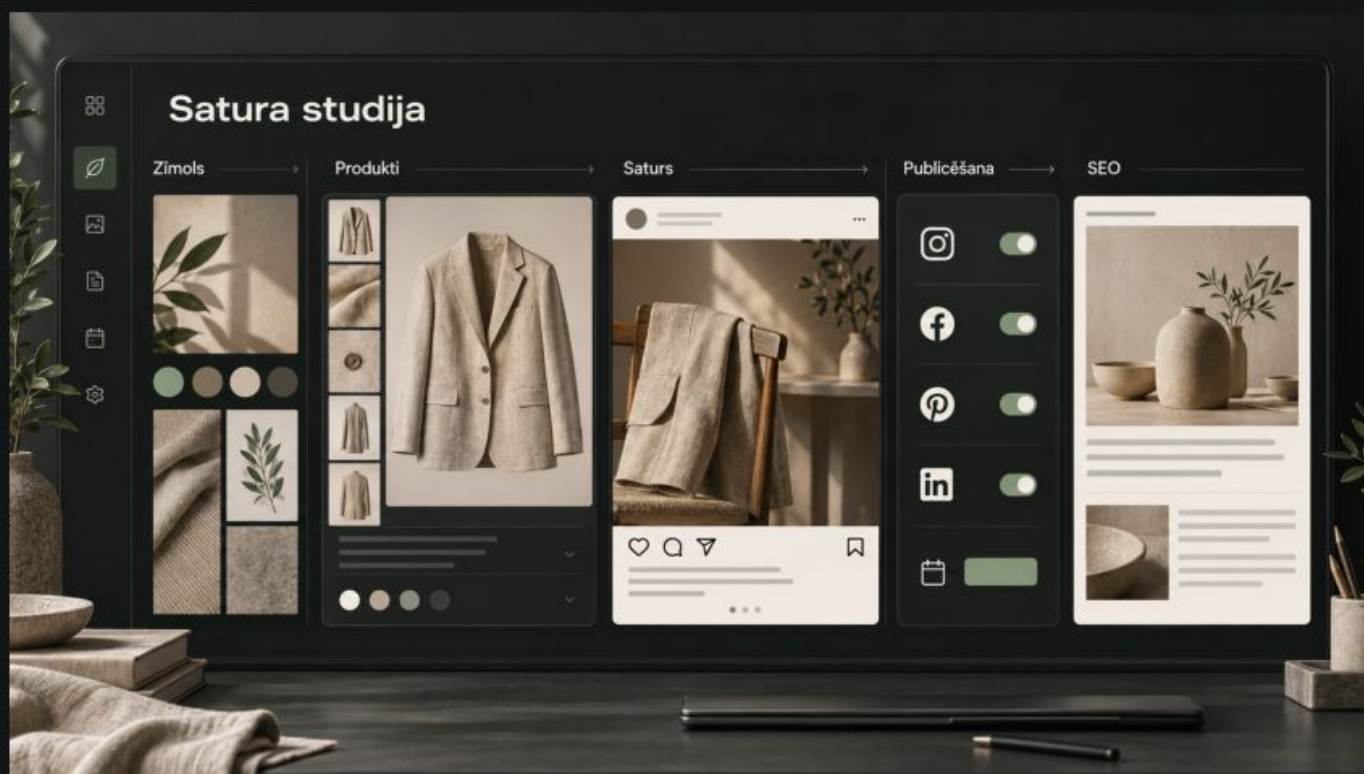


Jūsu zīmols. Jūsu satura studija.

No zīmola un produktu datiem līdz publicēšanai. Uzņēmumam pielāgots risinājums ar pirmkoda nodošanu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Uzņēmumam pielāgojama satura veidošanas un publicēšanas vide.

Saturs

Saturs sākas ar uzņēmuma datiem.	4
Regulāram satura darbam. Ar skaidru atbildību.	5
Zīmola balss ar faktisku pamatu.	6
No idejas līdz publicētam rezultātam.	7
Viena iecere. Vairāki radošie formāti.	8
Balss un kustība vienā satura uzdevumā.	9
Produktu dati kļūst par satura izejmateriālu.	10
Atlasiet sortimentu. Veidojiet kompozīciju.	11
Kampaņu sagatavošana pēc noteikumiem.	12
Publicēšana jūsu kanālos un ritmā.	13
Pārskatiet saturu un tā faktisko pamatu.	14
No temata līdz rakstam uzņēmuma vietnē.	15
Satura darbs ar redzamām izmaksām.	16
Darbs turpinās arī ārpus darbvirsmas.	17
Jūsu sistēmas. Jūsu tirgi. Jūsu darba kārtība.	18
Projekts paliek jūsu uzņēmuma rīcībā.	19

Trīs darba virzieni. Vienots zīmola konteksts.

Sociālo tīklu saturs

Idejas, radošie materiāli, platformu varianti un publicēšanas grafiks.

Produktu satura studija

Strukturēti produktu dati, atlase, kompozīcijas un kampaņu melnraksti.

SEO raksti

Raksti, metadati, tulkojumi un rezultāts uzņēmuma vietnē.

Piedāvājuma vērtība ir uzņēmuma darba procesam pielāgota šo iespēju kombinācija un nododams projekts. Komanda iegūst vietu, kur sagatavot materiālu, izvērtēt rezultātu, noteikt publicēšanas mērķi un turpināt darbu ar izvēlētu uzturēšanas partneri. Tas palīdz sakārtot atbildību par saturu un samazināt informācijas atkārtotu pārvešanu starp darba posmiem.

Saturs sākas ar uzņēmuma datiem.

Studija savieno zīmola zināšanas, produktu informāciju un publicēšanas darbu vienā pārskatāmā procesā.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Uzņēmumam regulāri vajadzīgi atšķirīgi materiāli: sociālo tīklu ieraksti, sezonas produktu izlases, īsi video un raksti vietnei. Katram ir savs formāts, tomēr tiem jārunā par vienu uzņēmumu. Satura studijā šos darbus saista kopīgs zīmola profils, saglabāti fakti un redzama materiāla virzība no idejas līdz publicēšanai.

Trīs galvenie darba virzieni ir sociālo tīklu saturs, produktu datu radošā apstrāde un SEO raksti. Var sākt ar vienu regulāru uzdevumu un ieviešanas gaitā pievienot pārējos. Piemēram, veikala sezonas izlase izmanto produktu datus, bet zīmola kampaņa un tematisks raksts turpina to pašu komunikācijas ieceri citos formātos.

Piedāvājuma vērtība ir uzņēmuma darba procesam pielāgota šo iespēju kombinācija un nododams projekts. Komanda iegūst vietu, kur sagatavot materiālu, izvērtēt rezultātu, noteikt publicēšanas mērķi un turpināt darbu ar izvēlētu uzturēšanas partneri. Tas palīdz sakārtot atbildību par saturu un samazināt informācijas atkārtotu pārvešanu starp darba posmiem.

- | Kopīgs zīmola un faktu konteksts
- | Trīs savienoti satura darba virzieni
- | Uzņēmumam nododams projekts un pirmkods

Regulāram satura darbam. Ar skaidru atbildību.

Paredzēts e-komercijas uzņēmumiem, zīmoliem un mārketinga komandām, kas saturu veido pastāvīgi.

E-komercijas uzņēmumā satura sākumpunkts bieži ir mainīgs sortiments. Jauna kolekcija, sezonas preces un cenu izmaiņas rada uzdevumus mārketingam. Studija ļauj izmantot esošo produktu informāciju un sagatavot materiālus noteiktai izlasei, saglabājot redzamu saikni starp avota datiem un komunikācijas rezultātu.

Zīmola vai dizaina uzņēmuma komandai svarīgs ir vienots tonis un radošā virziena turpinājums. Tā var sagatavot kampaņas ideju, izvēlēties attēlu vai video formātu, pārskatīt tekstu un organizēt publicēšanu. Interjera zīmols savukārt var papildināt sociālo saturu ar informatīvu rakstu un tā lokalizētām versijām uzņēmuma vietnei.

Aģentūra studiju var izmantot savā iekšējā satura darbā. Zīmolu un kontu pārslēgšana organizē kontekstu; atsevišķu klientu piekļuves un datu nodalīšanas prasības izvērtē ieviešanas laikā. Darbību tiesības sadala starp satura veidotāju un administratoriem. Pirms ieviešanas nosaka, kurš uztur faktus, kurš pārskata sagatavoto un kurš atbild par pieslēgumiem, lai automatizācija iekļautos reālajā komandas darbā.

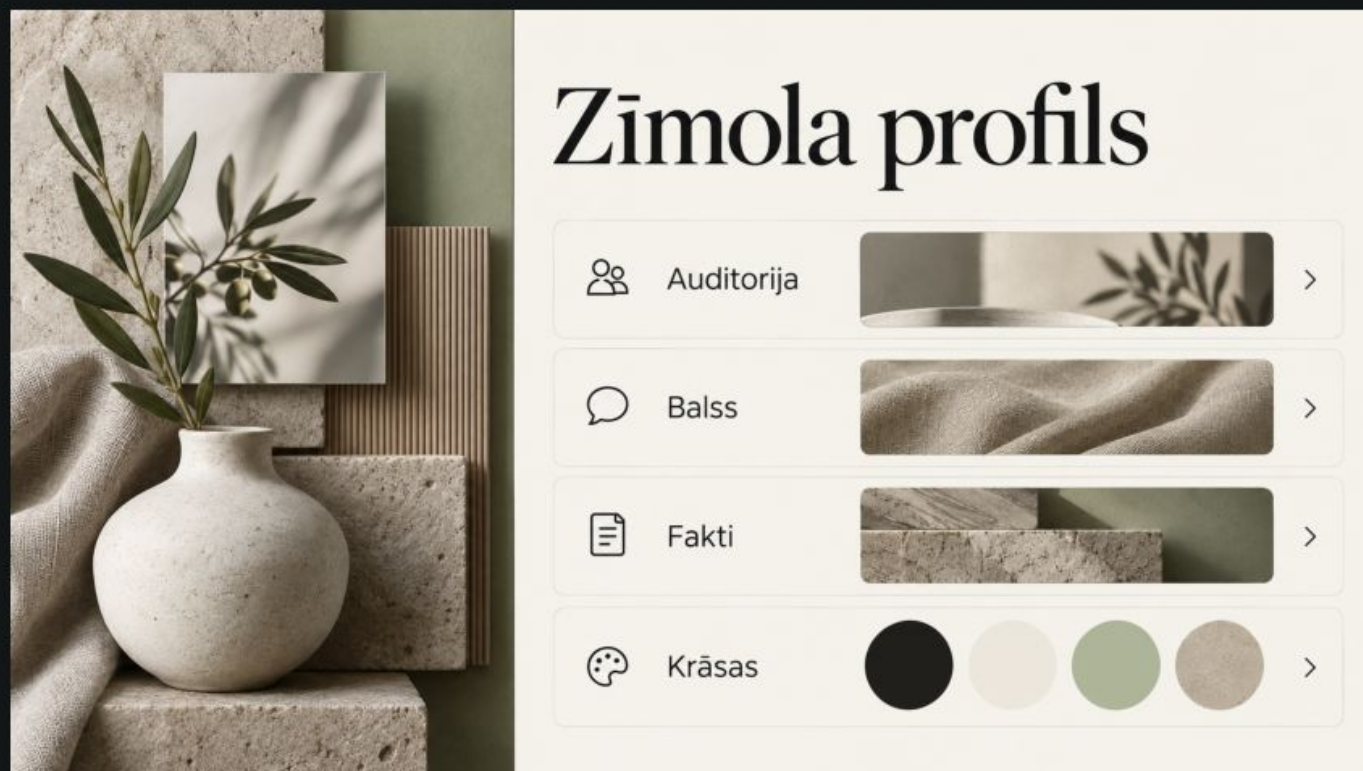
- | E-veikals: sezonas produktu izlase
- | Zīmols: sociālo tīklu kampaņa
- | Interjera uzņēmums: daudzvalodu raksts

Ko uzņēmums iegūst no kopīgas darba vides

Zīmola konteksts	Saglabāts profils un faktu avots satura sagatavošanai.
Produktu materiāli	Produktu plūsmas dati tiek izmantoti studijā.
Nodošana	Projekta, koda un dokumentācijas nodošanu nosaka līgums.

Zīmola balss ar faktisku pamatu.

Auditorija, tonis, valoda, krāsas un uzņēmuma fakti veido satura sagatavošanas kontekstu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Zīmola profils apvieno informāciju, ko citādi nāktos atkārtot katrā uzdevumā. Tajā nosaka auditoriju, komunikācijas balsi, satura valodu, vizuālās norādes un noteikumus. Atsauces un faktu arhīvs dod konkrētu pamatu formulējumiem par uzņēmumu, tā piedāvājumu un pakalpojumiem.

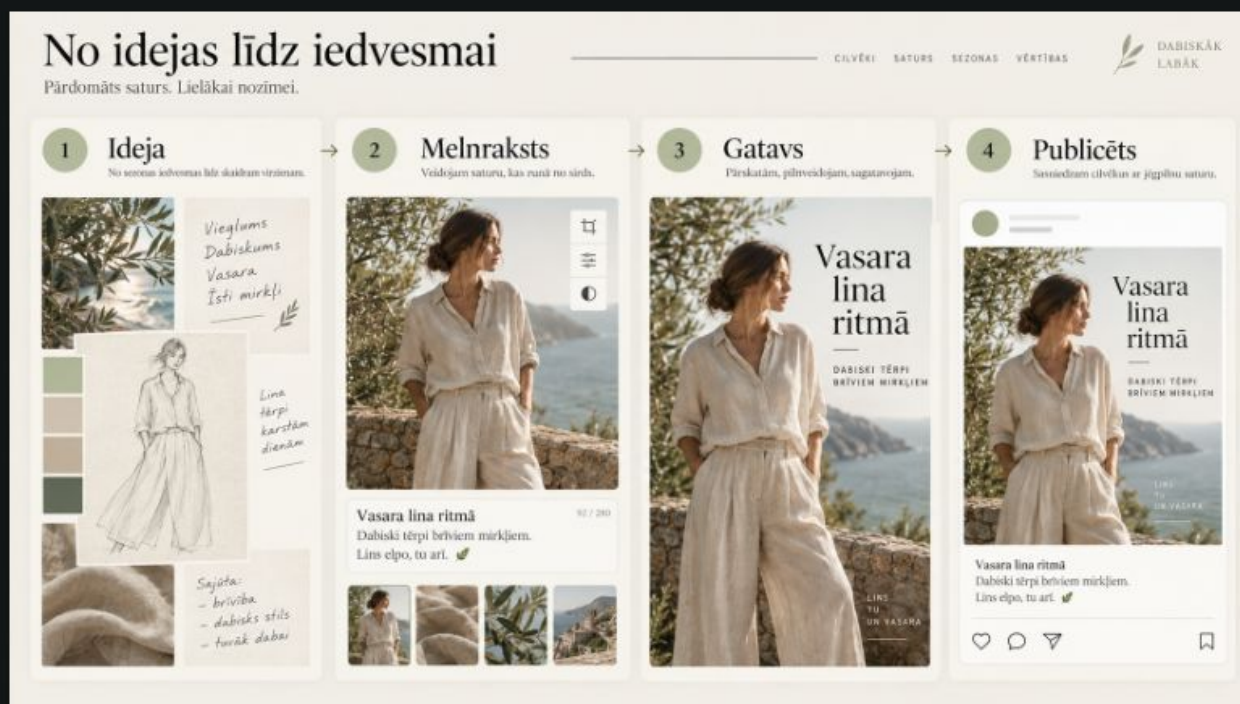
Piemēram, dizaina uzņēmums var definēt atturīgu, precīzu toni, norādīt izmantojamos materiālus un pievienot apstiprinātus aprakstus. Gatavojot jaunu ierakstu vai rakstu, komanda balstās uz šo kontekstu un papildina to ar konkrētās kampaņas uzdevumu. Tas palīdz saglabāt atpazīstamu valodu arī tad, ja materiāli top dažādos formātos un tos pārskata vairāki cilvēki.

Profila kvalitāte ir praktisks ieviešanas jautājums. Jāvienojas par drošiem apgalvojumiem, nevēlamiem formulējumiem un faktu atjaunošanas atbildību. Studija izmanto sniegto informāciju, savukārt uzņēmums uztur tās pareizību. Jauni tirgi prasa pārskatīt terminoloģiju un komunikācijas nianšes. Vienots profils palīdz sākt no saskaņotas bāzes, atstājot redaktoram iespēju izvērtēt katru konkrēto materiālu pirms tā publicēšanas.

- | Auditorija un komunikācijas tonis
- | Apstiprināti fakti un atsauces
- | Krāsas, valoda un satura noteikumi

No idejas līdz publicētam rezultātam.

Materiālam ir saprotams statuss, sagatavošanas vieta un nākamais darba solis.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Darba plūsma sākas ar ideju un turpinās melnrakstā. Komanda precīzē uzdevumu, sagatavo tekstu un medijus, pēc tam pārskata rezultātu. Gatava materiāla statuss ļauj nodalīt sagatavošanu no publicēšanas darba. Publicētam materiālam var pievienot rezultāta saiti, bet neaktuālo saturu arhivēt.

Šāda secība ir noderīga, ja vienlaikus top vairāki kampaņas materiāli. Satura veidotājs redz, kas vēl jāizstrādā, savukārt atbildīgais par publicēšanu var pievērsties gatavajiem darbiem. Platformas variants un publicēšanas mērķis tiek precizēti atbilstoši konkrētajam kanālam. Komandai nav jāizsecina gatavība tikai no faila nosaukuma vai atsevišķas sarakstes.

Ieviešanas laikā uzņēmums nosaka, kā šī plūsma saskan ar tā pārskatīšanas kārtību. Esošās tiesības aptver satura veidotāju un administrēšanas līmeņus; papildu saskaņošanas prasības definē pielāgojuma apjomā. Rezultāts ir pārskatāma darba secība ar konkrētiem lēmuma punktiem: pārskatīt saturu, izvēlēties mērķi, pārbaudīt grafiku un publicēt. Katrs posms palīdz komandai saprast, par ko tā atbild.

- | Ideja
- | Melnraksts
- | Gatavs
- | Publicēts

Viena iecere. Vairāki radošie formāti.

Attēli, attēlu sērijas un īsie video ļauj pielāgot vienu kampaņu dažādiem kanāliem.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Radošais darbs sākas ar izvēlētu formātu un konkrētu uzdevumu. Studija atbalsta atsevišķus attēlus, attēlu sērijas un vairākus video veidus. Zīmola konteksts un vizuālās atsauces palīdz uzturēt kopīgu virzienu, bet katra materiāla tekstu un kompozīciju pārskata atbilstoši tā izmantošanas vietai.

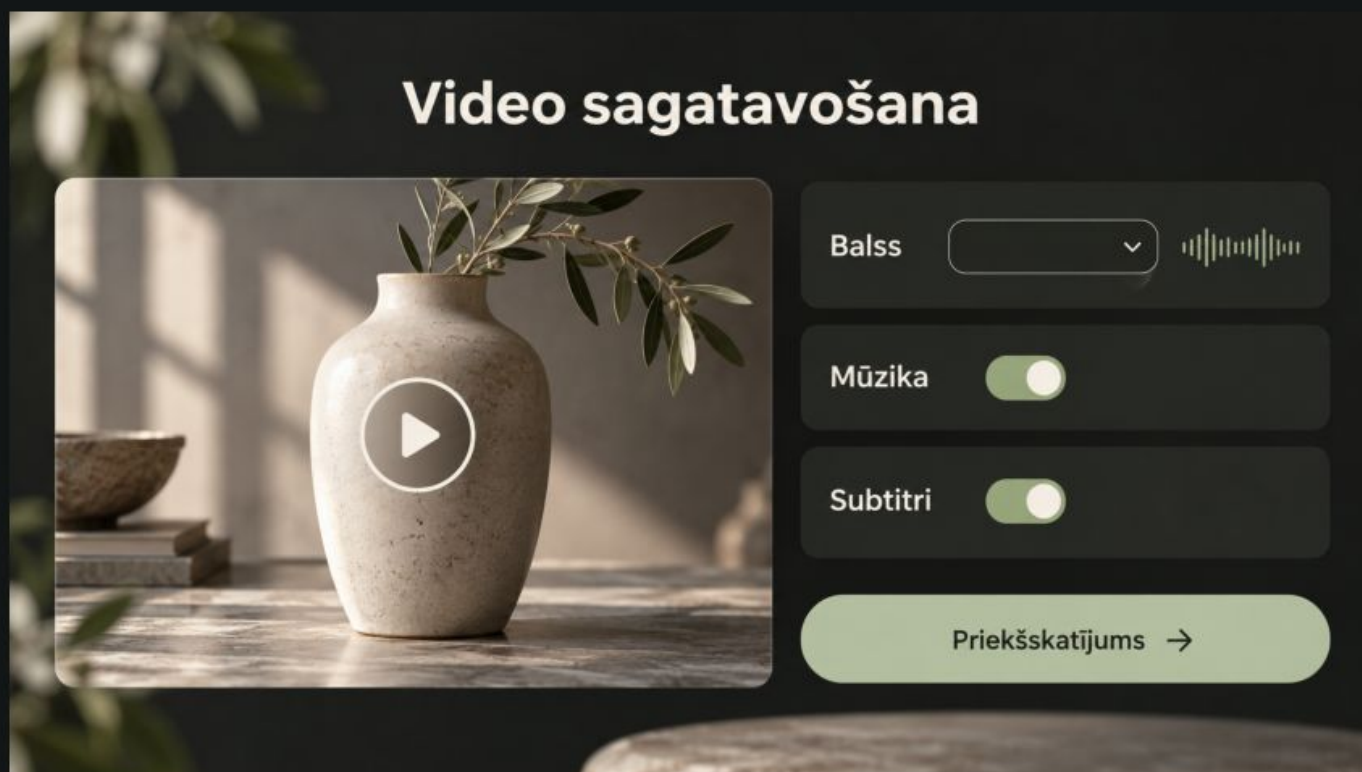
Dizaina uzņēmuma kampaņā viens attēls var iepazīstināt ar kolekciju, sērija secīgi parādīt detaļas, bet īss video papildināt tēmu ar kustību. Studija dod iespēju šos darbus sagatavot kopīgā vidē. Komanda izvēlas piemērotāko rezultātu un pārbauda, vai tas precīzi parāda produktu, saglabā zīmola noskaņu un ir saprotams arī nelielā ekrānā.

Izvēlētā radošā formāta darbībai konfigurē vajadzīgos ģenerēšanas pakalpojumus un izmaksu robežas. Ieviešanas izmēģinājumā pārbauda uzņēmumam raksturīgus piemērus, lai vienotos par kvalitātes kritērijiem. Katalogā redzamie attēli demonstrē funkciju būtību ar individuāli veidotu noformējumu. Klienta risinājuma vizuālo identitāti, veidnes un darba norādes saskaņo atsevišķi, balstoties uz reālajiem materiāliem un publicēšanas vajadzībām.

- | Atsevišķi attēli un attēlu sērijas
- | Zīmola atsauces un radošās norādes
- | Priekšskatījums un rezultāta izvērtēšana

Balss un kustība vienā satura uzdevumā.

Balss, mūzika un subtitri papildina vizuālo materiālu ar skaidru vēstījumu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Video darbā iespējams izmantot slaidrādi, klipus video un īsu pilno video līdz desmit sekundēm. Avatāra video nepieciešams attiecīgs ārējā pakalpojuma pieslēgums. Formātu izvēlas pēc uzdevuma: produktu izlases demonstrēšanai, īsam kampaņas akcentam vai vēstījuma pasniegšanai ar balsi.

Balss un mūzikas vadība, subtitri un balsu bibliotēka palīdz sagatavot savstarpēji saskaņotu rezultātu. Komanda pārskata izrunu, tekstu, skaļuma līdzsvaru un vizuālā materiāla atbilstību. Piemēram, kolekcijas ievadam var pievienot īsu stāstījumu un subtitrus, lai galvenā doma būtu uztverama arī tad, ja skatītājs skaņu neieslēdz.

Ieviešanas gaitā pārbauda izvēlētajās valodas balsi un uzņēmuma terminus. Formātu pieejamība un rezultāts ir saistīts ar konfigurētajiem pakalpojumiem, tāpēc izmēģinājumu veic ar konkrēto pieslēgumu. Uzņēmums izvērtē arī izmantoto audio un mediju tiesības. Studija apvieno sagatavošanas vadību vienā darba plūsmā, kurā redzams materiāls, tā teksts un publicēšanai paredzētais rezultāts. Tas ļauj saturu pārskatīt kopumā, pirms to nodod kanālam.

- | Balss, mūzika un subtitri
- | Slaidrādes, klipus un īsie video
- | Balsu bibliotēka un valodas pārbaude

Produktu dati kļūst par satura izejsmateriālu.

XML un CSV imports ļauj izmantot esošos foto, cenas, kategorijas un pieejamības informāciju.

The diagram illustrates the process of importing product data. On the left, there are two icons: one for XML (a document with code symbols) and one for CSV (a document with a grid). An arrow points from these icons to a central interface titled "Produktu imports". This interface contains a table with three columns: "Produkts", "Cena", and "Pieejamība". The table lists three items: a jacket (Žakete) for 89 €, a shirt (Krekls) for 49 €, and trousers (Bikses) for 69 €. Each item has a corresponding image and a button labeled "Ir noliktavā".

Produkts	Cena	Pieejamība
 Žakete	89 €	Ir noliktavā
 Krekls	49 €	Ir noliktavā
 Bikses	69 €	Ir noliktavā

Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Produktu plūsma savieno veikala sortimentu ar satura sagatavošanu. No avota tiek izmantoti produktu attēli un strukturētie lauki, kas vajadzīgi atlasei un kompozīcijai. Tas samazina nepieciešamību katru foto un cenu atsevišķi pārnest radošajā uzdevumā un palīdz uzturēt saikni ar konkrēto produktu.

Pirms darba sākšanas saskaņo avota lauku atbilstību un pārbauda importētu izlasi. Svarīgi, lai cenu, kategoriju, saišu un pieejamības nozīme būtu saprotama. Ja avotā nav vajadzīgā izmēra, krāsas vai cita raksturlieluma, to neizdomā. Uzņēmums nosaka, kuri dati ir uzticami publicēšanai un cik bieži jāatjauno avots.

Sezonas apgērbu izlases scenārijā komanda importē sortimentu, atlasa attiecīgos produktus un sagatavo materiālus ar to foto un aktuāli saglabātajām cenām. Pirms publicēšanas datu pārbaude balstās uz studijā pieejamo informāciju. Tādēļ ieviešanas plānā datu atjaunošana un atbildība par avotu ir tikpat būtiska kā radošās veidnes izvēle. Sakārtots imports rada praktisku pamatu atkārtotam satura darbam.

- | XML un CSV datu avoti
- | Foto, cenas, kategorijas un saites
- | Avota kvalitātes un atjaunošanas kārtība

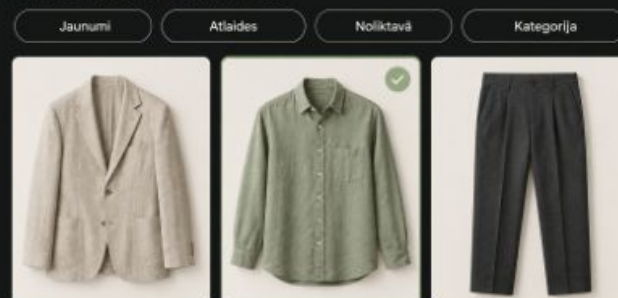
Atlasiet sortimentu. Veidojiet kompozīciju.

Viena produkta, divu produktu un grupas režīmi pielāgo materiālu konkrētajai izlasei.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Produktu atlase



Produktu studijā atlasei pieejami jaunumu, atlaižu, pēdējo izmēru, pieejamības, video un kategoriju filtri atbilstoši avota datiem. Komanda var sākt ar atsevišķu produktu vai sagatavot kopīgu materiālu diviem produktiem vai grupai. Tas palīdz pāriet no plaša sortimenta uz pamatotu kampaņas izlasi.

Kompozīcijas sagatavošanā izmanto stilu izvēli, pielāgotu tekstu, cenu attēlojumu un logotipa norādes. Priekšskatījumā pārbauda informācijas hierarhiju: kurš produkts ir galvenais, vai teksts ir salasāms un vai cena neizkonkurē pašu piedāvājumu. Materiālu var izvērtēt pirms tā iekļaušanas turpmākajā satura darbā.

Apģērbu veikals var atlasīt sezonas preces un izveidot vienotu izlases kompozīciju, pēc tam atsevišķi izcelt vienu produktu. Viena un tā pati datu bāze dod pamatu dažādiem materiāliem. Uzņēmuma piemēri palīdz ieviešanas laikā pārbaudīt garus produktu nosaukumus, atšķirīgas attēlu proporcijas un cenu formātus. Šie praktiskie kritēriji nosaka veidņu pielāgošanu un palīdz komandai sagatavot paredzamu, zīmolam atbilstošu rezultātu.

- | Viena produkta kompozīcija
- | Divu produktu salikums
- | Produktu grupas materiāls

Kampaņu sagatavošana pēc noteikumiem.

Produktu plūsmas notikumi palīdz pārvērst atkārtoto uzdevumus sagatavotu melnrakstu grupās.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Kampaņu noteikumi saista produktu plūsmas izmaiņas ar satura sagatavošanu. Uzņēmums nosaka, kuri notikumi ir nozīmīgi un kādu materiālu grupu tiem sagatavot. Tas ļauj organizēt atkārtoto darbu ap reālām sortimenta izmaiņām, saglabājot komandai iespēju pārskatīt izveidotos melnrakstus.

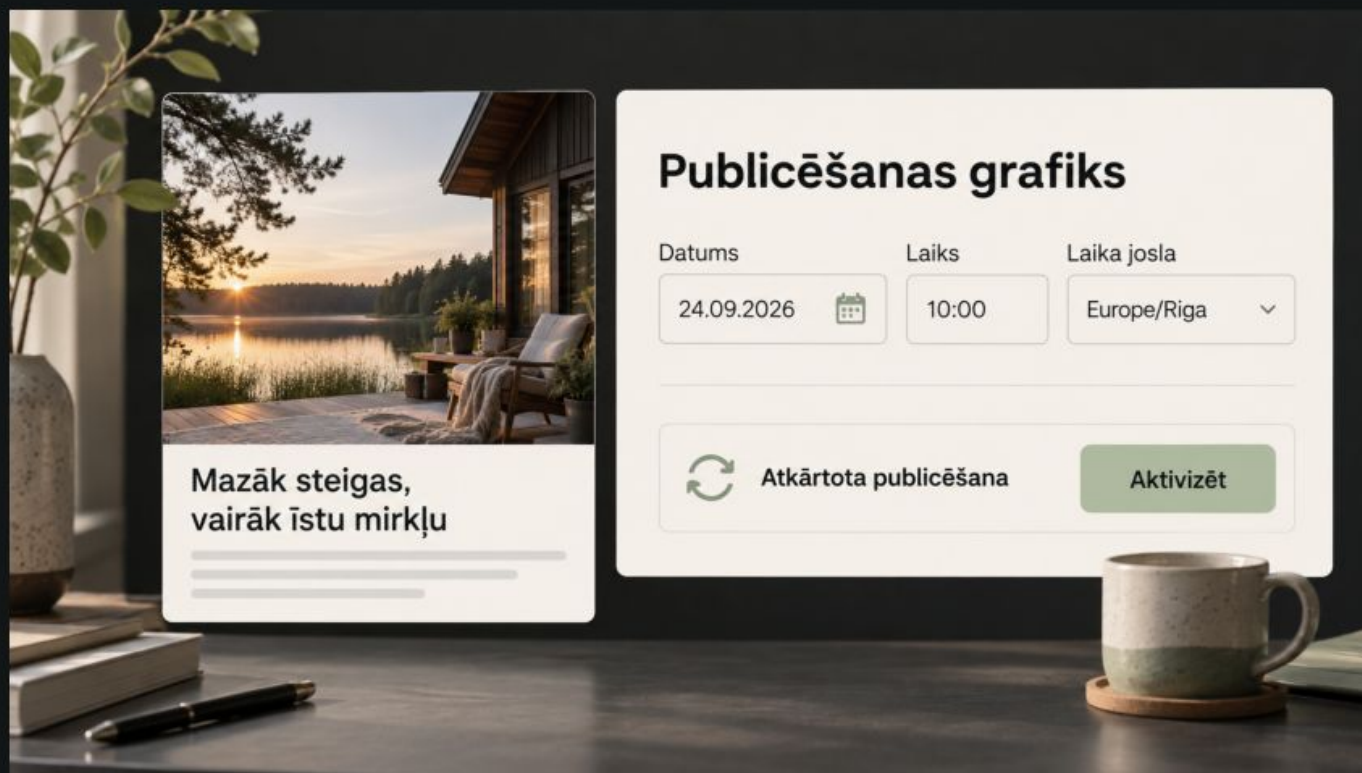
Piemēram, sezonas atlases atjauninājums var kļūt par sākumpunktu vairākiem saistītiem materiāliem. Noteikuma uzdevums ir sagatavot darbu atbilstoši izvēlētajam scenārijam. Publicēšanas mērķi un grafiku pārvalda atsevišķajā publicēšanas posmā. Šāda secība palīdz uzņēmumam skaidri nošķirt idejas sagatavošanu, kvalitātes izvērtēšanu un satura nonākšanu kanālā.

Ieviešanā katru noteikumu izmēģina ar klienta datiem un saskaņotu budžetu. Pārbauda atlases jēgu, melnrakstu apjomu un gadījumus, kuros darbu nepieciešams apturēt vai pārskatīt. Automatizācijas vērtība rodas no precīzas uzdevuma definīcijas: kad sagatavot saturu, no kādiem datiem un kam tas paredzēts. Komanda saglabā kontroli pār noteikumiem un var tos mainīt, attīstoties sortimentam vai mārketinga prioritātēm.

- | Notikumi produktu plūsmā
- | Uzņēmuma scenārijam atbilstoši noteikumi
- | Pārskatāmas melnrakstu grupas

Publicēšana jūsu kanālos un ritmā.

Platformu varianti, grafiks un atkārtota publicēšana savieno gatavu materiālu ar tā auditoriju.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Publicēšanas studijā izvēlas mērķi un konkrētās platformas variantu. Materiālu var nodot ar teksta kopēšanu, mediju lejupielādi, ZIP pakotni vai kopīgošanu. Automātiskais publicēšanas ceļš izmanto pieslēgtus profilus un nepieciešamās pakalpojumu atļaujas. Klienta kanālus konfigurē un pārbauda ieviešanas laikā.

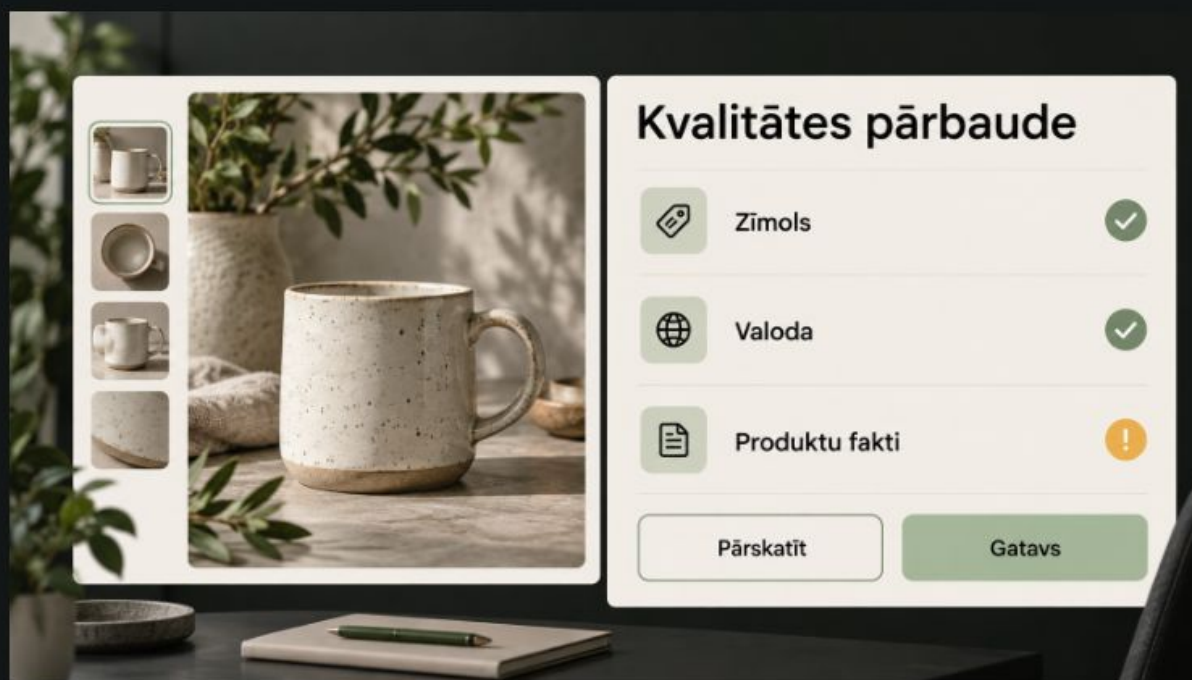
Grafikā norāda datumu, laiku un laika joslu. Darbu grupai var noteikt intervālus starp ierakstiem, savukārt publicēšanas gaitu iespējams pauzēt. Automātiska atkārtota publicēšana pēc iestatītā grafika ir pieejama funkcija, kas aktivizējama atbilstoši uzņēmuma publicēšanas vajadzībām. Tās aktivizēšanu saskaņo ar izvēlēto satura plānu un izmaksu robežām.

Praktiskā kampaņā komanda vispirms pārskata materiālus, pēc tam izvēlas kanālus un saplāno izplatīšanu. Pēc publicēšanas rezultāta saite palīdz atgriezties pie publiskā ieraksta. Ieviešanas izmēģinājumā pārbauda tieši klienta profilus, tiesības, laika joslu un izvēlēto nodošanas ceļu. Tādējādi publisko rezultātu nosaka konkrēti iestatījumi un pārskatīts saturs, bet ikdienas darbu var organizēt uzņēmumam piemērotā ritmā.

- | Datums, laiks un laika josla
- | Pauzēšana un intervāli starp ierakstiem
- | Aktivizējama automātiska atkārtota publicēšana

Pārskatiet saturu un tā faktisko pamatu.

Valodas, zīmola, platformas un produktu datu pārbaudes palīdz pieņemt pamatotu publicēšanas lēmumu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Kvalitātes izvērtējums aptver vairākas satura dimensijas: zīmola atbilstību, valodu, platformas prasības, apgalvojumus un vizuālo materiālu. Pārbaudes un lēmumu vēsture palīdz saprast, kāpēc rezultāts ir pieņemts vai jālabo. Obligātās bloķēšanas nosacījumus konfigurē atbilstoši uzņēmuma darba kārtībai.

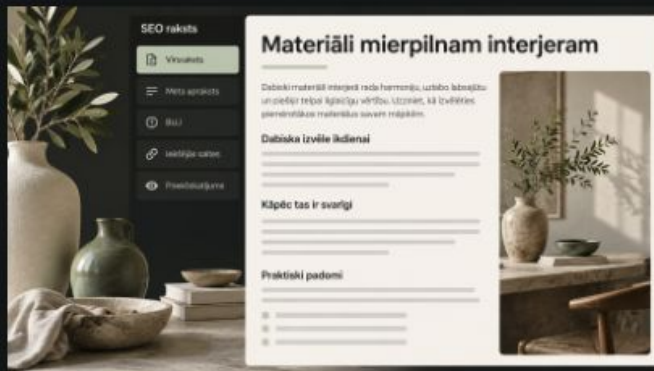
Produktu ierakstiem ar zināmu avota saikni cenu, pieejamību un saiti salīdzina ar aktuāli saglabātajiem produktu datiem. Tas palīdz atklāt neatbilstības starp sagatavoto materiālu un studijā esošo informāciju. Pārklājumu nosaka datu saikne un to svaigums; pirms katras publikācijas netiek solīta atsevišķa tieša veikala pārbaude.

Komanda ieviešanā nosaka, kuras neatbilstības aptur publicēšanu un kurām nepieciešama redaktora uzmanība. Piemēram, sezonālā teksta var prasīt cilvēka izvērtējumu, bet nepareiza cena prasa datu precizēšanu. Automatizētās pārbaudes papildina atbildīgu rediģēšanu. Uzņēmuma faktu uzturēšana, mediju tiesību izvērtēšana un pēdējais satura pārskats paliek skaidri organizēti pienākumi. Šāds modelis ļauj izmantot automatizāciju, neatsakoties no saprotamas kvalitātes kontroles.

- | Zīmols, valoda un platforma
- | Apgalvojumi un vizuālā atbilstība
- | Cena, pieejamība un produkta saite

No temata līdz rakstam uzņēmuma vietnē.

SEO darba virziens apvieno rakstu sagatavošanu, metadatus, tulkojumus un publicēšanas rezultātu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Raksta sagatavošanā izmanto atslēgvārdu ieceri, zīmola kontekstu un redakcionālu uzdevumu. Studijā pieejami metadati, biežāk uzdotie jautājumi, strukturētie dati un iekšējās saites. Kvalitātes izvērtējums palīdz pārskatīt tekstu, pirms tas nonāk uzņēmuma vietnē vai tiek nodots eksportā.

Interjera zīmols var sagatavot rakstu par telpas materiālu saskaņošanu, izmantot apstiprinātus faktus un izveidot versijas izvēlētajiem tirgiem. Tulkojumos pārskata vietējo terminoloģiju un formulējumus. Rakstu var eksportēt HTML vai Markdown formātā, kā arī publicēt ar konfigurētu vietnes savienojumu. Produkta auditā pārbaudīts arī publiskais raksta rezultāts.

Ieviešanā nosaka, kurā vietnē saturs nonāks, kā saglabāsies saites un kādus laukus pieņems publicēšanas mērķis. Katru izvēlēto savienojumu pārbauda ar klienta rakstu. SEO funkciju uzdevums ir sagatavot strukturētu un redakcionāli pārskatāmu saturu; meklēšanas rezultātus ietekmē arī vietne, konkurence un lietotāju interese. Piedāvājumā netiek garantētas meklētāja pozīcijas. Uzņēmums iegūst konkrētu rakstu veidošanas procesu un pārnesamu rezultātu.

- | Raksts, meta lauki un BUJ
- | Iekšējās saites un strukturētie dati
- | Tulkojumi, HTML un Markdown eksports

Satura darbs ar redzamām izmaksām.

Aplēses, faktiskās izmaksas un budžeta robežas palīdz plānot automatizācijas apjomu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Ģenerēšanas un automatizācijas darbā izmaksas ir daļa no ikdienas lēmumiem. Studija rāda aplēses un uzskaita faktiskās izmaksas, paredzot budžeta robežas vienai palaišanai, dienai un mēnesim. Tas dod uzņēmumam praktisku pamatu izvēlēties piemērotu satura apjomu un pārskatīt dārgākus darba scenārijus.

Snieguma sadaļa apstrādā reģistrētus un integrāciju piegādātus mērījumus. Datu pieejamība ir saistīta ar pieslēgtajiem avotiem un komandas ievadīto informāciju. Pārskats palīdz apspriest, kādi materiāli saņem uzmanību un ko vērts izmēģināt turpmāk. Katalogā redzamie grafiki un summas ir demonstrācijas piemēri, nevis klienta sasniegumi.

Pirms automatizācijas aktivizēšanas uzņēmums nosaka pieņemamo izmaksu robežu un izmēģinājumā pārbauda konkrētā scenārija patēriņu. Rezultātus izvērtē kopā ar materiāla kvalitāti un komandas ieguldījumu. Šādi iespējams pamatot, kur automatizācija sniedz praktisku ieguvumu. Nodošanas piedāvājumā atsevišķi izskaidro ārējo pakalpojumu, uzturēšanas un turpmākās attīstības izmaksas, lai lēmums balstītos uz saprotamu kopējo darba modeli.

- | Aplēses un faktiskās izmaksas
- | Palaišanas, dienas un mēneša budžeti
- | Manuāli un ar integrācijām iegūti mērījumi

Darbs turpinās arī ārpus darbvirsmas.

Mobilā tīmekļa vide un skaidri eksporta formāti ļauj pārskatīt un nodot sagatavotos materiālus.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Mobilajai ierīcei pielāgota navigācija ļauj atvērt saturu, pārskatīt materiālu un izmantot kopīgošanas iespējas. Tīmekļa lietotni var izmantot kā instalējamu vidi atbilstoši ierīces un pārlūka atbalstam. Vietējās kopīgošanas darbība var atšķirties, tāpēc klienta izmantotās ierīces iekļauj ieviešanas pārbaudē.

Materiālu pārnēsāmībai pieejami vairāki formāti: sarakstu CSV, konta konfigurācijas JSON, publikāciju mediju ZIP, rakstu HTML un Markdown. Komanda var izvēlēties, vai nodot gatavu materiālu publicētājam, turpināt raksta apstrādi citā vidē vai saglabāt vajadzīgo informāciju savā darba procesā.

Katram eksportam ir noteikts uzdevums. Konta konfigurācijas JSON palīdz pārnest iestatījumus, savukārt pilnai sistēmas un visu mediju rezerves kopijai nodošanas laikā nosaka atsevišķu kārtību. Pircējam nododamā koda un datu apjomu dokumentē kopā ar piekļuvēm. Tas ļauj turpmāko uzturēšanu organizēt pārskatāmi un izmantot saturu arī ārpus studijas. Mobilais darbs un eksports papildina galveno plūsmu, saglabājot vienu izprotamu materiāla avotu.

- | Mobilā pārlūka darba vide
- | Kopīgošana un mediju ZIP
- | CSV, JSON, HTML un Markdown

Jūsu sistēmas. Jūsu tirgi. Jūsu darba kārtība.

Pieslēgumus, valodas un pielāgojumus nosaka pēc uzņēmuma faktiskajām vajadzībām.

Publicēšanai paredzēti savienojumi ar WordPress, Shopify, Ghost, Webflow un pielāgotu saņēmēju, kā arī manuāls eksports. Ieviešanā izvēlas vajadzīgo ceļu, konfigurē piekļuves un pārbauda rezultātu klienta vidē. Individuālas API integrācijas un uzņēmuma esošo rīku savienošanu iekļauj konkrētā pielāgojuma apjomā.

Eiropas tirgu piemērs ir latviešu, lietuviešu, igauņu, krievu un angļu satura kombinācija. Valodu komplektu vienmēr pielāgo uzņēmuma auditorijai. Pašreizējā produkta saskarne ir latviešu, angļu un vācu valodā; papildu saskarnes lokalizāciju nosaka ieviešanas uzdevums. Kataloga valoda, saskarnes valoda un ģenerētā satura valoda ir atšķirīgas izvēles.

Pielāgošana aptver arī terminoloģiju, formātus, veidnes, darba noteikumus un datu apmaiņu. Piemēram, klientu apkalpošanas sistēmas savienojums var būt atsevišķs paplašinājums. Pirms piedāvājuma nosaka tā mērķi un vajadzīgās datu tiesības. Uzņēmums iegūst attīstāmu risinājumu, kura robežas un pieņemšanas kritēriji ir skaidri aprakstīti. Jaunu kanālu vai tirgu var ieviest kā pārbaudāmu darba scenāriju ar savu saturu, pieslēgumu un atbildīgo.

- | Vietņu un publicēšanas savienojumi
- | Individuālas API integrācijas
- | Mērķa tirgiem pielāgots valodu komplekts

Projekts paliek jūsu uzņēmuma rīcībā.

Pirmkoda, datu un dokumentācijas nodošana ļauj izvēlēties turpmākās attīstības komandu.



Ilustratīva funkcijas demonstrācija ar pielāgotu noformējumu.

Pēc līgumā paredzētās nodošanas pircējam pieder nododamais projekts un tam izstrādātais pirmkods atbilstoši līgumā noteiktajam tiesību apjomam. Līgumā precizē mantisko tiesību vai lietošanas un modificēšanas tiesību nodošanu, dokumentāciju un piekļuvi nodotajiem datiem. Trešo pušu bibliotēkas un ārējie pakalpojumi saglabā savus licences nosacījumus.

Uzņēmums var uzturēšanu un attīstību uzticēt citai komandai. Nodošanā tā saņem saskaņoto kodu, iestatījumu aprakstu un darbības dokumentāciju. Tas dod iespēju pasūtīt jaunas integrācijas, pielāgot satura procesus un turpināt attīstību ar izvēlētu partneri. Eksploatācijas, ārējo pakalpojumu un atbalsta izmaksas tiek izskaidrotas atsevišķi.

Ieviešana sākas ar uzņēmuma darba plūsmas izvērtēšanu, turpinās ar zīmola un valodu pielāgošanu, datu pieslēgumiem un izmēģinājumu. Pieņemšanas pārbaudēs izmanto klienta scenārijus, pēc tam nodod projektu un apmāca komandu. Nākamajai sarunai sagatavojiet zīmola aprakstu, produktu avotu, publicēšanas kanālus un pirmo uzdevumu. Uz šī pamata var vienoties par konkrētu apjomu, atbildību, budžetu un nodošanas rezultātu.

- | Pirmkods, dati un dokumentācija
- | Tiesību apjoms nostiprināts līgumā
- | Turpmāka attīstība ar izvēlētu komandu

Sagatavosim ieviešanas uzdevumu

Definējiet pirmo darba plūsmu, un piedāvājuma apjoms kļūs konkrēts.

- 1 Jūsu zīmols, auditorija un mērķa tirgi
- 2 Produktu datu avots un esošie publicēšanas kanāli
- 3 Pirmais satura scenārijs un pieņemšanas kritēriji
- 4 Budžeta robežas, piekļuves un nodošanas prasības

Pirmkods, dati un dokumentācija

Turpmāka attīstība ar izvēlētu komandu

Attēli ir ilustratīvi. Dati un kompozīcijas demonstrē funkciju, nevis klienta sasniegtos rezultātus.