

The background is a light blue gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across the surface. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

REKLAMINĒS MEDŽIAGOS SKLAIDA

KAS YRA REKLAMINĖS MEDŽIAGOS SKLAIDA?

- REKLAMINĖS MEDŽIAGOS SKLAIDA – TAI PROCESAS, KURIO METU REKLAMINĖ INFORMACIJA PASIEKIA VARTOTOJUS PER ĮVAIRIAS KOMUNIKACIJOS PRIEMONES. ŠI VEIKLA NEAPSIRIBOJA VIEN TIK REKLAMŲ SUKŪRIMU – SVARBIAUSIA, KAD JOS BŪTŲ TIKSLINGAI PASKLEISTOS IR PASIEKTŲ TIKSLINĘ AUDITORIJĄ.
- EFEKTYVI SKLAIDA LEIDŽIA:
 - PRISTATYTI PRODUKTĄ AR PASLAUGĄ
 - FORMUOTI ĮMONĖS ĮVAIZDĮ
 - SKATINTI PIRKIMĄ AR VEIKSMĄ
 - DIDINTI ŽINOMUMĄ RINKOJE
- ŠIANDIEN REKLAMOS SKLAIDA VYKSTA NE TIK TRADICINIAIS BŪDAIS, BET IR PER INOVATYVIAS, SKAITMENINES PLATFORMAS, TODĖL SVARBU PASIRINKTI TINKAMUS KANALUS PAGAL AUDITORIJOS POREIKIUS.

REKLAMINĖS MEDŽIAGOS SKLAIDOS PRIEMONĖS

- **PER KUR SKLINDA REKLAMA? – SKLAIDOS PRIEMONIŲ RŪŠYS:**

REKLAMOS SKLAIDOS PRIEMONĖS GALIMA SUSKIRSTYTI Į KELIAS PAGRINDINES KATEGORIJAS, ATSIŽVELGIANT Į JŲ POBŪDĮ IR PASIEKIAMUMĄ:

- **📰 TRADICINĖS PRIEMONĖS:**

- **SPAUDA** – LAIKRAŠČIAI, ŽURNALAI: TINKAMA VIETA VIETINEI AUDITORIJAI AR SPECIFINĖMS NIŠOMS.
- **LAUKO REKLAMA** – STENDAI, PLAKATAI, VITRINOS: VIZUALIAI GALINGA, PLAČIAI MATOMA.
- **SKRAJUTĖS IR LANKSTINUKAI** – PAPRASTA PATEIKTI KONKREČIĄ ŽINUTĘ TAM TIKROJE VIETOJE.
- **RADIJAS IR TELEVIZIJA** – PASIEKIA PLAČIAS AUDITORIJAS, YPAČ VYRESNIO AMŽIAUS GRUPES.

🌐 SKAITMENINĖS PRIEMONĖS:

- **SOCIALINIAI TINKLAI** (FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK): LEIDŽIA KURTI TIKSLINGĄ, VIZUALIAI PATRAUKLŲ TURINĮ.
- **GOOGLE REKLAMA (ADS)**: RODOMA PAGAL RAKTAŽODŽIUS, LEIDŽIA PASIEKTI VARTOTOJĄ TIKSLIAI TUO METU, KAI JIS IEŠKO SPRENDIMO.
- **EL. PAŠTO RINKODARA** – TINKAMA PERSONALIZUOTAI KOMUNIKACIJAI.
- **YOUTUBE REKLAMA** – VAIZDINIS PASAKOJIMAS SU GARSINIU EFEKTU.

INOVATYVIOS/ŠIUOLAIKINĖS FORMOS:

- **INFLUENCERIŲ RINKODARA** – PASIEKIAMA AUTENTIŠKAI PER AUDITORIJOS PASITIKĖJIMĄ TURINČIUS ASMENIS.
- **MOBILIOSIOS APLIKACIJOS IR ŽAIDIMAI** – ĮTRAUKIA VARTOTOJUS NAUDOJANTIS ŽAIDYBINIAIS ELEMENTAIS.
- **QR KODAI, PAPILDYOTOS REALYBĖS (AR) ELEMENTAI** – SUKURIA INTERAKTYVIĄ PATIRTĮ.
- **GEOLOKACINĖ REKLAMA** – SKIRTA NAUDOTOJAMS PAGAL JŲ BUVIMO VIETĄ (PVZ., RESTORANAI, RENGINIAI).

TIKSLINGOS INFORMACIJOS PATEIKIMAS SKIRTINGOSE REKLAMOS PRIEMONĖSE

- **KAIP PRITAIKYTI ŽINUTĘ KIEKVIENAM KANALUI?**

- SKIRTINGI REKLAMOS KANALAI TURI SAVITAS TAIŠKYLES – TAI, KAS VEIKIA VIENAME, NEBŪTINAI BUS EFEKTYVU KITAME. BŪTINA PRITAIKYTI TIEK TURINIO FORMĄ, TIEK TONĄ, VIZUALINĘ STILISTIKĄ BEI RAGINIMĄ VEIKTI (CTA – CALL TO ACTION).

- **PAVYZDŽIAI:**

- **INSTAGRAM STORIES** – RYŠKŪS VIZUALAI, TRUMPI TEKSTAI, VEIKSMO KVIETIMAI: „SWIPE UP“, „SUŽINOK DAUGIAU“.
- **GOOGLE REKLAMA** – TRUMPA, INFORMATYVI, SU AIŠKIU NAUDINGU PASIŪLYMU. PVZ.: „20% NUOLAIDA ŠIANDIEN!“
- **PLAKATAS MIESTE** – TRYS PAGRINDINIAI ELEMENTAI: AIŠKI ŽINUTĖ, VAIZDAS, KONTAKTAS / QR KODAS.
- **YOUTUBE REKLAMA** – VAIZDO SIUŽETAS TURI SUDOMINTI PER PIRMAS 5 SEK.
- **INFLUENCERIO ĮRAŠAS** – AUTENTIŠKA REKOMENDACIJA, INTEGRUOTA Į TURINĮ, KURIS ATITINKA JO STILIŲ.
- **EL. LAIŠKAS** – ASMENINIS KREIPINYS, AIŠKUS PASIŪLYMAS, MYGTUKAS SU CTA („PERŽIŪRĖTI PASIŪLYMĄ“).

SVARBIAUSIA – PAŽINTI SAVO AUDITORIJĄ IR ATSIŽVELGTI, KUR IR KAIP JI SUVARTOJA TURINĮ.

IŠVADOS – KODĖL SVARBU PLANUOTI SKLAIDĄ?

- **EFEKTYVI SKLAIDA = EFEKTYVI REKLAMA**

TIKSLIAI SUPLANUOTA REKLAMINĖS MEDŽIAGOS SKLAIDA LEMIA KAMPANIJOS SĖKMĘ. PASIRINKUS TINKAMUS KANALUS IR PATEIKUS TURINĮ ATITINKAMAI, PADIDĖJA TIKIMYBĖ, KAD REKLAMA PASIEKS SAVO TIKSLĄ.

KODĖL VERTA PLANUOTI:

- PASIEKIAMA TIKSLINĖ AUDITORIJA
- IŠNAUDOJAMI SKIRTINGŲ KANALŲ PRIVALUMAI
- TAUPOMOS REKLAMOS IŠLAIDOS
- SUKURIAMAS VIENTISAS ĮVAIZDIS ĮVAIRIUOSE KANALUOSE
- SUKURIAMAS ĮSIMINTINAS VARTOTOJO PATYRIMAS

„REKLAMA NEVEIKIA TADA, KAI JI MATOMA, BET KAI JI SUPRANTAMA IR PAVEIKI.“