



WITAJ W ŚWIECIE INFORMACJI
Usługi monitoringu mediów i analiz medialnych



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów

Informacja

Nazywana jest złotem XXI wieku, traktowana jako dobro powszechne, zasób, a nawet towar. We współczesnym świecie ma konkretną wartość – nie tylko społeczną, ale i ekonomiczną. Jest jednym z czynników decydujących o rozwoju społeczeństw, których stopień zaawansowania oceniany jest między innymi pod kątem ewolucji technik informacyjnych, tempa przemian technologicznych i zasięgu ich wykorzystywania. Wyznacznikiem zaś szeroko rozumianego postępu stało się pojęcie **społeczeństwa informacyjnego**.



W wyniku globalizacji mamy do czynienia z procesami upowszechniania informacji, ich przekazu oraz przyspieszenia szeroko rozumianej komunikacji. Obecnie ludzie na całym świecie dowiadują się o wydarzeniach w ciągu zaledwie kilkunastu sekund – kilka lat temu musieliby czekać na te same informacje kilkanaście godzin. Intensywne zmiany technologiczne i komunikacyjne, w tym pojawienie się internetu, przesądziły o rozwoju społeczeństwa globalnej informacji. Jednak ilość i różnorodność danych sprawiają, że jedną z najważniejszych kwestii stał się nie sam dostęp do informacji, ale możliwość dotarcia do informacji właściwej, przydatnej z punktu widzenia danego odbiorcy.

Informacja jest powszechnie i intensywnie wykorzystywana w życiu ekonomicznym, społecznym, kulturalnym i politycznym. Jest ważnym i wartościowym zasobem, nierzadko decydującym o rynkowym sukcesie lub porażce. Zaawansowane systemy zarządzania informacją, jakością i szybkość przepływu danych przesądzą o konkurencyjności poszczególnych podmiotów. W dynamicznie zmieniających się warunkach otoczenia dostęp do informacji wysokiej jakości to często „być albo nie być” przedsiębiorstwa czy instytucji.

Z tego właśnie powodu informacja traktowana jest jako największe dobro nowoczesnie zarządzanych przedsiębiorstw i instytucji. Dostęp do niej jest niezbędny w działaniach biznesowych i determinuje skuteczną rywalizację z innymi podmiotami na rynku. Aktualne dane odgrywają kluczową rolę w działaniach marketingowych i PR oraz procesach decyzyjnych. Pozwalają wykorzystać nadarżające się okazje i uniknąć zagrożeń. Dziś każdy

zarządzający firmą menedżer jest świadomy wagi i wartości właściwej informacji. Pełny obraz kondycji wizerunkowej przedsiębiorstwa i konkurencji jest możliwy do uzyskania tylko na podstawie analizy informacji z różnych źródeł.

Niezwykle cennych informacji, które pozwalają na bieżącą orientację w rzeczywistości gospodarczej, politycznej, kulturalnej i społecznej dostarczają media, a ich monitoring jest odpowiedzią na rosnące potrzeby społeczeństwa informacyjnego. Bieżące monitorowanie zasobów, w tym mediów społecznościowych, umożliwia profesjonalne zarządzanie informacją, firmą, marką i wizerunkiem. Stanowi także podstawę badań efektywności działań PR oraz strategicznego zarządzania profilem danej organizacji.

Zgodnie z filozofią media intelligence wyszukanie właściwej informacji, to dopiero początek. Klienci agencji PRESS-SERVICE Monitoring Mediów mogą liczyć na dokładne rozpoznanie potrzeb informacyjnych, profesjonalne sformułowanie problemu, wybór odpowiednich źródeł medialnych, pogłębioną analizę i interpretację danych oraz rekomendacje wizerunkowe. Taka oferta połączona z usługami szkoleniowymi i doradczymi, a także dostępem do najnowocześniejszych narzędzi zarządzania danymi to oszczędność czasu, gwarancja obiektywizmu i fachowa, dostosowana do potrzeb odbiorcy ocena efektywności prowadzonych działań.

Sebastian Bykowski
wiceprezes zarządu, dyrektor generalny
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

S jak... SATYSFAKCJA

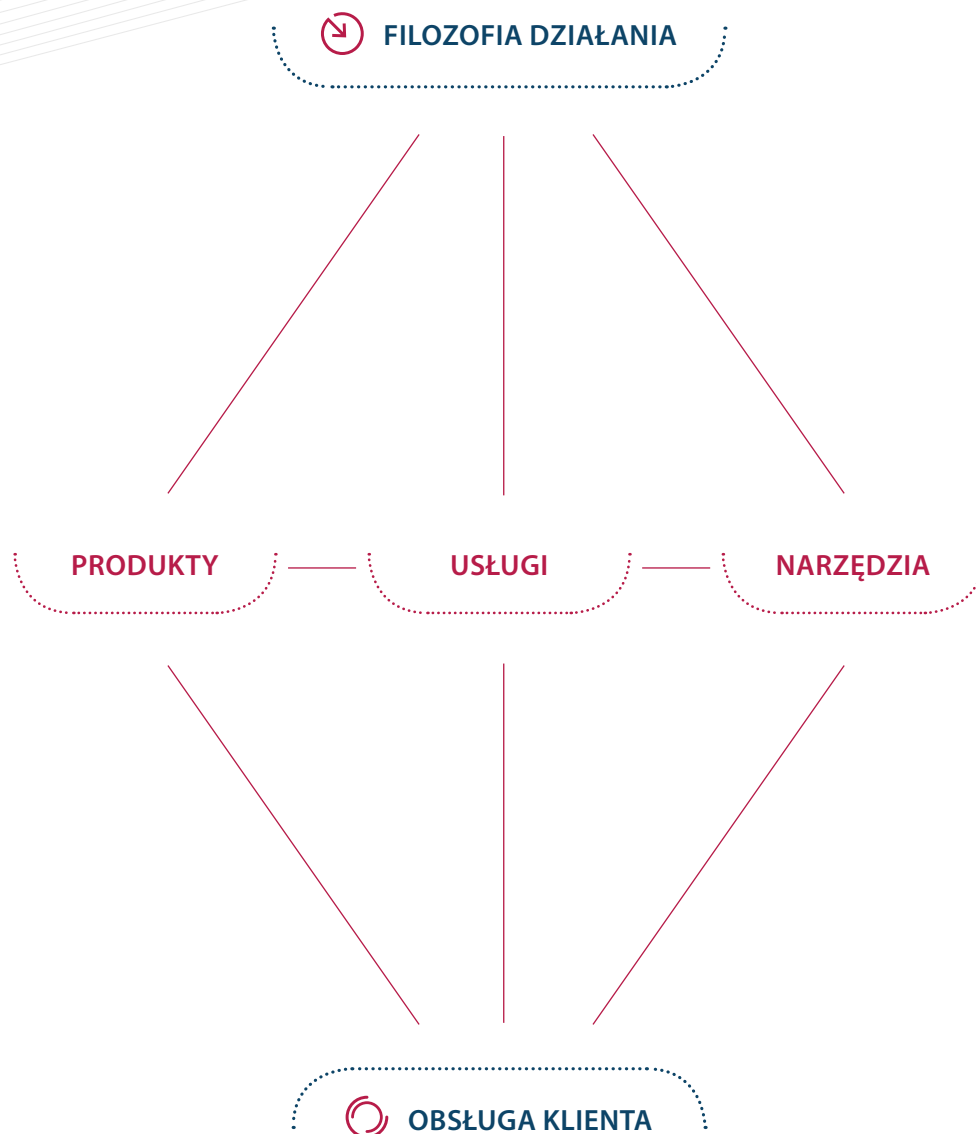
Potrzeby i oczekiwania zarówno obecnych, jak i przyszłych Klientów stanowią punkt wyjścia wszystkich działań podejmowanych w firmie. Zadowolenie odbiorców naszych usług ma dla nas rzeczywistą wartość.

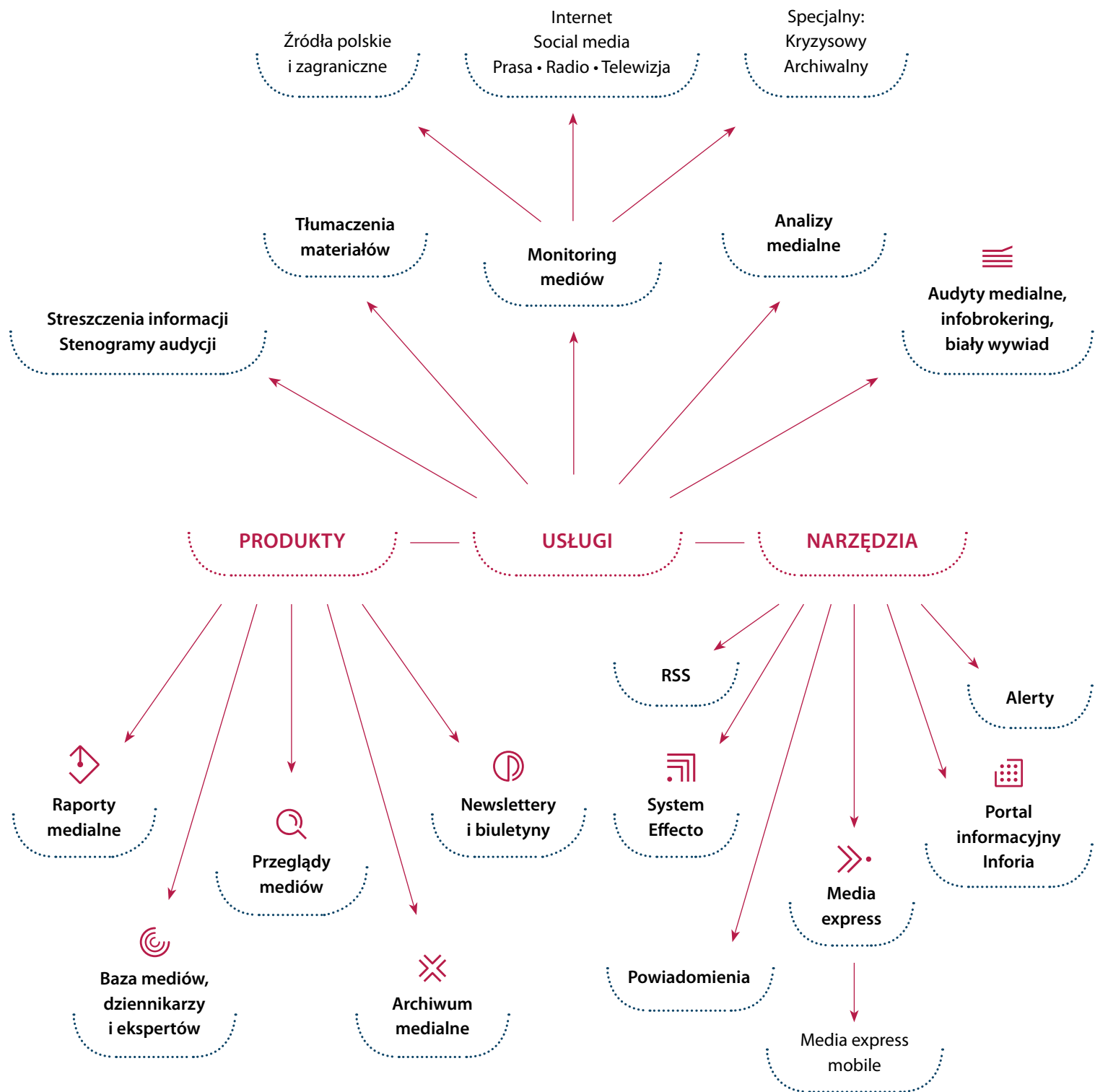
N jak... NIESZABLONOWOŚĆ

Utarte schematy zostawiamy innym. Uznajemy wyjątkowość branży i Klientów. Kiedy trzeba, sięgamy po niestandardowe rozwiązania. Wyjątkowość naszej oferty sprawia, że jesteśmy najczęściej wybieraną w Polsce firmą świadczącą usługi monitoringu mediów i analiz medialnych.

L jak... LOJALNOŚĆ

Relacje z Klientami opieramy na życzliwości i wzajemnym zaufaniu. Bezwzględnie przestrzegamy tajemnicy handlowej. Do każdego zlecenia podchodzimy z należytą rzetelnością i starannością.





Ż jak... ŻYCZENIE

Długoletnie doświadczenie pozwala nam spełniać życzenia najbardziej wymagających Klientów. Jesteśmy znani z tego, że realizujemy również niestandardowe zamówienia. Na każdym etapie współpracy służymy fachowym doradztwem.

R jak... RADOŚĆ

Cieszymy się, że nasze usługi pomagają budować sukces Klientów.

J jak... JAKOŚĆ

Codziennie budujemy kulturę organizacyjną nastawioną na jakość. Tworzymy najlepsze rozwiązania, dbając o najdrobniejsze szczegóły. Wyjątkową wagę przywiązujemy do skutecznej komunikacji z Klientami.



10 POWODÓW, DLA KTÓRYCH WARTO WYBRAĆ USŁUGI PRESS-SERVICE MONITORING MEDIÓW

1. Informacje uzyskiwane z najdynamiczniej rozbudowywanej bazy mediów.
2. Dostęp do unikalnego na polskim rynku archiwum informacji.
3. Zaawansowane narzędzia, pozwalające korzystać z wyników monitoringu z dowolnego miejsca.
4. Dedykowany zespół obsługi Klientów i pomoc osobistego konsultanta na każdym etapie korzystania z usług.
5. Fachowe doradztwo doświadczonych analityków mediów.
6. Oferta dostosowana do indywidualnych wymagań i potrzeb Klientów.
7. Jedyna w Polsce baza mediów, dziennikarzy i ekspertów.
8. Nieodpłatny monitoring testowy wszystkich mediów dla potencjalnych Klientów oraz bezpłatne testy nowych produktów dla Klientów stałych.
9. Prawie 50 lat doświadczenia, tradycji i doskonalenia usług oraz gwarancja najlepszej znajomości branży.
10. Kto zaoferuje więcej?

**Zapraszamy do współpracy
Zespół PRESS-SERVICE Monitoring Mediów**



ul. Marcelesińska 14
60-801 Poznań
tel. +48 61 66 26 005; faks wew. 115

Oddział Warszawa
ul. Polna 40
00-635 Warszawa
tel. +48 22 31 30 180/182; faks wew. 20

biuro@psmm.pl
www.psmm.pl

facebook.com/PSMMonitoring
twitter.com/PSMMonitoring

Filozofia działania



Misja, którą się kierujemy

Dążymy do zaspokajania rosnących potrzeb informacyjnych przedsiębiorstw, instytucji i osób, dostarczając im kompleksowe rozwiązania informacyjne oparte o wiedzę z mediów i nowoczesne technologie. Pomagamy budować pozytywny wizerunek medialny, zwiększając efektywność oraz wzmacniając pozycję rynkową naszych Klientów.

Wizja, do której dążymy

Wybiegamy w przyszłość, dopasowując działania do zmieniającego się rynku mediów i zaspokajając szeroko rozumiane potrzeby informacyjne specjalistów do spraw public relations, marketingu i kadry zarządzającej. Profiluujemy działania, aby jak najszybciej dostarczyć właściwej osobie odpowiednią informację. Edukujemy rynek w zakresie dostępu do informacji, jej przetwarzania oraz wykorzystania.

Wartości, którym jesteśmy wierni

- budujemy z Klientami długoterminowe partnerskie relacje
- jesteśmy organizacją innowacyjną, elastyczną i otwartą na zmiany
- korzystamy wzajemnie ze swojej wiedzy, wierząc, że najlepsze rozwiązania powstają w wyniku szerokiej wymiany doświadczeń i pracy zespołowej
- dbamy o pozytywne, trwałe relacje, doceniamy odmienne punkty widzenia i indywidualność
- szanujemy się wzajemnie za to, kim jesteśmy, cenimy nasze pasje, entuzjazm i zaangażowanie
- wspomagamy inicjatywy pracowników i wspieramy środowisko branżowe
- ponad wszystko dbamy jednak o jakość i spójność naszych wszystkich działań



Certyfikowany Partner Microsoft

Uzyskanie kompetencji Silver Independent Software Vendor (ISV) i Application Development związane jest z wykorzystywaniem technologii MS do rozbudowy wewnętrznych aplikacji firmy. Współpraca z MS oznacza korzyści związane z wykorzystywaniem licencjonowanego oprogramowania, dostęp do zasobów oraz wsparcie techniczne.

Z jak... ZAANGAŻOWANIE

Dostarczamy usługi podmiotom z wielu branż. Każda z firm ma indywidualne potrzeby. Dlatego z zainteresowaniem poznajemy specyfikę różnorodnych dziedzin biznesu tak, aby nasze produkty i doradztwo pomagały rozwiązywać problemy najefektywniej, jak to możliwe.

BLISKO 50 LAT DOŚWIADCZENIA, TRADYCJI I DOSKONALENIA USŁUG

Media intelligence

To autorska filozofia, zgodnie z którą oferujemy sprofilowane usługi, wskazując naszym Klientom istotne informacje z mediów oraz sposoby, w jaki mogą je wykorzystać. Podstawowe usługi monitoringu mediów wzbogacamy o dogłębne analizy publikacji, obiektywnie oceniające pozycję medialną. Dodatkowo tworzymy nowoczesne rozwiązania technologiczne, umożliwiające sprawne zarządzanie pozyskaną informacją. Służymy również wsparciem merytorycznym, prowadząc działania o charakterze doradczym i szkoleniowym.

S jak... SOLIDNOŚĆ

Gazeta Biznesu to nagroda dla firm cechujących się zwinnością, elastycznością, czujnością, refleksem i umiejętnością dostosowania do szybko zmieniających się warunków otoczenia. Tytuł przyznawany jest firmom o nieskazitelnej reputacji, uczciwości wobec kontrahentów, pracowników i Skarbu Państwa.



DOŚWIADCZENIE

Dokumentalistyczna agencja informacyjna PRESS-SERVICE Monitoring Mediów jest polską firmą, której podwaliny stanowiły Ośrodek Dokumentacji i Analiz Prasowych Wielkopolskiego Wydawnictwa Prasowego i Wielkopolska Agencja Informacyjna PRESS-SERVICE.

Blisko pięćdziesięcioletnia tradycja organizacji, sięgająca roku 1969, daje gwarancję stabilności, wszechstronnej znajomości rynku mediów oraz pozwala Klientom czerpać informacje z największego w Polsce **archiwum medialnego**.

Obecnie spółka PRESS-SERVICE Monitoring Mediów jest krajowym liderem w dziedzinie kompleksowego monitoringu mediów oraz wiodącym podmiotem w tej branży na rynku europejskim. Firma świadczy usługi dla największych koncernów, agencji PR, przedsiębiorstw oraz instytucji publicznych.

Oś działalności firmy stanowią usługi precyzyjnego wyszukiwania i wyboru informacji medialnych z rozpowszechnionych wcześniej publikacji. Klienci otrzymują wyniki kompleksowego monitoringu w postaci dedykowanych serwisów informacyjnych.

Specjalnością PRESS-SERVICE Monitoring Mediów są **audyty medialne** oraz wielopoziomowe **raporty medialne** niezbędne w profesjonalnym zarządzaniu wizerunkiem.

Autorskie **przeeglądy mediów** udostępniane są ich odbiorcom za pośrednictwem zaawansowanych technologii informatycznych. Spersonalizowany **portal Inforia** jest innowacyjnym narzędziem, umożliwiającym nie tylko przegląd, ale również analizę pozyskanych informacji. Inforia pozwala także na sprawną komunikację i zarządzanie danymi. Działania media relations wspiera **system Effecto** – kluczowe na polskim rynku rozwiązanie, służące do pomiaru medialności i efektywności komunikatów. Tworząc specjalistyczne narzędzia IT dla Klientów, bazujemy na technologii Microsoftu.

Efektywne wewnętrzne zarządzanie przedsiębiorstwem przekłada się na pozytywną ocenę spółki. PRESS-SERVICE Monitoring Mediów został uznany za jedną z najdynamiczniej rozwijających się firm w kategorii małych i średnich przedsiębiorstw oraz uzyskał tytuł „Gazeli Biznesu”.





PARTNERSTWO

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów jest znaną i cenioną marką, postrzeganą w branży mediów, PR i marketingu w kategoriach niekwestionowanego autorytetu. Jako ekspert w dziedzinie monitoringu i analiz medialnych chętnie dzielimy się wiedzą oraz doświadczeniem. Prowadzimy warsztaty oraz wspieramy merytorycznie największe konferencje, debaty i seminaria, dostarczając specjalistycznych badań, raportów i opracowań.

Obejmujemy **patronat merytoryczny** nad różnego rodzaju projektami i inicjatywami, m.in. Poznań PR, PR Regionów czy Konkurs dla Studentów na Najlepsze Prace Dyplomowe z Zakresu Public Relations. Tworzymy teorię PR, będąc współautorem wielu opracowań i publikacji, m.in. „Leksykonu Public Relations” oraz książek „Badania i pomiar efektów w public relations” oraz „Rzecznik prasowy. Teoria i praktyka: pomiędzy oczekiwaniami a możliwościami”. Na mocy porozumienia o współpracy z Uniwersytetem Gdańskim dzielimy się wiedzą i doświadczeniem z zakresu monitoringu mediów na konferencjach, wykładach i warsztatach dla studentów oraz pracowników uczelni. Jesteśmy również partnerem kierunku Mediaworking oferowanego przez Wyższą Szkołę Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa. Wspieramy środowisko uniwersyteckie w tworzeniu prac naukowych.

Wspólnie z miesięcznikiem „Press” od 2008 roku realizujemy unikatowe na polskim rynku coroczne badanie aktywności medialnej marek w najważniejszych branżach – Top Marka.

Ściśle współpracujemy z organizacjami branżowymi – Polskim Stowarzyszeniem Public Relations, Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich, Instytutem Naukowo-Badawczym, Centrum im. Adama Smitha, Stowarzyszeniem Europejskie Centrum Analiz Geopolitycznych. Od lat aktywnie wspieramy działalność Fundacji internetPR.pl, która integruje specjalistów PR.

Od 2003 roku PRESS-SERVICE Monitoring Mediów jest członkiem elitarnej organizacji **FIBEP** z siedzibą w Paryżu. Bierze aktywny udział w spotkaniach organizowanych w rodzimych krajach firm członkowskich. Wieloletnie kontakty z zagranicznymi firmami zaowocowały utworzeniem **CEE Media Monitoring Group**. PRESS-SERVICE Monitoring Mediów ogłosił jej powstanie podczas 44. Kongresu FIBEP. Głównym zadaniem organizacji jest zapewnienie Klientom i zagranicznym partnerom biznesowym optymalnego korzystania z oferty monitoringu mediów z regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Grupa zapewnia monitoring mediów w jednym standardzie z ponad dwudziestu państw europejskich.

Budujemy partnerskie relacje ze środowiskiem dziennikarskim. Na bieżąco badamy reakcje prasy, radia i telewizji oraz mediów internetowych na zjawiska polityczne, gospodarcze, kulturalne i społeczne. Wyniki tych obserwacji, publikowane w postaci ogólnodostępnych raportów medialnych, są źródłem wiedzy i nieocenioną pomocą w codziennej pracy dziennikarskiej, ułatwiającą przygotowanie materiałów. Zapewniamy także dziennikarzom dostęp do biblioteki oraz najstarszego na polskim rynku archiwum materiałów prasowych.



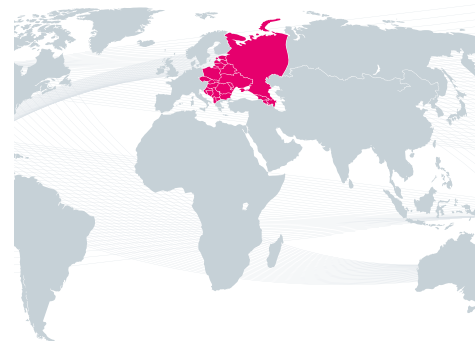
TOP MARKA

5 najaktywniejszych marek z najbardziej medialnych branż, ponad 1 870 000 przeanalizowanych publikacji prasowych.

FIBEP

(Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse).
Działająca od 1953 roku organizacja zrzesza ponad 90 firm z przeszło 40 krajów.

CEE Media Monitoring Group



MONITORING MEDIÓW
stanowi ważny element
wieloaspektowej oceny
efektywności działań
komunikacyjnych – zarówno
dla firm realizujących CSR,
jak i organizatorów kampanii
społecznych.

Superstatuetka Kampanii
„Cała Polska Czyta Dzieciom”



CSR

Jako firma z długoletnią tradycją koncentrujemy się na stałym podnoszeniu wartości spółki, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju. Zgodnie ze strategią, w realizacji misji i wizji odnosimy się do przyjętych wartości. Zależy nam na budowaniu długotrwałych pozytywnych relacji z interesariuszami firmy. Staramy się, by nasza działalność przynosiła korzyści nie tylko biznesowi, ale i otoczeniu, w którym działamy. W ramach **Społecznej Odpowiedzialności Biznesu** angażujemy się w przedsięwzięcia, które są nam szczególnie bliskie.

Świadczymy usługi monitoringu mediów dla **Fundacji Pomocy Matematykom i Informatykom Niesprawnym Ruchowo**. Zaangażowaliśmy się w ogólnopolską kampanię społeczną „Twoja krew – moje życie”. Cyklicznie drużyna biegaczy PRESS-SERVICE Monitoring Mediów bierze udział w charytatywnych biegach wielkopolskich firm, instytucji i organizacji z cyklu „Poznań Business Run”. Firma wspomagała również działalność organizacji pożytku publicznego: **Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka** i **Federacji Polskich Banków Żywności**.

Zdajemy sobie sprawę z tego, jak trudno jest połączyć naukę z pracą, dlatego staramy się wychodzić naprzeciw potrzebom studentów, których zatrudniamy. Angażujemy się w inicjatywy organizacji studenckich i wspomagamy studentów w opracowywaniu prac magisterskich oraz licencjackich, udostępniając im wyniki monitoringu różnych zagadnień.

Wiemy, jak duże znaczenie w rozwoju postaw życiowych ma czas poświęcony dziecku w pierwszych latach jego życia. Od roku 2005 współpracujemy z **Fundacją ABCXXI – Cała Polska Czyta Dzieciom**. W podziękowaniu za kilkuletnie wsparcie dla inicjatyw Fundacji w 2009 roku otrzymaliśmy Statuetkę Kampanii „Cała Polska Czyta Dzieciom”, a w 2011 Superstatuetkę. Ponadto wspomagamy działania **Fundacji „Przyjaciele Świata”**, **Fundacji „Mam Marzenie”** oraz **Fundacji Jolanty Kwaśniewskiej „Porozumienie Bez Barier”**. Wspieramy również organizację ogólnopolskiej akcji świątecznej pomocy „Szlachetna Paczka”. W 2010 roku w podziękowaniu za udział w projekcie otrzymaliśmy statuetkę i tytuł „Przyjaciela Szlachetnej Paczki”.

W ramach działań na rzecz rozwoju kultury polskiej firma promuje wartościowe projekty artystyczne oraz ich twórców. Współpracujemy m.in. z **Teatrem Wielkim – Operą Narodową**, **Studium Buffo** oraz poznańskim **Teatrem Wielkim im. Stanisława Moniuszki**. Partnerujemy trasom koncertowym muzyka **Wojciecha Grabka**, sponsorowaliśmy powstanie albumów fotograficznych „Poznań – Miasto z duszą” oraz „Poznań – Śladami ułańskiej tradycji” autorstwa Marzeny Olejniczak.

Przeglądy mediów

Monitoring internetu, social media, prasy, radia i telewizji

Decydując się na przeglądy dokumentalistycznej agencji PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, zyskujesz możliwość dostępu do informacji z najbogatszej na rynku i intensywnie rozwijanej bazy mediów polskich i zagranicznych.



ZAKRES

Internet

Klienci mają do dyspozycji **MONITORINGU INTERNETU**, który:

- gwarantuje optymalne dopasowanie źródeł monitoringu, bez ich ograniczania,
- oferuje publikacje z najbardziej opiniotwórczych i najczęściej odwiedzanych serwisów oraz bardzo szeroki wachlarz informacji na zdefiniowane hasła,
- opiera się na profesjonalnej wiedzy i doradztwie analityków internetu,
- czerpie z wieloletnich doświadczeń w branży monitoringu mediów.

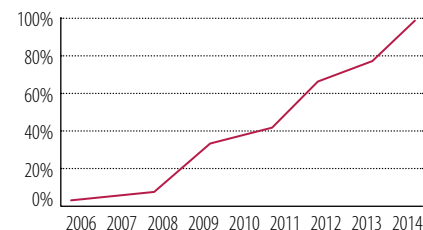
Monitoring internetu w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów to wybór profesjonalistów! Zaufaj specjalistom i ciesz się zweryfikowanym nieograniczonym zakresem i wynikami monitoringu dopasowanymi do Twojego zlecenia.

W ramach monitoringu internetu wyszukujemy także materiały ze streamów internetowych.



Monitoring polskich mediów obejmuje: **blisko 5 mln źródeł internetowych, 1100 tytułów prasowych** oraz przeszło 100 stacji radiowych i telewizyjnych.

Monitoring zagraniczny uwzględnia ponad **90% światowego rynku mediów**.



Wzrost liczby monitorowanych źródeł internetowych w latach 2006-2014*

*Systematycznie zwiększamy liczbę monitorowanych źródeł. Aktywny udział w tym przyroście mają także nasi Klienci

Polecamy!
Monitoring YouTube oraz internetowych stacji telewizyjnych: Onet.tv, Interia.tv, Ipla.tv, Bankier.tv, Gazeta.tv, Tv.rp i in.



D jak... DIALOG

Prowadzenie dialogu jest najważniejszym czynnikiem wzbudzającym zaufanie do podmiotu piszącego w social media. Jest to element ważniejszy niż jakość czy ilość dostarczanego kontentu.

Badania Invoke Solutions

„Z social media ludzie korzystają głównie po to, żeby się ze sobą komunikować. Jeżeli marka chce uczestniczyć w tej komunikacji, musi uzasadnić swoją obecność. Innymi słowy zaferować wartość.”

M. Barciński, Social Media Blog



Wychodząc naprzeciw rosnącym potrzebom informacyjnym naszych Klientów, oferujemy **MONITORING SOCIAL MEDIA** ze wszystkich najważniejszych źródeł:

- Facebook, Twitter,
- Wykop.pl – najciekawsze informacje z sieci – od internautów dla internautów (miesięcznie 1,6-1,8 mln użytkowników),
- blogi – opinie blogerów i komentarze do wpisów z ponad 4 mln blogów, a wśród nich grupa najbardziej opiniotwórczych blogów z poszczególnych branż,
- fora – ponad 180 najbardziej kluczowych miejsc wymiany opinii,
- YouTube – opinie społeczności jednego z najpopularniejszych serwisów internetowych, wpisywane jako komentarze pod filmami, wideoblogami, teledyskami i zwiastunami telewizyjnymi (ponad 12 mln polskich użytkowników).

9 pytań, które musisz sobie zadać przed założeniem profilu firmowego w mediach społecznościowych:

1. Co chcesz osiągnąć dzięki obecności w social media?
2. Czy Twoja firma, marki, produkty mogą być lubiane?
3. Jaką treść zamierzasz umieszczać we wpisach?
4. Czy masz zasoby do utrzymania regularnej aktywności na profilu?
5. Czy Twoja organizacja prowadzi otwartą politykę informacyjną?
6. Czy chcesz dzielić się wiedzą?
7. Czy jesteś przygotowany na krytyczne komentarze i reagowanie na nie?
8. Czy Twoja organizacja jest podatna na kryzysy?
9. Czy jesteś otwarty na dialog?

W ramach przeglądu social media monitorowane są polskojęzyczne wpisy, komentarze i opinie użytkowników serwisów, w których padają zdefiniowane nazwy własne. Każdy komentarz dotyczący monitorowanego hasła jest zamieszczany na portalu jako niezależna informacja – w ten sposób unikamy jego przeoczenia, zwłaszcza w sytuacji kryzysowej.

Specyfika mediów społecznościowych to przede wszystkim interaktywność, zaangażowanie użytkowników w komunikację oraz narzędzia umożliwiające nawiązanie relacji z Klientami.

Przed firmami otworzyły się przełomowe rozwiązania monitoringu społeczności internetowych, pozwalające dowiedzieć się, co o nich mówi konsument w osobistych relacjach z innymi użytkownikami. Tego typu wypowiedzi są najbardziej wiarygodnymi komunikatami, które dają możliwość niemal idealnego dopasowania oferty do potrzeb Klientów. Faktem staje się zatem bezpośredni dialog usługodawców z usługobiorcami i producentów z konsumentami.

Portale społecznościowe to miejsce, gdzie filtr cenzury i autocenzury działa znacznie słabiej, a wyrażane emocje i opinie są bezpośrednie i prawdziwe. Monitorowanie marki w tych miejscach pozwala nie tylko na bezpośrednią rozmowę z użytkownikami praktycznie w czasie rzeczywistym, ale umożliwia także trzymanie ręki na pulsie i kontrolowanie potencjalnych sytuacji kryzysowych.

Informacje uzyskane w wyniku monitoringu social media wspomagają rozwój firmy i są nie do przecenienia. Pozwalają na bieżąco śledzić efekty realizowanej strategii i błyskawicznie reagować na konieczność ewentualnej modyfikacji. Dostarczają wiedzę niezbędną do lepszego zrozumienia konsumenta, budowania relacji z fanami, rozwijania nowych produktów i usług oraz umożliwiają dotarcie z przekazem do niszowych grup konsumentów. Wpływają na zwiększenie efektywności działań marketingowych i PR oraz umożliwiają analizę działań konkurencji.

Analiza monitoringu w postaci specjalistycznych **raportów z social media** może wpłynąć nie tylko na zmianę samej formy komunikacji i funkcjonowania poszczególnych działów firmy, ale niejednokrotnie na modyfikację całej strategii biznesowej.

Prasa

MONITORING PRASY obejmuje gazety, magazyny branżowe i specjalistyczne o zasięgu ogólnopolskim, regionalnym i lokalnym oraz różnej częstotliwości ukazywania się: dzienniki, tygodniki, dwutygodniki, miesięczniki, kwartalniki, półroczniki, roczniki i wydawnictwa okazjonalne.

Przegląd prasy może dotyczyć także:

- reklam i materiałów sponsoringowych,
- ogłoszeń (np. przetargi, nekrologi),
- krzyżówek i konkursów,
- opisów filmów, książek i gier,
- ramówek, tabel, rankingów oraz okładek.

Pomimo rosnącego znaczenia mediów internetowych prasa zajmuje znaczącą pozycję wśród czynników kształtujących opinię publiczną, a jej rola w zmianie postaw i zachowań jest nadal istotna. To prasa niezmiennie jest miejscem debaty społecznej i najczęściej cytowanym źródłem informacji.

P jak... PEWNOŚĆ

Wiele firm codziennie nieświadomie podpisuje „listę obecności” w social media, a ich produkty i usługi są tematem licznych komentarzy i opinii. Monitoring społeczności internetowych to pewność wiedzy o wszystkich wpisach i pełna kontrola wizerunku.

ZAJAWKA to zapowiedź materiału zazwyczaj na pierwszej stronie gazety, widoczna nawet w przypadku, kiedy nie pada w niej hasło zleczone w monitoring. Sygnalizujemy w ten sposób, które artykuły mogły mieć o wiele większą zauważalność i liczbę czytelników.



MINIATURA dostępna w przeglądach prasy pomaga szybko i precyzyjnie określić, w jakim miejscu oraz obok jakich artykułów wydawca zamieścił konkretną informację.



Zgodnie ze swą specyfiką prasa lokalna skierowana jest do miejscowego czytelnika i porusza sprawy istotne dla danego regionu. Traktuje tematy przekrojowo, będąc jednocześnie częścią lokalnej kultury. Tytuły lokalne pełnią ważną rolę w tworzeniu wizerunku regionu i stanowią cenne źródło informacji dla podmiotów działających na danym terenie.

Według analizy Polskich Badań Czytelnictwa prasa to medium cieszące się bardzo dużą popularnością i zaufaniem społeczeństwa. Prasę czyta około 90% dorosłych Polaków, w tym 5 mln menedżerów i blisko 2 mln właścicieli prywatnych firm. Treści z gazet docierają do ponad 95% internautów. Polacy co roku wydają na prasę codzienną 105 mln zł.

Radio i telewizja

W **MONITORINGU STACJI TELEWIZYJNYCH I RADIOWYCH** oferujemy przegląd pasm ogólnopolskich, regionalnych i lokalnych. W zakres monitoringu wchodzi konkretne pozycje programowe lub całe bloki tematyczne opracowane w oparciu o programy z najważniejszych stacji RTV w danym zakresie. Klienci mogą zlecić monitoring dodatkowych, określonych przez siebie stacji.

Atutem radia i telewizji są przede wszystkim szybkość dostarczania informacji oraz możliwość przekazu na żywo, duży zasięg i praktycznie nieograniczona dostępność.

Media zagraniczne

MONITORING MEDIÓW ZAGRANICZNYCH dostarcza w dobie globalizacji cennej wiedzy na temat światowych rynków i pozwala szerzej spojrzeć na pozyskaną informację. Zapewniamy naszym Klientom dostęp do **światowego zasobu informacji** ze wszystkich mediów: internetu, social media, prasy, radia i telewizji.

Dla firm polskich planujących lub prowadzących już zagraniczną współpracę biznesową przeglądy uzyskane z tamtejszych obszarów pozwalają na rozpoznanie i kontrolowanie konkretnej branży, jej tendencji oraz specyfiki. Nie do przecenienia jest również ocena własnej firmy na tle zagranicznych firm konkurencyjnych oraz możliwość uczenia się i czerpania z doświadczeń innych podmiotów, funkcjonujących w odmiennych warunkach.

Oferta monitoringu mediów zagranicznych jest także odpowiedzią **na potrzeby informacyjne zagranicznych Partnerów i Klientów** zainteresowanych uzyskaniem wiedzy na temat społeczno-gospodarczych uwarunkowań rynku polskiego.

Tworzymy ponadnarodowe rozwiązania dla korporacji międzynarodowych

FIBEP
(Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse) – międzynarodowa organizacja zrzeszająca ponad 90 firm monitorujących media z przeszło 40 krajów świata.

Dzięki członkostwu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów w FIBEP Klienci mają do dyspozycji materiały praktycznie z całego świata. Oferta może być skonstruowana według indywidualnych wskazań odbiorcy i obejmować także podmioty niezrzeszone w FIBEP. Standardowe obszary monitoringu mediów zagranicznych to:

- Europa Zachodnia,
- Europa Środkowo-Wschodnia,
- Ameryka Północna,
- Ameryka Południowa,
- Afryka,
- Bliski Wschód,
- Daleki Wschód,
- Australia.

W 2011 roku PRESS-SERVICE Monitoring Mediów zacieśnił wieloletnią współpracę z dotychczasowymi partnerami z Europy Środkowo-Wschodniej, tworząc w strukturach FIBEP **CEE Media Monitoring Group**. Jej głównym zadaniem jest zapewnienie możliwości optymalnego korzystania z oferty monitoringu mediów przez uproszczenie i unifikację procesu pozyskiwania informacji. Dla Klientów firm z Grupy CEE oznacza to możliwość otrzymywania wyników monitoringu ze wszystkich krajów w ustandaryzowanym formacie, za pomocą jednego narzędzia, w dniu ich publikacji za granicą i w ujednoliconej ofercie.

CZAS

Wyniki monitoringu zamieszczane są na portalach klienckich:

Internet	Na bieżąco
Social media	Na bieżąco
Prasa	W dniu ukazania się tytułu na rynku, zamieszczane sukcesywnie od 5:00
Radio i telewizja	Do 2 godzin od emisji materiału

POLECAMY

Raporty, audyty medialne, tłumaczenia i streszczenia informacji oraz biuletyny z mediów zagranicznych.

CEE Media Monitoring Group

WSPÓLNIE W JEDNYM STANDARDZIE

Nowa jakość w monitoringu mediów zagranicznych

U jak... UWAGA

Wiemy, że szybki dostęp do informacji jest bezcenny, dlatego szczególną uwagę zwracamy na czas jej dostarczenia do Klientów. To jeden z naszych priorytetów.



PODŚWIETLANIE SŁÓW KLUCZOWYCH

pozwała ustalić nasycenie tekstu zdefiniowanymi słowami, określić pozycję tych fraz w informacji (tytuł, lead, rozwinięcie), stwierdzić, w jakim kontekście padają słowa kluczowe i dokonać wartościowania opublikowanego materiału.



FORMA

Weryfikacja wyników monitoringu z internetu i prasy możliwa jest za pomocą podglądu informacji w wersji graficznej (jpg), tekstowej oraz html – z zachowaniem układu kolumn.

Informacje z internetu i social media są dostarczane w plikach jpg oraz jako tekst.

Materiały telewizyjne zapisane są w formacie wmv, a radiowe – w formie plików mp3.

Znacząca większość informacji z mediów zagranicznych jest dostarczana standardowo w ujednoliconym formacie. W wyjątkowych sytuacjach ich forma może być uzależniona od specyfiki opracowania oraz uregulowań prawnych przyjętych w danym państwie.

OPRACOWANIE

Każda informacja w przeglądzie mediów opisana jest za pomocą **podstawowych parametrów**, charakterystycznych dla danego źródła, takich jak:

- tytuł czasopisma/nazwa portalu/nazwa stacji,
- data (i godzina w przypadku materiałów RTV) wydania informacji lub emisji programu,
- strona,
- autor,
- czas trwania nagrania RTV,
- tematyka,
- informacja o zajawkach w publikacjach prasowych.

W ramach **opcji dodatkowych**, widocznych podczas podglądu informacji, mogą być ponadto udostępnione:

- **ocena wydźwięku** – określenie, czy w kontekście danego tematu nacechowanie publikacji jest pozytywne, neutralne czy też negatywne,
- **rozmiar informacji** – określenie jej wielkości: artykuł, notka lub wzmianka,
- **powierzchnia informacji prasowej** w cm²,
- **ekwiwalent reklamowy szacunkowy lub zweryfikowany** – wskaźnik wyceny ekwiwalentu reklamowego (AVE),
- **podświetlenie słów kluczowych w informacjach prasowych** – graficzne wyróżnienie zdefiniowanych haseł,
- **miniatura** – prezentacja pomniejszonej wersji całej strony gazety z zaznaczonym na niej graficznie wyszukany materiał,
- **kadry z materiałów telewizyjnych** – podgląd sześciu stop-klatek, umożliwiający szybkie zapoznanie się ze skrótem przekazu wideo bez konieczności otwierania pliku,
- **stenogram nagrania RTV** – zapis tekstu w formie pliku Word, a także opcjonalnie w materiałach TV – na nagraniu lub na pasku pod nagraniem.

EKWIWALENT REKLAMOWY SZACUNKOWY (AVE)

to wartość przekazu medialnego obliczana na podstawie cenników reklamowych – czyli koszt umieszczenia w danym tytule prasowym, portalu internetowym czy kanale RTV reklamy o takich samych parametrach jak zmonitorowana informacja.



MONITORING SPECJALNY

1. Kryzysowy

Cechą sytuacji kryzysowej jest zaskoczenie, dlatego bieżący dostęp do informacji ma wówczas szczególne znaczenie. Szybkie dostarczenie informacji może ograniczyć rozwój kryzysu i zminimalizować jego skutki.

W takich wyjątkowych sytuacjach Klienci mogą skorzystać ze specjalnego wsparcia – monitoringu kryzysowego, prowadzonego przez całą dobę.

Uruchomienie usługi zapewnia bieżące przeszukiwanie ustalonych źródeł i aktualizowanie portalu. Powiadomianie o informacjach kryzysowych w postaci SMS Alert może następować natychmiast po ukazaniu się materiału w mediach. Zapewniamy całkowitą poufność przekazywanych informacji.

Klienci mogą uzyskać dodatkową pomoc w formie:

- nasłuchu ciągłego,
- stenogramów z audycji RTV,
- tłumaczeń materiałów,
- powiadamiania przez SMS, MMS, RSS, e-mail,
- informacji głosowych na telefon.

2. Archiwalny

W ramach usługi przeszukiwania polskich źródeł oferujemy również monitoring wsteczny. Wyszukiwanie materiałów dotyczy okresu i haseł określonych przez Klienta.

Monitoring obejmuje identyfikowanie informacji z prasy, RTV oraz internetu, opracowywanie ich w formie pliku pdf (dotyczy materiałów opublikowanych przed czerwcem 2009 roku) oraz zamieszczenie na portalu Klienta wraz z przypisaniem informacji do właściwych zakładek.

Dodatkowo w ramach monitoringu social media usługa może obejmować również fora i blogi.



Czy wiesz, że...

„Każdy domaga się uwagi. Brak uwagi ze strony marki może skutkować kryzysem. Tak samo jak brak odpowiedniej reakcji.”

Monika Czaplicka, Zarządzanie kryzysem w social media, Gliwice 2014

G jak...

GWARANCJA

Na każdym etapie korzystania z naszych usług zapewniamy fachowe doradztwo i pomoc osobistego konsultanta.



Y jak... YETI

**Dlaczego nie?!
Zapewniamy najszerszy
monitoring mediów na rynku,
a ogranicza nas tylko Twoja
wyobraźnia.**



USŁUGI DODATKOWE

Zgodnie z naszą filozofią działania staramy się optymalizować wyniki monitoringu dostarczane w przeglądach mediów. Rozumiemy jednak, że mogą zdarzyć się sytuacje, gdy Klientowi będzie zależało na dodaniu publikacji spoza zakresu ustalonego przy zawieraniu umowy – jesteśmy otwarci na takie potrzeby.



Portal informacyjny Inforia

Proponowane przez nas sposoby zarządzania informacjami są efektem wieloletniego doświadczenia w dziedzinie monitoringu mediów oraz współpracy z Klientami, którzy każdego dnia inspirują nas do tworzenia najlepszych rozwiązań.



PORTAL INFORIA to zaawansowane narzędzie informatyczne zapewniające Klientom PRESS-SERVICE Monitoring Mediów całodobowy dostęp do dedykowanych – bieżących i archiwalnych **przeglądów mediów** oraz możliwość wygodnego zarządzania opracowanymi wynikami monitoringu.

- Inforia jest zbudowana z trzech poziomów:
 - pulpitu prezentującego najważniejsze informacje z 5 ostatnich dni oraz „Nowości”,
 - listy publikacji zawierającej szereg funkcjonalności, które pozwalają na sprawne zarządzanie pozyskanymi informacjami,
 - podglądu materiału opisującego każdą informację szeregiem istotnych elementów.
- Przeglądy mediów są uporządkowane według wybranych grup i zleconych do monitoringu tematów.
- Kategoryzowanie informacji może przebiegać dwuetapowo:
 - na etapie uruchamiania monitoringu, kiedy wspólnie z Klientem tworzone są zakładki wg ustalonej tematyki,
 - na dalszym etapie korzystania z usługi, kiedy Klient samodzielnie kategoryzuje informacje i tworzy indywidualne zakładki tematyczne.
- Opracowane wyniki monitoringu nie są udostępniane publicznie. Logowanie do portalu wymaga autoryzacji. Każdy użytkownik posiada swój unikatowy login i hasło.

FUNKCJE PORTALU

Wyniki monitoringu to dopiero początek. Inforia posiada wiele funkcji, które pozwalają na zarządzanie zmonitorowanymi materiałami i pozyskanie w ten sposób istotnych danych.

Kluczowe dla wszystkich operacji na portalu są informacje, opracowane i zakwalifikowane danego dnia do poszczególnych kategorii tematycznych – liczba dodanych materiałów jest wyświetlana przy każdym zdefiniowanym hasle.

B jak... BEZPIECZEŃSTWO

Współpracując z nami, masz pewność, że poza uprawnionymi użytkownikami, nikt nie pozna wyników monitoringu zgromadzonych na Twoim portalu. Dostęp do Inforii chroniony jest potrójnie:

- niepowtarzalną nazwą portalu,
- indywidualnym loginem,
- unikatowym hasłem użytkownika.

Zawsze możesz liczyć na naszą pomoc – szczegółowe objaśnienia wszystkich funkcji portalu znajdziesz w Przewodniku dla Użytkownika Inforii, a w razie potrzeby udzielimy Ci również dodatkowych informacji.

Trzymaj rękę na pulsie!
Inforia powiadamia na bieżąco o materiałach dodawanych na portal od momentu, w którym rozpocząłeś pracę. **NOWOŚCI** zawierają wszystkie materiały od zakończenia pracy do chwili obecnej – niezależnie od tego, czy zaglądałeś na Inforię godzinę, dzień, tydzień, czy miesiąc temu.

Sam decydujesz, jakie hasła spośród zleconych do monitoringu są dla Ciebie najistotniejsze, wybierając w Katalogu **ULUBIONE TEMATY**. Zobaczysz je w szczegółowych zestawieniach na Pulpicie.

Chcesz przechować w jednym miejscu materiały dotyczące wybranego zagadnienia, poza listą tematów zleconych do monitoringu? Zdefiniuj je jako **DODATKOWY TEMAT**. W ten sposób łatwiej wygenerujesz także interesujące Cię zestawienie.

Dziel się informacją, zwłaszcza gdy jest dobra. Pozytywne informacje budują wizerunek Twojej firmy wśród partnerów biznesowych. Za pomocą opcji **POWIADOM ODBIORCÓW** w wygodny sposób możesz wysłać powiadomienia o ukazaniu się konkretnej publikacji.

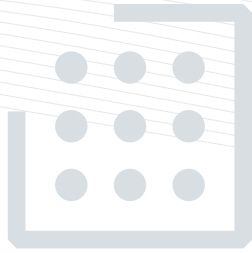


Najważniejsze funkcjonalności portalu:

- 1. Wyszukiwanie i filtrowanie** – umożliwiają znajdowanie wśród ogólnych wyników monitoringu informacji szczegółowych wg treści lub na podstawie kryteriów zaawansowanych, takich jak: rodzaj medium, źródło, temat, autor oraz data wydania publikacji.
- 2. Filtrowanie** publikacji wg daty, medium, wydźwięku, grupy, tematu i frazy.
- 3. Sortowanie** publikacji od najnowszych, od najstarszych oraz alfabetycznie.
- 4. Definiowanie** wyglądu informacji na liście według: leadu, kontekstu lub tematu.
- 5. Ulubione** – zakładka służy do przechowywania wybranych informacji, wyjątkowo istotnych z punktu widzenia danego użytkownika. Informacje zapisane w tym miejscu są widoczne tylko dla niego.
- 6. Zestawienie informacji** – funkcja ta pozwala na przygotowanie wyników monitoringu w wybranym przez użytkownika formacie **pdf**, **doc** i **xls** i wyselekcjonowanych uprzednio według indywidualnych wskazań, takich jak rodzaj medium, źródło, temat, autor lub data wydania informacji.

Materiały, w zależności od rodzaju medium, z którego pochodzą, otrzymują w zestawieniach skrócony lub rozbudowany opis parametrów określających: źródło, częstotliwość, zasięg, nakład/liczbę unikalnych użytkowników, datę wydania, stronę, na której ukazała się publikacja, ekwiwalent reklamowy szacunkowy, tytuł i autora, link do materiału źródłowego, zdefiniowane tematy, jakich dotyczy dana informacja, rodzaj, wydźwięk i ekwiwalent reklamowy zweryfikowany. Materiały telewizyjne w wersji doc i pdf zawierają miniatury sześciu kadrów z danego programu.

- 7. Analiza statystyczna** – pozwala przygotować automatyczne raporty na określone tematy wraz z prezentacją graficzną. Analiza zawiera:
 - Liczbę informacji w podziale na tematy i rodzaj medium
 - Udział procentowy informacji w podziale na tematy
 - Dane na temat ekwiwalentu reklamowego (AVE) – szacunkowego lub zweryfikowanego
 - Liczbę informacji w podziale na rodzaj medium
 - Najaktywniejsze źródła prasowe, internetowe i RTV
 - Najaktywniejszych autorów publikacji
 - Wydźwięk publikacji w podziale na tematy.
- 8. Książka adresowa** – opcja ta pozwala zapisywać pojedyncze adresy e-mail, jak również tworzyć grupy adresów, na które możliwe jest przysyłanie powiadomień o wynikach monitoringu.
- 9. Wysyłanie powiadomienia** – za pomocą tej funkcji możliwe jest generowanie powiadomienia e-mail o wynikach monitoringu.



POWIADOMIENIA O WYNIKACH MONITORINGU

Od poniedziałku do piątku informujemy Klientów o aktualnych wynikach monitoringu za pomocą powiadomień przesyłanych na adresy e-mail. Powiadomienia zawierają wykaz informacji wyselekcjonowanych w określonym czasie. Zazwyczaj przesyłane są raz dziennie, o ustalonej z Klientem godzinie.

MEDIA EXPRESS

Wyjątkowe, zaawansowane narzędzie do sprawnego przeglądania codziennych wyników monitoringu mediów. W odróżnieniu od pozostałych powiadomień **media express** posiada funkcje umożliwiające zarządzanie informacjami wybranymi w ramach danego przeglądu. W dni robocze o uzgodnionej godzinie użytkownik otrzymuje e-mailem link do systemu, z którego może korzystać on-line za pomocą wyszukiwarki internetowej. System nie wymaga instalowania żadnego dodatkowego oprogramowania.

Media express umożliwia między innymi:

- filtrowanie i sortowanie informacji,
- wyświetlanie wszystkich podstawowych danych dotyczących publikacji oraz dodatkowo leadu, kontekstu i tematów,
- generowanie zestawień publikacji (pdf, doc, xls),
- przygotowywanie analiz statystycznych,
- wysyłanie powiadomień o publikacjach.

To detale, ale...

diabeł tkwi w szczegółach

- zawężanie wyników przeglądu do nowych informacji, które pojawiły się na portalu po ostatniej wizycie użytkownika,
- w podglądzie informacji – wybór strony materiału,
- podświetlenie – możliwość samodzielnego dodawania słów kluczowych w zdefiniowanych tematach,
- opcja wydruku informacji w pdf,
- generowanie zestawień doc z możliwością wyboru zakresu danych opisujących publikację, miejscem na komentarz użytkownika i powiększonym widokiem materiału.

TWOJE PLIKI to zakładka, w której znajdziesz wszystkie wygenerowane zestawienia. Możesz do nich wracać w dowolnym momencie. Twoje pliki nie są widoczne dla innych użytkowników portalu.

Zarządzanie informacją jest teraz jeszcze łatwiejsze. Wiemy, jak ważna jest skuteczna komunikacja, dlatego stworzyliśmy w zestawieniach doc specjalne miejsce, gdzie możesz umieszczać komentarze i uwagi do materiałów, nadając im odpowiedni priorytet.

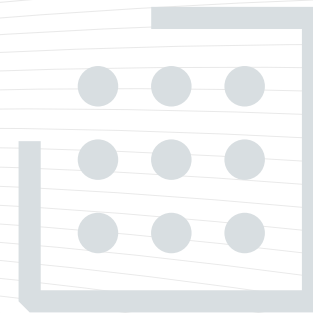
Ł jak... ŁĄCZNOŚĆ

Bądź na bieżąco dzięki
nowoczesnym narzędziom
dostępu do informacji –
w każdym miejscu na świecie.



RSS

Really Simple Syndication (RSS) pozwala na odbieranie przez Klienta automatycznego powiadomienia o każdym wyszukany dla niego materiale. RSS oszczędza czas, poprawia komfort pracy, a przede wszystkim zwiększa szybkość dostępu do informacji. Jest szczególnie pomocny w sytuacji dużej liczby publikacji uzyskiwanych w procesie monitoringu mediów.



WERSJA MOBILNA

Media express mobile to wyniki codziennego przeglądu mediów w Twoim telefonie komórkowym.

Zyskujesz:

- niezależność,
- komfort,
- oszczędność czasu,
- możliwość szybkiej reakcji na pojawiające się w mediach informacje,
- gwarancję pełnego i bezpiecznego korzystania z wyników monitoringu mediów zawsze i wszędzie, gdy tego potrzebujesz.

Informacja na wyciągnięcie ręki!
Jesteś aktywny, korzystasz
z sieci w każdym miejscu
i o każdej porze?

Sięgasz po informację wszędzie,
gdzie masz na to ochotę?

**Nie ograniczaj się,
ciesz się wolnością!
Zamów mobilną wersję
przeglądu mediów.**

**ZESTAWIAJ, PORÓWNUJ, ANALIZUJ –
TO WSZYSTKO UMOŻLIWIA CI PORTAL INFORIA**

System Effecto

Długo zastanawialiśmy się nad rozwiązaniem, które będzie czymś więcej niż biurem prasowym... Marzyło nam się narzędzie łączące dedykowane bazy mediów, dziennikarzy i ekspertów z profesjonalnym programem pocztowym oraz intuicyjnym portalem do pomiaru efektywności każdego wyemitowanego komunikatu. Tak właśnie powstało Effecto – najnowocześniejszy system wspierający działania media relations.



Zarządzanie procesem komunikacji w Effecto odbywa się w 4 prostych krokach:

1. Dodanie komunikatu do analizy medialnej

To etap, który warunkuje kompletność końcowych wyników efektywności medialnej, a od użytkownika systemu wymaga zaledwie dwóch kliknięć... kopiuj/wklej. Zaawansowany algorytm sprawdzi występowanie w mediach wszystkich haseł i fraz pojawiających się w treści informacji.

2. Wybór odbiorców informacji

Punktem wyjścia każdej skutecznej komunikacji, oprócz ciekawej treści, jest dobrze przemyślana grupa docelowa. Podzielamy pogląd, że tylko **dedykowane listy kontaktów** stanowią gwarancję dobrej współpracy z dziennikarzami i redakcjami. Takie podejście pozwala chronić adresatów komunikatów przed otrzymywaniem niechcianej treści, a nadawców... przed trafieniem na czarną listę spamerów.

Bazy mediów, dziennikarzy i ekspertów dostarczane za pomocą systemu Effecto są zawsze budowane według indywidualnych wskazań i potrzeb Klientów. Ale na tym nie koniec – grupy kontaktów mogą być dodatkowo zawężane według określonych parametrów, takich jak rodzaj i typ medium, zasięg czy tematyka. Użytkownik ma także możliwość uzupełniania bazy o kontakty własne.

R jak... REWOLUCJA

Kto powiedział, że nie można otrzymywać wyników medialności komunikatu w czasie rzeczywistym, bezpośrednio po emisji informacji do mediów?

Odpowiedni dobór odbiorców ma kluczowe znaczenie w planowaniu kampanii informacyjnych.

Możesz przerwać edycję lub wysyłkę komunikatu na każdym etapie i wrócić do niej w dogodnym momencie, filtrując listę informacji według statusów „w przygotowaniu” lub „gotowy do wysłania”.

Dla wygody użytkownika wszystkie najważniejsze dane dotyczące efektywności zostały zgromadzone na pulpicie i są widoczne bezpośrednio po zalogowaniu się do Effecto.



3. Wysyłka informacji prasowej

Praca z Effecto nie wymaga zmiany przyzwyczajzeń. System umożliwia wysyłkę komunikatu wraz z załącznikami i linkami do wcześniej zdefiniowanych odbiorców zarówno z poziomu samego narzędzia, jak i ulubionego, wykorzystywanego dotychczas programu pocztowego. Użytkownik może analizować w systemie, który adresat otrzymał wiadomość i w jakim terminie ją otworzył.

4. Pomiar efektywności media relations

Proces rozpoczyna się zaledwie kilka sekund po wysyłce. System monitoruje w czasie rzeczywistym największą liczbę źródeł w poszukiwaniu zwrotów wyemitowanego komunikatu i dzieli je – w zależności od stopnia inspiracji treścią oryginalną – na informacje zbieżne i podobne.

Klient otrzymuje wyniki w postaci:

- danych zbiorczych – m.in. liczby publikacji, dotarcia i procentu odebranych e-maili
- danych szczegółowych dotyczących konkretnej informacji medialnej, takich jak źródło, data ukazania się materiału, tytuł i autor oraz treść publikacji.

Pomiar efektywności media relations jest oferowany we wszystkich pakietach systemu Effecto.

Media express

Media express jest aplikacją, służącą do prezentowania bieżących wyników przeglądu mediów. Łączy w sobie funkcje codziennego powiadomienia o ukazaniu się publikacji oraz nowoczesnego narzędzia umożliwiającego zarządzanie pozyskaną informacją.

Media express usprawnia przeglądanie wyników monitoringu i dotarcie do informacji spełniających ściśle określone kryteria.

Wyniki codziennego przeglądu mediów można wyświetlać w podziale na grupy, tematy, źródła, media i wydźwięk.



Możliwości media expressu

8 powodów do zadowolenia!

1. Komfortowe przeglądanie kolejnych materiałów z poziomu podglądu.
2. Szybki wydruk zestawień informacji w pdf.
3. Przygotowanie zestawień wybranych materiałów w plikach doc, pdf lub xls.
4. Wybór najdogodniejszego formatu przeglądanych informacji: tekstowy, graficzny i html z zachowaniem układu kolumn.
5. Precyzyjne sortowanie wyników monitoringu: od najnowszych, od najstarszych oraz alfabetycznie.
6. Prostota filtrowania materiałów według: grup, tematów i wydźwięku.
7. Intuicyjna nawigacja za pomocą joysticka.
8. Dodatkowe ikony określające pozytywny, negatywny lub neutralny wydźwięk informacji.

Opis publikacji zawiera w zależności od rodzaju medium:

- aktywny tytuł materiału – kliknięcie otwiera podgląd materiału,
- oznaczenie wydźwięku informacji,
- udział procentowy monitorowanego hasła w całości informacji,
- ikony dostępu do materiału w różnych formatach,
- informację o źródle.

Media express umożliwia wygenerowanie w formie gotowego biuletynu wszystkich lub wybranych publikacji z danego przeglądu mediów. Zestawienie zawiera spis treści oraz opis informacji: źródło, częstotliwość, zasięg, nakład/liczbę unikalnych użytkowników, datę wydania, stronę, na której ukazała się publikacja, ekwiwalent reklamowy szacunkowy, tytuł i autora, link do materiału źródłowego, zdefiniowane tematy, jakich dotyczy dana informacja, rodzaj, wydźwięk i ekwiwalent reklamowy zweryfikowany..

K jak... KREATYWNOŚĆ

Ideą powstania media expressu było połączenie zaawansowanego narzędzia informatycznego z prostotą i funkcjonalnością działania. Kreatywność towarzyszy nam przy tworzeniu każdego nowego produktu.

Niemal natychmiast odszukasz potrzebne informacje, korzystając z opcji filtrowania i sortowania materiałów.

To proste...

Jednym kliknięciem sprawdzisz miejsce i sposób wyświetlania materiału internetowego na stronie źródłowej dzięki specjalnej ikonie znajdującej się w **media expressie** przy tytule publikacji.

Jednym kliknięciem z **media expressu** przejdiesz do wszystkich aktualnych i archiwalnych materiałów zgromadzonych na portalu Inforia.

Audyt medialny/marketingowy infobrokering i biały wywiad

W procesie tworzenia i realizacji strategii komunikacyjnych Klienci PRESS-SERVICE Monitoring Mediów mają do dyspozycji dodatkowe narzędzia, które odgrywają decydującą rolę w planowaniu, przebiegu i ocenie prowadzonych działań.



AUDYT MEDIALNY/MARKETINGOWY

Najlepsza strategia jest zawsze skrojona na miarę. Uwzględnia indywidualne potrzeby oraz możliwości firmy, marki czy osoby. Punktem wyjścia prac nad każdym tego typu programem powinna być zatem diagnoza obecnego wizerunku firmy, osoby czy marki. Ukazaniu obiektywnego obrazu podmiotu służy audyt, określający mocne i słabe strony komunikacji oraz wskazujący elementy do poprawy. Audyt jest kluczowym narzędziem w przypadku tworzenia lub modyfikowania strategii komunikacji i promocji.

Audyt wizerunku pozwala na wskazanie różnic i zbieżności, występujących pomiędzy założeniami komunikacyjnymi a stanem faktycznym. Zapewnia obserwację zmian zachodzących w wizerunku medialnym pod wpływem prowadzonych działań, dzięki porównaniu danych z bieżących analiz z informacjami z raportu określającego stan początkowy. Za pomocą audytu możliwe jest także sprawdzenie, jak media odnoszą się do wartości komunikowanych przez dany podmiot.

Badanie audytowe może dotyczyć również **relacji z mediami**. Dzięki porównaniom publikowanych informacji z emitowanymi komunikatami można dowiedzieć się, które z nich spotkały się z zainteresowaniem dziennikarzy oraz jakie formy przekazu były skuteczniejsze, np. udostępnianie produktów do testów czy dostarczanie ich opisów ze zdjęciami. **Analiza wykorzystania komunikatów prasowych** pokazuje, w jakim stopniu dziennikarze inspirowali się otrzymanymi materiałami. Wyniki badania wykorzystywane są przede wszystkim w procesach optymalizacji treści konstruowanych dla prasy czy potwierdzenia zasadności nakładów na budowanie relacji ze środowiskiem dziennikarskim. Audyt sprzyja określeniu preferencji i potrzeb przedstawicieli mediów.

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

Specjalistyczna analiza przekazów z prasy, internetu, social media i RTV pozwala przede wszystkim na analizę aktywności medialnej audytowanego podmiotu oraz pozyskiwanie informacji na temat aktywności marketingowej konkurencji. Badanie wskazuje, jakie tematy są najczęściej podejmowane w kontekście danej firmy czy marki, jaki jest ich wydźwięk, jakie media są zainteresowane określonym zagadnieniem oraz którzy dziennikarze najczęściej i najchętniej piszą na ten temat.

W jak... WIEDZA

Im więcej wiesz na temat efektów prowadzonej komunikacji, tym większą masz szansę na wybór optymalnych metod działania. Dzięki systematycznym badaniom wizerunkowym minimalizujesz ryzyko w procesie podejmowania decyzji.

T jak... TRANSPARENTNOŚĆ

Wykorzystujemy dane tylko z ogólnodostępnych źródeł informacji. „80% współczesnych informacji pozyskiwanych jest w drodze eksploracji źródeł jawnych: państwowych, prasowych oraz prywatnych.”

K. Turaliński; „Wywiad Gospodarczy i polityczny – metodyka, taktyka i źródła pozyskiwania informacji”



INFOBROKERING/BIAŁY WYWIAD

Sposobów zdobywania danych jest wiele. My proponujemy infobrokering, zwany także **białym wywiadem** – czyli pozyskiwanie informacji wyłącznie z ogólnodostępnych źródeł. Do tzw. białych źródeł zaliczane są środki masowego przekazu, ale także ogólnie dostępne rejestry, wymagana prawem i udostępniana przez przedsiębiorstwa czy urzędy dokumentacja, ogłoszenia i postanowienia sądowe, wydawnictwa marketingowe oraz analizy produktów.

Infobrokering polega na kompleksowym monitoringu konkurencji i otoczenia biznesowego, społecznego, kulturalnego czy politycznego. Swoim zakresem obejmuje m.in. analizę zmian personalnych, przepływu znanych osób pomiędzy organizacjami, inwestycji w nowe technologie, zmian w strategii, ekspansji lub zatrzymania rozwoju.

Najnowsze osiągnięcia techniczne i organizacyjne, aktualnie realizowane i planowane przedsięwzięcia rynkowe, a także plany rozwojowe – to tylko niektóre z zagadnień, które pozostają w obszarze zainteresowań firmy wywiadowczej. W ramach białego wywiadu szacuje się m.in. wydatki reklamowe, określa reguły doboru mediów oraz form przekazu. Dzięki temu możliwe jest pozyskanie szczegółowych informacji na temat potencjału rynkowego firm i marek. Infobrokering to także poszukiwanie case studies, analizy szczególnych przypadków, które pozwalają rozwiązywać bieżące problemy organizacji.

Zadaniem firmy infobrokerskiej jest dotarcie do możliwie wszystkich źródeł informacji, uporządkowanie danych, usystematyzowanie ich według określonego klucza, porównanie i zestawienie w obiektywny sposób.

Wyniki audytów oraz infobrokeringu są dostarczane w postaci raportów i analiz.

I jak... INTERDYSCYPLINARNOŚĆ

Zgadza się, środki masowego przekazu to podstawa działania, ale nie poprzestajemy tylko na informacjach z mediów. Współpracując z nami, możesz być pewien, że oceniamy wizerunek z szerszej perspektywy i z właściwą nam dociekliwością.

Dobrze jest wiedzieć dużo o firmach z branży, ale jeszcze lepiej jest mieć na ich temat sprawdzoną wiedzę. Dla Ciebie weźmiemy konkurencję na informacyjny cel.

Każdy może znaleźć w mediach wiele rozproszonych informacji. Sztuką jest wyszukanie informacji właściwych i wartościowych.

Raporty medialne

Są najbardziej zaawansowanym narzędziem służącym do pomiaru wizerunku i efektywności działań medialnych. Ich wyniki stanowią kwintesencję monitoringu mediów.



Wielopłaszczyznowe raporty dotyczą tych obszarów funkcjonowania, w których kluczowe jest badanie skuteczności działania i komunikacji. Należą do nich przede wszystkim: sfera zarządcza, obszar marketingu i public relations.

Podstawowym celem tego typu opracowań jest analiza zmian zachodzących w wizerunku w określonym czasie. Raporty medialne stanowią niezastąpione źródło danych o nastawieniu mediów do działalności analizowanych podmiotów i pozwalają na stałą precyzyjną modyfikację przekazu, w ramach prowadzonej strategii.

Świadomość skuteczności działań danego podmiotu jest niezbędna w procesie budowania wizerunku, komunikacji, wyborze optymalnych narzędzi do realizacji strategii, planowania kosztów oraz określania własnej pozycji rynkowej.

Niezwykle istotne jest, aby pozycja medialna analizowanej firmy, marki, usługi, produktu czy wydarzenia była oceniana w szerszym kontekście informacyjnym i przy uwzględnieniu elementów dodatkowych, takich jak materiały na temat konkurencji, otoczenia czy kondycji danej branży.

ZAKRES I FORMA RAPORTÓW

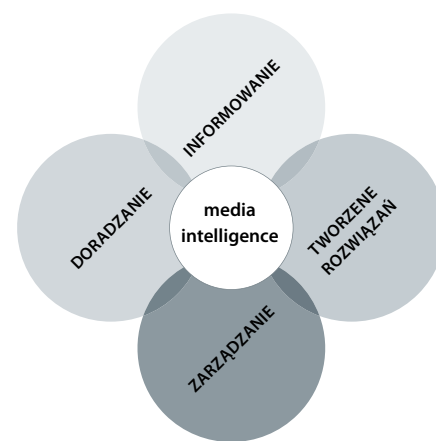
Zakres raportu medialnego jest zawsze optymalizowany względem informacyjnych potrzeb Klienta.

W zależności od przeznaczenia raport może mieć formę:

- zestawienia statystycznego,
- analizy wizerunkowej,
- badania potencjalnego dotarcia komunikatu do odbiorców mediów,
- analizy efektywności działań komunikacyjnych z rekomendacjami potencjalnych rozwiązań wizerunkowych,
- analizy kampanii reklamowych,
- analizy sponsoringowej (badania widoczności marki),
- infografiki,



Raporty medialne są najważniejszym elementem filozofii **media intelligence**. Zakłada ona dostarczenie Klientowi „informacji właściwej” oraz jej odpowiednią analizę pod kątem ściśle zdefiniowanych potrzeb.



Analiza post-buy

jest przeprowadzana po zakończeniu działań medialnych. Polega na podsumowaniu uzyskanych efektów w odniesieniu do zakładanych celów. Ocenie poddawane są dobór i efektywność poszczególnych mediów.



G jak... GWARANCJA

„Bardzo ważne jest, aby analiza treści medialnych była dokonywana przez jednostkę zewnętrzną, niezależną od podmiotu bezpośrednio zaangażowanego w działania komunikacyjne.”

Badania i pomiar efektów public relations, pod red. D. Tworzydło i Z. Chmielewskiego

Analiza kampanii reklamowych to konkretne korzyści w postaci:

- efektywnego doboru mediów w strategiach promocyjnych,
- pomocy w konstrukcji media planu,
 - pomiaru efektów zrealizowanych kampanii reklamowych,
- optymalizacji budżetu reklamowego,
 - możliwości oceny realizacji media planu (terminów, miejsc i źródeł emisji reklam),
 - porównania efektów kampanii z poniesionymi nakładami,
- pomocy w przygotowaniach udziału w przetargu na obsługę mediową,
- podsumowania dotychczasowych i prognozowania przyszłych działań konkurencji.

- badania opinii publicznej dotyczącego rozpoznawalności marki i wzbogaconego dodatkowo wynikami analiz CATI i CAWI,
- badania kombinacyjnego zawierającego różne elementy analiz, w tym także wnioski z **audytów medialnych** oraz elementy dodatkowe, takie jak: liczba zapytań handlowych, liczba kontaktów w systemie call center, wzrost unikalnych użytkowników strony www lub profilu firmowego.

Raporty medialne są wykorzystywane przez Klientów w bardzo wielu obszarach.

Najważniejsze z nich to:

1. Nadzór i prewencja wizerunku

- badanie wizerunku przed oraz po wprowadzeniu nowej strategii komunikacji i działań media relations,
- bieżąca kontrola realizacji strategii PR i niwelowanie różnic pomiędzy wizerunkiem rzeczywistym a pożądanym,
- zarządzanie marką – analizowanie wizerunku danego brandu na tle marek konkurencyjnych, gromadzenie danych o mediach i dziennikarzach piszących na temat badanych podmiotów lub produktów, określenie ekwiwalentu reklamowego podjętych działań komunikacyjnych,
- zarządzanie sytuacją kryzysową.

2. Działania marketingowe

- badanie realizacji strategii marketingowej i działań sponsoringowych,
- ocena aktywności reklamowej konkurencji – struktury i wzorów przekazów,
- szacowanie wielkości budżetów i kosztów kampanii reklamowych,
- analiza produktów i usług rynkowych – informacji o nowościach, cenach, dystrybucji, opakowaniach oraz działaniach typu product placement.

3. Działania zarządcze

- informacje o otoczeniu biznesowym firmy – planach działania i przekształceniach innych podmiotów, danych bilansowych, kapitałowych, wielkości inwestycji czy strukturze organizacyjnej,
- wiedza na temat makro- i mikrootoczenia gospodarczego,
- dane personalne o kluczowym personelu, stanie zatrudnienia, rekrutacji, programach naprawczych i szkoleniach,
- analiza problemów podmiotów konkurencyjnych,
- niezależna dokumentacja wydatkowania środków unijnych.

ŹRÓDŁA RAPORTÓW I ICH PODZIAŁ

Raporty medialne są wykonywane na podstawie analizy wszystkich lub wybranych mediów. Klienci mogą zamówić także dodatkowe elementy wzbogacające wnioskowanie – dysponujemy możliwością przeprowadzenia CATI i CAWI oraz innych badań opinii publicznej.

Istotną odmianą raportów jest analiza **nisz komunikacyjnych**. To badanie udziału poszczególnych mediów i dziennikarzy w tworzeniu wizerunku danego podmiotu lub jego aktywności medialnej w ramach określonego tematu. Analiza szczegółowo wskazuje strukturę przekazu oraz media i dziennikarzy:

- najczęściej poruszających określoną tematykę,
- pomijających w dotychczasowej komunikacji daną markę,
- podejmujących tematykę związaną z brandami konkurencyjnymi.

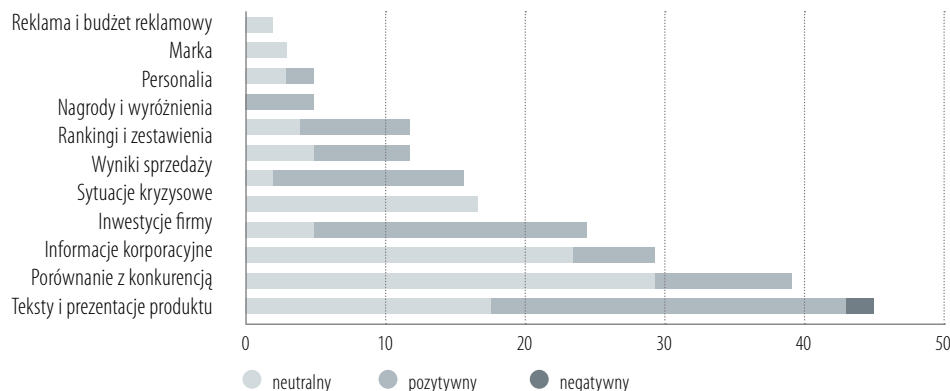
Najczęstszym podziałem mediów jest kategoryzacja ze względu na:

- **rodzaj:** internet, social media, prasa, radio, telewizja; **zasięg:** polskie (lokalne, regionalne, krajowe) i zagraniczne,
- **częstotliwość ukazywania się:** dzienniki, tygodniki, dwutygodniki, miesięczniki, dwumiesięczniki, kwartalniki, półroczniki, roczniki,
- **profil odbiorcy:** elitarne, popularne, bulwarowe; **tematykę:** ogólnoinformacyjne i specjalistyczne; **znaczenie:** opiniotwórcze, popularnonaukowe, rozrywkowe.

PRZYKŁADY ANALIZ I WSKAŹNIKÓW STOSOWANYCH W RAPORTACH

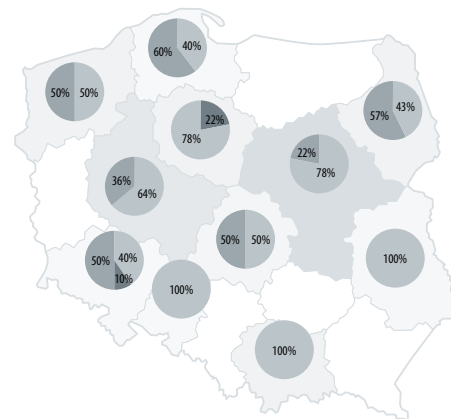
Badanie informacji medialnych polega przede wszystkim na analizie merytorycznej, logicznej i emocjonalnej przekazu. Weryfikacji podlega nie tylko **rodzaj mediów**, **źródło**, **liczba** i **jakość materiałów**, ale także ich **wydzźwięk** (pozytywny, negatywny, neutralny), **rozmiar** (artykuł, notka, wzmianka), **rozkład informacji w czasie**, wskazanie głównych trendów oddźwięku medialnego, **zasięg** i **dotarcie** do potencjalnego odbiorcy, **tematyka** oraz **potencjał reklamowy**.

Liczba informacji na temat firmy X w podziale na tematy z wydzźwiękiem



ANALIZA NISZ KOMUNIKACYJNYCH

to kluczowe narzędzie przy tworzeniu lub modyfikowaniu strategii komunikacji.



Mapa Polski przedstawia **aktywność mediów regionalnych**. Im ciemniejszy kolor województwa, tym więcej publikacji odnaleziono w mediach lokalnych. Koła prezentują wydzźwięk publikacji lokalnych.

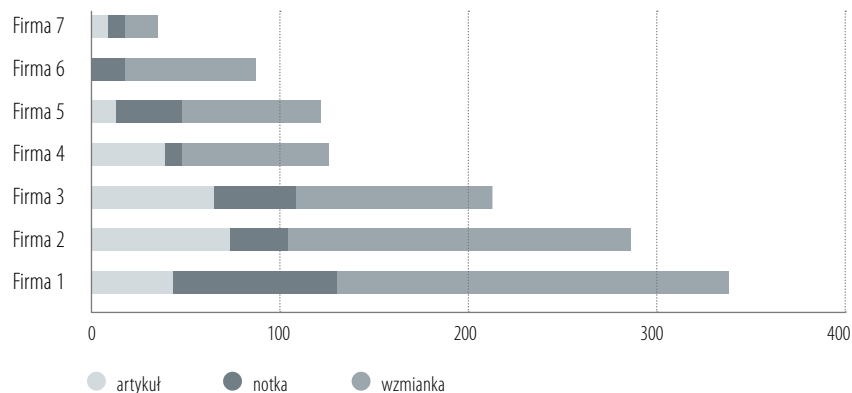
● negatywny ● neutralne ● pozytywne

M jak... MIARA

Podczas spotkań i konferencji przekonujemy Klientów, że w pomiarze efektywności działań komunikacyjnych nie można poprzestać na samej liczbie publikacji. Konieczna jest wielopoziomowa analiza informacji z mediów.



Liczba komunikatów prasowych na temat siedmiu firm z podziałem na rozmiar

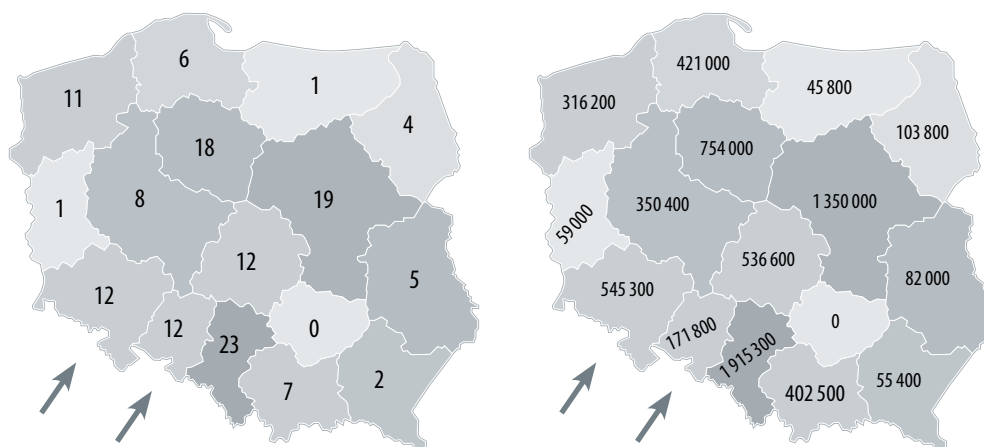


Liczba materiałów na temat analizowanej firmy oraz firm konkurencyjnych z uwzględnieniem rozmiaru informacji

Mapy medialne – obrazują dotarcie informacji do odbiorców w poszczególnych regionach kraju. Wskaźnik określa, jak liczba publikacji/audycji przekłada się na potencjalną liczbę osób, które zapoznają się z treścią komunikatu czy przekazu sponsoringowego. Ta sama liczba publikacji/audycji może docierać w różnych regionach do znacząco różnej liczby potencjalnych odbiorców.

Dotarcie

Przykładowe porównanie dotarcia materiałów na temat danego podmiotu/produktu do odbiorców w poszczególnych województwach.

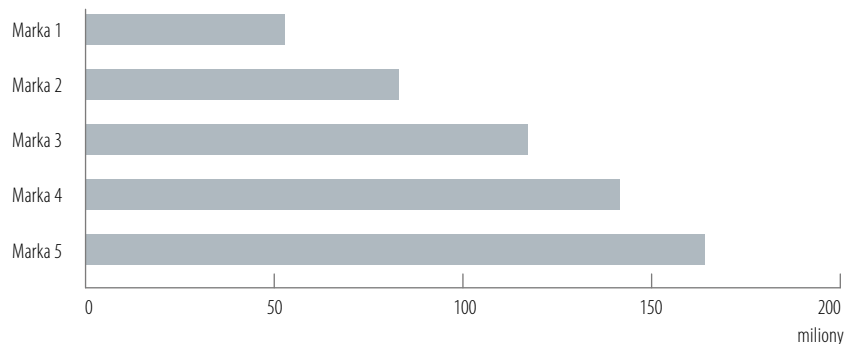


Ta sama liczba materiałów w województwie dolnośląskim i opolskim przekłada się odpowiednio na 545 300 i 1 71 800 unikalnych odbiorców danego przekazu

H jak... HARMONIA

„Public relations to sztuka i nauka osiągnięcia harmonii z otoczeniem poprzez wzajemne porozumienie oparte na prawdziwej i pełnej informacji” (S. Black).
Pomagamy tę harmonię osiągnąć.

Ekwiwalent reklamowy



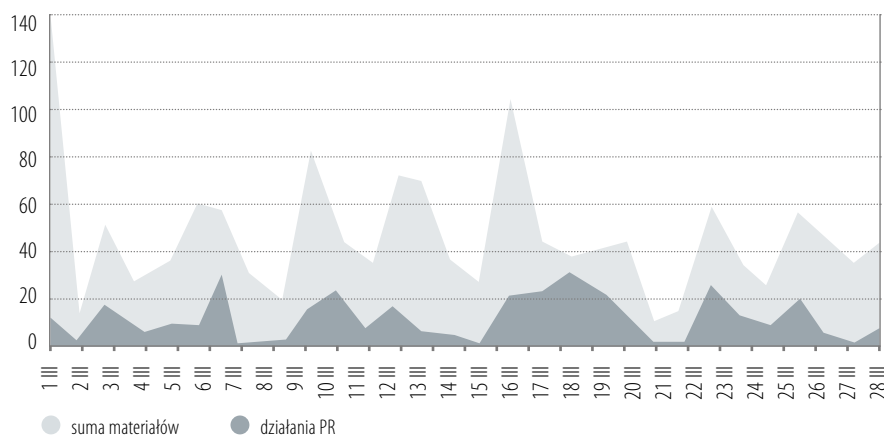
Zsumowanie wartości ekwiwalentu reklamowego w mediach dla pięciu marek. Najlepszy wynik osiągnęła marka 5 – około 170 mln zł. Najgorszy wynik osiągnęła marka 1 – około 55 mln zł

Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany (AVE)

– to wartość informacji wyrażona w pieniądzu, weryfikowana przez analityka mediów. Powstaje przez obliczenie udziału procentowego analizowanej marki w powierzchni całego materiału i odniesieniu tak otrzymanej wielkości odpowiednio do wartości reklamy.

Badanie komunikatów prasowych

Niezwykle przydatne dla działów PR są analizy uwzględniające **stopień wykorzystania** przez media **komunikatów prasowych** oraz **zestawienia dziennikarzy** najczęściej podejmujących daną tematykę. Wyniki takich analiz w zestawieniu np. z danymi z **bazy mediów, dziennikarzy i ekspertów** są wykorzystywane do modyfikacji kolejnych przekazów, oceny efektywności działań media relations i ewentualnych zmian w strategii komunikacji.



Liczba materiałów na temat analizowanej firmy w poszczególnych dniach miesiąca z uwzględnieniem informacji będących wynikiem emitowanych przez firmę komunikatów prasowych

0 jak... OPIEKA

Rodzajów raportów jest tyle, ilu naszych Klientów. Zakres, częstotliwość i forma analiz są zawsze ustalane indywidualnie, a wsparcia merytorycznego w tym zakresie udziela, oprócz opiekuna Klienta, także analityk mediów.



Media Navigator Performance

Szczególnym wskaźnikiem efektywności stosowanym w najbardziej zaawansowanych raportach jest **Media Navigator Performance**, który uwzględnia różnorodne aspekty oddziaływania doniesień, m.in. potencjał kontaktów, rozmiar publikacji, zasięg medium, wydźwięk czy widoczność logo lub nazwy firmy oraz występowanie w tekście określonych słów.



Rozkład wartości wskaźnika performance w czasie, w porównaniu z liczbą publikacji dotyczących marki X

Indeks kontekstu wizerunkowego

– jego wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału o wydźwięku negatywnym) do 5 (dla materiału o wydźwięku pozytywnym). Wartość 1 przyjmują informacje o wydźwięku neutralnym.

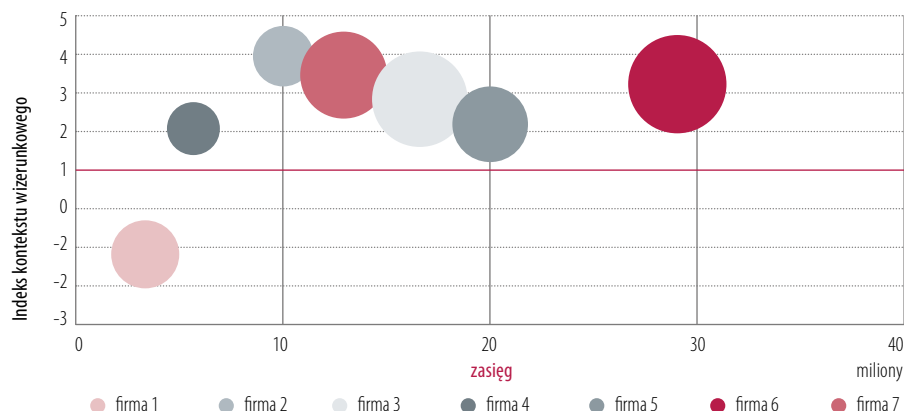
Liczbę materiałów obrazuje wielkość koła.

Dotarcie informacji jest wyrażone w potencjalnej liczbie kontaktów.

Położenie kuli ukazuje zarówno wydźwięk przekazów medialnych, jak i ich dotarcie, osiągnięte dzięki liczbie materiałów i potencjalnej liczbie kontaktów.

Benchmarking

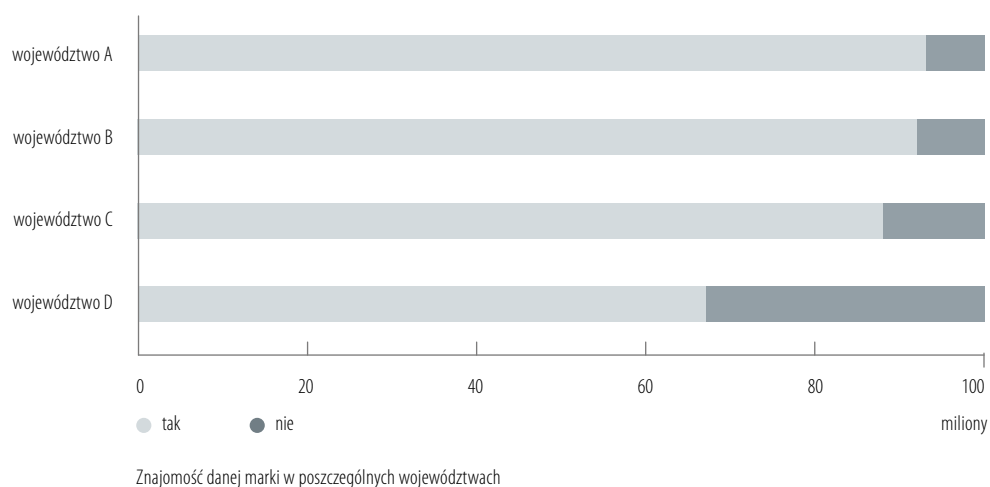
Jedną z zaawansowanych metod analizy porównawczej stosowanej w pomiarze efektów działań PR jest **benchmarking**, polegający na przedstawieniu relacji usług, produktów, firm czy procesów w ramach danej firmy lub na tle konkurencji i liderów na rynku.



Zestawienie efektywności działań marketingowych i PR siedmiu firm. Wykres zawiera: indeks kontekstu wizerunkowego, zaznaczany na osi pionowej, ocenę zasięgu informacji o danej firmie wyrażoną na osi poziomej, w potencjalnej liczbie kontaktów odbiorców z daną marką, liczbę przekazów wyrażoną wielkością koła. Położenie kuli na wykresie jest wypadkową wszystkich ww. elementów. Najmocniejszą pozycję medialną ma firma 6 – prawy górny róg (pozytywne informacje o bardzo dużym zasięgu). Najśłabszą pozycję medialną zajmuje firma 4 (negatywne informacje, ale o niewielkim zasięgu)

Analiza widoczności logotypu

W raportach medialnych na temat sponsoringu lub przekazów reklamowych Klienci otrzymują analizę **stopnia widoczności i rozpoznawalności elementów CI** sponsora. Badanie pozwala określić, jak funkcjonują i sprawdzają się elementy identyfikacji wizualnej w przekazach medialnych – ocenie podlega widoczność logotypu lub przekazu reklamowego, rozpoznawalność i czas emisji. Elementem dodatkowym może być badanie rozpoznawalności marki, które uzyskuje się w oparciu o zewnętrzne badania opinii publicznej. To źródło niezwykle cennej wiedzy na temat **percepcji marki** i **skuteczności prowadzonych działań sponsorskich** w docelowej grupie odbiorców komunikatów reklamowych.



Medialność podmiotu jest jednym z czynników decydujących o sile przyciągania sponsorów. Kompleksowy monitoring mediów oraz opracowane na jego podstawie analizy medialne dają możliwości uzyskania wiedzy na temat potencjału komunikacyjnego zawodnika czy imprezy.

Nie działaj intuicyjnie. Poznaj wymierną wartość reklamową świadczeń sponsorskich. Podejmuj strategiczne decyzje w oparciu o kompletne sprawdzone informacje na temat rynku, opinii klientów, znajomości marki i konkurencji.

OFERTA RAPORTÓW PRESS-SERVICE MONITORING MEDIÓW

Raport	Opis raportu	Elementy składowe raportu
STARTER	Raport zawiera dane ilościowe i jakościowe dotyczące materiałów na temat analizowanego podmiotu.	Liczba materiałów na temat analizowanego podmiotu uwzględniająca: <ol style="list-style-type: none">1. Rozkład publikacji w czasie2. Rodzaj mediów i ich zasięg3. Autorów informacji oraz4. Ekwiwalent reklamowy szacunkowy
BASIC	Raport zawiera dane ilościowe i jakościowe dotyczące materiałów na temat badanego podmiotu. Dodatkowo w analizie ujęte są: wydzwięk i rozmiar informacji oraz wycena ekwiwalentu reklamowego zweryfikowanego. Opcjonalnie, w zależności od przeznaczenia, raport może zawierać analizę nisz medialnych lub dziennikarskich.	Liczba materiałów na temat analizowanego podmiotu uwzględniająca: <ol style="list-style-type: none">1. Rozkład publikacji w czasie2. Rodzaj mediów i ich zasięg3. Autorów informacji4. Wydzwięk informacji5. Rozmiar informacji oraz6. Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany opcjonalnie7. Nisze medialne i dziennikarskie
PRO	Raport zawiera dane ilościowe i jakościowe dotyczące materiałów na temat analizowanego podmiotu, zestawienie statystyczne tematów najczęściej podejmowanych przez media, wycenę oraz ekwiwalent reklamowy zweryfikowany. Dodatkowo dokonywana jest szczegółowa analiza treści poszczególnych przekazów, a na jej podstawie opracowywana tematyka informacji i charakterystyka wizerunku medialnego. Opcjonalnie, w tej wersji raportu oprócz badania nisz medialnych i dziennikarskich może zostać wykonana analiza nisz tematycznych.	Liczba materiałów na temat analizowanego podmiotu uwzględniająca: <ol style="list-style-type: none">1. Rozkład publikacji w czasie2. Rodzaj mediów i ich zasięg3. Autorów informacji4. Wydzwięk informacji5. Rozmiar informacji6. Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany opcjonalnie7. Nisze medialne, dziennikarskie lub tematyczne oraz8. Analiza komunikatów prasowych emitowanych do mediów9. Tematyka informacji10. Charakterystyka wizerunku medialnego
PRO PLUS	Raport zawiera dane ilościowe i jakościowe dotyczące materiałów na temat analizowanego podmiotu, zestawienie statystyczne tematów najczęściej podejmowanych przez media, wycenę, skuteczność dotarcia komunikacji, szczegółową analizę treści poszczególnych przekazów i opcjonalnie nisze medialne, dziennikarskie i tematyczne. Dodatkowo raport jest wzbogacony o wskaźnik Media Navigator Performance i mapy benchmarkingowe oraz rekomendacje potencjalnych zmian strategii wizerunkowej. Opcjonalnie w zależności od przeznaczenia raportu charakterystyka wizerunku medialnego może być zastąpiona analizą sponsoringową, analizą kampanii reklamowych, infografiką, zewnętrznymi badaniami opinii publicznej i innymi elementami uzgodnionymi z Klientem.	Liczba materiałów na temat analizowanego podmiotu uwzględniająca: <ol style="list-style-type: none">1. Rozkład publikacji w czasie2. Rodzaj mediów oraz ich zasięg3. Autorów informacji4. Wydzwięk informacji5. Rozmiar informacji6. Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany7. Tematykę informacji opcjonalnie8. Nisze medialne, dziennikarskie i tematyczne oraz9. Analiza komunikatów prasowych emitowanych do mediów10. Charakterystyka wizerunku medialnego11. Wskaźnik Media Navigator Performance12. Mapy benchmarkingowe13. Rekomendacje potencjalnych rozwiązań wizerunkowych i dodatkowo14. Analiza sponsoringowa15. Rekomendacje potencjalnych rozwiązań sponsoringowych16. Analiza kampanii reklamowych17. Infografika18. Gigapanorama ARENA360°19. Dodatkowe badania opinii publicznej20. Inne elementy



Newslettersy i biuletyny

(branżowe, tematyczne, indywidualne)

Każda firma funkcjonuje w skomplikowanym świecie zależności finansowych, a na jej wyniki wpływają otoczenie rynkowe, sytuacja makroekonomiczna i stan gospodarki w regionie. W tak dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości, newslettersy i biuletyny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów stanowią niezastąpione źródło informacji dla specjalistów w wielu dziedzinach.

NEWSLETTERY to codzienna, tygodniowa lub miesięczna dawka najważniejszych medialnych informacji.

BIULETYNY to syntetyczne opracowanie i wybór kluczowych medialnych informacji dotyczących przekrojowych zagadnień.

Materiały opracowywane przez analityków i redaktorów doskonale charakteryzują określony obszar i są przygotowywane w oparciu o bieżące wyniki monitoringu mediów. Zawierają wyczerpujące streszczenia lub leady najważniejszych informacji z odnośnikami do materiałów, zamieszczonych na [portalu Inforia.](#)



OFERUJEMY NEWSLETTERY I BIULETYNY Z WIELU TEMATÓW ORAZ BRANŻ, M.IN.:

1. bankowej
2. budownictwa mieszkaniowego
3. edukacyjnej
4. energetycznej
5. farmaceutycznej
6. finansowej
7. FMCG
8. hotelarskiej i gastronomicznej
9. HR
10. inżynierskiej i budowlanej
11. IT
12. kancelarii prawnych
13. kosmetycznej
14. lotniczej
15. marketingu i PR
16. motoryzacyjnej
17. piwowarskiej
18. poligraficznej i wydawniczej
19. marketów
20. samorządowej
21. telekomunikacyjnej
22. transportu i logistyki
23. turystycznej
24. włókienniczej i tekstylnej
25. zbrojeniowej

E jak... ELASTYCZNOŚĆ

Szeroka skala prowadzonego monitoringu mediów pozwala na **indywidualne dostosowanie treści oraz formy newsletterów i biuletynów do Twoich potrzeb.** Wskaż interesującą Cię branżę lub kategorię tematyczną, określ, jak często chcesz otrzymywać informacje – my zajmiemy się resztą.

Polecamy! BIULETYN MARKETINGU I PR

Przygotowany z myślą o pracownikach agencji PR, marketingu, reklamy i domów mediowych. Zawiera najważniejsze doniesienia ze świata mediów, informacje na temat najciekawszych strategii i kampanii reklamowych, akcji CSR, prestiżowych konkursów, nagród, konferencji, warsztatów i zmian w zatrudnieniu kluczowych pracowników. Jest źródłem przekrojowych danych, pozwalających na orientację w aktualnych tendencjach w branży.

Archiwum medialne

Szczycimy się wyjątkowym na polskim rynku archiwum skatalogowanych informacji medialnych. Do dyspozycji Klientów pozostają zbiory materiałów z prasy, internetu oraz radia i telewizji:

- historyczne egzemplarze unikatowe,
- materiały prasowe (wybrane tytuły nawet z okresu międzywojennego, a wszystkie od 2004 roku),
- publikacje internetowe (kompletny zbiór z przeszukiwanych źródeł od 2009 roku),
- pełna baza materiałów z monitorowanych pasm RTV.



POTRZEBY INFORMACYJNE

Zakres przygotowania materiałów archiwalnych jest zawsze wynikiem indywidualnych potrzeb odbiorcy. Najczęściej Klienci agencji informacyjnej PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wykorzystują bazę archiwalną jako źródło rzetelnej wiedzy i niezależnej opinii przy tworzeniu komunikatów prasowych i materiałów dla mediów, pisaniu opracowań, artykułów i prac naukowych, przygotowywaniu historycznych zestawień porównawczych własnego wizerunku, wizerunku klientów lub konkurencji, ocenie marek, firm i kampanii reklamowych przeprowadzonych w danej branży.

Dużą popularnością cieszą się także zbiory publikacji podsumowujące np. karierę zawodową i działalność osoby publicznej, podmiotów i instytucji czy też sukces medialny konkretnego wydarzenia. Wyszukana forma graficzna i elegancka oprawa takich zestawień nadaje im charakter ekskluzywnych i bardzo oryginalnych prezentów.

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

Archiwum medialne jest także alternatywą dla Klientów, którzy nie korzystają z bieżących **przeглядów mediów**.

Z myślą o nich przygotowaliśmy dwa warianty oferty:

- zestawienia materiałów archiwalnych dostarczanych w cyklach tygodniowych, miesięcznych lub kwartalnych,
- przeglądy mediów na zdefiniowane hasła lub tematy, z których Klient wybiera interesujące go informacje.

Ż jak... ŹRÓDŁO

Najstarszy unikatowy egzemplarz w zbiorach PRESS-SERVICE Monitoring Mediów to Dziennik Urzędowy z 1825 roku.

JESTEŚMY Z POZNANIA...

oczywiste więc, że dokumentujemy dorobek wielkopolskiej prasy. Nasze zbiory czasopism zawierają historyczne wydania „Dziennika Poznańskiego” z lat 1868-1900, kompletną edycję „Głosu Wielkopolskiego” od 1945 roku oraz woluminy „Gazety Poznańskiej”, „Expressu Poznańskiego” i „Poznaniaka”.



FORMA

Zbiory informacji archiwalnych są przygotowane według zleconego sposobu klasyfikacji w formie przekrojowych **audytów medialnych**, **raportów**, **biuletynów** oraz podsumowań i zbiorów zestawień (w plikach doc, txt, pdf, xls).

OPRACOWANIE

Analizę wybranych informacji ułatwiają parametry opisu charakterystyczne dla danego źródła:

- nazwa gazety, portalu lub stacji,
- tytuł i autor materiału,
- data wydania publikacji lub data i godzina emisji,
- powierzchnia lub czas trwania nagrania,

a także elementy dodatkowe:

- zdefiniowane tematy,
- lead, streszczenie lub słowa kluczowe,
- ekwiwalent szacunkowy i zweryfikowany,
- wydźwięk materiału,
- rozmiar informacji.

Oferujemy tłumaczenia materiałów archiwalnych.

Czy wiesz, że...

do Twojej dyspozycji jest ponad 82 mln informacji? To nie żart. Dziennie przygotowujemy przeglądy mediów z blisko 70 tys. materiałów.

- Interesuje Cię jakiś temat?
- Poszukujesz wiadomości?
- Gromadzisz fakty?
- Badasz oddźwięk?
- Analizujesz wydarzenia?
- Podsumowujesz wyniki?
- Sondujesz i zbierasz opinie?
- Szukasz oryginalnego prezentu?

Archiwum medialne jest odpowiedzią na Twoje potrzeby informacyjne.

Baza mediów, dziennikarzy i ekspertów

To produkt pozwalający dotrzeć z informacjami do ściśle określonych odbiorców. Umożliwia Klientom prowadzenie efektywnej komunikacji zewnętrznej oraz budowanie relacji ze środowiskiem dziennikarskim.



Katalog danych redakcji zawiera w zależności od medium: nazwę, tytuł, domenę, nazwisko redaktora naczelnego, adres korespondencyjny, mail, telefon stacjonarny i komórkowy. Dodatkowe informacje o nakładzie, liczbie unikalnych użytkowników i oglądalności pozwalają ocenić potencjał tytułu, serwisu lub programu przy planowaniu konkretnych działań medialnych. Prócz danych redakcji, udostępniamy również **kontakty do agencji prasowych** czy **domów mediowych**, dzięki którym dystrybucja informacji może okazać się znacznie skuteczniejsza.

Dodatkowym walorem produktu jest **baza teleadresowa dziennikarzy zawodowych oraz społecznych** wraz z informacją na temat ich specjalizacji. Możemy ponadto sporządzić zestawienia najczęściej podejmowanych przez nich zagadnień oraz mediów, w których publikują (prasa, internet, social media, radio i telewizja).

Jednym z elementów odróżniających produkt PRESS-SERVICE Monitoring Mediów od tego typu opracowań dostępnych na rynku jest **baza najaktywniejszych medialnie ekspertów**, przygotowana i na bieżąco uzupełniana przez analityków. Zestawienie obejmuje specjalistów kilkudziesięciu branż i dziedzin, m.in. bankowej, motoryzacyjnej, energetycznej, finansowej, ubezpieczeniowej, telekomunikacyjnej, kulturalnej czy public relations.



Kilkudziesięcioletnie doświadczenie PRESS-SERVICE Monitoring Mediów daje pewność i gwarancję najlepszej znajomości branży.

C jak... CELNOŚĆ

Opracowujemy bazy danych ściśle **według indywidualnych wskazań Klientów**. Celnie typujemy media, redakcje, dziennikarzy i specjalistów zajmujących się lub zainteresowanych określonym zagadnieniem.

Cennym uzupełnieniem przygotowanego zestawienia może być **wykaz artykułów autorstwa konkretnego dziennikarza lub eksperta**.



Baza mediów, dziennikarzy i ekspertów może być wykorzystywana do:

- budowania i realizacji strategii media relations,
- tworzenia informacji, artykułów i analiz,
- profilowania i precyzyjnej wysyłki komunikatów prasowych,
- kontaktu z dziennikarzami najaktywniejszymi w danym temacie,
- organizacji eventów, konferencji, śniadań prasowych i briefingów,
- szybkiego dotarcia z informacją do odbiorców w sytuacji kryzysowej,
- pozyskiwania patronatów medialnych i sponsorów,
- profilowania działań lobbingowych,
- zasięgania opinii autorytetów najczęściej wypowiadających się w danej dziedzinie.

Klient otrzymuje dostęp do dedykowanej bazy za pośrednictwem **systemu Effecto** – kluczowego rozwiązania na polskim rynku wspierającego działania media relations.

System Effecto gwarantuje:

- precyzyjne definiowanie odbiorców komunikatów prasowych
- intuicyjną i prostą wysyłkę informacji
- pomiar medialności i efektywności komunikatów w czasie rzeczywistym dzięki dostępowi do największej liczby monitorowanych źródeł.

Dziennikarstwo obywatelskie

Baza obejmuje również dziennikarzy niezawodowych i ekspertów mediów społecznościowych oraz informacyjne serwisy internetowe, współtworzone przez internautów. Uwzględniamy zarówno największe serwisy dziennikarstwa obywatelskiego związane z koncernami mediowymi, jak i te działające niezależnie.

BĄDŹ NA BIEŻĄCO!

Rynek mediów dynamicznie się zmienia. Pojawiają się nowe tytuły prasowe, inne modyfikują profil lub są likwidowane. Dziennikarze częściej niż do tej pory migrują między nimi, częściej też działają niezależnie, współpracując jednocześnie z kilkoma redakcjami.

Obsługa Klientów

Wysokie standardy obsługi mają źródło w wyznawanych przez nas wartościach. Jesteśmy partnerami dla naszych Klientów, z którymi budujemy długoterminowe relacje.

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów to organizacja innowacyjna, elastyczna i otwarta na zmiany.



Aby skutecznie reagować na potrzeby Klientów, stosujemy zasady i narzędzia, zapewniające najwyższy standard usług.

Tworzymy **dedykowane zespoły obsługi**, w skład których wchodzi – w zależności od specyfiki zlecenia – specjaliści w zakresie sprzedaży i obsługi Klientów, monitorowania i analizy informacji, tłumaczeń oraz raportów medialnych.

Od momentu nawiązania współpracy, Klientowi towarzyszy jeden, wybrany **opiekun**, którego zadaniem jest:

- poznanie specyfiki firmy i branży Klienta,
- doradzanie najlepszych rozwiązań,
- bieżąca komunikacja z Klientem,
- dbanie o najwyższy poziom realizacji zlecenia.

Rozwijamy zaawansowane narzędzia, które pozwalają Klientom zarządzać wynikami monitoringu z przeglądów mediów oraz wspierać ich w skutecznej i efektywnej komunikacji z mediami. Na życzenie organizujemy **szkolenia dla użytkowników portalu Inforia, systemu Effecto** oraz powiadomień **media express**. Klienci mają również do dyspozycji instrukcje obsługi tych narzędzi. W razie potrzeby, na bieżąco udzielamy szczegółowych wyjaśnień telefonicznie lub mailowo.

I jak... INDYWIDUALNOŚĆ

Każdy nasz Klient jest wyjątkowy i może być pewien, że przygotujemy dla niego spersonalizowaną ofertę.

5 filarów obsługi Klientów:

1. Partnerstwo
2. Innowacyjność
3. Elastyczność
4. Jakość
5. Spójność

Chętnie dzielimy się wiedzą i długoletnią praktyką w dziedzinie monitoringu mediów oraz zarządzania informacją. Prowadzimy indywidualne szkolenia z zakresu wykorzystania wyników monitoringu w pracy nad wizerunkiem danego podmiotu.

A jak... AKLIMATYZACJA

Skorzystaj z możliwości
sprawdzenia naszych usług.
Potencjalnym Klientom
oferujemy nieodpłatne
przetestowanie monitoringu
wszystkich mediów, a stałym –
bezpłatne testy nowych
produktów.

Informacja krytyczna
ma znaczenie bez względu
na porę, dlatego w sytuacjach
kryzysowych jesteśmy
do Twojej dyspozycji
24 godziny na dobę przez 7 dni
w tygodniu pod numerem
TELEFONU ALARMOWEGO
+48 693 600 700



Organizujemy spotkania w celu przedstawienia usług, uwzględniając w przygotowanej prezentacji indywidualne wymagania i potrzeby Klientów.

Zgodnie z najwyższymi standardami obsługi monitorujemy zadowolenie Klientów. Cenimy sobie wszelkie opinie i uwagi partnerów biznesowych. Pozwalają one nie tylko doskonalić jakość współpracy, ale są również inspiracją w poszukiwaniu kolejnych, coraz lepszych rozwiązań.

Dokładamy starań, aby komunikacja z odbiorcami usług PRESS-SERVICE Monitoring Mediów przebiegała wzorowo. Rozwiązania, które Klienci mają do dyspozycji to m.in.:

- komunikaty na temat nowych usług i funkcjonalności portalu na Inforii,
- powiadomienia mailowe,
- formularze zapytań,
- karty informacyjne / instruktaże nowych produktów,
- strona internetowa,
- profil na Facebooku – facebook.com/PSMMonitoring,
- konto na Twitterze – twitter.com/PSMMonitoring.

ODPOWIADAMY W KWADRANS na zapytania handlowe.

Zadaj pytanie za pośrednictwem formularza
na stronie internetowej **www.psmm.pl**

W dni robocze od 9:00 do 15:00 w ciągu 15 minut
skontaktuje się z Tobą nasz konsultant.

Masz to jak w banku!





DORADZTWO I EDUKACJA RYNKU

Jesteśmy dla Klientów partnerem biznesowym. Nieustannie poszerzamy wiedzę, aby zapewnić im wsparcie merytoryczne. Podstawą współpracy jest ciągła wymiana doświadczeń.

Zgodnie z filozofią **media intelligence** doradzamy Klientom w zakresie dostępu do informacji, możliwości jej przetwarzania i wykorzystania na każdym etapie realizacji usługi. Stworzyliśmy zaawansowane rozwiązania informatyczne do zarządzania informacją – portal Inforia oraz powiadomienie media express. Opracowujemy specjalistyczne **raporty medialne**, które wspomagają działania komunikacyjne i pozwalają na obiektywną ocenę pozycji medialnej Klientów i ich konkurencji. Przeprowadzamy również badania z zakresu **audytów medialnych, białego wywiadu i infobrokeringu** oraz kompleksowe analizy otoczenia gospodarczego i politycznego.

Klamrą spinającą ofertę agencji informacyjnej PRESS-SERVICE Monitoring Mediów jest **wsparcie merytoryczne** realizowane przez działania o charakterze doradczym i szkoleniowym. Pomoc dotyczy przede wszystkim kwestii dostępu do informacji, zarządzania nią, kontaktów z mediami oraz organizacji pracy komórek odpowiedzialnych za komunikację. Z wiedzy i doświadczenia naszego zespołu korzystają najczęściej specjaliści marketingu i public relations, rzecznicy prasowi, specjaliści social media oraz kadra menedżerska.

Jako ekspert w dziedzinie monitorowania mediów prowadzimy wykłady i warsztaty oraz wspieramy konferencje, seminaria i debaty. Wiele przedsięwzięć obejmujemy patronatem merytorycznym, dostarczając opracowania oraz wyniki specjalistycznych analiz i raportów.

Aktywnie współpracujemy z ośrodkami akademickimi. Udostępniamy rezultaty przeglądów mediów kadrze naukowej i studentom, wspierając ich w opracowywaniu badań, przygotowywaniu prac doktorskich, magisterskich i licencjackich. Prowadzimy wykłady i warsztaty z monitoringu mediów, przygotowania oraz korzystania z wyników analiz medialnych. Współdziałamy z biurami karier większości poznańskich uczelni.



Nieustannie poszukujemy najlepszych rozwiązań i ustalamy najwyższe standardy na rynku.

DLA DZIENNIKARZY
Wyniki analiz medialnych, cyklicznych i jednorazowych, publikujemy na stronie internetowej www.psmm.pl, w zakładce Raporty Specjalne oraz w serwisach społecznościowych #raportyPSMM.

Zapraszamy do aktywowania subskrypcji informacji prasowych za pomocą formularza na naszej stronie.

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

ul. Marcelińska 14

60-801 Poznań

tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115

Oddział Warszawa

ul. Polna 40

00-635 Warszawa

tel. +48 22 31 30 180/182, faks wew. 20

biuro@psmm.pl

www.psmm.pl



facebook.com/PSMMonitoring

twitter.com/PSMMonitoring