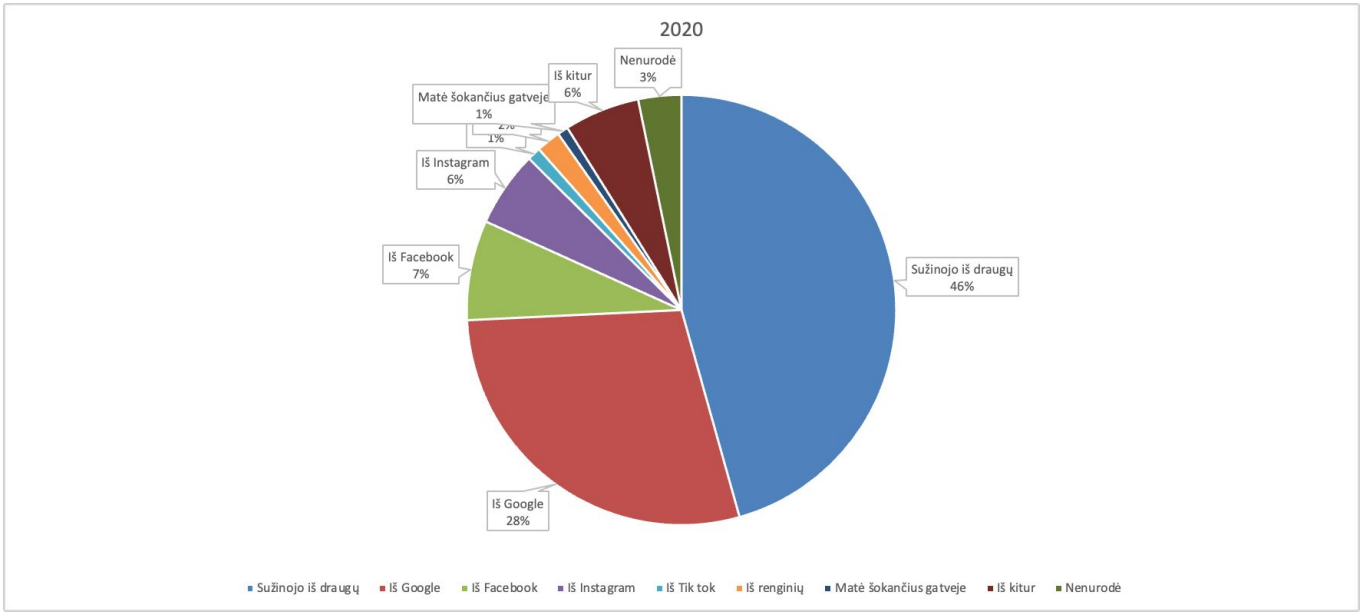
KAIP REKLAMUOTI SAVO UŽSIĖMIMUS?

1. Kodėl turime būti matomi, kaip žmonės renkasi mūsų užsiėmimus?;
2. Skelbimų tipai;
3. Skelbimų kūryba;
4. Skelbimo nustatymas (Facebook meta);
5. Skelbimų analizė.

SKILLZ

KAIP ŽMONĖS RENKASI MŪSŲ UŽSIĖMIMUS?



SKILLZ

KAIP ŽMONĖS RENKASI MŪSŲ UŽSIĖMIMUS?

46% sužino per draugų ir jų atsiliepimus - rekomendacija. Kodėl žmonės rekomenduoja mūsų treniruotes? Paanalizuokime

41% iš reklamos internete. Kas patraukia jų akį, kodėl jie nusprendžia pabandyti būtent mūsų treniruotes? Yra dviejų tipų priežastys 1. Hard (vieta, laikas) 2. Soft (treneris ir jo matomumas)

13% iš kitur



SKILLZ

KĄ REIŠKIA “TRENERIS IR JO MATOMUMAS”

1. Trenerio įvaizdis - apranga, stilius, pozicionavimas, komunikacija
2. Trenerio rezultatai - mokinių progresas, laimėjimai,
3. Trenerio sukuriama nauda žiūrovui - turinio naudingumas
4. Trenerio nuoseklumas - ar turi kažkokį sklaidos planą, ar jo laikosi
5. Trenerio tikslai ir vizija - kaip ją komunikuoja

SKILLZ

KĄ REIŠKIA “TRENERIS IR JO MATOMUMAS”

1. Trenerio įvaizdis - apranga, stilius, pozicionavimas, komunikacija
2. Trenerio rezultatai - mokinių progresas, laimėjimai,
3. Trenerio sukuriama nauda žiūrovui - turinio naudingumas
4. Trenerio nuoseklumas - ar turi kažkokį sklaidos planą, ar jo laikosi
5. Trenerio tikslai ir vizija - kaip ją komunikuoja

SKILLZ

TURINIO TIPAI:

1. Afterclass su pradedančiaisiais
2. Afterclass su komanda
3. Solo video
4. Trenerio fotosesija
5. Mokomasis video
6. Kūrybinis projektas su mokiniais
7. Straipsnis apie šokius arba pasidalijimas juo
8. Video iš varžybų, kelionių, seminarų kur dalyvauja treneris
9. Video iš varžybų, kelionių, seminarų kur dalyvauja mokiniai

Prie kokio matomumo priskirtume šiuos turinio tipus? (Užduotis)

SKILLZ

ŽINOME BET NE VISADA DAROME..



Dažniausios priežastys:

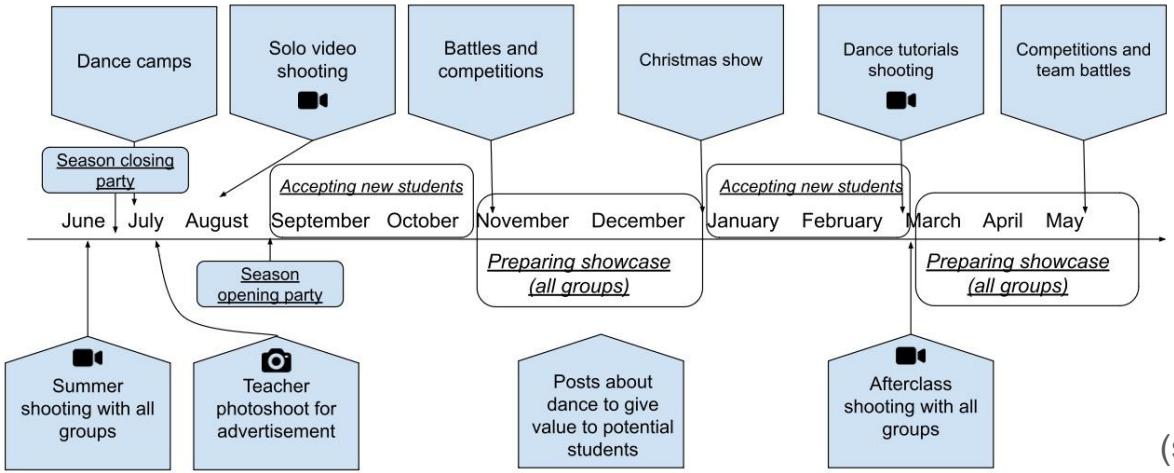
1. Nematau naudos
2. Nežinau kaip padaryti, ne turių pažįstamų filmuotojų ar fotografų
3. Nenoriu kad mane apkalbinėtų ir rašytų blogus komentarus
4. Nežinau ar esu pakankamai geras kad dalinčiausi
5. Neturiu tam laiko
6. Man gerai kaip yra, kas norės tas mane suras
7. Per brangiai kainuoja
8. And so on…

Kokia Jūsų priežastis? Pabandome rasti pagrindinę (medžio metodas) 5 min.

SKILLZ

JEI MES JAU ČIA, GAL JAU LAIKAS VEIKTI?

Užduotis: parašome savo kontento preliuminarų (o geriausia idealų) metų planą:



(skirkime 10min.)

SKILLZ

KOKIA YRA TOKIO PLANO SUPER GALIA?

1. Realus kelrodis kuris duoda ramybės jausmą ateityje
2. Galimybė analizuotis ir tobulinti turinį - kaizen principas
3. Žinai ką padarei ir kokį rezultatą gavai
4. Planas gali būti keičiamas, modifikuojamas, aplenkiamas, pildomas, nepasiekiamas ir t.t. Svarbiausia tai užfiksuoti ką realiai pavyko padaryti. Pasirinkite patogų sau būdą.

P.S. kasdieniniai ar tiesiog reguliarūs storiai - verti dalintis, juos būtina daryti, tai fiksuoti bet į pagrindinį plano sudarymą tai neįeina.

SKILLZ

SVARBIAUSIA - PRADĖTI!



SKILLZ

TŪRINIO KŪRYBA

Nustatykime savo idealų klientą, kas jis, ką mėgsta, ką veikia?
Kam reikia Jūsų pagalbos?
Kam galite būti naudingi?



Kaip žinoti kad turinys pakankamai geras:

1. Ar bent 1 žmogui yra iš to bet kokios naudos?
2. Ar turinys paprastas ir aiškus, ar suprantame ką norima juo pasakyti
3. Ar turinys prisideda prie Jūsų matomumo tipų formavimo?

SKILLZ

PRADEDAME VEIKTI!

Kai jau turime planą laikas generuoti idėjas, kam jos reikalingos ir iš kur jų semtis?

- Idėja pritrauks didesnį dėmesį iš aplinkiniu
- Jums ir aplinkiniams bus ženkliai įdomiau dalyvauti įdomios idėjos vykdyme
- Tai bus gera atmintis ateityje ir veiks kaip motyvacija kitiems irgi stengtis!

- Stebime trendus (ne tik idėjas bet ir kaip atliekame)
- Įsikvepiame iš kitų sferų
- Klausykime ir girdėkime mokinių, jie dažnai turi puikių idėjų - nereikia jų nuvertinti

SVARBIAUSIA: Ieškokite idėjų visą laiką ir mėgaukites procesu!

SKILLZ

VEIKSMŲ PLANAS!

Užsirašome idėjas į planą

Kol nepradėjome vykdyti galima keisti, atnaujinti, papildyti ir pan.

Tai nenutrūkstamas procesas, planuojant turime galvoti į priekį, protas visada turi ieškoti ką galime panaudoti. Juk tai FUN!

“Parduodame” ją mokiniams/komandai

Jei mokiniams idėja nebus pristatyta jie n etaip norės prisidėti prie jos realizavimo. Kiekvienas turi savo asmeninius motyvus prisidėti ar ne prisidėti prie projekto. Kai dirbame su komanda - svarbu surasti “prieštaravimus” ir su jais padirbėti. Prieš pristatant idėja pagalvokite ką pasakys Jums mokiniai nuo tų prieštaravimų ir pradėkite jūsų pristatymą.

Paskiriame vaidmenis

Visi mokiniai gauna vaidmenį šokyje, brežiniuose ir pan. Visi vaidmenys, net patys mažiausi yra svarbūs bet sudaro visumą. Aktyviausiems mokiniams duokite papildomas vaidmenis. Pvz.: padaryti mix’ą, surasti vietą, pasirūpinti aprangomis. Bet aiškiai papasakokite kad tai jų vaidmuo, kokio rezultato ir kada tikites. Priminkite jog laukiate rezultato dar prieš tai kai jis jau turi būti padarytas.

SKILLZ

VEIKSMŲ PLANAS!

Suplanuokite finansus ir datas

Kai idėja jau yra parduota ir komanda aistringai laukia jos įgyvendinimo turime suplanuoti išlaidas ir vykdymo terminus.

Atsiminkite - **idėjos įgyvendinimas NĖRA NEMOKAMA pramoga**!

Nors Jūs esate jos iniciatorius,, tačiau mokiniai taip pat prisideda prie jos generavimo ir įgyvendinimo netik budami treniruotese bet ir finansais. Jei tam reikia videografo, mixo, vietos, aprangų, rekvizito mokiniai turi prisidėti ir finansiškai arba padėti gauti nemokamai. Kuo daugiau mokiniai prisidės prie įgyvendinimo tuo svarbesnis jiems bus rezultatas!

Įgyvendinkite

Pasirūpinkite kad įgyvendinimas tikrai pavyktų, pagalvokite ar tam reikės kokio nors leidimo, ar niekas nesusižeis, ar viską tam turėsite.

Pasidalinkite

Įgyvendinus įdėja, pasidalinkite ją su Pasauliu, paprašykite mokinių pagalbos skleidžiant, kad kuo daugiau žmonių pamatytų Jūsų bendrus darbo rezultatus. Paplanuokite iš anksto su mokiniais kur dalinsites - gali kilti netikėtų idėjų!

SKILLZ

TAI BUVO “ORGANINIS” TURINYS

1. **Tokio turinio dėka didinate savo matomumą, jis yra nemokamas ir jis veikia ilgalaikeje perspektyvoje.**

2. **Potencialūs šokėjai susidaro apie Jūs nuomonę ir pradeda rekomenduoti draugams net nesilankę Jūsų treniruotese.**

3. **Toks turinys veikia geriausiai už bet kokią reklamą nes mokiniai Jus pažįsta, jums belieka paskelbti apie renkamas grupes ir tai bus jų šansas prisijungti!**

SKILLZ

MOKAMAS TURINYS

1. **Verta naudoti kai renkamos naujokų grupės**

2. **Kai organizuojate seminarą/ kitokią treniruotę/ intensyvą**

3. **Kai norite savo treniruotese naudoti ar jau naudojate tai ko kitur beveik nėra arba tiesiog naujiena. pvz.: “ypač mažiems vaikams”, “naujas populiarus šokių stilius”, “treniruotės nėščiosioms” ir pan.**

Turi būti kažkoks informacinis ir vizualus trigeris

SKILLZ

MOKAMAS TURINYS VS ORGANINIS TURINYS

		Nemokamas	Mokamas	Pliusai ir minusai
1	ORGANINIS TURINYS	✓	✗	• Formuoja Jūsų įvaizdį ir didina matomumą • Nereikia naudoti reklaminių šūkių • Turi ilgalaikį poveikį • Nekonkuruoją su kitais
2	MOKAMAS TURINYS - ADS	✗	✓	• Tiesiai sako apie galimybę • Gerai suformuoti tekstai ir vizualai pritrauks šaltą auditoriją kurie Jūsų nežino • Reikia gerai išmanyti žmogaus psichologiją

SKILLZ

GOOGLE VS META FACEBOOK

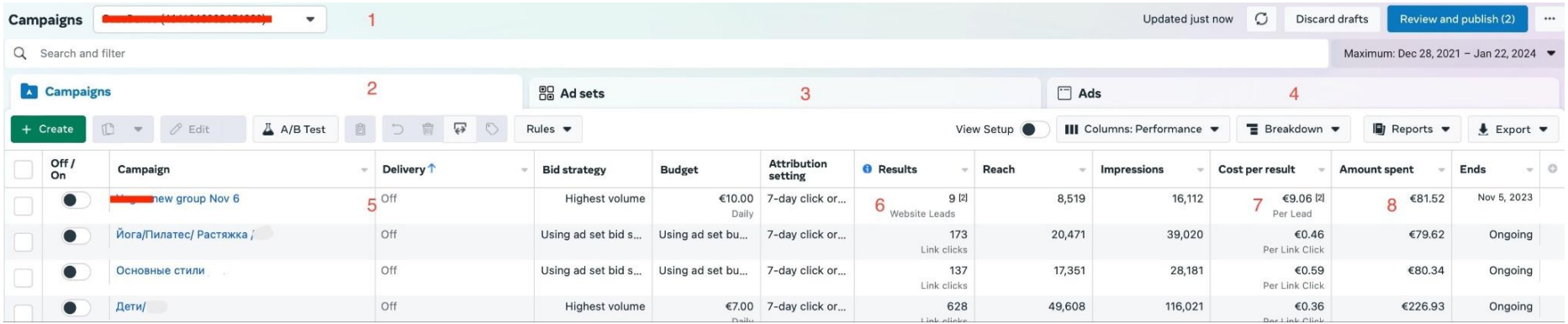
		Pigus	Brangus	Kam skirta
1	GOOGLE	✓	✗	• Tiems kas jau ieško šokių ir yra septintoje stadijoje (abejingas -> fanas) • Ieškantiems pigiau/akcijų • Norintiems palyginti
2	META FACEBOOK	✗	✓	• Tiems kas nežino kad šokiai gali išspręsti jų problemas • Esantiems “susidomėjimo fazeje” • Jei reklama “užkabino” palyginimų nedarys

Facebook nuo Instagram vartotojai skyriasi besilankančiųjų amžiumi, vartotojų įpročiais ir psihologija.

SKILLZ

META FACEBOOK NUSTATYMAI

https://adsmanager.facebook.com/



Čia:

1. Accountas - jis mokosi pagal Jūsų auditoriją
2. Kompanijos - taip pat mokosi pagal Jūsų auditoriją, nustatomas jos tipas
3. Reklamos grupė - nustatomi pagrindiniai parametrai (vieta, amžius, kur bus reklama, interesai, lytis ir pan.)
4. Patys reklaminiai skelbimai, naudoti kuo daugiau naudojate tuo didesnė sėkmė
5. Kiekvienam įvykiui nustatoma kita kompanija, ji gali kartotis jei kartojasi įvykis
6. Kiek realių registracijų buvo per šią kompaniją
7. Kiek kainavo viena registracija
8. Kiek viso išleista pinigų šiai kompanijai

SKILLZ

META FACEBOOK ANALIZĖ

https://adsmanager.facebook.com/



Čia:

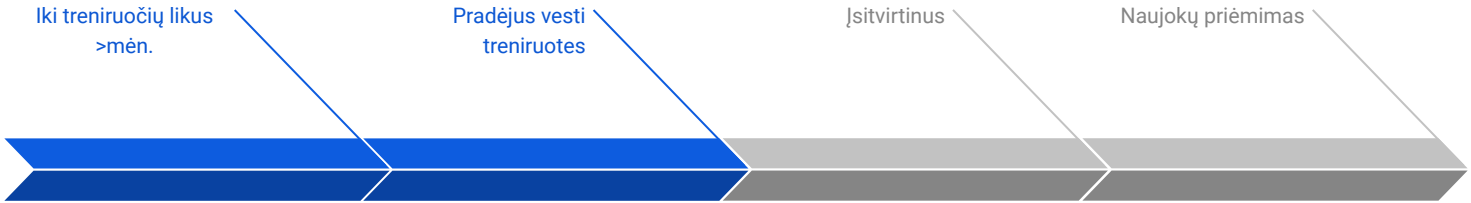
1. Pasirenkame Colums: Perfomance and clicks
2. Impressions kiek buvo parodyta Jūsų reklama už pasirinktą sumą
3. Kiek kainavo vienas click'as (viso jų buvo 218)
4. Koks procentas nuo parodymų buvo paclick'inamas

Išvada:

1. Reikia duoti didesnį nei 8 dienų tarpą
2. Nors reklama yra veiksni (buvo 9 registracijos) reikia didinti creative'ų kiekį (viso buvo du video)
3. **Svarbiausia: mažinti vienos registracijos kainą gerinant creative'us ir stiprinant įvaizdį organiniu būdu, kad Jus atpažintų ir registruotųsi.**

SKILLZ

VEIKSMŲ PLANAS “NUO NULIO”



Agresyvus startas

- Mokama reklama apie naują grupę kad ir sezono viduryje
- Soc. tinklų paleidimas ir jo agresyvus pildymas
- Pasiskelbimas draugams/kolegoms apie naują pradžią
- Greitas komunikacijos su naujokais sukūrimas, paprašyti pagalbos..
- Duoti daug pridėtinės naudos ir nemokamai

Įvaizdžio formavimas

- Treniruočių vedimo tobulinimas ir agresyvus gerinimas
- Komandos kūrimas iš esamų naujokų komunikuojant viziją ir tikslus
- Agresyvus soc. Tinklų vedimas ir mokamą reklama reklamuojant accountą ar puslapį, gali būti keli eur dienai

Įvaizdžio formavimas

- Suplanuoti tūrinį ir ji nuolat kelti ieškant naujų sklaidos formatų ir vietų
- Tobulinti treniruočių kokybę ir kelti sau iššūkius
- Siekti tikslų, demonstruoti rezultatus kitiems
- Tobulinti geras praktikas ir svajoti apie neįmanomus dalykus
- Ruošiame reklamas naujokų priėmimui

Nauda šokėjams

- Demonstruojame sukurta naudą šokėjams, gyriames rezultatais, nesikukliname, parodykime kokią naudą sukursite
- Paleidžiame mokamą reklamą, stebime rezultatus ir analizuojame, reaguojame
- Aktyviai komunikuojame su naujokais naktį, savaitgaliais, per šventes
- Nepamirštame esamų mokinių
-Ruošiame vis geresnes treniruotes

SKILLZ

DĖKOJU UŽ DĖMESĮ



SKILLZ