

Interreg



Līdzfinansē
EIROPAS SAVIENĪBA

Latvija – Lietuva

LL-00061 «Digitāli pieejami un pievilcīgi zudušā kultūras mantojuma tūrisma galamērķi Zemgalē un Ziemeļlietuvā»/ Reclaimed history

Seminārs/Apmācības

“DIGITĀLĀS PRASMES UN ZINĀŠANAS, PROGRAMMA TO PIELIETOJUMS TŪRISMA NOZARĒ”

29.01.2025.

*Kā izmantot sociālo mediju platformas Facebook, Instagram, X
mārketinga un komunikācijas nolūkiem*

Jana Bunkus

IEPAZĪSIMIES

KOMUNIKĀCIJĀ JAU 21 GADU

J.B. SPARK COMMUNICATION VADĪTĀJA

BIZNESA AUGSTSKOLA TURĪBA KOMUNIKĀCIJAS
VIRZIENA VADĪTĀJA

LEKTORE VAIRĀKĀS AUGSTSKOLĀS LATVIJĀ

LATVIJAS ASOCIĀCIJAS SABIEDRISKO ATTIECĪBU
PROFESIONĀĻIEM BIEDRE

KOMUNIKĀCIJAS AĢENTŪRAS "MILTON LATVIA"
PADOMNIECE PR UN PA JAUTĀJUMOS



JANA BUNKUS
Mg.s.c.c.o.m.m.

Tālrunis: +371 29170955

E-pasts:

jana.bunkus@gmail.com

www.janabunkus.com

Mana elpa un
sirdspuksti



SPARK
COMMUNICATION



ŠODIENAS TĒMAS



- Personiskais zīmols – atpazīstamības un uzticamības veidošana
- Auditorijas iesaiste – aktīva komunikācija un attiecību veidošana
- Platformu specifika – kā efektīvi izmantot Facebook, Instagram un X mārketingā
- Uzrunājoši teksti – īsi, iedvesmojoši un mērķtiecīgi ziņojumi



KOMUNIKĀCIJA 2025 – KAS JAUNS?

AIZVIEN VAIRĀK PIEAUG VADĪTĀJU LOMA KOMUNIKĀCIJĀ (LĪDERĪBA)

KOMUNIKĀCIJAS ĀTRUMS

AIZVIEN PERSONALIZĒTĀKA KOMUNIKĀCIJA – SATURS

PIEAUG IEKŠĒJĀS UN ĀRĒJĀS KOMUNIKĀCIJAS SAIKNE

AIZVIEN VAIRĀK INDIVIDUĀLU RISINĀJUMU KATRAI SITUĀCIJAI

KORPORATĪVĀS EMPĀTIJAS LAIKMETS GAN IEKŠĒJĀ, GAN ĀRĒJĀ KOMUNIKĀCIJĀ

PERSONISKAIS ZĪMOLS UN REPUTĀCIJA

ATGRIEZENISKĀ SAITE



1

PERSONISKAIS ZĪMOLS DIGITĀLAJĀ VIDĒ



Definīcija

PERSONISKAIS ZĪMOLS DIGITĀLAJĀ VIDĒ

SABIEDRĪBAS VAI SABIEDRĪBAS GRUPAS

VIEDOKLIS UN ATTIEKSME PAR

ORGANIZĀCIJU, PERSONU VAI NOTIKUMU,

BALSTOTIES ARĪ UZ IEPRIEKŠĒJO PIEREDZI

Cambridge Dictionary



Definīcija

PERSONISKAIS ZĪMOLS DIGITĀLAJĀ VIDĒ

Personiskais zīmols ir elementu kopums (piemēram, tās ir vērtības, valodas lietošana gan mutiski, gan rakstiski, attieksme pret cilvēkiem un visu apkārtējo, ķermeņa valoda, ģērbšanās stils, uzvedības etiķete, uzticamība, komunikācija sociālajos medijos, utt.)

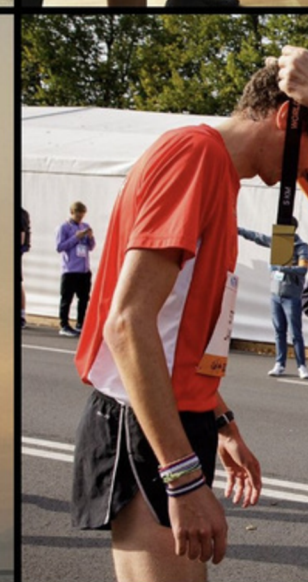
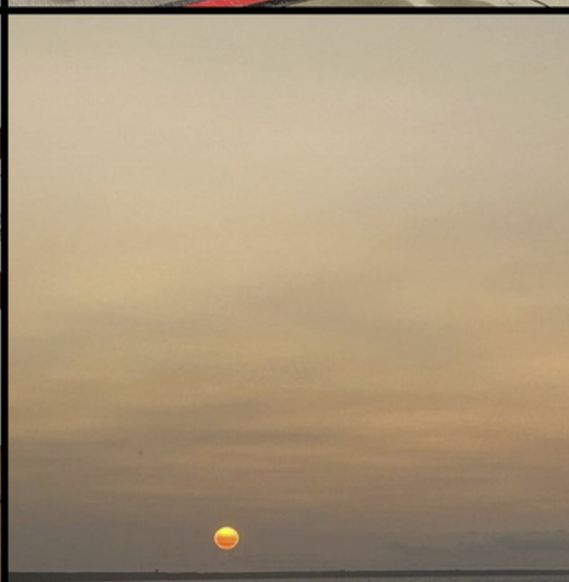
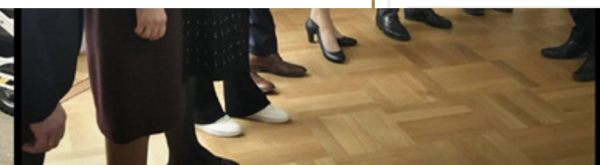
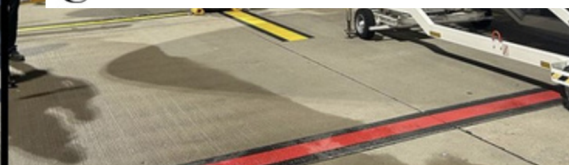
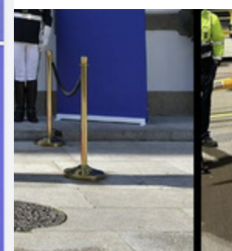
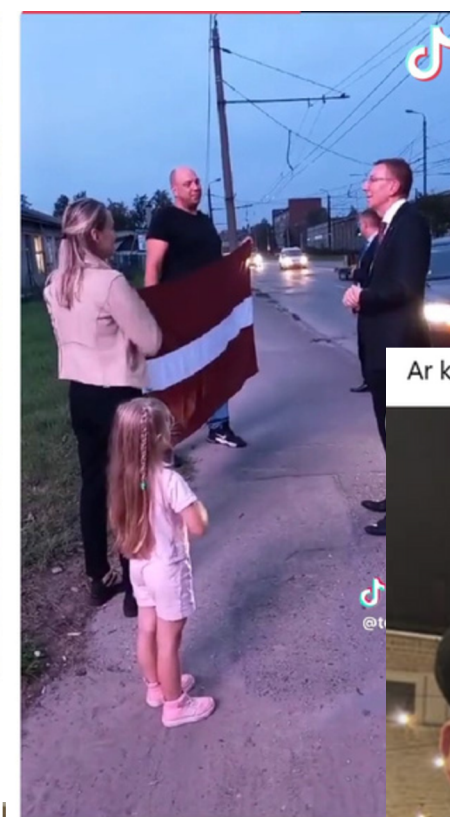
tas ir tas, ko tu citiem pastāsti un parādi par sevi un ko citi par tevi domā



Valsts prezidents Edgars Rinkēvičs un viņa komunikācija sociālajos medijos



VIDEO. “Neviens cits tā nedarītu!” – prezidents Edgars Rinkēvičs sagādā milzīgu pārsteigumu kādai latviešu ģimenei



**Uff... Apsveicu mūsu hokejistus jau ar otro
uzvaru Pasaules čempionātā, bet tie
rikošeti... 🇱🇻🏏**





Edgars Rinkēvičs • 2nd

--
1w • 🌐

+ Follow ...

Ilmārs Znotiņš pieķēra darbā ar dokumentiem un padomniekiem.

[See translation](#)



Edgars Rinkēvičs

@edgarsrinkevics

Apmeklējot gaļas liellopu saimniecību
"Kolumbi" Kuldīgas novadā, pirmais
no kreisās Valsts prezidents...

[Translate post](#)



Humors komunikācijā – drosmīgajiem

PERSONISKAIS ZĪMOLS DIGITĀLAJĀ VIDĒ

1. **Gramatika.** Valodas *tīrība* un bagātība arī ir daļa no digitālās komunikācijas, zīmola un reputācijas
2. **“If you don’t have anything nice to say, don’t say anything at all.”**
3. **Katram sociālajam medijam atbilstoša satura komunikācija**
4. **Domājiet, kādas *pēdas* atstājat pēc sevis internetā**
5. **Komentējiet un publicējiet tikai tad, ja varat savu viedokli pamatot**
6. **Pārbaudiet foto un video** (vai nav redzams kas aizliegts, slēptā reklāma, utt.)
7. **Sociālo mediji – mūsdienu CV**





**"LAI IZVEIDOTU LABU
REPUTĀCIJU, IR VAJADZĪGI
DAUDZI LABI DARBI, UN TIKAI
VIENS SLIKTS, LAI TO ZAUDĒTU"**

BENDŽAMINS FRANKLINS
1706.-1790.



2

AUDITORIJAS IESAISTE – AKTĪVA KOMUNIKĀCIJA UN ATTIECĪBU VEIDOŠANA



KAS IR USP UN KĀ TAS VEIDOJAS?

Kādas ir tavas prasmes, zināšanas vai pieredze, ko tu vari piedāvāt, bet citi nevar?

Mūsdienās visi komunicē par visu, bet tu neesi visi – atrodi, ar ko atšķiries no citiem un stāsti par to, piemēram:

Ceļojumi

Atklājumi

Pasākumi

Ģimene

Hobiji

Mācības



AUDITORIJAS IESAISTE

Kādas ir tavas prasmes, zināšanas vai pieredze, ko tu vari piedāvāt, bet citi nevar?

USP IR VISU JŪSU PRASMJU KOPUMS

PRIVĀTPERSONĀM: JŪSU ZINĀŠANAS. JŪSU APMEKLĒTIE KURSI UN APMĀCĪBAS.
VISA JŪSU PIEREDZE. UZSKAITIET VISUS SAVUS DARBUS, TOSTARP NEPILNA LAIKA UN
BRĪVPRĀTĪGOS AMATUS

UZŅĒMUMIEM: JAUNUMI, APBALVOJUMI, EKSPERTI, SPECIĀLISTI, PĒTĪJUMI





“

Visi cilvēki nav mana/mūsu mērķauditorija

”

PRECĪZA MĒRĶAUDITORIJAS DEFINĒŠANA IR
DAĻA NO KOMUNIKĀCIJAS PANĀKUMIEM



3

PLATFORMU SPECIFIKA – KĀ EFEKTĪVI IZMANTOT FACEBOOK, INSTAGRAM UN X MĀRKETINGĀ



1. TRADICIONĀLĀS SOCIĀLO MEDIJU VIETNES

FACEBOOK, LINKEDIN, X (IEPRIEKŠ TWITTER), THREADS

- iespēja sasniegt lielu un noteiktu mērķauditoriju (slēgtās grupas, lapas, mērķētās auditorijas, utt.)
- saturs + vizuālais
- apmaksātā reklāma

2. UZ VIZUĀLO KOMUNIKĀCIJU BALSTĪTIE SOCIĀLIE MEDIJI

INSTAGRAM, PINTEREST, SNAPCHAT, TIKTOK

- vizuāls stāsts
- zīmola veidošana
- sociālā uzņēmējdarbība



3.ĪSAS FORMAS VIDEO SOCIĀLIE MEDIJI



INSTAGRAM REELS, TIKTOK, YOUTUBE SHORTS

- īsas formas video satura kopīgošana (parasti no piecām līdz deviņdesmit sekundēm)

4.TIEŠRAIDES SOCIĀLIE MEDIJI

FACEBOOK LIVE, INSTAGRAM LIVE, TIKTOK LIVE, TWITCH, YOUTUBE

- tiešraides video pārraide daudziem skatītājiem vienlaikus



4

UZRUNĀJOŠI TEKSTI -
ĪSI, IEDVESMOJOŠI UN MĒRĶTIECĪGI
ZIŅOJUMI



VISI KOMUNICĒ PAR VISU, BET TU NEESI VISI

- Zini savu auditoriju
- Konsekvence un regularitāte
- Oriģināls un autentisks saturs
- Vērtība auditorijai
- Stāstu veidošana (storytelling)
- Vizualizācija un estētika
- Interaktīvs saturs
- Datu analīze un optimizācija
- Aktualitātēm atbilstošs saturs
- Pievilcīgs pirmais iespaids
- Satura daudzveidība
- Tēmturu stratēģija
- Emocijzīmju stratēģija
- Komunikācija ar
sekotājiemPārbaudīts un
kvalitatīvs saturs





Pirmā PR grāmata

Olga Kazaka

#i💬pr

Pirmais, kas ir jāizlasa
sabiedrisko attiecību iesācējiem



Interreg



Līdzfinansē
EIROPAS SAVIENĪBA

Latvija – Lietuva

LL-00061 «Digitāli pieejami un pievilcīgi zudušā kultūras mantojuma tūrisma galamērķi Zemgalē un Ziemeļlietuvā»/ Reclaimed history

Seminārs/Apmācības

**“DIGITĀLĀS PRASMES UN ZINĀŠANAS, PROGRAMMA TO PIELIETOJUMS TŪRISMA NOZARĒ”
29.01.2025.**

*Kā izmantot sociālo mediju platformas Facebook, Instagram, X
mārketinga un komunikācijas nolūkiem*

Jana Bunkus



JANA BUNKUS, J.B.SPARK COMMUNICATION