

Ökad försäljning genom framgångsrika kampanjer i sociala medier

Sociala medier har varit ett modeord under flera år. Frågan vi alla vill ha svar på är, går det att mäta effekterna av satsningar i sociala medier? Under denna föreläsning får du lyssna till framgångsrika case som visat mätbar ROI. Du får också en inblick i stora världsledande och internationella bolags användning och erfarenheter av sociala medier.

*Missa inte IAB Sverige seminarium den **14 februari**.*

Vi välkomnar alla medlemmar och icke medlemmar i mån om plats.



13:00-13:15 Vi bjuder på kaffe och bulle

13:15 Välkommen, Charlotte Thür, VD för IAB Sverige

13:30 **Kajsa Dahlberg**, Digital Marketing Manager **McDonalds** och **Krister Karjalainen**, chef för digitala medier **P & G**, berättar om hur de arbetar med sociala media och hur de ser på framtiden för Facebook.

14:15 **Rebecca Crusoe**, byråchef och projektledare, **Isobar PR**

Rebecca är en av branschens mest erfarna inom sociala medier och har bland annat erfarenhet av bloggförvärv, uppstart av sociala medier-kanaler och synergier mellan medieköp och digitalt content. Rebecca är sedan 2004 en aktiv profil i sociala medier med sin blogg Popjunkien.se. Tidigare har hon jobbat för Mahir PR och MTV Networks.



OSA till kommer@iabsverige.se senast den 12 februari

Plats: Carats ljusgård, Åsögatan 108, Stockholm

Datum: 14 februari, kl 13:00 – 15.00

Seminariet är kostandsfritt!



Premium Members och samarbetspartners till IAB Sveriges seminarium:

AFTONBLADET

tns sifo

24:7
REALMEDIA

OUTRIDER
| experience relevance

webtraffic

iab sweden