

Next Media Group

## Семинар «Google Analytics для маркетолога: установка, настройка и поддержка»

Семинар будет интересен:

Руководителям онлайн-проектов: как оценивать эффективность своих проектов с точки зрения конверсий, как рассматривать в комплексе организацию сайта, маркетинговую активность и достигаемые результаты, как тестировать результаты возможных изменений сайта.

Специалистам по онлайн-маркетингу: как учитывать и развивать различные виды маркетинговой активности, определяя их целевую эффективность и выявляя слабые места организации рекламы и сайта, как интегрировать различные виды рекламной активности.

Вебмастерам: как корректно устанавливать собирать данные в различных ситуациях, в том числе при поиске по сайту, в AJAX- и Flash-приложениях, как избежать потери данных и организовать разделение доступа и подготовку отчетов для других специалистов в компании, как использовать смежные инструменты.

Программа семинара:

### 1. Идеология учета и оптимизации конверсий

o Типы сайтов, их задачи

o Потребности и проблемы маркетологов

o Способы учета эффективности, измерение конверсий

o Собранная информация и результирующие действия

### 2. Доступные инструменты

o Традиционные средства: счетчики, зерофиксель, оплата лидов

o Достоинства Google Analytics: целостность информации о воронке продаж, сегментация

o Недостатки Google Analytics: сложность, задержка обработки, технические хитрости

o Сопутствующие инструменты: инструменты SEO, контекстная реклама, Website Optimizer, контрольный счетчик

### 3. Что можно измерить

o Термины

o Виды отчетов Google Analytics

o Пять режимов сбора данных в Google Analytics

o Учет рекламных кампаний: разметка ссылок

o Количественные измерения: "отказы", глубина, время, возвраты - их применимость

o Качественные показатели: цели, электронная коммерция, конверсии, география

o Что нужно добавить для сбора данных разным видам сайтов

### 4. Обработка данных

o Анимированные отчеты

o Экспорт данных, возможные использования

o Воронка конверсий, понятие цены страницы и поток трафика через страницу

o Сегментация аудитории

### 5. Что нужно сделать веб-мастеру

o Кто работает с данными: экаунты и профили, настройки доступа, подписки

o Как собираются данные: режимы сбора данных, учет локальных поисковиков, учет поиска по сайту, возможные изменения кода JavaScript

o Как корректируются данные: фильтры и резервные копии

### 6. Выводы и действия

- oТрадиционные медиа- планы и какими они должны быть
- oПирог трафика и возможные действия по каждому сегменту: PR и WOM, SEO и PPC
- oДоработки сайта: потери трафика страницами, понижение потерь в воронках
- oПроактивные измерения: A/B тестирование

Заявки на участие: <http://seminar.promo.ru/google> или по тел.: +7 (495) 797-57-80 (Анастасия Акимова, Светлана Замарацкая)

Стоимость участия: Стоимость участия - 7 000 рублей. При предварительной оплате (до 10 сентября) стоимость - 6 000 рублей. Стоимость также включает кофе-брейк, обед и раздаточные материалы.

Место проведения - Конференц-центр "На Филипповском" (г. Москва, Филипповский пер., д. 8, стр. 1. Метро: Арбатская, Кропоткинская).