

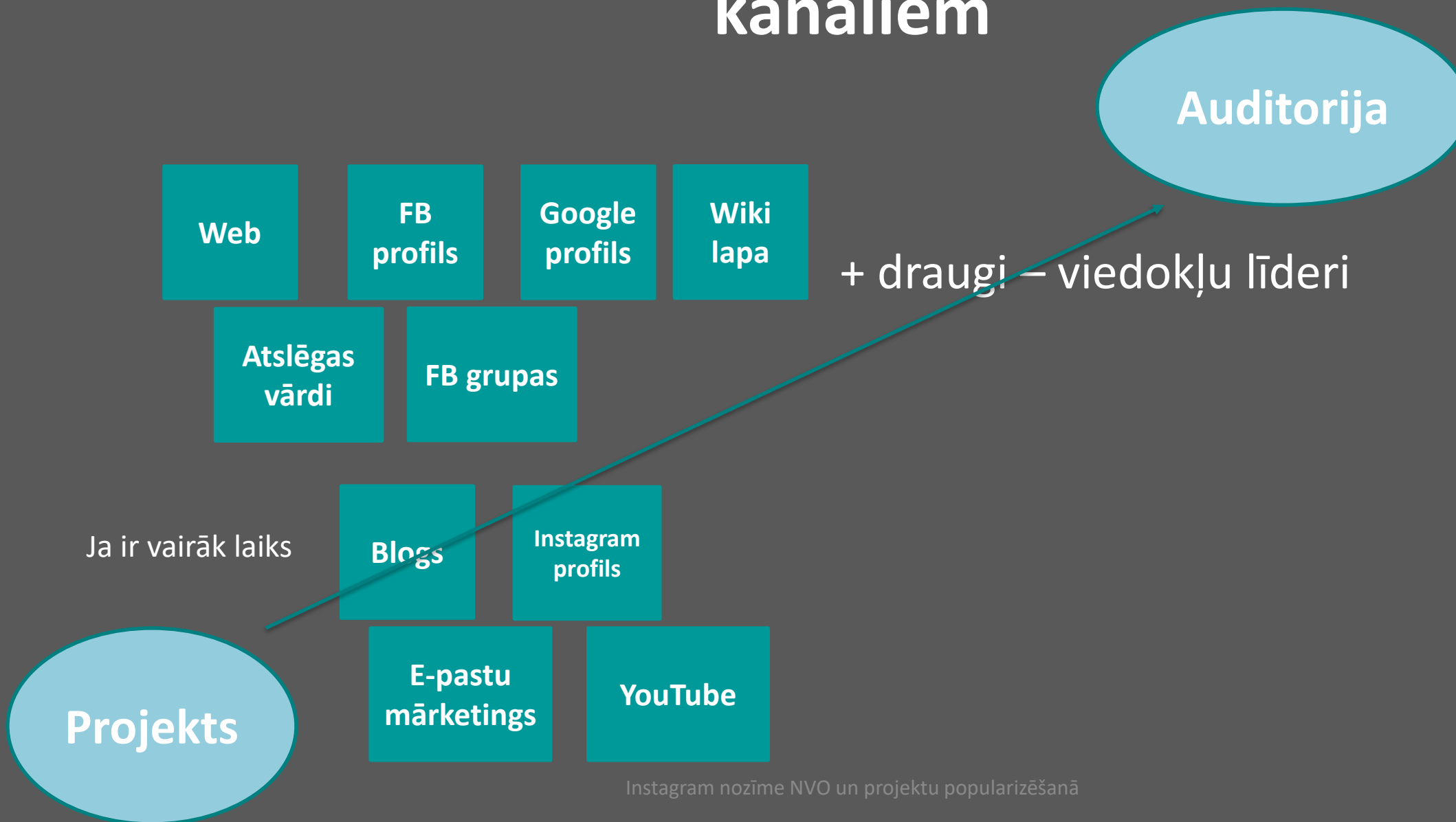
Instagram komunikācija biedrību un projektu popularizēšanai

Kristīne Tjarve,
26/10/2022

Šodienas plāns

- Digitālās komunikācijas tendences
- Influenceru attiecības
- Nosacījumi Instagram komunikācijai

Pamatkomplekts mazai organizācijai komunikācijas kanāliem



DIGITĀLĀS KOMUNIKĀCIJAS TENDENCES

Plūsma no sociālajiem medijiem uz tīmekļa vietnēm

- 64,4% no Facebook
- 17,64% no Twitter
- 7,60% no Pinterest
- 4,96% no Instagram
- 2,47% no YouTube

Statcounter

Uzmanība digitālajam saturam

- Esam nepacietīgi – FOMO (bailes kaut ko palaist garām)
- Paralēlais patēriņš 2-3 ierīcēs vienlaikus
- Uzmanības laiks saturam 7 sekundes (FB 2 sekundes)
- *On-demand* (pēc pieprasījuma) un multi platformu pieprasījums
- Par 64% pieaudzis laiks, ko pavadām digitālajā vidē

Digitālā drošība jeb 2 faktoru autentifikācija

- Noteikti visos kanālos jāiekļauj divfaktoru autentifikācija, jo aizvien vairāk parādās situācijas par nozagtiem/ uzlauztiem kontiem:
 - E-pastu divfaktoru autentifikācija
 - Facebook divfaktoru autentifikācija
 - Instagram divfaktoru autentifikācija
- Noderīgs raksts par datu privātumu

Lietotne Tik Tok

- Daudziem zīmoliem 2021. gadā TikTok bija kā zvaigžņu platforma
- Tik Tok izaugsme pēdējos gados ir ļoti strauja – mēnesī ir vairāk nekā 1 miljards aktīvo lietotāju, prognozes liecina, ka šogad tā lietotāju skaits apsteigs Instagram

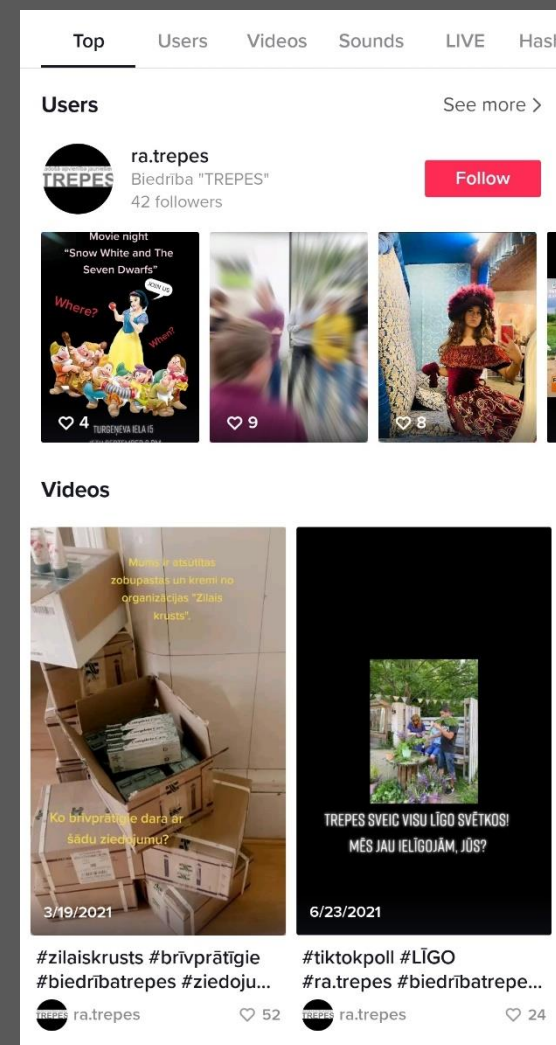
<https://kursors.lv/2021/04/22/latvija-tapusi-pirma-tiktok-maja/>



TikTok

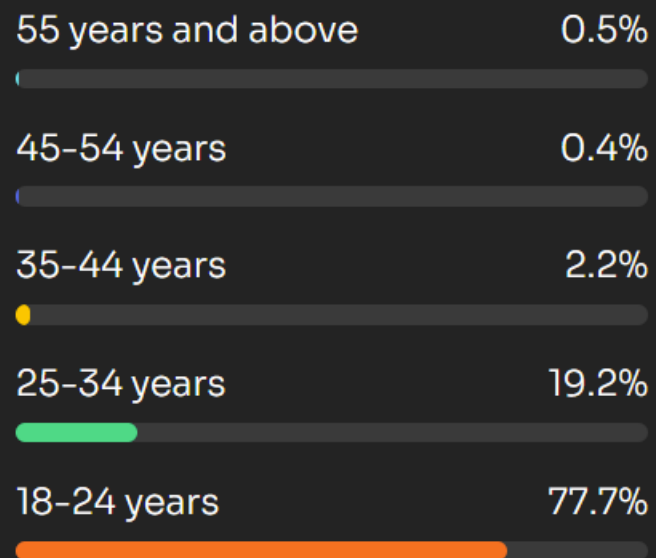
Kādēļ zīmoli/ organizācijas var domāt par komunikāciju Tik Tok

- Tiktok vēl nav tik pārpildīts ar zīmoliem un reklāmām, tādēļ visiem vēl ir iespējas
- Tie zīmoli, kuriem izdosies atrast savu nišu šajā platformā, iegūs vairāk konkurences priekšrocību attiecībā uz gados jaunāku auditoriju

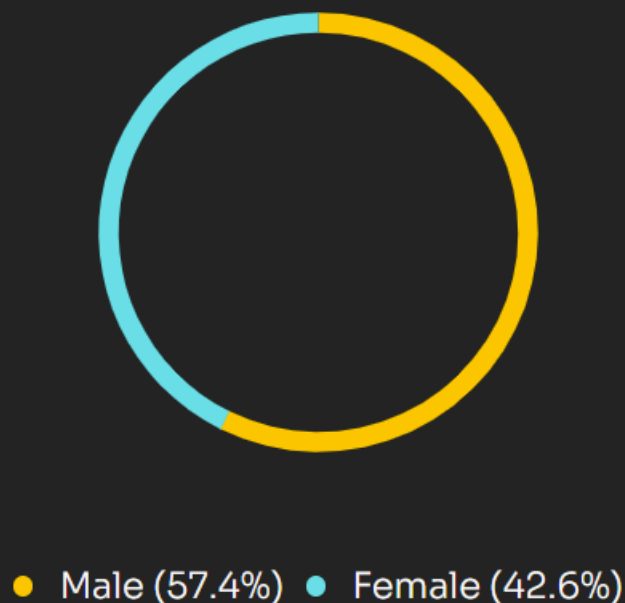


Tik Tok Latvijā

Age



Gender



Top devices

- 01 HuaWei HUAWEI P30 lite
- 02 HuaWei HUAWEI P smart 2019
- 03 Samsung Galaxy A40
- 04 Samsung Galaxy A20e
- 05 HuaWei P20 lite

<https://www.start.io/audience/tiktok-users-in-latvia>

Populārākie Latvijas TikTok autori

1	-	 latvian_sisters @landlida	1.7M	53.7M
2	-	 Kristaps @kristapssk	1.1M	23.9M
3	-	 VL @vallerielogina	863.1K	34.3M
4	-	 Стас Давыдов @orangebrains	492.1K	11.4M
5	-	 acoustic @acoustictune	391.9K	5M
6	-	 Abisekha Ganesan @dreams_catcher01	339.6K	1.8M
7	-	 Yegor @jagersmm	333.5K	2.7M
8	-	 snowmarite @snowmarite	263.7K	4.3M
9	-	 Ultimate TikTok ❤️❤️❤️ @tiktok.mars	236.8K	7.4M
10	-	 Paula @loypaulaa	212.1K	4.4M

<https://insiflow.com/tiktok/top/country/lv>

Jaunieši un sociālie mediji

Pārsvarā izmanto 2 kanālus – TikTok un Instagram

Tik Tok iespējas

- Nav izstrādāts stingrs regulējums kā IG un citiem sociālajiem medijiem, kuri tirgū ir ilgāku laiku
- TikTok pašlaik vēl nav reklāmu, tādēļ pievilcīgāks lietotājiem
- Vairāk izklaides saturs, jo tendēts uz jokiem, tendencēm (trendiem)
- Iespējams noķert vīriešu auditoriju, kas nav tik daudz citos kanālos
- Vēl ir samērā maz organizāciju/ uzņēmumu kontu

Būtiska loma lietotāju veidotam saturam



- Gan Tik Tok, gan Instagram būtiska loma ir lietotāju veidotam saturam un organizāciju darbinieku/ dalībnieku saturam, kas ir līdzīgs jau ierastajam ietekmētāju mārketingam (influenceriem)
- Šis noteikti jāparedz arī NVO komunikācijas stratēģijās!

Instagram

- Instagram ilgāku laiku bijis kā izcilības paraugs sociālajos tīklos gan ar satura dažādību, gan spēju piesaistīt jaunus sekotājus
- Tik Tok ir izaicinājis šo tīklu un attīstījis jaunus virzienus, piemēram, Reels, kas ieguvis plašu popularitāti
- 2022. gadā Instagram sniegs lielāku atbalstu satura radītājiem (t.s. letekmētājiem, influenceriem) – lai viņi varētu daudz vairāk uzrunāt sekotājus nekā zīmoli



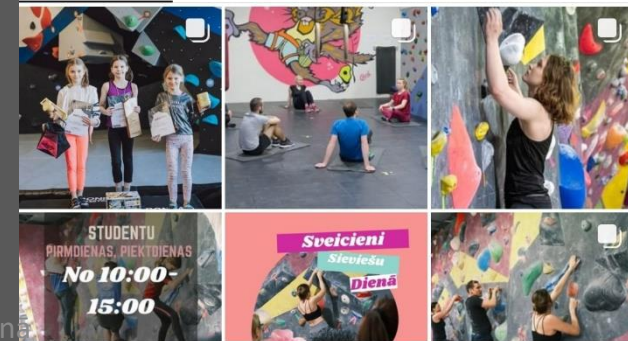
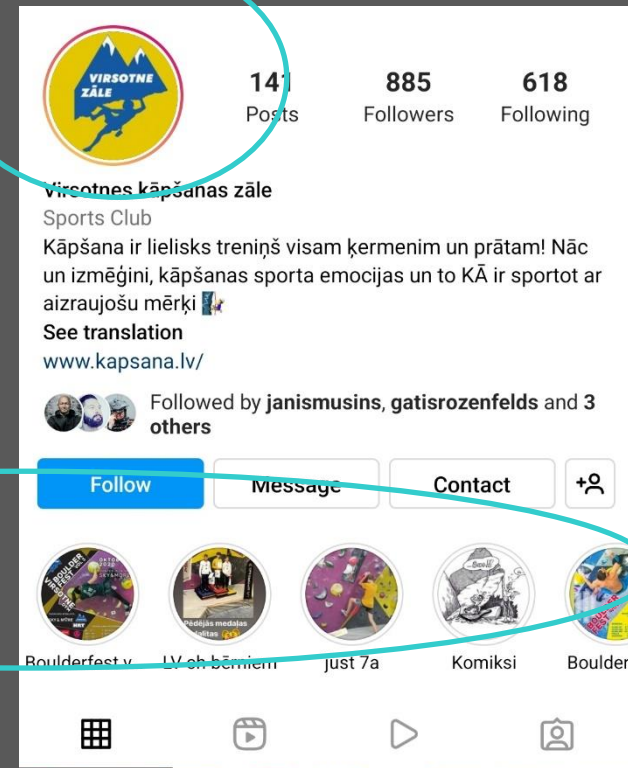
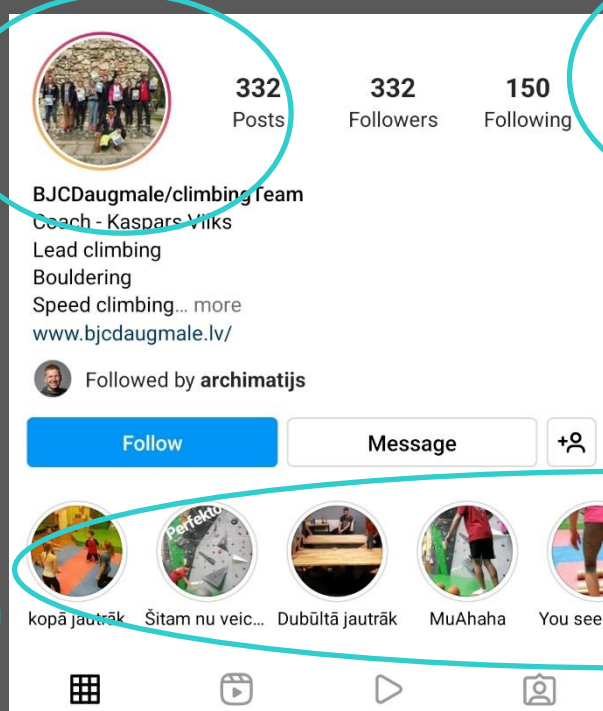
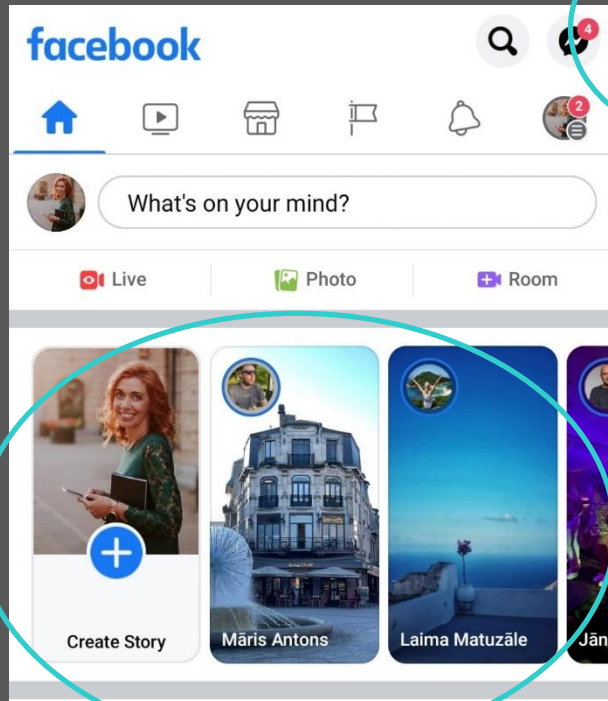
LinkedIn

- LinkedIn vienmēr ir bijis piesardzīgāks jaunu funkciju ieviešanā, bet jau pašlaik ievieš vairāk video un audio satura uz vietas platformā
- Ir doma, ka LinkedIn ieviesīs apmaksātas straumēšanas iespējas zīmoliem
- Vairāk palīdzēs darbinieku meklētājiem, ļaujot veidot zvanus un sarunas turpat platformā



DIGITĀLĀ KOMUNIKĀCIJA 2022. GADĀ - SATURS

Īslaicīgs saturs



Attiecību noturēšana ar klientu sociālajā tīklā

- Pēc iespējas ilgāk noturēt sekotāju sociālajā tīklā:
 - Links, kā pie jums nokļūt
 - Links, kā piezvanīt
 - Atbildēt uz ziņām turpat DM
 - Sazināties audio turpat platformā
 - Publicēt saturu turpat platformā
 - Sniegt komentārus turpat platformā

Autentisks jeb pašveidots saturs

- Atbilstoši Instagram Stories, Reels un TikTok bumam, pašveidots saturs, kas ierakstīts tieši mobilajās ierīcēs un ar nelielu pēcapstrādi zīmola sekotājiem būs interesantāks nekā pārāpstrādāts saturs
- Ar šādu saturu sekotāji uztver zīmola autentiskumu, oriģinalitāti, turklāt, ja šādu saturu veido un publicē zīmoli, tas ir tuvāks parastajiem lietotājiem



Audio un podkāstu saturs

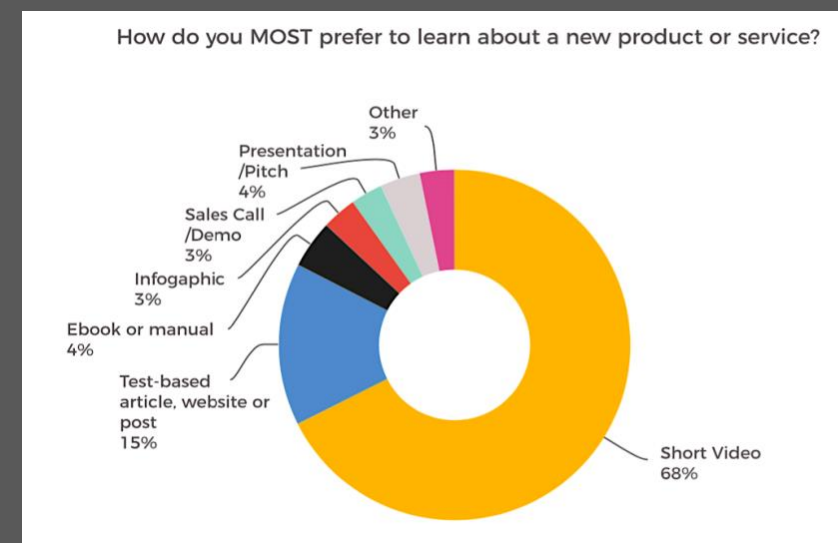
- Saskaņā ar “Insider Intelligence” datiem raidierakstu lietotāju skaits turpinās pieaugt līdz pat 2023. gadam, kad tiek lēsts, ka 25% digitālo audio šādā formātā tiks piegādāti ASV
- Aizvadītā gada ClubHouse straujā popularitāte un citu audio formātu straujā attīstība liecina par to piedāvātajām bezgalīgajām iespējām

Kustīgs saturs

- Statiskais saturs vairs nav pievilcīgs lietotājiem
- Jauniešiem pievilcīgu sociālo mediju attīstība apliecina, ka kustīgu saturu izmanto gandrīz visi zīmoli
- Kustīgs saturs nenožīmē pārāpstrādi un būtiskas kompozīcijas ievērošanu – saturs var būt daļēji haotisks – t.s. radošais haoss
- Sociālo mediju algoritmi dod priekšroku video saturam dažādos kanālos – iespēja sasniegt plašāku auditoriju

Video saturs

- Nemainīga vērtība jebkurā digitālās vides kanālā – no tīmekļa vietnēm, sociālajiem medijiem līdz organizāciju iekšējai komunikācijai
- 35% mammu vairāk ticot tiešsaistes video nekā tradicionālajām reklāmām



<https://blog.hubspot.com/marketing/state-of-video-marketing-new-data>

Īsāks video veltītais laiks

- Reels un TikTok spēcīga ietekme uz video saturu
- Autentisks saturs
- iespēja veidot saikni ar zīmolu
- iespēja sasniegt plašāku auditoriju, t.sk., saturs var izplatīties virāli (sniega bumbas efekts)

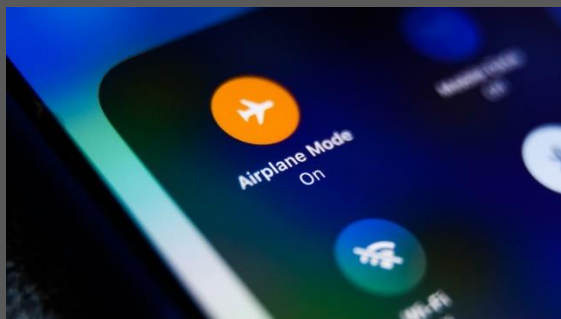
Idejas video saturam

- Par mūsu darba specifiku, piemēram, kā notiek sagatavošanās kādam projekta pasākumam utml.
- Video par t.s. *backstage* – ļauj ielūkoties mūsu darba ikdienas aizkulisēs
- Īsas sarunas ar projekta vadītājiem, iesaistītajām runas personām, pasākumu dalībniekiem
- Uzmundrinājumi/ apsveikumi
- Reportāžas no notikumu vietām
- Izaicinājumi
- Tiešraides
- Sadarbības partneru uzrunas mūsu sekotājiem
- Atsauksmes no pasākumu dalībniekiem, kas viņiem patika mūsu pasākumos

Izaicinājums saistībā ar video saturu

- Nepieciešams ilgāks laiks un vairāk resursu, lai izveidotu sociālo mediju saturu (iesaistošus video)
- Ne visiem ir uzdrīkstēšanās stāties kameras priekšā – kauns, bailes, «tas nav man»
- Algoritmiem patīk oriģināli video un arī audio – pats varonis runā, ne tikai izmantojam trendīgu mūziku

Tehniskas lietas par video filmēšanu



Telefonam ieslēgts lidojuma režīms, lai nenojuku video



Stabilizators, lai nebūtu saraustīts materiāls.
P.S. telefonu var novietot/
atstutēt kaut kur

Filmēšanas laikā neizmantojot funkciju pietuvināt jeb piezūmot, bet pieiet tuvāk objektam



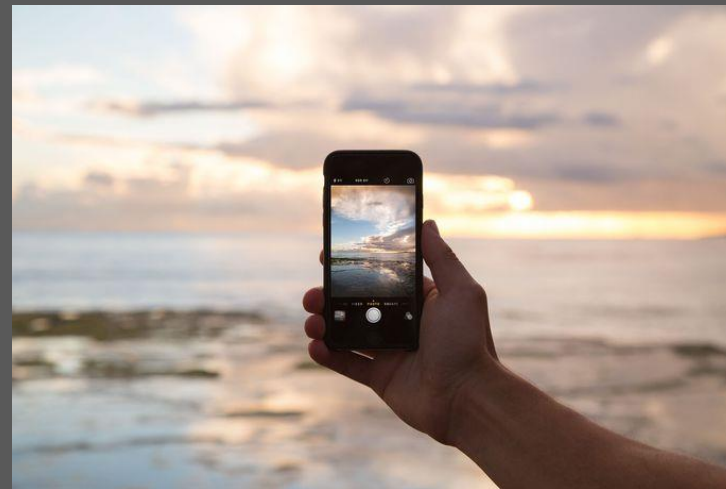
@Kristīne Tjarve

Instagram nozīme NVO un projektu popularizēšanā

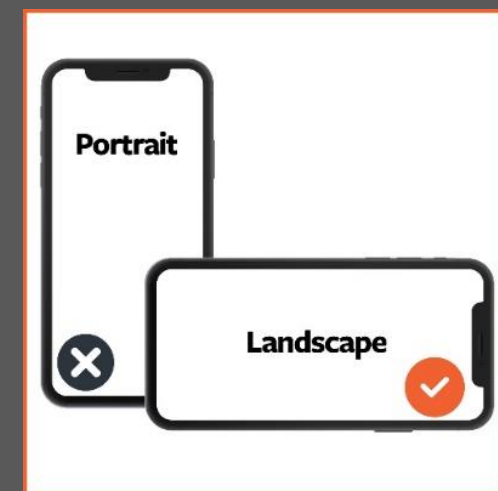
Vertikāls vs. horizontāls saturs



TV ekrāniem, prezentācijām



Sociālo mediju
storijiem

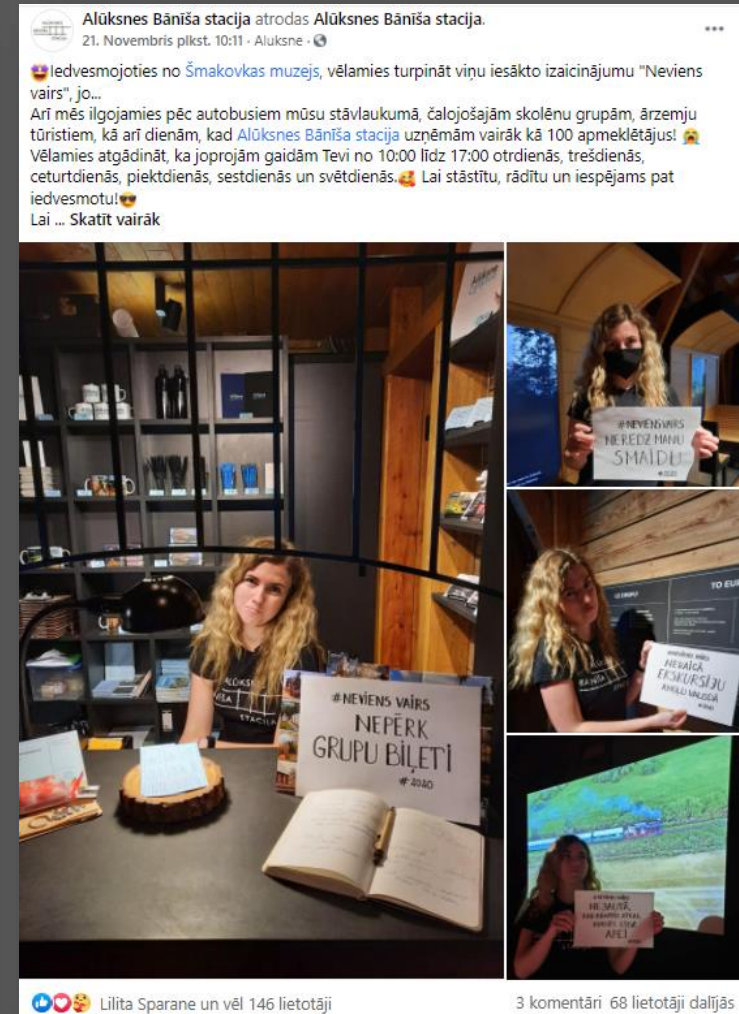


Dažādu komūnu veidošana

- Savi komunikācijas burbuļi, slēgtās grupas, profili, lai noturētu sev lojālus sekotājus, lai ne tikai zīmoli paši veidotu saturu, bet draudzīgie sekotāji paši izteiktos
- Zīmoli var meklēt jau esošas komūnas, kurās publicēt savu saturu



Izaicinājumi



#mirkļbirkas

- Mirkļbirku lietošana palielina iespējamās auditorijas iesaisti - izmantojot šo simbolu pareizi, tiek gan stiprināts zīmols un paaugstināta tā reklāmas efektivitāte
- Iesaka izvairīties no garumzīmēm un mīkstinājumiem, bet, veidojot tās no frāzēm, - katru vārdu rakstīt ar lielo burtu, piemēram, #LaboDarbuNedela #DzivoZali #NoderigiPadomi
- Katrā platformā atšķirīgs #mirkļbirku daudzums:
 - Līdz **30 #mirkļbirkām** pie viena ieraksta Instagram
 - Līdz **5 #mirkļbirkām** Facebook
 - 1 #mirkļbirka Twitter
 - Līdz 5 #mirkļbirkām LinkedIn
 - YouTube – cik vēlas

INFLUENCERU ATTIECĪBAS

Influenceru dalījums

- Dažādi segmenti (visvairāk influenceru ir IG un TikTok)
- Izaicinājums – atrast sev piemērotākos influencerus un veidot ilgtermiņa attiecības
- Aizvien vairāk uzmanības centrā nonāk nano un mikro influenceri
- Dalījums:
 - Nano influenceri – Latvijā līdz 1000 sekotājiem
 - Mikro influenceri – Latvijā no 1000 līdz 10000 sekotājiem
 - MID influenceri – Latvijā no 10000 līdz 25000 sekotājiem
 - Makro influenceri – Latvijā virs 25000 sekotāju
 - MEGA – pasaulē virs 1 miljona sekotāju, Latvijā īsti nav noteikts

Ja ir vēlme sadarboties

- Nano influenceri ir finansiāli izdevīgāki zīmoliem, jo sekotāju skaitam vairs nav nozīmes – būtiski ir sasniegtie rezultāti
- Viņi ir arī atvērtāki, jo mazāk sadarbību nekā Mikro un MID influenceriem
- Labāka atdeve jeb iesaiste no viņu sekotājiem

Nosacījumi/ atbildība

- Caurspīdība jeb norādīt publiski sadarbību no influenceru puses #apmaksātareklāma #reklāma
- Zīmolam, kurš sadarbojas ar influenceru, ir atbildība arī tad, ja influenceris kaut ko nedara legāli
- Sadarbības būs aizvien biežāk/ vairāk/ izaicinošākas

Izaicinājumi arī influenceriem ar IG algoritmu

- IG algoritms izspēlē «jokus» – arī influenceri sasniedz mazāku auditoriju
- Statisks ieraksts uz IG sienas nav tik efektīvs kā storiņu un video saturs
- Regulāra publicitāte, lai noturētu skatījumu
- Arī influenceri izmanto reklāmu savam saturam
- Arī IG influenceri meklē jaunus kanālus (TikTok, Telegram, Be.Real)

Prasības no zīmoliem influenceriem

- IG Reel vai TikTok video
- Dažādi video formāti:
 - Konkurss (nepatīk, jo daudz bezjēdzīgu sekotāju)
 - Atlaides
 - Pakalpojumu/ preču reklāma
- Video satura nosacījumi:
 - Gatavs/ daļējs scenārijs
 - Vēstījumi/ saukļi
 - Tagi un mirklbirkas
- Noteikts izpildes termiņš
- Sadarbības procesa apraksts

Influenceru iesaistes nosacījumi

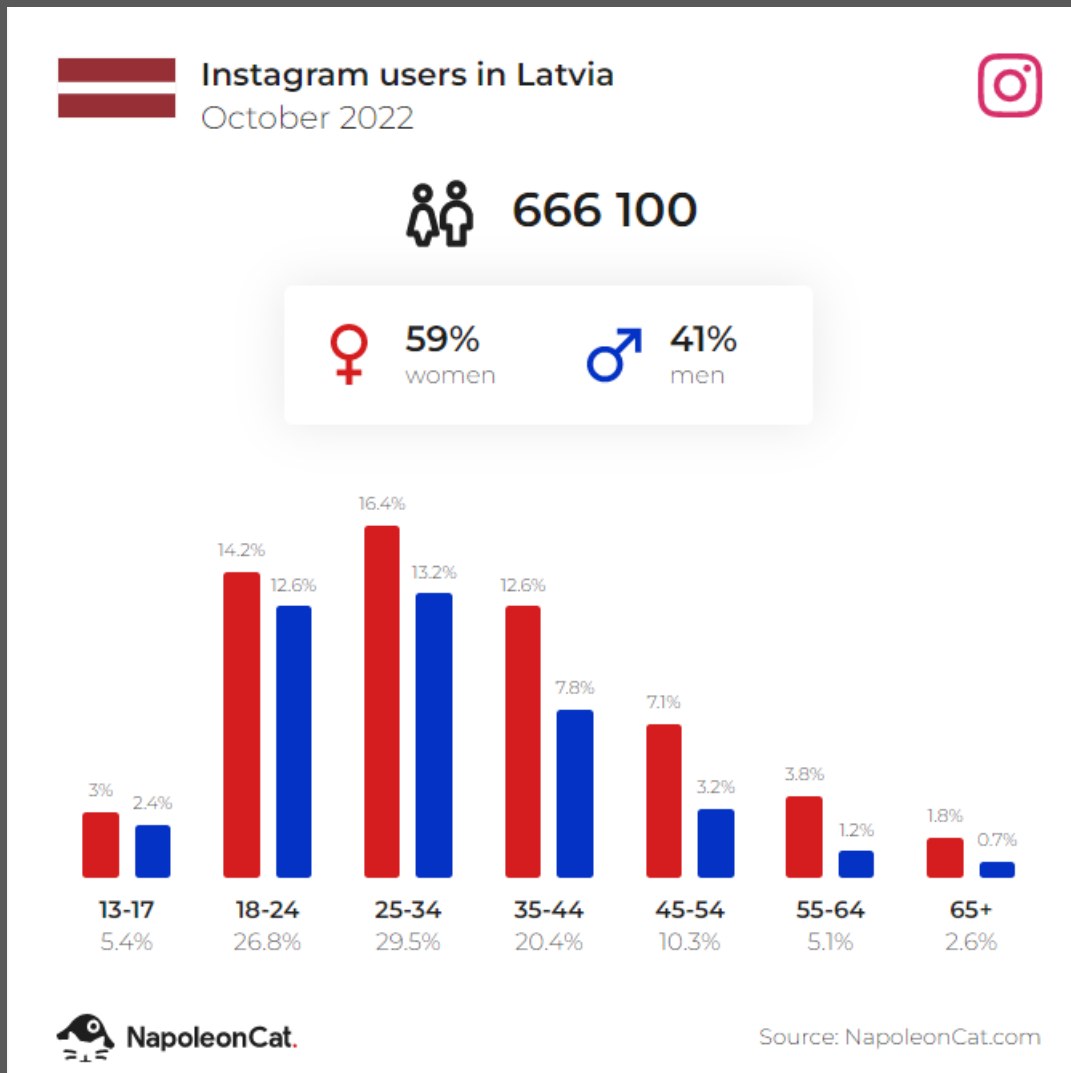
- Obligāti līgums par sadarbību
 - Autoratlīdzības līgums
 - Uzņēmuma līgums
 - Ar SIA noslēgts līgums
- Precīza vienošanās par sadarbības nosacījumiem:
 - Cik ieraksti?
 - Cik storiņi?
 - Vai drīkst palikt saturā informācija par konkurentu produktiem/ pakalpojumiem, ja tāda bijusi iepriekš
 - Vienošanās par konkursu sekotāju iesaistes mehānismu
 - Vienošanās par atlaidēm influenceru sekotājiem
- Izmaksas:
 - Par ierakstu
 - Par storiņu
 - Par konkursa organizēšanu (visietilpīgākais process)

Influenceru uzskats, kas ir ideāla sadarbība

- Laicīgi atsūta piedāvājumu
- Detalizēts kampaņas apraksts
- Skaidri zināms ierakstu skaits un veids
- Tiek dota radošā brīvība
- Mirkļbirkas un tagi
- Tiek atsūtīts pietiekami daudz produkta izmēģināšanai/ foto utml.
- Ir informācija par citu influenceru piesaisti šai pašai kampaņai

INSTAGRAM KOMUNIKĀCIJAS NOSACĪJUMI

Instagram Latvijā



- 36,3% visas Latvijas auditorijas
- Lielākā auditorija vecumā no 25 līdz 34 gadiem 196 800 lietotāju

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-latvia/2022/10/>

Instagram komunikācijas mērķis

- Informēt
- Izklaidēt
- Vairo sekotāju skaitu
- Veidot atpazīstamību
- Pārdot u.c.

Ko parasti pēta konsultanti, analizējot profilu

- Kāda ir pirmā sajūta, kad atver konkrētu Instagram profilu?
- Kāds ir komunikācijas/ ierakstu mērķis?
- Vai ir zīmola apraksts/ bio?
- Kas notiek ar highlights?
- Kā veidojas konkrētā profila vizuālā valoda?
- Kas ir produkts, ko “pārdod”, komunicē?
- Kādas mirklbirkas izmanto, kā apraksti bildi?

Instagram ierakstu regularitāte

- Ne vairāk kā 3 ieraksti dienā
- Minimums 1 ieraksts katras 3 dienas
- Optimāli 3 ieraksti nedēļā uz sienas + 1 storijs dienā
- Ja publicē bildi vai video, par to pastāstīt arī storiņā
- Ne vairāk kā 10 storiņi dienā
- 5 – 7 reels nedēļā
- Tiešsaistes (LIVE) – 1 reizi nedēļā jeb 1 reizi divās nedēļās
- Informācija iedvesmai/ vērtēšanai
<https://www.makeuseof.com/best-time-to-post-on-instagram/>

Labākais laiks ierakstiem

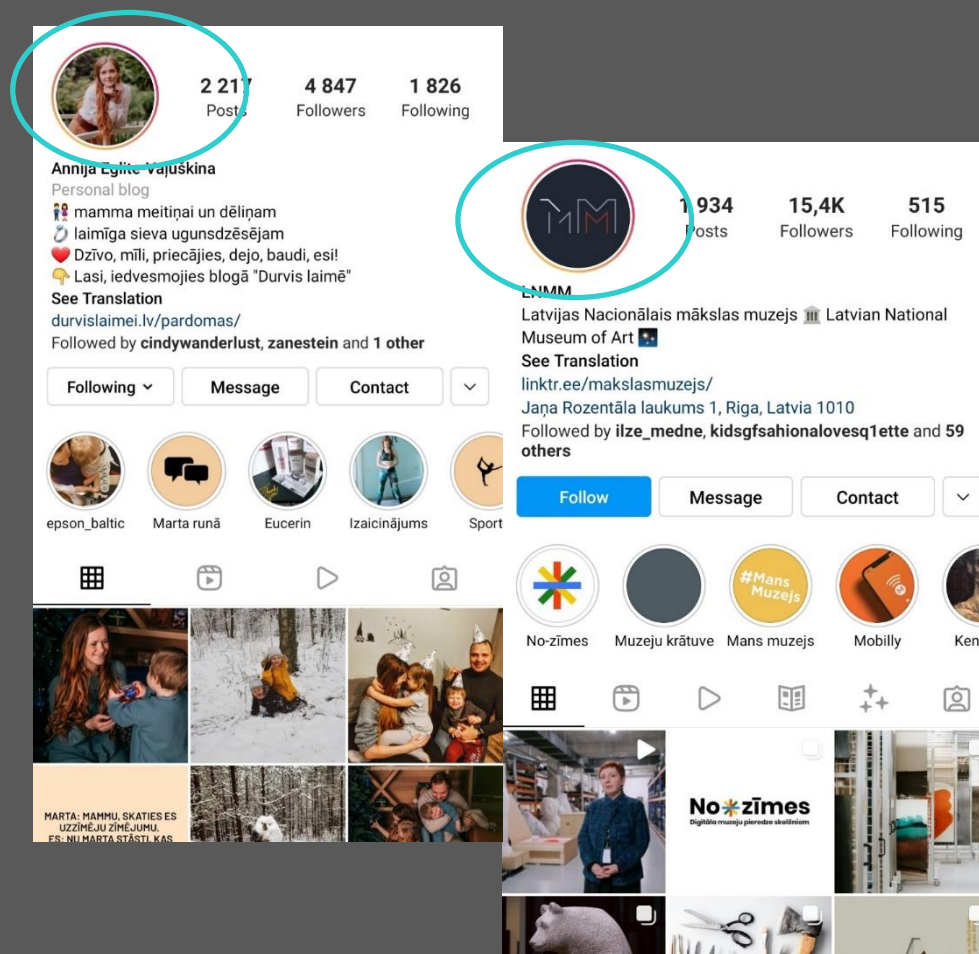
- Tehnoloģiju nozarei: pirmdienā no 10.00 līdz 22.00
- NVO: jebkura diena starp 10.00 un 18.00
- Izglītības iestādes: otrdienās no 8.00 līdz 12.00 un no 17.00 līdz 20.00
- Restorāni/ pārtikas nozare: pirmdienas no 9.00 līdz 13.00

Iesaistes ierobežojumi

- T.s. *Like* ierobežojums ir 100 stundā
- Komentāru ierobežojumi – 180 - 200 dienā
- Darbības, piemēram, *like*, komentēt, DM, piesekot un atsekot kopā dienā 500

Instagram biogrāfija

- Profila bilde:
 - Vai nu organizācijas/ zīmola logo, ar ko asociējas (arī tad, ja tas ir produkts)
 - Vai izteiksmīgs foto, ja esam viens cilvēks
- Bilde ir tāda, lai pēc iespējas redz cilvēka seju (vislabāk, ja smaidīgs un atvērts komunikācijai)



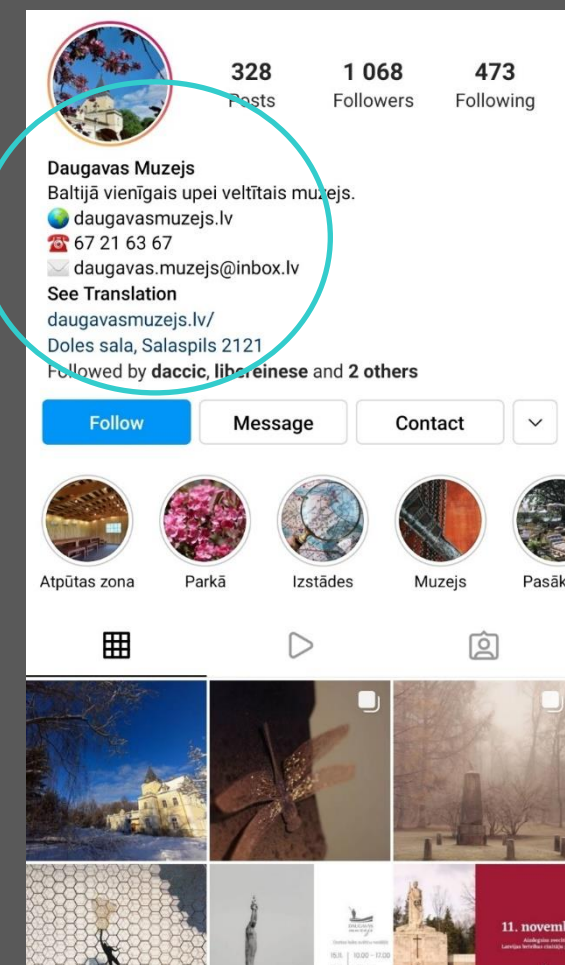
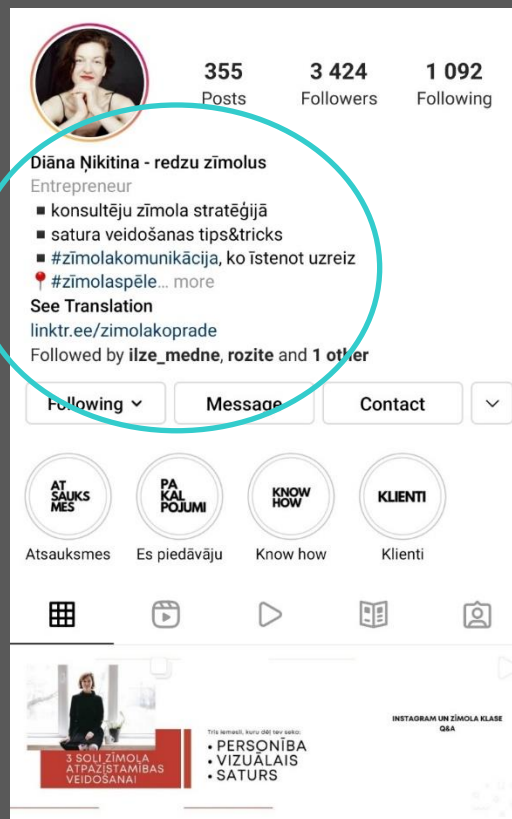
Instagram biogrāfija (2)

Biogrāfija: pirmā rindiņa svarīgākā, jo pasaka, kas mēs esam

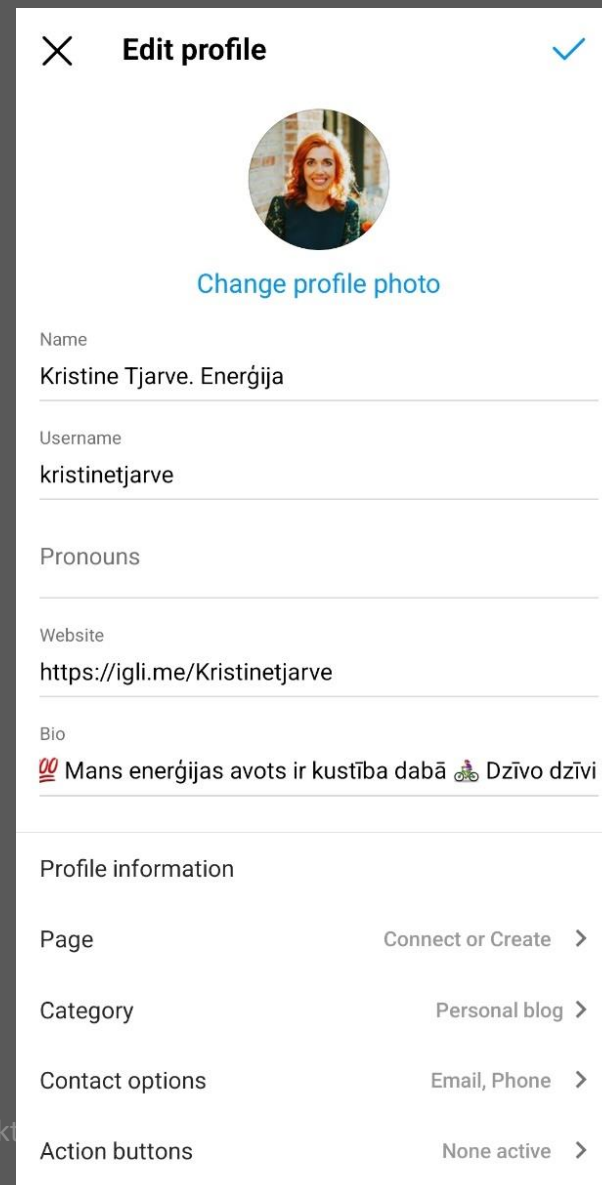
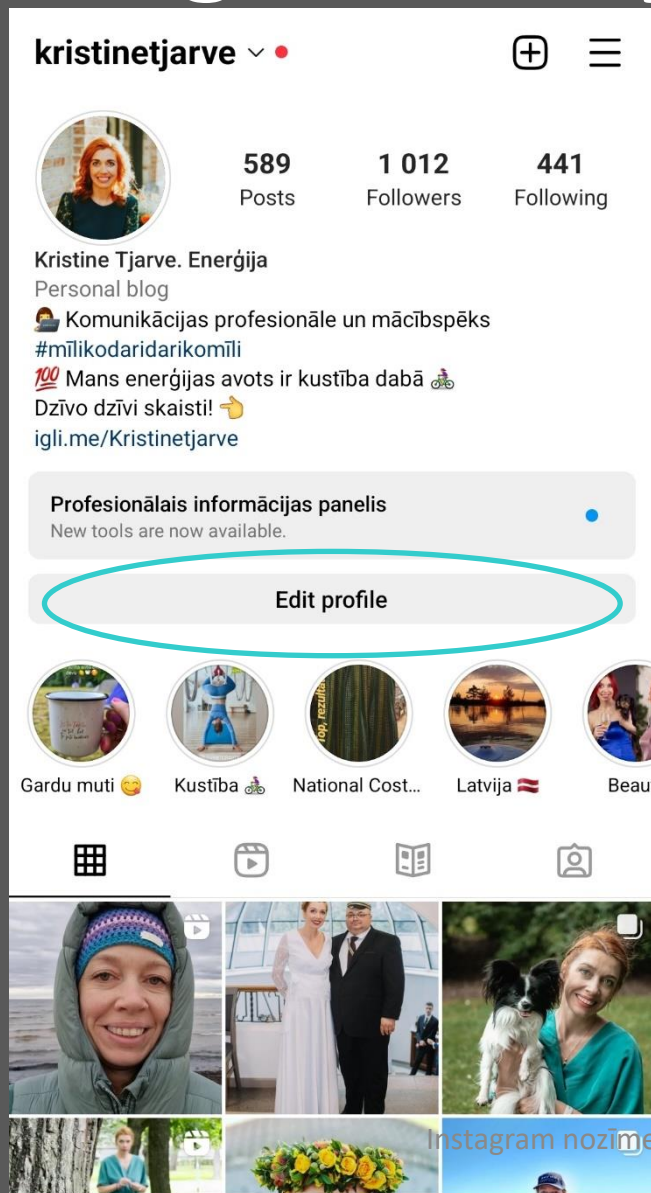
Segvārds: nosaukums + atslēgas vārds

Nosaukums: organizācija/ zīmols + īss raksturojums

Pēdējā aile – aicinājums uz darbību – e-pasta adrese, tīmekļa vietne, telefona numurs, adrese



Instagram bio profila sakārtošana



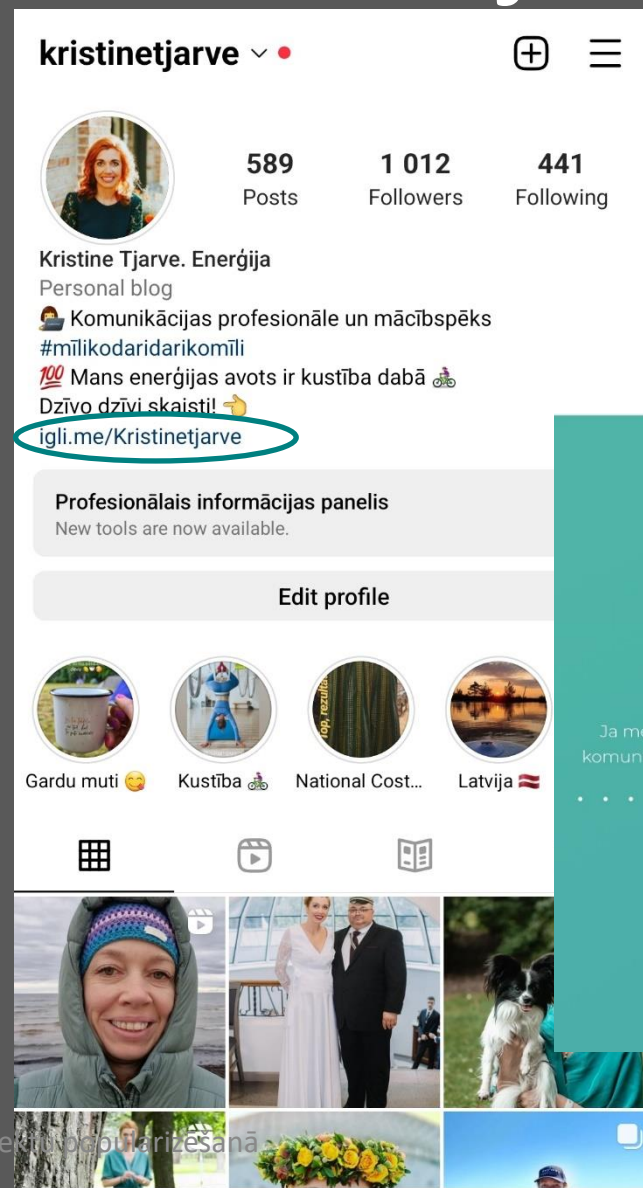
Plašāka kontaktinformācija

Kontaktinformācijas vietā var pievienot savu vizītkarti, kur ir plašāka informācija

Ja ir zīmola tīmekļa vietne, tad labāk vest uz to

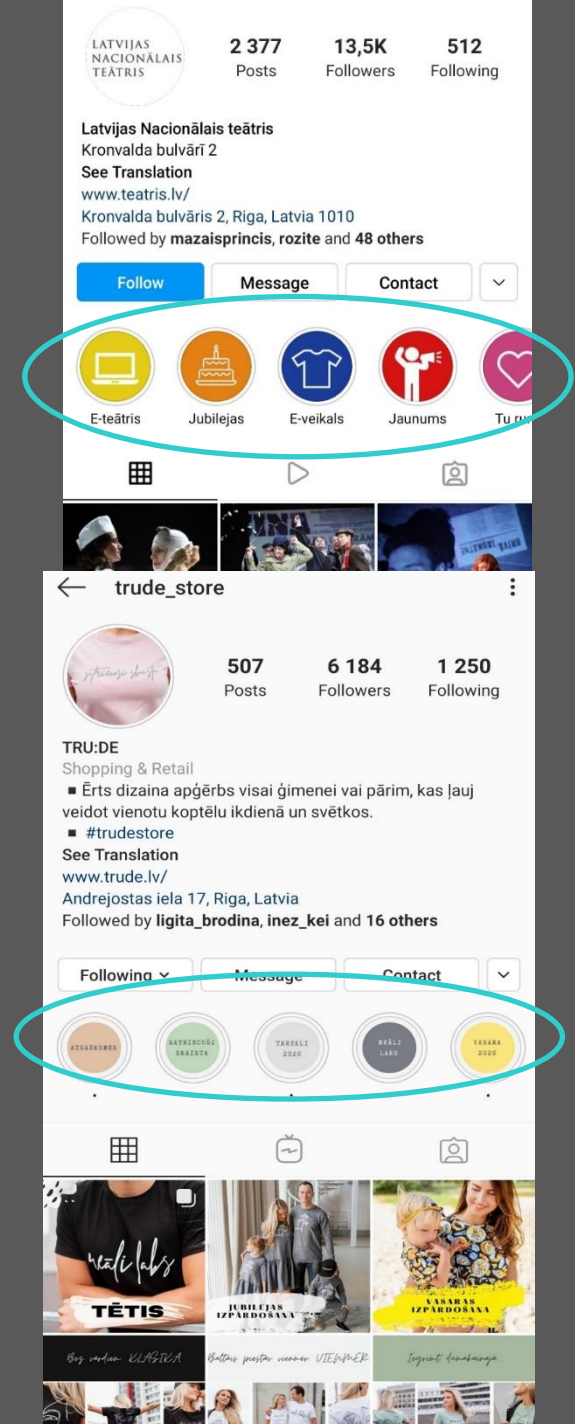
Vizītkartes veidošanai ērts rīks ir igli.me (FB, Insta, LinkedIn, Twitter, e-pasts, zvans, tīmekļa vietne)

- Var likt klāt arī WhatsApp
- Var kārtot ikonas



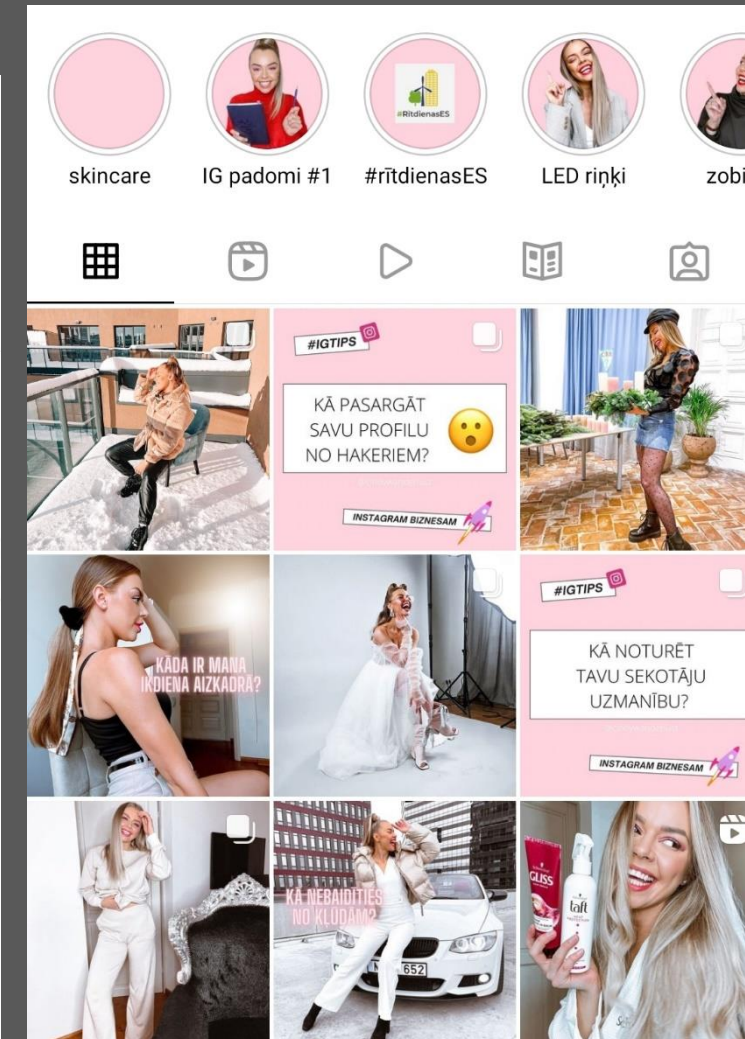
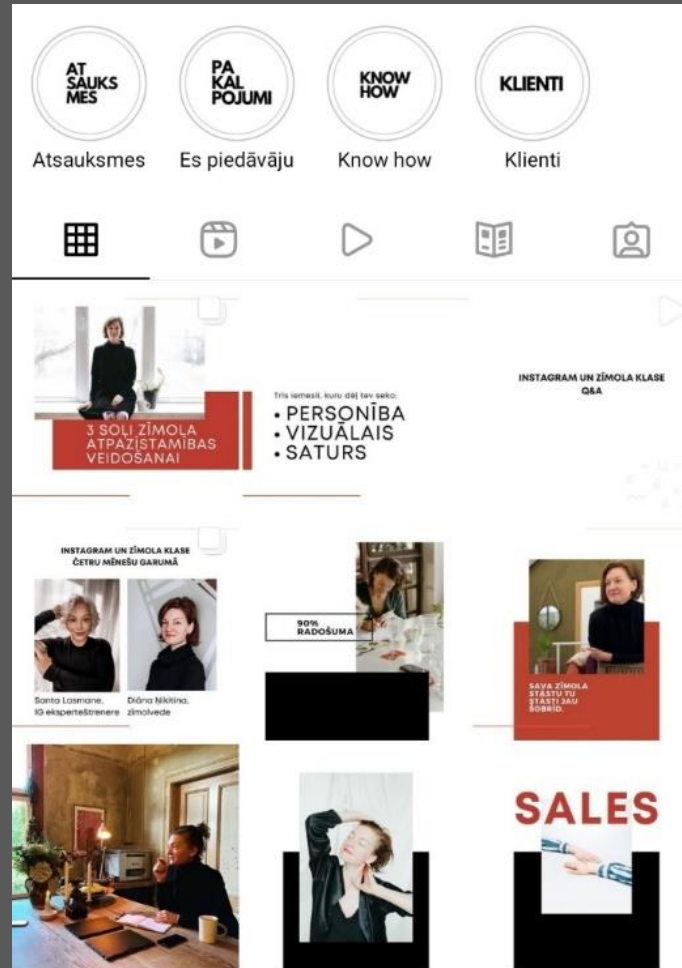
Highlights mapes

- Šo sadaļu svarīgi izmantot, ja mums ir vairākas sadaļas jeb informācija pa tēmām, ko vēlamies nodot saviem sekotājiem – līdzīgi kā jebkurā tīmekļa vietnē
- Highlights veidošanā izmantojam zīmola vai produktu krāsas:
 - Simbols
 - Simbols + teksts
- Var veidot Canva, kur izveido vienu paraugu, kuru nākamajās reizēs pārkopē
- Highlights secību nevar mainīt, tādēļ jāpārdomā, kā liksim – sākam ar mazāk svarīgo, tad svarīgākā būs pirmā

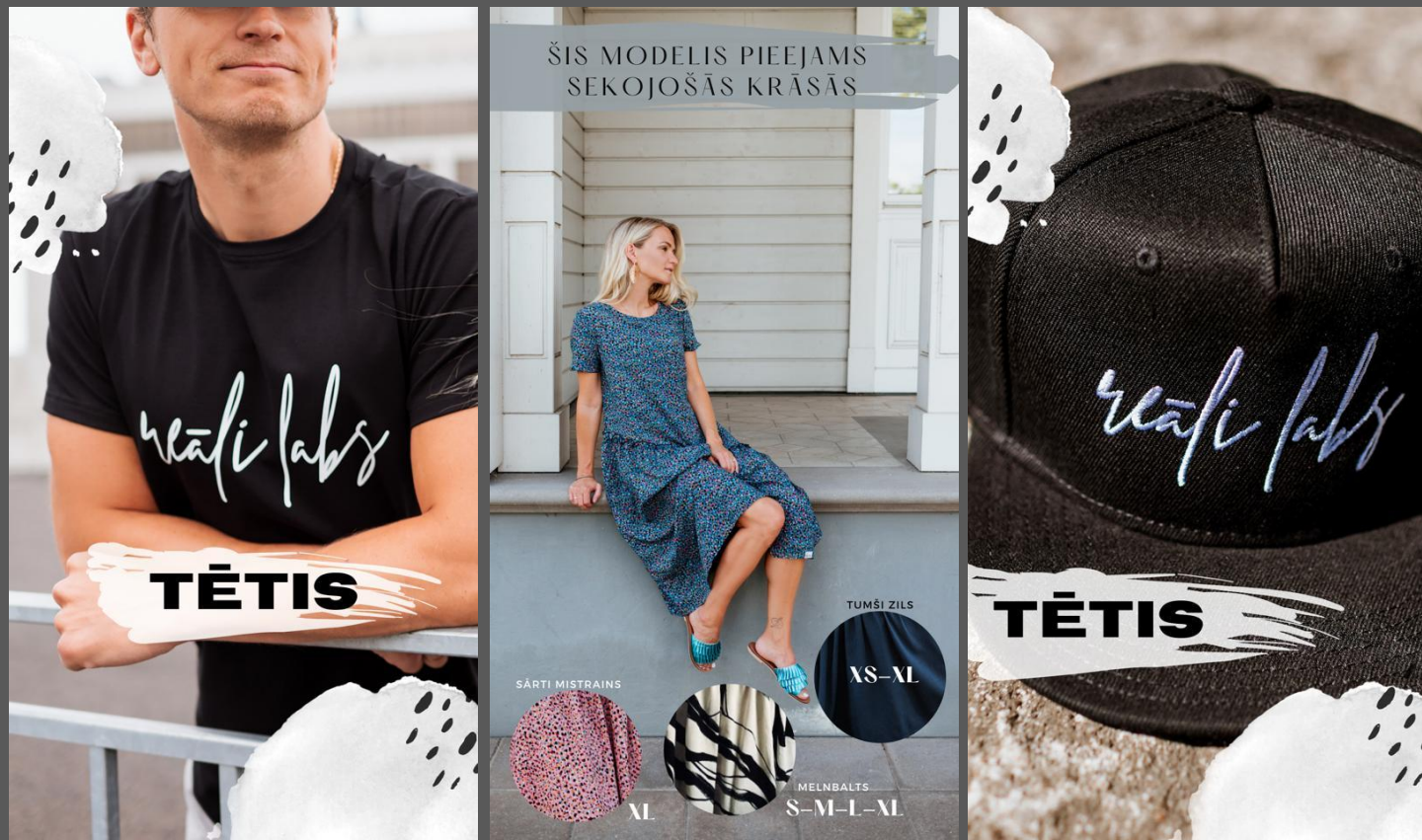


Instagram ierakstu vizuālais noformējums

T.s. Insta režģis jeb pēdējie 9 ieraksti mūsu profilā svarīgākie, tie nodod vēstījumu un emocijas par jūsu zīmolu – tie arī būs noteicošie, vai izvēlēsies mums sekot vai nē (arī vai kļūs par mūsu klientu vai nē)



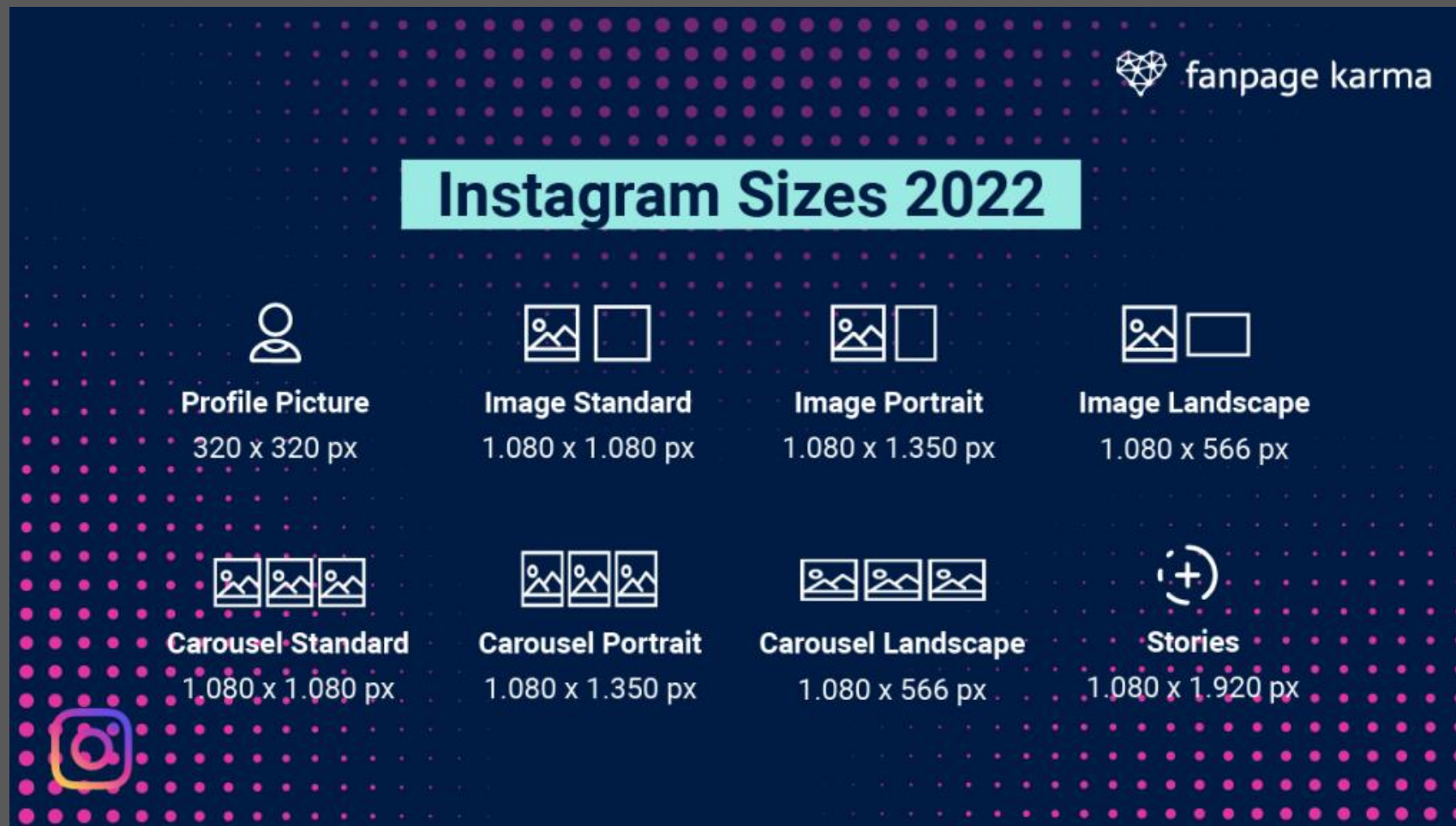
Investīcijas fotosesijās un dizainos



Instagram saturs

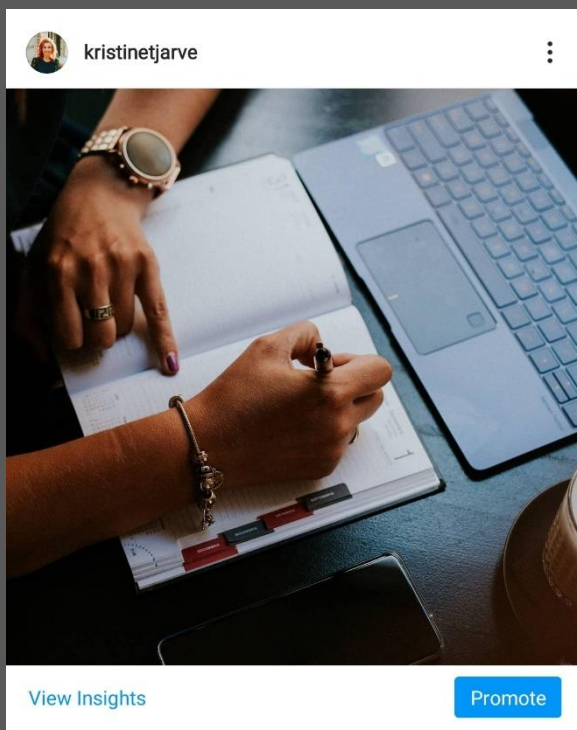
25% foto + 75% video

Instagram ierakstu izmēri

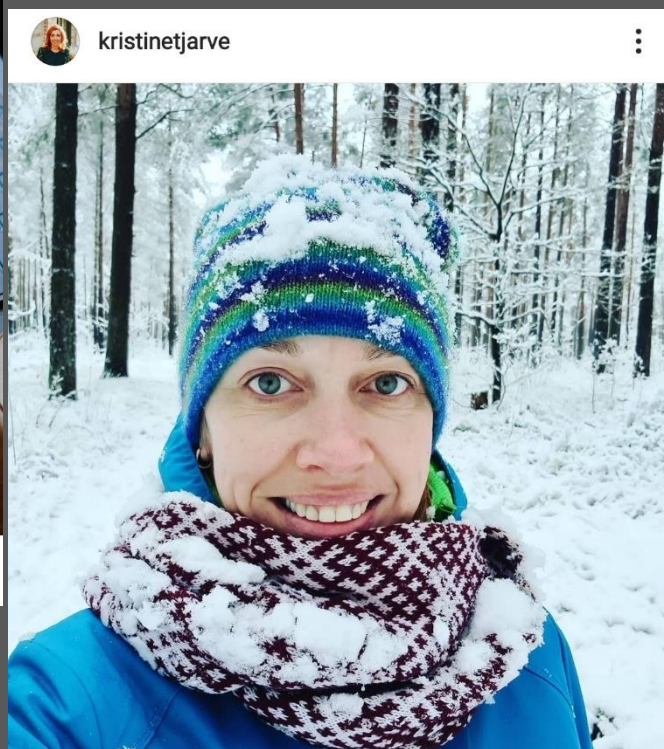


<https://blog.fanpagekarma.com/2022/01/06/social-media-image-sizes-2022/>

3 galvenie formāti



Kvadrāts



Vertikāls/ Portrets



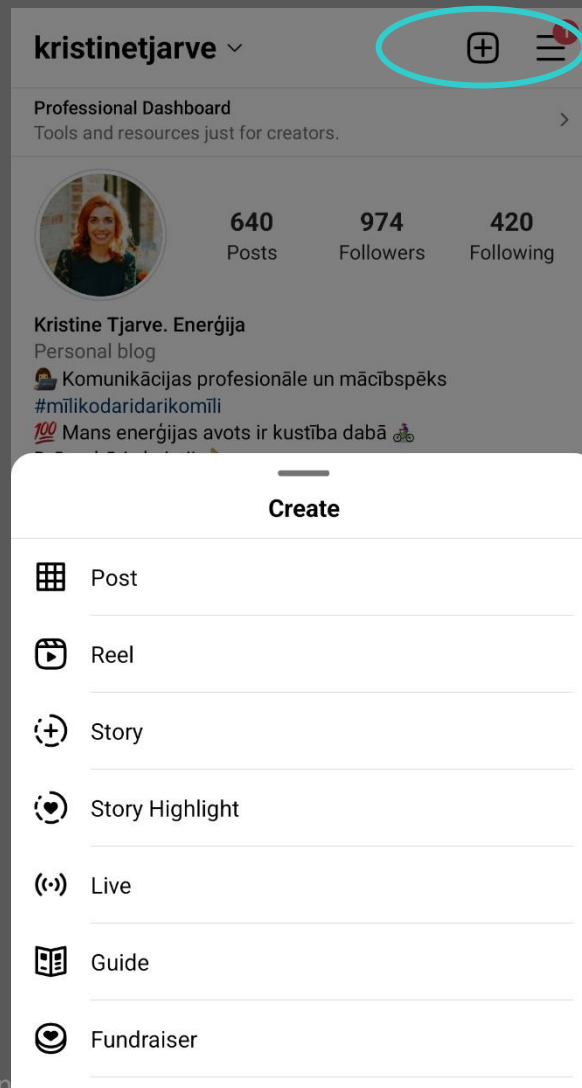
Vertikāls saturs

Instagram nozīme NV

INSTAGRAM UN ZİMOLA KLASE



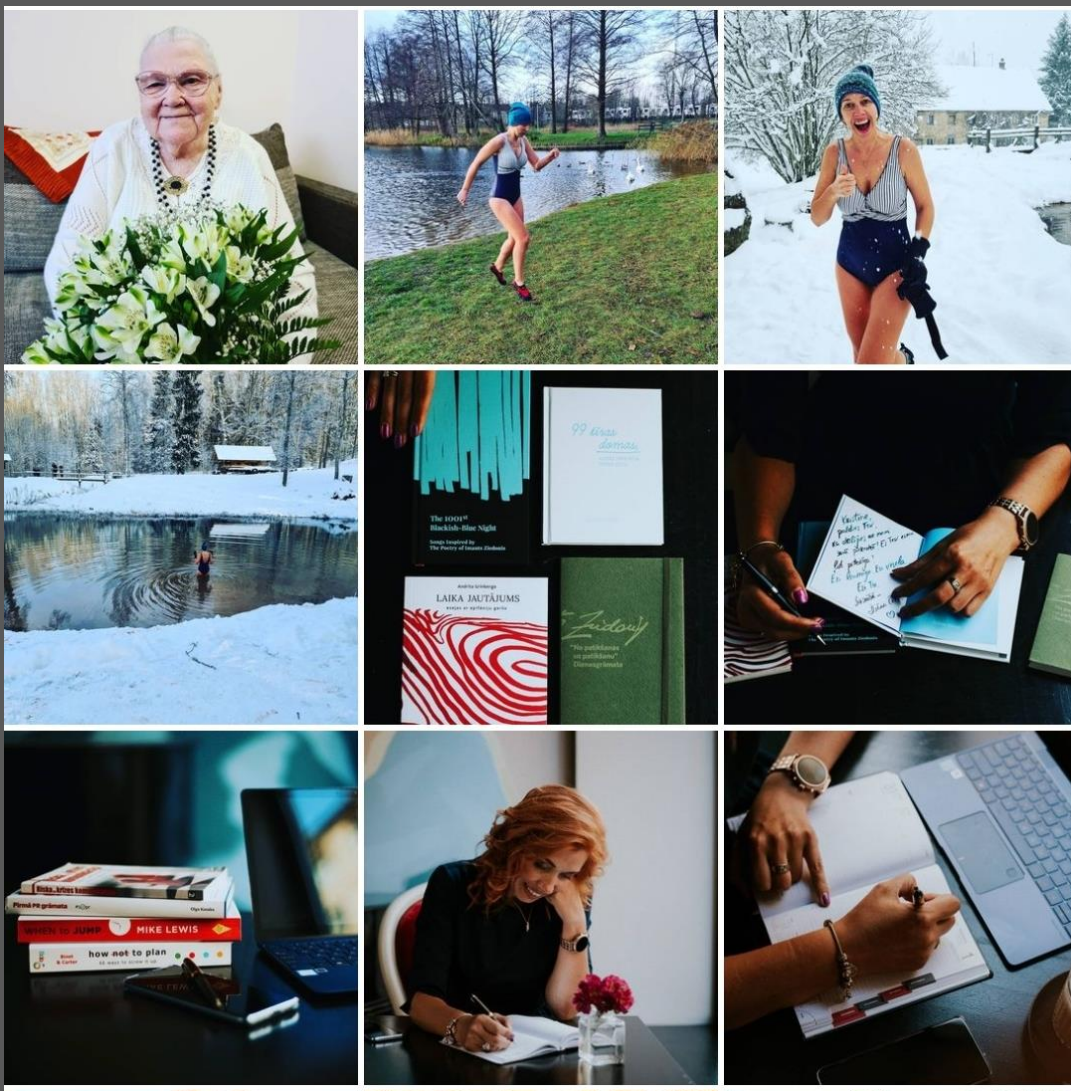
Instagram saturs



Instagram ieraksti uz sienas

- Vienkārši bilde vai grafisks ieraksts
- Bilžu karuselis (līdz 10 bildēm)
- Video
- Reels

Instagram ieraksti uz sienas



Parasti ieraksti ar
cilvēku

Grafiski ieraksti
(teksts ar bildi,
tikai teksts utml.)



Bildes ar tekstiem, bilžu uzlabošana –
labs palīgs Canva



Canvas sagataves



Sākums Veidnes ▾ Atklāt ▾



 Ieteikumi

 Jūsu no...

 Kopīgo...

 Korpor...

 Satur...

 Visas j...

 Canva

Sociālie tīkli >

- Instagram stāsti
- Instagram ziņas
- Facebook ziņas
- Facebook titulattēli
- Twitter ziņas
- Pinterest attēli
- Skatīt visu >

Personiski >

- Ielūgumi
- Kartītes
- Portfolio
- Pastkartes
- Plānotāji
- T-krekli
- Skatīt visu >

Bizness >

- Prezentācijas
- Tīmekļa vietnes
- Logotipi
- Vizītkartes
- Rēķini
- Piedāvājumi
- Skatīt visu >

Mārketinga >

- Plakāti
- Skrejlapas
- Infografikas
- Brošūras
- Bilieteni
- Izvēlnes
- Skatīt visu >

Izglītība >

- Nodarbību plāni
- Darblapas
- Sertifikāti
- Montāžas skalas
- Grāmatzīmes
- Stundu grafiki
- Skatīt visu >

Populāri >

- Zoom virtuālie foni
- Koncepcijas kartes
- Domu kartes
- Apsveikumu kartītes
- Tēva dienas kartītes
- Instagram stāsti: Bingo
- Skatīt visu >

Atsāciet izmantot Canva Pro un iegūstiet jaunu 30 dienas(-u) izmēģinājuma periodu.

Iegūt jaunu bezmaksas izmēģinājumu

**Prezentācija**

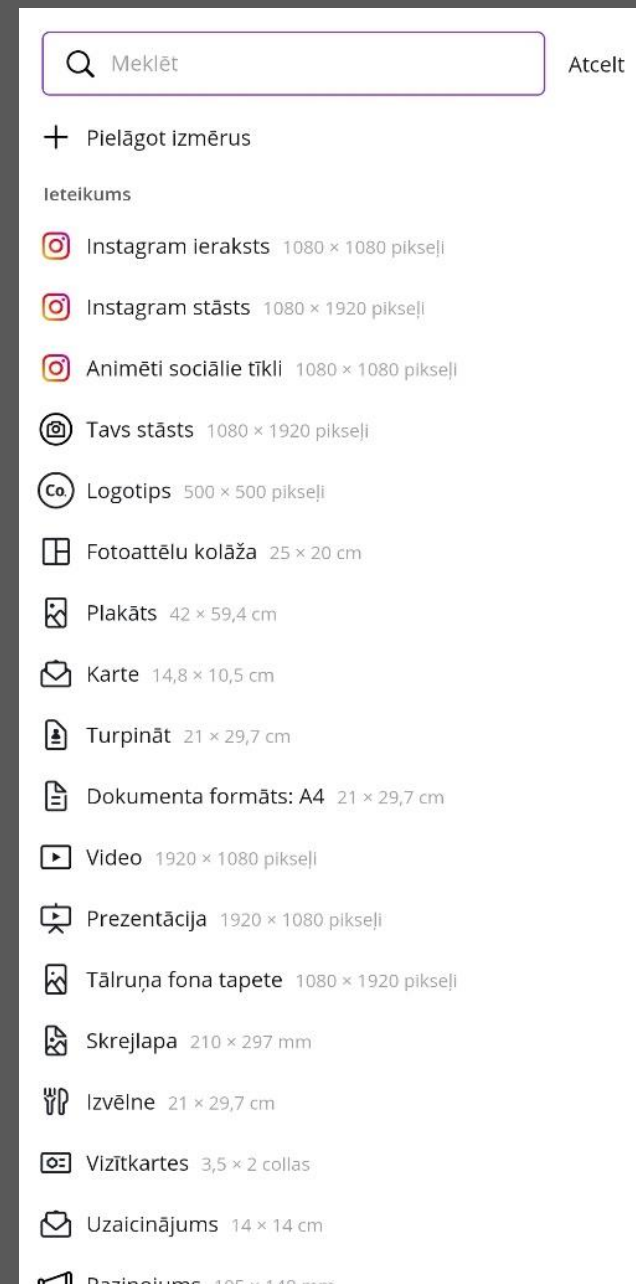
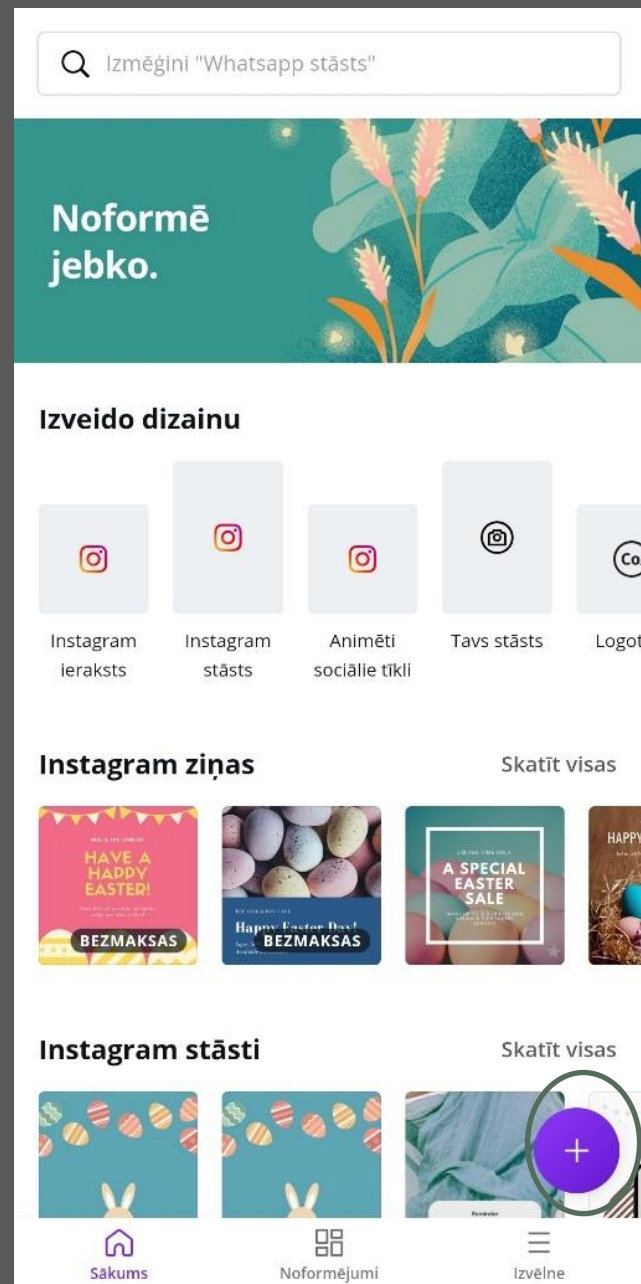
**Plakāts**

**Instagram ieraksts**

**Card (Landscape)**

**Logotips**

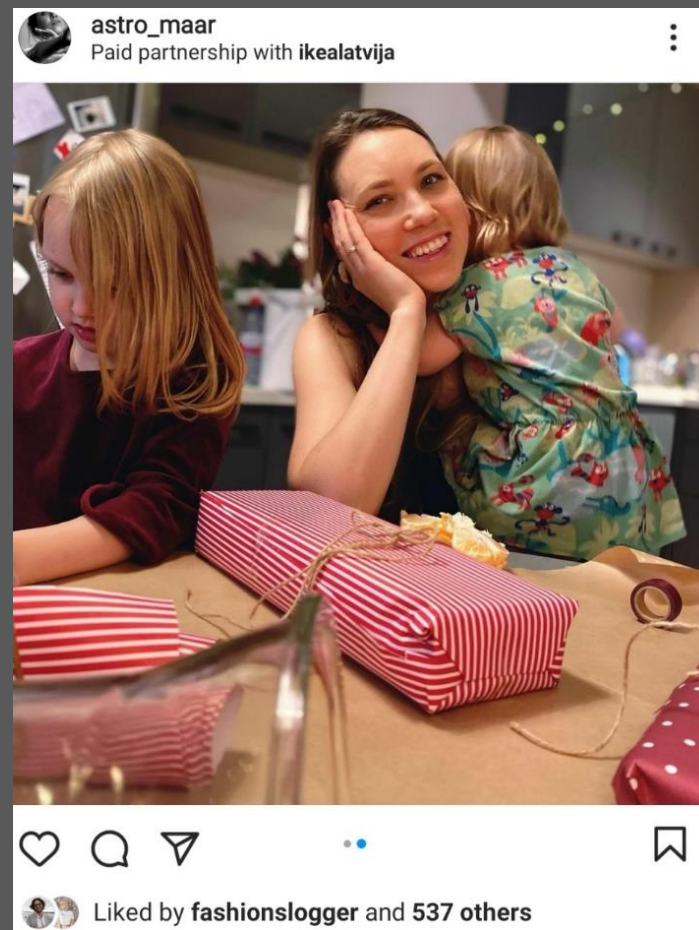
Canva telefonā



Bilžu karuselis



Vietas un sadarbības norāde



Konkursi



Liked by mazaisprincis, vvinetta and 2 640 others

kristine.garklava Šis ir tiešām kolosāls #konkurss 🙌! Gan sievietēm, gan vīriešiem!). Tā dzeltenā @fjallravenofficial jaka!

Teikšu godīgi - laiks ar ieģipsētu kāju četrās sienās ir izaicinājums gan fiziski, gan emocionāli... Esmu radusi savas emocijas "apstrādāt" un uzlādēt pārgājienos vai ciešā saskarsmē ar dabu. Tagad tālākā ekskursija - piemājas puķu dobes. Un arī tas ledainā laikā ir izaicinoši. Bet ..es zinu, ka daudzi no jums iet dabā bieži un vēl biežāk 🍂. Man mugurā ir tiešām kapitāla, silta jaka, kas kalpos gadiem! Jo tas ir #fjallraven.

🍂 Un šis ir konkurss, kur jums iespēja pie tādas tikt (jūsu izvēlētajā krāsā, izmērā, sieviešu vai čaju!!!).

🍂 Komentārā ierakstiet - Kā jums patik pavadīt laiku dabā? Piesekoiet @fjallravenofficial kontam un varbūt ietagojiet arī draugu, vīru, sievu, partneri, kuram tāda jaka arī noderētu iešanai dabā! 🍂

Konkurss sadarībā ar @fjallravenofficial

#sadariba

#businesspartner #konkurss

Izloze pēc nedēļas 🍂



Liked by aijavitolina, ginger.bite and 789 others

laura_valuta 🌟🌟🌟 GIVEAWAY 🌟🌟🌟

Jaunais mācību gads jau sācies un daudzi ir apņēm... more

View all 584 comments

allix01 Lietoju nyx wonder pencil, ļoti noder ikdienā 🍂

laura_valuta @nyxcosmetics_baltics DĀVANU SAŅEM

@karinafoxxx 🍂🍂🍂🍂🍂🍂

2019. gada 4. septembris · See Translation



296 likes

multilukss_lv Vasara jābaida ar vērienu 🍂, tādēļ vēlamies iepriecināt kādu no jums ar lietām, kas noteikti noderēs šajā vasarā - lielisku kosmētiku no @multilukss_lv 🍂 un pludmales apaviem no @gabi.apavi 🍂 (izmērs pēc jūsu izvēles). Kas jādara, lai piedalītos konkursā?

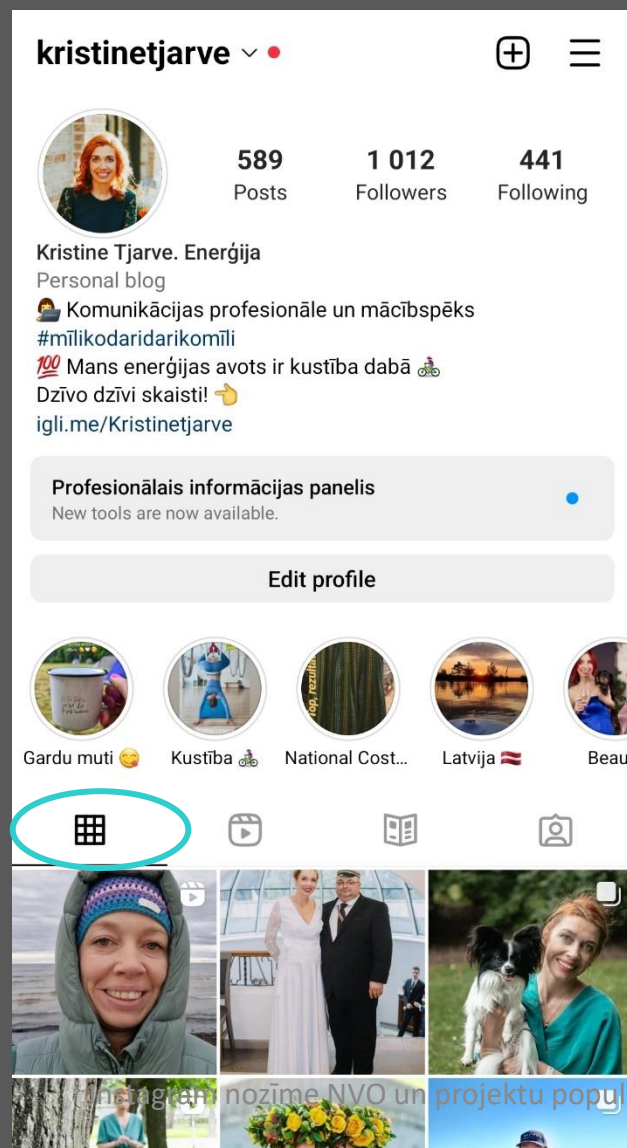
🌟Seko @multilukss_lv instagram kontam

🌟Seko @gabi.apavi instagram kontam

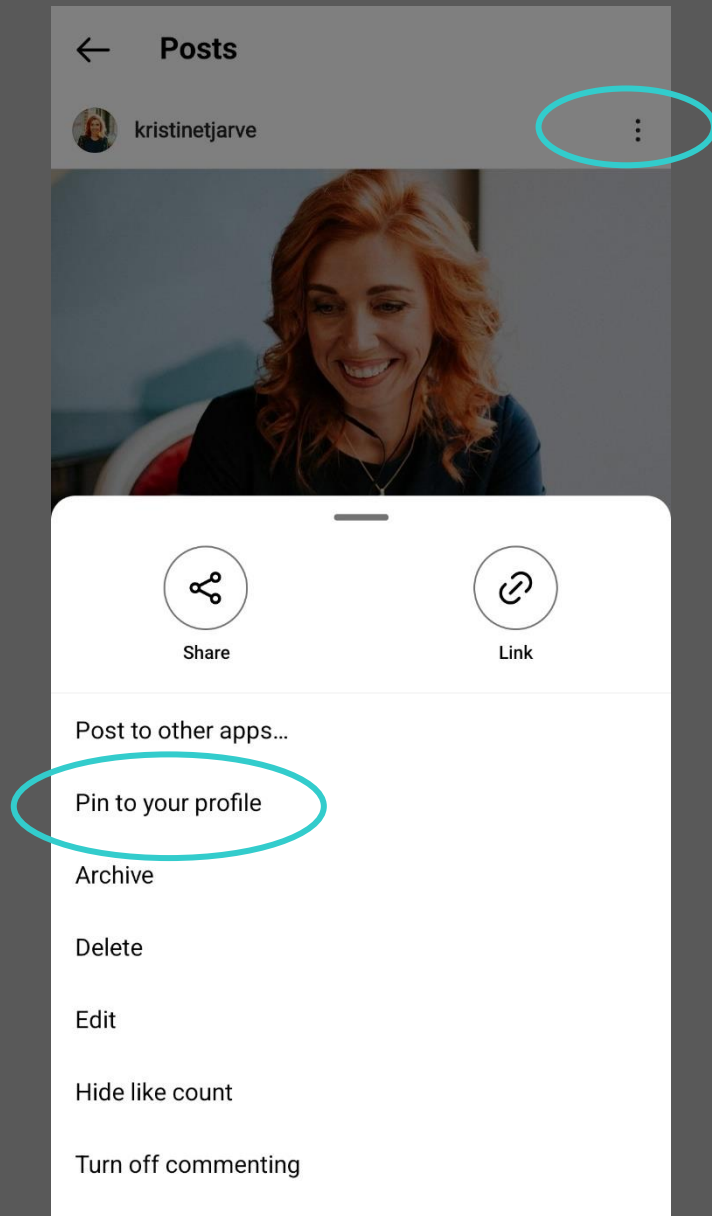
🌟Ietago draudzeni komentārā

Laimīgo izlozēsīm 16. jūlijā. Lai veicas! 🍂 Piedaloties konkursā, dalībnieks piekrīt, ka uzvaras gadījumā viņa vārds un uzvārds tiks publicēts.

Kur atrast sienas ierakstus?

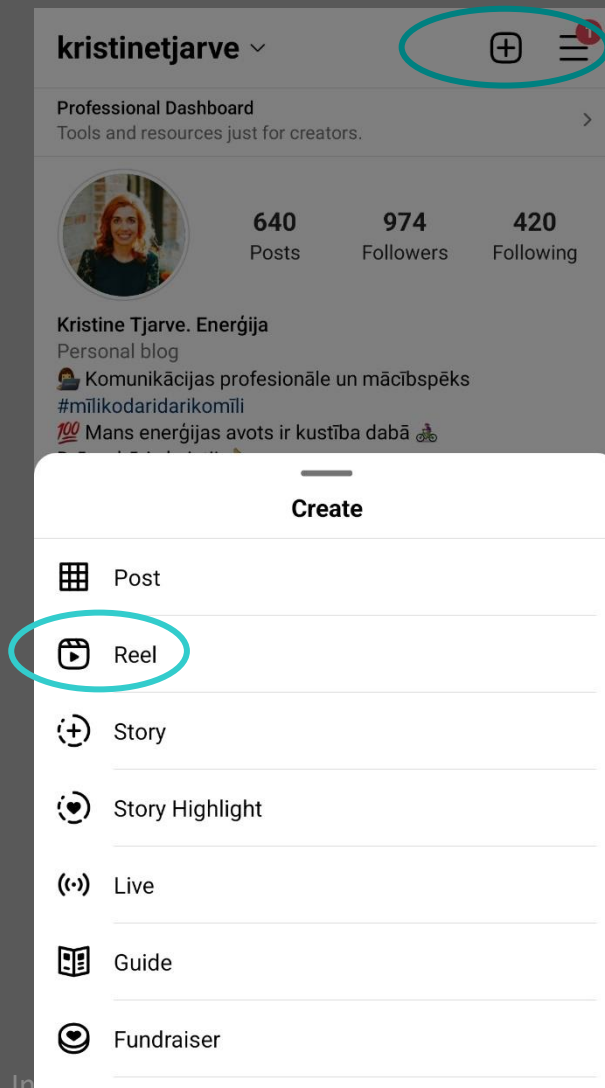


Ierakstu izcelšana



Tagad var izcelt 3 IG
ierakstus profila
augšpusē jeb tie
parādīsies kā pirmie

Instagram saturs - Reels

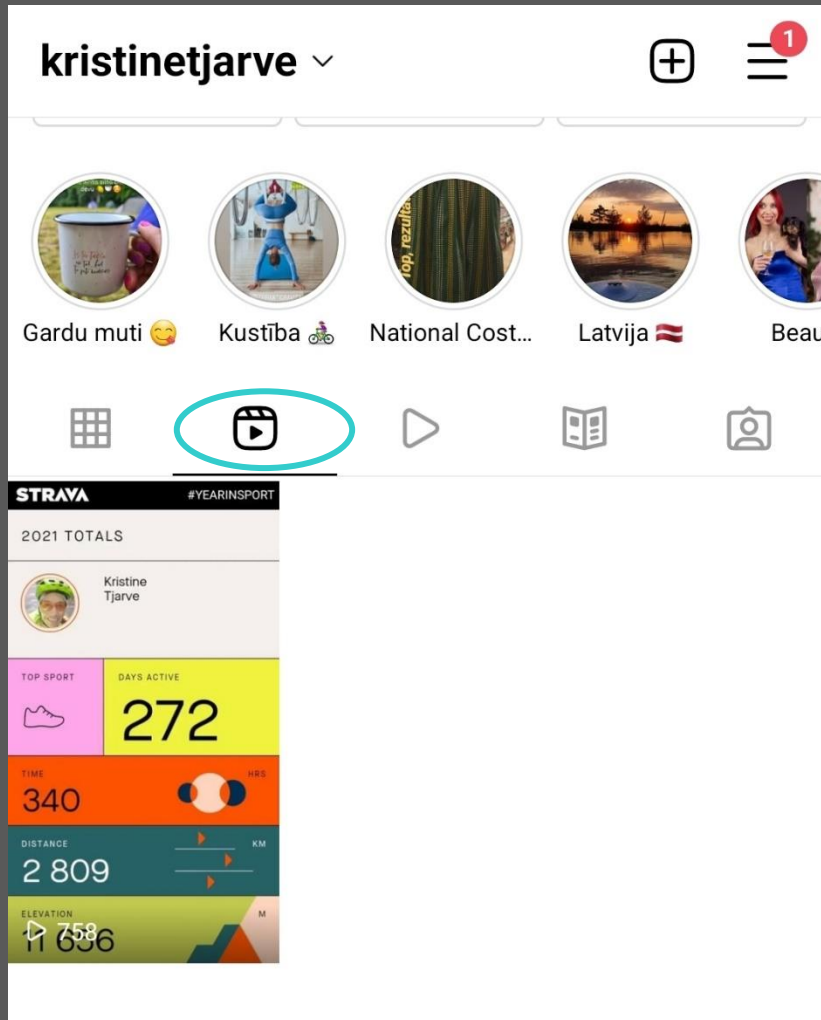


Instagram video izmēri

IG VIDEO SIZE GUIDE



Reels



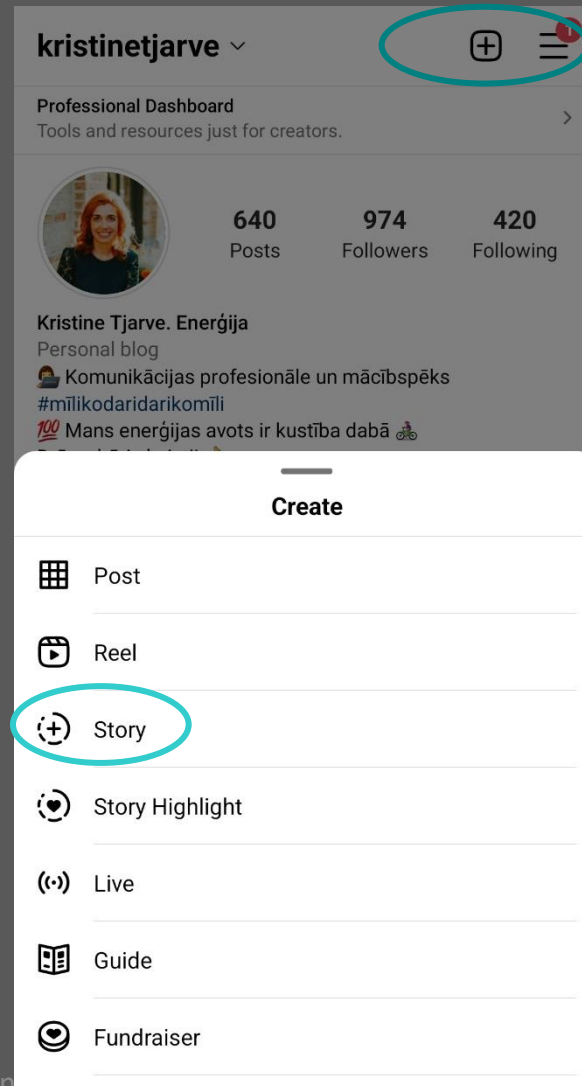
- Atrodi trendīgu dziesmu vai ideju
- Izveido savu saturu
- Veido pēc iespējas īsākus video, lai tie sasniegtu plašāku skatījumu
- Var filmēt ar telefona kameru un montēt citās lietotnēs
- Publicē Reels

Padomi pirms veido Reels

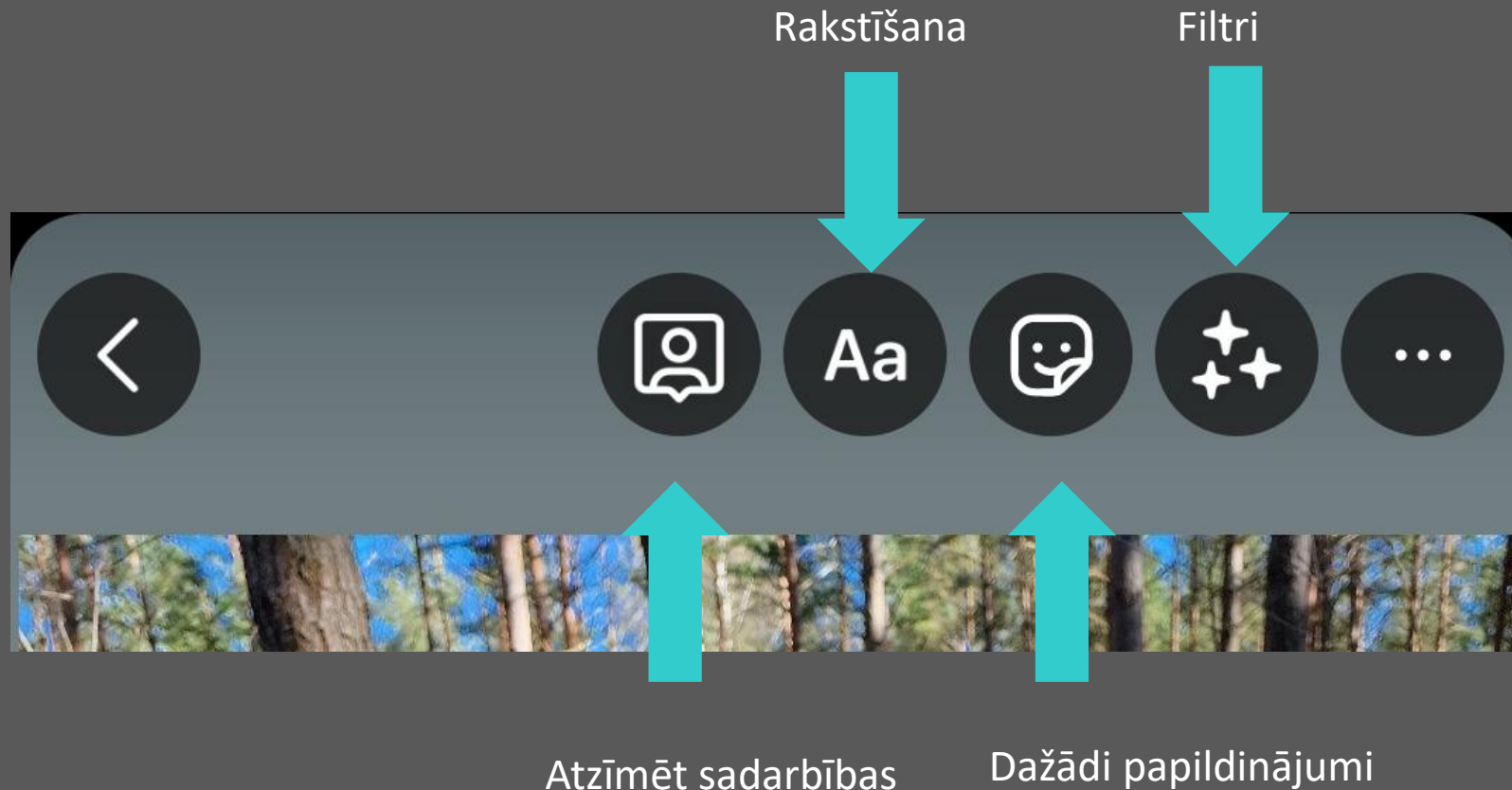
- Uzreiz piedomā par fonu, labu apgaismojumu un savu izskatu
- Izmanto trendīgu mūziku vai oriģinālu audio
- Veido 7-10 sekunžu reels, tie noķers plašāku auditoriju
- Jo vairāk fragmentu jeb «sagraizīts» reels, jo labāk – kadra garums līdz 5 sek
- Pievieno titrus, it sevišķi tad, ja kaut ko stāsti
- Pievieno pāris mirklbirkas atbilstoši reels saturam
- Publicē reels arī uz IG sienas un padalies storiņā, ka ir jauns reel

Instagram saturs - stori

Līdz 100 storiem dienā

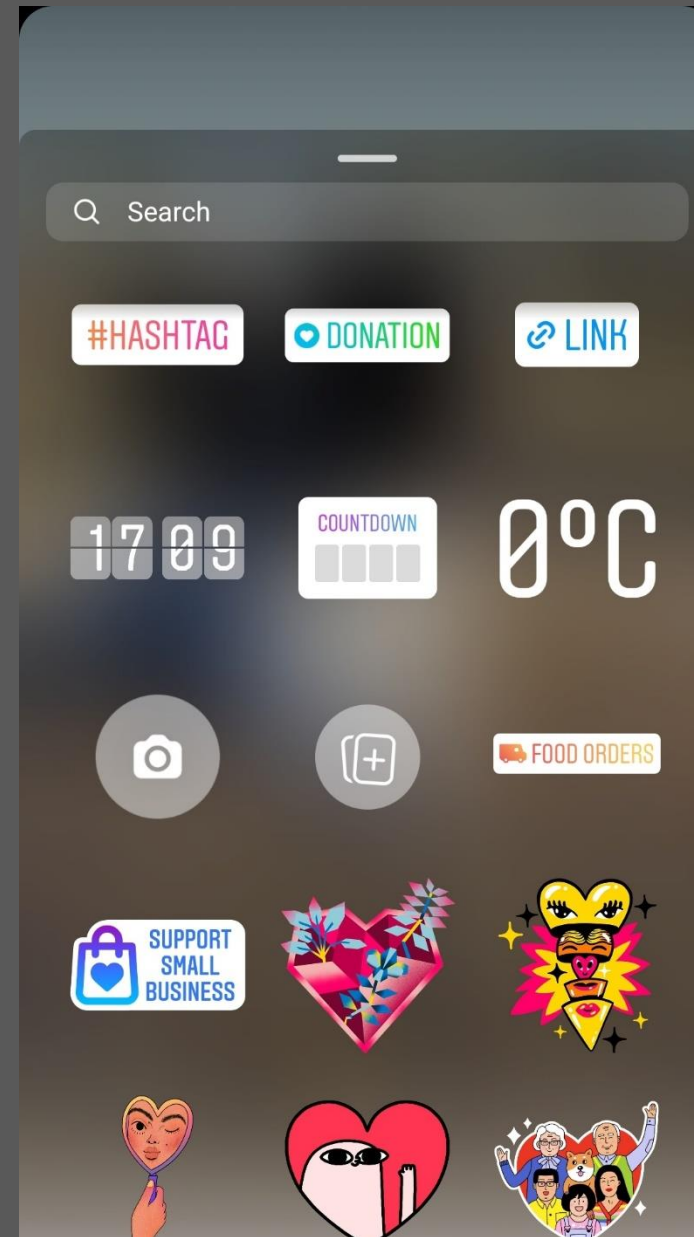
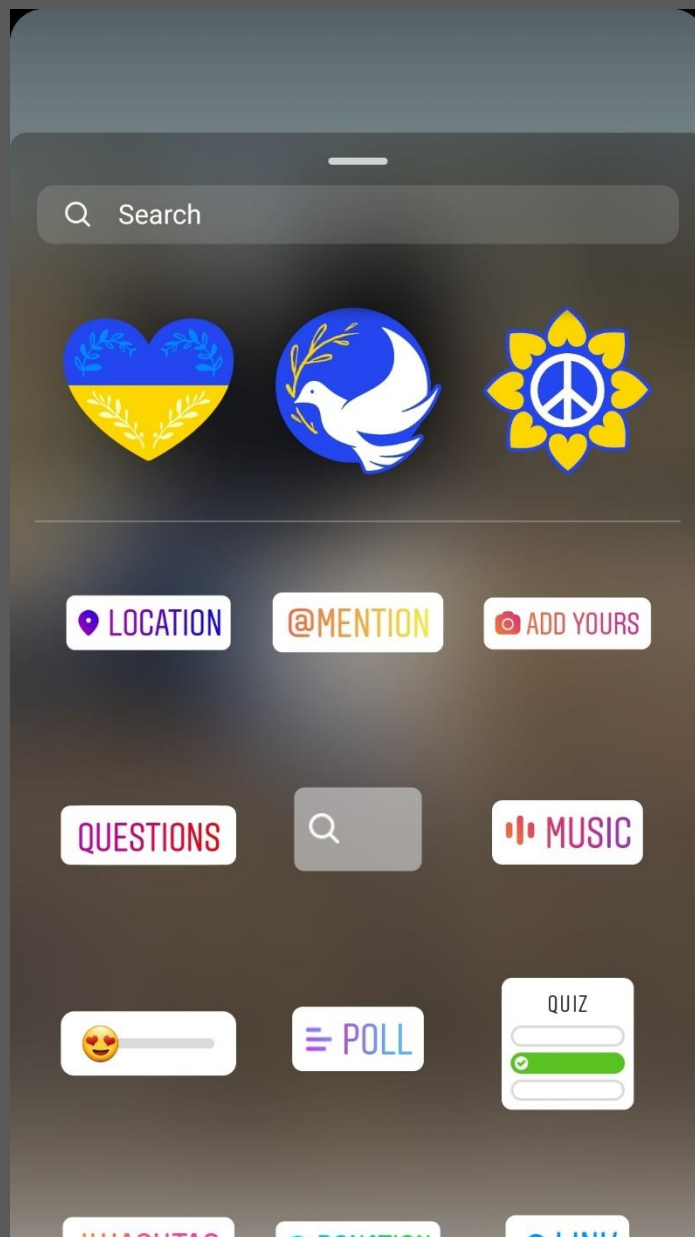


Instagram storija iespējas

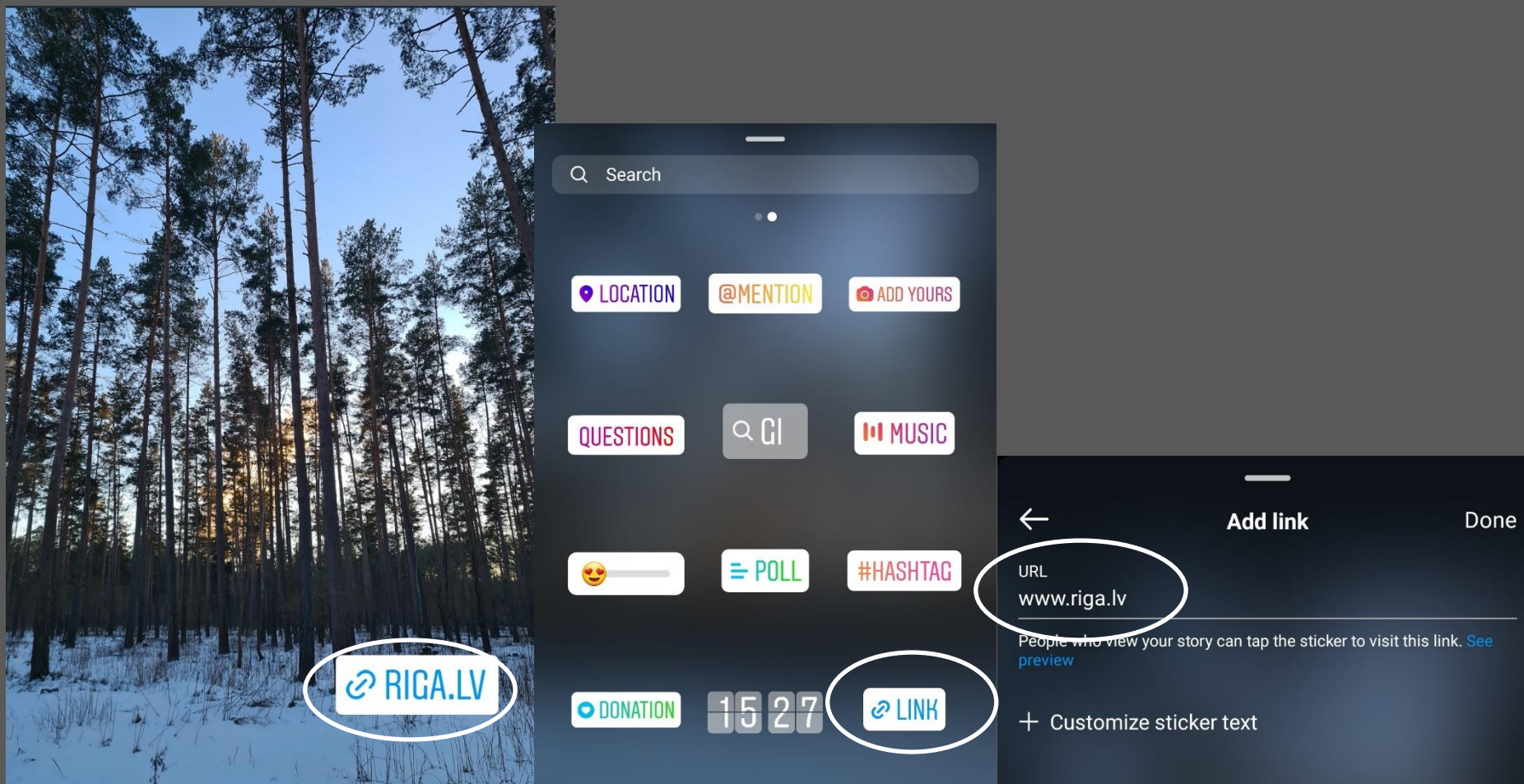


Instagram storiji

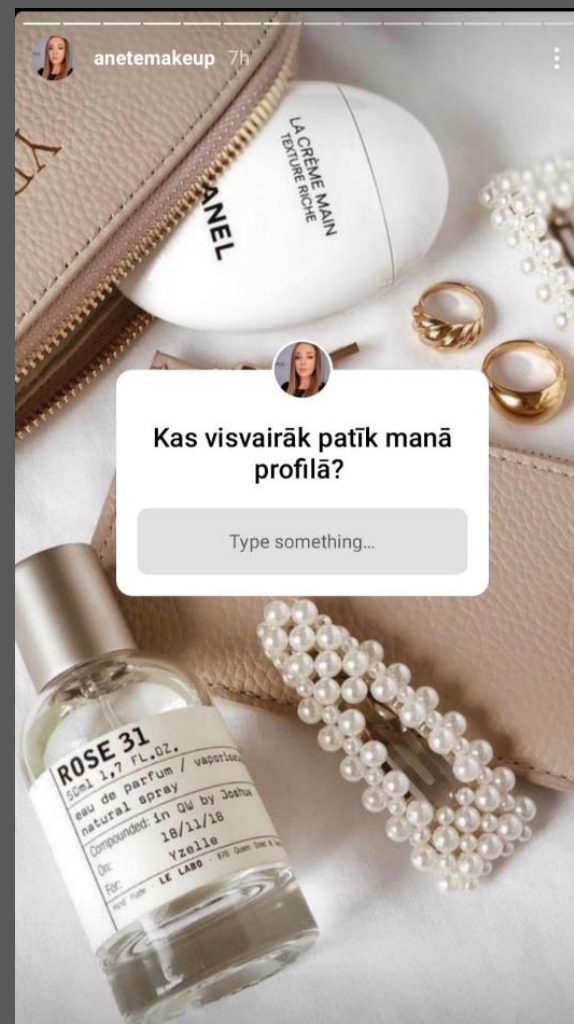




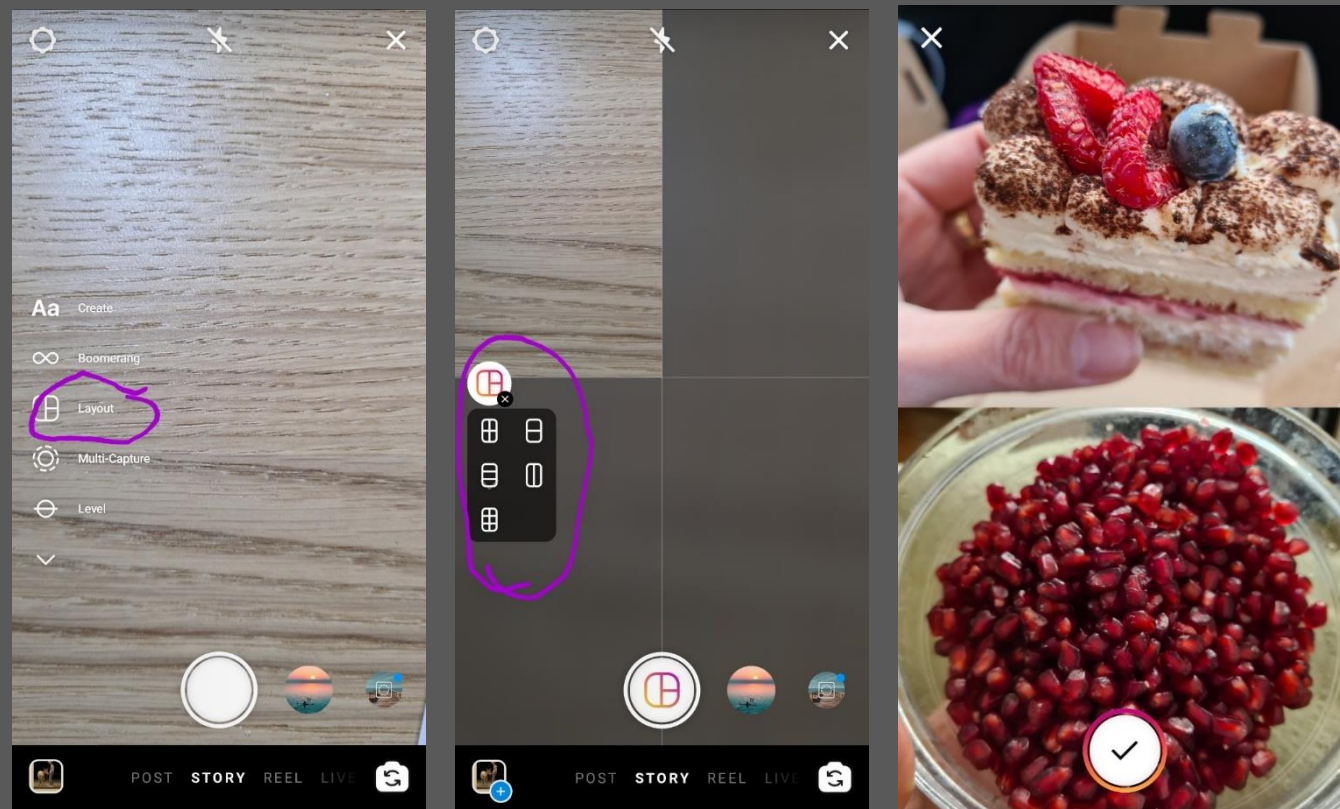
Linka pievienošanas iespējas ikvienam



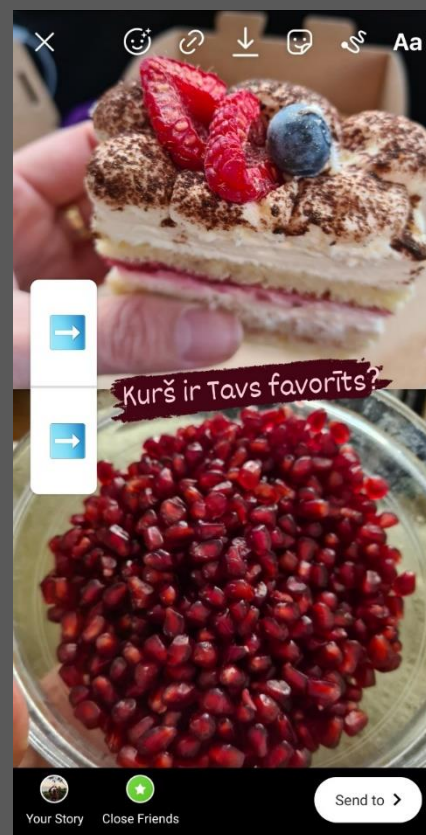
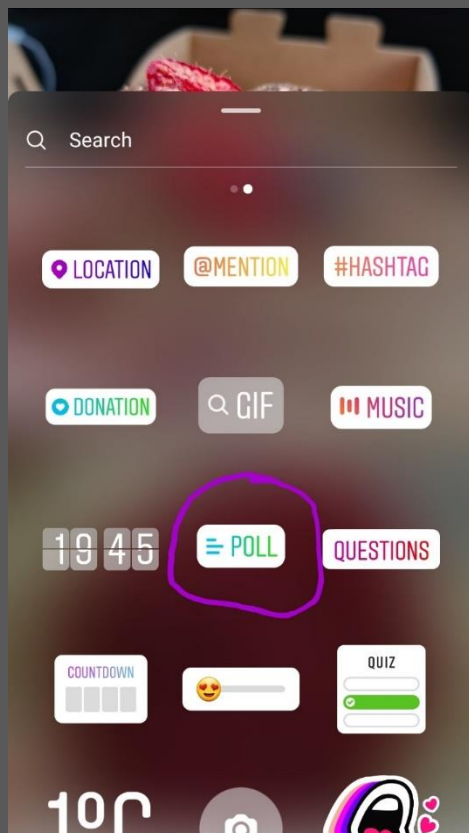
Storiji ar iesaistes elementu



Viltīgā iesaiste



Viltīgā iesaiste



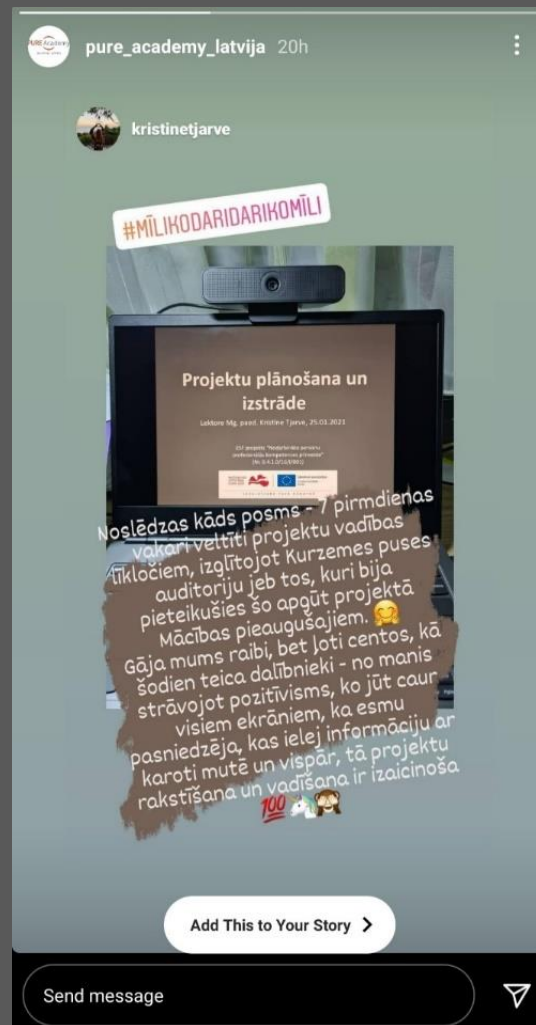
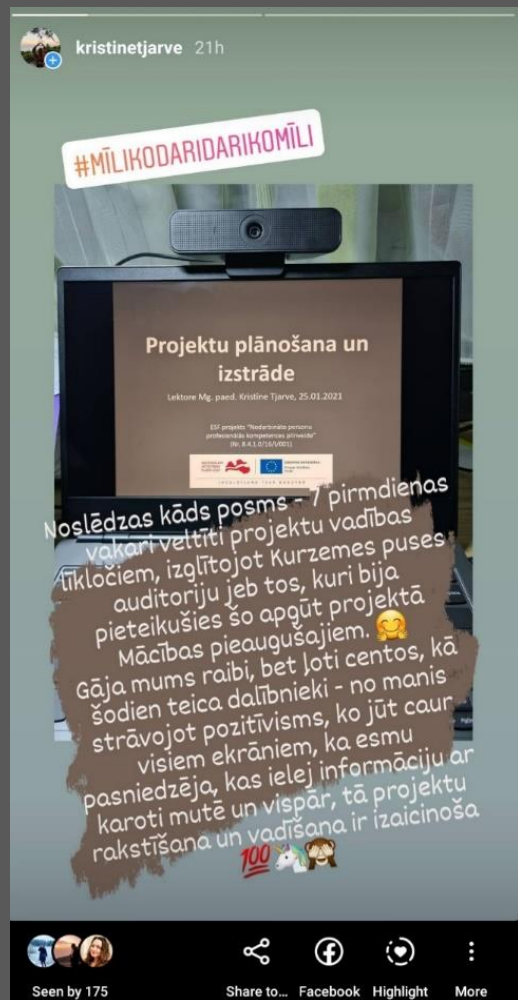
Citu zīmolu tagošana

Storijos un ierakstos noteikti tagot citus zīmolus, jo:

- legūsim plašāku auditoriju
- Citi zīmoli retvītos mūsu ziņu jeb pievienos savā storiņā
- Citi zīmoli mudinās pie jums iegādāties produktu vai pakalpojumu
- Būs lielāka sekotāju/ lietotāju iesaiste



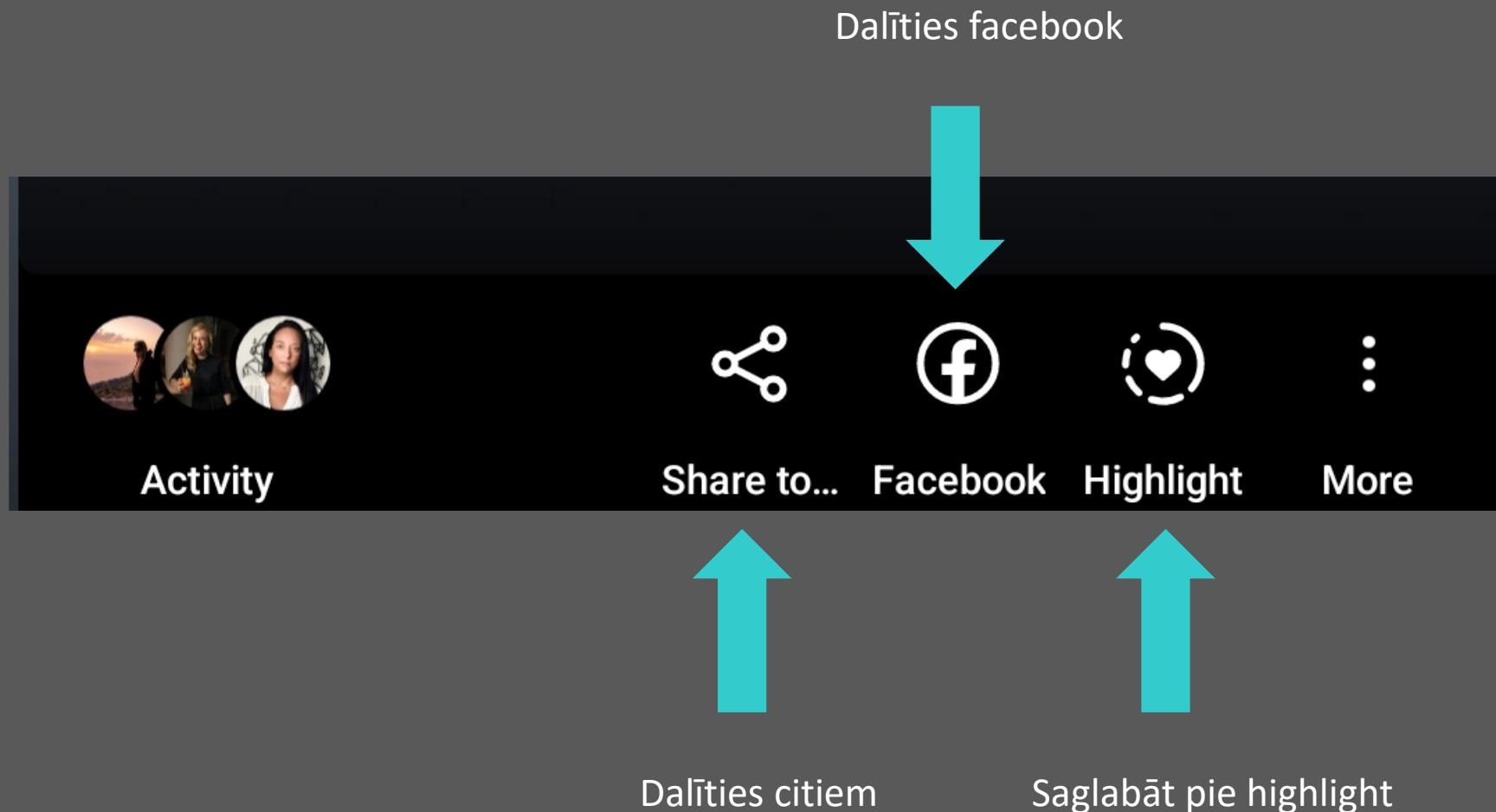
Ietagoti zīmoli un dalīšanās



Publicēts storijs

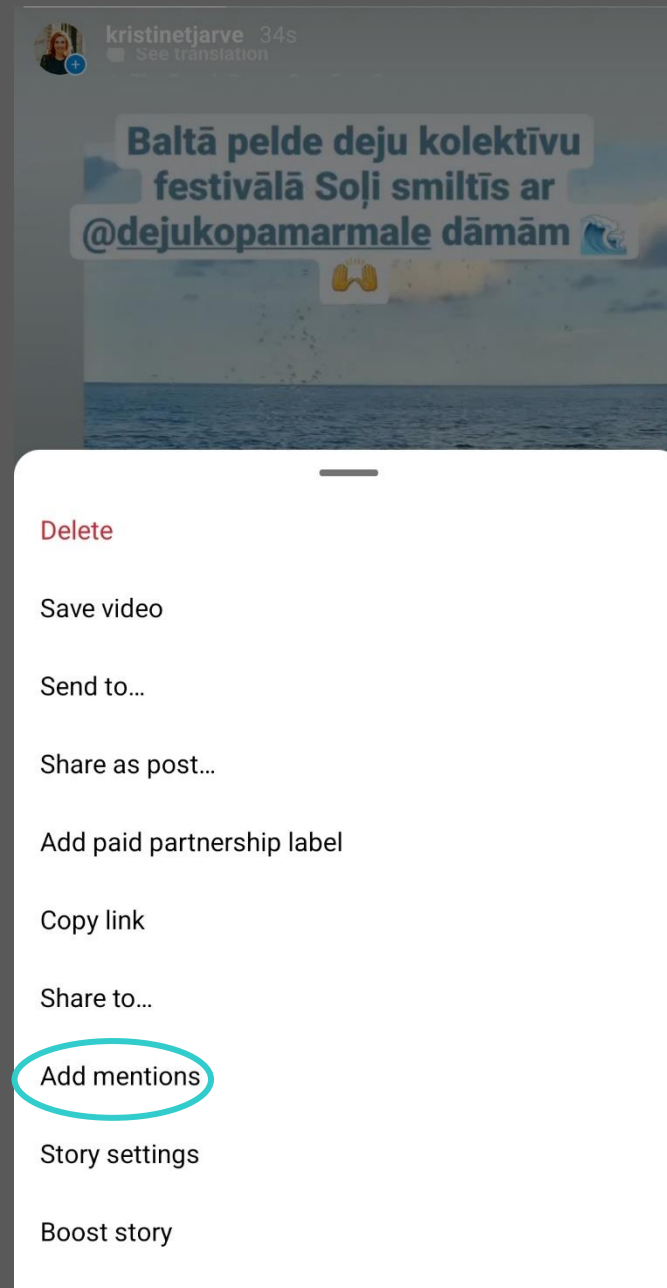


Ko var darīt ar publicētu storiņu?

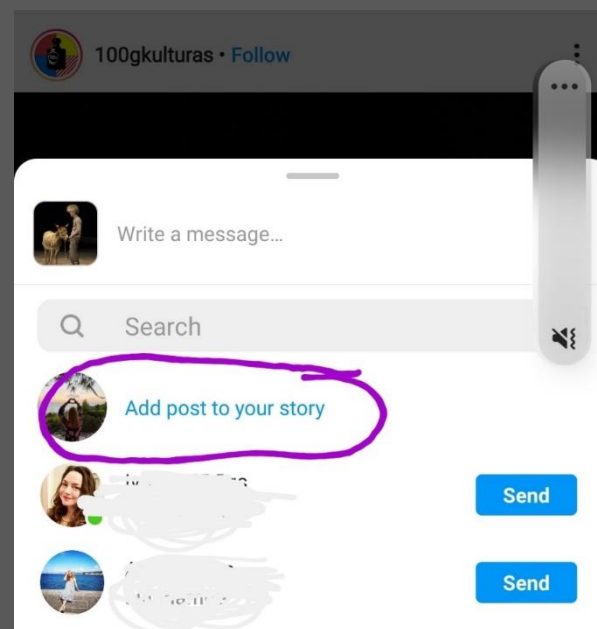


Jaunums!

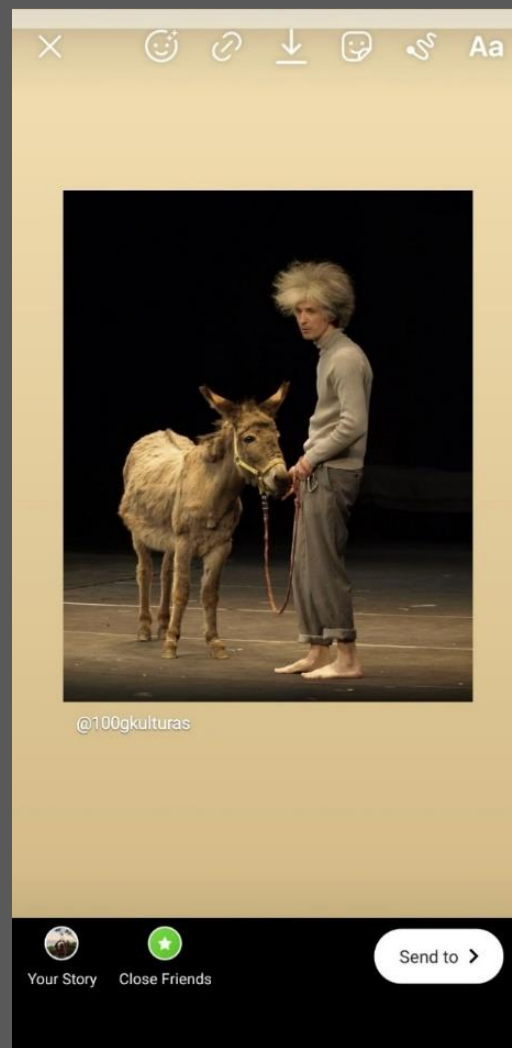
Tagad var ietagot citu
zīmolu storiņā arī pēc
publicēšanas



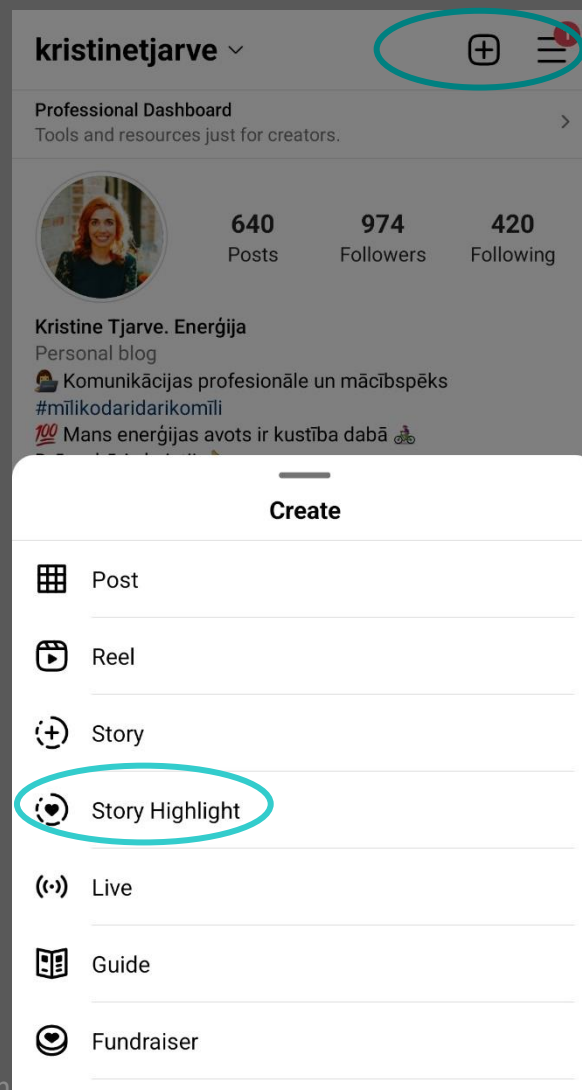
Ieraksta pārpublicēšana storiņā



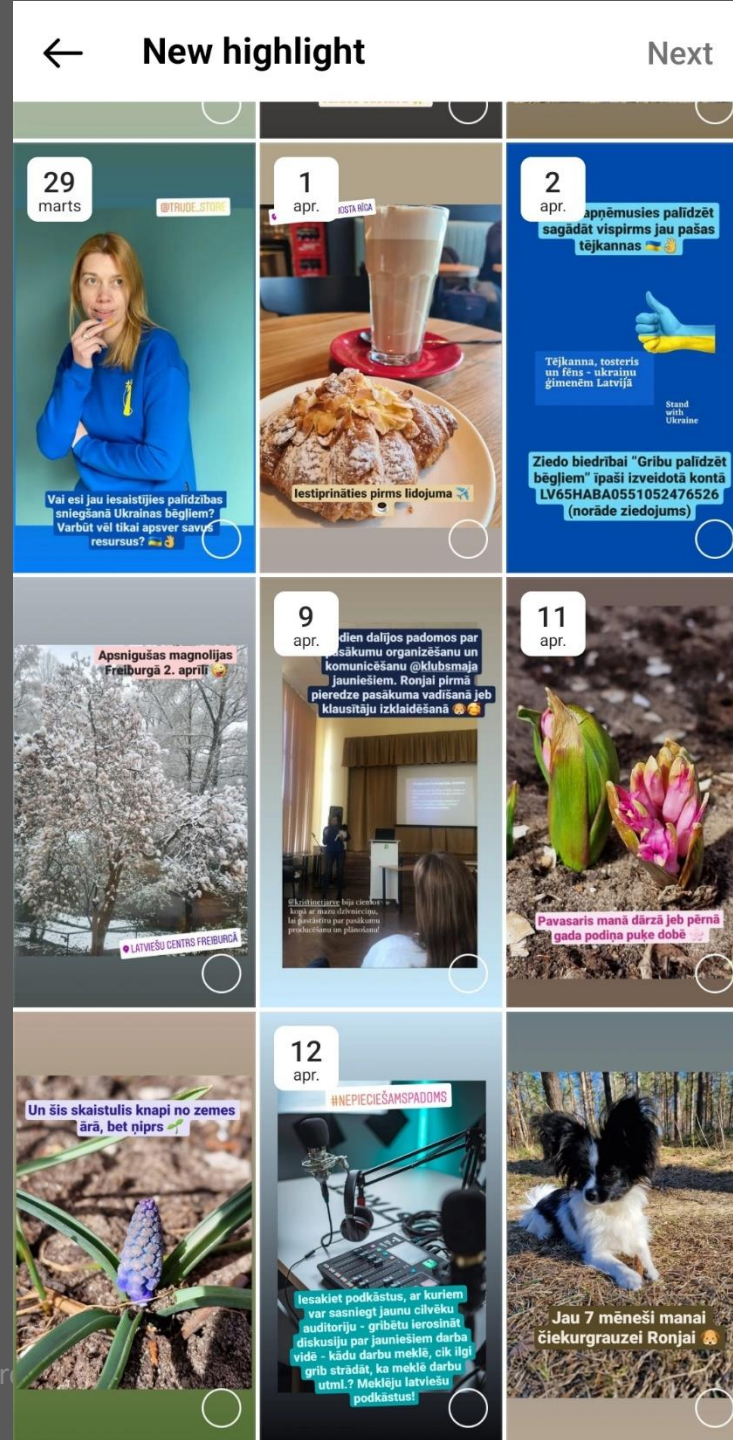
Ieraksta pārpublicēšana storiņā (2)



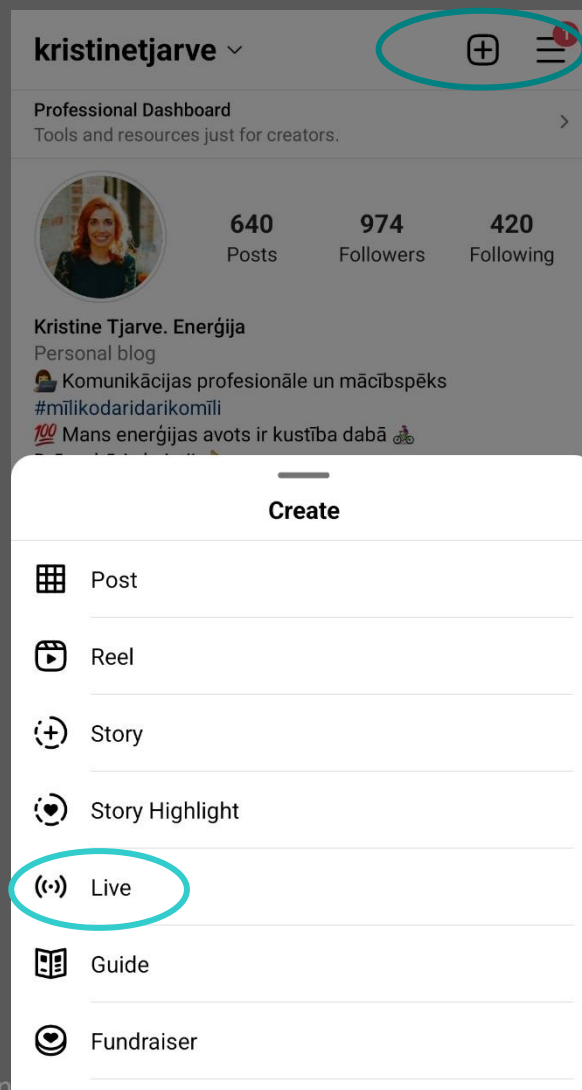
Instagram saturs – storiju izcelšana



Highlights pie jau esošiem storiem (bijušajiem)



Instagram saturs - LIVE





Tiešraide

Instagram Live ierobežojums līdz 4 h

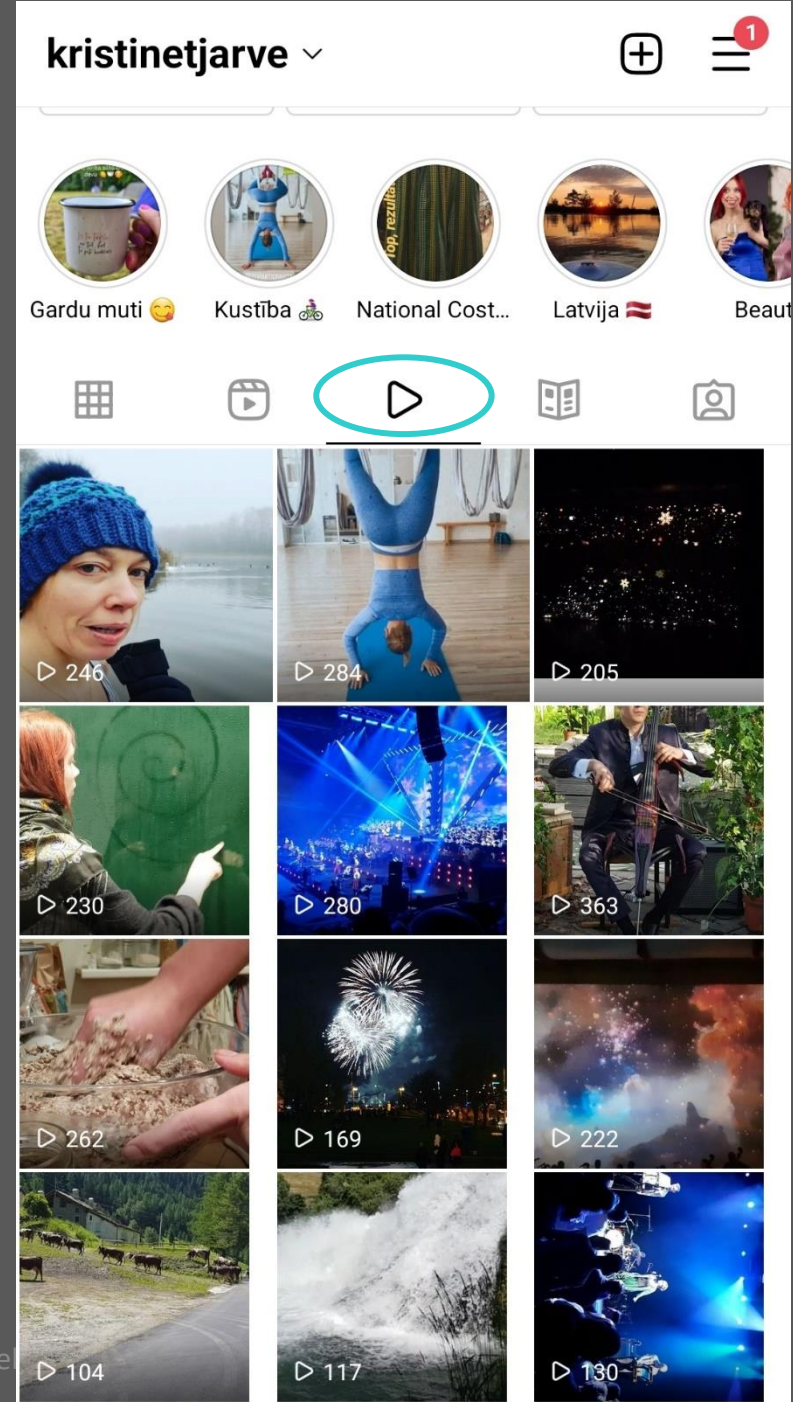
@Kristīne Tjarve

ektu popularizēšanā

Padomi IG LIVE sarunām

- Laicīgi izziņot, ka būs LIVE saruna
- Var izmantot kalendāru, kas skaita atpakaļ laiku līdz LIVE sarunai
- Sarunu sāk ar ievadu par ko būs LIVE tēma – uzmanības noturēšana no pirmajām sekundēm
- Iepazīstina ar viesi un īsumā arī ar sevi, lai saprastu sarunas kontekstu, turklāt LIVE ir redzams arī viesā kontā (ja nu Jūs nepazīt)
- Noteikti izveido scenāriju pirms saruna, piefiksējot jautājumus, ko vēlies izrunāt/ izstāstīt klausītājiem
- Vadi sarunu, dod vārdu katram viesim, ja ir vairāki viesi, ieturi arī pauzes
- Saglabā ierakstu, lai var noskatīties vēlāk

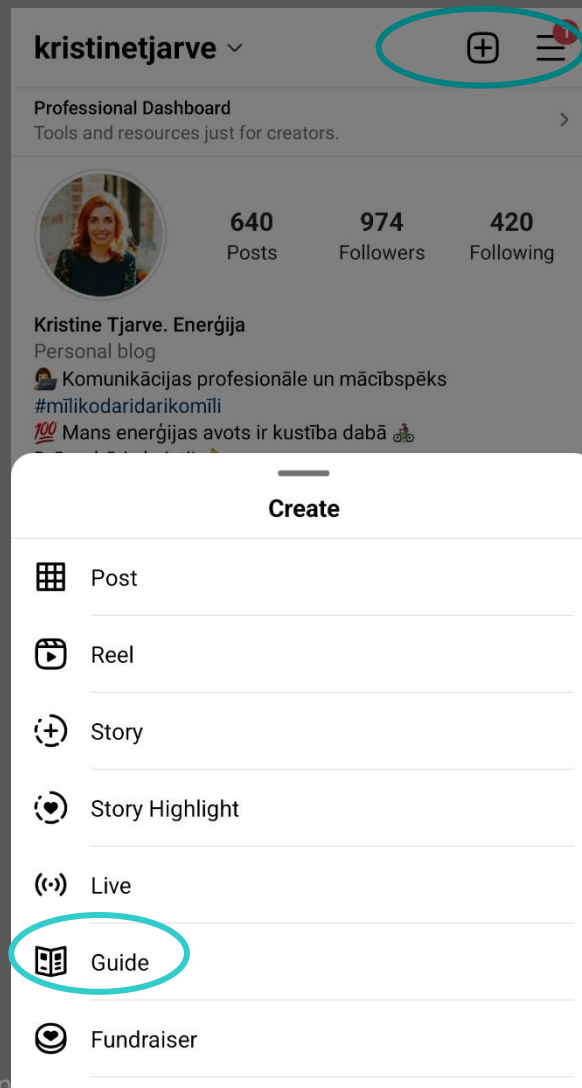
Kur atrast visus sienas video?

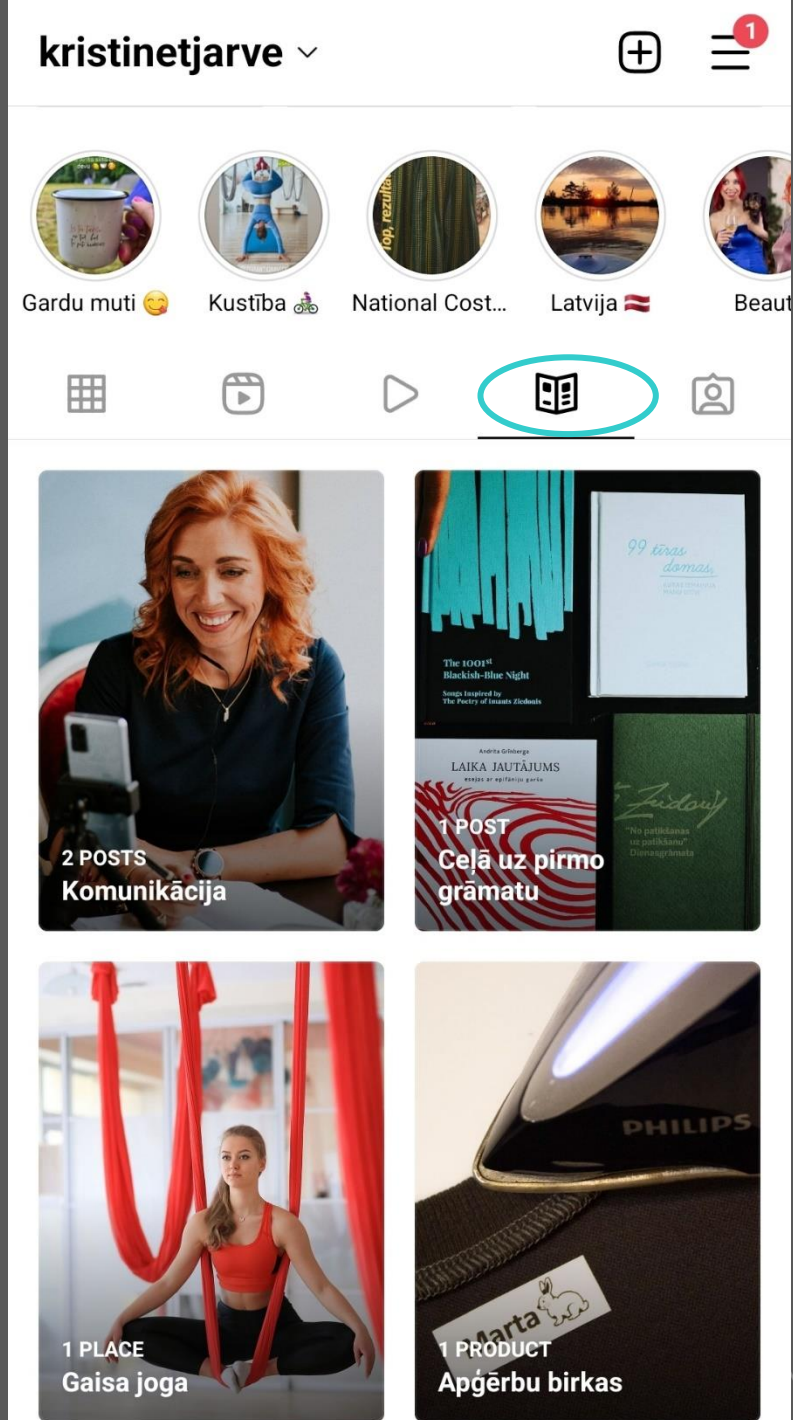


Video garums

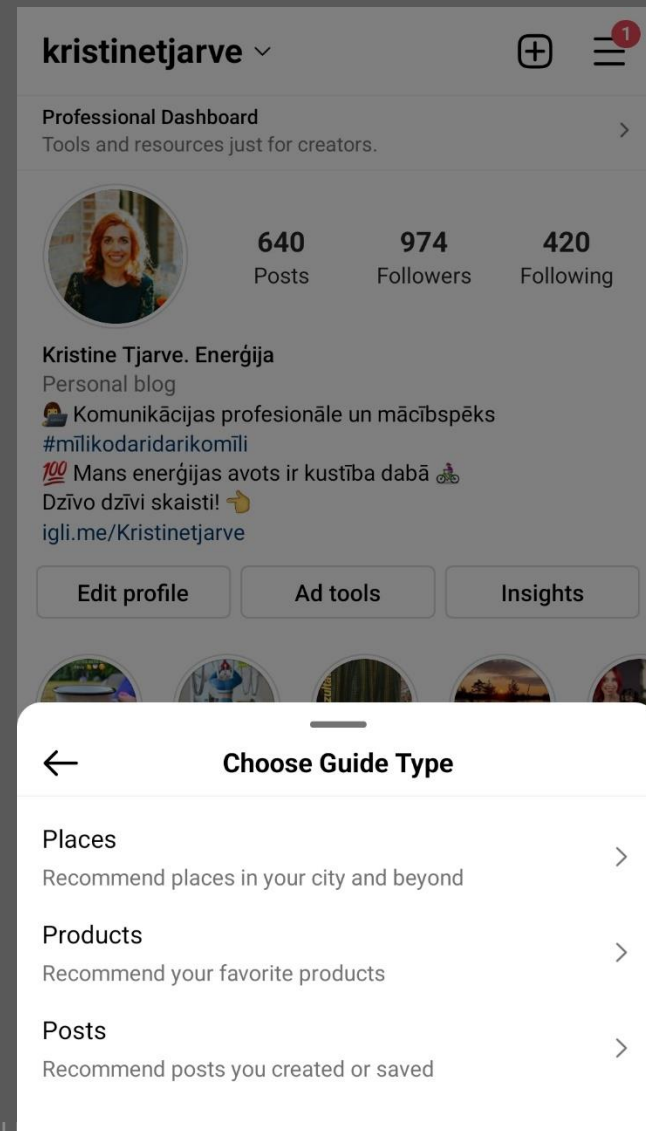
- Reels garums 90 sekundes
- Storiņu garums 4x15 sek
- LIVE garums 4 h
- Storiņu ierobežojums – līdz 100 dienā

Instagram saturs - Guide

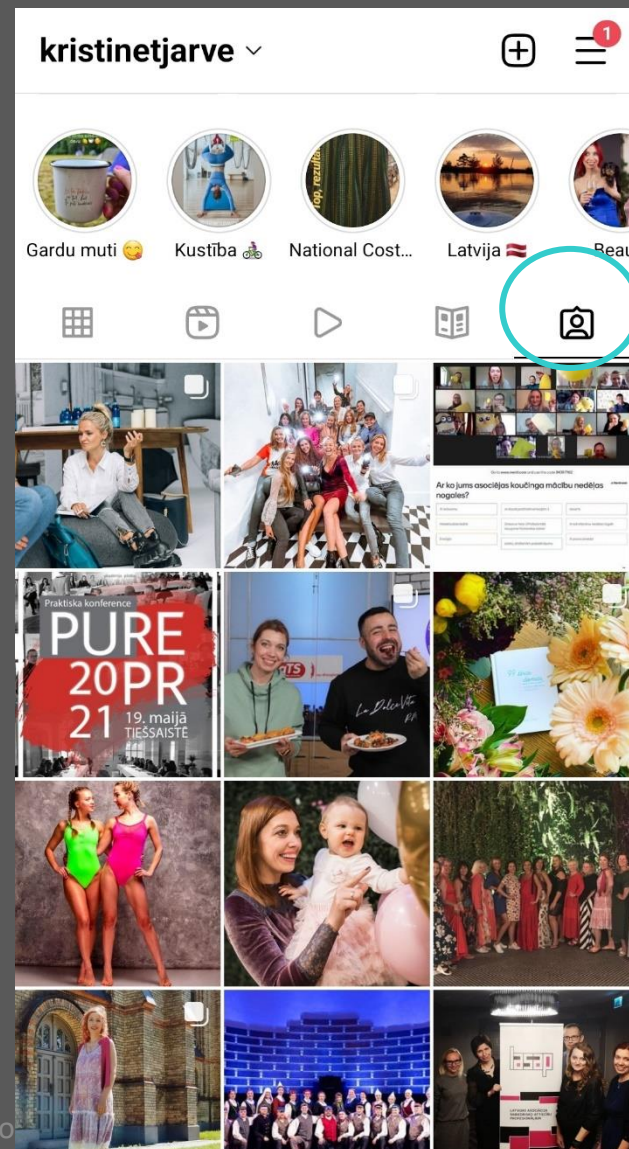
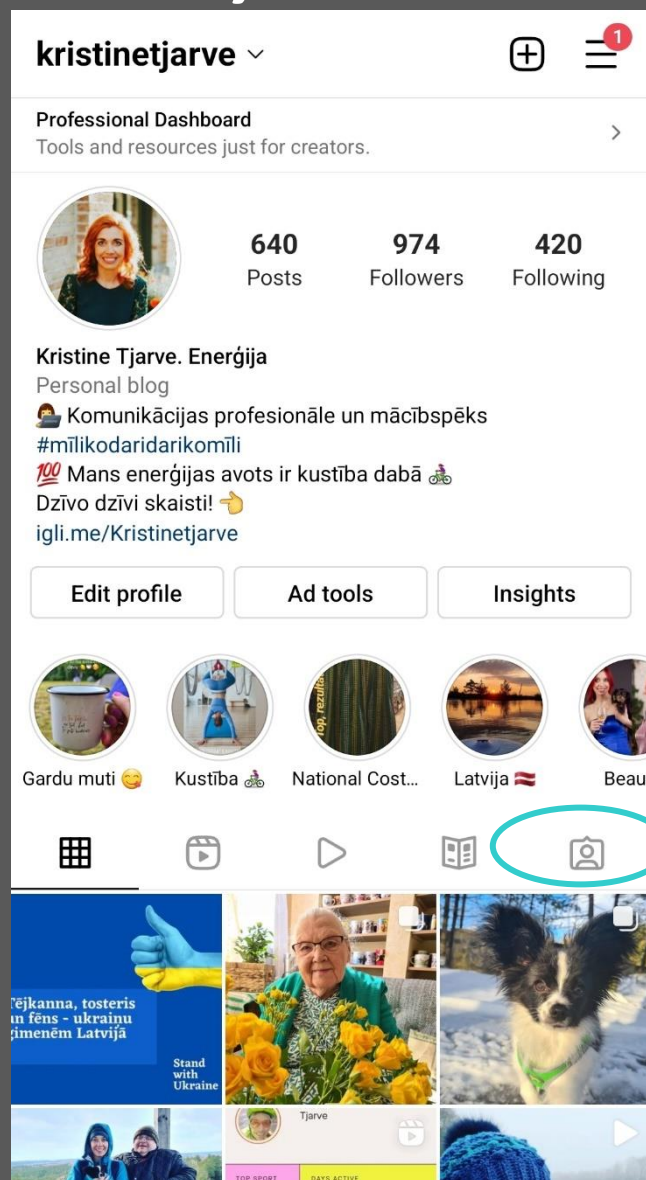




Instagram gids



Kur atrast, kad citi jūs ietagojuši?



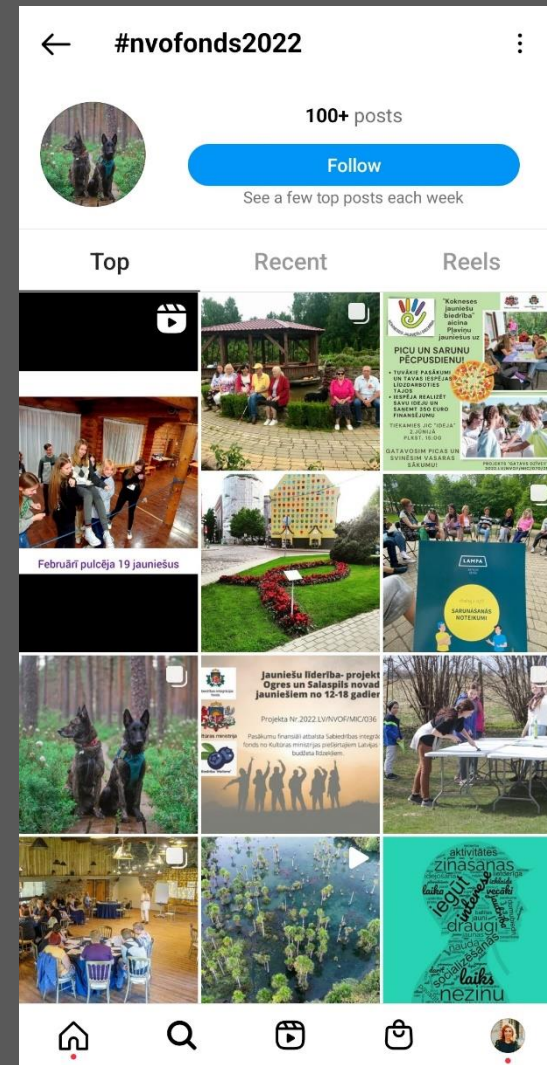
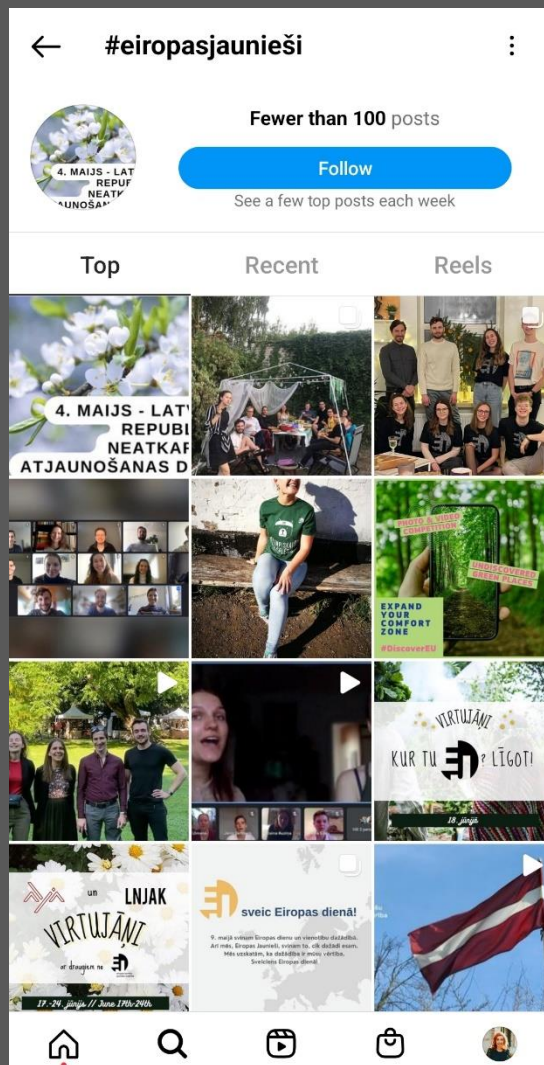
Vēl

- Ierakstā atzīmēti profili 20
- Mirkļbirkas 30

Mirkļbirku nozīmība

- Izmanto gan ierakstos, gan storijs, gan Reels
- Mirkļbirka = atslēgas vārdi
- Mirkļbirkas palīdz IG algoritmam parādīt jūsu saturu citiem sekotājiem, ja jūsu saturs ir viņiem atbilstošs
- Ļoti nozīmīgi jauniem profiliem
- IR arī lielākas iespējas atrast jūsu profilu caur IG meklētāju
- Iespēja iegūt jaunus sekotājus, kuri seko konkrētai mirkļbirkai

#bio virtuālais katalogs



Instagram komentāri

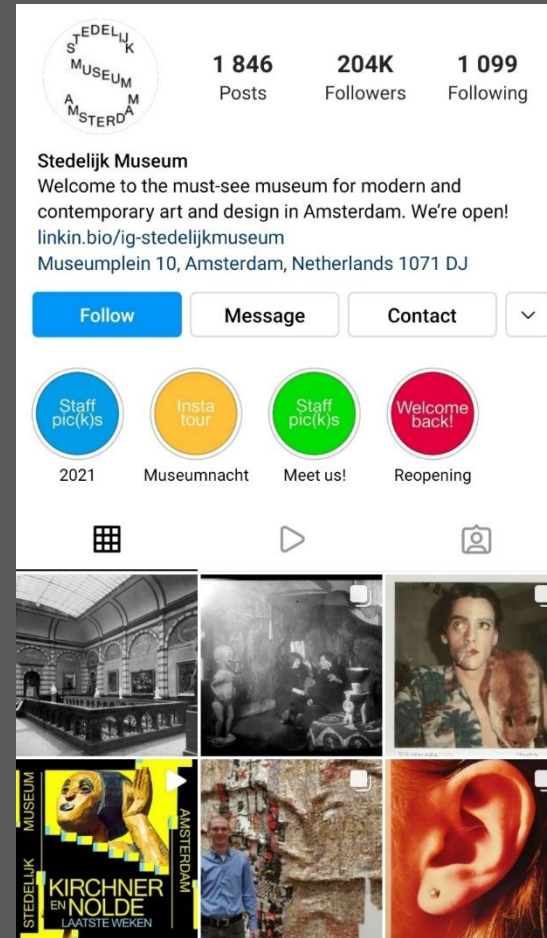
- Ir labi reaģēt uz komentāriem un uzdot pretjautājumus
!!! Paldies un diskusiju pabeidzam mēs 😊
- Komentējam citu profilu ierakstus, jo tādā veidā varam piesaistīt savam profilam sekotājus
 - Paskatāmies, kuri profili patīk, ar kuriem varētu sadarboties
 - Šiem profiliem var ieslēgt paziņojumus, lai saņemam visus jaunos ierakstus

Influenceru atlaides



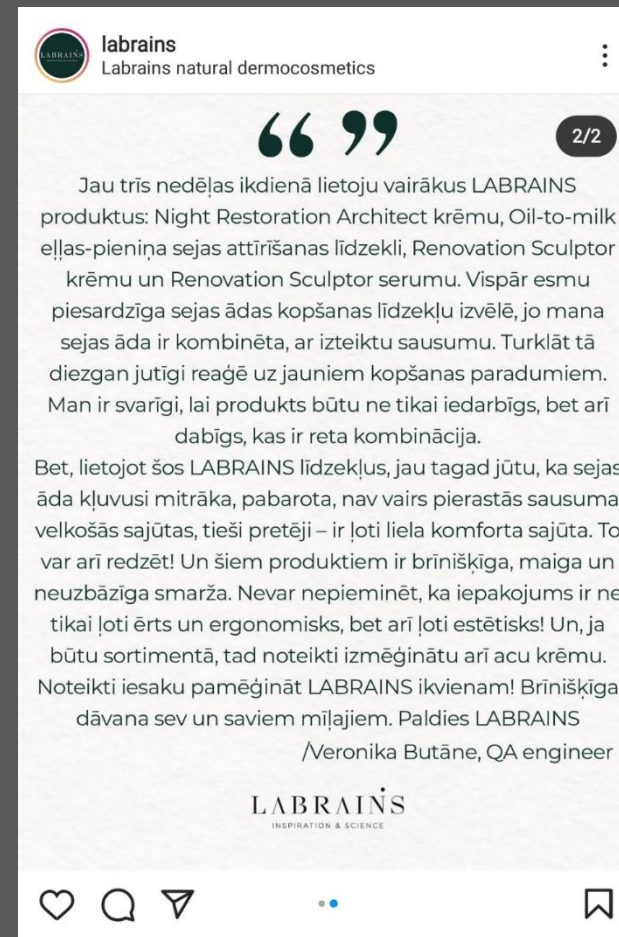
Idejas Instagram saturam

- Iepazīstiniet ar sava zīmola biznesa/ darbības nišu
- Dalies ar 3 eksperta padomiem jeb ieteikumiem izklaidējošā veidā
- Parādi aizkulises, kā notiek procesi Tavā zīmolā



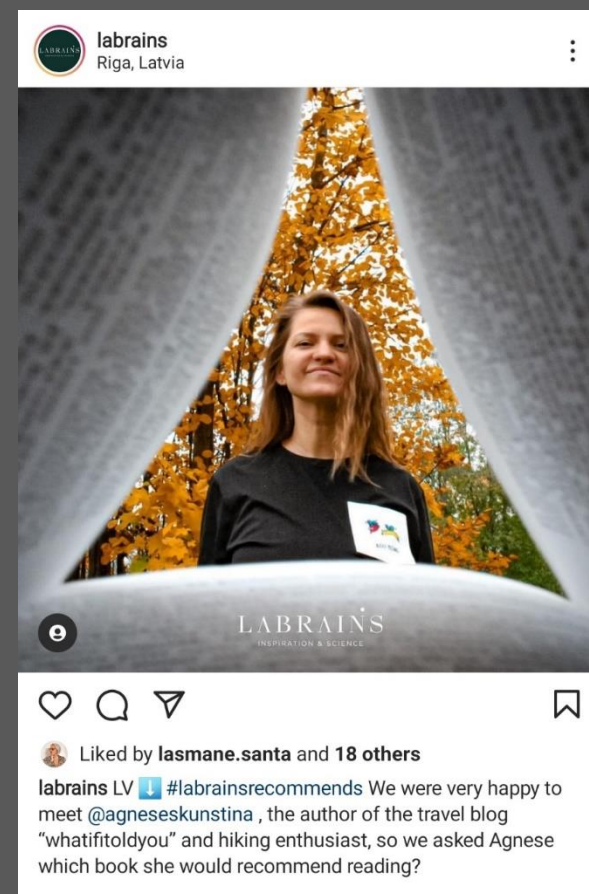
Idejas Instagram saturam

- Klientu/ sadarbības partneru atsauksmes
- Vislabākais padoms, ko esat saņēmuši profesionālajā jomā
- Ieraksts, kur uzskaitāt vērtīgus Instagram kontus, kuriem ir jēga piesekot un kas jūs iedvesmo
- Kas ir biežāk uzdotie jautājumi, uz kuriem jums jāatbild un ko jūs atbildat?
- Jūsu profesionālajā darbībā 3 noderīgākās lietotnes, ko izmantojat telefonā
- Ko esat paveikuši aizvadītajā mēnesī, pusgadā, gadā - sasniegumi



Jaunas auditorijas sasniegšana Instagram

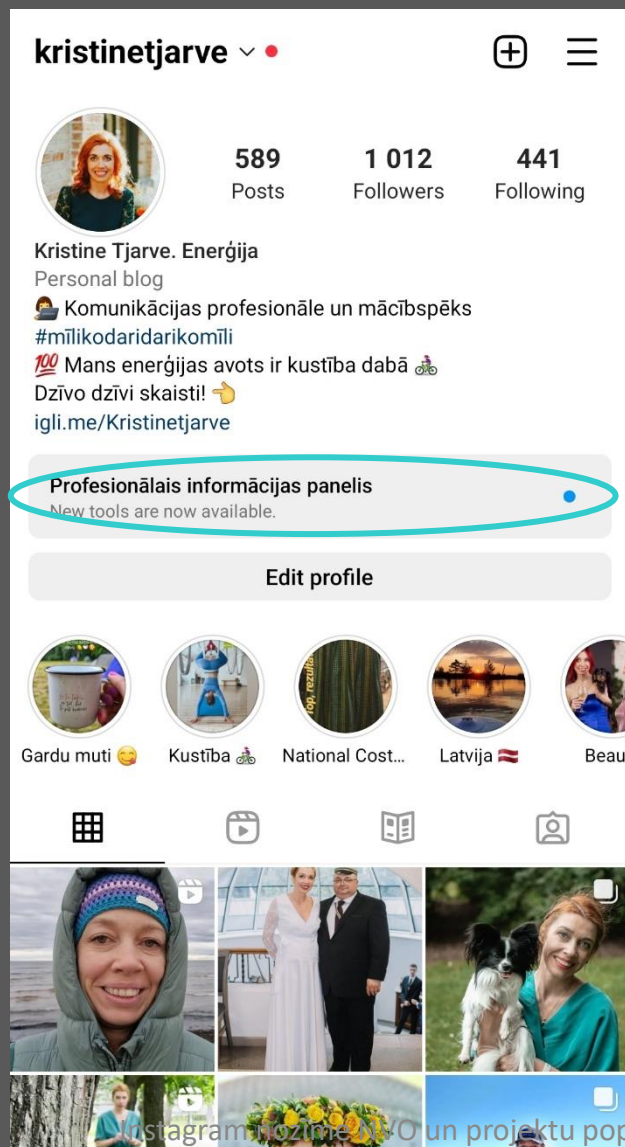
- Tiešraides divatā, trijatā par kādu aktuālu tematu (vislabāk kopā ar kādu, kuram jau ir kāda atpazīstamība)
- Veidojiet barterus par pakalpojumiem vai produktiem savā starpā ar citiem zīmoliem
- Aiciniet uz kopīgām aktivitātēm/ pasākumiem, dalieties ar šo pasākumu atspoguļojumu storijs, veidojot atskatu par aktivitāti
- Ja ir iespēja, atbalstiet ar sponsora reklāmu
- Aiciniet citus piedalīties foto un video projektos kopā ar jums



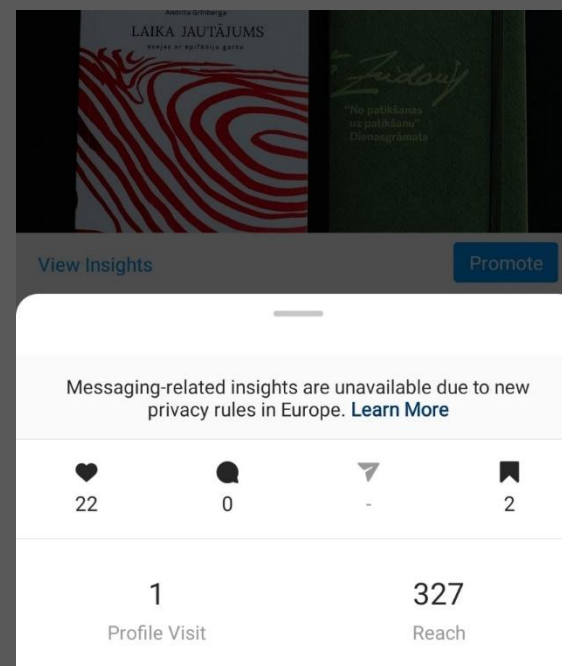
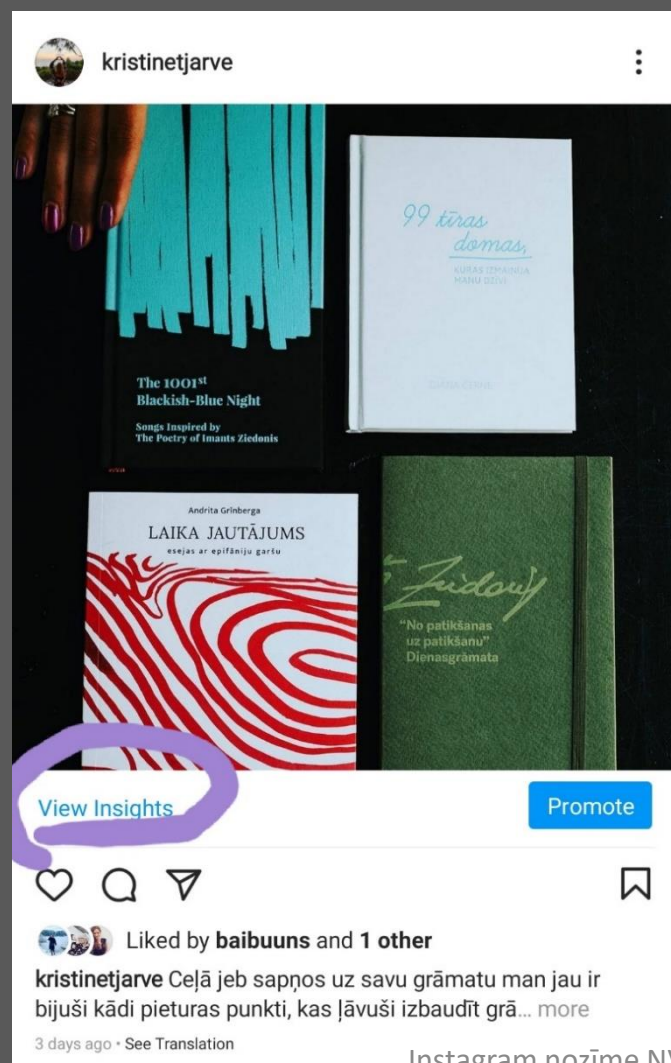
Papildu iesaiste – mudinājums sekotājiem



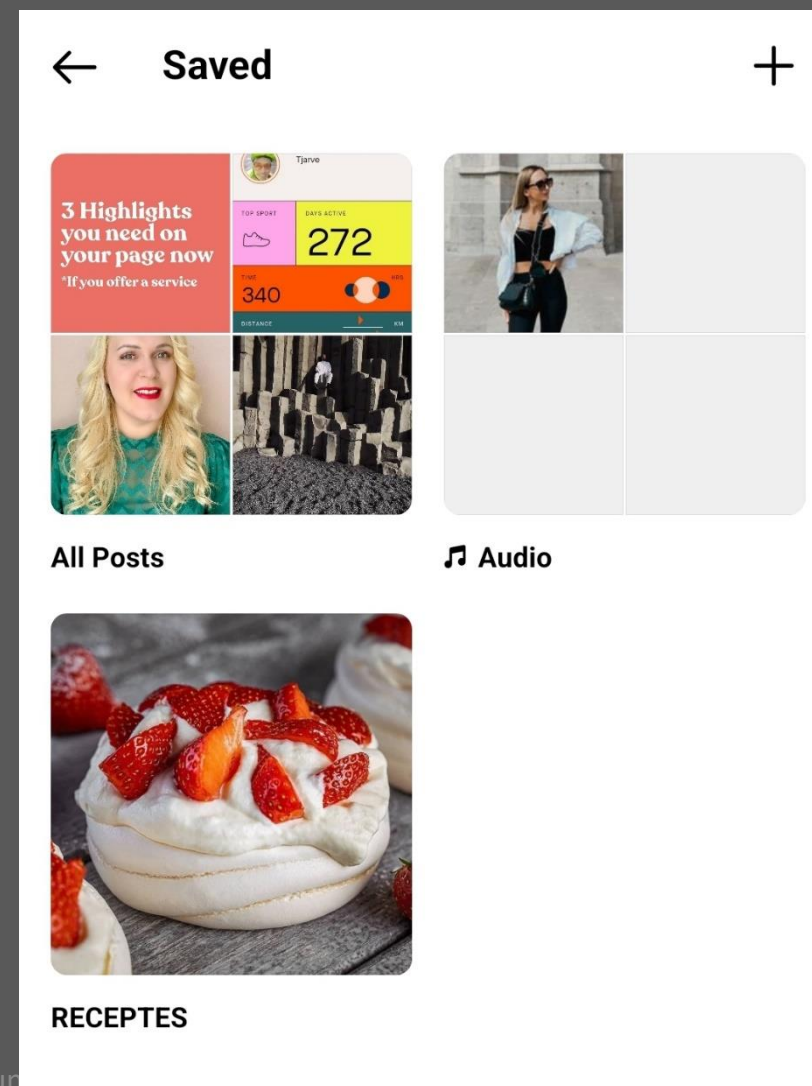
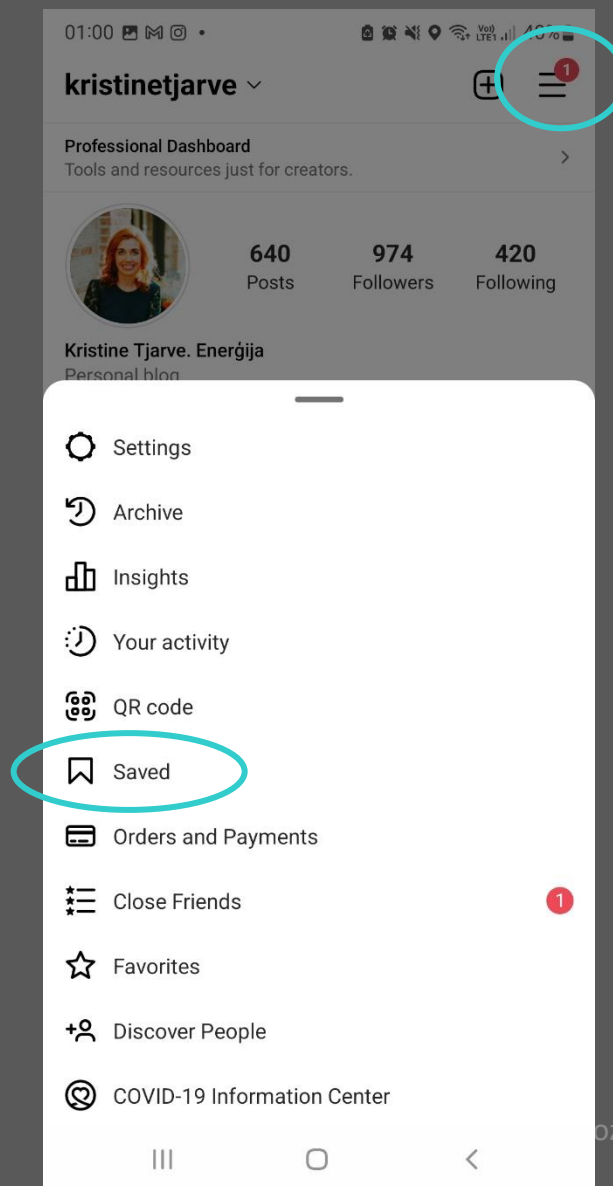
Iesaistes rezultātu mērīšana



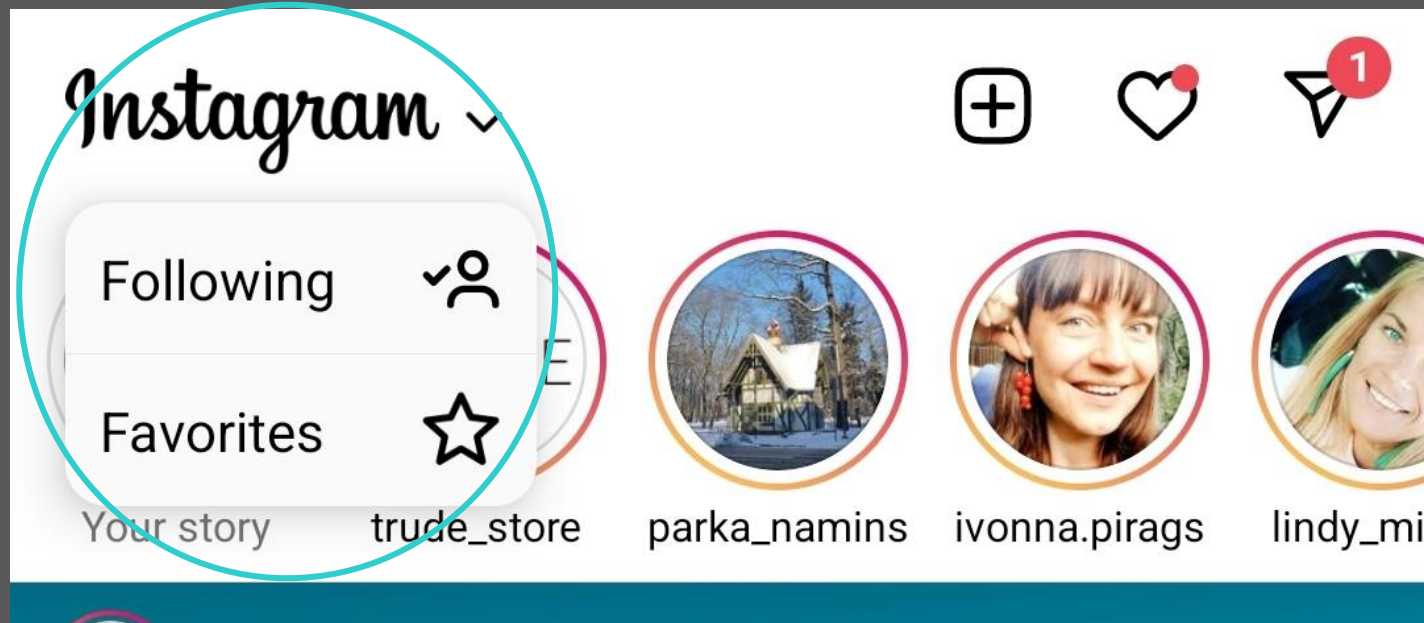
Sekotāju iesaistes rezultāti pie ieraksta



Kur atrast saglabātos ierakstus?



Kam sekot?



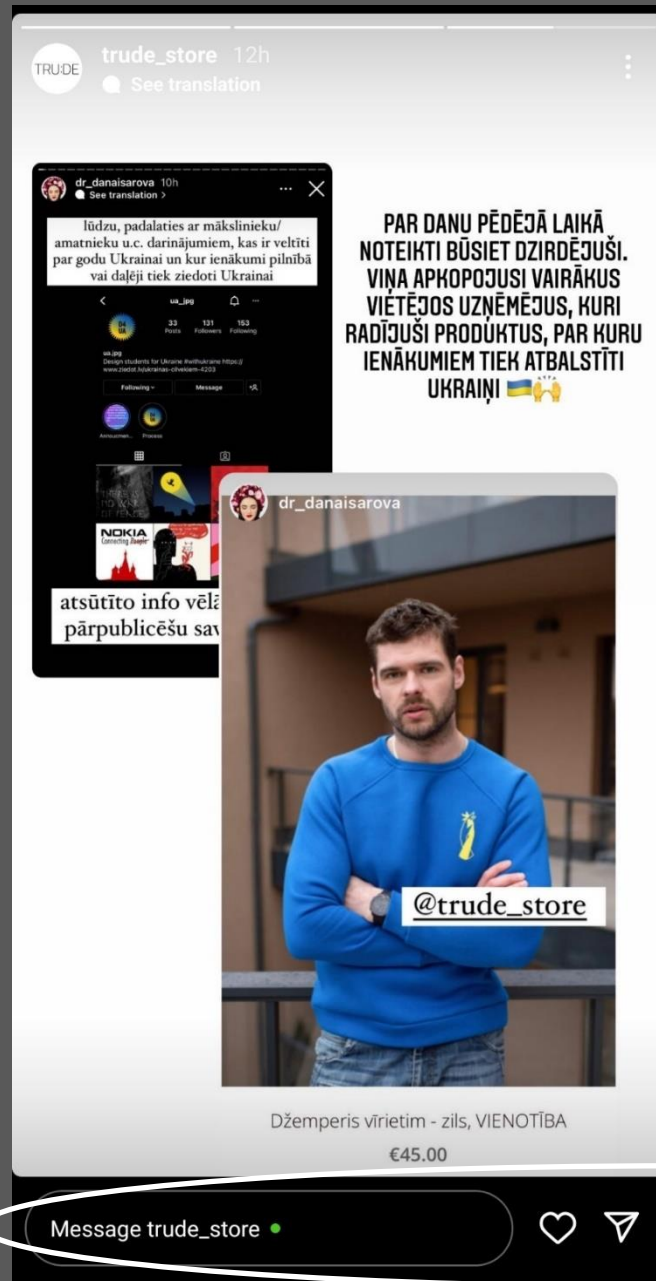
Favorites – vispirms jaunākie ieraksti no taviem labākajiem draugiem, iecienītākajiem satura veidotājiem un uzņēmumiem (var pievienot līdz 50 mīļākos profilus)

Following – rādīsies ieraksti no tiem kontiem, kuriem seko

Ieteikumi par sekošanu citiem

- Seko tiem kontiem, ar kuriem vēlies veidot komunikāciju
- Komunicē personīgi – rakstot īstus komentārus un ziņas
- Atbildi saviem sekotājiem vienmēr
- Spied Like saturam, kas patīk un interesē

Iespēja iesaistīties citu storiņu saturā



Uz tikšanos tiešsaistē!

Kristīne Tjarve

LMT 29296617

e-pasts: kristine.tjarve@interact.lv

<https://www.linkedin.com/in/kristinetjarve/>