Interreg Co-funded by the European Union
Central Baltic Programme
WoDiLab

PIRMĀS META REKLĀMAS IZVEIDE

Apgūsti Meta reklāmas pamata struktūru un izveido savas pirmās reklāmas uzmetumu

Darbību saraksts

- [ ] **1. solis – Definē savas reklāmas mērķi**
  Izvēlies, ko Tu vēlies ar savu reklāmu panākt.
- [ ] **2. solis – Nosaki savu auditoriju**
  Izlem, kurus cilvēkus Tu vēlies sasniegt ar savu reklāmu.
- [ ] **3. solis – Saplāno reklāmas vēstījumu**
  Izveido skaidru vēstījumu, kas tieši uzrunā Tavu auditoriju.
- [ ] **4. solis – Izvēlies reklāmas elementus**
  Saplāno vizuālo materiālu, virsrakstu un aicinājumu uz darbību.
- [ ] **5. solis – Izveido savas pirmās reklāmas uzmetumu**
  Apvieno visu vienā pilnā reklāmas konceptā.

1. solis – Definē savas reklāmas mērķi

Skaidrs mērķis palīdz pieņemt labākus lēmumus visā reklāmas veidošanas procesā. Pirms veido reklāmu, izlem, ko Tu vēlies, lai cilvēki izdara pēc tās ieraudzīšanas. Meta vislabāk strādā tad, ja kampaņas mērķis atbilst rezultātam, kuru vēlies sasniegt.

Ja Tu veido savu pirmo reklāmu, ko Tu vēlētos ar to panākt?

- ☐ Palielināt redzamību
- ☐ Virzīt cilvēkus uz mājaslapu
- ☐ Iegūt kontaktus
- ☐ Popularizēt vebināru
- ☐ Popularizēt kursu vai pakalpojumu
- ☐ Palielināt iesaisti
- ☐ Cits: _____

Kāpēc šis Tev šobrīd ir svarīgākais?

_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____
_____

2. solis – Nosaki savu auditoriju

Jo skaidrāk Tu saproti savu auditoriju, jo vieglāk ir izveidot reklāmu, kas šķiet atbilstoša un personiska.

Kurus cilvēkus Tu vēlies sasniegt ar savu reklāmu?

Vecuma grupa

_____

Dzimums

_____

Atrašanās vieta

_____

Intereses vai raksturojošās pazīmes

_____

_____

Kāds ir šīs auditorijas izaicinājums vai mērķis?

_____

_____

Kāpēc šai auditorijai varētu būt interese par Tavu piedāvājumu?

_____

_____

Piezīmes

_____

_____

_____

3. solis – Saplāno reklāmas vēstījumu

Labas reklāmas reti sākas ar runāšanu par produktu.
Tās sākas ar auditorijas problēmu, mērķi vai situāciju.

Tās bieži pieskaras:

- mērķiem
- izaicinājumiem
- emocijām
- reālām dzīves situācijām

Kāds ir galvenais vēstījums, ko Tu vēlies, lai cilvēki atceras?

_____
_____

Izveido vienkāršu sākuma piesaisti:

_____
_____

Kādu sajūtu Tu vēlies radīt auditorijai pēc reklāmas izlasīšanas?

☐ Zinātkāri
☐ Cerību
☐ Iedvesmu
☐ Sajūtu, ka viņi ir saprasti
☐ Motivāciju
☐ Pārliecību
☐ Cits: _____

Piezīmes

_____

_____

4. solis – Izvēlies reklāmas elementus

Vizuālajam materiālam, virsrakstam un aicinājumam uz darbību ir jāstrādā kopā, lai atbalstītu vienu skaidru vēstījumu.

Reklāmā parasti ir:

- vizuālais materiāls
- virsraksts
- reklāmas teksts
- aicinājums uz darbību

Kāda veida vizuālo materiālu Tu izmantotu?

☐ Image

☐ Carousel

☐ Video

☐ Graphic Design

☐ Other: _____

Uzraksti virsraksta uzmetumu

_____

_____

_____

Uzraksti aicinājuma uz darbību uzmetumu

☐ Uzzini vairāk

☐ Reģistrējies

☐ Lejupielādē

☐ Piesaki sarunu

☐ Pievienojies tagad

☐ Cits: _____

Kāpēc Tu izvēlējies šo aicinājumu uz darbību?

_____

_____

Kā Tavs vizuālais materiāls atbalsta Tavu vēstījumu?

_____

_____

Piezīmes

_____

_____

_____

5. solis – Izveido savas pirmās reklāmas uzmetumu

Tagad saliec visu kopā. Atceries, ka šis ir Tavs pirmais uzmetums - tam nav jābūt perfektam. Mērķis ir vienkārši praktizēties un izveidot pilnu reklāmas konceptu.

Auditorija

_____

Mērķis

_____

Sākuma piesaiste

_____

Galvenais vēstījums

_____
_____
_____
_____

Aicinājums uz darbību

_____

Mērķlapa / saite

_____

Ko Tu vēlies, lai cilvēki izdara pēc šīs reklāmas ieraudzīšanas?

_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____
_____
_____

☐ Cits formāts

☐ Spēcīgāka sākuma piesaiste

☐ Cits aicinājums uz darbību

☐ Video attēla vietā

☐ Personisks stāsts

☐ Cits: _____

Kas ir nākamais, kas Tev jāizdara?

_____
_____
_____

Tava nākamā darbība

Izveido savas pirmās reklāmas uzmetumu, izmantojot idejas no šīs darba lapas.

Pirms nākamās nodarbības:

☐ Review your advertisement one more time.

☐ Imagine you are your ideal customer.

☐ Pajautā sev:

- Vai šī reklāma piesaistītu manu uzmanību?
- Vai vēstījums ir skaidrs?
- Vai es saprastu, kas jādara tālāk?

Atceries:
Tavai pirmajai reklāmai nav jābūt perfektai.
Mērķis ir apgūt procesu un rīkoties.

Šai nodarbībai

Ja jūties gatava, dalies ar savas pirmās reklāmas uzmetumu
WoDiLab Facebook grupā.

Tu vari dalīties ar:

- savu mērķauditoriju
- savu virsrakstu
- savu sākuma piesaisti
- savu aicinājumu uz darbību

Dalīšanās ar uzmetumu Tev palīdz:
• vairot pārliecību
• saņemt atbalstošas atsauksmes
• uzlabot reklāmu pirms publicēšanas

Tavi punkti

• **1 XP** – noskaties nodarbību
• **2 XP** – aizpildi darba lapu
• **2 XP** – izveido savas pirmās reklāmas uzmetumu

Kopā: 5 XP

✨ Katra veiksmīga reklāma sākas ar skaidru auditoriju, skaidru vēstījumu un skaidru nākamo soli. Mērķis nav perfekcija. Mērķis ir mācīties, testēt un laika gaitā uzlabot rezultātu.