

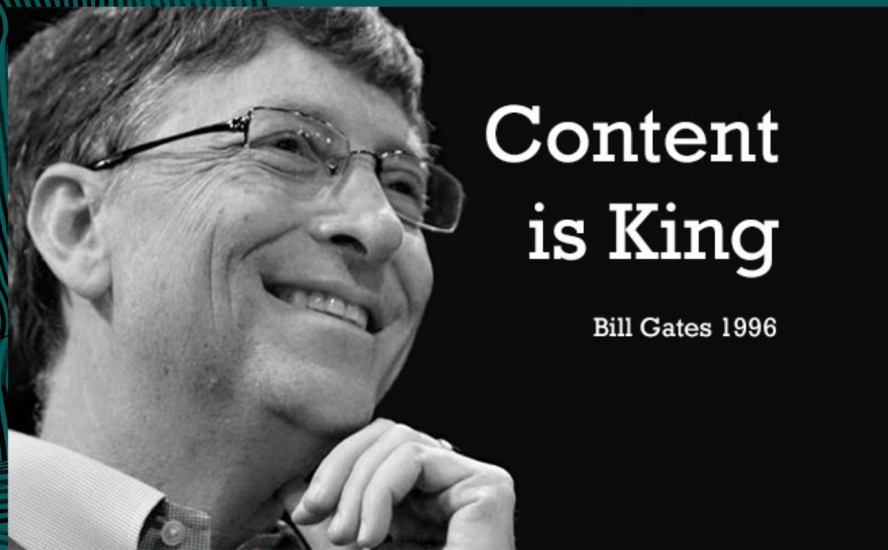


 **VENUDU**

by **caption**



Previously on..



Those who succeed will propel the Internet forward as a marketplace of ideas, experiences, and products—a marketplace of content.

Turinys privalo kurti **vertę:**

- Kad ir estetinę
- Informacinę
- Vertybinę ir kt.

Interneto vartotojams iš principo nepatinka reklama - ar bent jau stiprus bandymas **įsiūlyti** :)

Nugalės tie, kurie išgirs vartotoją ir **keisīs** kartu su jo **poreikiais** :)

Pasakojau apie audiovizualinę medžiagą ir kanalus :)



IV - El. leidiniai



Laikomės to paties koncepto:

Audiovizualinė medžiaga = Turinys

Elektroniniai leidiniai = Turinys

Tik čia - statinis turinys,
su vizualais ir tekstu :)



1



El. leidiniai:
Kas tai?

Elektroninė leidyba - kas tai?



ELEKTRONINĖ LEIDYBA

Įvairaus turinio, pvz. žurnalų, laikraščių, el. knygų, kūrimas ir platinimas internete. Šio proceso metu bet kuri įmonė ar leidėjas gali suskaitmeninti dokumentus ir informaciją, kuriuos žmonės gali peržiūrėti internete, atsisiųsti, jais naudotis, atsispausdinti ar kitaip dalytis.

ELEKTRONINIS LEIDINYS

Pagal tam tikrus reikalavimus **susisteminta** ir **apipavidalinta** semantinė **informacija** ir **komunikacijos būdas**, egzistuojantis skaitmeninėje erdvėje bei vykdomas specialių skaitmeninių prietaisų pagalba.

ĮRENGINIAI ELEKTRONINIAMS LEIDINIAMS

Kompiuteriai
E. skaityklės
Planšetiniai kompiuteriai
Išmanieji telefonai ir kita



Kas yra skaitmeniniai leidiniai?





El. leidinių **privalumai**

1

Greitai ir
(dažniausiai) be
jokių išlaidų
atnaujinami

2

Tvarus
sprendimas -
nereikia
gamtinių resursų

3

Neribotas
kopijavimas ir
dalinimas

5

Leidinių ruošimo
ir maketavimo
principai taikomi
visur

4

Paprastas
įsigijimas ir
paprastas
naudojimas

6

Neribota apimtis



Elektroninė leidyba - kodėl?

Leidyba 2020 metais

| Leidinių rūšys | Leidinių skaičius | Skirtumas procentais (+ / -), palyginti su 2019 m. | Tiražas (tūkst. egz.) | Skirtumas procentais (+ / -), palyginti su 2019 m. |
|-----------------------------------|-------------------|--|-----------------------|--|
| Knygos ir brošiūros | 3257 | -6 | 4825,8 | +0,5 |
| Disertacijų santraukos | 141 | -25 | - | - |
| Vaizduojamosios dailės spaudiniai | 57 | -69 | - | - |
| Natos | 51 | -18 | 9,8 | -49 |
| Žemėlapiai | 17 | -65 | - | - |
| Leidiniai Brailio raštu | 46 | -29 | 0,3 | -40 |
| Garso įrašai | 363 | -25 | - | - |
| Vaizdo įrašai | 6 | 0 | - | - |
| Elektroniniai ištekliai* | 7 | -22 | - | - |
| Serialiniai leidiniai | | | | |
| Žurnalai | 491 | -9 | 38 757,0 | -8 |
| Laikraščiai | 168 | -9 | 63 781,0 | -13 |
| Garsiniai žurnalai | 13 | -24 | 2,0 | -44 |
| Tęstiniai leidiniai | 133 | -24 | 40,1 | -47 |
| Smulkieji spaudiniai** | 3598 | -13 | - | - |

2020 metais Lietuvoje publikuotiems dokumentams suteikti tarptautiniai standartiniai numeriai

| | Iš viso | Skirtumas (+ / -), palyginti su 2019 m. | Iš jų e. leidiniams | |
|--------------------------------|---------|---|---------------------|---|
| | | | Iš viso | Skirtumas (+ / -), palyginti su 2019 m. |
| ISBN (knygoms) | 4810 | -200 | 1081 | +113 |
| ISMN (natų leidiniams) | 267 | +205 | 187 | +176 |
| ISSN (serialiniams leidiniams) | 153 | +29 | 72 | +21 |

Knygų tiražas





El. leidinių trūkumai

1

Ne visi turi įrenginius naudojimui ir peržiūrai

2

Ilgas skaitymas ekrane vargina akis

3

Specialios skaityklės yra gana brangios

4

Leidinyi gali būti tiesiog neįdomus ir neaktualus

5

Neužtenka tik paruošti leidinį, reikia SKLAIDOS

6

Kompiuterinio raštingumo trūkumas bendrai



Be interneto kaip be rankų:

Kad ir kiek galėčiau papasakoti apie techninius aspektus, yra TIEK daug priemonių, nustatymų, parametrų, technikų, programinės įrangos, įstatymų, kad niekaip nespėtume.

Bet be skaitmeninių priemonių šiame tūkstantmetyje neišgyvensite.



2



El. leidiniai:
Rūšys

Leidinių klasifikacija pagal funkcijas

Informacija, skirta
vartotojui

Tekstinė ir vaizdinė informacija, skirta vartotojui yra **pagrindinis leidinio turinys** – būtent ją vartotojas gauna, skaitydamas elektroninę knygą arba atlikdamas informacijos paiešką.

Kontrolės
informacija
+ FORMA

Skirta tam, kad padarytų leidinį **lengviau suvokiamą** vartotojui. Dėl šios priežasties dažnai siekiama, kad puslapiai atrodytų panašūs į spausdintinės knygos puslapius.

Apipavidalinimas

Pagrindinė paskirtis – **užtikrinti navigaciją tarp leidinio puslapių**. Kita paskirtis – **teikti priėjimą prie galimų papildomų galimybių**: pridėti anotacijas prie išrinktų puslapių, naudotis paieškos langeliu ir panašiai.

Skaitmeninių leidinių rūšys

Informaciniai
straipsniai

Internetiniai
laikraščiai

Internetiniai
žurnalai

Infografikai

Elektroninės
knygos

Vaizdo įrašai

Mobiliosios
programėlės

Podkastai

Internetiniai
naujienlaiškiai

Skaitmeninės
brošiūros

Pristatymai

Infografikos

Skaitmeniniai
katalogai

Vaizdo įrašai

Tinklaraščiai

PDF failai

- **Leidinyje** (jei soc. tinklai, naujienlaiškis ar svetainė) turi būti sudaryta galimybė vartotojui pateikti klausimą jam aktualia tema ir gauti atsakymą į jį.
- Rekomenduojama palaikyti diskusijas tarp lankytojų.

- Leidinyje naudojamos technologijos turi būti šiuolaikiškos, atitikti interneto vartotojų poreikius.
- Leidinį reikalinga nuolat, laiku atnaujinti, patikslinti jame anksčiau paskelbtą informaciją.

- Interneto leidinys turi būti lengvai naudojamas.
- Turi atitikti vartotojų poreikius.
- Turi turėti grįžtamąjį ryšį.
- Vartotojui reikia sudaryti galimybę svetainėje pareikšti savo nuomonę.

Rūšis pagal duomenų keitimą

STATINIAI

Nesikeičiantys puslapiai, nesikeičianti informacija

DINAMINIAI

Konfigūruojami puslapiai, nesikeičianti informacija

ATNAUJINAMI

Nesikeičiantys puslapiai, besikeičianti informacija

GYVIEJI

Konfigūruojami puslapiai, besikeičianti informacija

Apgalvokite, kokio tipo leidinys padės jūsų kuriamam turiniui pasiekti iškeltus tikslus

Atsakymai į šiuos klausimus gali padėti pasirinkti tinkamiausią leidinio rūšį:

1. Kuris tipas labiausiai įtraukia jūsų **tikslinę auditoriją**?
2. Kur ketinate **skelbti** savo skaitmeninį turinį?
3. Kokioje terpėje galima geriausiai **parodyti** visus svarbiausius jūsų turinio aspektus?

Leidinio pavyzdys



UDK 908(474.5)
Ka – 14

Sudarė

Nijolė Sisaitė, Zita Tiukšienė

Redagavo

Zita Tiukšienė

Tekstus parengė

Nijolė Sisaitė
Danguolė Dainienė

Nuotraukos

Vitaldas Tiukša

Dizainas ir maketavimas

Augustė Miškinytė

ISBN 978-609-95710-2-7

© Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka, 2017

Tradicinė leidinio sudėtis

VAIZDAS

Iliustruojantis
turinys

Grafinis dizainas
Nuotraukos
Iliustracijos
Infografikai

Maketavimas

Viršelis
“Tuščiasis” viršelis
Autorystė / ISBN
Turinys
Pratarmė
Body tekstas
Literatūra
Teminė apžvalga

TEKSTAS

Vertingas turinys

Pavadinimas -
headline

Pats geriausias ir
vertingiausias
tekstas - *body*

Leidinio
informacija

Viršelis
“Tuščiasis” viršelis
Autorystė / ISBN
Turinys
Pratarmė
Literatūra
Teminė apžvalga



Trumpai apie leidybą - ISBN

Apie ISBN, ISMN, ISSN

ISBN ar ISMN ir brūkšninio kodo suteikimas

Tarptautinis standartinis knygos numeris (ISBN) yra unikalus knygos identifikatorius, naudojamas pasaulyje nuo 1970 m. Sukurtas pagal Jungtinėje Karalystėje 1967 m. įdiegtą knygų numeravimo sistemą (angl. *Standard Book Number - SBN*). Tarptautinis standartinis muzikos leidinio numeris (ISMN) įdiegtas 1993 m., reikėjo atskiro identifikavimo kodo muzikos leidiniams.

Informaciją, kaip gauti ISBN ar ISMN kodą, rasite [čia](#).



Trumpai apie leidybą - ISBN

ISBN suteikiamas:

- spausdintiniems monografiniams leidiniams (knygoms ir brošiūroms);
- leidiniams aklųjų raštu;
- leidiniams, kurių leidėjas nenumato reguliariai atnaujinti ir tęsti neribotą laiką;
- garsinėms knygom;
- elektroniniams leidiniams fizinėse laikmenose (kompaktiniuose diskuose, USB atmintinėse ir kt.);
- internetiniams elektroniniams leidiniams;
- spausdintinių monografinių leidinių skaitmeninėms kopijoms;
- švietėjiškai ir mokomajai programinei įrangai;
- mišrios medijos leidiniams, kurių pagrindą sudaro tekstas;
- žemėlapiams ir atlasams;
- atskirai pataisytai ar papildytai monografinio leidinio laidai;
- skirtingomis kalbomis išleidžiamam monografiniam leidiniui;
- skirtingiems to paties leidinio pavidalams (pvz., kietais ar minkštais viršeliais, aklųjų raštu, garsinei knygai);
- kiekvienam išleistam ir atskirai prieinamam skirtingam elektroninio leidinio formatui (pdf, epub, html, pdb);
- kiekvienam leidiniui, kurio buvo pakeista bet kuri dalis ar dalys, antraštė ar leidėjas;
- daugiatomiems leidiniams suteikiamas bendras ISBN kodas visam tomų rinkiniui ir, jeigu atskiri rinkinio tomai prieinami atskirai, – atskiras ISBN kodas kiekvienam tomui.



Trumpai apie leidybą - ISBN

ISBN nesuteikiamas:

- disertacijoms ir jų santraukoms;
- reklaminiams leidiniams;
- meno leidiniams be antraštinio lapo ir teksto;
- atvirukams;
- žaidimams;
- kalendoriams, kuriuose nėra teksto;
- spalvinimo knygelėms be teksto;
- asmeniniams dokumentams.



Elektroniniai leidiniai:

Keli iš kertinių formatų

Paprastais terminais, standartai

.PNG

Jeigu naudojam skaitmeninėj erdvėj dizaino vizualą - saugojame kaip PNG.

.PDF / .ePUB

Jeigu leidžiame skelbimą / knygą / panašų leidinį - saugojame kaip PDF. Spaudai ir ne tik

.WAV / .MP3

Nekompresuotas audio, kompresuotas audio - įprastai naudojami.

.GIF

Įvairiai kompresuotas judantis turinys, animacija.

.RAW / .HEIC / .TIFF

Aukštos kokybės **nuotraukų** formatai, bet sklaidai naudojame TIFF arba PNG.

.EPS

Vektorinis failas (didinam ir mažinam kiek norim - išlieka matmenys ir kokybė).

.PSD

Darbinis Adobe Photoshop failas su visais sluoksniais, objektais, funkcijomis.

.MOV / .MKV / .MP4

Įvairūs video formatai, bet patogiausia galvoti 1080p formatu (1920 x 1080 pikselių), 25 kadrai.

PDF

.folio

HPub

**PAGRINDINIAI SKAITMENINIŲ
LEIDINIŲ (knygų) FORMATAI**



PDF

Formatas, dažnai naudojamas skaitmeniniams žurnalams kurti. PDF formato ypatumas: išsaugojus ar paskelbus failą su visais elementais, jų negalima keisti ar jais manipuliuoti. Nesvarbu, ar jis peržiūrimas naršyklėje, "Adobe Acrobat Reader", ar mobiliajame įrenginyje – viskas išlieka nepakitę.



PDF formatas neprisitaiko prie naudojamo įrenginio, kad skaitytojas galėtų jį optimaliai peržiūrėti. PDF failų skaitytojai paprastai turi pakreipti ekraną arba rankiniu būdu priartinti ir naršyti po puslapį, kad galėtų aiškiai perskaityti visą turinį.



.folio

Skirtingai nei PDF, .folio formatas leidžia kurti turinį, prisitaikantį prie skirtingų skaitymo įrenginių. Šis formatas, kaip ir PDF, sukurtas "Adobe Systems". .folio formato leidiniai paprastai kuriami naudojant "Adobe DPS" arba "InDesign".



.folio

.folio formatu galima kurti dinamišką turinį, pvz., nedidelius pirkimo langelius, rodomus ant nemokamo straipsnio viršaus Prie **.folio** formato galima pridėti atskirus **.INDD** dokumentus, pvz., straipsnį, viršelį, turinį.



HPub

HTML5 failais pagrįstas HPub formatas yra itin artimas interneto svetainėms. HPub suteikia didžiausią lankstumą, naudojant interaktyvius elementus. Praktiškai bet kokį turinį, kurį galima kurti svetainėse, galima sukurti ir HPub formato leidinyje.



HPub

HPub formatas į leidinį leidžia įterpti video, audio medžiagą, dinamiškas animacijas, interaktyvius elementus, tekstą SVG formatu, prisitaikantį prie skirtingų įrenginių ir ekrano dydžių, neprarandant kokybės.



3



El. leidiniai:
Programinė įranga

DTP programinė įranga

Adobe InDesign

Scribus

Microsoft Publisher

QuarkXPress

DTP (*angl. desktop publishing software*) programinė įranga skirta kurti vizualiniams pranešimams, pavyzdžiui, brošiūroms, vizitinėms kortelėms, sveikinimo atvirukams, interneto puslapiams, plakatams ir kt.

DTP programinė įranga atlieka pagrindinę skaitmeninės leidybos užduotį: **padeda komponuoti tekstą ir grafiką į publikavimui skirtus puslapių maketus.**

PROGRAMINĖ ĮRANGA

QuarkXPress

Adobe InDesign

Microsoft
Publisher

Scribus

PLATFORMOS SKAITMENINIAMS LEIDINIAMS

Issuu

Joomag

Flipsnack

CMS PLATFORMOS

Drupal

WordPress

MetroPublisher

Issuu

Adobe InDesign - Programinės pvz.

InDesign esanti funkcija *Publish Online* leidžia pakeisti spausdintų dokumentų paskirtį, sukuriant jų skaitmeninę versiją.

Galima skelbti ir bendrinti bet kokį InDesign dokumentą – nuo PDF iki failo, kuriame yra mygtukų, skaidrių, animacijų, garso ir vaizdo įrašų.



Adobe apskritai



i O dar geriau - Google Drive

IRAŠŲ TEMOS AMBASADORIAMS



1

Temų sufleriai (angl. "prompts")

- Sveikinimai priėjusius prie komandos**
Naujami nariais priėjusius prie komandos, dalijamės trumpa sveikinimo žinute su kolegos nuotrauka ar iliustracija. Pažymime @kolega.
- Veiklos srities patarimai**
Dalijamės savo ar idomius straipsnio patarimais, padedančiais tobulėti veiklos srityje.
- Knygų, audio knygų, podcast rekomendacijos**
Rekomenduojamas turinys gali būti papildomas knygų viršelių ir įsų nuotraukomis.
- Veiklos srities naujienos**
Dalijamės srities aktualijomis: straipsniai, svetainių nuorodos, blogo įrašai.
- Darbo skelbimai**
Pranešime apie silimos naujas pozicijas.
- Trumpą informaciją apie pasiūlymą ir įmonę**
Papildome iliustracija.
- Idomios patirtys darbe**
Pasidaliname trumpa, bet įtraukiančia neįprasta istorija darbe, įtraukiant sekėjus dalytis ir savo patirtimis.
- Produktavimo įrankiai**
Dalijamės naudingais puslapiais, app'ais, padedančiais atlikti tam tikrą užduotį geriau ar greičiau. Rekomendaciją aprašome punktais.

2

Temų sufleriai

- Aukštes kokybės šaltiniai**
Dalinamės nuorodomis ir naudingą informaciją pateikiančias svetaines su paaiškinimu, kodėl jas rekomenduojame.
- Įmonės renginiai, konferencijos**
Pasidaliname trumpa istorija su nuotraukomis apie renginį ir įmonės rolę jame.
- Atvejo analizės**
Jei yra galimybė, dalinamės išsami atvejo analize su iššūkiais ir sprendimais.
- Panaudojama internete**
Dalinamės aktualiu, nauju viršų ar meme turiniu.
- Provokuojantys klausimai**
Pool formatu užduodame klausimus, skatinančius susimąstyti ir pasidalinti savo nuomone.
- My day at the office**
Trumpas pasakojimas ir nuotraukomis dalinames, kaip atrodo mūsų darbo diena.
- Nesėkminga istorija**
Pasakojame, kaip mums nepavyko atlikti tam tikros užduoties ir ko iš to išmokome.
- Random act of kindness**
Dalinamės istorija apie atliktus gerus darbus ar pagalbą kitiems, sekėjus skatindami dalintis savo istorijomis.

3

Temų sufleriai

- Inovacijos ar pokyčio poreikis**
Aprašome pasikartojančią darbo situaciją, kuriai, jūsų nuomone, reikia inovacijos ar pokyčio.
- Naudingas video turinys**
Dalijamės idomia video medžiaga, vertinga industrijos specialistams.
- Asmeniniai iššūkiai**
Atskleidžiame asmenybę ir ekspertiskumą per ne darbo metu vykstančius pomėgius ir tobulėjimą.
- Statistika per infografiką**
Įdomu ir estetišką formatu perduodame aktualią informaciją apie įmonę arba industriją.
- Paslaugų patikslinimas**
Paslaugų ir jų teikimo proceso paaiškinimas paprastais žodžiais, vizualiais ar video turiniu.
- Nuolaidos ir akcijos**
Dalinamės tuo metu aktualiais įmonės pasiūlymais, nuolaidomis ir akcijomis.
- PDF dokumentai**
Naudojantis LinkedIn SlideShare funkcija leidžia įkelti dokumentą iki 300 skaidrių, kurį galima parsisiųsti ir peržiūrėti.
- Live transliacija**
Savo auditorijai leidžiame pinai įtraukti ir su mumis komuniuoti gyvoje video transliacijoje.

4

Temų sufleriai

- Dalinamės kolegu ar įmonės įrašais**
Pažymedami kolegu arba organizacijos įrašais.
- Procesų paaiškinimo video**
Išdėstome savo paslaugų teikimo procesą video formatu.
- Socialinės problemos**
Pasakojame apie aktualias, mums rūpinčias socialines problemas.
- Atelies renginiai**
Sukurame arba pasidaliname įmonės sukurtu LinkedIn Event (įvykiu), aprašydami jį įrašais.
- Konkursai ir dovanos**
Dovanodami konsultacijas, galime suaktyvinti konkursus dažnai pasiekiamą žemesnės kokybės auditorijai.
- Dalinamės projektų ar produkto progresu**
Kalbame apie ankščiau komuniukuoto projekto arba produkto gyvimo progresu, iššūkiais.
- Pasidaliname padėka**
Tai gali būti padėka kolegai už suteiktą pagalbą, mokytojų už įgytas žinias, netgi krygos ar straipsnio, paverstusio susimąstyti, autorui.
- Palyginimai**
Palyginame kelias skirtingas situacijas, svarias argumentais pagrįsdami lyginimą arba išleidami diskusinį klausimą.

5

Temų sufleriai

- Memes**
Pasidaliname juokingu vaizdeliu ar meme su trumpu komentaru.
- Darbo grafikas**
Pasidaliname savo darbotvarkę, kalendoriaus nuotrauka ar trumpu dienos aprašymu. Klausime sekėjų, kaip atrodo jų diena.
- Lėšų rinkimas**
Skatiname žmones aukoti ir prisidėti prie tam tikros problemos sprendimo, pasidalindami nuoroda ir prierasū, kodėl tai yra svarbu.
- Muzika darbu**
Su trumpu aprašymu dalinamės darbo metu klausomos muzikos grojaraščių ar dainomis, kurios motyvuoja.
- Rekomendacijos ir patarimai**
Pašome auditorijos dalintis rekomendacijomis tam tikroms situacijoms ar užduotims atlikti.
- Sveikinimai**
Valdoviniu ar sričiai aktualiu tarntautiniu įvenčiu.

6



Kalbėkite kultūringai, taisyklingai ir pagarbiai

Nors autentikškas bendravimas – duryis į auditorijos širdį, ambasadoriai yra prekiniu ženkuo veidas. Keiksmažodžiai ar kančius komentarai turi neigiamos įtakos įmonės įvaizdžiui.

Štai, kodėl prieš viešinant įrašą, rekomenduojama jį peržiūrėti tiek klaidų, tiek galimū nepažeidžiamų.

7

Būkite pozityvūs

Net jei ambasadorystė dabinais autentikumu, joje nėra vietos negatyvumui. Jei planuojate įrašą apie įmonės sunkumus, rekonstruokite jį.

Pasakokite apie problemą ir skėmingą jos sprendimo būdą. Taip sukursite pozityvų įmonės įvaizdį, o save pateikite kaip kvalifikuotą specialistą.



Tiek kartų daugiau įmonės, kuriančine natraukili darbotvė.

8

Neliežuvaikite

Būti atvirams – žavū, tačiau nesidalinkite konfidencialia informacija, kaip:

- esami įmonės klientai ir sardoriai su jais,
- privatus duomenys,
- kontaktinė informacija.

Taip pat įrašuose atsiskykite neigiamų patirčių viešinimo, gandų ar išgyvenimų.*




9

Pažinkite savo auditoriją!

Komuniukite numatyta auditorija – dalsis skėmingos ambasadorystės strategijos.

Apasvarkite, kaip jūsų turinys derės su organizacijos vertybėmis bei auditorijos lūkesčiais.

Kad auditorija pažintumėte geriau, užduokite klausimus savo paskyroje. Taip ne tik įtraukite auditoriją, bet kartu geriau ją pažinsite.



10

Procesas

TURINYS

Sukuriamas esminis turinys (pavyzdžiui, tekstas numatyta tema), papildomi aprašymai, numatomos detalės

1

DIZAINAS

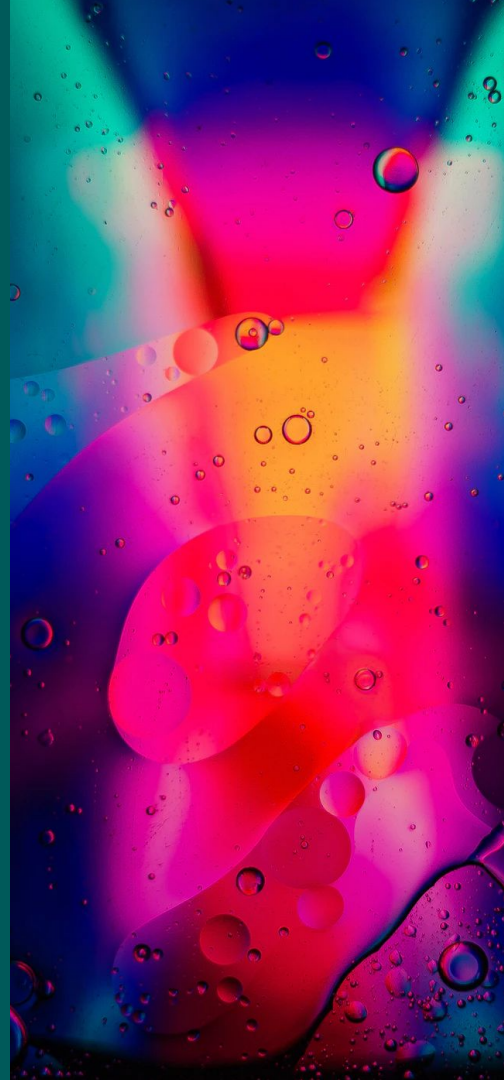
Sukuriamas turinio išdėstymas, paruošiami elementai spaudai (užlaidos, saugos zona), paruošiama techniškai (300 dpi, PDF)

2

KOREKCIJA

Trečioms akims peržiūrėjus, komentarų forma pažymimos klaidos, atliekamos korekcijos

3





4



El. leidiniai:

Prieš leidžiant pagalvojam



Vadyba ir autorinės teisės

Leidinyi turi būti sukurtas ir skelbiamas legaliai:

- Jo puslapiuose reikia nurodyti, kokiomis sąlygomis vartotojai gali naudoti leidinio turinį.
- Leidinio kūrėjai turi pasirūpinti, kad nebūtų pažeidinėjamos asmens privatumo, intelektinės, nuosavybės teisės.
- Būtina apibrėžti kūrinių autorių, savininkų ir svetainės savininkų interesus ir teises.

AIŠKUMAS

- Vartotojui apsilankius pirmame leidinio puslapyje (tinklapyje) turi būti aiški leidinio misija, jo turinys, svarbiausi skyriai ir kt.
- Čia turi būti pateikti duomenys ir apie leidinio priklausomybę, kūrėjus, kas leidinį rengia.
- Būtina, kad svetainės pavadinimas, interneto adresas (URL) atitiktų leidinio turinį.
- Pirmajame svetainės puslapyje nerekomenduojama naudoti sudėtingų efektų ir privalomų dinaminių įžangų

EFEKTYVUMAS

- Pagrindiniai svetainės tikslai turi būti pasiekiami leidiniui tinkamai parenkant medžiagą.
- Ji turi būti tiksli, konkreti, teisinga, tinkamai pateikta.
- Svetainės tikslams pasiekti turi padėti leidiniui parinkta navigacija.
- Priežiūra
- Leidinyje naudojamos technologijos turi būti šiuolaikiškos, atitikti interneto vartotojų poreikius.
- Leidinį reikalinga nuolat, laiku atnaujinti, patikslinti jame anksčiau paskelbtą informaciją.



Leidinio prieinamumas

Leidinio kūrėjai turi išlaikyti balansą tarp šiuolaikinių technologijų, taikomų kuriant interneto leidinius, ir numatomos leidinio lankytojų auditorijos galimybių pasiekti leidinyje skelbiamą informaciją (internetu vartotojų įgūdžių, jų turimos programinės ir kompiuterinės įrangos).

PRITAIKYMAS KALBOMS

- Turinys (ar jo pagrindinė dalis) turėtų būti pateikiamas ne viena kalba.
- Perėjimas į kitą kalbą turėtų būti lengvai surandamas.
- Leidinio kitos kalbos versijos turėtų būti to paties dizaino stiliaus.

EFEKTYVI PAIEŠKA

- Leidinyje turi būti pateikiami vartotojui nematomi, bet programoms – paieškos robotams pasiekiami reikalingi metaduomenys.
- Interneto leidinys turi būti lengvai surandamas žmogui ir robotui.

PERIMAMUMAS

- Interneto kultūros leidinių kūrėjai, savininkai turi užtikrinti jų ilgalaikiškumą: technologijų, medijų, failų formatų, duomenų modelių perimamumą.



Elektroniniai leidiniai:

Dizaino patarimai

Įsimenamumas, patogus ir paprastas

3,42 sekundžių taisyklė

jei lankytojas per maždaug tiek laiko puslapyje nerado nieko, kas patrauktų jo dėmesį, jis paprasčiausiai nueis kitur.

Akiai užkabinti

Atkreipti dėmesį padeda ryškesnės antraštės, internetinės nuorodos, įterpti paveikslėliai.

Lengvai peržvelgiamas tekstas

Svetainės ar leidinio skaitytojas, apsilankęs pirmą kartą, teksto pilnai neskaityo – tik peržvelgia.



Skaitomumo lengvinimas

Nedaryti per daug plačių
puslapių

Skaidyti tekstą į smulkesnes
pastraipas

Neužteršti teksto
šauktukais, *italic* ar CAPS
raidžių masyvais

Tipinis lapo plotis 1024px,
tipinis tekstinio stulpelio
plotis apie 700 pikselių

Naudoti patogų, didelį šriftą.

Neserifinių šriftų
skaitomumas lengvesnis,
nei **serifinių**.

Tekstą reikia skaityti ir
redaguoti, tikrinti
gramatines ir stiliaus
klaidas.

Nuorodų naudojimas tekste

Pabrauktą tekstą skaitytojas
palaikys nuorodomis

Pateikiant nuorodą
reikalingas aprašymas, kur ji
veda

Periodiškai reikia tikrinti
leidinio nuorodų „gyvybę“

Vidinės nuorodos turėtų
atsirasti esamame, o ne
naujame lange

Grafiniai elementai

NUOTRAUKOS IR VIZUALINIAI EFEKTAI

Lankytojų vertinami pozityviai tik tada, kuomet jie „įsipaišo“ į informacinį kontekstą. Niekuo nemotyvuoti gražūs paveikslėliai trukdo pagrindinės informacijos suvokimui.

NAVIGACINIAI ELEMENTAI

Turi būti gerai pastebimi, tačiau iš kitos pusės, neturėtų būti pernelyg iššaukiantys, atitraukiantys dėmesį nuo puslapyje skelbiamos informacijos.

Bėganti eilutė – turi daugiau minusų, nei plusų.

Garso efektai kuria nereikalingą triukšmą, gali sutrikdyti leidinio skaitytoją.

SKAITYTOJĄ TRIKDANTYS ELEMENTAI

Foniniai paveikslėliai, pavyzdžiui, pergamentas ar marmuras.

Naujai atsiradantys pop-up tipo langai.



Elektroniniai leidiniai:

Kaip patikrinti, ar leidinys paruoštas?

PATIKRA

- Procesas, kurio metu tikrinama, ar sukurtas produktas atitinka nustatytas specifikacijas.
- Patikros tikslas – nustatyti, ar technologiškai tinkamai sumaketuotas skaitmeninis leidinys.

TESTAVIMAS

- Testavimas metu tikrinama, ar sukurtas produktas atitinka reikalavimus, ar veikia ir atrodo taip, kaip tikimasi, ar tenkina būsimo skaitytojo lūkesčius.
- Testavimo tikslas – rasti ir ištaisyti leidinio maketavimo klaidas.
- Šiuo tikslu sudaromi testavimo scenarijai, naudojami įvairūs testavimo metodai.

Testavimo įrenginiai

KOMPIUTERIS

Su Windows bei Mac operacinėmis sistemomis.

PLANŠETINIS KOMPIUTERIS

Su iOS ir Android operacinėmis sistemomis.

IŠMANUSIS TELEFONAS

Su iOS ir Android operacinėmis sistemomis.

DRAUGAS

Svetimos akys pastebi klaidas ;)

Testo scenarijus

1. Ar sumažintas leidinio viršelis peržiūros programoje atrodo taip, kaip sumanyta?
2. Ar visi metaduomenys matomi leidinio peržiūros programoje?
3. Ar atverto leidinio viršelis matyti per visą ekraną, ar neiškreiptos proporcijos?
4. Ar pastraipų tekste naudojami numatyti šriftai?
5. Ar antraščių elementams tekste naudojami numatyti šriftai?
6. Ar nėra teksto dalių, kur nerodomas lietuviškos raidės?
7. Ar teksto, antraščių ir kitų tekstinių elementų spalvos yra tokios, kokios buvo numatytos?
8. Ar puslapių fonas, jo spalvos tokios, kaip ir buvo numatyta?
9. Ar iliustracijos telpa į ekraną?
10. Ar tekstas apgaubia iliustracijas taip, kaip numatyta?
11. Ar transliuojami vaizdo ir garso siužetai? Ar yra jų valdymo mygtukai?
12. Ar pakankamai garsiai ir aiškiai girdimas vaizdo ir garso siužetų garso takelis?
13. Ar veikia dinaminis leidinio turinys?
14. Ar gerai veikia (nukreipia ten, kur reikia) leidinyje naudojamos hypernuorodos?
15. Ar yra pilna informacija apie leidinį (informacija apie leidėjus, autorines teises ir t. t.)?
16. Ar matote visą informaciją (tekstinę, iliustracinę), kurią įdėjote į leidinį?
17. Ar leidinys atrodo gerai, kai peržiūros programoje padidinamas, pakeičiamas šriftas, peržiūros režimas (dienos, nakties ir kt.)?



VENUDU



Pertraukėlė -

Puiki proga parašyti klausimą į chat :)



5











El. leidiniai:
Leidinių turinys



Suprantame formatą:

Dabar supraskime, kad į šį formatą reikės įpakuoti kažkokią įdomią informaciją :)

Turinys: DOKUMENTUOKIT, nekurkit

-  Iš tikrų kasdienių situacijų **nuasmeninant**
-  Iš produktų / paslaugų klientams
-  Gauti apdovanojimai, sertifikatai
-  Naujaisi profesiniai rūpesčiai / sprendimai
-  Sėkmės ar pokyčio statistika
-  Veiklos kartu su komanda
-  Pagiriant klientą, situaciją, sprendimą
-  Pergalės, pralaimėjimai, *viskas!!*



Klauskite savęs

Kaip patobulėjau, ko išmokau šiandien?

Kaip mano darbas palengvina kolegų darbą?
Kokią įtaką mano darbas daro kuriamam produktui?

Su kokiomis problemomis ir iššūkiais susidūriau, kaip juos įveikiau?



Kaip mes/aš laužome industrijoje ar veikloje nusistovėjusius stereotipus?

Kuo darbas mano rinkoje ar kitur skiriasi nuo rinkoje įprastų praktikų?

Kokią įtaką mano darbas daro galutiniam klientui?

Kokių nestandartinių praktikų ėmiausi, kad išspręščiau užduotį?



Po dvasinių paieškų:

Dabar reikia nuspręsti, kaip sukurtą turinį pritaikysime skirtingoms platformoms.



Kanalai ir kūrimo procesas

Pillar Content - tai turinio gamybos ir skaldymo logika, kur iš didelio turinio vieneto gaminame mažesnius, pritaikomus konkreitiems kanalams. Kampanija - puiki proga panaudoti Pillar Content logiką taupant biudžetą.

Kūrybinė žinutė

Plataus naudojimo turinys:

Video, PR straipsnis, blogo įrašas, YouTube video, konferencijos pranešimas, etc.

GERA IDĖJA

Žinutės pritaikymas

Mikro-turinys:

Išskiriame pagal atskirą panaudą nedidelius turinio vienetus.

Atskiros įžvalgos

Adaptacijos

Turinio pritaikymas skirtingiems tinklams:

Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, TikTok, ambasadoriai, influenceriai, etc.



Pillar content schema (1)

Kūrybinė žinutė

Turinio sesija

Skaldymas

**Kūrybinė žinutė =
GERA IDĖJA**

Apgalvojame resursus,
susiplanuojame veiksmus,
pasiruošiame brandbook'ą
ir failus

**Turinio sesija =
IŠ VIENO Į DAUG**

Fotografuojame, renkame
medžiagą, rašome tekstą.
Visa tai dalinsime į
mažesnes dalis

**Turinio pritaikymas =
PIGU / PATOGU**

Skeliame į paprastus
vienetus - įrašui, reklamai,
funnel'ui, tekstai (ilgesni,
trumpesni, šūkis)



Pillar content schema (2)

Sklaida

Gera sklaida = TIKSLIAI SUPLANUOTA

Excel'is su datomis, tekstais, hashtagais, pakeitimais ir komentarais

Įkeliami į FB/IG/LI platformas, kur galima iš anksto planuoti. Perkama reklama, tariamasi su influenceriais

Kampanijos eiga (1)

Gera eiga = ATIDŽIAI PRIŽIŪRIMA

Sekame skaičius, rezultatus, platiname suplanuotus ir *ad hoc* turinio vienetus. Aktyviai network'iname ieškodami naujų galimybių

Skiriame 10-20% resurso pirmam ar antram mėnesiui. **Galima A/B testuoti**

Kampanijos eiga (2)

Funnelio laikymasis = ŽINGSNIAIS

Toliau prižiūrime komunikaciją, tačiau paleidžiame antrojo etapo vizualus ir tekstus, su tolimesne žinute

Skiriame 10-20% resurso priešpaskutinėms dviem savaitėms



Pillar content schema (3)

Kampanijos eiga (3)

Žmogiškas elgesys = VISI UŽMIRŠTA

Pateikdami darskart mūsų pasiūlymą spaudžiame gazą ir paleidžiame CTA veiksmo trečią etapą stipriam rezultatui

Visas likęs biudžetas, ne mažiau 60% bendro biudžeto

Uždarymas

Gera pabaiga = PADĖKOJIMAS

Dėkojame klientams ir bendruomenei, rodome organizacijos vidų, veidus, žmones

Atsakinėjame į žinutes ir komentarus, visus iki vieno :)

Peržiūra, pergalvojimas

O dabar - poilsis, bet tik peržiūrėjus rezultatus

Atidžiai peržiūrime skaičius, mūsų veiksmus, trūkumus, iššūkius - ir matuojam, ką galim kitam kartui daryti geriau. Eksperimentuokit!



Žmonės ieško vertės ir grožio:

Nepamirškime, komunikacija neturėtų būti savanaudiška - galvokite apie auditoriją!



Apie vertingą požiūrį

Laikomasi pakankamai **egoistiško** požiūrio bendroje verslo strategijoje.

47% They offer strong customer service

46% They engage their audience

44% They are transparent

39% They create memorable content

33% They have a distinct personality

28% They tell a compelling story

23% They are the first to join a new social network



Sukursime produktus
pirkėjams, o ne pirkėjus
produktams



Suprasime **motyvaciją**,
kasdienybę (psichografija)



Kalbėsime tais žodžiais,
kokiais kalba mano
vartotojas



Išsiaiškinsime *pain point'us*
- iš to ateina mūsų **vertės**
pasiūlymas



Vartotojas visad centre



Vartotojų sukurtas turinys



Pilna vartotojo patirtis



Aiškiai suprasime visus vartotojo poreikius



Atsiliepimai ir įvertinimai



Influenceriai ir ambasadoriai



Pasiruošime nepriekaištingą vartotojo kelionę



Įsitraukimas, bendruomenė



Vertingas ir edukuojantis turinys



Būsime **visada pasiekiami** auditorijai, jausdami pulsą



Klientų aptarnavimas



UX / UI ir žmogiškas faktorius



Padidinsime šansus atlikti **konversiją** - pagrindinį mūsų tikslą



Neegzistuojame vakuume:

Yra daug kitų prekės ženklų, iš kurių galime pasimokyti. Tad mokykimės!



Dekonstruodami mokomės

Profilio tvarka -
aprašymai, nuorodos,
grotąžmės

Stories - kaip
naudojama, ar
grupuojama į Highlights

IG Guides - ar aktyviai
rūšiuojama informacija?

Vaizdo tvarka -
kompozicija,
spalviškumas, tonai

Video - ar išnaudojama
Reels, IGTV, Stories,
įrašams

Reviews - ar dalijamasi
vartotojų atsiliepimais
pasitikėjimui sukurti?

Teksto tvarka -
storytelling, CTA,
grotąžmės

IG Shop - ar produktai
sukelti į IG Shop sistemą

Reklama - ar 'perkamas'
matomumas (0-1%
organic)?

Galutinis vartotojas -
kaip žaidžiama su
vartotoju?

Integracijos - ar
produktai įtraukiami į
įrašus, nuorodų tvarka

Industrija - ar
pateikiamos naujienos,
iššūkliai, džiaugsmai?



6



El. leidiniai:
Įvykdymo procesai

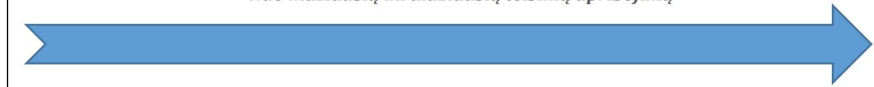



Licencijos - autorių teisės

8 lentelė. Ženklavimo asortimentas

| SKYRIUS | SIMBOLIS | PAVADINIMAS (ANGL.) | VERTIMAS (LIET.) | |
|---------|--------------------|---|---|--|
| 6.3.1. | PD | Public Domain | Viešojo sritis | Aurių teisės negalioja. |
| 6.3.2. | NoC-NC | No Copyright–Non-Commercial | Aut. t. negalioja–Nekomercinis naudojimas | |
| 6.3.3. | NoC-OKLR | No Copyright–Other known legal restrictions | Aut. t. negalioja–yra kitų teisinių apribojimų | |
| 6.3.4. | CCO | CC zero | CC nulis | Tai nėra CC licencijos. |
| | | | | |
| 6.3.5. | CC BY | CC By | CC Autorystės nurodymas | Tai CC licencijos. |
| 6.3.6. | CC BY-SA | CC By–Share Alike | CC Autorystės nurodymas–Įpareigojimas dalintis | |
| 6.3.7. | CC BY-ND | CC By–No Derivatives | CC Autorystės nurodymas–Draudžiamos modifikacijos | Aurių teisės galioja su nustatyto-mis išimtimis. |
| 6.3.8. | CC BY-NC | CC By–Non-Commercial | CC Autorystės nurodymas–Nekomercinis naudojimas | |
| 6.3.9. | CC BY-NC-SA | CC By–Non-Commercial–Share Alike | CC Autorystės nurodymas–Nekomercinis naudojimas–Įpareigojimas dalintis | |
| 6.3.10. | CC BY-NC-ND | CC By–Non-Commercial–No Derivatives | CC Autorystės nurodymas–Nekomercinis naudojimas–Draudžiamos modifikacijos | |
| | | | | |
| 6.3.11. | InC | In Copyright | Galioja aurių t. | Aurių t. galioja; labiausiai ribojamas objektų naudojimas. |
| 6.3.12. | InC-EDU | In Copyright–Educational Use Permitted | Galioja aurių t. –leidžiamas naudojimas edukaciniais tikslais | |
| 6.3.13. | InC-EU-OW | In Copyright–EU Orphan Work | Galioja aurių t. –ES „kūrinyms našlaitis“ | |
| 6.3.14. | CNE | Copyright Not Evaluated | Aurių t. nevertintos | Tai nėra CC licencijos. |

Nuo mažiausių iki didžiausių teisinių apribojimų



| „LAISVESNĖS“ licencijos/pareikštys | | „GRIEŽTESNĖS“ licencijos/pareikštys |
|--|---|--|
| CC0* |  | NoC-NC NoC-OKLR CC BY-SA CC BY-ND CC BY-NC CC BY-NC-SA CC BY-NC-ND InC InC-EDU InC-EU-OW CNE |
| | CC BY** | |
| <p>* CC0 panašu į PD: CC0 siūlo autoriui atsisakyti visų (įskaitant neturtines, taigi ir „autorystės nurodymą“) teisių ir „atiduoti“ kūrinį viešajai sričiai, taigi pritaikyti kuo labiau į PD panašų režimą; visgi galiojantis teisinis reguliavimas gali šiek tiek susiaurinti tokias CC0 siūlomąs galimybes. Plačiau apie CC0 – 6.3.4 skyriuje.</p> | | |
| <p>** Naudotojui leidžiami su objektu atlikti veiksmai analogiški.</p> | | |



Resursai - kas gali įvykdyti?

Freelanceriai (išoriniai ir vidiniai)

Marketingo grupės, Fiverr,
pažįstami ir pan.

- + **Sąlyginai maža kontrolė**
- + **Žmogus-orkestras**
 - Žmogus orkestras
 - Nebūtinai viską mokės
 - Nebūtinai suras laiko
 - Papildomi kaštai

Agentūros

Pasiūlymas iš agentūrų
(įvairaus bruožo)

- + **Vidutinė kontrolė**
- + **Kolektyvas-orkestras**
 - Atlikimo terminai
 - Nebūtinai išjaus viską
 - Didesni kaštai

Etatai / *in-house*

Visiškai savarankiška veikla

- + **Didelė kontrolė**
- + **Stiprus išjautimas**
- + **Be papildomų kaštų**
 - Laiko trūkumas
 - Rankų trūkumas

Kas ką kada kaip daro?

Darbų sąrašas

- Atnaujinti paskyros funkcinę dalį
- Atnaujinti paskyros tekstus ir vizualus
- Sutvarkyti 'tagged' dalį, reviews
- Aktyvuoti autoatsakiklį / chatbot
- Įdiegti Pixel į svetainę
- Aktyvuoti Google Analytics
- Svetainės atnaujinimas
- E-parduotuvės ir FB/IG shop diegimas
- Svetainės ir social indeksavimas, robots @ Google
- Įvedimo kampanijos sukūrimas

Kokiais laiko terminais

- Iki liepos 21 - Liucija, Jonas, Rugilė
- Iki liepos 21 - Liucija, Jonas, Rugilė
- Iki liepos 21 - Liucija, Jonas, Rugilė
- Iki liepos 28 - Liucija, Rugilė
- Iki liepos 28 - Liucija, Rugilė (+dev)
- Iki liepos 28 - Liucija, Rugilė
- Iki Q3/Q4
- Iki Q3/Q4
- Iki Q3/Q4
- Iki 2022 Q1




7



El. leidiniai:
Šiuolaikiškumas

Šiuolaikiškumas - dizainas

Discover what you can design.



A hand is shown drawing a logo on a white surface with a black pen. The logo features the word "DESIGNERLAND" in a stylized, outlined font, with "DESIGN" and "LAND" stacked vertically. The drawing is framed by a green border.

Portfolio *multiplayer*

TYPE OF WORK: Branding Application Product

A portfolio cover with a red-to-white gradient background. The word "Portfolio" is in a large serif font, and "multiplayer" is in a smaller, italicized serif font below it. In the bottom right corner, there is a circular logo with the text "TYPE OF WORK: Branding Application Product" around it.

designerland collab pin board site recs

Design Tips 😊

“Graphic design tips i found on TikTok that changed my life: a thread”

from Rachel Autumn 🌐

A pink-to-purple gradient background with a crumpled paper texture. At the top left is a black pill-shaped logo with "designerland" in white. To its right is the text "collab pin board site recs". The main text "Design Tips" is in a large serif font with a smiley face emoji. Below it is a quote in a smaller sans-serif font. At the bottom right, it says "from Rachel Autumn" followed by a globe icon.

B O

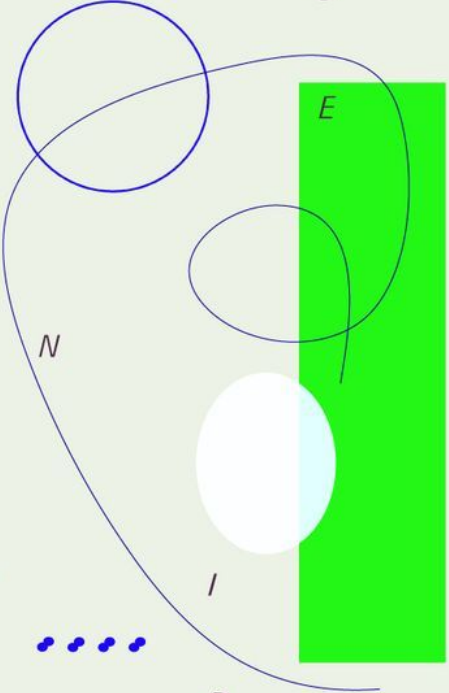
R E

I N

M I

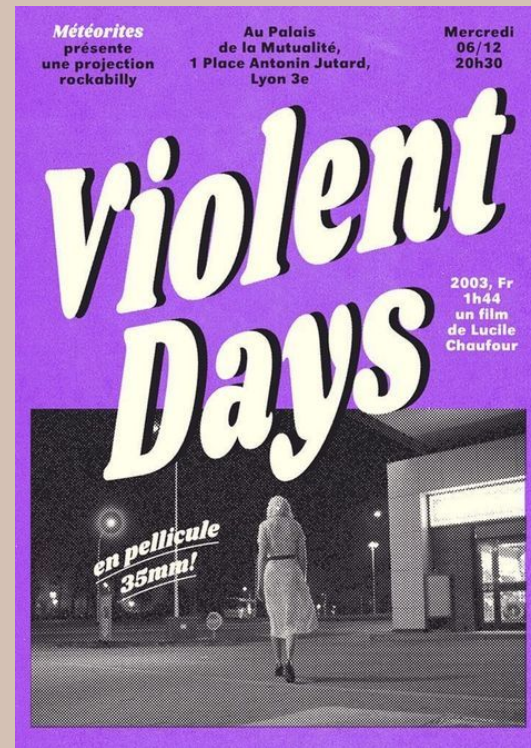
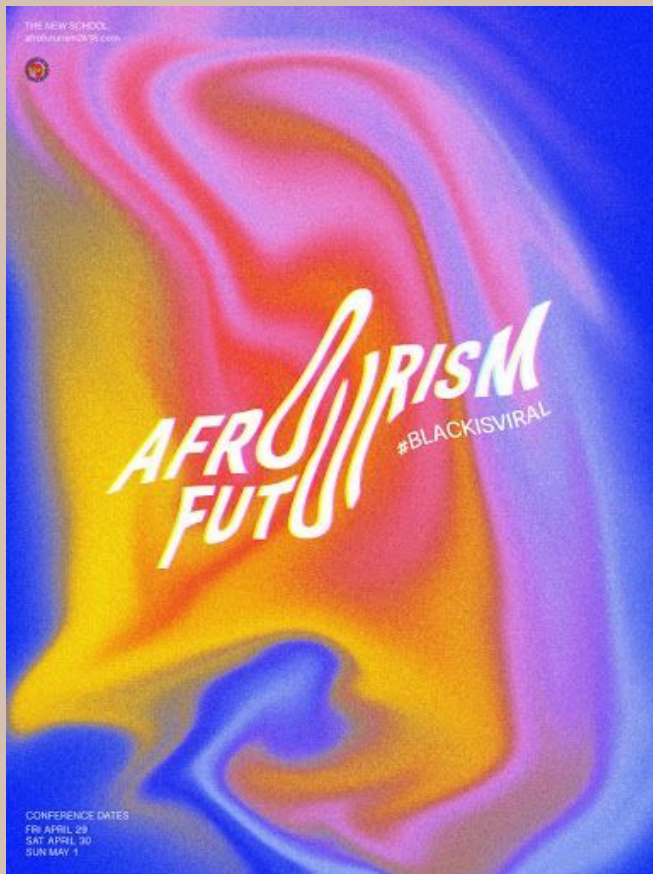
N D

I need a little time

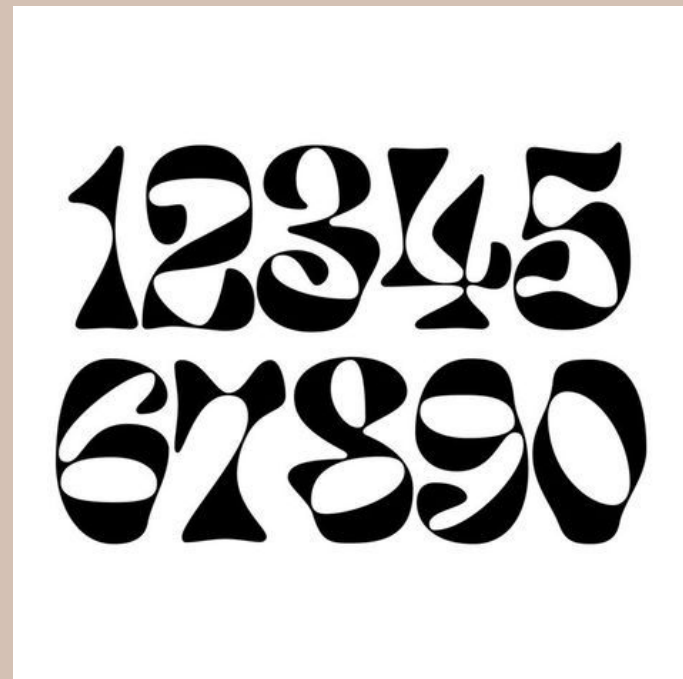
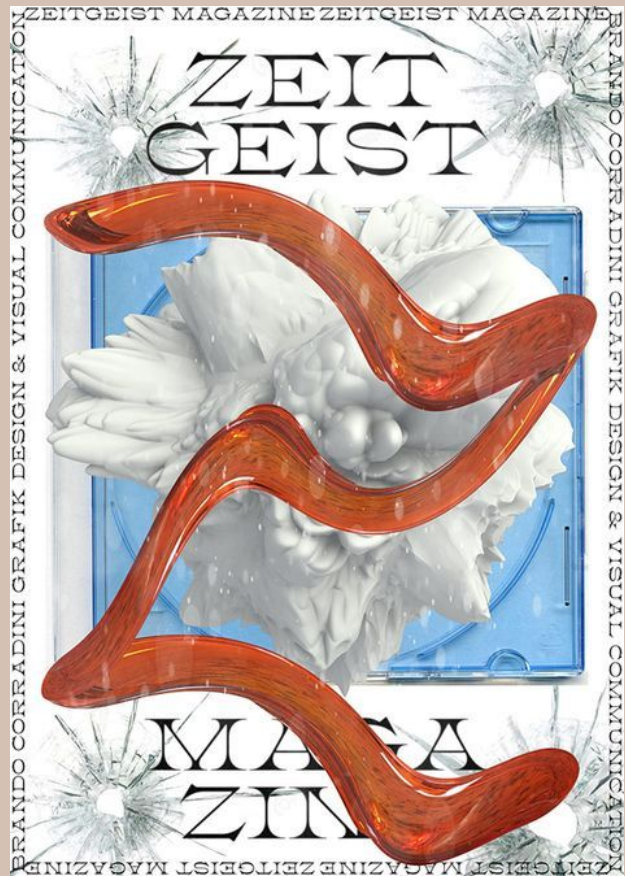


An abstract graphic design on a light green background. It features several overlapping circles in blue and white. A vertical bar on the right side is split into a green top half and a white bottom half. The letters B, O, R, E, I, N, M, I, N, D are scattered around the composition. At the bottom right, there is a vertical line of text that reads "I need a little time".

Šiuolaikiškumas - dizainas



Šiuolaikiškumas - dizainas



Šiuolaikiškumas - foto



Šiuolaikiškumas - foto



Šiuolaikiškumas - foto





8



El. leidiniai:

Reikėtų taisyklių - *brandbook*



Elektroniniai leidiniai:

Turinio / teksto taisyklės

Tonas

JAUSMAS

Draugiškas
Žaismingas
Šiltas
Profesionalus
Atviras
Autoritetingas
Paslaptingas
...

1

KALBA

Tarsi šnekamoji
Naudojami
anglizmai
Humoras
Kompleksiška
Tiesioginė
Poetiška
Metaforiška
Jūs ar Tu?
Deminutyvai
...

2

TIKSLAS

Įtraukti vartotoją
Edukuoti vartotoją
Informuoti
Įgalinti/įkvėpti
Pralinksminti
Parduoti
Formuoti/pakeisti
nuomonę
...

3

...opped by an almost perfect
learn. The ceaseless heat
the rocks I sit on,
vory and ^{released} I saw my bre
ling hills, covered with
lowers, cut off abruptly
e sea. I am in a
to the distance...
o the sky, beautifully red
ormed clouds. Vaguely
ondora is ~~in~~
e still out, and is beginning
now on the Ororo volcano
see the sky on the oppo
walk back through the
his must be the hang-
young people at night.
is where the older generation
Interesting and unusual co

Kokie raktiniai žodžiai mus **apibūdina**?

Sumanumas

Esame greitai mąstantys, gudrūs. Išmanome, ką sakome, bet nepateikiame savęs, kaip protingiausių.

Lankstumas

Prisitaikome prie įvairių situacijų. Skirtingi klientai turi skirtingus poreikius, tad į savo teikiamą paslaugą žiūrime lanksčiai. Atkartojame kintančią aplinką ir kintame su ja. Esame atviri diskusijoms.

Problemų sprendėjai

leškome būdų, kaip galėtume spręsti kylančius sunkumus. Atidžiai stebime aplinką, jog pastebėtume atsirandančias problemas. Jos mūsų negąsdina, o domina.

Jaunatviškumas

Atsižvelgdami į savo pačių amžių ir prekinio ženklo naujumą, kalbame jaunatviškai, bet nesame vaikiški. Turime subalansuotą kiekį energijos.

Inovatyvumas

Esame atidūs mus supančiai aplinkai. Kuriame dabartį lengvinančius sprendimus. leškome būdų, kaip galėtume keistis dabar.

Progresas

Žavimės tiek savo, tiek rinkos ateities perspektyvomis. Nuolatinis tobulėjimas yra mūsų varomoji jėga. Aplinkos augimas skatina mus augti patiems.

Kokie raktiniai žodžiai mūsų **neapibūdina**?

Jausmingumas

Nesame valdomi emocijų. Mūsų jausmai yra santūrūs ir suvaldyti. Iš laimės neverkiame, o lengvai nusišypsoms.

Perdėtas veržlumas

Nebėgame, nesiverčiame per galvas. Mūsų energija yra idėjose ir veikloje. Kalbėdami nešaukiame ir susivaldome.

Pasididžiavimas

Džiaugiamės savo pasiekimais, bet nesididžiuojame agresyviai ir savęs neaukštiname. Mes artimi kuklumui.

Principingumas

Nesame kietakakčiai, o priešingai – lankstūs. Savo tiesų neįrodinėjame kaip neginčijamų.

Susireikšminimas

Nekeliame savęs ant pjedestalo. Ne mes esame svarbiausi, o esame ar būsimi klientai. Mes ne geresni už konkurentus, o tiesiog kitokie nei jie.

Rūpestingumas

Perdėtai nesirūpiname. Mūsų rūpestis gali pasirodyti per veiklos procesus, bet žodžiais to neišreiškiame.

Teksto ilgis



Limitas: 63,206 ženklų

Rekomendacija: 100-250 ženklų
(60% krenta įsitraukimas
ilgesniems tekstams)



Naudojame tik naujienų ir svarbių įvykių kategorizavimui, vartotojo patogumui



Limitas: 2,200 ženklų

Rekomendacija: 125 matomi prie vizualo, tad ten palikti esminę žinutę.



Ne daugiau 3-5 grotaziymių įrašui, galima vieną unikalų savo sukurtą ir du labai dažnai naudojamus (pagal paiešką)



Limitas: 1,300 ženklų

Rekomendacija: 125 matomi prie vizualo, tad ten palikti esminę žinutę.



Ne daugiau 3-5 grotaziymių įrašui, galima vieną unikalų savo sukurtą ir du labai dažnai naudojamus (pagal paiešką)



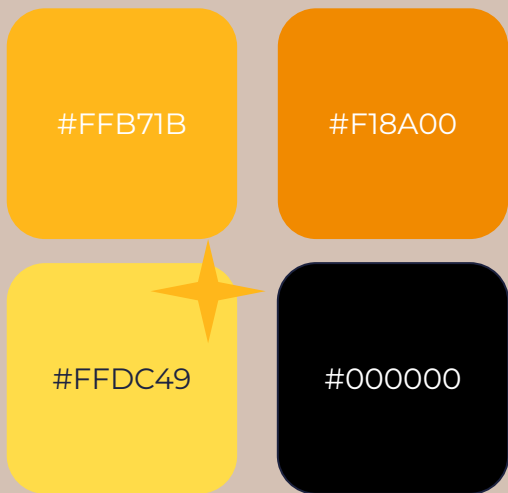
Elektroniniai leidiniai:

Vizualios dalies taisyklės

Spalvos

Susitariame su savimi, kokios yra mūsų prekės ženklo spalvos?

Main colors:



Additional colors:



Spalvų kombinacijos

Iškart nusimatome, kokias spalvų kombinacijas naudosime:



Šriftai

Display:

DK BOCADILLO REGULAR

Heading:

ITC Franklin Gothic Std - Demi

Body 1:

ITC Franklin Gothic Std - Book

Additional (symbols):

Segoe Script - Bold

Dizaino elementai

Siekiant turinio vienodumo, pasirenkame dizaino elementus visoms leidybos priemonėms:

Bubbles (priklausoma kaip naudosime)



Pictos



Dizaino elementai

Nauji elementai
(pagal originalų
brandbook)



Naujos iliustracijos
(pagal originalų
brandbook)



Naudojamų nuotraukų įvaizdžiai



Dažniausiai mažiau yra daugiau

-15% nuolaida
Phildar siūlams



-15% nuolaida
Phildar siūlams



APSIPIRKTI

-15% nuolaida
Phildar siūlams



APSIPIRKTI



Labai svarbi taisyklė:

Tik geru turiniu ar leidiniais
neišvažiuosite - reikės
sklaidos.

