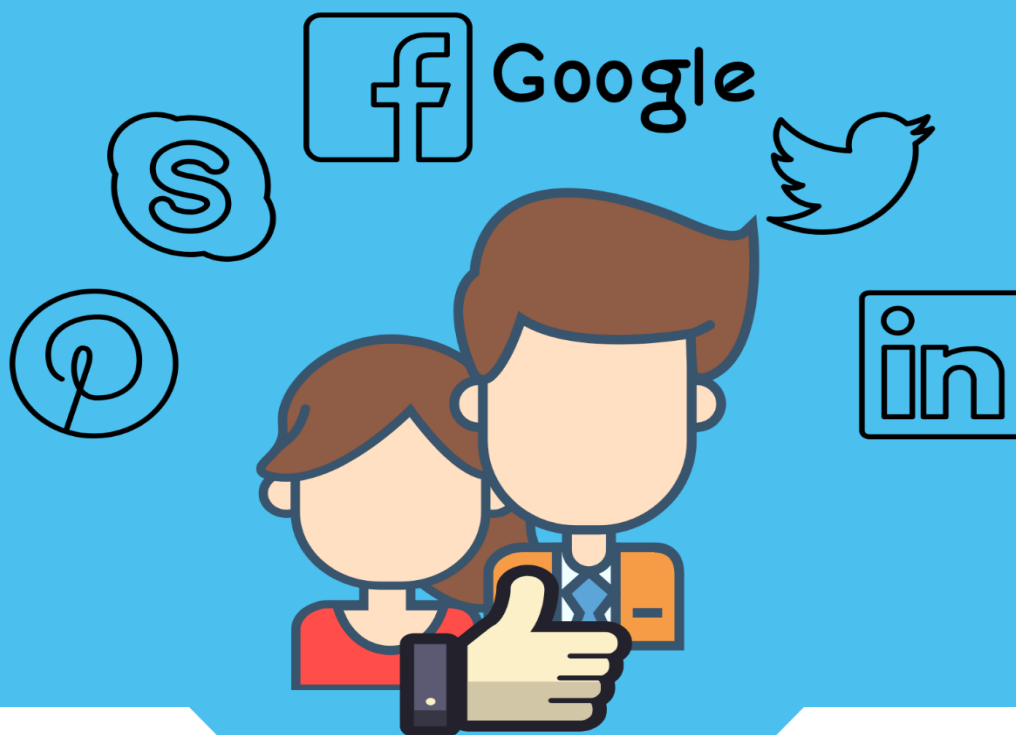




Social media



Saturs

1. Sociālie mediji

- 1.1. Kas ir sociālie mediji?
- 1.2. Tava auditorija
- 1.3. Atrodi sev piemērotāko tīklu
- 1.4. 16 sociālo mediju satura veidi, ar ko Tavi sekotāji labprāt dalīsies
- 1.5. Populārākās kļūdas sociālajos medijos
- 1.6. Jaunas sociālo mediju iespējas, par kurām Tev vajadzētu zināt

2. Vizualizācijas rīki

- 2.1. Grafiskā dizaina rīki plakātu, komiksu, iemiejumu un GIF attēlu veidošanai
- 2.2. Grafiskā dizaina rīki infografiku veidošanai

ENG	LV
<i>DigiYouth</i> training material	<i>DigiYouth</i> mācību materiāls
Social Media	Sociālie mediji

1. Sociālie mediji

Kas ir sociālie mediji?

Sociālie mediji ir veids, kā cilvēki var sazināties un mijiedarboties tiešsaistē. Lai gan tie ir pastāvējuši jau kopš globālā tīmekļa izveidošanas brīža, tikai apmēram desmit pēdējo gadu laikā mēs esam piedzīvojuši sociālo mediju popularitātes un tīmekļa vietņu skaita pieaugumu. Tos dēvē par sociālajiem medijiem tādēļ, ka lietotāji darbojas ar tiem (un ap tiem) sociālā kontekstā, kas ietver sarunas, komentārus un citas lietotāju ģenerētas piezīmes un savstarpējās mijiedarbības veidus.

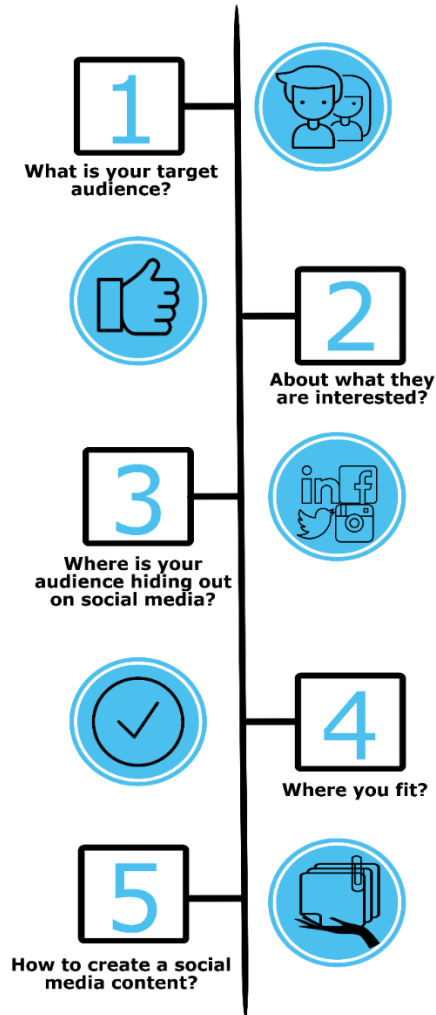
Kādēļ tie ir vajadzīgi?

Dažu pēdējo gadu laikā ir strauji augusi tādu sociālo mediju platformu popularitāte kā, piemēram, *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *LinkedIn*, *YouTube*, *Pinterest* utt. Internets un sociālie mediji sniedz Tev virkni priekšrocību un iespēju palielināt savu iekšējo potenciālu dažādos veidos. Tu vari uzturēt sakarus un atbalsta tīklus, kas citādi nebūtu iespējams, un vari piekļūt plašākai informācijai nekā jebkad agrāk. Tiešsaistē veidotās kopienas un sociālā mijiedarbība var izrādīties nenovērtējama jauniešu pašapziņas un sociālo prasmju stiprināšanā un attīstībā.

Pirmie soļi sociālo mediju stratēģijas veidošanā

1. What is your target audience?	Kas ir Tava mērķauditorija?
2. About what they are interested? → What are they interested in?	Par ko viņi interesējas?
3. Where is your audience hiding out in social media?	Kurā vietā sociālajos medijos Tava mērķauditorija atrodama?
4. Where you fit? → Where do you fit in?	Kur Tu pats iederies?
5. How to create a social media content?	Kā veidot sociālo mediju saturu?

First steps to make social media strategy



Tava auditorija


Kas ir Tava mērķauditorija?


Zināt savu mērķauditoriju ir pats svarīgākais! Iespējams, ka Tu strādā ļoti uzcītīgi, taču galarezultāts vienalga var izrādīties neveiksmīgs, ja tēmēsi tumsā.

About youth audience	Jauniešu auditorija
Youth do use social media platforms, but mostly for reading news and getting updates	Jaunieši izmanto sociālo mediju platformas, bet dara to galvenokārt tādēļ, lai lasītu jaunumus un iegūtu atjauninājumus



They publish posts less frequently than adults	Viņi publicē ierakstus retāk nekā pieaugušie
They want to know what's going on, but they don't feel a need to say what's going on with them. Because they choose to be more private on social media tools	Viņi vēlas zināt, kas notiek, bet viņi nejūt vajadzību stāstīt, kas notiek ar viņiem pašiem, tā kā izvēlas būt privātāki sociālo mediju rīkos
They mostly use groups on the platform to catch up with friends, share photos and news	Platformas grupas viņi lielākoties izmanto, lai papļāpātu ar draugiem, kā arī dalītos ar fotoattēliem un jaunumiem


About youth audience



- 

Youth do use social media platforms, but mostly for reading news and getting updates
- They publish posts less frequently than adults


- 

They want to know what's going on, but they don't feel a need to say what's going on with them. Because they choose to be more private on social media tools
- 

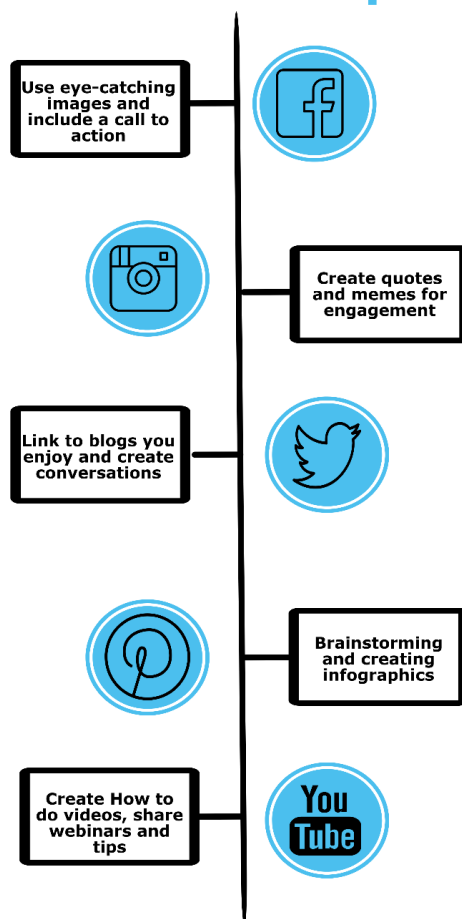
They mostly use groups on the platform to catch up with friends, share photos and news

Par ko viņi interesējas?

Kvalitāte vienmēr ir pārāka par kvantitāti. Publicē vērtīgus ierakstus un jautru informāciju foršā veidā. Esi viņu draugs, nevis surogātpasta izplatītājs. Parādi, ka Tev rūp viņu klātbūtne *Facebook* un ka Tu cieni veidu, kā viņi izmanto platformu. Nemēģini mainīt viņu izturēšanos, bet mēģini viņus iedvesmot izdarīt *Facebook* ko tādu, ko viņi parasti nedara.

Types of content to share on social media	Satura veidi, ar kuriem dalīties sociālajos medijos
Use eye-catching images and include a call to action	Izmanto pievilcīgus attēlus un iekļauj aicinājumu uz darbību
Create quotes and memes for engagement	Iesaistīšanai veido citātus un mēmes
Link to blogs you enjoy and create conversations	Ievieto saites uz Taviem iecienītajiem emuāriem, lai rosinātu sarunas
Brainstorming and creating infographics	Prātavētra un infografiku veidošana
Create How to do videos, share webinars and tips	Veido <i>How to</i> videopamācības, dalies ar vebināriem un ieteikumiem

Types of content to share on social media



Atrodi sev piemērotāko tīklu

Varbūt Tu zini 3 vai pat 5 populārākās sociālo tīklu vietnes, bet vai Tu zini, kas notiek aiz tām?

Vienkāršs veids, kā noskaidrot, kuros sociālajos tīklos Tev jābūt, ir pajautājot, kuriem no tiem ir pievērsta Tavas mērķauditorijas uzmanība. Ja viņi nepavada laiku vietnē *Pinterest*, nav jēgas ieguldīt tur daudz laika un enerģijas. Iepazīsties ar mūsu sociālo mediju mārketinga rokasgrāmatu, kas palīdzēs Tev izlemēt, kurš tīkls ir vislabākais Tavam zīmolam!

Vēl viens labs lakmusa tests, lai saprastu, kurus tīklus izvēlēties, ir pajautāt sev, kādu labumu Tu vari dot tīklam. Ja nespēj izveidot saturu, ko konkrētajā tīklā vēlas redzēt citi cilvēki, īsteno savus centienus citur.

Ja Tev ir laiks un resursi izcilu videoklipu veidošanai, Tev noteikti jābūt *YouTube* lietotājam, lai Tu varētu kopīgot šos videoklipus savas auditorijas iecienītākajos tīklos. Ja video veidošana tomēr nav Tava stiprā puse, pamet *YouTube* un nejuties vainīgs par to, ka tur neesi.

Atceries, ka Tev nav jāuzņemas viss vienlaikus! Sāc ar vienu vai diviem profiliem. Ja redzi panākumus un Tev ir laiks izvērsties, lēnām pievienojies citiem tīkliem.

Kurā vietā sociālajos medijos Tava mērķauditorija atrodama?

Vislielākais sociālo mediju lietotāju skaits ir vecuma grupā no 15 līdz 24 gadiem.

Instagram šobrīd ir populārākā fotoattēlu koplietošanas vietne starp pusaudžiem vecumā no 12 līdz 17 gadiem. Pagājušā gada jūlijā vien vietni apmeklēja miljons no viņiem.

Pieskaiti viņiem tos 93% pusaudžu, kuri izmanto sociālos medijus un kuriem ir savs *Facebook* konts (saskaņā ar *Pew Research Centre* veikto interneta pētījumu), un 16%, kuri lieto *Twitter* (pēdējos gados šis rādītājs ir dubultojies).

Bet, lai pievienotos jauniešu mērķa tirgum, Tev jādara kas vairāk par vienkāršu klātbūtni viņu izmantotajās vietnēs. *Tev jāpievērš uzmanība arī tam, kas viņus motivē un iedvesmo* (ši satura piemērus atradīsi nākamajā nodaļā).

Facebook



Facebook ir populāra bezmaksas sociālā tīkla vietne, kas reģistrētiem lietotājiem ļauj izveidot profilus, augšupielādēt fotoattēlus un video, nosūtīt ziņojumus un uzturēt kontaktus ar draugiem, ģimeni un kolēģiem. Saskaņā ar *Nielsen* grupas statistiku, interneta lietotāji Amerikas Savienotajās Valstīs un Eiropā *Facebook* pavada vairāk laika nekā jebkurā citā vietnē.

Sākt darbu *Facebook* ir viegli, jo gandrīz viss saturs formātā šajā vietnē darbojas lieliski — teksts, attēli, video, tiešraides video un stāsti. Tomēr ņem vērā, ka *Facebook* algoritms piešķir prioritāti saturam, kas rosina sarunas un jēgpilnu mijiedarbību starp cilvēkiem, īpaši ģimenes locekļiem un draugiem.

Facebook's breakdown by gender is 55% female and 45% male	Facebook lietotāju sadalījums pēc dzimuma ir 55% sievietes un 45% vīrieši
The average user is 24-34 years old	Vidējais lietotājs ir 24-34 gadus vecs
Over 300 million photographs uploaded to Facebook every day	Ik dienu <i>Facebook</i> tiek augšupielādēti vairāk nekā 300 miljoni fotoattēlu
The average Facebook user has 229 friends	Vidējam <i>Facebook</i> lietotājam ir 229 draugi
Posts and pages on Facebook are liked 4,5 billion times each day	Ziņas un lapas <i>Facebook</i> katru dienu tiek atzīmētas ar <i>Like</i> 4,5 miljardus reižu
Internet users spend more time on Facebook than every other website	Interneta lietotāji <i>Facebook</i> pavada vairāk laika nekā jebkurā citā vietnē

Facebook

Facebook's
breakdown by
gender is 55%
female
and 45% male



The average user is
24-34 years old



Over 300 million
photographs
uploaded to
Facebook every day



The average Facebook
user has 229 friends



Posts and pages on
Facebook are liked
4,5 billion times each
day



Internet users spend
more time on
Facebook than any
other website



Ko un cik bieži publicēt?

Rules everyone needs to know before posting on Facebook	Noteikumi, kas ikvienam jāzina pirms satura ievietošanas Facebook
<ol style="list-style-type: none"> 1. Always keep it positive 2. Make you posts informative by giving "tips" and including links 3. Always include images and your logo 4. Keep you posts mobile-friendly 5. Thank and reward your fans 6. Always respond to comments 7. All of your posts need to be engaging 8. You should be posting 5-10 times a week 9. Get feedback from your fans 10. Develop a consistent tone 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vienmēr centies būt pozitīvs 2. Padari savas ziņas informatīvas, sniedzot "ieteikumus" un iekļaujot saites 3. Vienmēr pievieno attēlus un savu logotipu 4. Parūpējies, lai Tavi ieraksti būtu mobilajām ierīcēm draudzīgi 5. Pateicies un apbalvo savus fanus 6. Vienmēr atbildi uz komentāriem 7. Visiem Taviem ierakstiem jābūt saistošiem 8. Publicē ierakstus 5-10 reizes nedēļā

	9. Saņem atsauksmes no saviem faniem 10. Izstrādā konsekventu toni
TIMING MATTERS	LAIKS IR NO SVARA
Best days: Thursday Friday Saturday Sunday	Labākās dienas: Ceturtdiena Piektdiena Sestdiena Svētdiena
Best times: 9 AM 1 PM 3 PM	Labākais laiks: 9:00 13:00 15:00

Rules everyone needs to know before posting on **Facebook**

- #1 Always keep it positive
- #2 Make your posts informative by giving "tips" and including links
- #3 Always include images and your logo
- #4 Keep your posts mobile friendly
- #5 Thank and reward your fans
- #6 Always respond to comments
- #7 All of your posts need to be engaging
- #8 You should be posting 5-10 times per week
- #9 Get feedback from your fans
- #10 Develop a consistent tone

**TIMING
MATTERS**

Best days: Thursday
Friday
Saturday
Sunday

Best times: 9AM
1PM
3PM

Etīketes padomi un vadlīnijas

Tāpat kā bezsaistes sociālajā mijiedarbībā, arī *Facebook* eksistē savs nerakstīts uzvedības protokols, kas lietotājiem būtu jāievēro. *Facebook*, pirmkārt un galvenokārt, ir sociālais tīkls, kas izveidots, lai palīdzētu lietotājiem uzturēt sakarus savā starpā.

Šeit ir daži ieteikumi, ar ko sākt, lai ievērotu pareizu *Facebook* etiķeti:

Etiquette tips and guidelines	Etiķetes padomi un vadlīnijas
<p>Don't spam: Always be tactful, classy, and do not spam. This includes sending mass-event invites and messages and invitations to like your pages from your personal account.</p>	<p>Nesūti surogātpastu Vienmēr esi taktisks, elegants un nesūti surogātpastu, tajā skaitā ielūgumus uz masu pasākumiem, kā arī vēstules un aicinājumus spiest <i>Like</i> atzīmi Tavai lapai no sava personīgā konta.</p>
<p>Respond: Response times are going to vary based on the issue and the product in question, but in social media timeliness is critical. Users expect things to happen much faster on social channels than on more traditional channels like email. In most cases, same-day responses are required. Don't ever let your community feel like they've been forgotten.</p>	<p>Sniedz atbildi Atbildēšanas laiks mainīsies atkarībā no attiecīgā jautājuma un produkta, tomēr sociālajos medijos savlaicīgums ir būtisks. Lietotāji sagaida, ka sociālajos kanālos lietas notiks daudz ātrāk nekā tradicionālos kanālos, piemēram, e-pastā. Vairumā gadījumu atbilde būtu jāsniedz tajā pašā dienā. Nekad neļauj savai kopienai justies aizmirstai.</p>
<p>@Name: If you want to call out another public Facebook page or user, you can directly link to their Facebook page, which also notifies them that you're talking about them, by putting an @ and typing their name. (Facebook will help your selection with a drop-down.) This also makes it clearer to whom you're addressing. Note that private users can't be called out in this way unless you're replying to a comment they left on your page.</p>	<p>@Vārds Ja vēlies izsaukt citu publisku <i>Facebook</i> lapu vai lietotāju, vari izveidot tiešo saiti uz viņu <i>Facebook</i> lapu, kas arī paziņos viņiem, ka Tu par viņiem runā, ievietojot @ un ierakstot viņu vārdu. (<i>Facebook</i> atvieglos Tavu izvēli ar nolaižamo izvēlni.) Tas arī radīs skaidrību par to, pie kā īsti Tu vērsies. Ņem vērā, ka privātos lietotājus šādā veidā nevar izsaukt, ja vien neatbildi uz viņu atstātu komentāru savā lapā.</p>
<p>Highlight important posts: If your organization has any very important updates; e.g. event, change; you can highlight them in your page's</p>	<p>Izcel svarīgas ziņas Ja Tavā organizācijā ir kādi ļoti svarīgi jaunumi (piemēram, gaidāms kāds notikums vai pārmaiņas), vari</p>

<p>timeline. This expands the post to both columns, and may get these important updates further into people's News Feeds.</p>	<p>tos izcēl savas lapas laika skalā. Tas paplašinās ierakstu pa abām kolonnām, un šie svarīgie jaunumi varēs nonākt cilvēku ziņu plūsmās.</p>
<p>Messages: People can send your page private messages. You'll find most of these messages will be customer service-related, so make sure to check them. The messages section functions like an email inbox.</p>	<p>Ziņojumi Cilvēki var sūtīt Tavai lapai privātus ziņojumus. Lielākā daļa šo ziņojumu būs saistīti ar klientu apkalpošanu, tāpēc noteikti pārbaudi tos. Ziņojumu sadaļa darbojas kā e-pasta iesūtne.</p>
<p>Posting: While many social media tools allow you to post from them on Facebook, you'll have the best results by posting directly to Facebook from Facebook itself. Facebook's algorithm biases toward post that originate from its own interface. Responses and comment moderation, however, can be done via social management software without issue.</p>	<p>Ierakstu publicēšana Lai gan daudzi sociālo mediju rīki nodrošina ierakstu pārpublicēšanu <i>Facebook</i> tīklā, vislabākos rezultātus Tu gūsi, veidojot <i>Facebook</i> ierakstus pašā <i>Facebook</i>. <i>Facebook</i> algoritms nosliecas par labu ziņām, kuru izcelsme rodama <i>Facebook</i> saskarnē, tomēr atbildes un komentārus iespējams moderēt bez problēmām, izmantojot sociālās pārvaldības programmatūru.</p>

Etiquette tips and guidelines



Don't spam:

Always be tactful, classy, and do not spam. This includes sending mass-event invites and messages and invitations to like your pages from your personal account.

Respond:

Response times are going to vary based on the issue and the product in question, but in social media timeliness is critical. Users expect things to happen much faster on social channels than on more traditional web channels like email. In most cases, same-day responses are required. Don't ever let your community feel like they've been forgotten.



@Name:

If you want to call out another public Facebook page or user, you can directly link to their Facebook page, which also notifies them that you're talking about them, by putting an @ and then typing their name. (Facebook will help your selection with a drop-down.) This also makes it clearer to whom you're addressing. Note that private users can't be called out in this way unless you're replying to a comment they left on your page.

Highlight important posts:

If your organization has any very important updates; e.g. event, change; you can highlight them in your page's timeline. This expands the post to both columns, and may get these important updates further into people's News Feeds.



Messages:

People can send your page private messages. You'll find the most of these messages will be customer service-related, so make sure to check them. The messages section functions like an email inbox.

Posting:

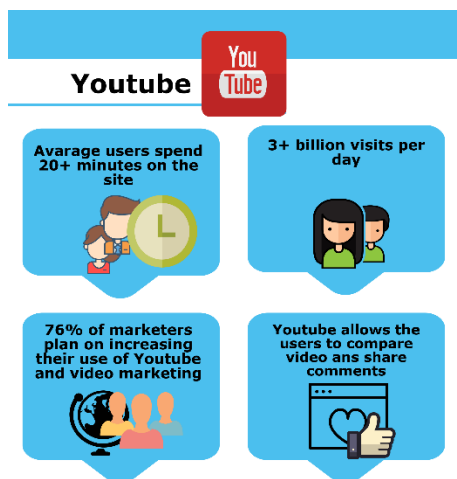
While many social media tools allow you to post from them to Facebook, you'll have the best results by posting directly to Facebook from Facebook itself. Facebook's algorithm biases toward post that originate from its own interface. Responses and comment moderation, however, can be done via social management software without issue.

Facebook sponsorētās ziņas un Facebook reklāmas: kuras būtu labākas Tavam biznesam?

Youtube



YouTube ir video koplietošanas platforma, kurā lietotāji katru dienu noskatās miljards stundu video. Lai sāktu, izveido sava zīmola *YouTube* kanālu, kurā augšupielādēt videoklipus, lai Tavi abonenti varētu tos skatīties, atzīmēt ar *Like*, komentēt un kopīgot.



Ko un cik bieži publicēt?

Rules everyone needs to know before posting on YouTube	Noteikumi, kas ikvienam jāzina pirms satura ievietošanas Youtube
<ol style="list-style-type: none"> 1. Give your videos proper titles 2. Prepare for the shoot 3. Avoid placing annotations where they cover your face or other important parts of your video 4. 10% of top 100 brand videos are 10 min long 5. Smile during your videos 6. Add a channel icon 7. Add links to your blog and social media 8. Enable related channels 9. Create good thumbnails 10. Send people to your YouTube channel 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dod saviem video atbilstošus nosaukumus 2. Sagatavojies filmēšanai 3. Izvietojiet tekstu tā, lai tās neaizsegtu Tavu seju vai citas svarīgas video daļas 4. 10% no 100 populārākajiem zīmolu videoklipiem ir 10 min gari 5. Neaizmirsti video laikā smaidīt 6. Pievieno sava kanāla ikonu 7. Pievieno saites uz savu emuāru un sociālo mediju lapām 8. Iespējo saistītos kanālus 9. Izveido labus sīktēlus 10. Nosūti cilvēkus uz savu <i>YouTube</i> kanālu
TIMING MATTERS	LAIKS IR NO SVARA
Best day: Thursday	Labākā diena: Ceturtdiena

Friday	Piektdiena
Best times: 2 PM 3 PM 4 PM	Labākais laiks: 14:00 15:00 16:00

Rules everyone needs to know before posting on **Youtube**

- #1 Give your videos proper titles
- #2 Prepare for the shoot
- #3 Avoid placing annotations where they cover your face or other important parts of the video
- #4 10% of top 100 brand videos are 10 min long
- #5 Smile during Your videos
- #6 Add a channel icon
- #7 Add links to your blog and social media
- #8 Enable related channels
- #9 Create good thumbnails
- #10 Send people to your YouTube channel



Etīketes padomi un vadlīnijas

<p>Build trust by respecting the user: Trust is essential. It's not good enough to create cause-worthy videos and upload to your YouTube channel, or direct users to relevant landing pages hoping they'll convert. Those strategies are lazy and selfish, and it tells users you aren't considering them or their motivations for engaging on the</p>	<p>Veido uzticību, cienot lietotāju Uzticība ir būtiska. Nepietiek radīt sociāli nozīmīgus videoklipus un augšupielādēt tos savā <i>YouTube</i> kanālā vai arī novirzīt lietotājus uz noteiktām lapām, cerot, ka viņi pēkšņi mainīs savu pārlicību. Šādas stratēģijas ir slinkas un savtīgas, un tās lietotājiem liek domāt, ka Tu neņem vērā viņus vai viņu</p>
---	---

<p>platform. They will immediately write you off and all content that comes from you after trust has been broken. Make your first goal to build loyalty and respect through content that your users want to engage with.</p>	<p>motivāciju uzturēties konkrētā platformā. Pēc uzticības zaudēšanas viņi nekavējoties norakstīs Tevi kopā ar visu Tevis publicēto saturu. Izvirzi par savu pamatmērķi ar lietotājiem saistoša satura palīdzību veicināt cieņu un lojalitāti.</p>
<p>Connect deeply and authentically: You have limited time and chances to engage your audience. Make sure you tell an authentic story that inspires people. That makes them believe in your cause or passion. That moves them enough to share it themselves and tell their friends.</p>	<p>Veido dziļu un sirsnīgu kontaktu Tev ir ierobežots laiks un iespējas uzrunāt savu auditoriju. Noteikti pastāsti kādu patiesu stāstu, kas iedvesmotu cilvēkus. Tādu, kas viņiem liktu noticēt Tavai idejai vai aizrautībai. Tādu, kas viņus aizkustinātu, ar ko viņi gribētu dalīties un par ko pastāstītu arī saviem draugiem.</p>
<p>Take creative risks: It's hard to create inspiring campaigns and content unless you have a creative component to your videos that catches people's attention. You can have a good message that's advocating an honourable cause, but if you can't execute, then it'll go nowhere. This requires a deep understanding of what interests and motivates your audience.</p>	<p>Uzņemies radošos riskus Ir grūti izveidot iedvesmojošas kampaņas un saturu, ja vien Tavos videoklipos nav radoša komponenta, kas piesaistītu cilvēku uzmanību. Tavs vēstījums var būt labs, Tev var būt godpilni nodomi, bet, ja Tu tos pienācīgi neproti prezentēt, nekur tālu netiksi. Tev nepieciešama dziļa izpratne par to, kas interesē un motivē Tavu auditoriju.</p>

Etiquette tips and guidelines

Build trust by respecting the user:



Trust is essential. It's not good enough to create cause-worthy videos and upload to your YouTube channel, or direct users to relevant landing pages hoping they'll convert. Those strategies are lazy and selfish, and it tells users you aren't considering them or their motivations for engaging on the platform. They will immediately write you off and all content that comes from you after trust has been broken. Make your first goal to build loyalty and respect through content that your users want engage with.

Connect deeply and authentically:

You have limited time and chances to engage your audience. Make sure you tell an authentic story that inspires people. That makes them believe in your cause or passion. That moves them enough to share it themselves and tell all their friends.



Take creative risks:

It's hard to create inspiring campaigns and content unless you have a creative component to your videos that catches people's attention. You can have a good message that's advocating an honorable cause, but if you can't execute, then it'll go nowhere. This requires a deep understanding of what interests and motivates your audience.



Instagram




Instagram ir mobilajās ierīcēs un galddatoros lietojama, internetā pieejama fotoattēlu koplietošanas lietotne un pakalpojums, kas lietotājiem ļauj publiski vai privāti koplietot attēlus un videoklipus. Šobrīd tā ir vispopulārākā fotoattēlu koplietošanas vietne starp pusaudžiem vecumā no 12 līdz 17 gadiem. Tikai pagājušā gada jūlijā vien šo vietni apmeklēja viens miljons pusaudžu.


31 percent of female internet users are on Instagram, compared to 21 percent of male users	<i>Instagram</i> lieto 31 procenti sieviešu dzimuma un 21 procenti vīriešu dzimuma interneta lietotāju
Over half of all 18 to 29 year olds in Europe are on Instagram	Vairāk nekā pusei 18 līdz 29 gadus veco eiropiešu ir savs Instagram konts
Instagram has about 400 million active daily users	<i>Instagram</i> ir aptuveni 400 miljoni aktīvu ikdienas lietotāju
The most popular photo on Instagram has close to 6 million likes	Populārākajam <i>Instagram</i> fotoattēlam ir gandrīz 6 miljoni <i>Like</i> atzīmju
48.8 percent of brands are on Instagram	<i>Instagram</i> lieto 48,8 procenti zīmolu
The most popular hashtags in general are: #love #instagood #photooftheday #tbt #beautiful #cute #me #selfie	Vispopulārākie tēmturi ir: #love #instagood #photooftheday #tbt #beautiful #cute #me #selfie

Instagram


31 percent of female internet users are on Instagram, compared to 21 percent of male internet users




Over half of all 18 to 29 year olds in the Europe are on Instagram




Instagram has about 400 million active daily users...




The most popular photo on Instagram has close to 6 million likes



48.8 percent of brands are on Instagram



The most popular hashtags in general are:
#love #instagood #photooftheday #tbt #beautiful #cute #me #selfie



Ko un cik bieži publicēt?

Rules everyone needs to know before posting on Instagram	Noteikumi, kas ikvienam jāzina pirms satura ievietošanas <i>Instagram</i>
Complete your profile	Aizpildi savu profilu
Use hashtags	Izmanto tēmturus
Engage, engage, engage	Iesaisties, iesaisties, iesaisties
Take followers with You	Ņem līdzi sekotājus
Show off Your events, products, etc.	Parādi savus pasākumus, produktus utt.
Introduce your team	Iepazīstini ar savu komandu
2-3 posts a day	2-3 ieraksti dienā
Encourage Instagram contests	Rīko <i>Instagram</i> konkursus
Take relevant photos	Uzņem atbilstošas fotogrāfijas
Take great photos	Uzņem lieliskas fotogrāfijas
TIMING MATTERS	LAIKS IR NO SVARA
Best day: Monday Thursday	Labākā diena: Pirmdiena Ceturtdiena
Best times: 2 AM 8-9 AM 3 PM	Labākais laiks: 2:00 8:00-9:00 15:00

Rules everyone needs to know before posting on **Instagram**

- #1 Complete Your profile
- #2 Use hashtags
- #3 Engage, engage, engage
- #4 Take followers with You
- #5 Show off Your events, products, etc
- #6 Introduce Your team
- #7 2-3 posts a day
- #8 Encourage instagram contests
- #9 Take relevant photos
- #10 Take great photos

**TIMING
MATTERS**

Best days: Monday
Thursday

Best times: 2AM
8-9AM
3PM


Twitter




Twitter ir bezmaksas mikroblogošanas pakalpojums, kas reģistrētiem lietotājiem ļauj pārraidīt īsus vēstījumus, dēvētus par *Twitter* sīkziņām. *Twitter* lietotāji var pārraidīt sīkziņas un sekot citu lietotāju sīkziņām, izmantojot vairākas platformas un ierīces.

Twitter users over-index as female compared to the rest of the Internet's base (55% f vs. 45% m)	Salīdzinājumā ar pārējo internetu <i>Twitter</i> lietotāju vidū dominē sievietes (55% sieviešu pret 45% vīriešu)
72% of the active users on Twitter are between 18-49 years old	72% aktīvo <i>Twitter</i> lietotāju ir vecumā no 18 līdz 49 gadiem
Twitter now uses only the bird as its logo. A little-known fact: the bird is Larry	Šobrīd <i>Twitter</i> savā logotipā izmanto tikai putniņu. Maz zināms fakts: putniņu sauc Lerijs


A large number of Twitter users 70% have at least some college education	Liels skaits <i>Twitter</i> lietotāju (70%) ir ieguvuši vismaz kaut kādu koledžas līmeņa izglītību
Twitter is what's happening in the world and what people are talking right now	<i>Twitter</i> atspoguļo to, kas pašlaik notiek pasaulē un ko cilvēki tieši šobrīd pārrunā
On November 7, 2017, the messages was doubled to 280 characters	2017. gada 7. novembrī sīkziņas garums tika dubultots līdz 280 rakstzīmēm.

Twitter 


Twitter users over-index as female compared to the rest of the Internet's base (55% f vs. 45% m)




72% of the active users on Twitter are between 18-49 years old




Twitter now uses only the bird as its logo. A little-known fact: The bird's name is Larry




A large number of Twitter users 70% have at least some college education



Twitter is what's happening in the world and what people are talking about right now



On November 7, 2017, the messages was doubled to 280 characters



Ko un cik bieži publicēt?

Rules everyone needs to know before posting on Twitter	Noteikumi, kas ikvienam jāzina pirms satura ievietošanas <i>Twitter</i>
Engage Your followers	Iesaisti savus sekotājus
Use proper grammar	Lieto pareizu gramatiku

Tweet at people and businesses	Sūti sīkziņas cilvēkiem un uzņēmumiem
Use retweets	Pārsūti sīkziņas
Use hashtags	Izmanto tēmturus
Keep it concise	Izsakies kodolīgi
Join conversations	Iesaisties sarunās
Discuss trending topics	Pārrunā aktuālas tēmas
Search for relevant topics	Meklē atbilstošas tēmas
Limit self-promotion	Ierobežo pašreklāmu
TIMING MATTERS	LAIKS IR NO SVARA
Best day: Wednesday	Labākā diena: Trešdiena
Best times: 12 PM 3 PM 5 PM 6 PM	Labākais laiks: 12:00 15:00 17:00 18:00

Rules everyone needs to know before posting on **Twitter**

- #1 Engage Your followers
- #2 Use proper grammar
- #3 Tweet at people and businesses
- #4 Use retweets
- #5 Use hashtags
- #6 Keep it concise
- #7 Join conversations
- #8 Discuss trending topics
- #9 Search for relevant topics
- #10 Limit selfpromotion

**TIMING
MATTERS**

Best day: Wednesday

Best times: 12PM
3PM
5PM
6PM

Etīketes padomi un vadlīnijas

Tāpat kā jebkurā citā sociālās mijiedarbības vidē, arī *Twitter* eksistē savs labākās prakses kopums, kas jāievēro, lai gūtu panākumus. Šeit būs daži padomi, ar ko sākt:

Don't spam: Be sure to keep your tweets relevant, helpful to followers, and spam-free.	Nemēstuļo Parūpējies, lai Tavas sīkziņas būtu par tēmu, sekotājiem noderīgas un bez surogātpasta.
Hashtags: By using #hashtags, you're exposing yourself to a wider audience. Many people follow conversations using various hashtags, but possibly won't be following you. Hashtags are meant as a shortcut to explain what your tweet contains or to show you're part of a conversation or event.	Tēmturi Izmantojot #tēmturus, Tu vērsies pie plašākas auditorijas. Daudzi cilvēki seko sarunām, kurās lietoti noteikti tēmturi, bet, iespējams, Tev nesekos. Tēmturi ir tādas kā saīsmes, kas izskaidro sīkziņas saturu vai parāda, ka esi kādas sarunas vai notikuma dalībnieks.
Shortening links: Twitter now autoshortens your links, but you should consider using a separate shortening service with built-in analytics, as it will allow you to track clicks of your content that don't point back to your own web properties. Bit.ly is good options.	Saišu saīsināšana <i>Twitter</i> tagad automātiski saīsina Tavas saites, taču Tev būtu jāapsver atsevišķa saīsināšanas servisa izmantošana ar iebūvētu analītikas sistēmu, kas ļautu Tev izsekot, cik daudz lietotāju klikšķina uz Tevis publicētā satura. Bit.ly ir labs izvēles variants.

Etiquette tips and guidelines



Don't spam:

Be sure to keep your tweets relevant, helpful to followers, and spam-free.

Hashtags:

By using #hashtags, you're exposing yourself to a wider audience. Many people follow conversations using various hashtags, but possibly won't be following you. Hashtags are meant as a shortcut to explain what your tweet contains or to show you're part of a conversation or event.



Shortening links:

Twitter now auto-shortens your links, but you should consider using a separate shortening service with built-in analytics, as it will allow you to track clicks of your content that don't point back to your own web properties. Bit.ly is good options.

21 populārākā sociālo mediju vietne, kas Tavam zīmolam varētu noderēt
(<https://buffer.com/library/social-media-sites>)

Sociālie mediji ar šo nebeidzas



Twitch

Twitch ir pasaulē vadošā straumēšanas platforma spēlētājiem un lietām, kuras mēs mīlam. Tur Tu vari skatīties saturu un tērzēt ar miljoniem citu fanu no visas pasaules.

Twitch pirmsstraumēšanas kontrolosaraksts Deviņas lietas, kas Tev jānodrošina pirms straumēšanas sākšanas. (<https://medium.com/the-emergence/twitch-pre-stream-checklist-7b0029516115>)



Pinterest

Pinterest ir sociālās kuratorijas vietne, lai koplietotu un klasificētu attēlus, kas atrasti tiešsaistē. *Pinterest* pieprasa īsus attēlu aprakstus, bet galvenā uzmanība vietnē tiek pievērsta tieši vizuālajam saturam. Noklikšķinot uz attēla, Tu nonāksi pie tā sākotnējā avota, tādēļ, piemēram, ja noklikšķināsi uz kurpju attēla, Tu varētu tikt novirzīts uz vietni, kurā tās var iegādāties. Melleņu pankūku attēls, iespējams, aizvedīs Tevi pie attiecīgās receptes; neparasta putnu būra attēls varētu aizvest Tevi pie tā izgatavošanas pamācības.

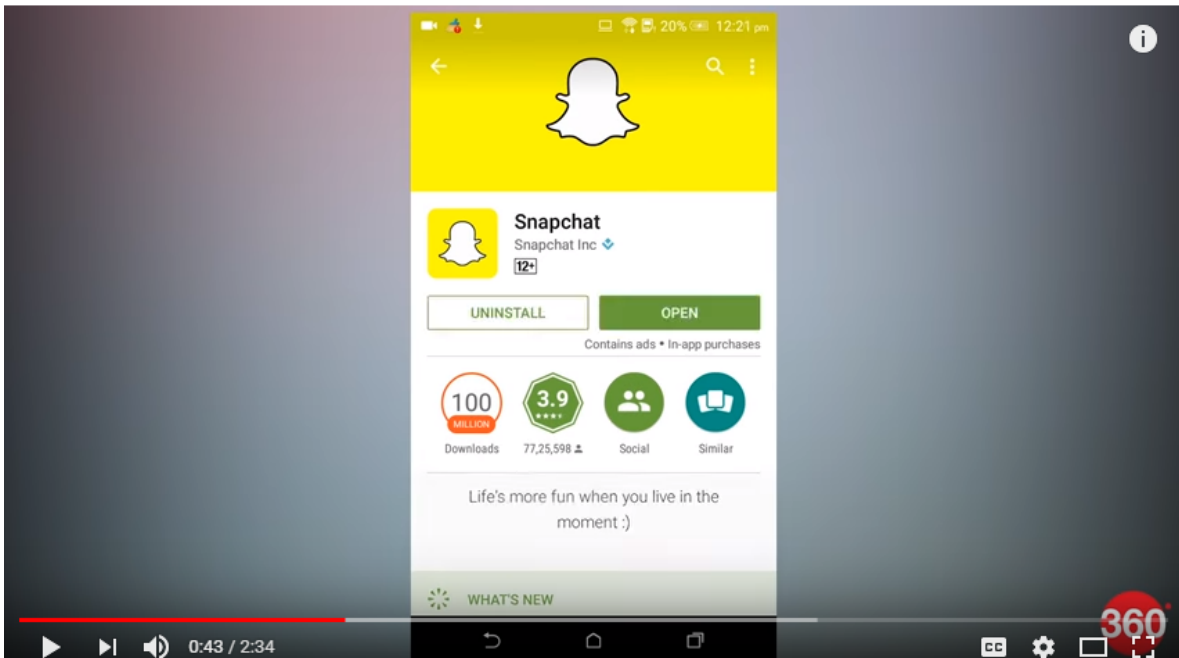


SnapChat

Mūsdienās *Snapchat* ir viena no populārākajām sociālajām lietotnēm. Īsi sakot, *Snapchat*, ja salīdzinām to ar citiem populāriem sociālajiem tīkliem, piemēram, *Facebook* un *Twitter*, ir lietotne, kas patiesi mainījusi cilvēku un viņu draugu mijiedarbību. Ne visi to izprot — īpaši jau gados vecāki pieaugušie —, taču *Snapchat* lietošana katrā ziņā ir pēdējais modes klients jaunāko viedtālrunu lietotāju, tostarp pusaudžu un jauniešu, vidū. *Snapchat* ir gan ziņojumapmaiņas platforma, gan sociālais tīkls. To nevar izmantot no parastā tīmekļa, un tas pastāv tikai kā mobilā lietotne, kuru vari lejupielādēt savā *iPhone* vai *Android* viedtālrunī.

Lietotāji var tērzēt ar saviem draugiem, nosūtīt viņiem fotoattēlus, īsus videoklipus, kuru garums nepārsniedz 10 sekundes. Vari to iztēloties kā īsziņu sūtīšanu ar attēliem vai video. Teksta tērzēšana un video zvani ir vēl divas funkcijas, kas nesen tika pievienotas lietotnei.

Viena no unikālākajām *Snapchat* īpašībām ir visa koplietotā satura īslaicīgums. Fotoattēli un videoklipi pazūd burtiski dažas sekundes pēc tam, kad saņēmēji tos ir apskatījuši.

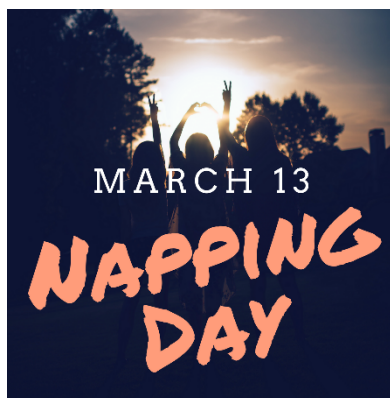


Video <https://www.youtube.com/watch?v=tUrq2sWvkOc>

16 sociālo mediju satura veidi, ar ko Tavi sekotāji labprāt dalīsies

16 sociālo mediju satura veidi, ar ko Tavi sekotāji labprāt dalīsies:

- 1) ***neparastas svinamās dienas*** — ir unikāli svētki katrai gada dienai, un kāpēc gan nesvinēt katru dienu;



Rīki darba sākšanai: te būs daži no tiem <https://www.timeanddate.com/holidays/fun/>, un Tu vari izveidot patiešām labus sociālo mediju ierakstus ar Canva palīdzību.

2) virāli video — virāls video ir video, kas kļuvis populārs, izmantojot virālu koplietošanas procesu internetā. Parasti tas notiek ar video koplietošanas vietņu, sociālo mediju un e-pasta palīdzību (piemēram, Tu vari iziet ielās un uzdot cilvēkiem kādu interesantu jautājumu; jaunieši būs ieinteresēti šo video noskatīties tikai tāpēc, ka tur būs redzami viņi paši vai daži viņu draugi);



Video <https://www.youtube.com/watch?v=rbALm3EdJjQ>

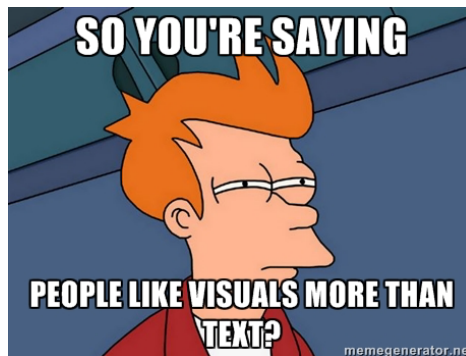
Rīki darba sāksnāi: KINEMASTER ir bezmaksas lietotne, kuru vari izmantot, lai savus videoklipus padarītu satriecošus. Lietošanas pamācību skat. zemāk.



Video: <https://www.youtube.com/watch?v=XNxiXqIF7Uk>
Ikonas vari meklēt šeit: Iconfinder.com

3) joki — nav nekāds pārsteigums, ka humora izmantošana reklāmā ir efektīvs veids, kā atrast saikni ar auditoriju un likt sev vai savam uzņēmumam izskatīties cilvēciskākam, bet kā būtu ar tā izmantošanu sociālajos medijos? Humora dzirksts piešķilšana savai sociālo mediju stratēģijai var būt lielisks veids, kā piesaistīt cilvēku uzmanību. Ja emocionāli vērsīsies pie savas auditorijas, Tev būs daudz lielākas iespējas, ka cilvēki turpinās par Tevi interesēties. Šādi rīkojoties, sekotāji atcerēsies par Tevi, dalīsies ar Tevis publicēto saturu un labāk sapratīs, par ko Tu īsti iestājies;

4) mēmes — visiem reizi pa reizei patīk humors, un mēme ir lielisks veids, kā to piedāvāt. Mēmes parasti atspoguļo viedokļus, kas ir viegli uztverami, smieklīgi un ar kuriem viegli identificēties. Cilvēkiem patīk tās koplietot dažādās sociālo mediju vietnēs, piemēram, *Facebook* un *Pinterest*. Labas mēmes var kļūt virālas ļoti ātri, līdz ar to tā būtu īstena veiksmes garantija, ja Tev izdotos izveidot tādu, ar kuru Tava auditorija identificētos;



Riki darba sāksanai: šeit Tu atradīsi GIF attēlus lejupielādēšanai un lietošanai: <https://giphy.com/search/memes>.
Savukārt šeit Tu vari izveidot savas mēmes: <https://imgflip.com/memegenerator>.

5) komiksi — komiksus var izmantot dažādos veidos. Tāpat kā mēmes, arī tie var būt smieklīgi un vieglprātīgi, šī iemesla dēļ cilvēkiem patīk tos koplietot. Tomēr Tu vari tos izmantot, piešķirot tiem daudz nopietnāku toni, lai uzsvērtu noteiktus jautājumus, kuriem tie pievēršas;

Rīki darba sākšanai: par to, kā veidot komiksus, lasi "Digitālo datu vizualizācijas rīki" 4. nodaļā (fotojet.com).

6) konkursi — ja Tev ir nepieciešama motivācija konkursa sarīkošanai, te tā būs: 63,4 procenti Facebook lietotāju apgalvo, ka viņi, visticamāk, dalīsies ar saiti uz konkursu.

Piemēri:

Facebook fotoattēlu konkursi

Nav grūti panākt, lai Tavs sekotājs augšupielādētu fotoattēlus: tipisks Facebook lietotājs katru gadu ievieto vidēji 217 fotoattēlus*. Izlem laicīgi, vai vēlies, lai uzvarētājs tiktu izvēlēts nejauši vai ar kopienas balsojuma starpniecību.

Statusa atjauninājumi, kas var darboties kā reklāmas akcija Tavā laika skalā

Uzaicini savus fanus: "Pabeidz šo frāzi!"

1. "Viss, ko es vēlos Ziemassvētkos, ir _____."

Uzraksti, par kādu dāvanu Tu sapņo, un piedalies konkursā, lai laimētu [balvu]! Uzvarētājs tiks izvēlēts pēc nejaušības principa.

2. "Filma/dziesma, kas manī rada vislielāko svētku noskaņu, ir _____." Ievieto šeit savas iecienītākās Ziemassvētku filmas vai dziesmas nosaukumu, un Tu kļūsi par vienu no pretendentiem uz [balvu]. Uzvarētājs tiks izvēlēts pēc nejaušības principa.

** Apkopotie *ShortStack* dati par vairāk nekā 50 000 aktīvo *Facebook* lapu un 300 000 pielāgoto *Facebook* lapu lietotņu, kas apkalpo vairāk nekā 1,4 miljardus *Facebook* fanu

7) citāti — dažkārt iedvesmas deva ir tieši tas, kas cilvēkam nepieciešams, lai viņš kļūtu motivēts. Tā kā citāti iet pie sirds visdažādākajiem cilvēkiem, citātu grafika tiek bieži koplietota visās sociālo mediju platformās, tostarp *Facebook*, *Twitter*, *Pinterest* un *Instagram*. Vispopulārākais veids ir elpu aizraujoši attēli, kuros iemūžināta citāta būtība apvienojumā ar fontu, kas ir viegli lasāms visās mobilajās ierīcēs;

Forget the
mistake.
Remember
the lesson.
@lisamessenger

Rīki darba sākšanai: Google tīklā var atrast daudz skaistu citātu, bet, ja vēlies izveidot pats savējo, izmanto *Canva*.

8) pārsteidzoši fakti — ikvienam patīk uzzināt pārsteidzošus faktus;

9) krāšņi attēli — cilvēkus piesaista skaisti attēli. Protams, vislabāk darbojas tie, kas lieliski atbilst Tevis vai Tavas organizācijas veidotajam saturam. Labākie attēli izraisa atbilstošas emocijas, kādas Tu vēlētos, lai Tava auditorija izjūt, lasot Tevis veidoto saturu;

Rīki darba sākšanai: Ir daudz vietņu un attēlu banku, piemēram, Flickr un Morguefile, kur iespējams atrast pievilcīgus attēlus, kas ir bez maksas un kuriem nav autortiesību.

10) Snapchat stāsti — lieto parakstus, filtrus un uzlīmes, lai veidotu stāstus, kas izceļas. Piemērs: <https://bufferblog-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/07/snapchat-story.gif>



Giff attēls : <https://bufferblog-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/07/snapchat-story.gif>

Rīki darba sākšanai: mobilā lietotne Snapchat

11) infografikas — visiem patīk infografikas. Tās parasti ir pievilcīgas un informatīvas. Pateicoties tam, infografikas parasti gūst popularitāti un dažkārt savāc diezgan iespaidīgu dalīšanās reižu skaitu;

Rīki darba sākšanai: 4. nodaļā mēs parādījām Tev tiešsaistes rīku Piktochart, ar kura palīdzību vari izveidot pats savas infografikas

12) padomi un ieteikumi — Tu taču piekrīti, ka tad, ja klients apmeklē Tavu vietni, pastāv iespēja, ka viņš meklē kādas problēmas risinājumu. Tas ir galvenais iemesls, kāpēc "kā izdarīt to un to" ziņojumi ir tik populāri. Piešķir sarunai vērtību, kopīgojot saturu, kas atvieglos Tavu klientu dzīvi. Te būs daži piemēri: How to stay motivated while studying (Kā saglabāt mācīšanās motivāciju?), How to get up early (Kā celties agrāk?), When studying a foreign language (Ieteikumi, apgūstot svešvalodu);

Rīki darba sākšanai: Tu tos vari vai nu atrast internetā, piemēram, Pinterest vietnē, vai veidot pats savējos, izmantojot Canva.

13) pamācības — vari tās izmantot, lai palīdzētu savas auditorijas pārstāvjiem palīdzēt pašiem sev. Cilvēkiem pamācības šķiet ļoti noderīgas, jo viņi var viegli iemācīties darīt daudzas lietas, vienkārši noskatoties video vai aplūkojot attēlus. Video pamācības ir populāras vietnē *YouTube*, taču ir arī tādas, kuru pamatā ir attēli un kuras ieguvušas augstu reitingu iekš *Pinterest*. Attēlu pamācības saņem daudz *repin* (atkārtoti piespraust) atzīmju vietnē *Pinterest*, bet tie attēli, kuriem ir norādīta saite uz vietni, palielina konkrētās vietnes datplūsmu;

Rīki darba sākšanai: Vietnē *Youtube* Tu atradīsi ļoti daudz pamācību. Vari arī vienkārši uzņemt pats savu video. Lai ierakstītu ekrānā redzamo, vari izmantot programmu *Icecream Screen Recorder*, un te būs arī video pamācība:



Video: <https://www.youtube.com/watch?v=vcYH1E6uIf0>

14) jautājumi un aptaujas — jautājumi ļauj izveidot saikni ar auditoriju un izprast kādu faktu par viņiem vai to, kā, viņuprāt, uzlabot Tavas organizācijas darbu, vai to, ko īsti viņi meklē

Rīki darba sākšanai: Šeit atradīsi pamācību, kā izveidot savu Facebook aptauju; [How to create a poll on Facebook](https://www.wikihow.com/Ask-a-Question-on-Facebook) (<https://www.wikihow.com/Ask-a-Question-on-Facebook>)

15) lūgums pēc padoma — šis ir gandrīz tas pats, kas jautājuma uzdošana. Kad Tu lūdz saviem sekotājiem padomu, Tu tādējādi viņiem parādi, ka viņi ir patiešām svarīgi Tavai organizācijai nozīmīgās lietās;

16) tēmturis — vienkārši veids, kā klasificēt sīkziņas tēmu/-as, kas cilvēkiem atvieglo citu sīkziņu meklēšanu par šīm tēmām. Piemēram, ierakstot #DigiYouth (vai #digiyouth vai #DIgiYoTH, jo meklētājs nav reģistrējams) meklēšanas lodziņā jebkuras *Twitter*, *Instagram* vai *Facebook* lapas augšpusē un noklikšķinot uz *Enter*, Tu saņemsi sīkziņu, organizāciju utt. sarakstu.

Viena no labākajām lietām attiecībā uz tēmturiem ir tā, ka tie ļauj Tev izveidot veselas cilvēku kopienas, kuras interesē konkrētā tēma, atvieglojot saistītās informācijas atrašanu un kopīgošanu.

Populārākās kļūdas sociālajos medijos

Top mistakes in social media



THE PROFILE IS INCOMPLETE AND THE COVER IS UNATTRACTIVE

By information, we don't just mean the field "information" on Facebook. The following are some tips for your page to stand out and come across as more attractive:

- ✓ Upload an attractive cover photo that reflects your organization personality including a description of your organization
- ✓ Upload a profile picture that allows people to identify you or your organization easily
- ✓ Complete the information on your profile and add the link to your website, blog or contact page
- ✓ Choose the right category of your organization so it can be easily found



YOU DON'T ANSWER YOUR FOLLOWERS COMMENTS

This point is essential to reinforce the relationship with your followers.

Use the proper language, speak in second person, as if it was a one-on-one conversation while understanding who is your interlocutor and what he expects from you



YOU DON'T POST REGULARLY

This create a very very very bad impression and it is proof that not even the page administrator is interested in it



YOU WANT TO BE PART OF ALL SOCIAL NETWORKS

When starting this trip in social networks many people want to be part of all of them. They create a Youtube channel, a profile on Twitter, Facebook, LinkedIn, Pinterest, Vine, etc, etc, etc. But honestly it will do you no good if you cannot sustain it throughout time.

We suggest you start with one, maybe two, and once you are an expert handling them then you can widen your scope to other social networks



BEING A FACELESS CORPORATION WITH NO HUMAN TOUCH

Being too "corporate." People like people and social media is about people communicating with people. A faceless corporation is out of place on social media. When you are posting on your social media profile, you must add a little bit of human touch



SPAMMING

Another mistake people make is to throw links to their content on all the social networks. Don't post automatic and spammy links. Social media is not another advertising channel. Engage in conversation

Top mistakes in social media

Populārākās kļūdas sociālajos medijos

<p>THE PROFILE IS INCOMPLETE AND THE COVER IS UNATTRACTIVE</p> <p>By information we don't just mean the field "information" on Facebook. The following are some tips for your page to stand out and come across as more attractive:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Upload an attractive cover photo that reflects your organization personality including a description of your organization; • Upload a profile picture that allows people to identify you or your organization easily; • Complete the information on your profile and add the link to your website, blog or contact page; • Choose the right category of your organization so it can be easily found. 	<p>NEPILNĪGS PROFILS UN NEPIEVILCĪGA PROFILA ĀDIŅA</p> <p>Ar informāciju mēs domājam ne tikai lauciņu "Informācija" Tavā Facebook profilā. Tālāk ir sniegti daži padomi, kā likt Tavai lapai izcelties un izskatīties pievilcīgākai:</p> <ul style="list-style-type: none"> • augšupielādē pievilcīgu ādiņas fotoattēlu, kas atspoguļotu Tavas organizācijas būtību, ietverot savas organizācijas aprakstu; • augšupielādē profila attēlu, kas ļautu cilvēkiem viegli identificēt Tevi vai Tavu organizāciju; • aizpildi informāciju savā profilā un pievieno saiti uz savu vietni, emuāru vai kontaktinformācijas lapu; • izvēlies pareizo organizācijas kategoriju, lai to varētu viegli atrast.
<p>YOU DON'T ANSWER YOUR FOLLOWERS' COMMENTS</p> <p>This point is essential to reinforce the relationship with your followers. Use the proper language, speak in second person, as if it was a one-on-one conversation while understanding who your interlocutor is and what he expects from you.</p>	<p>TU NEATBILDI UZ SAVU SEKOTĀJU KOMENTĀRIEM</p> <p>Šis punkts ir būtisks attiecību nostiprināšanā ar Taviem sekotājiem. Izmanto piemērotu valodu, runā otrajā personā, it kā tā būtu saruna aci pret aci, vienlaikus apzinoties, kas ir Tavs sarunu biedrs un ko viņš no Tevis sagaida.</p>
<p>YOU DON'T POST REGULARLY</p> <p>This creates very very very bad impression and it is proof that not even the page administrator is interested in it</p>	<p>TU NEVEIC REGULĀRUS IERAKSTUS</p> <p>Tas par Tevi rada ļoti, ļoti, ļoti sliktu iespaidu un kalpo par pierādījumu tam, ka pat lapas administrators nav ieinteresēts tās saturā.</p>
<p>YOU WANT TO BE PART OF ALL SOCIAL NETWORKS</p> <p>When starting this trip in social networks many people want to be</p>	<p>TU VĒLIES BŪT ITIN VISOS SOCIĀLAJOS TĪKLOS</p> <p>Sākot savu ceļojumu sociālajos tīklos, daudzi cilvēki vēlas būt to</p>

<p>part of all of them. They create a YouTube channel, a profile on Twitter, Facebook, LinkedIn, Pinterest, Vine, etc, etc, etc. But honestly it will do you no good if you cannot sustain it throughout time.</p> <p>We suggest you start with one, maybe two, and once you are an expert handling them then you can wider your scope to other social networks.</p>	<p>visu lietotāji. Viņi izveido savu <i>YouTube</i> kanālu, profilus vietnēs <i>Twitter, Facebook, LinkedIn, Pinterest, Vine</i> utt., utjpr. Bet, ja godīgi, tas neko labu nedos, ja Tev šo visu laika gaitā neizdosies uzturēt.</p> <p>Mēs iesakām Tev sākt ar vienu, varbūt diviem tīkliem, un, kolīdz kļūsi par ekspertu to lietošanā, vari paplašināt savu darbības lauku citos sociālajos tīklos.</p>
<p>BEING A FACELESS CORPORATION WITH NO HUMAN TOUCH</p> <p>Being too "corporate". People like people and social media is about people communicating with people. A faceless corporation is out of place on social media. When you are posting on your social media profile, you must add a little bit of human touch.</p>	<p>BEZPERSONISKA KORPORĀCIJA BEZ CILVĒCISKO ATTIECĪBU PIEEJAS</p> <p>Pārāk "korporatīva" attieksme. Cilvēkiem patīk cilvēki, un sociālie mediji ir paredzēti tam, lai cilvēki savā starpā komunicētu. Korporācija ar bezpersonisku attieksmi sociālajos medijos ir nevietā. Publicējot ierakstus savā sociālo mediju profilā, neizmirsti pievienot tiem kādu devu cilvēciskuma.</p>
<p>SPAMMING</p> <p>Another mistake people make is to throw links to their content on all the social networks. Don't post automatic and spammy links. Social media is not another advertising channel. Engage in conversation.</p>	<p>MĒSTUĻOŠANA</p> <p>Vēl viena kļūda, ko cilvēki pieļauj, ir ievietot saites uz pašu publicēto saturu visos sociālajos tīklos. Nepublicē automātiskās un surogātpastu saturošās saites. Sociālie mediji nav kārtējais reklāmas kanāls. Iesaistieties sarunā.</p>

Jaunas sociālo mediju iespējas, par kurām Tev vajadzētu zināt

New Social Media Features That You Should Know



1 Stories on Facebook Pages.

Good news, online Stories are now available on Facebook Pages. Unlike the 24-hour feature that comes with likes, effects, video masks, and live streaming to boost your brand's exposure, engagement, and conversions. Unlike the stories, At the Moment event posts, and product baskets are the top stories you can try.



Through your mobile device, having a built-in screen sharing feature on Facebook Live can help your brand in a number of ways. You can conduct product promotions, tutorials, or even live troubleshooting and tech support.



2 Built-in Screen Sharing on Facebook Live.

3 Plan and Reminder on Facebook Messenger.

Do you have an event or a meeting coming up? Set dates and remind everyone in your group chat with this feature: update on Facebook Messenger. To create a plan, go to your Facebook group chat click "+" on the lower left of your Messenger app for the settings icon if you're using a desktop, and choose "Start Plan".



4 Facebook Messenger's Customer Chat Plugin.

Sync your customer chat box to your business website, Messenger app, and Messenger.com with the new customer chat plugin from Facebook Messenger. This allows you to continue the conversation with your client on your Facebook Messenger without losing chat history or context.



5 Reorder of the Sections on Your Business Page.

Changing the order of your business page sections is another awesome feature of Facebook. You can now separate them based on priority and the goals of your company. Head over to settings, click edit page, and from there you can just drag the sections to reorder them.



1 Twitter Threads for Posting Tweetstorms.

Need to post tweetstorms for your campaigns, news, and stories? If the new 280-character limit doesn't satisfy you, Twitter's new "Thread" feature is a lifesaver. All you have to do is click the "+" button on the lower right of your chat box to compose a new tweet thread.



2 Free Twitter Statistics for Page Monitoring.

View your Twitter stats and monitor the impressions and engagement history of your tweets for free! Get the data into vertical bars at the bottom of your board or head straight to Twitter Analytics using your profile and settings icon.



3 Real-Time Replies, Retweets, and Like Counts.

Now you can see real-time replies, retweets, and like counts without refreshing and reloading your page. With this new update, you can watch the response numbers change as you browse your Twitter feed.



1 "Open Candidates" for New Job Opportunities.

Inform the recruiters that you're open for new job opportunities with this updated LinkedIn feature. List your skills and relevant so that LinkedIn can look for vacant positions fit for you. To enable this feature, go to your dashboard and turn it on in the career interest section.



2 Profile Hover to Learn More.

The profile hover in LinkedIn's back? You can learn more about people and companies again without having to click their profile. Just hover your mouse over their name or profile picture to see their jobs, connections, or message them instantly.



3 "Active Status" on LinkedIn Messaging.

Just like Facebook, you can now see which ones from your connections are logged in or are currently active on LinkedIn. The green dot beside their profile picture indicates they're online and available to chat with.



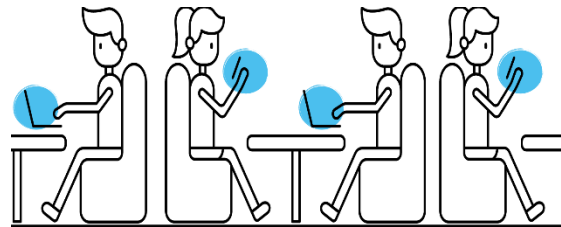


<https://i.pinimg.com/originals/34/51/0b/34510bd291c37042f63a92a65cb0f3e7.jpg>

2. Vizualizācijas rīki

Lai radītu satriecošas datu vizualizācijas, nav jābūt datu zinātniekam vai jāiegūst grafikas dizainera grāds. Datizrace ir kļuvusi krietni vienkāršāka, un izdarītos secinājumus iespējams interpretēt saistošā, pievilcīgā un, pats galvenais, viegli saprotamā veidā. Te būs dažādu brīvpieejas un augstākās klases rīku un platformu saraksts, kas ļaus Tev atspoguļot datus dažādos formātos, sākot no interaktīvām diagrammām un infografikām līdz pat kartēm un vārdu mākoņiem.

Why online tools?	Kāpēc tiešsaistes rīki?
<ul style="list-style-type: none"> The online tool is a simple, easy to understand, by offering a ready-made templates (templates) and will be open at any time and use this tool, there will be no need to devote time to download. You only need a computer and internet access. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiešsaistes rīks ir vienkāršs, viegli saprotams, piedāvā jau gatavas veidnes un ir pieejams jebkurā laikā; izmantojot šo rīku, nevajadzēs veltīt laiku tā lejupielādēšanai. Vienīgais, kas Tev nepieciešams, ir dators ar piekļuvi internetam.
<ul style="list-style-type: none"> With drag-and-drop poster maker, now anyone can design awesome posters without graphic design skills. 	<ul style="list-style-type: none"> Izmantojot vilkšanas un nomešanas plakātu veidotāju, tagad ikviens bez grafiskā dizaina iemaņām var noformēt satriecošus plakātus.



Why online tools?

🌐 The online tool is a simple, easy to understand, by offering a ready-made templates and will be open at any time.

There's no need to download or install anything to use Canva, Fotojet or Powtoon in your web browser, simply create an account online to get started! You only need a computer and internet access.

🌐 With drag-and-drop maker, now anyone can design awesome posters, infographics and presentations without graphic design skills.

Ceram, ka Tu ne tikai apgūsi jaunas prasmes un atklāsi līdz šim nezināmus rīkus radošam darbam, bet arī uzzināsi kaut ko par sevi!

Kas ir digitālo datu vizualizēšana?

Data visualization



Data visualization is the process of taking a data set and visualizing it in a way that can be easily understood.



Sometimes called data viz, data visualization can be something as simple as a bar chart generated from an Excel file, or as complex as an interactive multimedia experience.

The best data visualizations are beautiful, informative, and responsive.



Data visualization

Datu vizualizācija

Data visualization is the process of taking a data set and visualizing it in a way that can be easily understood.	Datu vizualizēšana ir process, kurā datu kopu ņem un vizualizē viegli saprotamā veidā.
Sometimes called data viz, data visualization can be something as simple as a bar chart generated from an Excel file, or as complex as an interactive multimedia experience.	Datu vizualizācija (darba rezultāts) var būt kaut kas tik vienkāršs kā joslu diagramma, kas ģenerēta no <i>Excel</i> faila, vai tik sarežģīta kā interaktīva multivides pieredze.
The best data visualizations are beautiful, informative and responsive.	Labākās datu vizualizācijas ir skaistas, informatīvas un iedarbīgas.

2.1. Grafiskā dizaina rīki plakātu, komiksu, iemiesojumu un GIF attēlu veidošanai

Plakātu veidošana ir ārkārtīgi svarīga, jo mūsdienās visi vēlas redzēt informāciju grafiskā formā; neviens nelasīs tekstu vai neklikšķinās uz reklāmkaroga, ja tas nebūs pievilcīgs, košs un interaktīvs. Šajā apakšnodalā Tu uzzināsi par brīvpieejas interneta rīkiem, ar kuru palīdzību iespējams veidot plakātus, komiksus un iemiesojumus (*avatars*).

Kas ir plakāts un kā panākt, lai tas izdotos skaists?

Plakāti ir lielisks vizuālais palīglīdzeklis. Vari tos profesionāli izmantot reklāmām, paziņojumiem vai vienkārši informācijas apmaiņai. Plakāta noformējums ir ļoti svarīgs, it īpaši, ja Tu to izmanto kā vizuālu palīglīdzekli, lai papildinātu verbālo prezentāciju. Pareiza krāsu, attēlu, fonu un krāsu balansa izmantošana palīdzēs Tev radīt ievēribas cienīgu un atmiņā paliekošu plakātu.

Informācijas resursi turpmākai izpētei

5 soļi plakātu noformēšanā

10 ieteikumi, kā izveidot lielisku plakātu

Canva.com



Canva ir tiešsaistes grafikas dizaina platforma. Tai ir viegli lietojama vilkšanas un nomešanas saskarne. Canva padara dizainu vienkāršu ikvienam. Izstrādā dizainu tīmeklim vai drukāšanai: emuāru grafikas elementus, prezentācijas, Facebook lapu ādiņas, skrejlapas, plakātus, ielūgumus utt. Šī platforma piedāvā izvēlēties starp tūkstošiem formu, ikonu, ilustrāciju un fotoattēlu.

Informācijas resursi turpmākai izpētei

Kā lietot Canva, lai radītu satriecošus grafikas dizaina elementus sociālajos tīklos

Postermywall.com



Viens no vienkāršākajiem veidiem, kā izveidot plakātu, ir izmantot postermywall.com

Vari veidot pielāgotus plakātus, skrejlapas un sociālo mediju grafikas. Milzīga veidņu izvēle, ērti lietojami rīki. Bezmaksas lejupielādes un kvalitatīvas izdrukas.

Informācijas resursi turpmākai izpētei

Kā lietot Postermywall, lai radītu satriecošus grafikas dizaina elementus

Fotojet.com



Strādājot ar jauniešiem, Tev jābūt radošam un jāatrod interesants veids, kā piesaistīt viņu uzmanību. Viens no variantiem ir izmantot komiksu, kas rosinātu interesi un vēlmi iepazīties ar tā saturu.

Lai radītu fotokomiksu, Tev tikai jāizvēlas veidne un jāievieto fotoattēli, izmantojot vienkāršu fotokomiksu veidotāju.

Lejupielāde vai reģistrācija nav nepieciešama. Lietotāja konta izveide nav obligāta, tomēr, ja vēlies saglabāt savu darbu un vēlāk to rediģēt, Tev jāpierakstās.



Avatarmaker.com




Iemiesojumi lieliski iederas tīmeklī, sociālajos medijos, infografikās, mārketingā, reklāmā, prezentācijās, animācijās, skrejlapās, plakātos, kartītēs utt.

Avatar	Iemiesojums
In computing, an avatar is the graphical representation of the user or the user's alter ego or character. An icon or figure representing a particular person in a video game, Internet forum, etc. It may take either a three-dimensional form, as in games or virtual worlds, or a two-dimensional form as an icon in Internet forums and other online communities.	Iemiesojums (<i>avatar</i>) ir lietotāja, lietotāja <i>alter ego</i> vai personības grafisks attēlojums. Ikona vai figūra, kas attēlo noteiktu personu videospēlē, interneta forumā utt. Iemiesojums var būt trīs dimensiju formā, piemēram, spēlēs vai virtuālajās pasaulēs, vai divu dimensiju formā, piemēram, lietotāja ikona interneta forumos un citās tiešsaistes kopienās.

Avatar



In computing, an avatar is the graphical representation of the user or the user's alter ego or character. An icon or figure representing a particular person in a video game, Internet forum, etc. It may take either a three-dimensional form, as in games or virtual worlds, or a two-dimensional form as an icon in Internet forums and other online communities





GIF attēls? Mēs visi esam tos redzējuši. Internetā tie sastopami emuāros un sociālajos medijos un ir daļa no tā, kas padara ziņu un izklaides vietnes tik populāras.

GIF animācija ir viens no visizplatītākajiem attēlu formātiem internetā, un tagad Tu vari atrast perfektu GIF attēlu par jebkuru tēmu, izmantojot tādas vietnes kā *Giphy*.

Un kā ir ar mēmēm?

Galvenā atšķirība starp GIF animāciju un mēmi ir tā, ka mēmes parasti ir statistiski attēli ar atsauci uz aktuālu jautājumu vai popkultūru, un GIF animācijas, vienkāršāk sakot, ir kustīgi attēli.

Timekļa vietnēs, piemēram, *Giphy* un *Awesome Gifs*, vari atrast, kādas tik GIF animāciju mēmes Tava sirds kāro.

Tāpat kā vairums lietu, GIF attēli un mēmes vislabāk darbojas kopā. Paķer kādu GIF animāciju un ielīmē uz tās kādu aktuālu tekstiņu, un Tev būs animēta mēme.

Grafiskā dizaina rīki infografiku veidošanai

Jauniešiem pēc dabas ir vairāk attīstīta vizuālā uztvere, un viņi vizuālo informāciju apstrādā labāk nekā tekstuālo.

Bērni līdz 12 gadu vecumam un pusaudži vecumā no 13 līdz 15 gadiem parasti dod priekšroku vizuālam, nevis tekstuālam informācijas attēlojumam. Kļūstot vecāki, pusaudži mēdz vairāk pievērsties lasīšanai, bet joprojām dod priekšroku spilgtam, krāsainam un pievilcīgam informācijas dizainam, nevis tekstam. Faktiski pētījumi rāda, ka līdz 25 gadu vecumam cilvēki, ja viņiem rāda krāsainus un blāvus attēlus, atzīst par labākiem spilgtas krāsas dizainparaugus. Ja Tava mērķauditorija ir jaunieši, ļoti iesakām publicēt dažas infografikas.

Infografikas jauniešu vidū ir populāras vairāku iemeslu dēļ:

- Infografika ir viegli pārskatāma, un nav jāpieliek daudz laika un pūļu, lai to saprastu;
- Jauniešiem sevišķi patīk, ja statistikas dati tiek attēloti jautrā un izklaidējošā formā;
- Infografiku var viegli koplietot visos sociālajos medijos. Neatkarīgi no tā, vai tas ir *Facebook* vai *Pinterest*, ar infografiku var dalīties;
- Jaunieši kognitīvā ziņā ir vairāk orientēti uz vizuālās, nevis tekstuālās informācijas apstrādi;
- Infografikā ietvertās popkultūras atsauces un humors jauniešiem šķiet daudz tīkamāks par vienkāršu, daudzvārdīgu tekstuālo saturu.

Ja vēlies, lai jaunieši uzzinātu vairāk par Tevi vai pievērstu uzmanību Tevis teiktajam, labākais veids, kā to izdarīt, ir publicēt infografiku. Bērniem, pusaudžiem un jauniešiem ir fotogrāfiskā atmiņa, kas viņiem palīdz labāk atcerēties vizuālo saturu. Tas ir viens no iemesliem, kādēļ pedagoģijas pētījumos ieteikts klasē izmantot tādus vizuālos mācību palīg līdzekļus kā kartes un diagrammas.

Šie vizuālie palīg līdzekļi palīdz skolotājiem piesaistīt to neieinteresēto jauniešu uzmanību, kuri, iespējams, labprātāk dotos uz tirdzniecības centru, nevis klausītos, ko viņiem māca. Kad Tev ir jāsazinās ar jauniešiem kā uzņēmumam, tas ir vēl grūtāk. Mārketinga informācija ir jāsniedz tādā veidā, lai tā tiktu uztverta kā "forša" un aizraujoša.

Viens no vienkāršākajiem veidiem, kā to izdarīt, ir radīt pievilcīgas, viegli uztveramas un saprotamas infografikas. Jauniešiem lieliski paliek atmiņā krāsas, un tas ir viens no iemesliem, kāpēc infografika viņiem tik ļoti iet pie sirds.

Ir pierādīts, ka krāsas un informācijas apstrāde savstarpēji korelē. Cilvēkiem kļūstot vecākiem, viņi mazāk izvēlas krāsas un dod priekšroku pelēkajiem toņiem un tekstuālajam saturam. Savukārt jaunieši dod priekšroku krāsainā un spilgtā veidā pasniegtai informācijai.

Piktochart.com



Piktochart piedāvā daudz lielisku bezmaksas un augstākās klases infografikas, pārskatu, reklāmkarogu un prezentāciju veidņu. Tās ir pievilcīgas un ērti lietojamas.

Informācijas resursi turpmākai izpētei

Piktochart pamācības

Izmantotie avoti

Digital tools (2018) [Youth Work HD](#)

What is? (2016) [Social media](#)

ReachOut Schools (2016) [Benefits of internet and social media](#)

Irfan Ahmad (2016) [Millennials and Your website: How to make your domain a magnet to Gen Y](#)

Brittany Smith (2014) [Engaging Youth young adults in social media](#)

Akshay Mistri (2014) [Effects of social media on youth](#)

BWEST Interactive (2010) [Youth & Social media](#)

Carolyn Cutrone (2014) [The best social media site for reaching teens?](#)

Louise Julig (2013) [3 ways sharpie is engaging teens with social media](#)

Julie Berg (2015) [How to reach teens on Facebook](#)

Time and date (2017) [Fun holidays](#)

MomoTube (2015) [Asking people simple questions](#)

Imgflip (2017) [Meme Generator](#)

Elizabeth Kricfalusi (2017) [The Twitter hashtag: What is it and how do You use it?](#)

Josefina Casas (2014) [Top 10 most common mistakes of companies in Social media and how to correct them now!](#)

Divya Rawat (2017) [Top 19 social media marketing mistakes you should avoid](#)

Kristy Bolsinger (2016) [Beginners guide to social media](#)

Felix H. [How to post on Facebook, Twitter, Instagram and Pinterest-infographic](#)

Elise Moreau (2017) [What is Snapchat?](#)

Allie Lewis (2013) [4 big don'ts for your social media marketing strategy](#)

Gadgets 360 (2016) [How to Snapchat: A beginner's guide](#)

Nick Nimmin (2017) [Best video editing App for Android and iPhone](#)

PixxyTube (2015) [How to record your screen in HD for Free using IceCream Screen recorder](#)

WikiHow (2017) [How to design Posters](#)

Dan Shewan (2017) [7 awesome data visualization tools for digital marketers](#)

Carrie Cousins (2015) [10 tips for perfect poster design](#)

AuCoRe (2015) [Create a Canva Account](#)

Christopher Ratcliff (2015) [17 visualization tools to make your data beautiful](#)

Salesforce (2017) [The top 5 biggest advantages of data visualization](#)

Ame Lou O. (2017) [How to use canva to create awesome graphic design for social media](#)

WikiHow (2017) [How to make a poster that stands out](#)

Info graphic design team (2014) [Why infographics are popular among youngsters](#)

Katai Robert (2015) [How to design an infographic in 9 simple steps](#)

Kayla Darling (2017) What is an infographic? And how is it different from a data visualization?

Irfan Ahmad (2013) What makes an #infographic bad and how to make it better

Shantel Victor-Cole (2015) Creating a Powtoon Account

Beebom (2015) 10 best online presentation tools to amaze your audience

Edward Hyatt (2017) What is a GIF, who invented the image format, how is it pronounced and what's an animated meme?

David William (2017) What is a GIF?

Westside Toastmasters (2017) The 6 main purposes of presentations

Powtoon (2015) Professional presentation Powerpoint – by PowToon