

SOCIĀLO MEDIJU KOMUNIKĀCIJA TŪRISMA NOZARĒ: IESPĒJAS, KANĀLI, RĪKI

Decembris 2020
Vilhelms Meisters / @VilhelmsM



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Reģionālās attīstības fonds



Interreg
Central Baltic



Vilhelms Meisters / sociālo mediju
direktors @ WRONG Digital

- ▶ 10 gadu pieredze zīmolu sociālo mediju komunikācijā
- ▶ Daži no zīmoliem ar ko strādājam šobrīd: Swedbank, LMT, Latvijas Valsts Meži, Neste, Accenture, Narvesen, LIAA u.c.
- ▶ Vadu 10 cilvēku komandu, kas nodrošina sociālo mediju komunikāciju zīmoliem Latvijā un Baltijā, izstrādāju sociālo mediju stratēģijas, radu un pārvaldu digitālās kampaņas, konsultēju un sniedzu lekcijas par jēgpilnu sociālo mediju komunikāciju.



Kāpēc sociālie tīkli? Konteksts.



Kāpēc izvēlēties sociālos tīklus kā komunikācijas kanālu?



Momentāli redzama atdeve.

Rezultāts visbiežāk ir redzams uzreiz – to, vai ziņa uzrunājusi auditoriju, saprotam jau pirmajā brīdī. Rezultāti ir viegli mērāmi – redzam sasniegto auditoriju, klikšķus un, ja tas ir aktuāli, pat pirkumu daudzumu.



Iespējams rīkoties ātri.

Iespēja noreagēt uz aktualitātēm vai notestēt savu ideju momentāli.



Kļūdas nemaksā dārgi.

Visbiežāk sociālo mediju komunikācija nozīmē bezgalīgu eksperimentēšanu – teju nekad nevari precīzi paredzēt, kas strādās lieliski un kas nē. Labā ziņa – ir vieglāk kļūdīties.

Kāpēc izvēlēties sociālos tīklus kā komunikācijas kanālu?



Plašākas iespējas.

Teju neierobežotas formātu iespējas – no teksta līdz 360 grādu video tiešraidēm.



Iespēja būt tuvāk savai auditorijai.

Varam momentāli gūt atgriezenisko saiti/iesaistīties sarunā/gūt viedokļus.



Salīdzinoši zemas izmaksas.

Ja salīdzinām ar citiem mediju kanāliem, sociālo mediju izmaksas vienmēr būs visfleksiblākās.

Sociālo tīklu atšķirības.



- + Visplašākā auditorija
- + Lēta, pieejama un precīza reklāma
- + Milzīgas segmentācijas iespējas
- + Viralitātes iespējamība ir daudz augstāka nekā jebkurā citā sociālajā tīklā (izņemot TikTok) – saturs var izplatīties pats
- Aizvien mazāk aktuāls kanāls jauniešiem
- Nenoklāj visu auditoriju
- Grūti prognozēt virzienu ilgtermiņā – mainās algoritmi, dizains un prioritātes
- Aizvien vairāk privātuma skandālu, kas ietekmē/sašaurina iespējas

facebook®

910 tūkstoši

/Satura piemēri

Liepāja

Liepāja

November 25 at 2:47 PM · 🌐

...

Liepāja rotājas Ziemassvētkiem - šobrīd notiek pilsētas rotājumu un apgaismojuma elementu uzstādīšana. Rožu laukumā top Adventes vainags, tiltiņš un virs tā gaismas kaskāde. Jau uzslīeta un tiek dekorēta lielā egle - tā tiks iedegta šīs nedēļas beigās. Visu decembri un janvāri Liepāja būs izgaismota koši un bagātīgi

Lielā egle kopumā izskatīsies tāpat kā pirms gada - galotni apsegs koši sarkana rūķa cepure un zaros no apakšas līdz augšai spīguļos krāsaini svētku bumbiņi, ta... [See More](#)



👍❤️👤

2K

105 Comments

1.3K Shares

Liepāja

Visit Ogre

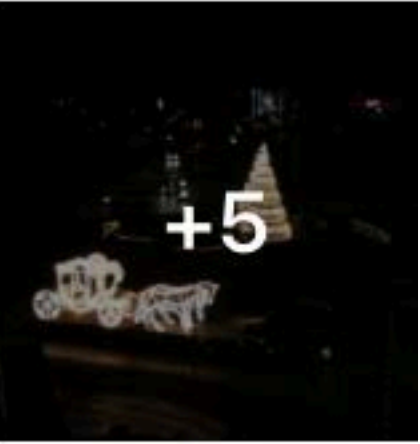
Visit Ogre

November 27 at 5:25 PM · 🌐

...

Šobrīd tiek pabeigti pēdējie darbi, lai pirmajā adventē ogrēniešu un pilsētas viesu sirdis sildītu mirdzošie rotājumi:

- ★ Brīvības ielas gājēju posmā - koki ar gaismas virtenēm;
- ★ gaismas bumbas liepu galotnēs - "Pie zelta liepas";
- ★ eņģeļi - pie visām Ogres novada baznīcām... [See More](#)



👍❤️👤

334

7 Comments

304 Shares

Visit Ogre

- + Viens no straujāk augošajiem un progresīvākajiem sociālajiem tīkliem
- + Lieliska platforma jebkuram zīmolam ar spēcīgu vizuālo saturu
- + Visaugstākā iesaiste/dabīgā sasniedzamība pret sekotāju skaitu
- + Tikpat precīzas reklāmas mērķēšanas iespējas kā Facebook

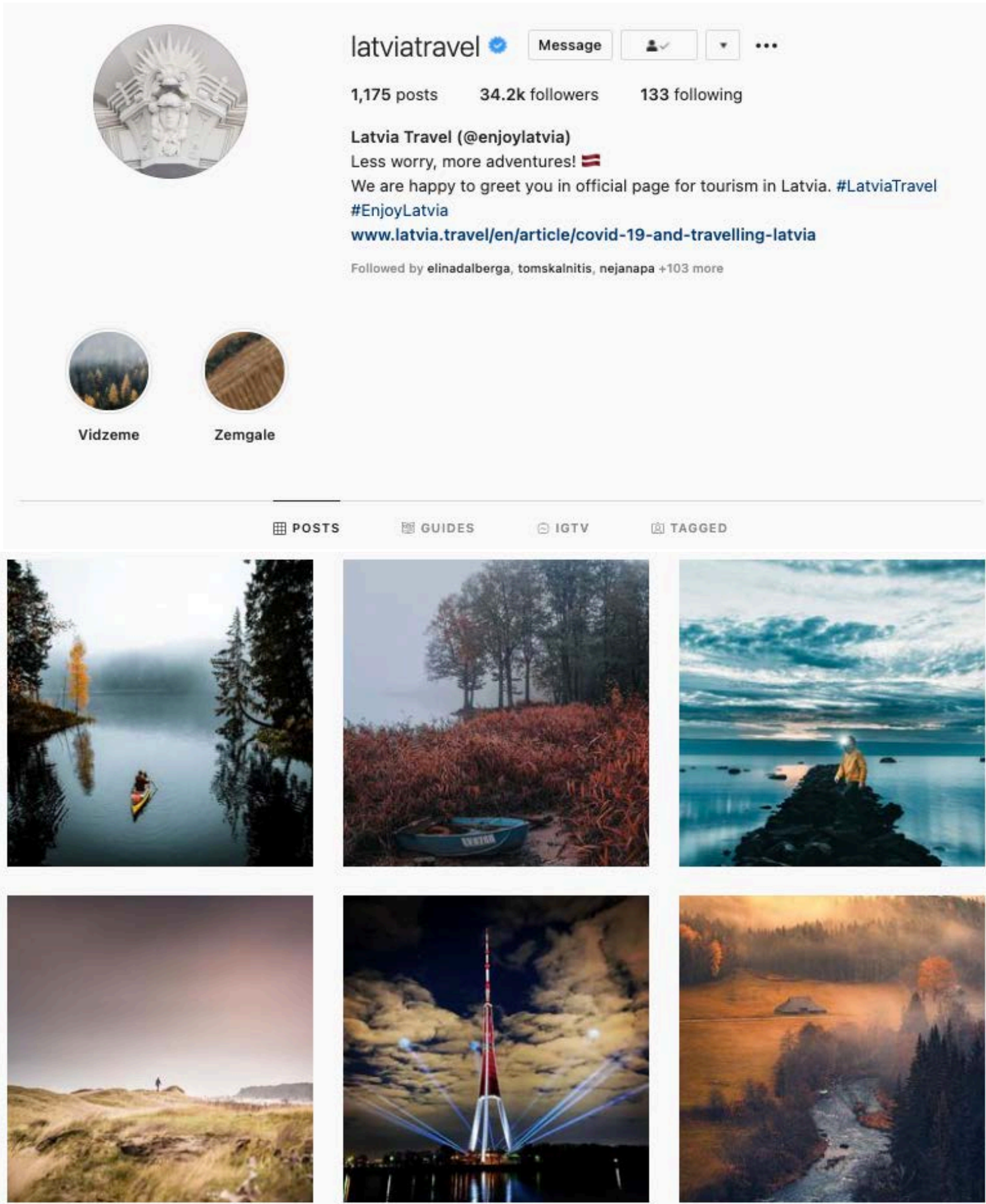
- Nederīgs sociālais tīkls organiskā trafika virzīšanai – nestrādā linki (zem 10K sekotāju/ bez Verified konta)
- Grūtāk izmantojams kanāls zīmoliem, kam ikdienā nav viegli radīt daudz vizuāla satura

Vērts domāt un fokusēties ne tikai uz feed, bet īpašu vērību pievērst Instagram Stories (arī Reels un IGTV) – lietojums tikai pieaug.

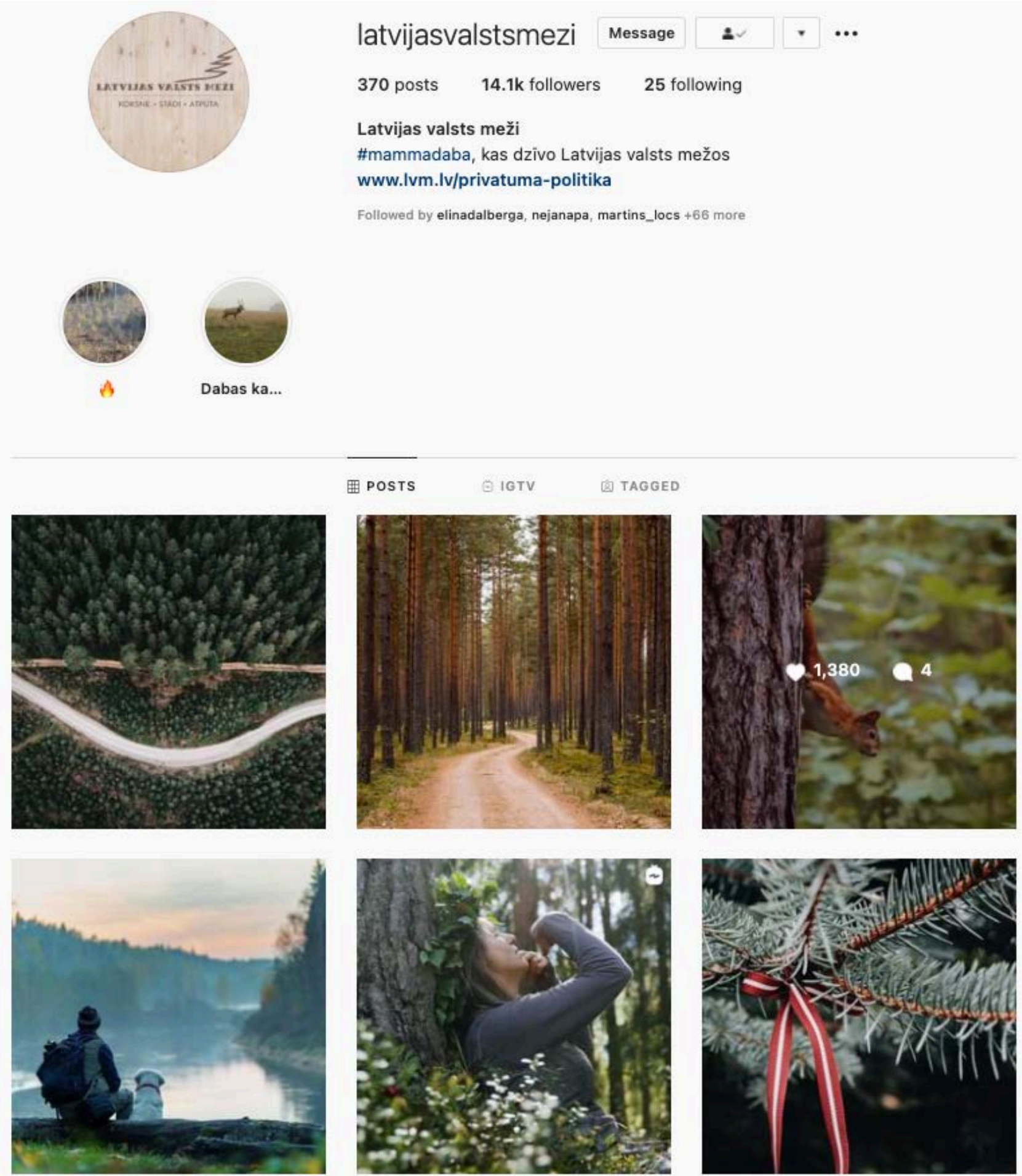


~600 tūkstoši

/Satura piemēri



@LatviaTravel



@LatvijasValstsMezi

- + Ļoti daudz aktīvo lietotāju
- + Video skatīšanās apjoms tikai palielinās – video kā satura formāts kļūst aizvien aktuālāks
- + Daudz mazāks mirklīgums – saturs var dzīvot gadiem

– Maz gadījumu, kad zīmoliem izdodas ilgtermiņā radīt saturu, kas ieinteresētu auditoriju.

– Lai gan bieži pēc datiem YouTube figurē kā izmantotākais sociālais tīkls, realitātē to kā sociālo tīklu (izmantojot sekošanas, komentēšanas un citas opcijas) izmanto mazs %

- Bieži – grūtāk/dārgāk/laikietilpīgāk radīt saturu

Ļoti noderīga platforma, lai radītu ilgtermiņa saturu, kas nenovecos.



~1 miljons+





Live Riga

1.02K subscribers

HOME

VIDEOS

PLAYLISTS

COMMUNITY

CHANNELS

ABOUT

SEARCH

Uploads

PLAY ALL

SORT BY



Let Your Kid be a Kid

396K views • 3 years ago



Teacher's directions

75K views • 3 years ago



Go on a Journey With a Taxi Driver from Riga

72K views • 3 years ago



POLICEMAN GUIDE TO RIGA / MAIRIS BRIEDIS

70K views • 2 years ago



TENNIS GUIDE TO RIGA / JELENA OSTAPENKO

56K views • 2 years ago



Let the Blogger Show You Fancy Riga!

47K views • 3 years ago



Riga, Christmas Tree birthplace for 500 years

41K views • 10 years ago



Follow the Priest's Path!

40K views • 3 years ago



ShareRiga
www.LiveRiga.com

33K views • 8 years ago



Rebellious Trip With the Senior

30K views • 3 years ago



Hop on the Captain's Boat

29K views • 3 years ago



Riga RAP guide

29K views • 4 years ago

Live Riga



Mālpils dabas taka ziemā

2.9K views • 2 years ago

 Ervīna Video Blogs

Briļvdienās kad laiciņš foršs nevajag sēdēt mājās, bet gan doties dabā. Kādā sniegotā februāra dienā izstaigājām daļu no ...



Līgatnes dabas takas pavasaris 2018/Ligatne Nature Trails/

4.5K views • 2 years ago

 Uldis Zīle

Gaujas Nacionālā parka Līgatnes dabas takas izveidotas 1975. gadā, lai iepazīstinātu apmeklētājus ar dabu, Latvijā dzīvojošo ...



Pārgājiens ar bērnu un ko mēs ņemam līdzi. Cīrulīšu Dabas Takas

1.1K views • 1 year ago

 ROLISS

Mēs ar mētiņu dodamies mazā pārgājienā un šoreiz apskatījām, izsdtalgājām Cīrulīšu dabas takas kas atrodas Cēsīs. Taka ir ...

Vlogeru radīts saturs

- + Ar pareizo pieeju – iespēja iegūt milzīgu auditoriju no nulles
- + Visaugstākais viralitātes potenciāls
- + Augstāka iespēja sasniegt jauniešu auditoriju

- Salīdzinoši specifiska pieeja komunikācijā
- Mūsu reģionā neeksistē maksas reklāmas iespējas
- Neskaidra nākotne privātuma/politisku iemeslu dēļ (aizliegums Indijā, ierobežojumi ASV).

Ļoti pateicīgs kanāls, lai iedvesmotu apmeklēt jaunas vietas – vērts rūpēties par vizuālo pusi un pārsteiguma momentu.



~100-200K+
(orientējoši)

/Satura piemēri – lietotāju radīts saturs



/Satura piemēri – lietotāju radīts saturs



elierlii Elierlii · 8-18
little fairytale in Latvia:))
🎵 Morning Sex - Ralph Castelli



 3631

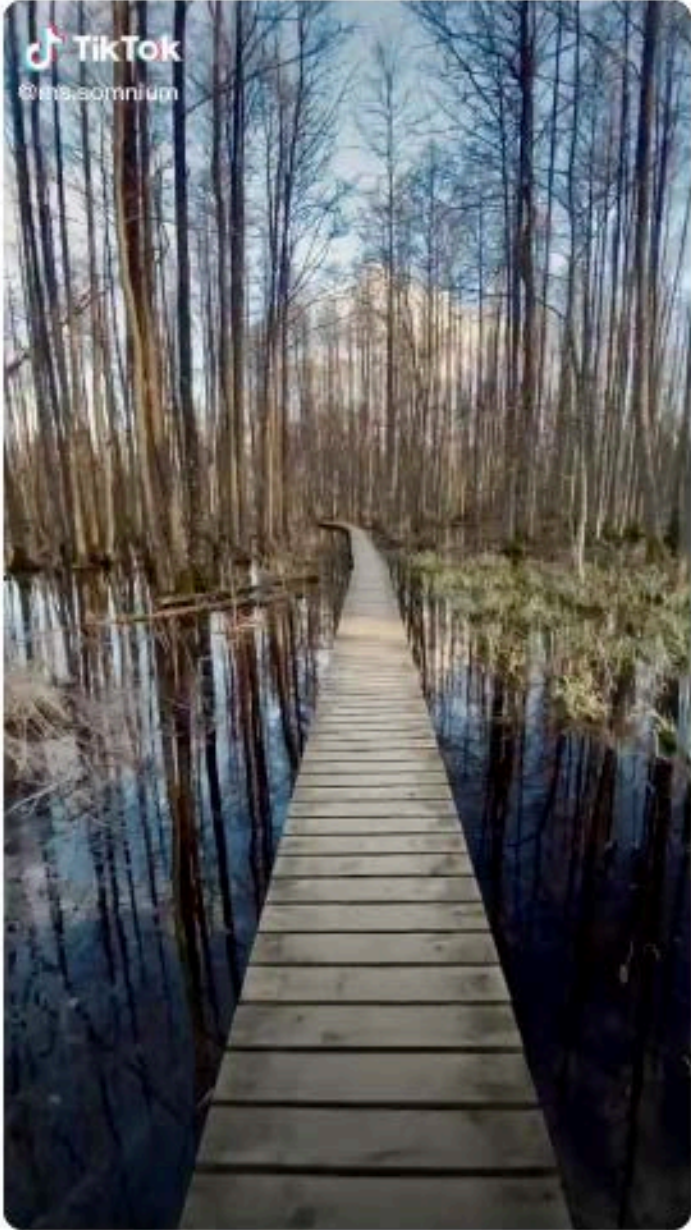
 26

 202

Ieriķu dzirnavas



ms.somnium JULIA 🌿 · 3-19
#Latvia #nature #rec #recommendations
🎵 A Thousand Years, Pt. 2 - From "The Twilight Saga: Breaking Dawn, Pt.



 6758

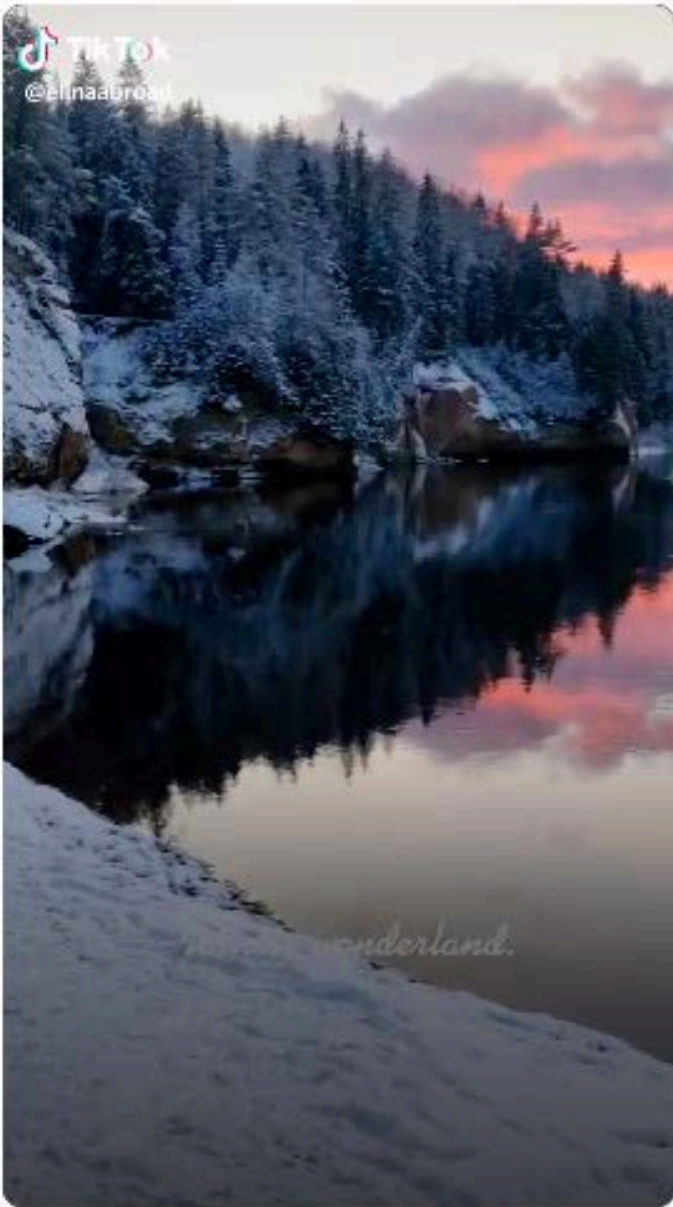
 72

 279

Slokas ezera
dabas taka



elinaabroad Elīna Kalniņa · 2019-12-3
Winter has arrived at Ērgļu cliffs in Latvia #tiktoktravel #travel
#traveldiaries #wintertime #sunsetchallenge #travelotd #worldtravel
#latvia #nature
🎵 Carol of the Bells (Christmas Party) - Christmas



 5391

 36

 282

Ērgļu klintis

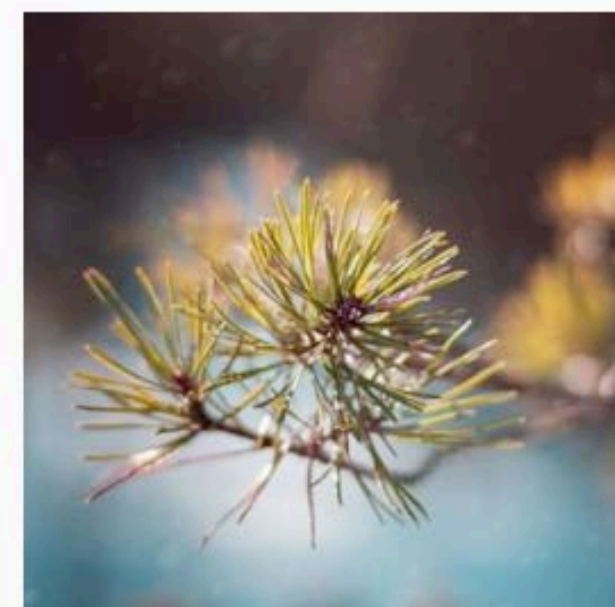
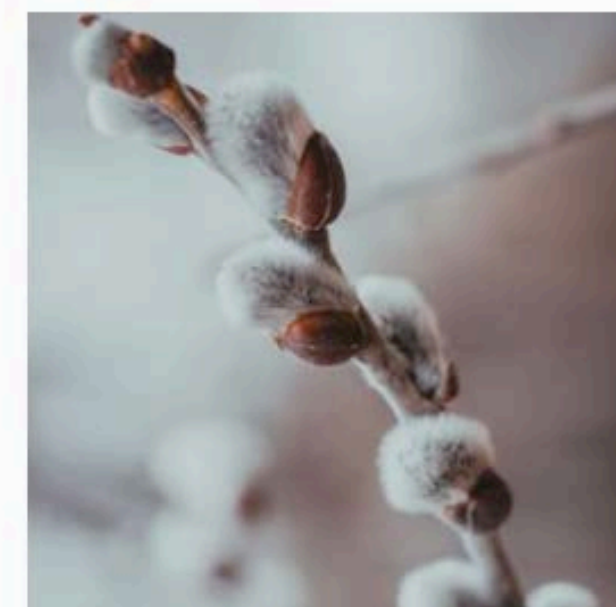
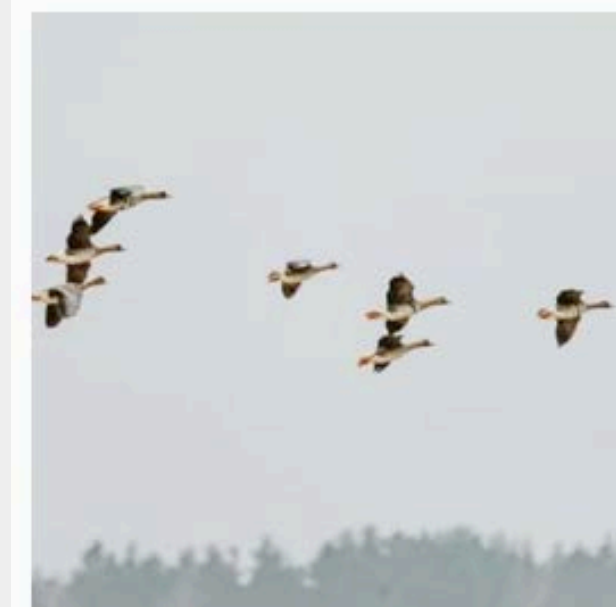
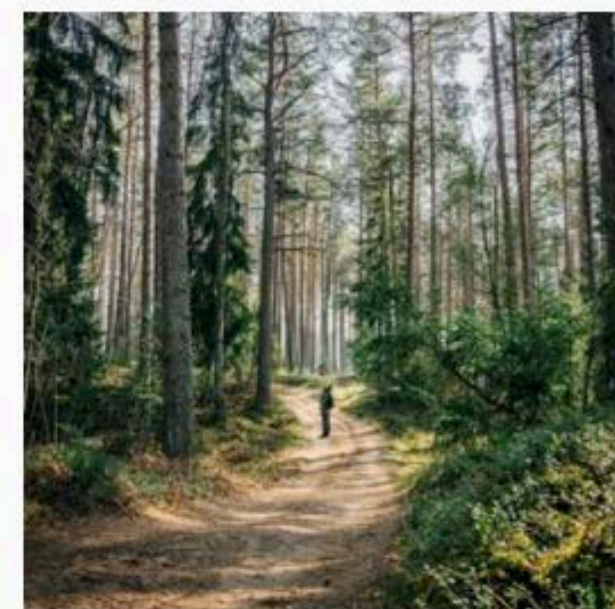
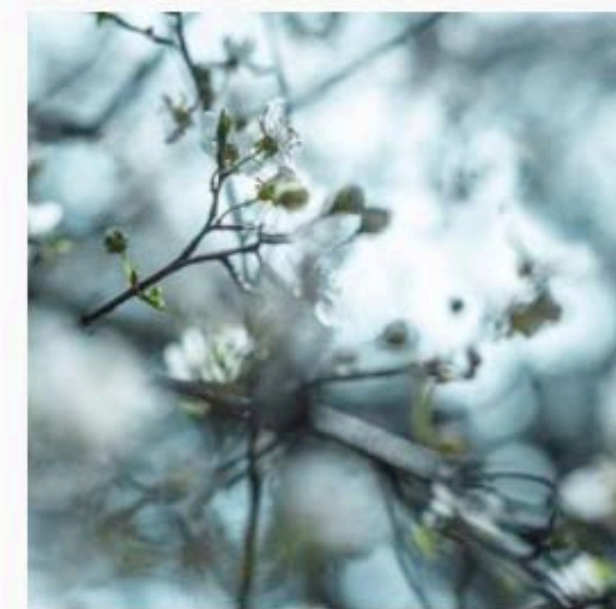
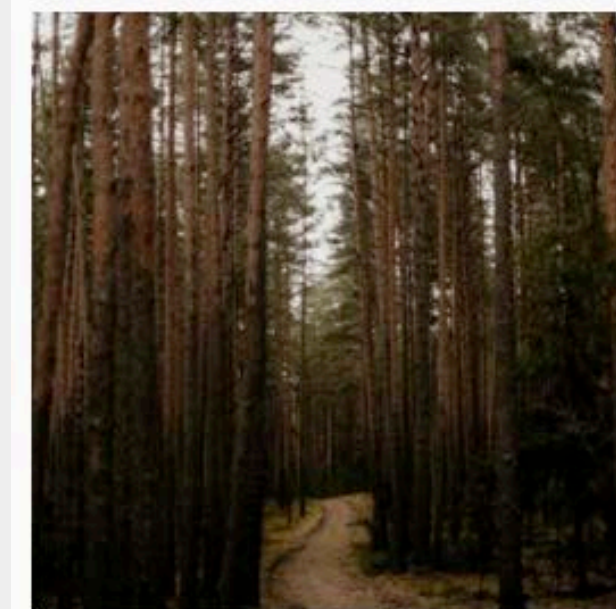
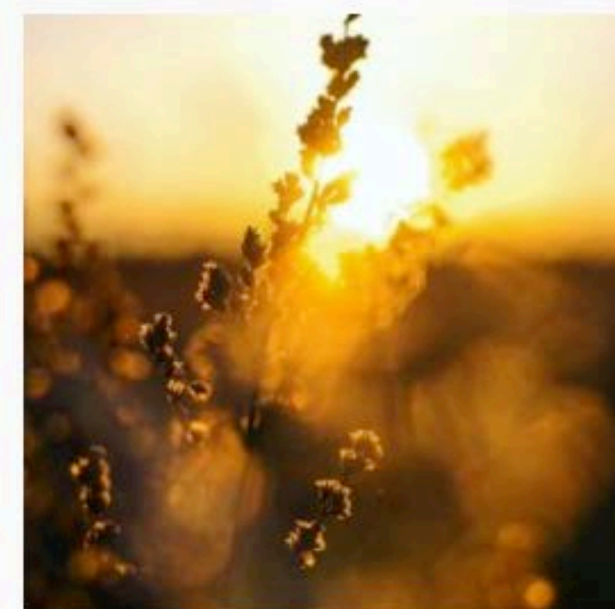
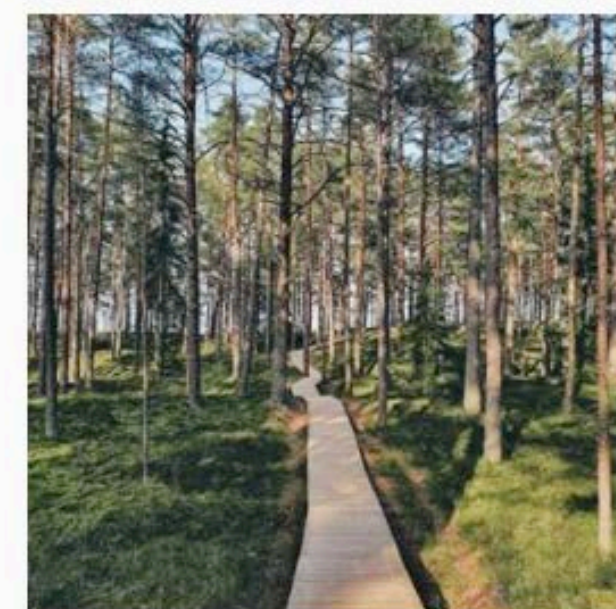
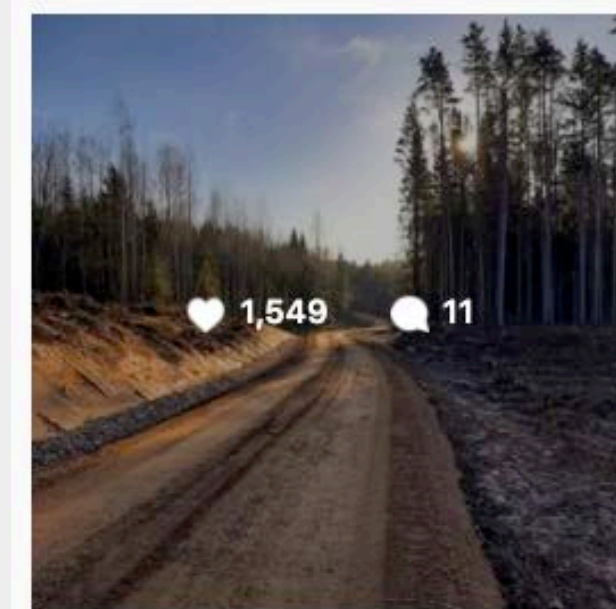
**Efektīvākā satura
iezīmes.**



1) Vizuali spēcīgs saturs.

Ja jāizceļ viena lieta, kas visbūtiskāk ietekmēs mūsu sociālo tīklu satura rezultātus, tad tas ir spēcīgs vizuālais materiāls.

Ne vienmēr ir vajadzīgs ieguldīt milzīgu resursu, lai šo saturu radītu – izcili var strādāt gan telefonfoto, gan lietotāju radītas fotogrāfijas, gan arī profesionālāki attēli.



2) Interesants saturs.

Bieža problēma = no mūsu skatpunkta visa informācijas plūsma šķiet ļoti svarīga un vērtīga, lai gan realitātē mūsu auditorijai tā varbūt neinteresē.

Jebkuru stāstu varam pastāstīt neskaitāmos dažādos veidos – mēģinām būt drosmīgi.

Nekautrējamies runāt arī par lietām, kas mums pašiem šķiet sen zināmas vai pašsaprotamas – mūsu auditorijai tas tā var nebūt.



3) Noderīgs saturs.

Saturs, kas jebkādā veidā risina auditorijas problēmas, atbild uz jautājumiem vai atvieglo dzīvi.

Tas var būt stāsts par mazāk zināmu apskates vietu, praktisks padoms, iesakot dabas taku aplikāciju vai sniedzot praktiskus padomus, kā atrast dabas objektu, kur pastaigāties laikā, kad populārākie dabas objekti ir pārbāzti.



4) Diskusiju veicinošs saturs.

Veicinām iesaisti/sarunu.

Facebook algoritmam patīk komentāri – īpaši apjomīgi, attiecīgi – jo vairāk pie mūsu ziņām diskutē, jo labāk.

Instagram gadījumā varam izmantot dažādas Instagram Stories iespējas – atvērtā tipa jautājumus, atjautības uzdevumus un citus formātus.



5) Cilvēcīgs saturs.

Cilvēcīgs saturs sociālajos medijos bieži vien strādās labāk.

Izmantojam bildes, citātus, video – iesaistām komunikācijā cilvēkus; nekautrējamies lepoties ar viņiem.

Ja mums ir cilvēkstāsti ar kuriem palepoties, darām to!

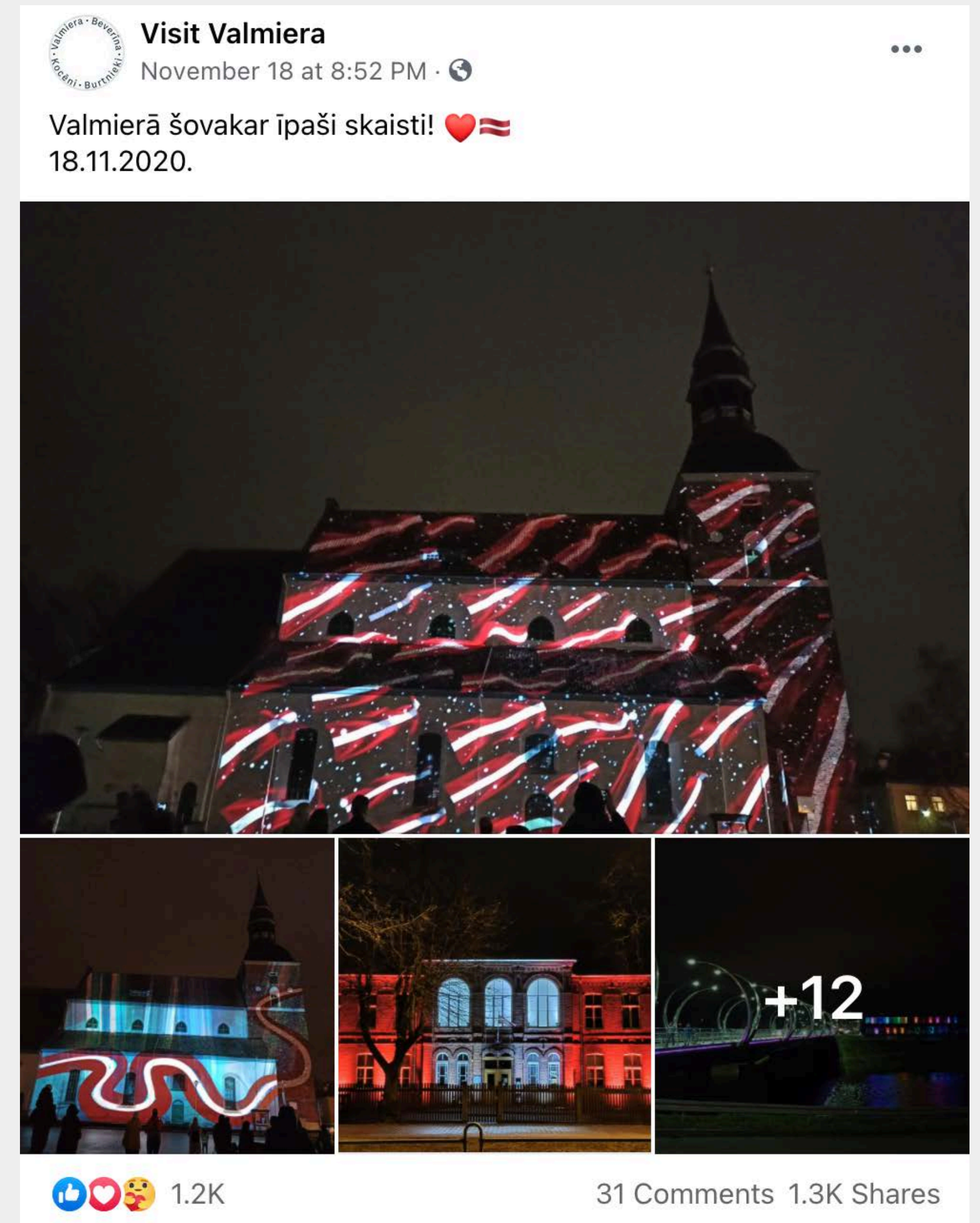


6) Aktuāls saturs.

Pareizais saturs pareizajā laikā var nostrādāt būtiski efektīvāk.

Ja iespējams, mēģinām izmantot aktualitātes – sākot no svētkiem, beidzot ar sporta notikumiem, kulturāliem notikumiem/atsaucēm, pat laikapstākļiem.

Reizēm šīs aktualitātes varam radīt arī paši – kā Šmakovkas muzeja gadījumā.



Lietotāju radīts saturs.

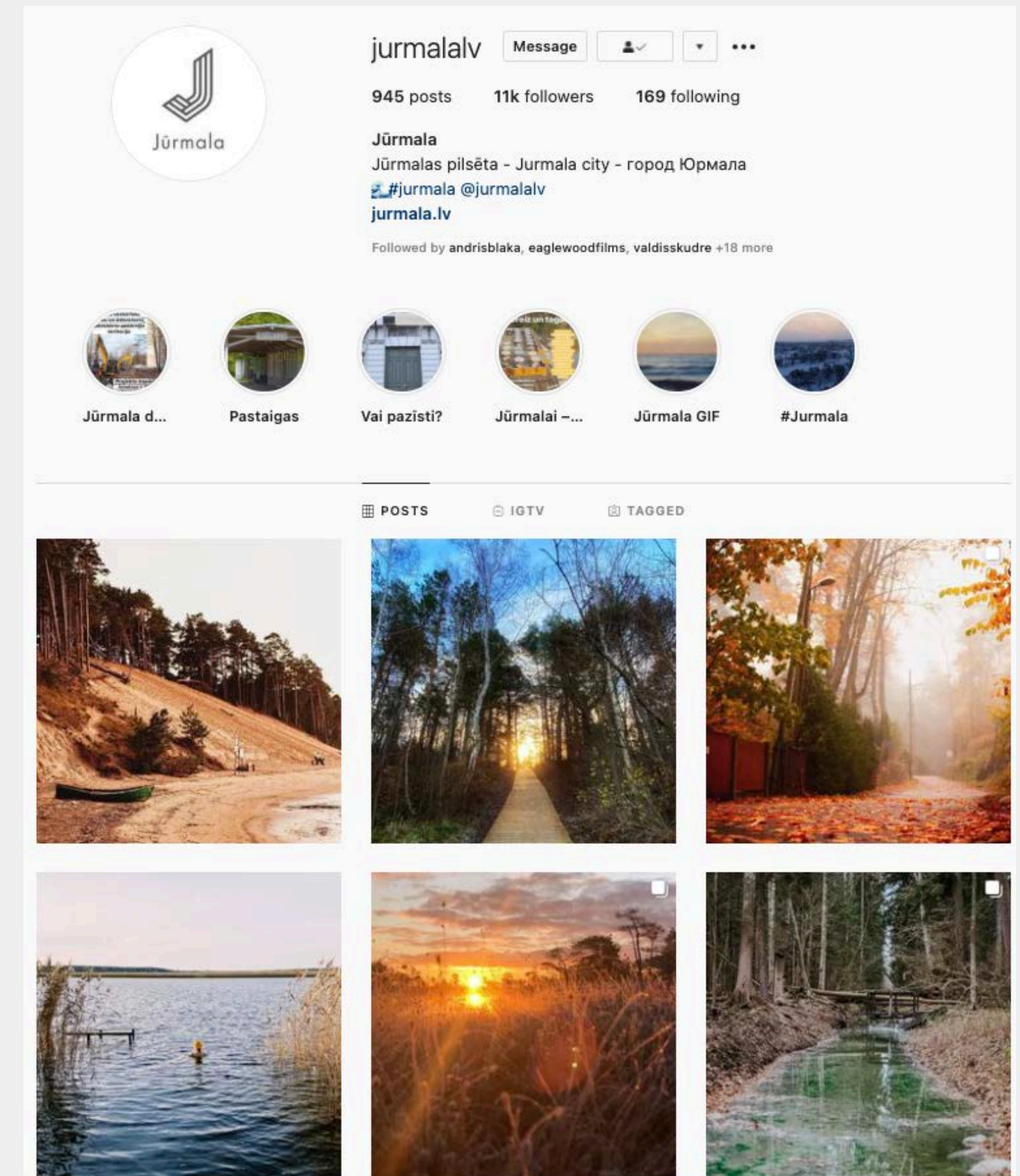


Lietotāju radīts saturs.

Lietotāju radītā saturā ir milzīgs spēks – mūsu reālie apmeklētāji arī var būt visvērtīgākie satura radītāji un izplatītāji.

Būtiskākās lietas, ko vērts ievērot:

- 1) Iedzīvinām lietotāju radītu saturu paši – piemēram, konsekventi izmantojot vienu haštagu, izmantotot to visos materiālos vai pat motivējot publicēt saturu
- 2) Vienmēr palūdzam atļauju publicēt saturu un/vai atsaucamies uz foto autoriem.
- 3) Saturu no Instagram varam nest ārā arī uz citiem sociālajiem tīkliem – piemēram, Facebook (joprojām korekti atsaucoties uz autoriem)
- 4) Nepalaižam saturu garām – meklējam to dažādos veidos



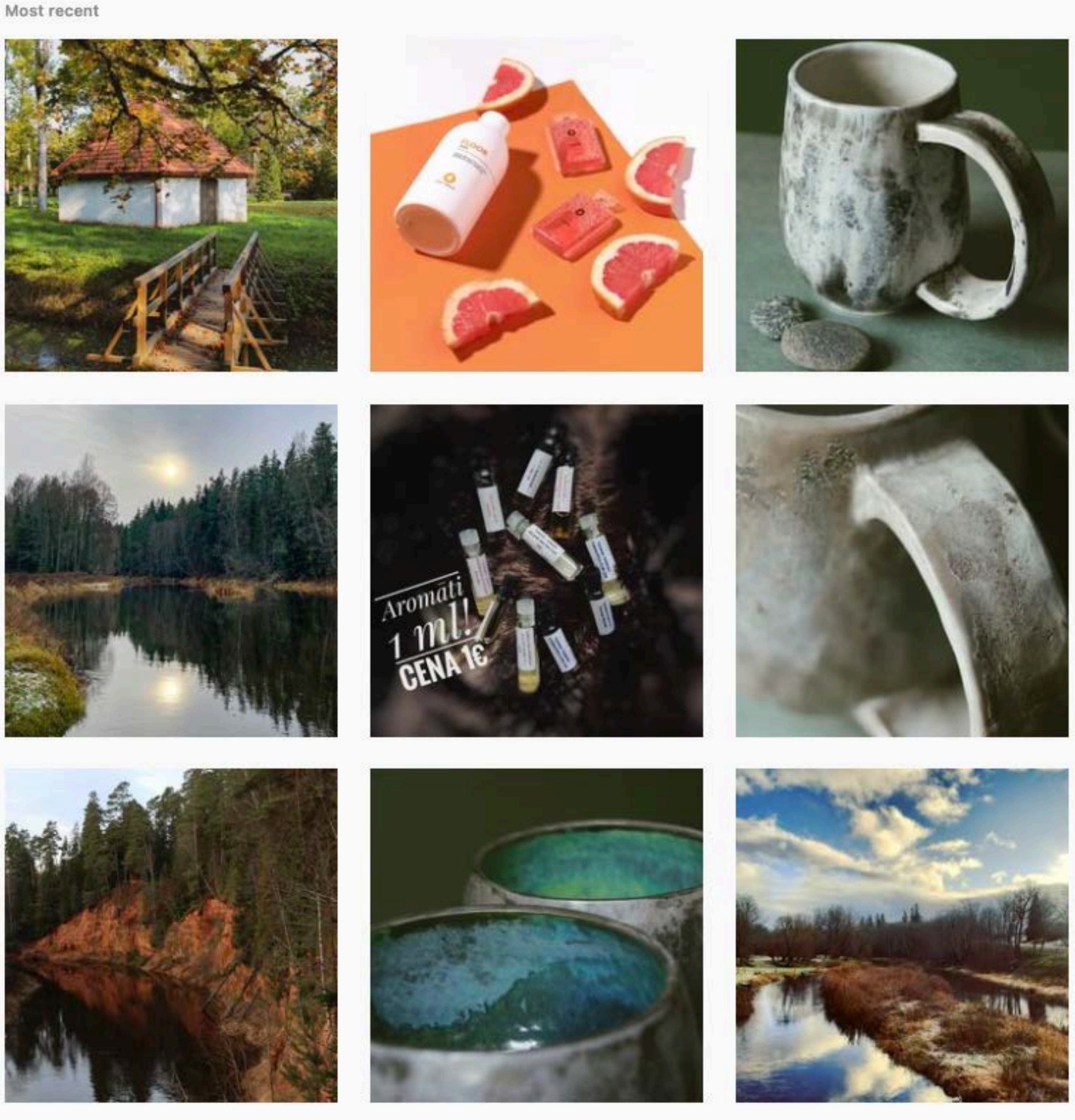
Vērts meklēt pēc:



#mazsalaca

3,101 posts

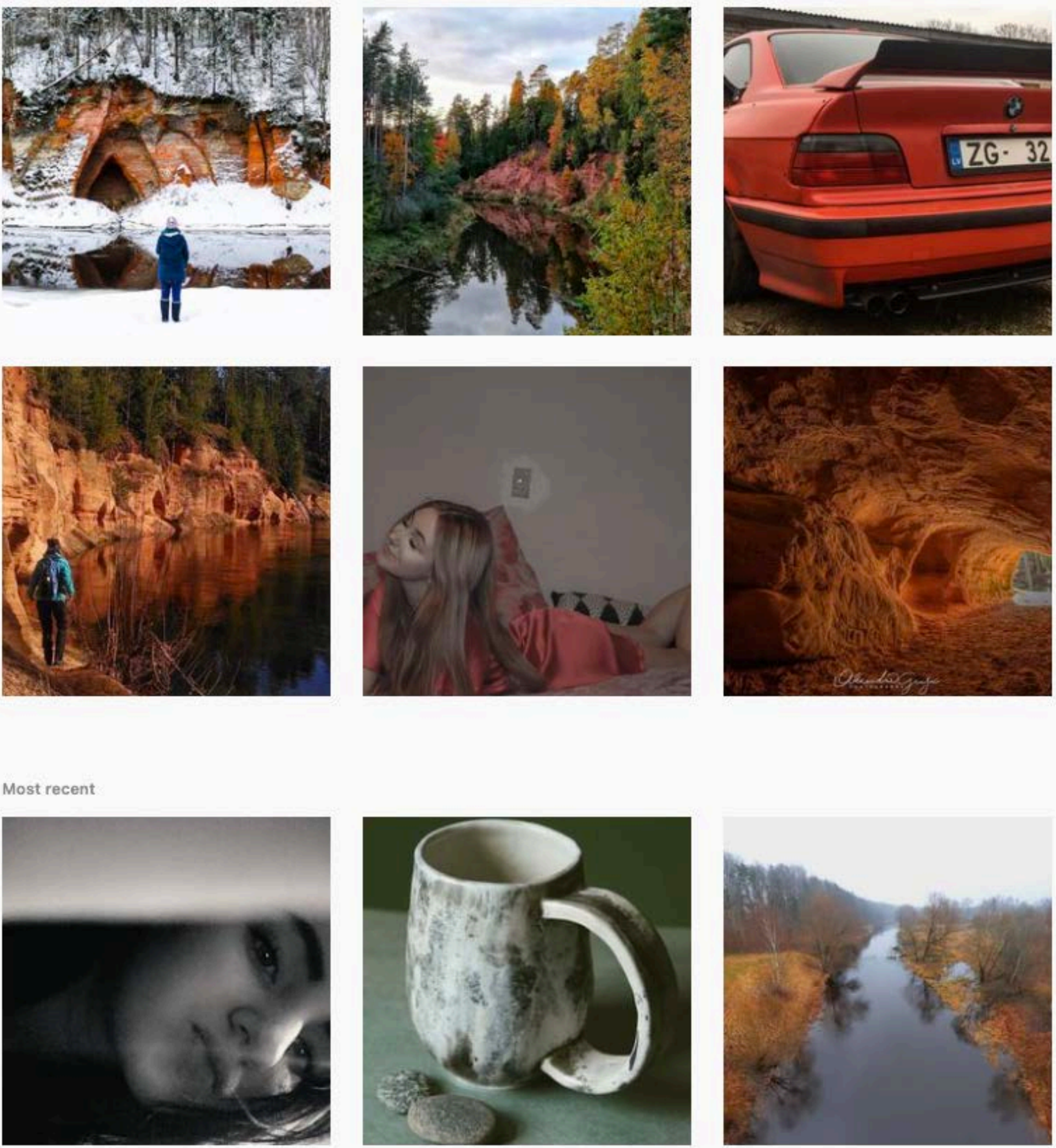
Follow



Tēmturiem



Mazsalaca



Lokācijām

- #

#mazsalaca

3,101 posts
- #

#mazsalacasnovads

534 posts
- #

#mazsalacā

21 posts
- #

#mazsalacasvidusskola

12 posts
- Skaņais Kalns

Mazsalacas nov., Skaņk...
- #

#skaņaiskalns

681 posts

Dažādām
variācijām

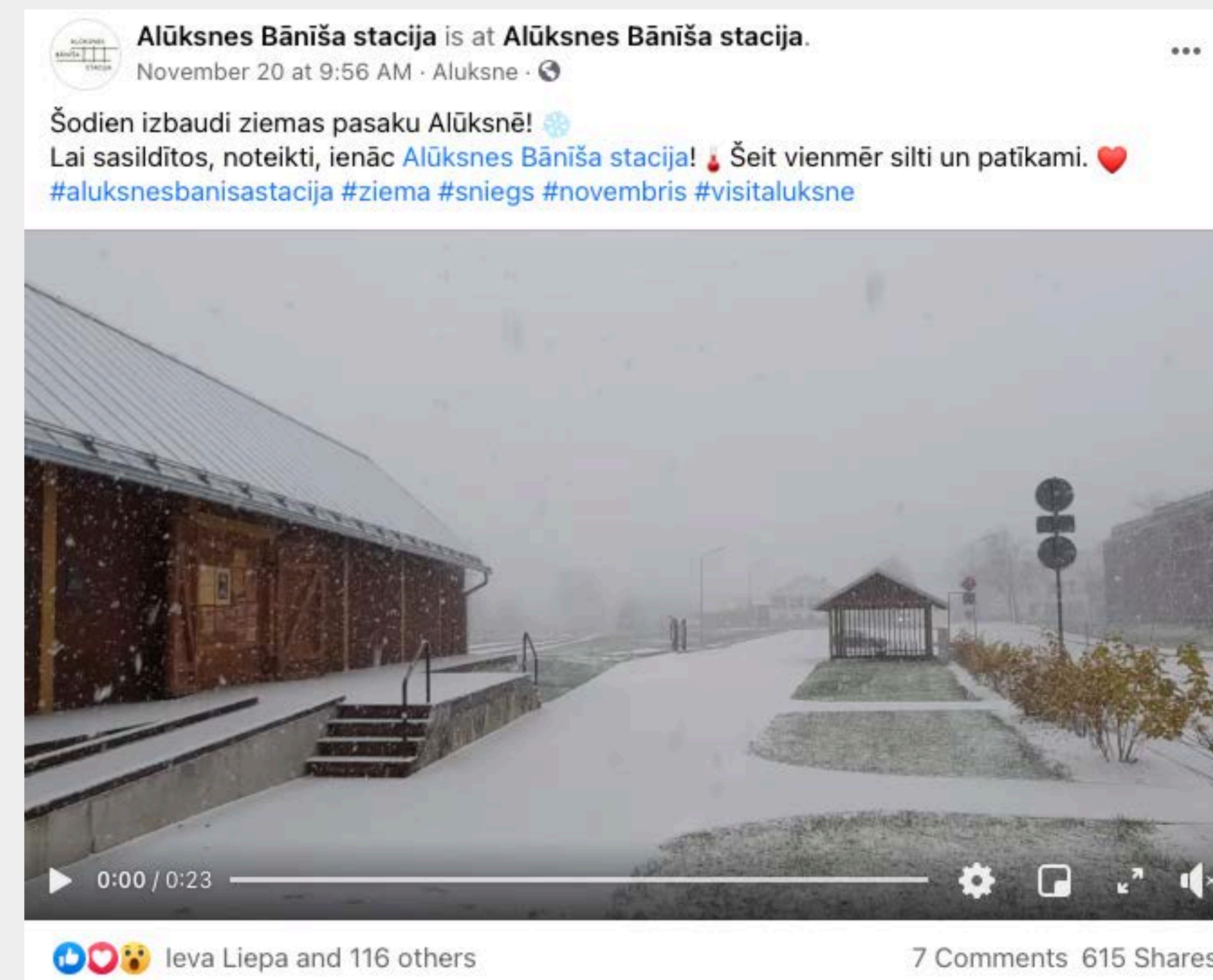
**Kā tikt
sadzirdētiem?**



1) Saturs, kas spēj izplatīties pats.

Tūrisma nozares kontekstā šis ir pats būtiskākais, ko ņemt vērā, radot saturu – ideālā gadījumā spējam radīt saturu, kas ir tik vērtīgs/tik skaists/tik noderīgs/tik nostaļģisks, ka cilvēki labprāt to ne tikai apskata paši, bet arī padalās tālāk.

Bieži vien liels spēks arī lokālpatriotismam – liela iespēja, ka palepošos ar saturu, kas man personīgi aktuāls.



2) Ārējie kanāli.

Kad radām saturu, kas ir īpaši vērtīgs/noderīgs/interesants/aizraujošs, varam domāt arī par to, kur varam to izplatīt tālāk – piemēram, palūgt ar to padalīties pašvaldībai vai padalīties kādā atbilstošā Facebook grupā – Latvijā ir neskaitāmas grupas, kas apkopo pārgājienu maršrutus, dabas pērles un citas vērtīgas lietas.

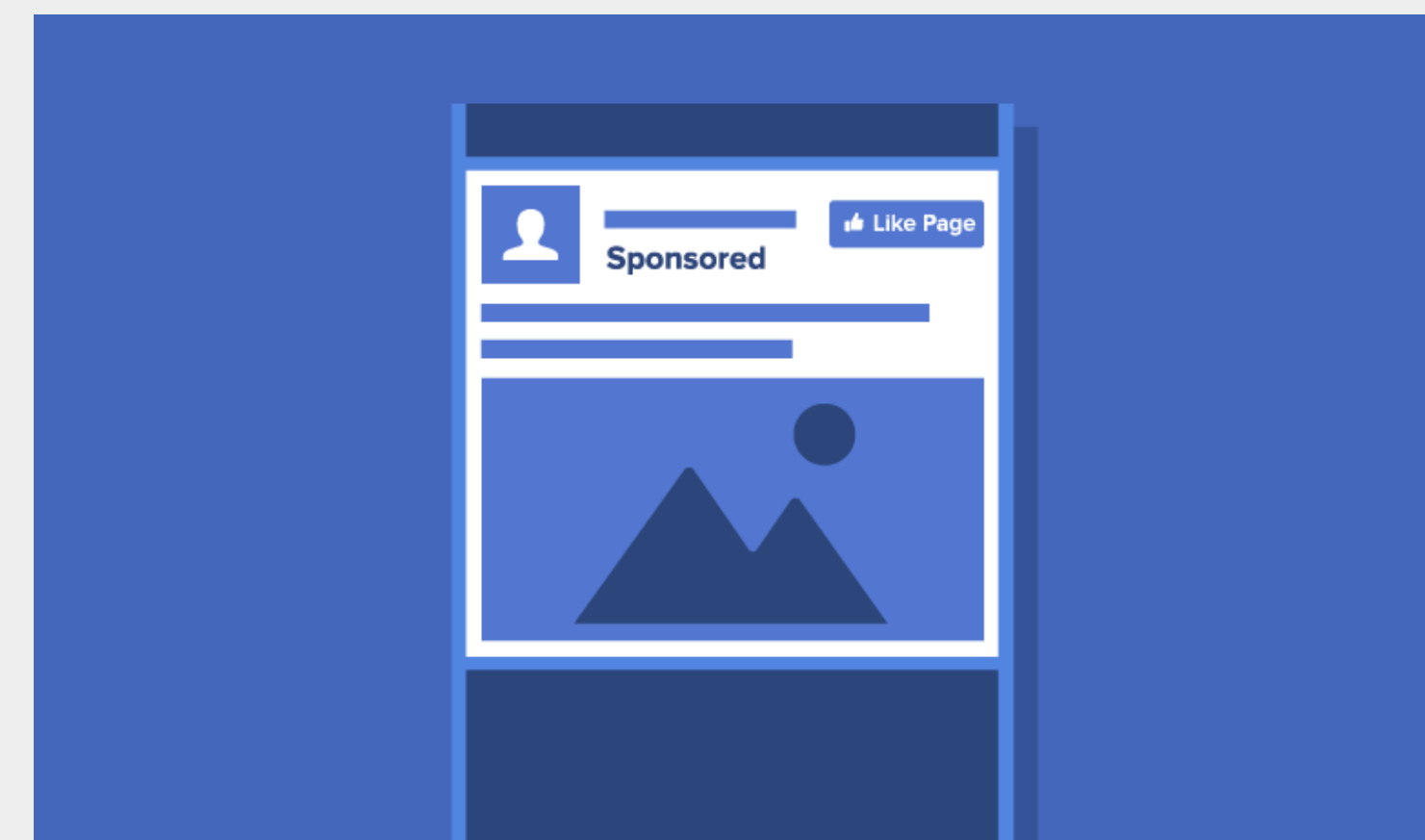
! Tas nenozīmē, ka vienkārši pārpublicējam visu saturu, ko publicējam – tas nozīmē to, ka, ja esam publicējuši ko tādu, kas objektīvi varētu būt lietderīgs plašākai auditorijai, varam meklēt, kur to izplatīt tālāk.



3) Maksas reklāma.

Nevaram nepieminēt maksas reklāmu – ja resursi ļauj, varam uzrunāt ļoti precīzi atlasītu auditoriju ar savu ziņu – piemēram, atlasot cilvēkus Vidzemē ar interesi par veģetāru uzturu.

Maksas reklāma ir atsevišķa/plašāka tēma, bet, ja iespējams to izmantot, vērts iepazīt iespējas – piemēram, ja mūsu video guvis 100 tūkstošus skatījumu, vēlāk varam palaist maksas reklāmu ar īpašo piedāvājumu tiem cilvēkiem, kuri noskatījušies vismaz 50% video un jau mūs pazīst.



4) Cilvēki.

Vislielākais potenciāls vietu popularizēšanai ir tieši paši apmeklētāji – pasaulē mazāk zināmi dabas objekti bieži vien cieš pārlietu lielas intereses dēļ, kas laikā pirms Instagram nebija problēma.

Kamēr vien nesaskaramies ar šādām problēmām, vērts atcerēties par šo – iedzīvināt mirkļbirkas, iedvesmot apmeklēt, izturēties izcili pret tiem apmeklētājiem, kas pie mums atbraukuši.



Tourism at Arizona's Horseshoe Bend has swelled exponentially in the past 20 years, thanks in part to geotagged social media posts.

PHOTOGRAPH BY CHRISTIAN HEEB, REDUX

| TRAVEL |

When not to geotag while traveling

From overtourism to poaching, here are some downsides to using your phone's location services.

2 MINUTE READ

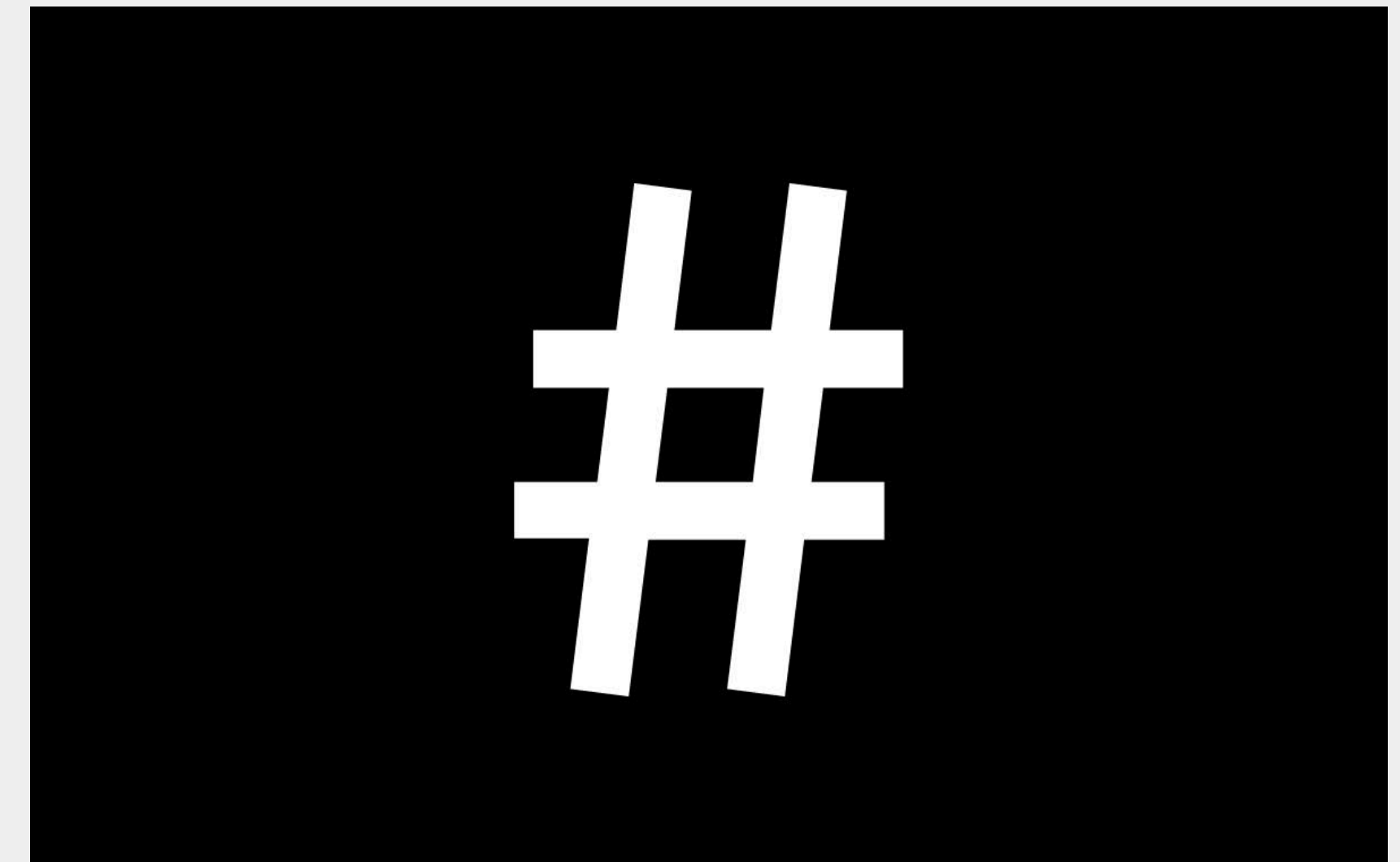
BY CHRISTINA DJOSSA

[f](#) [t](#) [e](#) [l](#)

5) Tehniskas nianse.

Vērts piedomāt arī pie tehniskās puses:

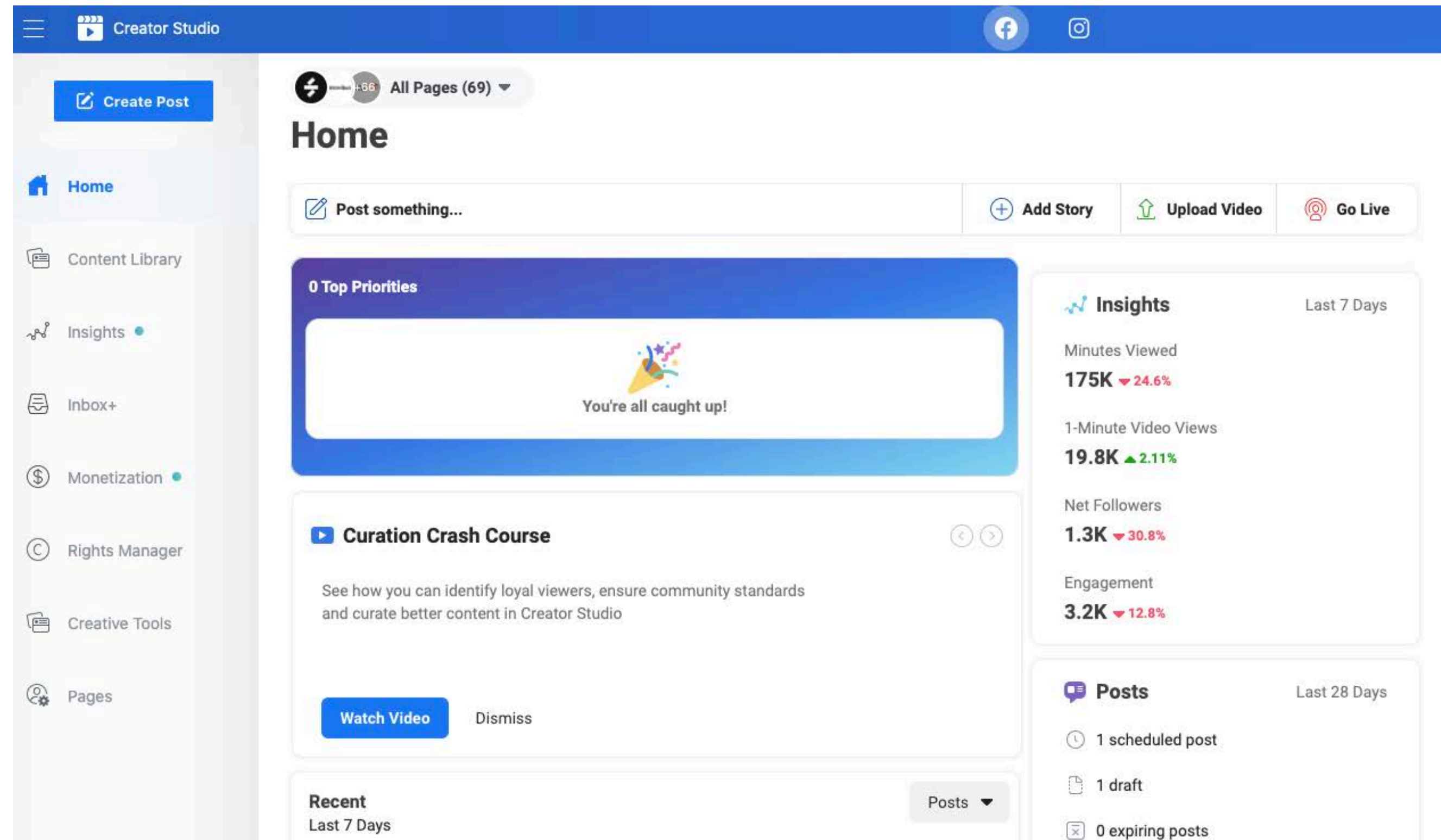
- Atzīmēt partnerus/pašvaldības tūrisma kontus ierakstos
- Instagram izmantot atbilstošas, lokāli aktuālas mirkļbirkas – gan pašu iedzīvinātās, gan citas
- Pievienot korekti norādītu lokāciju



Rīki satura izstrādei – TOP6.



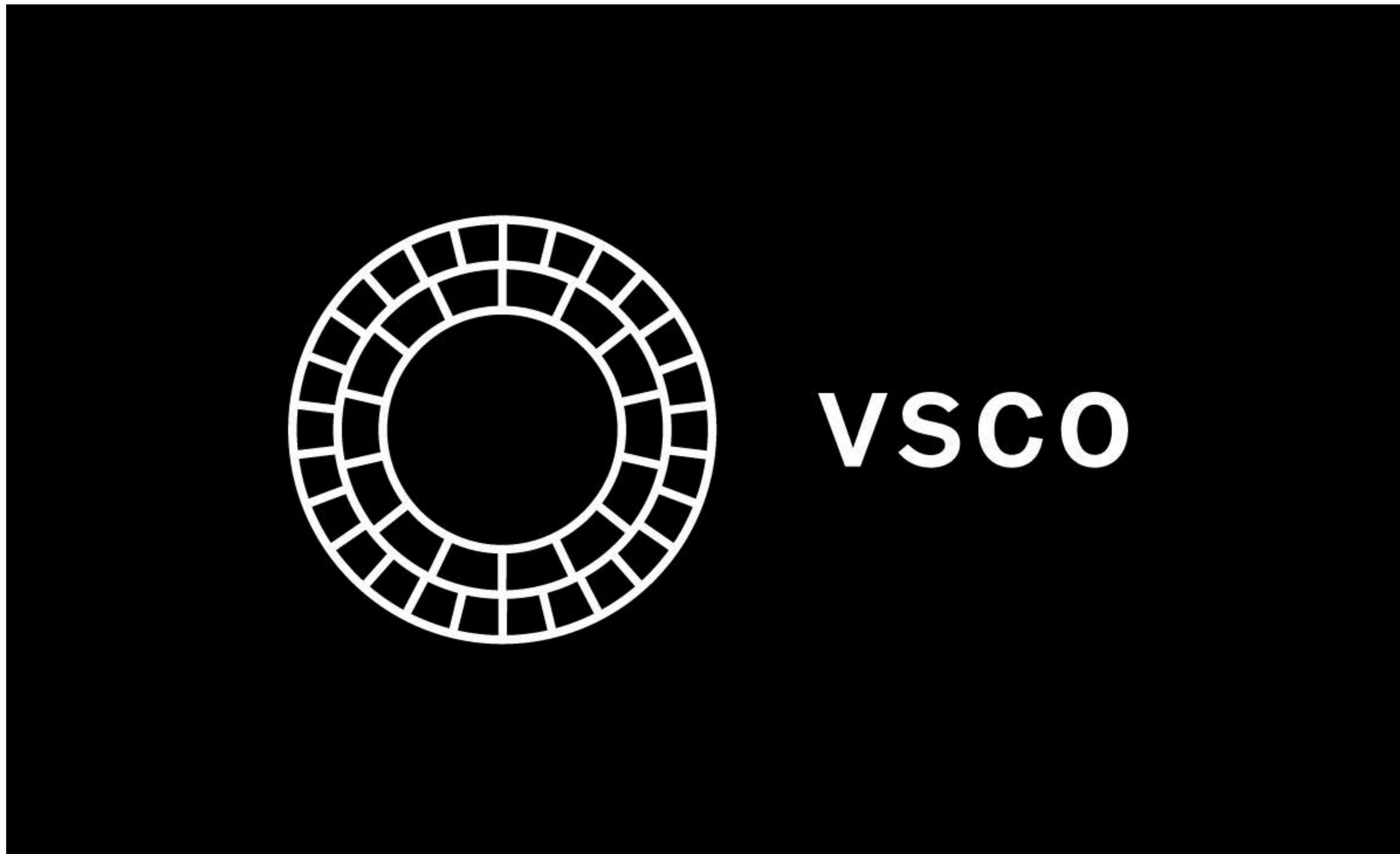
/Rīki satura publicēšanai



Facebook Creator Studio

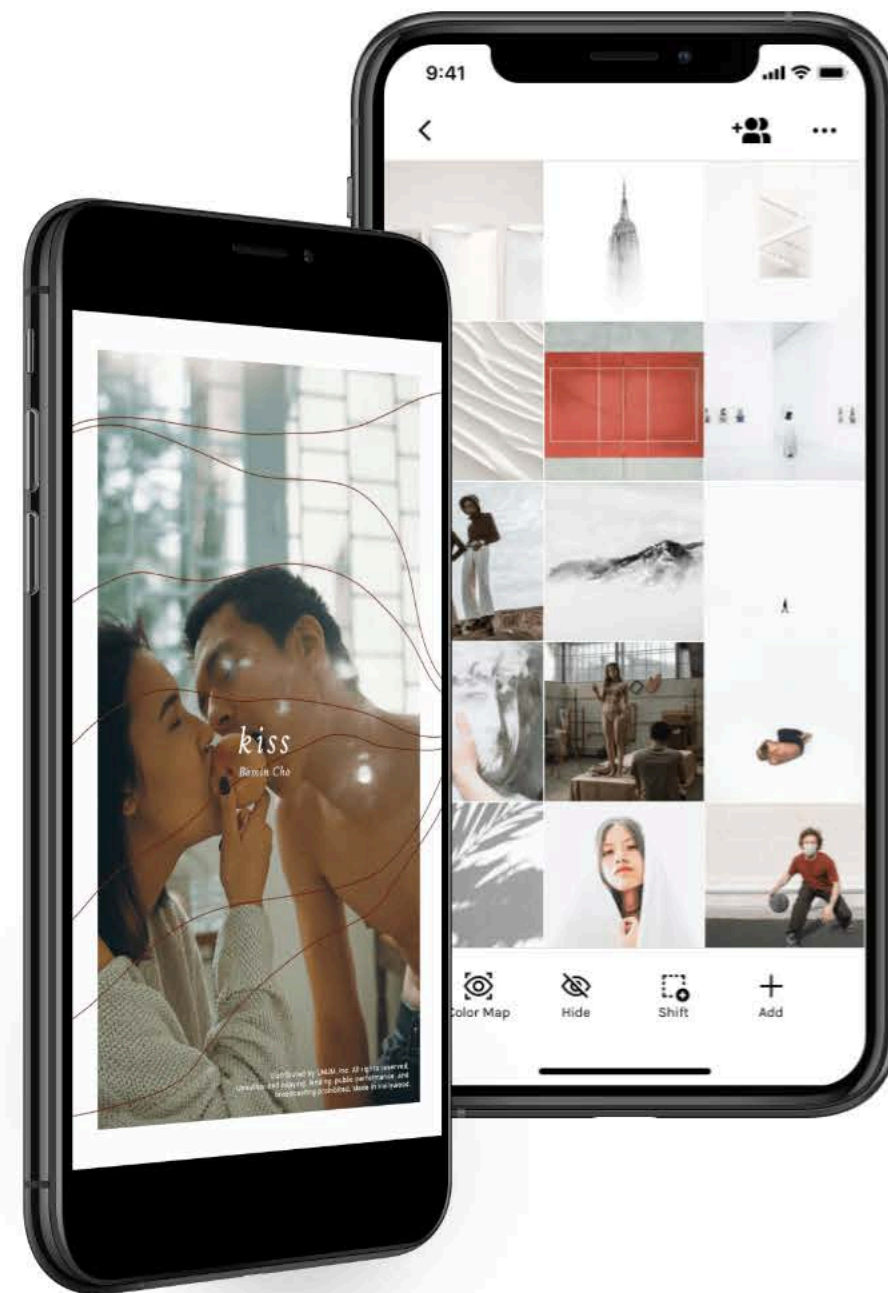
Facebook un Instagram satura publicēšanai, ieplānojot publicēšanu uz priekšu.
Plašākas publicēšanas iespējas.

/Rīks attēlu apstrādei



VSCO

Alternatīvas: Snapseed, Adobe Lightroom un citi

[WHY UNUM?](#)[MARKETING PLATFORM](#) ▾[PRICING](#)[RESOURCES](#) ▾[BLOG](#)[LOG IN](#)[SIGN UP](#)

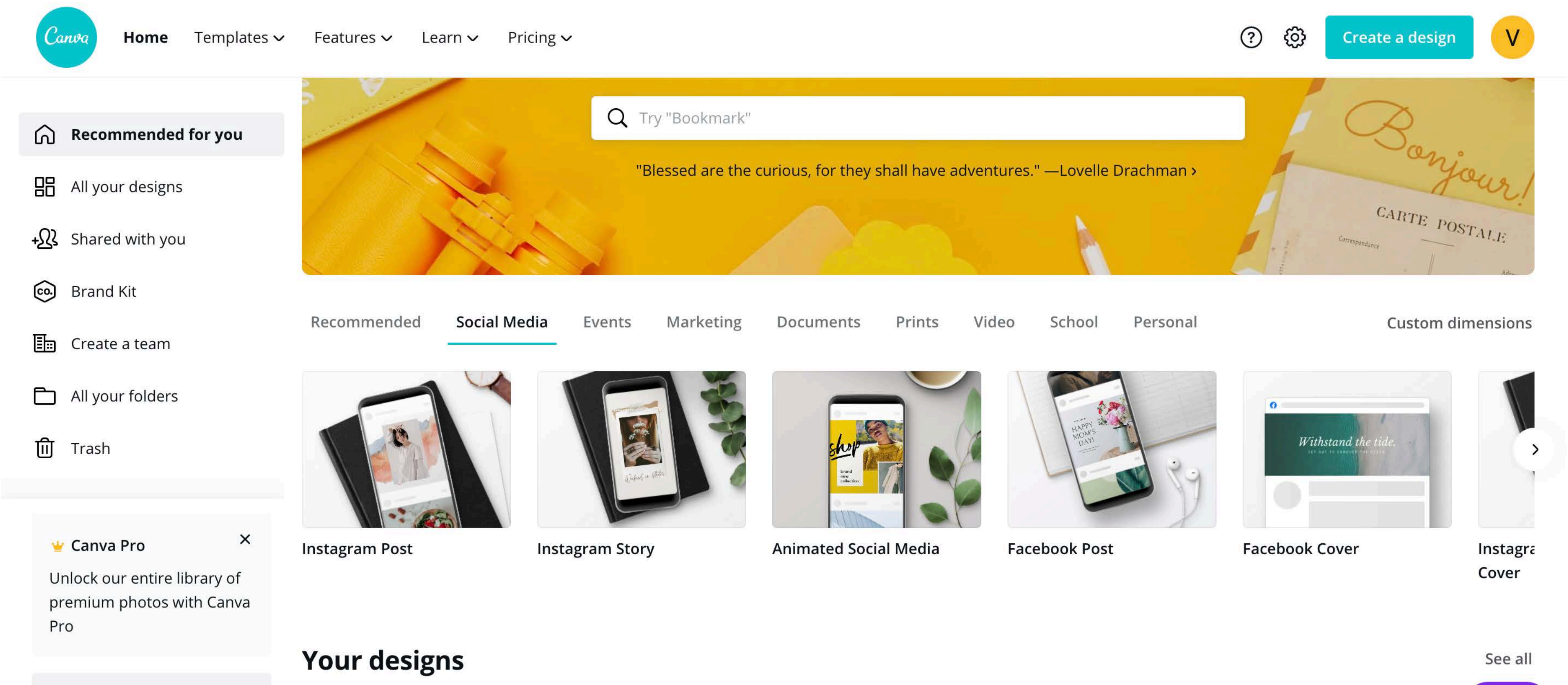
Tell stories

Tools for the modern-day creator.

[GET STARTED FOR FREE](#)[? Palīdzība](#)

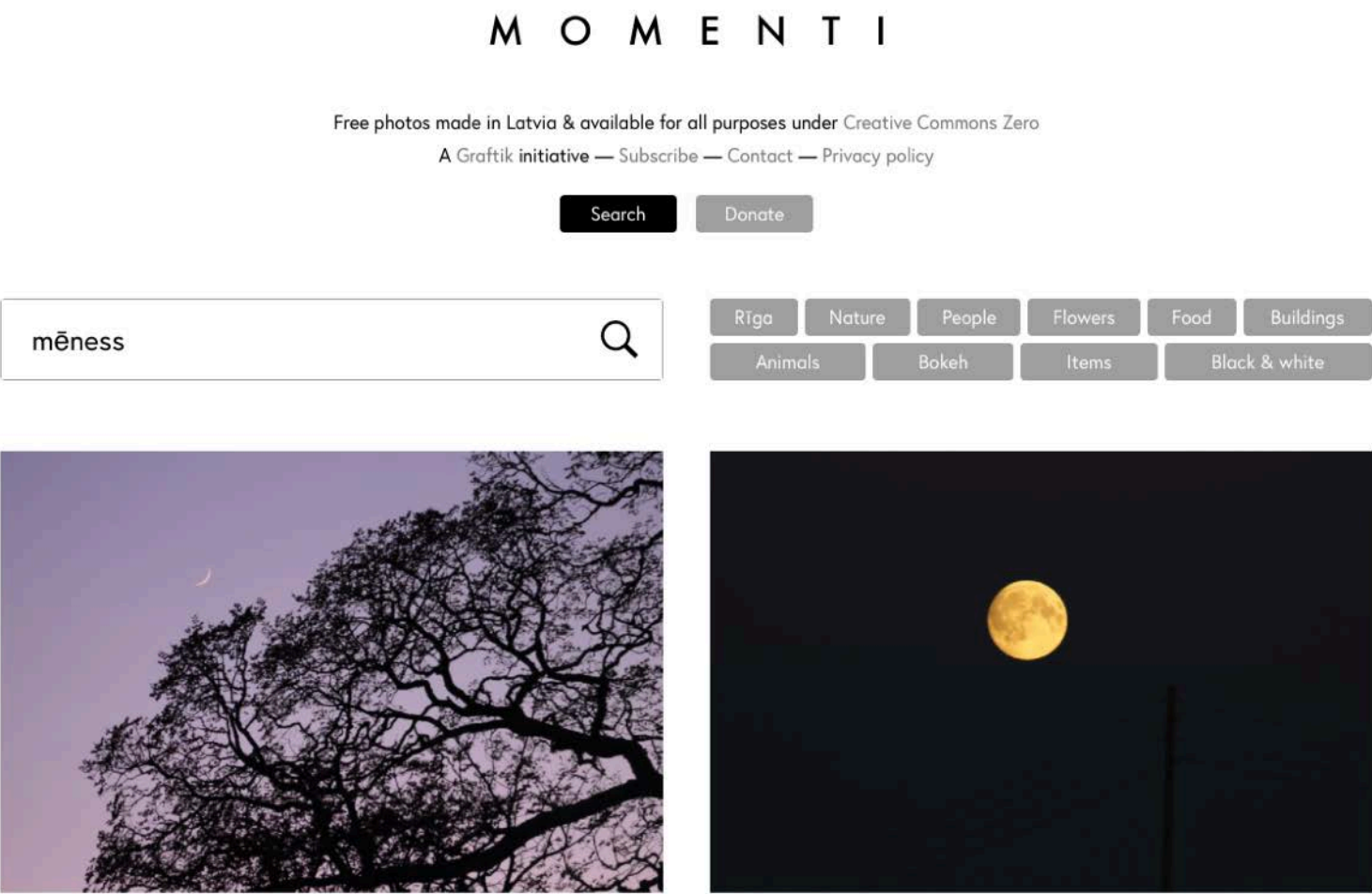
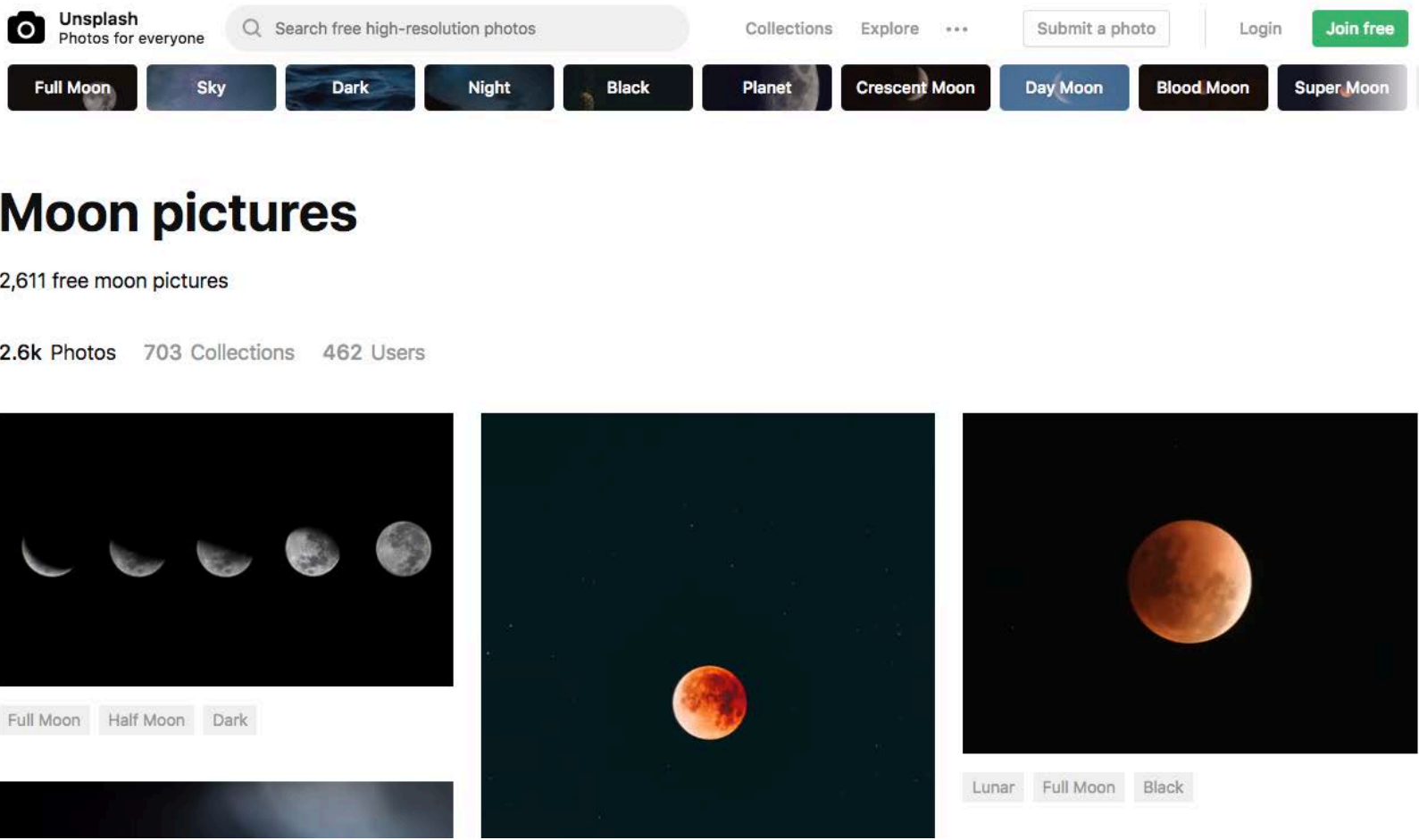
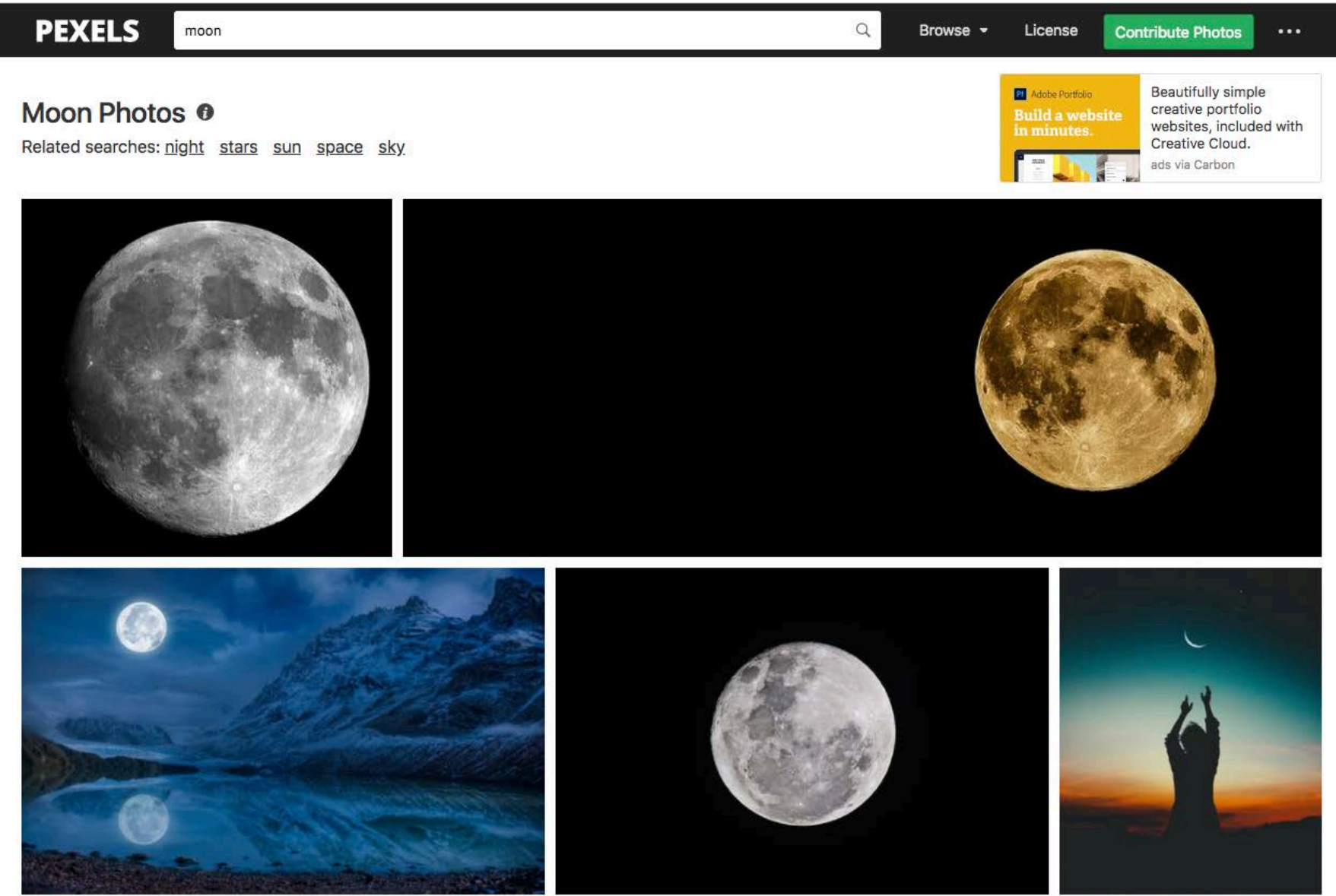
Unum – Instagram feeda sakārtošana (gan datorā, gan telefonā)

/Vizuālo materiālu radīšanai



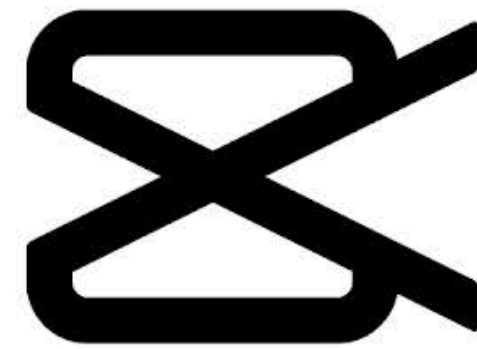
canva.com – vienkāršiem dizaina darbiem (arī telefonā)

/Brīvi izmantojami foto



Unsplash/Pexels/Momenti
Bezmaksas foto lieliskā kvalitātē

/Video montāžai un apstrādei



CapCut

Bytedance Pte. Ltd. Video Players & Editors

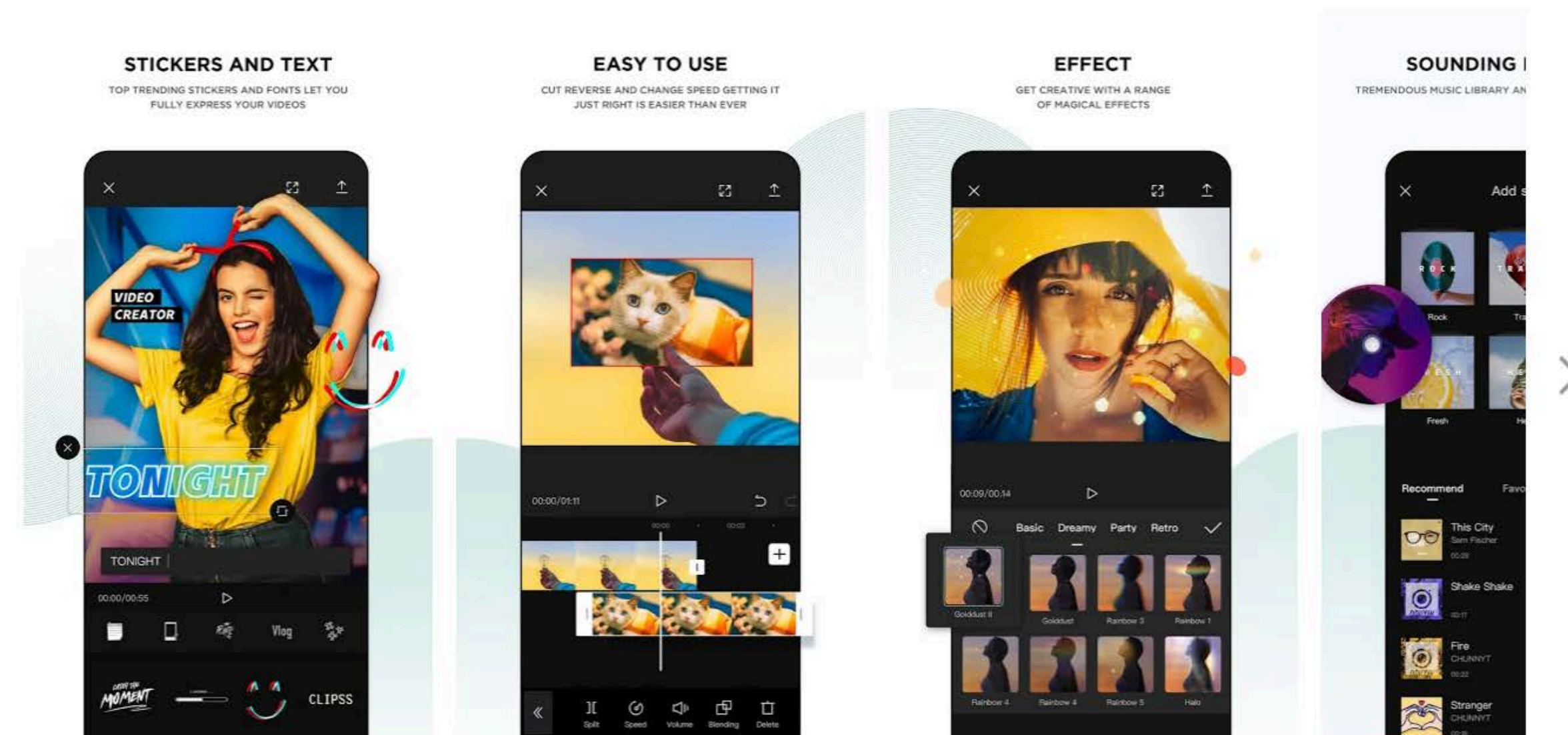
★★★★★ 198,760

E Everyone

⚠ You don't have any devices.

➕ Add to Wishlist

Install



CapCut - ērtai un ātrai vertikālu video
montāžai/apstrādei

Jautājumi un atbildes.



Jautājumi un atbildes.

Nepretendējot uz universālu/perfektu atbildi, virzieni, kas man šķistu iepazīšanas vērti:

- Šobrīd ir milzīgs potenciāls sasniegt auditoriju TikTok – īpaši ņemot vērā to, ka tas šobrīd nerada papildu izmaksas. Šo pašu saturu iespējams viegli izmantot arī Instagram Reels, tā nošaujot divus zaķus ar vienu šāvienu.
- Noteikti ir papildu potenciāls YouTube – skaidrs, ka video formāts ir grūtāks tā radīšanā, bet uz YouTube var skatīties kā ilgtermiņa ieguldījumu.

***“No Latvijas piemēriem vs.
pasaules pieredzes:
Kuri paņēmieni / risinājumi
sociālajos tīklos ir mūsu līdz
šim neizmantotais
potenciāls?”***

Jautājumi un atbildes.

Viltīgā lieta ar sociālajiem tīkliem ir tā, ka sociālo tīklu platformās mums īsti nekas nepieder – attiecīgi to funkcionalitāte var būtiski mainīties un, manuprāt, nav veselīgi pilnībā paļauties uz sociālajiem tīkliem.

Šobrīd ir gana viegli, ērti un lēti radīt mājaslapas tādās platformās kā Wordpress, Wix vai Squarespace – es drīzāk izvēlētos to darīt.

Vēl būtiski parūpēties par digitālo higiēnu – pieteikties kā objektu pārvaldniekiem Google Places, norādīt korektu kontaktinformāciju utt.

“Vai pietiek, ja maršruts tiek popularizēts sociālajos medijos vai nepieciešama arī obligāti mājaslapa (vismaz wordpress)?”

Jautājumi un atbildes.

Sliktā ziņa – tā tiešām ir.

Labā ziņa – tūrisma nozare salīdzinoši ir ļoti privilģētā stāvoklī, jo tūrisma nozares sociālo mediju komunikācija ir daudz, daudz vieglāks žanrs nekā, piemēram, advokātu biroja vai šampūna sociālo mediju komunikācija – saturu rada cilvēki paši, tam ir milzīgs izplatīšanās potenciāls, saturam ir viegli būt vizuāli iespaidīgam.

Runājot par alternatīvām – no vērā ņemamākajiem piemēriem jāpiemin TikTok, specifiskām nozarēm aizvien aktīvāk tiek izmantotas citas platformas (piemēram, Telegram), bet konkrēti tūrisma kontekstā domāju, ka pagaidām var lieliski izmantot esošos sociālos tīklus, pareizi tam pieejot – tas arī būs visefektīvāk.

“Vai nākotnē iezīmējas kādas alternatīvas sociālo mediju milžu platformām?”

Jautāju tāpēc, ka Facebook (t.sk. Instagram) mainot savus algoritmus, nonācis līdz tam, ka bez maksas reklāmas, dod iespēju sasniegt tikai 2% no uzņēmumu lapu sekotājiem.

Nav skaidrs, kas notiks nākotnē. Varbūt atkal tiks mainīti algoritmi un lai sasniegtu vēlamo auditoriju, būs jāiegulda vēl vairāk līdzekļu.

Konkurences radīšana šādām platformām varētu būt pat ļoti veselīga.”

Jautājumi un atbildes.

Sociālie tīkli vairāk var palīdzēt ieinteresēšanas fāzē – piemēram, publicējot aizraujošu foto sēriju, aicinot iepazīt kādu dabas taku vai maršrutu.

Praktiska informācija uz vietas, piemēram kartes dati/lokācijas drīzāk atrodas kādā citā platformā – Google Maps, Dodies.lv, tūrisma aplikācijā, citur.

Tas, ko varam (un vajag darīt) ar sociālo tīklu palīdzību – iedot precīzus instrumentus, ko izmantot – piemēram, konkrētu lietotni, kurā pieejams maršruts; GPS koordinātas konkrētiem apskates punktiem utt.

***“Protams, redzot arvien
pieaugošo tehnoloģiju
izmantošanu, t.sk., dabas
tūrismā, interesē soc.mediju
rīki maršrutu popularizēšanai,
iespējas noteikt atrašanās
vietu konkrētā maršruta
posmā untt. – pagaidām ar to
esmu maz saskārusies...”***

Jautājumi un atbildes.

Tūrisma nozarē šai gan vajadzētu būt mazākai problēmai nekā citās nozarēs, bet skaidrs, ka tā var gadīties.

Ja tiek pausti pavisam destruktīvi komentāri, Facebook piedāvā gan iespēju konkrētos komentārus slēpt (tie joprojām rādīsies komentāra autoram un viņa Facebook draugiem), gan ekstrēmākā gadījumā (piemēram, ja regulāri publicētas rupjības) – kontu bloķēt.

Kā jau daudzām lietām, šai problēmai nav vienkāršas atbildes – ja komentāri/kritika ir konstruktīva un vietā, ir vērts iesaistīties sarunā un skaidrot savu pozīciju; ja konstruktīvas kritikas vietā ir rupjības, varam izmantot jau citus paņēmienus, lai to risinātu.

“Nemot vērā to, cik būtiska ir sarakste ar konkrētās sociālo mediju platformas lietotājiem, kā pareizi būtu reaģēt / sarakstīties / komunicēt ar tiem, kuri nepārtraukti pauž tikai destruktīvi kritiskus komentārus vai arī raksta retoriskus jautājumus vai arī cenšas pavilkt uz zoba?”

Jautājumi un atbildes?





PALDIES!

Decembris 2020
Vilhelms Meisters / @VilhelmsM