

Utbildning: Hur man mäter framgång i sociala medier

Vilka metoder kan du lita på och vad bör ifrågasättas?



Talare: Brian Clifton – Internationell webbanalytiker och författare med bakgrund som chef för Web Analytics på Google EMEA

Brian Clifton kommer utifrån sin analytiska bakgrund guida oss igenom hur sociala medier fungerar och vilka parametrar som är mätbara och hur vi kan tolka resultaten. Brians infallsvinkel till de sociala medierna skiljer sig markant från de konsulter som oftast talar sig varma om kanalen. Brian är mer kritisk i sin granskning och utbildningen syftar till att lyfta fram konkreta exempel på vad som faktiskt ger affärsnytta och vad som är mätbara nyckeltal. Utbildningen kommer att hållas på engelska.

Ur innehållet:

- Vad behöver du veta om sociala medier – Vad är bara "hype" och vad är bra?
- Vad BÖR du mäta och vad är det som KAN mätas i sociala medier?
- Vilka insatser kan INTE mätas, men ändå ge affärsnytta och är värda att genomföra?
- Hur utvärderar man sociala medier och vad är en lyckad/misslyckad insats?
- Konkreta exempel och case

Stockholm tisdagen den 1 juni 2010

United Spaces, Vasagatan 11, 1 tr

Göteborg torsdagen den 3 juni 2010

Grand Hotel Opera, Nils Ericsonsgatan 23

Boka nu!

Boka tidigt-rabatt 400 sek innan 14 maj.

Antalet platser är begränsat!

[Länk till bokningsformulär >>](#)

Kostnad: 2.800 sek + moms.

Vid bokning som är Search Integration tillhanda senast 2010-05-14 lämnas 400 sek i rabatt. Sista anmälningsdag är 2010-05-27. Antalet platser är begränsat. Observera att anmälan är bindande, vid förhinder kan platsen överlåtas på annan person. Adress till anmälningsformulär: <http://bit.ly/apRIDD>

Hur man mäter framgång i sociala medier

Utbildningen går långt djupare än de flesta "vanliga" mer säljriktade seminarier vi är vana vid på marknaden. Den kommer ge dig en plattform att arbeta från när dina eller ditt företags framtida insatser i sociala medier ska utvärderas. Under utbildningen blandas handfasta råd om hur du går tillväga för att mäta insatser i sociala medier med konkreta exempel på hur ett antal kända varumärken och personer arbetar med sin uppföljning.

Stockholm tisdagen den 1 juni 2010, United Spaces, Vasagatan 11, 1 tr

Göteborg torsdagen den 3 juni 2010, Grand Hotel Opera, Nils Ericsonsgatan 23

Agenda:

08.30 Välkomstmingel och kaffe

08.55 Utbildningen inleds

10.15 Kaffepaus

10.30 Utbildning

12.00 Lunch (sponsras av Search Integration)

Kostnad: 2.800 sek + moms.

Vid bokning som är Search Integration tillhanda senast 2010-05-14 lämnas 400 sek i rabatt. Sista anmälningssdag är 2010-05-27. Antalet platser är begränsat. Observera att anmälan är bindande, vid förhinder kan platsen överlåtas på annan person.

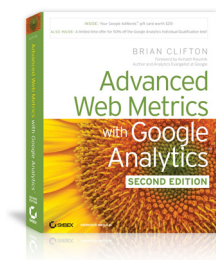
Boka nu! Boka tidigt-rabatt 400 sek innan 14 maj. Antalet platser är begränsat!

[Länk till bokningsformulär >>](#)



Om Search Integration

Search Integration arbetar med digital kommunikationsstrategi med inriktning mot sökmarknadsföring. Sociala medier och webbanalys är idag väl integrerade insatser i de flesta framstående företags sökstrategier. Search Integration arbetar med utbildning och kravställning för att tillgodose att all marknadsföring som våra uppdragsgivare gör blir sökmotorsvänlig och mätbar. Det kan innebära allt ifrån vanligt webbsök till bildsök, kartsök, socialt sök, nyhetssök, videosök, realtidssök eller prisjämförelser. Ambitionen är att vara en partner som sitter på uppdragsgivarens sida och som kombinerar gedigen sökexpertis med stöd, kravställning eller upphandling för att kunna leverera effektivitet bortom branschens standardiserade lösningar som lovar mycket och levererar alldeles för lite. **Läs mer om Search Integration >>**



Om Brian Clifton

Brian Clifton är född och uppvuxen i England, men bor i Sverige sedan 1 år tillbaka. Han arbetar idag med hela världen som sin marknad och är en internationellt erkänd författare, webbanalytiker och talare som specialiserat sig inom webboptimering och webbanalys, i synnerhet med hjälp av Google Analytics. Hans senaste bok Advanced Web Metrics with Google Analytics är en global bästsäljare och används av studenter och professionella över hela världen. Brian har arbetat med webbutveckling och digital marknadsföring sedan 1997. Mellan 2005 och 2008 var han chef för Web Analytics på Google EMEA, där han bland annat var ansvarig för utvecklingen av Google Analytics Individual Qualification. **Läs mer om Brian Clifton >>**



Search Integration Sweden AB

Vid frågor om utbildningen kontakta Christofer Brugge 070-749 84 88

event@search-integration.com