



Connecting people with brands

Hi sir...

Pls send me ur photo here for duba.
visa...

11:40 AM ✓✓



Sir I need ,actual passport size photo..

11:52 AM ✓✓



Latvijas Tirdzniecības
un rūpniecības
kamera

LIKTA
Latvijas Informācijas
un komunikācijas
tehnoloģijas asociācija

 **Infinitum**



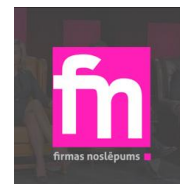
LATVIAN ART DIRECTORS CLUB

WIT *Berry*
CREATIVE STRATEGY



Digital Journey
Powered by Google Certified Trainers

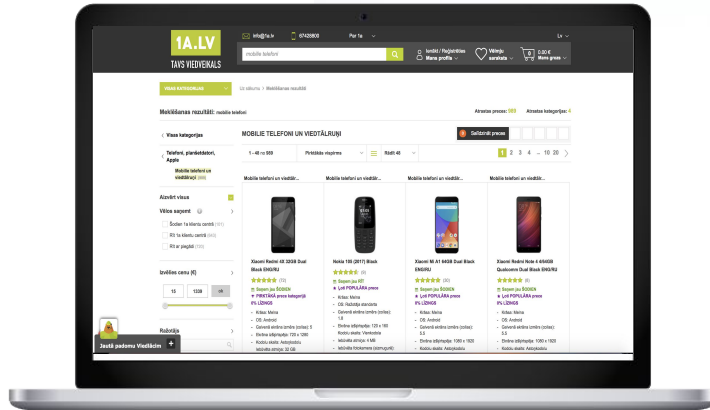

Powered by
infinitum **Live**



WIN WITH
Wow!

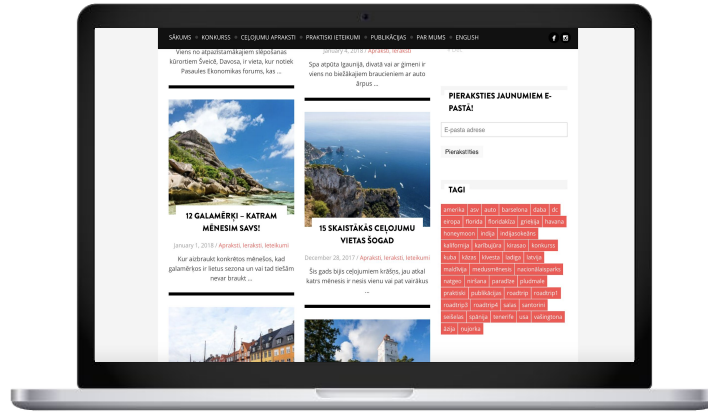


Vidēji cilvēks apmeklē 9.5 resursus pirms pieņemt lēmumu un nopērk.



Cilvēks pirms ceļojuma rezervēšanas apmeklē

22 resursus pirms pieņemt lēmumu.



**70% cilvēku
nemaz nezina savu nākamo
galamērķi brīdi, kad uzsāk izpēti.**



DEMAND GENERATION

ANALYZING THE BUYING PHASES OF YOUR TARGET MARKET

- READY TO PURCHASE
- OPEN TO BUYING, BUT NOT LOOKING
- NOT THINKING ABOUT IT (INDIFFERENT)
- THINK THEY AREN'T INTERESTED
- KNOW THEY AREN'T INTERESTED



Source: "The Ultimate Sales Machine", Chet Holmes

Bet šis ir lauks, kur strādā rezultatīvi satura mārketinga speciālisti.

Visa konkurence šobrīd notiek te!

Segmenti

Jo ne visi ir vienā ieinteresētības stadijā!

Palīdzēt tiem, kas jau meklē šo ceļojumu:

- Saturs ar priekšrocībām, ko piedāvājat tieši Jūs;
- Saturs ar noderīgu informāciju, ieteikumiem - kādu galamērķi izvēlēties;
- Saturs, kas palīdz izvēlēties piemērotākās aktivitātes un maršrūtus, atbilstoši budžetam vai ieteikt budžetu.

Jāieinteresē tie, kas vēl līdz šim nav aizdomājušies par šādu pakalpojumu:

- Izteikts vizuālās komunikācijas segments. Mums ir jāliek aizdomāties cilvēkam, ka viņš vēlas ceļot, iekārdināt viņu uz kādu konkrētu galamērķi.
- Interesanti fakti, video, bloga raksti, kas liek aizdomāties.

Jāpārlicina skeptiķi:

- Veidojam saturu ar pieredzes stāstiem;
- Labie piemēri, intervijas ar mērķauditorijas cilvēkiem;
- Jūsu - profesionāļu padomi, viedoklis par to, kāpēc labāk izvēlēties ceļojumu aģentūru.



5 ceļotāju tipi, ko izmantot sava uzņēmuma komunikācijā!



A man with a beard and sunglasses, and a woman with blonde hair and sunglasses, are looking at a map together in a city street. The background shows buildings and a clock tower.

Izdevīguma meklētāji.

“Mēs vēlamies maksimālo no šīm brīvdienām, bet par izdevīgāko cenu.” Vidēji ieņēmumi vecuma grupā no 20 - 34. Izmanto digitālo vidi, lai atrastu zemāko cenu piedāvājumus. Galamērķis pa lielam nav svarīgs. Viņi informāciju ļoti bieži meklē mobilajās ierīcēs vai vēlu vakaros pie datora.

Šobrīd vissīvākais konkurences tirgus.

Luksusa mīlētāji.

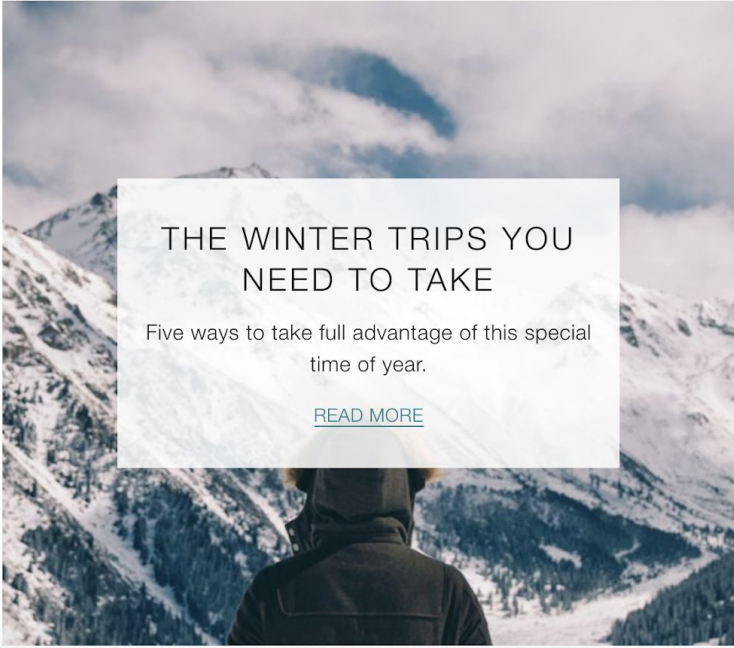
“Mēs mīlam ceļot un tērēties!” Augsti ieņēmumi un ceļo divatā, vecuma grupā no 25 - 49 gadiem. Viņi mīl savus galamērķus karstus un saulainus - lielas pilsētas un slavenas pludmales ir viņu galamērķu augšgalā. 90% gadījumu visu nosaka vērtējums un izcila vizuālā komunikācija.

Atbaida: izdevīguma meklētāju ziņas. Luksusa cilvēks nevēlas būt viens no 100, bet viens un īpašs.



FOUR SEASONS MAGAZINE

MAKE A RESERVATION



THE WINTER TRIPS YOU
NEED TO TAKE
Five ways to take full advantage of this special
time of year.
[READ MORE](#)

OUR ESSENTIAL APRÈS-SKI GUIDE

“ We roast chestnuts by The Remedy's outdoor fire pits. It's the perfect way to unwind after a day on the slopes.

[READ MORE](#)





Neatkarīgais ceļotājs.

Neatkarīgie ceļotāji ir tie kas saka: “Es vēlos visu pa savam”! Viņi mīl ceļot vieni un izlemt lēmumus individuāli. Viņi mīl piedzīvojumus un digitālo vidi izmanto izpētei. Ceļojumus izvēlas pēc kultūras - nevis pēc klimata.

Pārsvarā zemu vai ļoti augstiem ieņēmumiem. Vecuma grupa - 25 - 49 gadi.

Šobrīd visneaizsniedzamākā auditorija - jā, iespējams viens ceļojot, bet padomājiet, viņš ceļojot ar ģimeni - viņš vēlēties drošību un ietilps pilnīgi citā grupā. Jūs dodat resursus viņiem individuāli un tad nākamreiz viņi izvēlas jūs.



Tried and Tested: What to see in Birmingham

Citybase apartments is on the road again to explore what to see in Birmingham "A city break to Birmingham?" We hear you ask...

25 January, 2018 / [0 Comments](#)



Exploring The Countries With More Tourists Than Locals

When it comes to choosing a holiday destination, most of us tend to consider three main things: the weather, the cost, and what there is to see and do. But, what if you were to consider how many fellow tourists you might encounter? After all, the...

18 January, 2018 / [0 Comments](#)



Win a Romantic Valentine's Getaway

Hit the spot this Valentine's Day by wooing your beloved with a romantic getaway. Enter now our giveaway, to win a magical two-night stay. Romance is already in the air here at Citybase. And who doesn't like a good love story? So this Valentine's Day, we've teamed...

09 January, 2018 / [0 Comments](#)



Perfekcionisti.

Perfekcionisti ir tie, kas ceļojot vēlas, lai viss ir perfekti. Viņi pavada ļoti daudz laika meklējot informāciju par pilnīgi visu - viesnīcām, restorāniem, aktivitātēm. Vienmēr iztērē mazliet vairāk kaut kam, lai ceļojums būtu īpašs. Vecuma grupā no 25-49 gadiem. Ceļo kopā ar partneri. Mūsdienās šie cilvēki jau ir izplānojuši kādu vizuālo materiālu viņi vēlas atvest mājās.



FIVE THINGS | BARCELONA

VIDEO: Five Things to Do in Barcelona



Best Time To Visit

July and August can get quite hot and humid, so the best time to go is early summer (May-June) and fall (September-October), when it's pleasant and mild.



Barcelona Transportation

Barcelona has an excellent public transport network. Buy a T10 pass from any ticket machine to get ten one-way trips for \$11. Alternatively, if you buy individual single tickets, they will cost \$2.30. The passes are valid on all metros, buses, trains and trams operated by TMB, Renfe and FGC. Taxis in Barcelona are also cheap, hassle-free and easy to find.



Barcelona Weather

August is the hottest month, with an average high of 74°F (24°C). January is the coldest month, with an average high of 49°F (10°C).



Know Before Visiting

Mealtimes in Spain can be confusing. Restaurants are generally open from 1:30 p.m. to 4:00 p.m. for lunch, and from 8:30 p.m. until 11 p.m. for dinner. Many stores

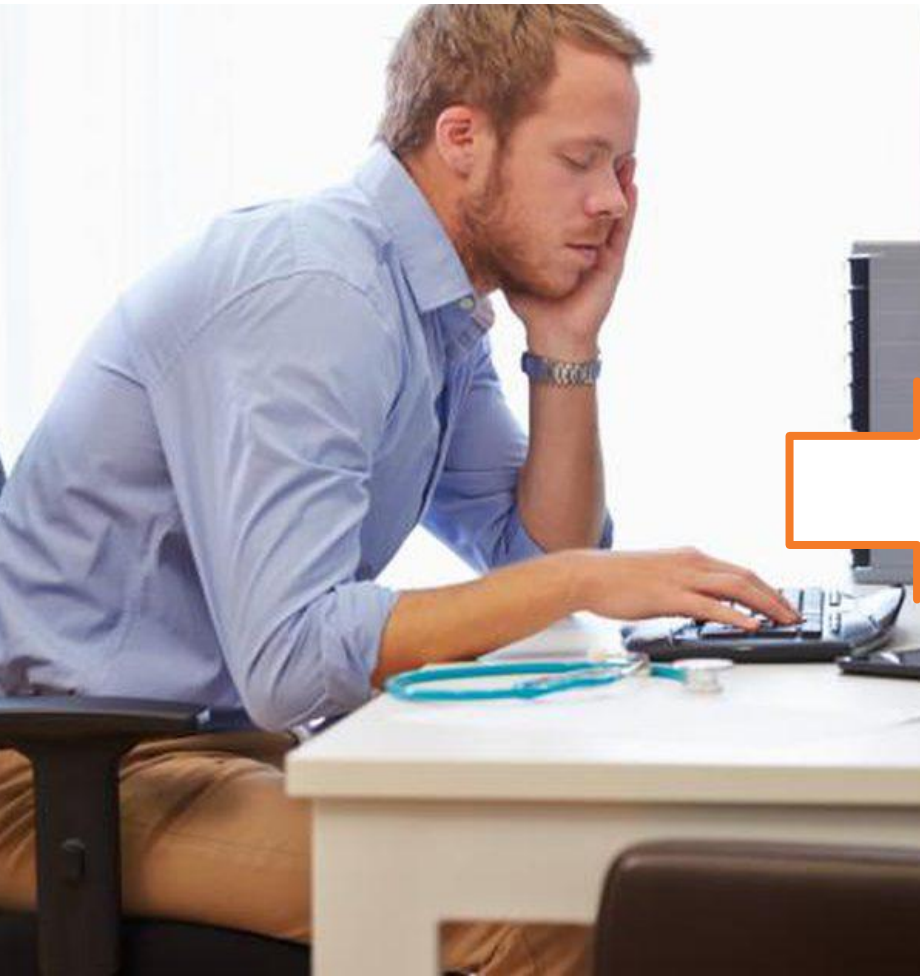
Advertiser



Ieraduma ceļotājs.

Ieraduma ceļotājs vēlas visu vienkārši un viegli. Viņiem nepatīk pārsteigumi. Ļoti bieži vairākus gadus brauc uz vienu un to pašu galamērķi, jo nevēlas iztērēt laiku uz izpēti un stresu par jaunu vides maiņu. Vēlas vienkārši relaksēties. Vecuma grupa no 35 un vairāk.

Mūsu mērķis - stratēģiska satura vadība



Zīmola atpazīstamība

Mērķi:

- Uzrunāt lielu auditorijas grupu;
- Radīt vajadzību;
- Radīt interesi;
- Maksimāli iesaistīt lasītājus- iegūt interaktivitāti;

Taktikas:

- Reklāmu piesaiste zīmola saturam;
- Mediji, blogeri;
- Sadarbības.
- Infografikas, kas netieši saistītas ar pakalpojumu.

Atkārtots apmeklējums

Mērķi:

- Lojalitātes veicināšana - segmentēts saturs
- Iesaistīt šo cilvēku cita tipa kateogrijas ceļotājā.

Taktikas:

- Epastu mārketingu
- Soc. tīklu saturs
- Bloga raksti

Interese

Mērķi:

- Uzrunāt mērķauditoriju - silto auditoriju
- Pārliecināt auditoriju, ka tieši jūs esat tie, kas jāizvēlas
- Rast uzticību un profesionāla zīmola tēlu;

Taktikas:

- Sakārtots mājaslapas saturs - ceļveži;
- Kvalitatīvs SEO saturs - garās satura formas;
- Regulāra komunikācija soc. tīklos un blogā;

Advokātisms

Mērķi:

- Mērķauditorijas izglītošana

Taktikas:

- Workšopi, pasākumi;
- E-grāmatas, PDF;
- Jaunumi
- Grupas veidošana - community

Emocijas = atmiņas līme




APPEAL TO

EMOTION

*To Connect
To Your Audience*



Developed by Physician,
Psychologist, and Evolutionist
Dr. Robert Plutchik

 **CoSchedule**

Kuras no satura mārketinga taktikām izmanto biznesa formā B2C?



Salīdzinājums ar Amerikas pētījuma datiem 2017

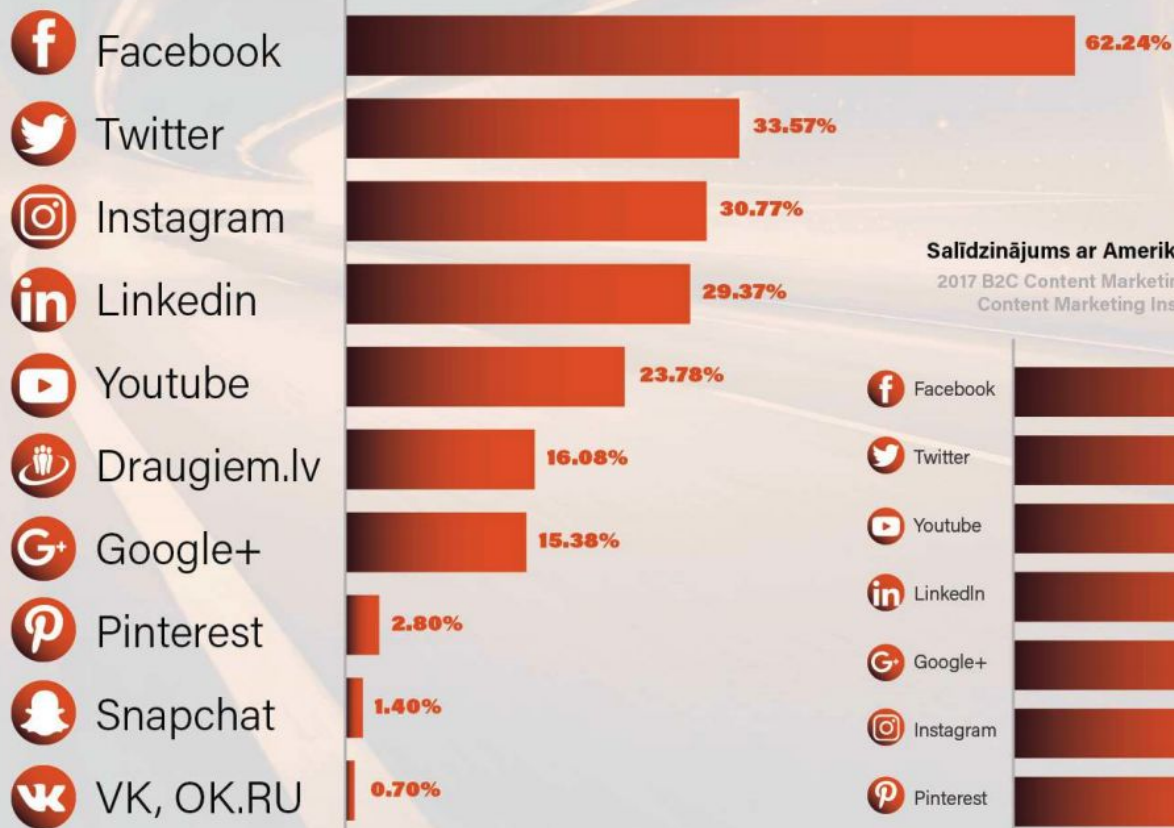
2017 B2C Content Marketing Trends—North America:
Content Marketing Institute/MarketingProfs



Kā uzņēmumi vērtē satura mārketinga taktiku efektivitāti?

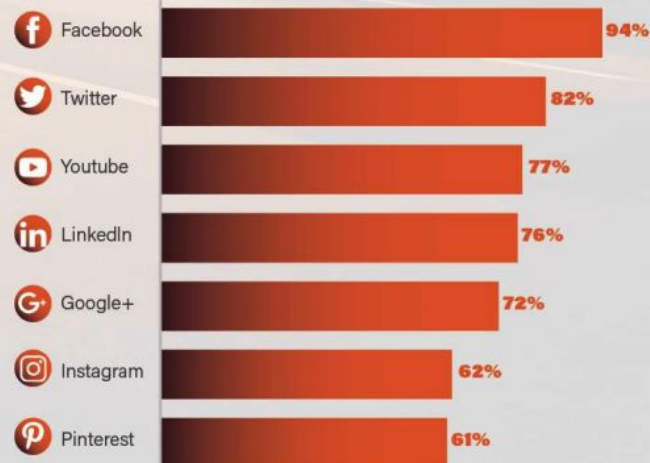
Sociālo mediju komunikācija	★ ★ ★ ★ ☆	3.76
Video komunikācija	★ ★ ★ ★ ☆	3.60
E-pastu mārketinga	★ ★ ★ ☆ ☆	3.35
Infografiku izveide	★ ★ ★ ☆ ☆	3.34
Influenceru mārketinga	★ ★ ★ ☆ ☆	3.24
Vebināri / semināri	★ ★ ★ ☆ ☆	3.21
Blogošana	★ ★ ★ ☆ ☆	3.10
Reklāmraksti medijos	★ ★ ★ ☆ ☆	3.06
Preses relīžu izsūtīšana	★ ★ ★ ☆ ☆	3.06
Online prezentācijas	★ ★ ☆ ☆ ☆	2.67
E-grāmatas / PDF izveides	★ ★ ☆ ☆ ☆	2.38

Sociālo tīklu izmantojums Latvijā 2017

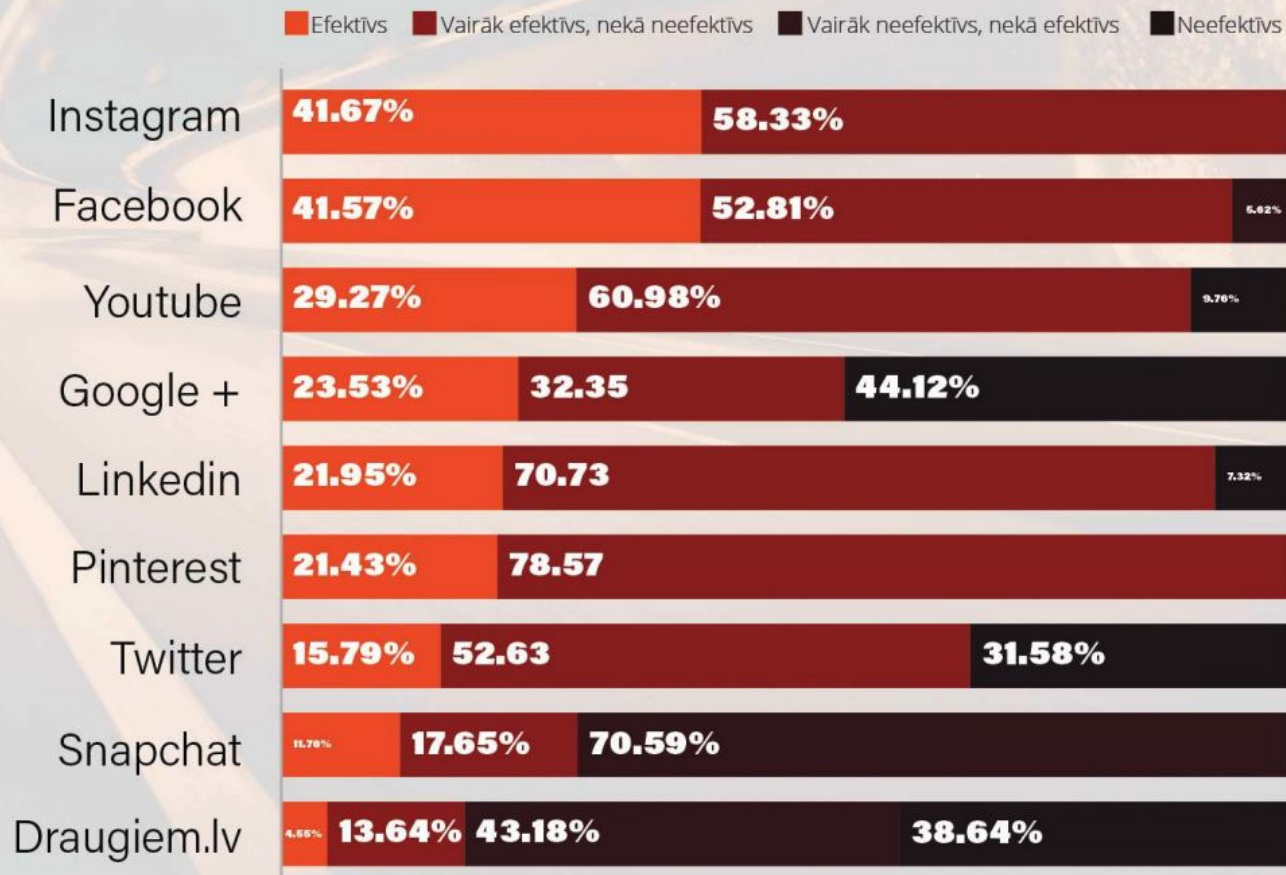


Salīdzinājums ar Amerikas pētījuma datiem 2017

2017 B2C Content Marketing Trends—North America:
Content Marketing Institute/MarketingProfs



Sociālo tīklu efektivitātes vērtējums 2017



Paldies par uzmanību!

Jautājumi?



<https://linkedin.com/in/elinajurkane>



elina@infinitem.lv



Connecting people with brands



Baznīcas iela 31–14, Rīga, LV-1010



+371 22072887



info@infinitum.lv



www.infinitum8.com



@infinitumlv



@infinitumlv