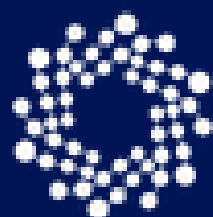


# MI integrācija sociālajos tīklos un reklāmu platformās

---

8. lekcija | Reklāmas kampaņas plānošana izmantojot MI



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001

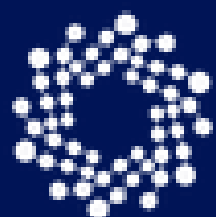


# Ko šodien apskatīsim

- 1 Algoritmu darbība
- 2 Mērķauditorija un segmentēšana
- 3 Reklāmu platformas
- 4 Automatizācija un analītika
- 5 Satura idejas un trendi
- 6 Grupu darbs

# 1 Algoritmu darbība

Kā MI mācās.



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



# Vai esat pamanījuši - jūs tikai iedomājaties par jauniem apaviem vai ceļojumu, un pēc brīža tie parādās jūsu telefonā?

*Tie ir algoritmi, kas analizē miljardiem signālu par jūsu uzvedību.*



# PLATFORMU APJOMI UN LOMA

## Social Media Power Rankings: Latvia 2026

As of late 2025, Latvia has 1.42 million active social media user identities, representing 76.8% of the total population. Established giants maintain largest footprints, while TikTok and Reddit see significant growth.

### THE MARKET DOMINATORS

#### YOUTUBE Leads with 1.42 Million Users

YouTube ads reach 81.8% of all internet users in Latvia.

#### FACEBOOK Remains a Core Staple

Reaches 913,000 users, nearly half of Latvia's total population.

#### TIKTOK Surges to 836,000 Users

The platform now reaches 55.5% of all Latvian adults aged 18+.

### PROFESSIONAL & COMMUNITY NETWORKS

#### INSTAGRAM & LINKEDIN Drive Engagement

Instagram reaches 738,000 users, while LinkedIn has 650,000 registered members.

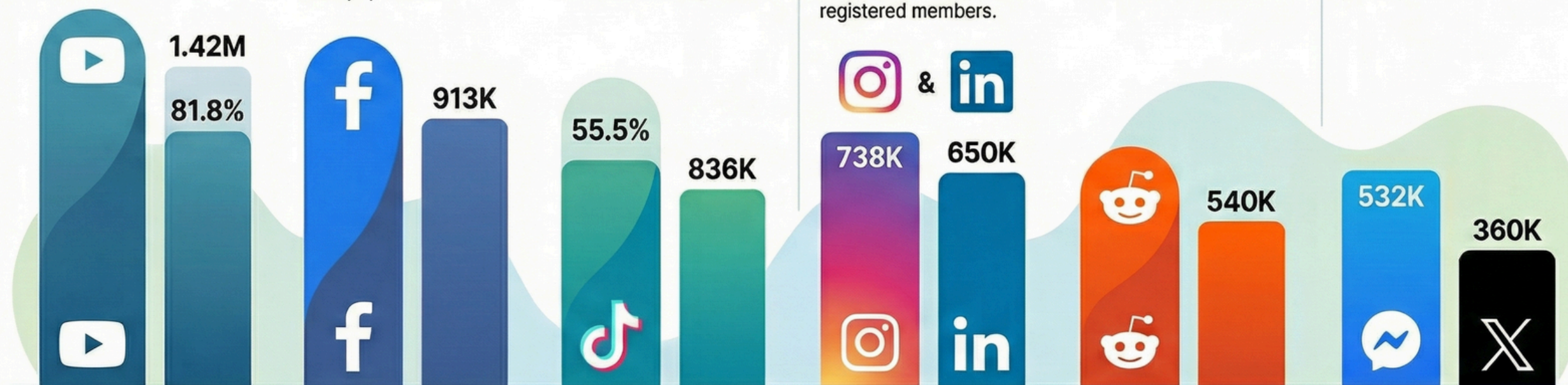
#### REDDIT Sees Explosive Growth

Reported a massive 226% increase in potential ad reach over 12 months.

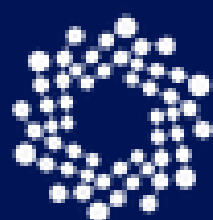
### COMPARISON

#### MESSANGER vs. X (formerly Twitter)

Messenger (532K) maintains a significantly larger user base than X (360K).



Avots - DataReportal ("Digital 2026: Latvia")



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001



# Reklāmas Facebook, Instagram, TikTok un citur

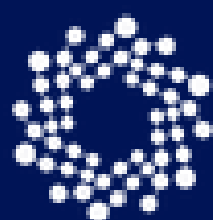
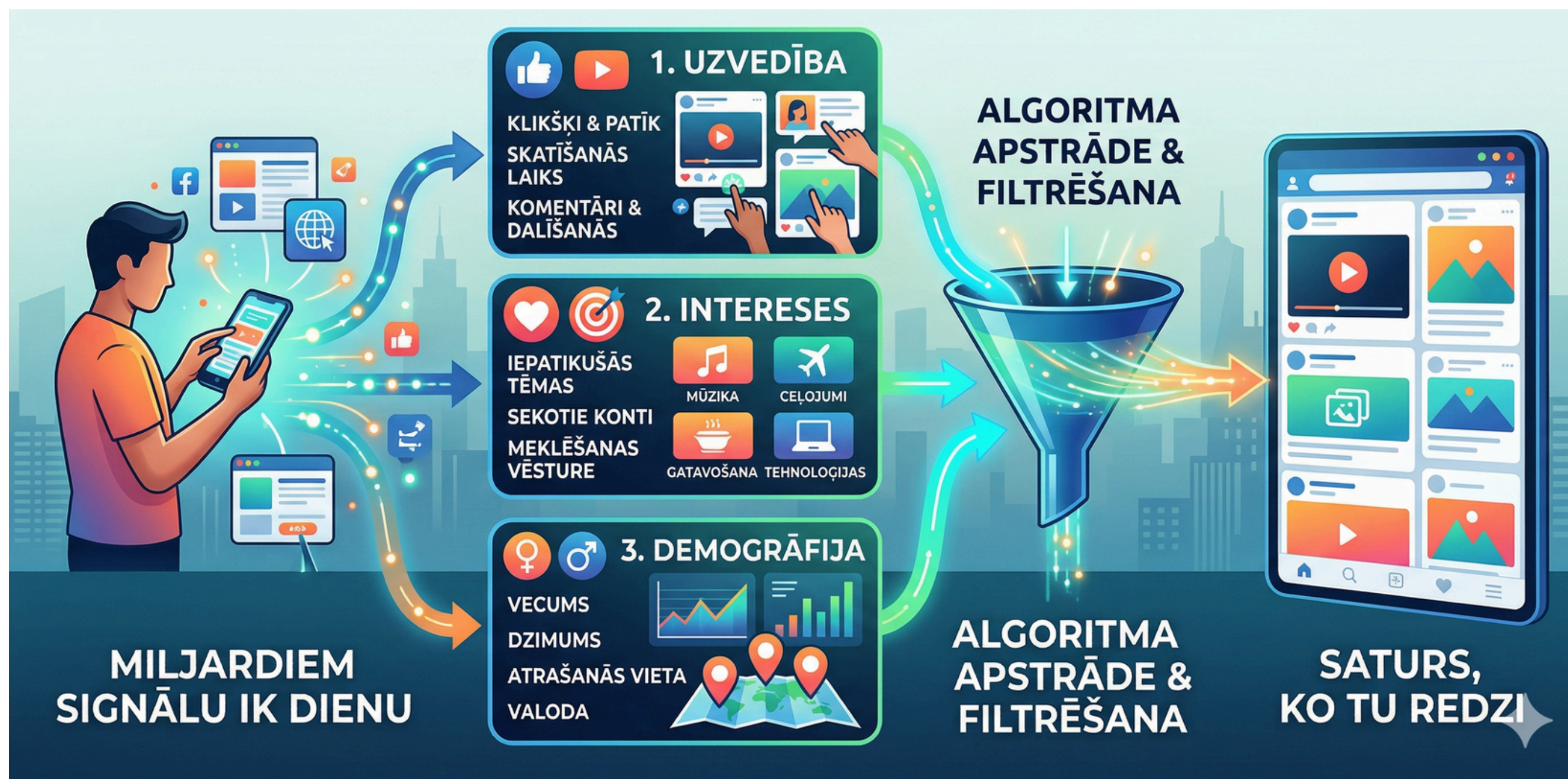
Kā strādā?

- Reklāmas tiek integrētas lietotāja plūsmā
- Algoritmi nosaka, ko redz lietotājs
- Mērķēšana pēc demogrāfijas, interesēm, uzvedības
- MI loma: personalizācija un rezultātu optimizācija





# Lietotāja uzvedība → intereses → demogrāfija → reklāma



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



2027  
Nacionālais  
attīstības plāns



# KO PLATFORMA PAR TEVI ZINA?

## Klikšķi un mijiedarbība

Katrs klikšķis, patīk, dalīšanās vai saglabāšana parāda jūsu intereses.

## Komentāri un reakcijas

Jūsu rakstītais un tas, kā reaģējat uz citu saturu, atklāj jūsu viedokli.

## Ģeogrāfiskie dati

Jūsu atrašanās vieta, ceļojumi un biežākās apmeklētās vietas.

## Skatīšanās laiks un saturs

Cik ilgi un kāda veida saturu skatāties, cik tālu ritināt lapu.

## Aktīvais laiks platformā

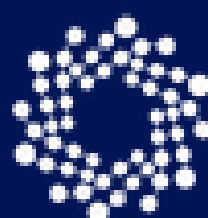
Cik bieži un cikos esat tiešsaistē, kāda ir jūsu lietošanas dinamika.

## Ierīces informācija

Kādas ierīces izmantojat piekļuvei, operētājsistēma un pārlūkprogramma.



**Menu - Settings and Privacy - Accounts Centre - Ad preferences**



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



2027  
Nacionālais  
attīstības plāns

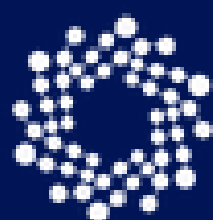
# Personalizācija,

*kad mārketinga vairs nav viens vēstījums visiem, bet gan viens produkts, desmit dažādi stāsti.*

*MI palīdz atrast "silto" auditoriju bez milzīga budžeta.*



- COCA - COLA Izmantoja datus, lai uz etiķetēm drukātu populārākos vārdus, panākot +11% pārdošanas pieaugumu, jo klients jutās personīgi uzrunāts.
- Amazon (35% no pārdošanas) - algoritms analizē pirkumu vēsturi, radot automātiskus ieteikumus.
- Netflix (80% skatījumu) - sistēma personalizē pat filmu plakātus — ja tev patīk komēdijas, rādīs smaidošu aktieri, ja drāmas — rādīs nopietnu seju tam pašam seriālam.



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



# Reklāmu formāti pa platformām

## Meta FB/IG

karuseļi (vairāku produktu rādīšanai), Stories un Reels (dinamisks, īss saturs).

## Tiktok

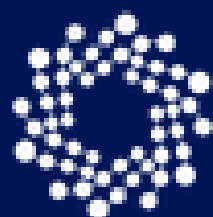
Spark Ads (reālu, organisku video reklamēšana) un Hashtag Challenges (auditorijas iesaiste).

## Youtube

Pre-roll (pirms video) un Bumper ads (6 sekunžu neizlaižamas reklāmas).

## LinkedIn

Sponsored Content — orientēts uz profesionālo vidi un lēmumu pieņēmējiem (B2B).



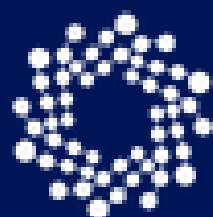
KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



# 2

## Mērķauditorija un segmentēšana. Reklāmu platformas



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



# KĀ SADALĪT AUDITORIJU EFEKTĪVI

Precīza mērķēšana = zemākas izmaksas (CPC)

Ja mērķēsi uz visiem, maksāsi par klikšķiem, no kuriem nenāks pirkumi. Sadalām auditoriju apakšgrupās

*piemēram, fitnesa klubam Liepājā: viena reklāma jaunajām māmiņām (rīta grupas), cita strādājošiem vīriešiem (vakara crossfit)*



# KĀ SADALĪT AUDITORIJU EFEKTĪVI

## Demogrāfija

Vecums, dzimums, izglītība, ienākumi, atrašanās vieta.

## Intereses

Hobiji, brīvā laika pavadīšana, sporta aktivitātes, iecienītie zīmoli.

## Uzvedība

Tiešsaistes pirkumi, ceļojumu paradumi, satura patēriņš.

## Lookalike

Auditorija, kas ir līdzīga jūsu esošajiem klientiem.

# Auditorijas mērogs

Produkta tips	Auditorijas mērogs	Galvenais mērķēšanas kritērijs	Piemērs Latvijā
Ikdienas preces	Plaša	Demogrāfija (vecums, dzimums)	Maizes ceptuve, kas piegādā visā Latvijā.
Lokālie pakalpojumi	Ģeogrāfiska	Atrašanās vieta (piem., +5 km rādiuss)	Fitnesa klubs Liepājā vai kafejnīca Jelgavā.
B2B / Profesionāļi	Ļoti šaura	Darba vieta, amats, LinkedIn dati	Grāmatvedības programmatūra uzņēmumu vadītājiem.
Nišas produkti	Šaura	Intereses un specifiska uzvedība	Profesionāls skriešanas aprīkojums vai galda spēļu entuziasti.

# Kā iestatīt kampaņu Meta platformā?

1

## Kampaņa

Definējiet kampaņas mērķi, piemēram, palielināt pārdošanu, ģenerēt potenciālos klientus (leads) vai veidot zīmola atpazīstamību.

2

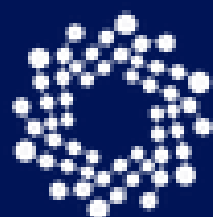
## Reklāmu kopa

Šeit tiek norādīta mērķauditorija, izvietojumi (piemēram, Facebook, Instagram), budžets un reklāmas rādīšanas grafiks.

3

## Reklāma

"Izveidojiet saistošu vizuālo materiālu (attēls/video), uzrakstiet pārliecinošu tekstu un pievienojiet skaidru aicinājumu uz darbību (CTA).



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001



---

# Kā testēt un optimizēt reklāmas

Lai maksimizētu reklāmas kampaņu efektivitāti, ir būtiski regulāri veikt testēšanu un optimizāciju. Šis process palīdz identificēt, kas vislabāk rezonē ar jūsu mērķauditoriju un efektīvāk sadalīt budžetu.

## A/B Testēšana

Testējiet vismaz divus atšķirīgus vizuālos (attēlus vai video) vai teksta variantus. Pēc aptuveni 500 skatījumiem, MI automātiski pārvirzīs budžetu uz variantu, kas uzrāda labākos rezultātus.

## Budžeta pārvaldība

Sāciet ar konservatīvu dienas budžetu, piemēram, €5–€10. Izmantojiet CBO (Campaign Budget Optimization), kas automātiski pārdala budžetu starp labākajām reklāmu kopām visā kampaņā, nodrošinot maksimālu atdevi.

## Nepārtraukta optimizācija

Regulāri analizējiet reklāmu veiktspējas datus, lai identificētu tendences un vājos punktus. Laicīgi pielāgojiet vizuālus, tekstus vai mērķauditorijas iestatījumus, lai nodrošinātu ilgtermiņa panākumus.

# Ko tieši mēs testējam?

1

## Vizuālis

Foto vs. Video; produkta bilde vs. cilvēks lietojot produktu.

2

## Virsraksts

Jautājums ("Vēlies ietaupīt?") vs. solījums ("Ietaupi 20% tūlīt!")

3

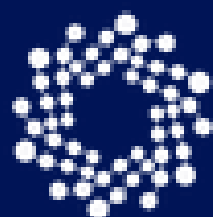
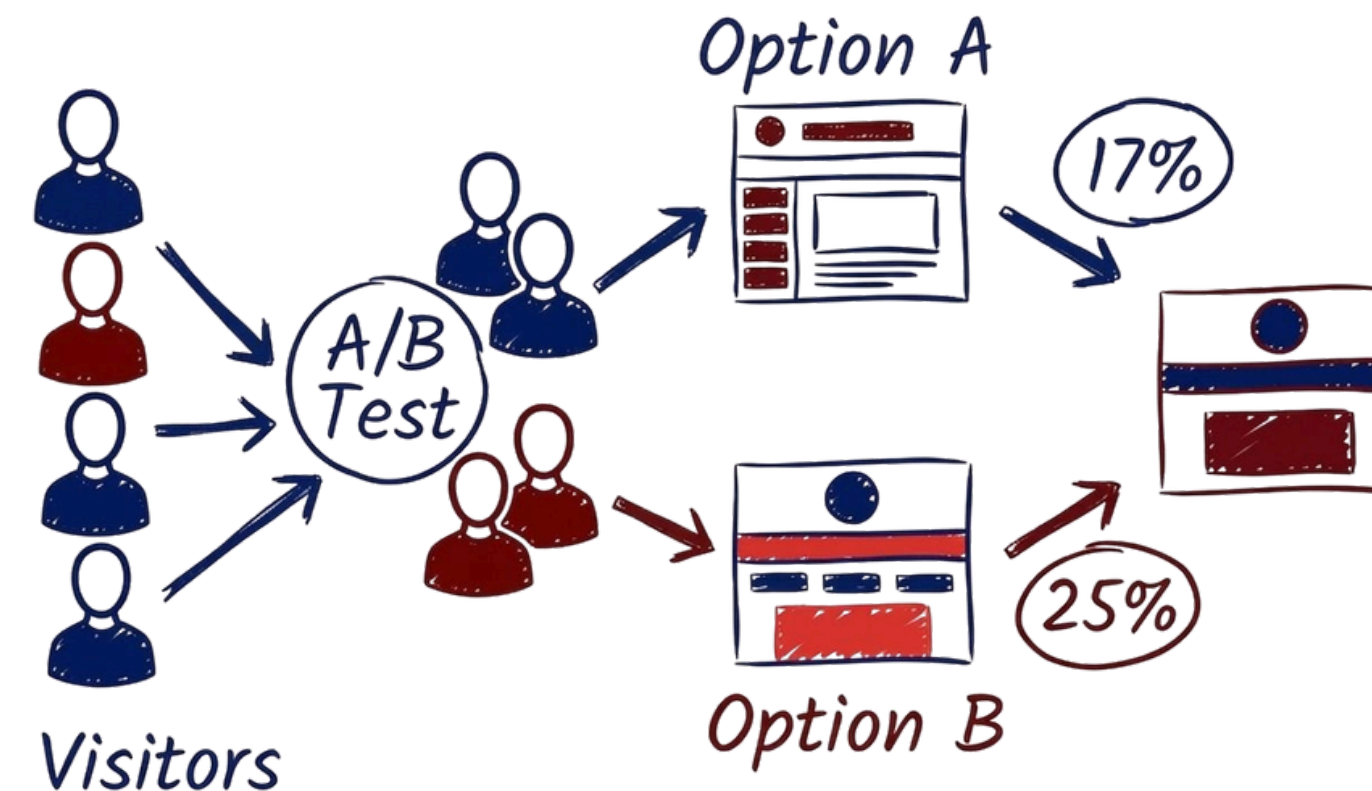
## Aicinājums uz darbību

"Pirkt tagad" vs. "Uzzināt vairāk"

4

## Auditorija

Vai kampaņa labāk strādā 25–35 gadus veciem vai 36–45 gadus veciem lietotājiem.



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001



---

# Citas reklāmu platformas

Lai maksimāli paplašinātu zīmola sasniedzamību un efektivitāti, ir svarīgi iepazīties ar citiem spēcīgiem reklāmu rīkiem, kas papildina Meta platformas iespējas.

## TikTok Spark Ads

Pārvērš jau populārus organiskos video par efektīvām reklāmām, izmantojot to autentiskumu un pārbaudīto veikspēju, lai iegūtu lielāku uzticamību un iesaisti.

## Google Performance Max

MI automatizēta kampaņa, kas optimizē reklāmas rādīšanu visās Google platformās (YouTube, Gmail, Meklētājs, Display, Discover), lai sasniegtu labākos rezultātus ar minimālu manuālu iejaukšanos.

# Mērķauditorijas personu ģenerators

Ar mākslīgā intelekta palīdzību ģenerē mērķauditorijas personas.

Tas neaizstāj klientu aptaujas, bet ļauj iegūt aptuvenu priekšstatu par savu auditoriju, tās vēlēšanās un problēmām.

<https://founderpal.ai/user-persona-generator>

**Free AI User Persona Generator**

Understand your ideal customer without running 50 interviews.  
Know exactly how to win their hearts.

Business description\*

Meta maksas reklāmu administrēšana

Target audience\*

E-komercijas uzņēmumi

Language\*

Latvian

**Generate for FREE →**

207,038 User Personas already generated



## Kārlis

Kārlis ir vidēja lieluma e-komercijas uzņēmuma īpašnieks ar ambīcijām augt. Viņš parasti pārvalda Meta reklāmas pats vai ar palīdzību freelanceru, taču rezultāti bieži svārstās un budžets ir ierobežots. Viņam ir skaidra problēma – kā iegūt stabilu ROI un augstu konversiju ar minimālu laiku un resursu ieguldījumu. Viņš meklē uzticamu partneri, kas var sakārtot un uzlabot kampaņas, lai biznesam sniegtu skaidru vērtību.

### 🤔 Problem

Your Persona struggles from this issue

Viņam ir viena konkrēta problēma: Meta reklāmas kampaņas nav optimizētas, rezultāti nav stabils ROI un CAC ir augsts, turklāt viņš tam nav laika vai dziļu zināšanu, lai to labotu patstāvīgi.

### 😞 Pains

And especially these negative consequences

- Augstas izmaksas par klienta iegūšanu un slikti kontrolēts ROI
- Laika trūkums manuālām nepilnīgām optimizācijām
- Nestabila izaugsme un grūtības mērogot kampaņas uz jauniem tirgiem

### 🎯 Goal

Your Persona wants to achieve this transformation

Viņš vēlas sasniegt stabilu ROI un prognozējamu pārdošanas plūsmu, izmantojot labi konfigurētas un automatizētas Meta reklāmas kampaņas, kas samazina CAC un palielina konversiju.

### 👑 Benefits

So they can experience these positive consequences

- Precīzs ROI ar zemāku CAC
- Automatizēta kampaņu pārvaldība un lielāks laika ietaupījums
- Stabila izaugsme ar skaidrām atskaitēm un redzamiem rezultātiem

### 🔔 Trigger

This event pushed your Persona to find a solution

Pēdējā ceturksņa atskaite par CAC pieaugumu un peļņas samazināšanos, kā arī skaidra sajūta, ka pašapkalpošanās nepietiek; tas bija pildspalvas pirksts, lai meklētu ārēju palīdzību.

### 🚫 Barriers

But these doubts slow your Persona down

- Cena un ticība ROI – vai ieguldījums atmaksāsies?
- Bažas par zīmola vadības zudumu ārējai komandai
- Datu drošība un tehniskās integrācijas – Pixel CRM un GDPR atbilstība

# Free AI User Persona Generator

Understand your ideal customer without running 50 interviews.  
Know exactly how to win their hearts.

Business description\*

Meta maksas reklāmu administrēšana

Target audience\*

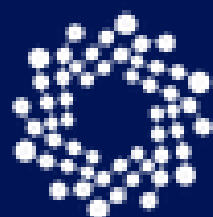
E-komercijas uzņēmumi

Language\*

Latvian

Generate for FREE →

207,038 User Personas already generated



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001

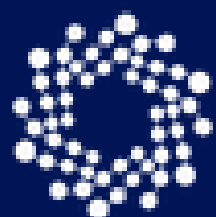


Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU

2027  
Nacionālais  
attīstības plāns



# Pauze 10 min



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



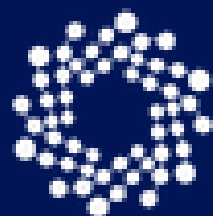
Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU

2027  
Nacionālais  
attīstības plāns

# UZDEVUMS



**Buyer Persona ar MI:** Izmanto ChatGPT vai founderpal.ai.  
Promptam jāiekļauj: vārds, darbs, lielākās bailes un sapņi.  
MI palīdz saprast, *kāpēc* klients pērk.

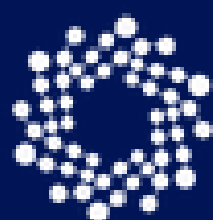


KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



# 3 Automatizācija, analītika un optimizācija.



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



---

# KO MI DARA TAVĀ VIETĀ

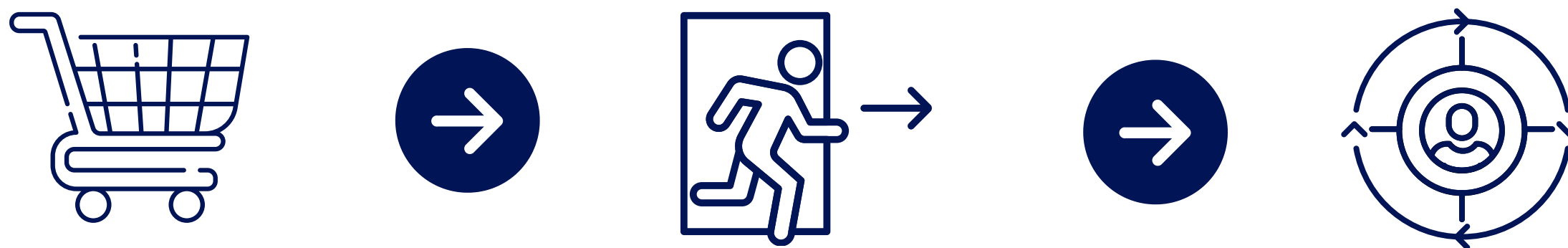
- Pielāgo auditoriju
- Optimizē cenu
- Pārvalda budžetu
- Retarget - atgriež potenciālos klientus

**Tu koncentrējies uz stratēģiju, MI visu pielāgo reāllaikā.**

# KĀ ATGRIEZT POTENCIĀĻOS KLIENTUS

Retargeting ir spēcīgs digitālā mārketinga rīks, kas ļauj atgūt lietotājus, kuri ir parādījuši interesi par jūsu produktu vai pakalpojumu, bet nav pabeiguši vēlamo darbību.

Piemēram, ja lietotājs ieliek džemperu iepirkumu grozā, bet neizrakstās, pēc stundas mākslīgais intelekts var parādīt tam pašam džemperim paredzētu reklāmu ar atlaides kodu, mudinot atgriezties un pirkumu pabeigt.



# Retargetinga stratēģijas:

## Dinamiskās reklāmas

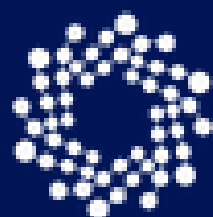
Automātiski rāda lietotājiem tieši tos produktus vai pakalpojumus, ko viņi ir aplūkojuši vai pievienojuši grozam.

## Personalizēti ziņojumi

Veidojiet reklāmas, kas uzrunā lietotāju ar viņam aktuālu saturu, balstoties uz viņa iepriekšējo uzvedību.

## Atlaižu kodi

Piedāvājiet īpašas atlaides vai bezmaksas piegādi, lai motivētu lietotājus pabeigt pirkumu.

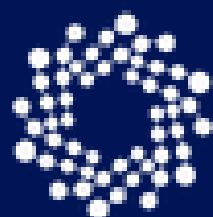


KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Rīks	Ko tas mēra / dara?	Kad to izmantot?
Google Analytics	Mājaslapas apmeklētāju uzvedību, pirkumu avotus un lietotāju ceļu.	Kad vēlies saprast, no kurienes nāk pircēji un ko viņi dara tavā lapā.
Meta Business Suite	Facebook/Instagram reklāmu sasniegto auditoriju, iesaisti (likes/shares) un ROAS.	Ikdienas sociālo tīklu pārvaldībai un maksas reklāmu kampaņu analīzei.
TikTok for Business	Video skatījumu dziļumu, trendu efektivitāti un jaunas auditorijas piesaisti.	Ja mērķauditorija ir jaunāka vai vēlies izmantot "content-first" reklāmas loģiku.
Mailchimp	E-pasta atvēršanas rādītājus (Open Rate) un klikšķus uz saitēm vēstulēs.	Lai uzturētu attiecības ar esošajiem klientiem un veidotu automatizētas atgādinājumu sērijas.
HubSpot	CRM — klientu datu bāzi, pārdošanas piltuvi un saziņas vēsturi ar katru klientu.	Kad business aug un nepieciešams centralizēti pārvaldīt visus potenciālos klientus (leads).



# Kā mērīt reklāmas veikspēju



## Reach (Sasniegtie)

Unikālo lietotāju skaits, kuri redzēja jūsu reklāmu. Norāda uz potenciālo auditorijas lielumu.



## Impressions (Parādīšanas reizes)

Unikālo lietotāju skaits, kuri redzēja jūsu reklāmu. Norāda uz potenciālo auditorijas lielumu.



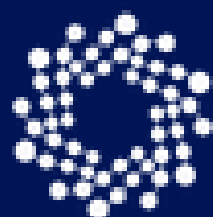
## CTR (Click-Through Rate)

Klikšķu procents. Aprēķina, dalot klikšķu skaitu ar parādīšanas reizēm un reizinot ar 100%. Augsts CTR norāda uz saistošu reklāmu.



## ROAS (Return on Ad Spend)

Ieņēmumu atdeve no reklāmas tēriņiem. Ja par €100 tēriņiem gūstat €500 pārdošanu, tad ROAS ir 5 ( $€500 / €100$ ).



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU





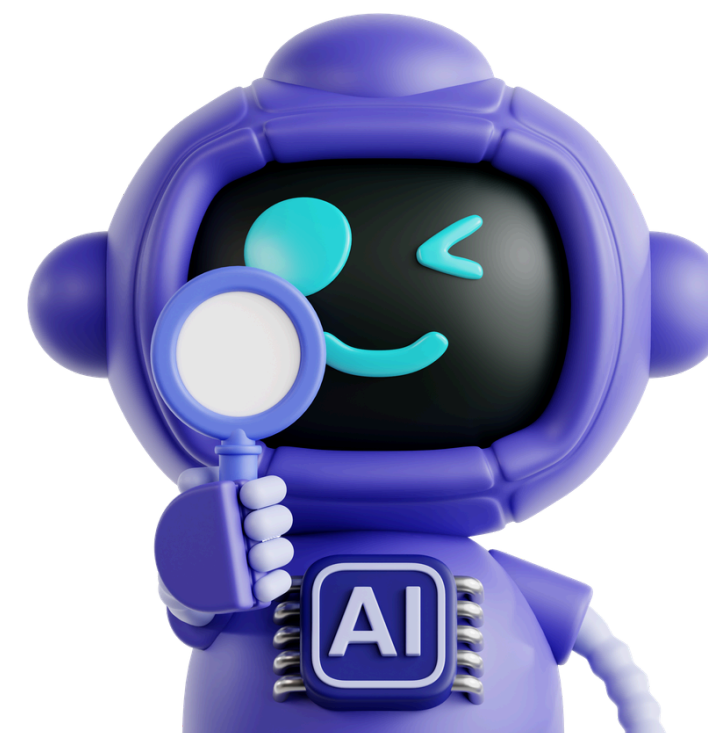
# Automātiska pareizrakstības un stila pārbaude

MI rīki pārbauda tekstu, novēršot kļūdas un uzlabojot stilu.

1. Grammarly – pārbauda pareizrakstību, interpunkciju un stilu.
  - Cena: Bez maksas; Premium no \$12/mēn.
2. LanguageTool – daudzvalodu teksta pārbaude un stila uzlabošana.
  - Cena: Bez maksas; Premium no \$5/mēn.
3. ChatGPT – var pārfrāzēt tekstu, padarīt to vieglāk saprotamu vai piemērot konkrētai auditorijai.
  - Cena: Bez maksas plāns ar ierobežojumiem; maksas plāni no \$20/mēn.

Padoms:

Pirms publicēšanas vienmēr pārbaudi tekstu ar MI, lai tas būtu skaidrs, pareizs un profesionāls.



# Biežākās kļūdas un kā tās labot ar MI

## Nepareizs mērķis

Izvēlēties "Awareness" (atpazīstamība), kad patiesībā vēlies pārdošanu, cerot, ka tā būs lētāk. Izvēlies kampaņas mērķi, kas precīzi atbilst tavam gala rezultātam (piem., "Sales" vai "Leads"). MI optimizēs reklāmu rādīšanu tiem cilvēkiem, kuri vēsturiski veic šo darbību.

## Pārāk plaša auditorija

Mērķēt uz visiem Latvijas iedzīvotājiem bez jebkādiem filtriem, cerot uz lielu sasniedzamību. Izmanto MI segmentēšanu. Sadali kampaņu vairākās reklāmu kopās pēc interesēm vai uzvedības. Izmanto *Lookalike* auditorijas, lai platforma pati atrod tos, kas līdzīgi taviem pircējiem.

## Garlaicīgs vai neatbilstošs ziņojums

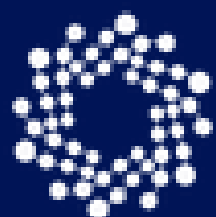
Izmantot vienu vispārīgu tekstu un bildi visām auditorijām. Izmanto ChatGPT, lai radītu specifiskus saukļus katrai "Buyer persona". Veic A/B testus — ieliec 3 dažādus vizuālus un ļauj MI izvēlēties uzvarētāju.

## Nepareizs budžeta sadalījums

Iestatīt pārāk mazu budžetu (€1-2 dienā), kas neļauj MI "iemācīties", vai pārāk lielu bez iepriekšēja testa. Sāc ar €5–10 dienā uz kampaņu un ieslēdz Campaign Budget Optimisation (CBO). Tas ļaus MI automātiski pārvietot naudu uz reklāmām, kas strādā, un apturēt tās, kas tērē veltīgi.

## Rezultātu nekontrolēšana

Ieslēgt reklāmu un aizmirst par to uz mēnesi, nepārbaudot atdevi. Iestati atskaides punktus. Izmanto Meta Business Suite vai Google Analytics, lai sekotu līdz ROAS (atdeve no reklāmas tēriņiem). Ja pēc 3–5 dienām rezultāti ir slikti - maini vizuāli vai auditoriju, nevis gaidi brīnumu.



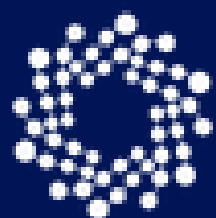
KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001



# 4

# Satura idejas un trendi reklāmā.



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



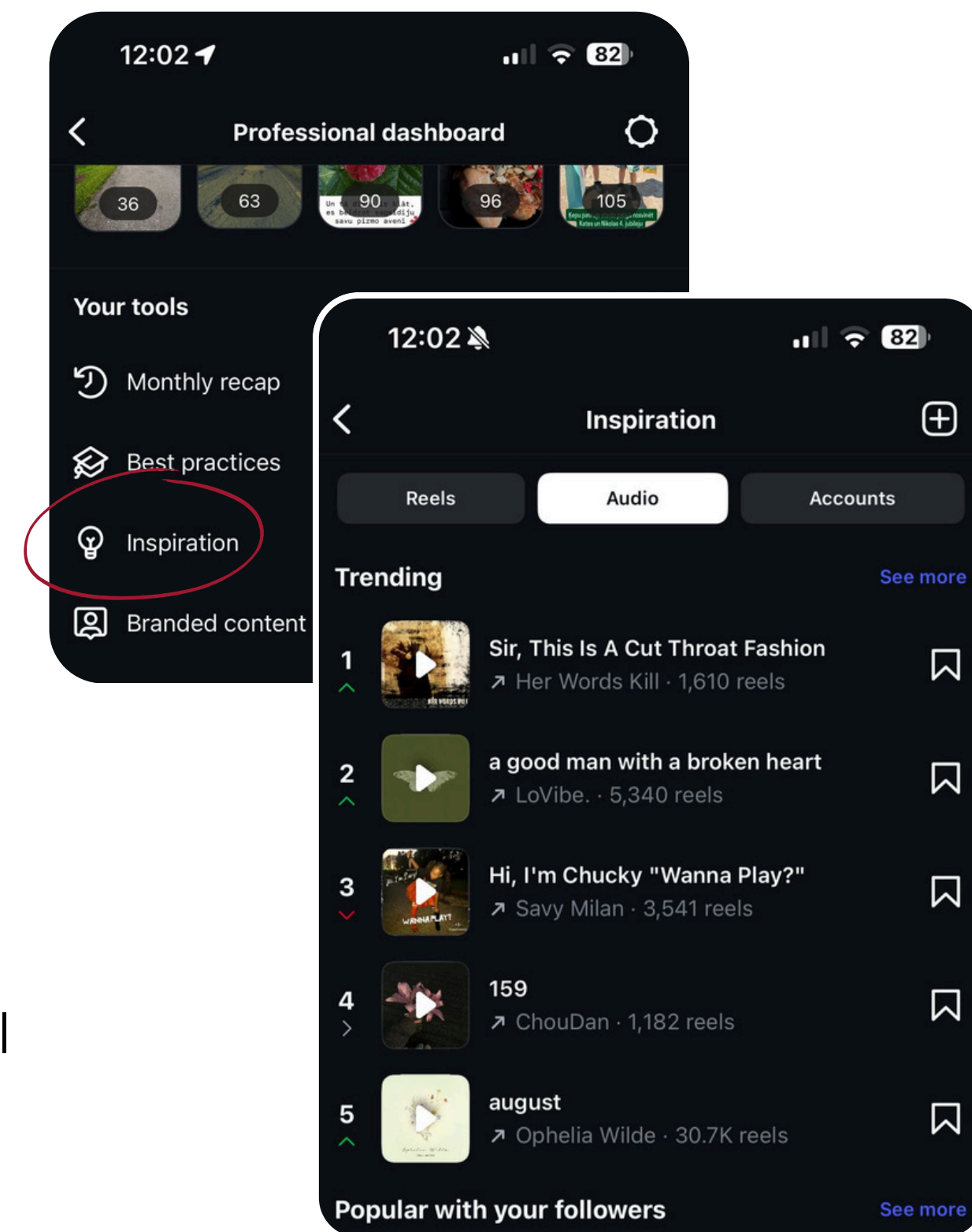
# Satura ideju ģenerēšana ar MI

**Trendu analīze** - populārako tēmu, skaņu un formātu identificēšana sociālajos tīklos.

Lai smeltos idejas pieprasītam un šobrīd aktuālam saturam, ir pieejami neskaitāmi MI rīki, kuri jau ir paveikuši visu mūsu vietā un apkopojuši *trendīgāko* saturu viegli pārskatāmā formātā.

Populāri MI rīki satura idejām:

- **TIK-TOK Creative Center** - <https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/>
- **Trend Tok** - aplikācija
- **Instagram Trends** - Instagram app → Mans profils → Professional dashboard → Inspiration



# PROMPTI ideju ģenerēšanai

## Mans ieraksta temats: [temats].

Uzraksti 10 ievadrindas. Katrai no tām ir jāizraisa tūlītēja reakcija: zinātkāre, atpazīstamība, šoks vai sajūta "beidzot kāds to pateica". Padari katru teikumu tādu, lai tas būtu saprotams katram, kas it kā tu būtu ienācis sarunas vidū. Katra teikuma pirmo vārdu raksti ar LIELAJIEM BURTIEM.

## Šeit ir mans ieraksts: [iekopē tekstu].

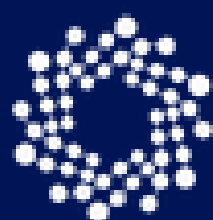
Kāds ir tas viens teikums, kuru kāds tūlīt pat vēlētos nofotografēt (screenshot) un nosūtīt draugam? Atrodi to. Pēc tam pārveido ierakstu tā, lai šis teikums - vai spriedze, kas to rada - būtu pašā sākumā.

## Mans ieraksta temats: [temats].

Pārraksti to trīs versijās - vienu personai, kura tikko atklājusi, ka viņai ir šī problēma; vienu tam, kurš ar to cīnās jau mēnešiem ilgi; un vienu tam, kurš ir izmēģinājis visu un jūtas vīlies. Viens temats, trīs dažādi emocionālie sākumpunkti.

## Šeit ir mans pabeigtais ieraksts: [iekopē tekstu].

Iedomājies, ka tu esi algoritms: tavs uzdevums ir 0,3 sekundēs izlemt, vai rādīt šo ierakstu vairāk cilvēkiem. Balstoties tikai uz to, vai ieraksts spēj apturēt ritināšanu "skrollēšanu" vai tas izturētu atlasī? Kāda ir tā viena izmaiņa, kas pārvērstu šo ierakstu no "palaist garām" uz "virzīt tālāk"?



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta "Atbalsts pieaugušo izglītībai" 4.3.3.1/1/26/I/001





# Ideju pielāgošana konkrētam nišas mērķim

Kā MI palīdz pielāgot ideju tavai nišai!

- Personalizē tēmu - piemēram, ChatGPT vari ievadīt: Izveido 3 Reels idejas par trendu "X", bet saistībā ar "nozares" auditoriju.
- Lokalizē saturu - MI var iekļaut vietējo valodu, kultūras atsauces vai reģionā populārus elementus, piemēram Tik-tok Creative center var atlasīt trendus konkrētajā valstī.

**Origināls**



**Pielāgots  
savai nišai**



# Automatizēta video veidošana ar MI

Higgsfield "Click to Ad"



- ielādē kvalitatīvu produkta fotogrāfiju
- uzraksti, kas video jādara, kam jānotiek (prompt)
- MI izveido 15–30 sekunžu garu, augstas izšķirtspējas video, kurā produkts izskatās dzīvs un kustīgs.

# Automatizēta video veidošana ar MI

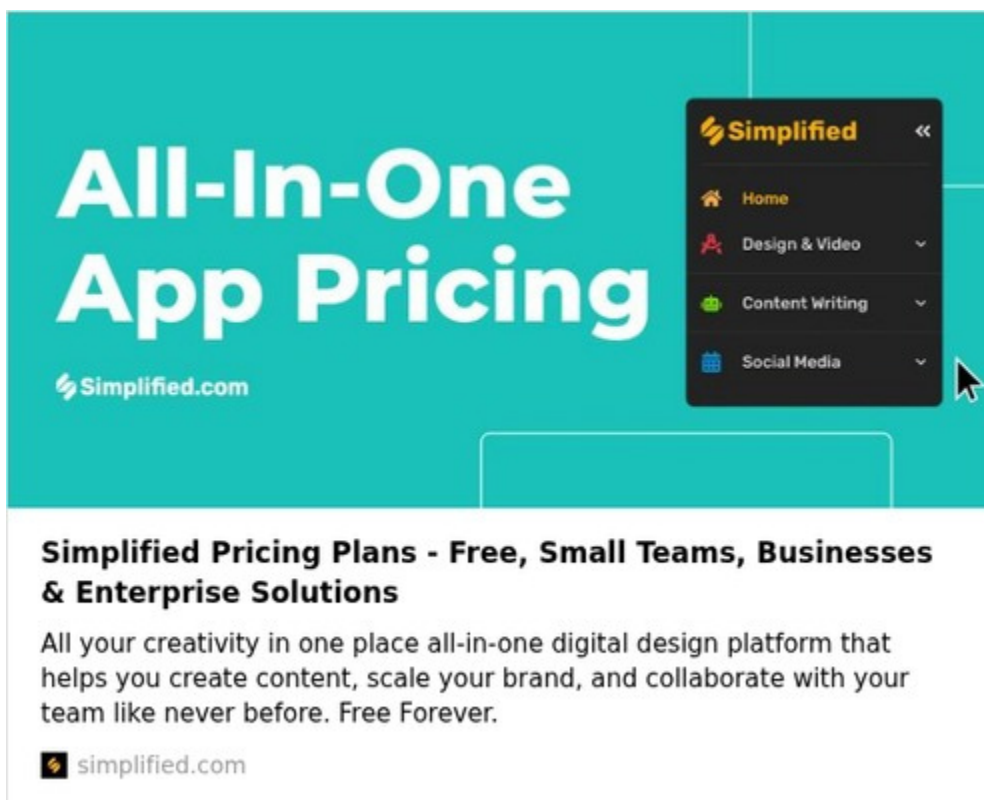
## Captions URL to video

- Iekopē saiti uz produktu
- Algoritms automātiski "izvelk" no lapas: produkta nosaukumu, cenu, attēlus un īpašības
- MI saliek to visu kopā, pievieno titrus, mūziku un pat mākslīgā intelekta ierunātu aizkadra balsi (voiceover).





# MI rīki reklāmu analīzei un optimizācijai



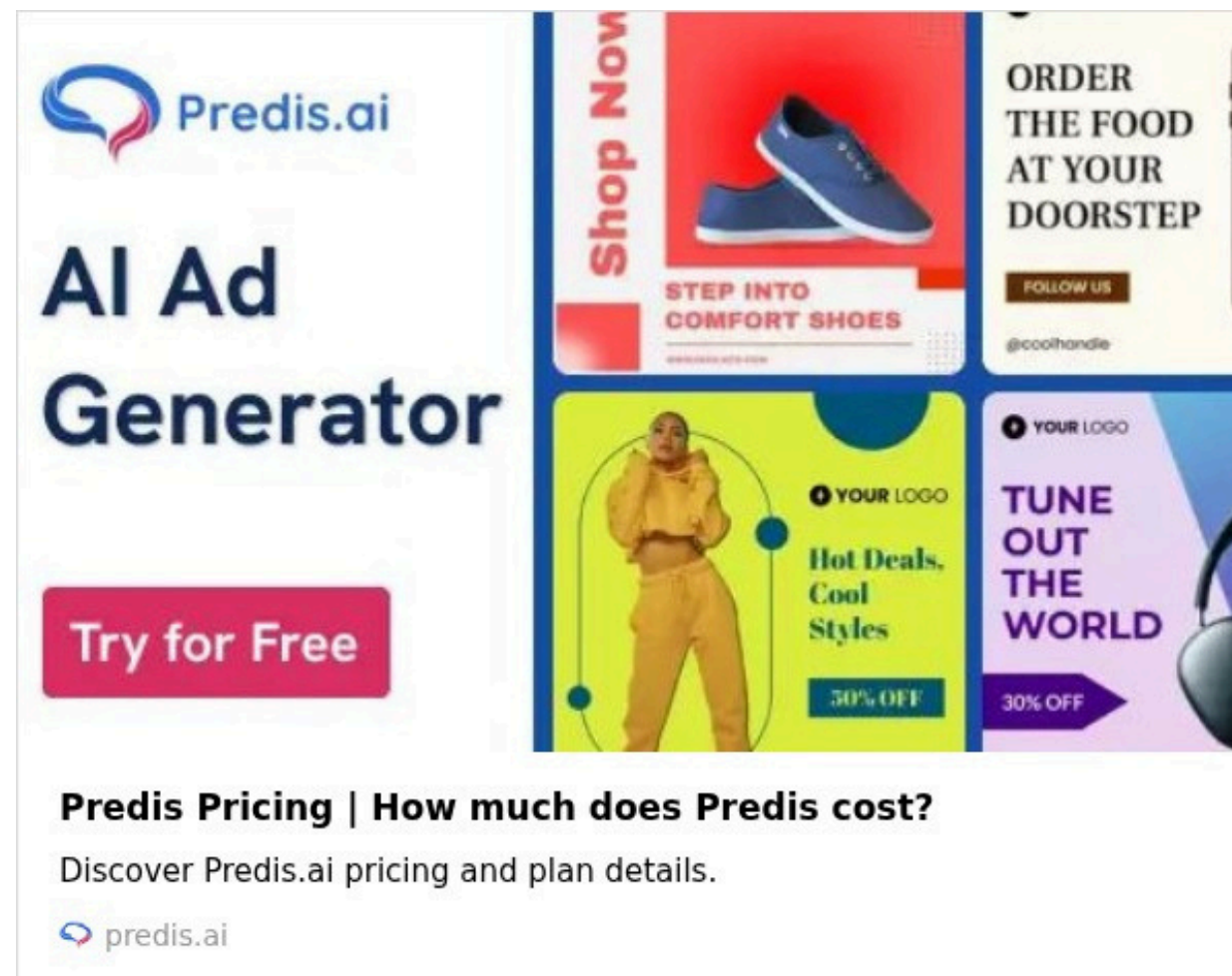
**All-In-One App Pricing**

Simplified.com

**Simplified Pricing Plans - Free, Small Teams, Businesses & Enterprise Solutions**

All your creativity in one place all-in-one digital design platform that helps you create content, scale your brand, and collaborate with your team like never before. Free Forever.

[simplified.com](https://simplified.com)



**Predis.ai**

**AI Ad Generator**

[Try for Free](#)

**Predis Pricing | How much does Predis cost?**

Discover Predis.ai pricing and plan details.

[predis.ai](https://predis.ai)



**Ocoya®**

**Pricing**

Check out our monthly and yearly subscription plans including the enterprise plans and enjoy all the benefits. Contact us to learn more!

[ocoya.com](https://ocoya.com)

# Latvijas tirgus specifika

## Maza auditorija un *lookalike* izsīkums

Latvijas auditorija ir salīdzinoši maza, tāpēc *lookalike* auditorijas var "izsīkt" ātrāk nekā lielākos tirgos. Tas nozīmē, ka jums būs regulāri jāatjauno mērķauditorijas un jāmeklē jaunas.

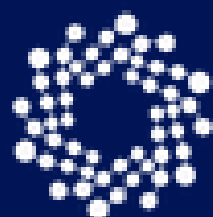
## Radošā satura daudzveidība

Mazākas auditorijas dēļ lietotāji biežāk redz jūsu reklāmas. Lai izvairītos no reklāmas stagnācijas, ir nepieciešams nepārtraukti veidot un testēt jaunu, daudzveidīgu radošo saturu.

## Kultūras nianšes

Latvieši novērtē reklāmas, kas izprot un atspoguļo vietējās tradīcijas, humoru un vērtības. Izmantojiet vietējās sezonālās atsauces, svētkus un notikumus, lai veidotu autentisku saikni.

# Pauze 10 min



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001

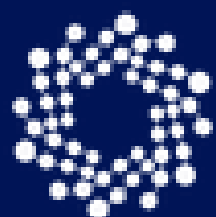


Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU

2027  
Nacionālais  
attīstības plāns

# 5 Praktiskais darbs

Mini satura pakete.



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU



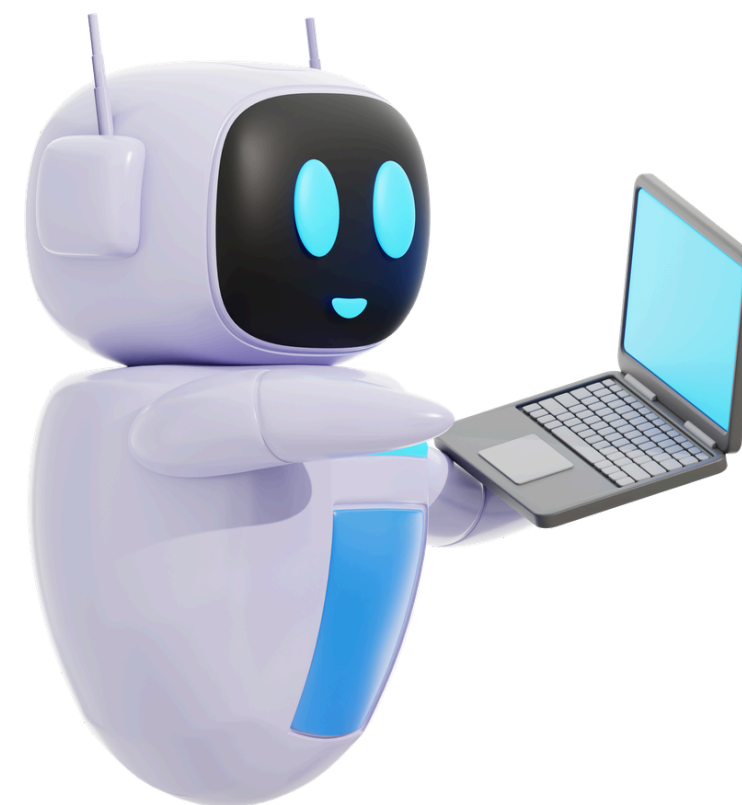
# Praktiskais uzdevums - grupas darbs

## Uzdevums:

Grupā izvēlamies produktu, ar ChatGPT/Gemini? grok vai citu rīku izveido 2 personu profilus un katrai piemeklē:

- Piemērotāko platformu
- Saukli
- Viena trenda ideju no TikTok Creative Center

**Laiks: 20 minūtes grupas darbam | 2 min. katrai grupai prezentācija. Katra grupa īsi pamato - kāpēc tieši šī platforma un kā MI palīdzēja noformulēt vēstījumu.**



---

# Kopsavilkums

## Algoritmi

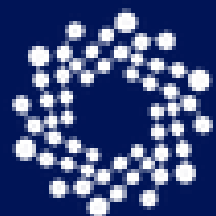
Mācās no lietotāja uzvedības un personalizē saturu

## MI

Stratēģis + izpildītājs - pielāgo cenas un budžetu reāllaikā

## Dati

Palīdz nepazaudēt naudu - pareiza analītika un mērķi



KOMPETENČU  
CENTRS

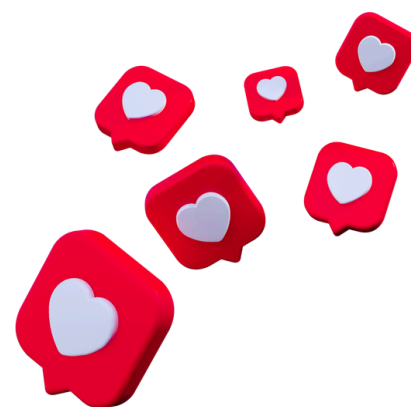
ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



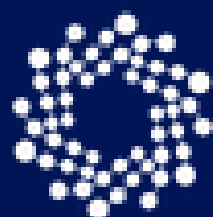
---

# Nobeigums

Refleksija: Ko paņemsiet līdzi no šodienas?



Nākamās lekcijas tēma: **PIRMAIS AI PROJEKTS** - MI integrācija sociālajos tīklos un reklāmu platformās - Reklāmas kampaņas plānošana izmantojot MI



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001



Finansē  
Eiropas Savienība  
NextGenerationEU





---

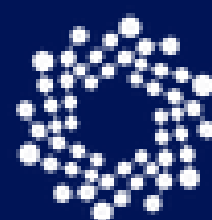
# PALDIES!

Priecāšos par atsauksmēm, ieteikumiem vai  
kādu komentāru.

Kitija Spēka-Štobe

@kitija.speka.stobe

kitija.speka.stobe@gmail.com



KOMPETENČU  
CENTRS

ESF Plus projekta “Atbalsts pieaugušo izglītībai” 4.3.3.1/1/26/I/001

