

## REDAKCIONĀLI IETEIKUMI VEIKSMĪGĀKA REKLĀMAS VAI SADARBĪBAS RAKSTA IZVEIDEI

Veidojot reklāmas raksta virsrakstu, ir būtiski saglabāt balansu tā garuma ziņā – vislabāk lasītājs uztver tādu virsrakstu, kas nav nedz par garu, nedz par īsu. Optimālākais garums ir no 50-80 rakstu zīmēm, ieskaitot atstarpī.

Raksta saturam ir nozīme - vislabāko rezultātu sasniegs tie raksti, kuros lasītājs varēs iegūt ko noderīgu. Sadarbības rakstā ir svarīgi identificēt un iekļaut problēmjautājumu, kas varētu būt aktuāls auditorijai; sniegt atbildes uz izvirzītajiem jautājumiem un dot padomus vai piedāvāt risinājumus. Koncentrējoties uz lasītāja ieguvumu, nevis produktu un pakalpojumu, kas tiek apskatīts. Proti, sadarbības raksta saturs iesākām veidot tādu, kādu ikdienā portāla redaktori piedāvā saviem lasītājiem.

Nereti dažādi izcēlumi virsrakstā, kas tiek ieviesti, lai palielinātu skatījumus, var izdarīt pretēju efektu, tāpēc vēlams izvairīties no lielajiem burtiem, ja vien tas nav nepieciešams precīzai zīmola rakstiskai atveidei; daudz pēdiņu; semikolu un kolu. Iesniedzot sadarbības rakstu, klients drīkst piedāvāt arī vairākus virsrakstu variantus, ļaujot redaktoram, kurš ikdienā strādā ar virsrakstu veidošanu un, liekot lietā savu profesionālo intuīciju, var izvēlēties piemērotāko variantu, kas varētu būt ar lielāku potenciālu palielināt lasījumu skaitu.

Vienlaikus virsrakstam vēlams nebūt nekonkrētam un pārāk abstraktam, kas itin nemaz neļauj noprast, kas būs lasāms tekstā. Jāņem vērā, ka šis raksts būs viena no satura vienībām, kas tajā dienā cīnīsies par lasītāja uzmanību, tāpēc sekmīgi piemēklēts virsraksts krietni palielinās raksta pozīcijas, cīnoties par uzmanību.

Būtiski izvēlēties ilustratīvu fotogrāfiju, kas būs viegli uztverama arī tad, ja nav atvērta pa visu ekrānu, jo portālā dažādās izvietojuma vietās mainās fotogrāfijas izmērs. Tas nozīmē, ka ļoti detalizētas fotogrāfijas vai tādas, kas ir papildinātas ar tekstu, var radīt pārsātinātības efektu un nesasniegt maksimāli iespējamo rezultātu. Vienlaikus, izvēloties fotogrāfijas dažādos stokos, vēlams paturēt prātā, ka cilvēki vislabāk uztver to vizuālo informāciju, ar ko spēj identificēties, tāpēc mākslinieciski pārspīlētas un pārāk lielu apstrādi piedzīvojušas fotogrāfijas var mazināt lasītāja "ticību" redzētajam un vēlmi atvērt satura vienību, lai smalkāk iepazītos ar piedāvāto informāciju.

Līdz ar to, veidojot sadarbības partneru rakstus, kas sasniegs vislabāko iespējamo rezultātu, ir būtiski pievērst uzmanību virsrakstam un fotogrāfijai, jo tie būs pirmie divi parametri, kas noteiks, vai lasītājs dosies tālāk un atvērs rakstu.

### VĒL JĀPATUR PRĀTĀ, KA:

- Arī pašam tekstam ir jābūt skaidri uztveramam, sadalītam rindkopās un vēlams - ne pārlietu izraibinātam ar boldētām teksta daļām vai LIELAJIEM BURTIEM, jo raibs teksts, kas nav sadalīts rindkopās un papildināts ar apakšvirsrakstiem, var radīt noguruma sajūtu un raisīt lasītāja nevēlēšanos to lasīt tālāk.
- Līdz ar to, rūpējoties par raksta izlasīšanu līdz galam, ir būtiski ievērot optimāla raksta garuma prasības. Vislielākā cerība būt izlasītam līdz galam ir rakstam, kas ietilpst vienā A4 Word dokumenta lapā, tomēr gadījumos, ja nav iespējams iekļauties šajā izmērā, vēlams pašu būtiskāko informāciju izklāstīt pirmajos 30-40%, lai nodrošinātos, ka lasītājs uzzina pašu esenci pat tad, ja netiek līdz raksta beigām.
- Labu papildinājumu rakstītam tekstam sniedz arī fotogrāfijas, ko ir iespējams izvietot tekstā; videomateriāli; fotogalerijas, ja tādas sadarbības partnerim ir pieejamas. Tāpat ir iespējams ievietot hiperlinkus uz ārējiem resursiem vai sadarbības partnera sociālo kontu profiliem.
- Rakstā ievietojot uzņēmuma amatpersonas vai kāda pieaicināta eksperta citātu, vēlams, lai tas būtu gana īss un kodolīgs, un saglabātu labu balansu starp vēlmi pateikt visu un vēlmi pateikt pašu būtiskāko.
- Rakstītajam tekstam ir būtiski būt literāri, gramatiski un stilistiski precīzam, lai radītu vislabāko iespaidu par reklamējamo produktu, pakalpojumu vai aktualizēto problēmjautājumu. Tāpat ir būtiski, lai ilustrācijai izvēlētais fotogrāfijas nav miglainas un nekvalitatīvas.

Tehniskākus jautājumus par fotogrāfiju izmēriem un citiem jautājumiem var atrast tehnisko vadlīniju aprakstā.