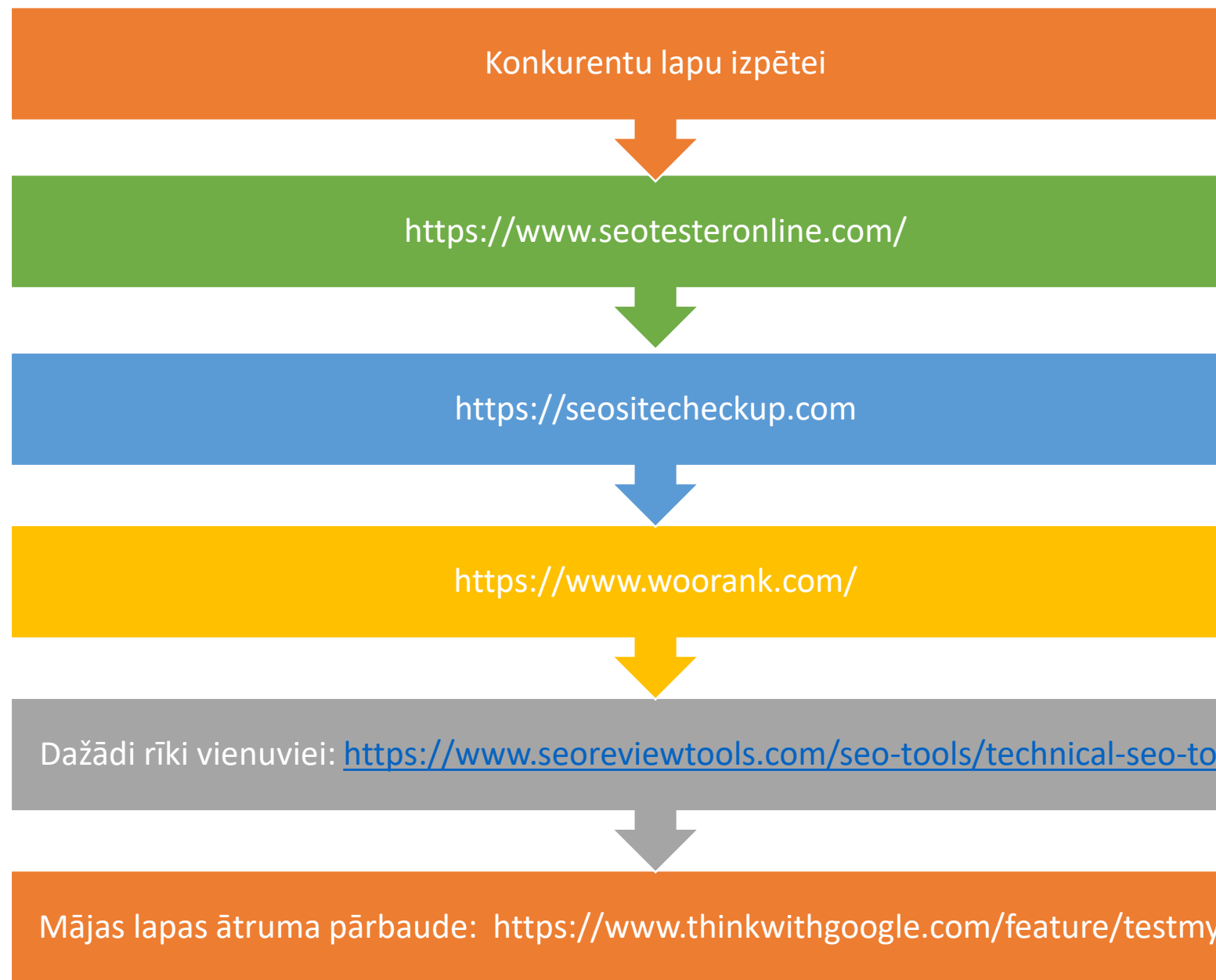
Vai www lapa ir mobilajai lietotnei draudzīga?

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

Redirects (redirekti)

- Novirzīšana ir veids, kā nosūtīt gan lietotājus, gan meklētājprogrammas uz citu URL, nevis to, kuru viņi sākotnēji pieprasīja. Trīs visbiežāk izmantotās novirzīšanas ir 301, 302 un Meta Refresh
- **Redirectu veido:**
- 301, "Moved Permanently" —rekomendēts SEO
- 302, "Found" or "Moved Temporarily"
- Meta Refresh

Online rīki tehniskajai pārbaudei





Crawling, Indexing and Ranking?

Crawling

Crawling: is the analysis of the webpages on the internet. The search engine scans the code and the content of every URL it finds.

Indexing

Indexing: is the gathering of contents found during the crawling process. If a page is on this list, it means that the search engine indexed it, and it can appear among the search results for the related queries.

Ranking

Ranking: is the order in which the indexed results appear on the result page (SERP). The list goes from the most relevant content to the least.

«Zirnekļu» budžets

Katram domēnam ir savs laika/resursu daudzums, ko Google ir gatavs veltīt

Konkrētāks saišu saraksts palīdz izvairīties no jau skatītu lapas daļu atkārtošanas, nevis pārskatīšanas

Ātrāka lapu ielāde — noteiktā laikā varat ielādēt vairāk lapu

Jo vairāk populāru saišu lietotāji skata vairāk, jo vairāk rāpuļprogrammu skatās

Ļoti svarīgi, ja jums ir daudz lapu (e-komercija, vairāk nekā 10 000 utt.)

Noindexing

- Varat novērst lapas vai cita resursa parādīšanos Google meklēšanā, HTTP atbildē iekļaujot metatagu vai galveni noindex
- Kad Googlebot nākamreiz pārmeklēs šo lapu un redzēs tagu vai galveni, Googlebot pilnībā izmet šo lapu no Google meklēšanas rezultātiem neatkarīgi no tā, vai uz to ir izveidotas saites uz citām vietnēm

```
<!DOCTYPE html>
<html><head>
  <meta name="robots" content="noindex" />
  (...)
</head>
<body> (...)</body>
</html>
```

SEO audita rīki

Atslēgvārdu ģenerēšana, ieteikumi

Google rezultātu izvērtēšana, salīdzināšana

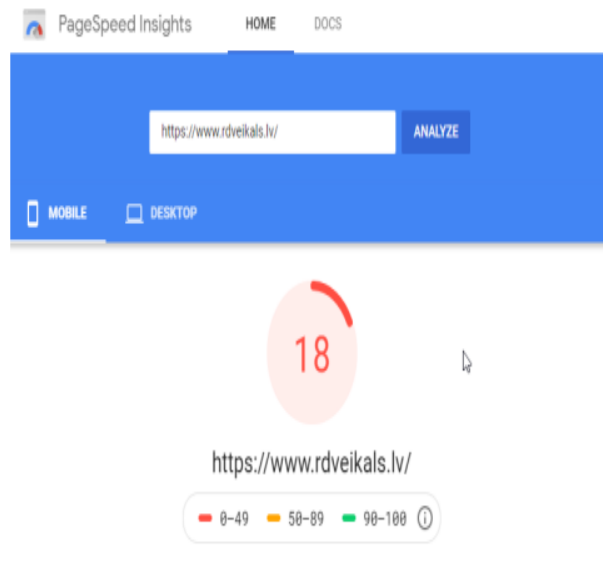
Mājas lapas SEO tehniskais novērtējums

Domēna specifiska analīze, konkurentu izpēte
un salīdzināšana

Meklēt bojātas saites

Cik ātra ir mājas lapa?

- <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>



Field Data – Over the previous 28-day collection period, field data shows that this page **does not pass** the **Core Web Vitals** assessment.



[Show Origin Summary](#)

Opportunities – These suggestions can help your page load faster. They don't **directly** affect the Performance score.

Opportunity	Estimated Savings
▲ Serve images in next-gen formats	4.8 s
▲ Minify JavaScript	3.6 s
▲ Efficiently encode images	3.3 s
▲ Preload key requests	2.25 s
▲ Remove unused JavaScript	1.5 s
▲ Reduce initial server response time	1.4 s
▲ Eliminate render-blocking resources	0.85 s
■ Remove unused CSS	0.45 s
■ Avoid serving legacy JavaScript to modern browsers	0.15 s

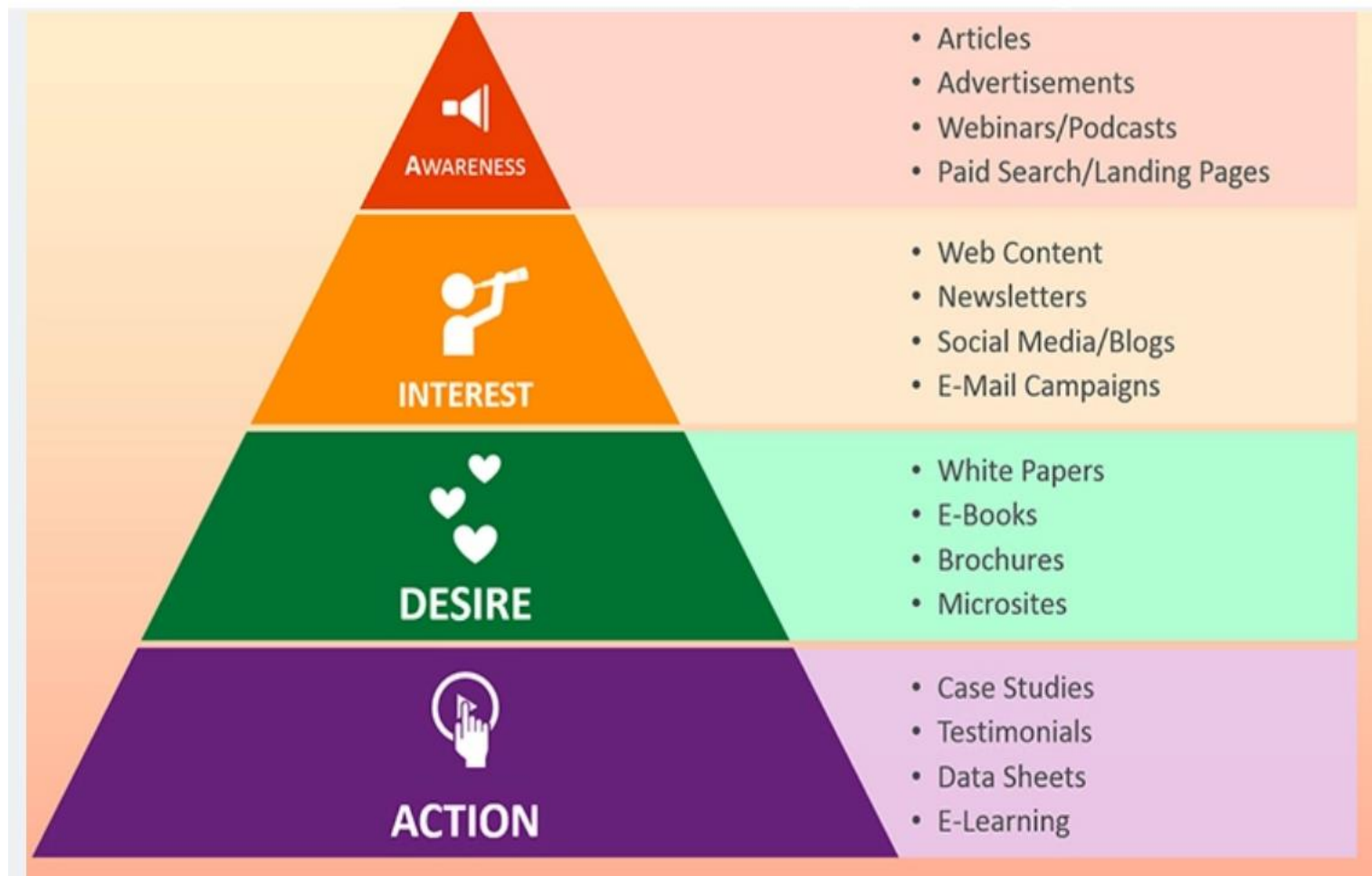
Atslēgas vārdi, kas definēti mājas lapai

SEO: tumšā puse

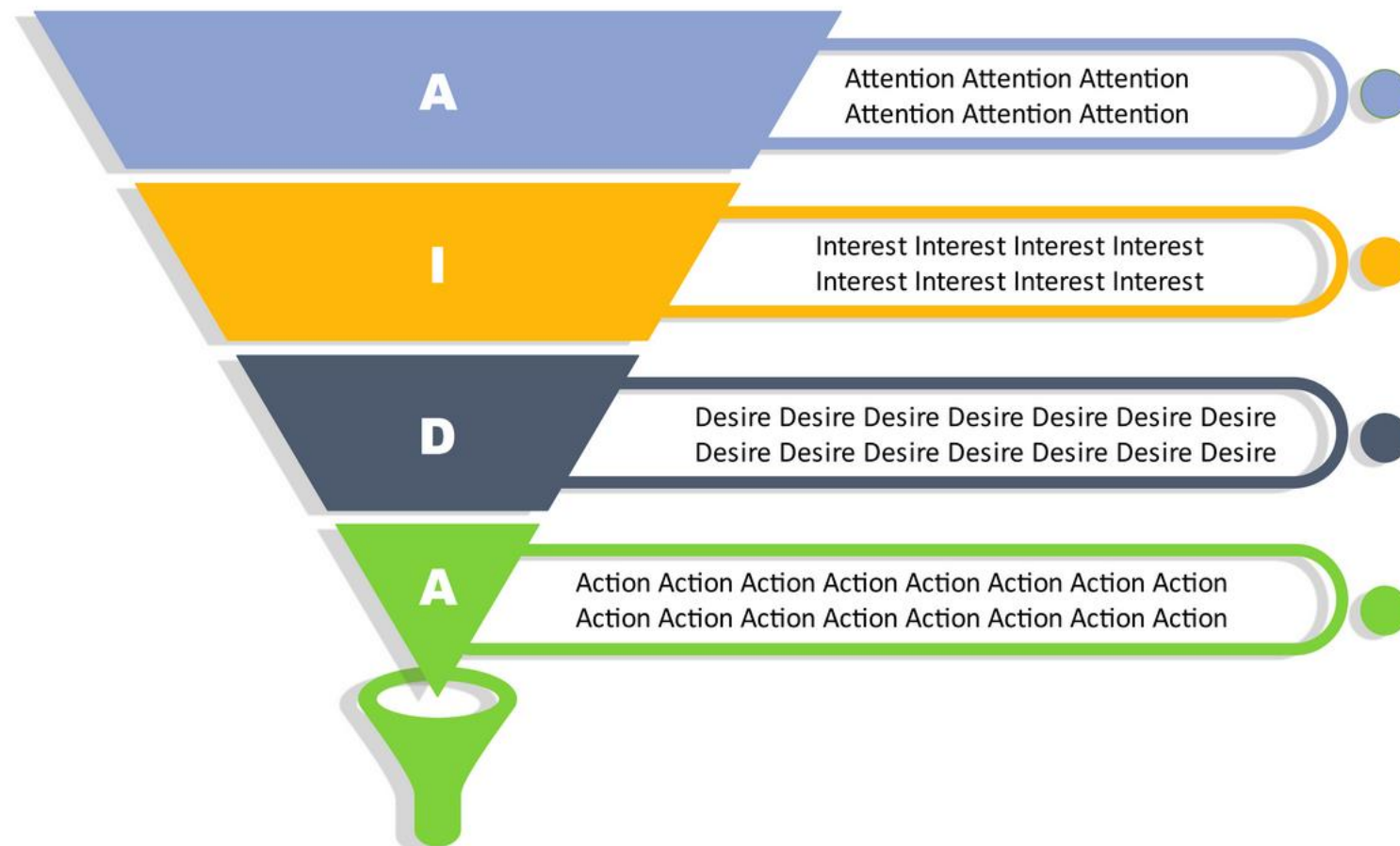
Daži piemēri:

- Atslēgvārdi — pārāk daudz
- Zema kvalitāte, surogātpasts, viltus ziņas
- Saišu pirkšana (nekad to nedariet): saišu apmaiņai jābūt pēc iespējas dabiskākai
- Konkurentu zīmola atslēgvārdu izmantošana
- Slēpts saturs (klienti neredz, meklētājiem)
- Nepatiesi vērtējumi, atsauksmes
- ! Šādi rīkojoties, jūs riskējat tikt pilnībā izslēgts no Google indeksa (manuāls sods).

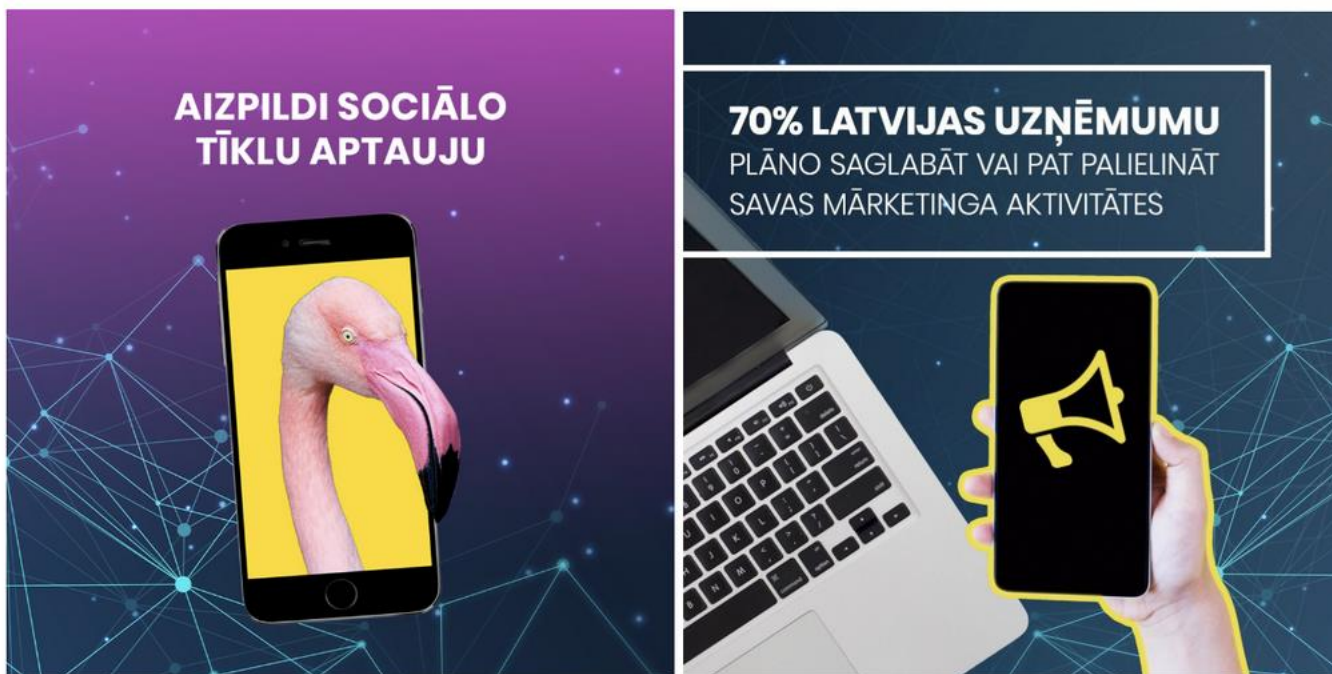
AIDA (Iepazīšana, Interese, Vēlme, Rīcība)



Digitālie rīki AIDA veidošanai



TOP5 GRAFISKĀ DIZAINA TENDENCES 2020.GADĀ



#1 ABSTRAKCIONISMS

Paldies!

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



Vides aizsardzības un
reģionālās attīstības
ministrija



AGDER
fylkeskommune