**Digitālais stāsts un tā formas**

Lai veiksmīgāk veidotu sociālo mediju mārketinga stratēģiju, nepieciešams izprast, kādi ir galvenie iemesli, kāpēc cilvēki seko zīmolu profiliem:

* Cilvēki bieži mēdz sekot zīmolu profiliem, lai pirmie iegūtu informāciju par jaunākajiem produktiem un pakalpojumiem.
* Zīmoli savos sociālo mediju profilos bieži dalās ar īpašajiem piedāvājumiem un atlaidēm, un cilvēki seko šo zīmolu profiliem, lai izmantotu šīs iespējas.
* Dažkārt cilvēku galvenā motivācija sekot zīmola profilam ir tā rīkotie konkursi un spēles, kā arī balvas, ko tajos var laimēt.
* Cilvēki var sekot zīmolu profiliem, lai būtu pirmie, kas uzzina par jaunākajām ziņām saistībā ar zīmolu un nozari kopumā.
* Nereti cilvēki seko zīmolu profiliem, lai palīdzētu zīmolam attīstīties un palielināt savu ietekmi mērķa tirgū. Parasti tie ir lojālie klienti, kas šajos kanālos atbalsta zīmolu, komentējot, daloties ar ziņām un publicējot savu saturu saistībā ar konkrēto zīmolu.

**Kas raksturo efektīvu saturu digitālajā vidē?**

1. Lai saturu varētu pielāgot atbilstoši auditorijas interesēm un vajadzībām, būtiski zināt, kas ir zīmola mērķauditorija.
2. Svarīgi izstrādāt precīzu un atmiņā paliekošu virsrakstu, kas atspoguļo un ieinteresē iepazīties ar publikācijas saturu.
3. Lai saturs būtu viegli uztverams, to jāstrukturē, piemēram, izmantojot apakšvirsrakstus, uzskaitījumus un citus strukturēšanas veidus.
4. Attēli un video var palīdzēt padarīt saturu aizraujošāku un vieglāk uztveramu. Lai paspilgtinātu satura stāstu, svarīgi izvēlēties saturam atbilstošas vizualizācijas.
5. Efektīvs saturs ir viegli uztverams, tāpēc ir svarīgi izvēlēties auditorijai un saturam atbilstošu stilu, piemēram, formālu vai neformālu.
6. Lai uzlabotu sava satura pozīcijas dažādos meklētājrīkos, ir svarīgi izmantot atbilstošus atslēgvārdus un veidot saites uz citām vietnēm.

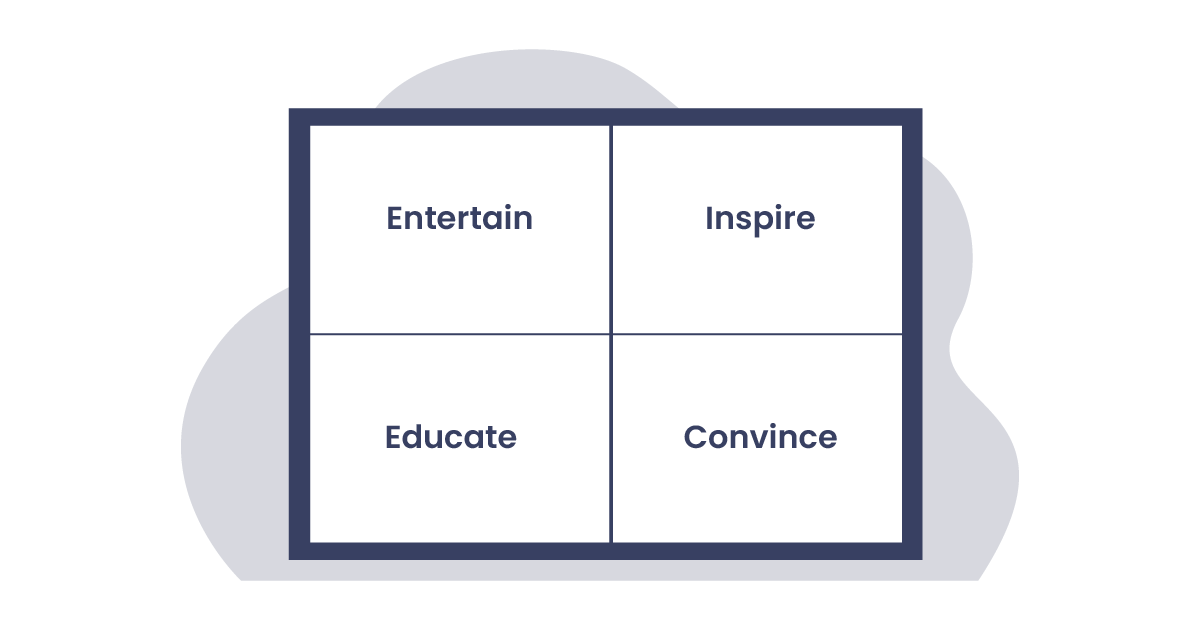
**Satura radīšana**

Lai radītu efektīvu saturu, būtiski zināt, kas ir Jūsu mērķauditorija, jo tas palīdzēs veidot auditorijas interesēm atbilstošu saturu. Svarīgi arī izvēlēties publicēšanas videi, saturam un mērķauditorijai atbilstošāko formātu, piemēram, tekstu, video vai infografiku. Jāpārliecinās, vai cilvēkiem saturs ir viegli pieejams un saprotams, piemēram, vai mājaslapas blogam var piekļūt bez reģistrēšanās sistēmā. Svarīgi, lai tekstuālais saturs ietver zīmola mērķiem atbilstošos atslēgvārdus.

Lai publicētais saturs sasniegtu plašāku mērķauditoriju, nepieciešams izmantot dažādas mārketinga aktivitātes, piemēram, sociālo mediju reklāmas kampaņas, ierakstu sponsorēšanu vai e-pasta mārketinga iespējas. Nepieciešams arī mērīt satura gūtos rezultātus, piemēram, sasniegtās auditorijas apjomu, mājaslapas sadaļā pavadīto laiku, iesaisti sociālo mediju publikācijā u. c.

**Satura mērķi**

Satura mārketinga matrica ilustrē četrus galvenos satura mērķus: izklaidēt, izglītot, iedvesmot vai pārliecināt.



**Izklaidēt**: Ikvienam patīk laba atmosfēra! Saturs, kas izveidots, lai izklaidētu mērķauditoriju, ne vienmēr tieši pārdod produktu. Taču tas varētu uzbudināt un izraisīt pozitīvu reakciju tādā veidā, kas cilvēkiem liek justies emocionāli saistītiem ar jūsu uzņēmumu vai zīmolu.

**Iedvesmot**: Iedvesmojošs saturs arī ir emocionāli piesātināts, taču tādā veidā, kas motivē jūsu mērķauditoriju pieņemt lēmumu par pirkumu.

**Izglītot**: Šis ir gandrīz katra mārketinga speciālista iecienītākais saturs, jo tajā var demonstrēt zināšanas par konkrēto tēmu. Izglītošanas nolūkā veidots saturs parasti ir racionālāks, ar nolūku sniegt risinājumus kādai problēmai, ar ko saskaras mērķauditorija.

**Pārliecināt**: Pārliecinošs saturs parasti ir vieta, kur viss smagais darbs atmaksājas. Tā mērķis ir mudināt mērķauditoriju spert pēdējo soli, lai pabeigtu pirkumu. Saturs šajā kvadrantā parasti ietver faktus, skaitļus un analītiskos datus, lai attēlotu jūsu produkta vai pakalpojuma priekšrocības, un uzrunā auditorijas racionālās intereses.

Vairāk skaties [šeit.](https://buttercms.com/blog/content-marketing-matrix/#:~:text=The%20content%20marketing%20matrix%20illustrates,educate%2C%20inspire%2C%20or%20convince.)

**Satura mārketings**

Satura mārketings aptver satura radīšanu un izplatīšanu ar mērķi sasniegt mērķauditoriju, kā arī radīt auditorijas interesi par uzņēmuma produktiem vai pakalpojumiem.

Lai īstenotu satura mārketingu var tikt izmantoti dažādi kanāli un satura veidi, piemēram, bloga raksti mājaslapā, reklāmraksti medijos, video, infografikas, ieraksti sociālajos medijos, e-pasta izsūtnes, podkāsti jeb raidieraksti, vebināri u. c. Nereti viena ziņojuma ietvaros tiek aptverti vairāki kanāli – tā iespējams optimizēt satura veidošanas resursus, kā arī dziļāk iepazīstināt auditoriju ar konkrēto tēmu.

Vairāk skaties [šeit](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https:/go.marketo.com/rs/marketob2/images/DG2ECM.pdf).

**Satura vadlīnijas**

Satura vadlīnijas palīdz nodrošināt, ka zīmola izveidotais un kopīgotais saturs ir konsekvents, precīzs un atbilst uzņēmuma vērtībām un mērķiem. Vadlīniju izstrāde var arī palīdzēt samazināt neskaidrības un nodrošināt, ka visi komandā iesaistītie izprot, kā tieši jāveido un jāpublicē konkrētā zīmola saturs. Tas ir sevišķi būtiski lielos zīmolos, kur satura veidošanā nereti notiek sadarbība starp vairākām personām vai nodaļām.

Daži piemēri par to, kādi elementi var tikt iekļauti satura vadlīnijās:

* Zīmola balss un tonis, kas ietver stilu un valodu, kas būtu jāizmanto zīmola saturā.
* Mērķauditorija. Saturs ir jāveido, paturot prātā noteiktu auditoriju, un vadlīnijās var norādīt, kas ir šī auditorija un kāda veida saturs tai ir visatbilstošākais.
* Galvenie ziņojumi. Vadlīnijas var ietvert galvenās vēstījumu tēmas, kas jānodod zīmola saturā.
* Formāts un stils. Vadlīnijās var norādīt satura veidus (piemēram, bloga raksti, video, infografikas) un izmantojamo formatējumu un stilu.
* Kanāli, kuros uzņēmuma saturs ir jāizplata (piemēram, mājaslapa, sociālie mediji, e-pasta mārketings).

Vadlīnijas var ietvert arī dažādus zīmolam un izvēlētā satura veidam atbilstošus elementus, piemēram, mūzikas izvēli, izmantotās krāsas, grafiskos elementus, tekstu stilu, garumu u. c.

**Bloga ieraksti**

Blogs zīmolam var būt vērtīgs rīks, jo caur to zīmols var tikt virzīts kā nozares eksperts, kā arī nodrošināt mājaslapā vērtīgu un regulāri papildinātu informāciju. Blogi var būt arī noderīgs veids, kā uzlabot uzņēmuma pozīcijas meklētājprogrammās, jo tie sniedz iespēju izmantot atbilstošus atslēgvārdus un frāzes.

Lai bloga ieraksti būtu efektīvi, jācenšas regulāri atjaunināt sava zīmola bloga sadaļu ar mērķauditorijai atbilstošu un augstas kvalitātes saturu. Lai sasniegtu plašāku auditoriju, saturu iespējams izplatīt un reklamēt sociālajos medijos un citos kanālos.

Iepazīstieties ar trīs uzņēmumu blogiem un to rakstiem: [Mozello](https://www.mozello.lv/blogs/kas-ir-socialie-pieradijumi-un-5-veidi-ka-tu-vari-tos-izmantot-sava-interneta-veikala" \t "_blank), [Latvijas Tālrunis](https://www.latvijastalrunis.lv/post/video-nozime-2022-gada-ko-nemt-vera-uznemumiem) un [Visma](https://www.latvijastalrunis.lv/post/video-nozime-2022-gada-ko-nemt-vera-uznemumiem" \t "_blank).

**Sociālo mediju saturs**

Sociālo mediju saturs ir informācija, attēli, video un citi materiāli, kas tiek kopīgoti sociālo mediju platformās, piemēram, Facebook, Instagram, TikTok, un LinkedIn. Šo saturu var izveidot un koplietot gan privātpersonas, gan arī uzņēmumi un organizācijas.

Efektīvam sociālo mediju saturam jābūt vērstam uz mērķauditoriju, kā arī tai interesantam, atbilstošam un vērtīgam. Saturam jābūt arī vizuāli pievilcīgam un viegli saprotamam, jo sociālo mediju lietotāji saturu mēdz pārskatīt ļoti ātri, iedziļinoties vien nelielā apjomā.

Dažādās sociālo mediju platformās pieejami atšķirīgi satura publicēšanas veidi, te daži no [tiem](https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-social-media):

**Rakstīšanas tehnikas**

Pastāv vairākas tehnikas, kas var palīdzēt uzlabot rakstiskā satura kvalitāti un efektivitāti.

1. Rakstiet skaidri un kodolīgi, izvairoties no liekvārdības vai žargonu izmantošanas. Centieties radīt viegli saprotamus tekstus.
2. Izmantojiet virsrakstus un apakšvirsrakstus, jo tie var palīdzēt strukturēt saturu un atvieglot lasīšanu un navigāciju.
3. Izmantojiet uzskaitījumus un sarakstus, tie var palīdzēt sakārtot garākus tekstus, kā arī atvieglot to uztveršanu.
4. Izmantojiet aktīvu balsi, tas padarīs tekstus saistošākus un lasītājiem būs vieglāk saprast galveno ziņojumu un tā mērķi.
5. Izmantojiet pārejas frāzes, kas var palīdzēt savienot idejas un padarīt rakstīšanu saskaņotāku.
6. Izmantojiet īsas rindkopas, jo tādējādi saturs var būt vieglāk lasāms un saprotamāks.
7. Rūpīgi rediģējiet un izlasiet savu rakstīto, lai pārliecinātos, ka tajā nav kļūdu un tiek skaidri nodots vēlamais ziņojums.

**Digitālo līdzekļu satura tipi: audio, video un attēls**

Audio, video un attēlu loma digitālajā komunikācijā

Lai veidotu interaktīvāku, iesaistošāku un efektīvāku saturu, nereti tiek izmantoti arī audio, video vai attēlu formāta saturs.

Audio, piemēram, īsi skaņas faili noskaņas veidošanai vai garākas ekspertu sarunas var būt ērts veids, kā auditorija var patērēt saturu, piemēram, atrodoties ceļā. Arvien izplatītākas kļūst arī balss ziņas, kas var būt dinamisks informācijas kopīgošanas veids arī zīmola komunikācijā.

Video saturs, piemēram, *YouTube* vietnē vai tiešraides Instagram profilā var būt efektīvs veids, kā piesaistīt uzmanību un iesaistīt auditoriju, jo tas ļauj iegūt personiskāku un interaktīvāku pieredzi.

Attēli un grafikas var būt efektīvs informācijas un ideju paziņošanas veids, kā arī var palīdzēt padarīt saturu piesaistošu, vizuāli pievilcīgu un viegli saprotamu.

**Audio satura plānošana un izveide**

Lai izveidotu pēc iespējas kvalitatīvāku un efektīvāku audio failu, ieteicams ieguldīt laiku šī procesa plānošanā. Lai plānotu nepieciešamos resursus, būtiski arī apzināties procesa soļus:

1. Izvēlieties sava audio satura tēmu un, lai gūtu dziļāku izpratni par to, veiciet nepieciešamo izpēti.
2. Veiciet satura plānošanu, izklāstiet sava audio satura galvenos punktus un struktūru un apsveriet, kā pasniegsiet informāciju.
3. Apkopojiet visu nepieciešamo aprīkojumu. Atkarībā no audio satura veida, kuru veidojat, Jums var būt nepieciešams noteikts aprīkojums, piemēram, mikrofons, ierakstīšanas programmatūra un austiņas.
4. Ierakstiet audio saturu, izmantojot izvēlēto aprīkojumu. Noteikti runājiet skaidri un saprotami. Lai izvairītos no noguruma, ja nepieciešams, ieplānojiet pārtraukumus.
5. Kad būsiet ierakstījis audio, iespējams, tas būs jārediģē, lai gala materiālā izvairītos no kļūdām vai liekām pauzēm. To var izdarīt, izmantojot audio rediģēšanas programmatūru.
6. Kad esat pabeidzis audio saturu, varat to publicēt ieplānotajā platformā, piemēram, mājaslapā, *Spotify* u. c.
7. Veicot šīs darbības, varat izveidot augstas kvalitātes audio saturu, kas piesaista un informē auditoriju.

**Video satura plānošana un izveide**

Atkarībā no izvēlētā video mērķa un formāta atšķirsies arī nepieciešamo resursu apjoms. Lai izveidotu video, ir jāpievērš uzmanība šādiem soļiem:

Izstrādājiet scenāriju (script), izdomājiet, ko un kā Jūs vēlaties pateikt šajā video. Pārliecinieties, vai Jūsu scenārijs ir saprotams un vai tam varēsiet viegli sekot līdzi.

Izvēlieties video formātu, kādā vēlaties to izveidot, piemēram, animāciju, interviju, video blogu u. c.

Izplānojiet, kā izskatīsies video. Svarīgi izplānot tādus elementus kā vide, kameras leņķi, apgaismojums, mūzika u. c.

Veiciet sagatavošanās darbus, izvēlieties vēlamo ierakstīšanas vietu, uzstādiet kameru un citus ierakstīšanas instrumentus, piemēram, mikrofonus un gaismas, kā arī sagatavojieties un sagatavojiet iesaistītās personas video ierakstam.

Ierakstiet video, ievērojot scenāriju un izvēlētos elementus.

Apstrādājiet video, lai uzlabotu tā kvalitāti un pievienotu nepieciešamos papildinājumus: titrus, subtitrus, mūziku, filtrus u. c. Šis process ietver arī video pārveidi dažādās dimensijās, ja to plānots publicēt atšķirīgās vidēs, piemēram, Instagram Reels un Vimeo.

Publicējiet video izvēlētajā platformā, piemēram, YouTube, Vimeo Facebook, Instagram, TikTok u. c.

Tā kā video izveide var būt sarežģīta un prasīt ilgāku laiku, var būt noderīgi izmantot video apstrādes programmas, lai palīdzētu sagatavot un pielāgot video pēc tā ierakstīšanas.

**Audio un video apstrādes programmas**

Ir daudz bezmaksas video un audio apstrādes programmu, kuras var izmantot, lai apstrādātu video un audio failus.

Dažas no populārākajām bezmaksas programmām [ir](https://www.wix.com/blog/photography/free-video-editing-software?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=21361713764%5e164676352953%5esearch%20-%20dsa&experiment_id=%5e%5e701617977576%5e&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw0aS3BhA3EiwAKaD2ZRF68JnkHLOyRT9oEGKtQly1czbjXSacCnhvyz9aAkbufZnWyzUqRxoCexQQAvD_BwE):

Tiešraides veidošana sociālajos medijos

Tiešraides sociālajos medijos ļauj zīmolam radīt un dalīties ar savu saturu reāllaikā, veidojot augstu iesaisti un tūlītēju atgriezenisko saiti. Tiešraides sociālajos medijos var būt izklaidējošas, informatīvas un pat izglītojošas – atkarībā no tā, ko zīmols vēlas sasniegt.

* Lai veidotu tiešraidi sociālajos medijos, vispirms ir nepieciešams profils izvēlētajā sociālajā platformā, piemēram, *YouTube*, *Facebook* vai *Instagram*, kur vēlaties pārraidīt savu tiešraidi. Lai uzņemtu tiešraides video, nepieciešama kamera un mikrofons.
* Ja vēlaties tiešraidi publicēt vairākās platformās vienlaikus, nepieciešams izvēlēties kādu straumēšanas programmatūru, piemēram, OBS (*Open Broadcaster Software*) vai *XSplit*, lai pārraidītu saturu izvēlētajos sociālajos medijos. Šīs programmas parasti ļauj iestatīt audio un video ierīces, konfigurēt jeb pielāgot straumēšanas iestatījumus un vēl daudz ko citu. Ja tiešraidi plānots organizēt vienā konkrētā platformā, to var veidot tieši šajā sociālajā medijā, neizmantojot ārējās programmatūras.
* Nākamajā solī jāizveido tiešraides notikumu (*event*) sociālajā platformā un, ja nepieciešams, jāizmanto izvēlēto straumēšanas programmatūru. Tiešraides laikā iespējams pievienot komentārus, jautājumus, uzturēt mijiedarbību ar auditoriju.

Tā kā tiešraides tehniskā veidošana var būt sarežģīta un prasīt dažādas tehniskas prasmes un ierīces, pirmajās reizēs svarīgi rūpīgi izpētīt visu nepieciešamo un/vai lūgt kāda pieredzējuša speciālista palīdzību. Dažās sociālo mediju platformās, piemēram, *Instagram*, iespējams veikt izmēģinājuma tiešraidi, kas nav publiski redzama.

**Attēli digitālajās platformās**

Attēli digitālajā mārketingā ir būtisks elements, kas ļauj radīt emocionālu saikni ar mērķauditoriju, kā arī veicināt produktu vai pakalpojumu pārdošanu. Attēli var tikt izmantoti, lai radītu reklāmas un mārketinga materiālus, piemēram, banerus, sociālo mediju kampaņas, e-pasta ziņojumus u. tml., lai sasniegtu zīmola uzstādītos mērķus.

Attēli digitālajā mārketingā var būt dažādi, sākot no produktu attēliem, līdz infografikām, lai parādītu informāciju vizuāli pievilcīgā veidā. Attēli var tikt izmantoti arī, lai radītu emocionālu saikni ar mērķauditoriju, piemēram, ar emocijām saistītiem attēliem vai ar skaistām fotogrāfijām, kas veicina pozitīvas sajūtas.

Digitālajā mārketingā izmantojamos attēlus var iegūt dažādos veidos, piemēram, veidojot foto sesijas, izstrādājot grafiskā dizaina materiālus, iegūstot attēlus kādā bezmaksas attēlu bibliotēkā vai iegādājoties licences.

Veidojot mārketinga materiālus, attēlus parasti nepieciešams apstrādāt, piemēram, mainot to izmērus vai pievienojot tekstu. Lai to paveiktu, iespējams izmantot kādu ērtu attēlu apstrādes programmatūru, piemēram, *Canva* vai izveidot uzdevumu un piesaistīt profesionāli.

**Bezmaksas attēlu bibliotēkas**

Dažādas vietnes piedāvā bezmaksas fotoattēlu, grafiku un cita vizuālā satura bibliotēkas, kuras lietotāji var izmantot savos dizaina materiālos. Šajās bibliotēkās var būt dažādi attēli un citi datu nesēji, tostarp fotogrāfijas, ilustrācijas, ikonas un citas grafikas.

* [1. Unsplash](https://buffer.com/library/free-images/#1-unsplash)
* [2. Dupe](https://buffer.com/library/free-images/#2-dupe)
* [3. Burst](https://buffer.com/library/free-images/#3-burst)
* [4. Pexels](https://buffer.com/library/free-images/#4-pexels)
* [5. Pixabay](https://buffer.com/library/free-images/#5-pixabay)
* [6. Free Images](https://buffer.com/library/free-images/#6-free-images)
* [7. Kaboompics](https://buffer.com/library/free-images/#7-kaboompics)
* [8. Stocksnap.io](https://buffer.com/library/free-images/#8-stocksnap.io)
* [9. Canva](https://buffer.com/library/free-images/#9-canva)
* [10. Life of Pix](https://buffer.com/library/free-images/#10-life-of-pix)
* [11. Gratisography](https://buffer.com/library/free-images/#11-gratisography)
* [12. Vecteezy](https://buffer.com/library/free-images/#12-vecteezy)
* [13. Flickr](https://buffer.com/library/free-images/#13-flickr)
* [14. The Jopwell Collection](https://buffer.com/library/free-images/#14-the-jopwell-collection)
* [15. WOCinTech](https://buffer.com/library/free-images/#15-wocintech)
* [16. PicJumbo](https://buffer.com/library/free-images/#16-picjumbo)
* [17. VistaCreate](https://buffer.com/library/free-images/#17-vistacreate)
* [18. Depositphotos](https://buffer.com/library/free-images/#18-depositphotos)
* [19. iStock](https://buffer.com/library/free-images/#19-istock)
* [20. New Old Stock](https://buffer.com/library/free-images/#20-new-old-stock)
* [21. Morguefile](https://buffer.com/library/free-images/#21-morguefile)
* [22. Google Advanced Image Search](https://buffer.com/library/free-images/#22-google-advanced-image-search)

**Grafiskā dizaina programmas**

Pieejamas dažādas maksas un bezmaksas grafiskā dizaina programmas, lai ikviens varētu veidot profesionālus un glīti noformētus mārketinga materiālus.

[Šeit](https://blog.hubspot.com/marketing/best-free-graphic-design-software) ir dažas populāras bezmaksas grafiskā dizaina programmas:

Vizuālo materiālu izveide rīkā *Canva*

*Canva* ir grafiskā dizaina programma, ar kuras palīdzību iespējams izveidot vizuālu saturu dažādiem mērķiem, piemēram, sociālo mediju publikācijām, prezentācijām un dokumentiem. Tā piedāvā plašu veidņu, rīku un resursu klāstu, lai sniegtu iespēju izveidot profesionālas kvalitātes dizainu bez īpašām dizaina iemaņām. Dažas *Canva* funkcijas ietver:

* plašu veidņu, attēlu, grafiku un fontu bibliotēku;
* mūzikas un video failus;
* dizaina rīkus, piemēram, iespējas formatēt tekstu, izmantot dažādas formas un uzlīmes;
* iespēju sadarboties ar kolēģiem un partneriem reāllaikā;
* integrāciju ar populārām sociālo mediju platformām un citiem pakalpojumiem.

*Canva*rīks pārlūkā vai lietotnē pieejams gan datorā, gan mobilajās ierīcēs un piedāvā bezmaksas, kā arī maksas versijas (plašākām iespējām). Šo rīku bieži izvēlas uzņēmumu pārstāvji, pedagogi un privātpersonas, kas meklē  viegli lietojamu dizaina rīku.