

# 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

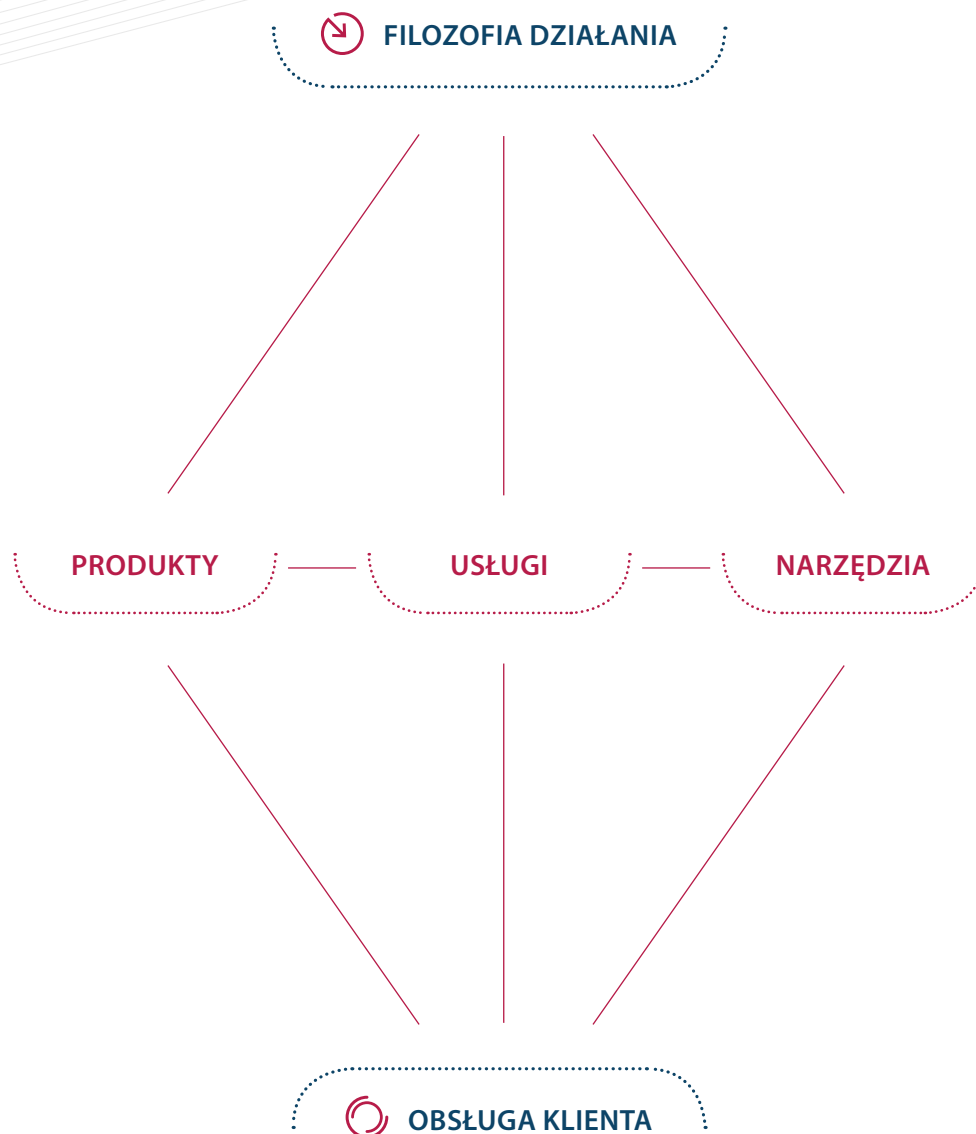
Potrzeby i oczekiwania zarówno obecnych, jak i przyszłych Klientów stanowią punkt wyjścia wszystkich działań podejmowanych w firmie. Zadowolenie odbiorców naszych usług ma dla nas rzeczywistą wartość.

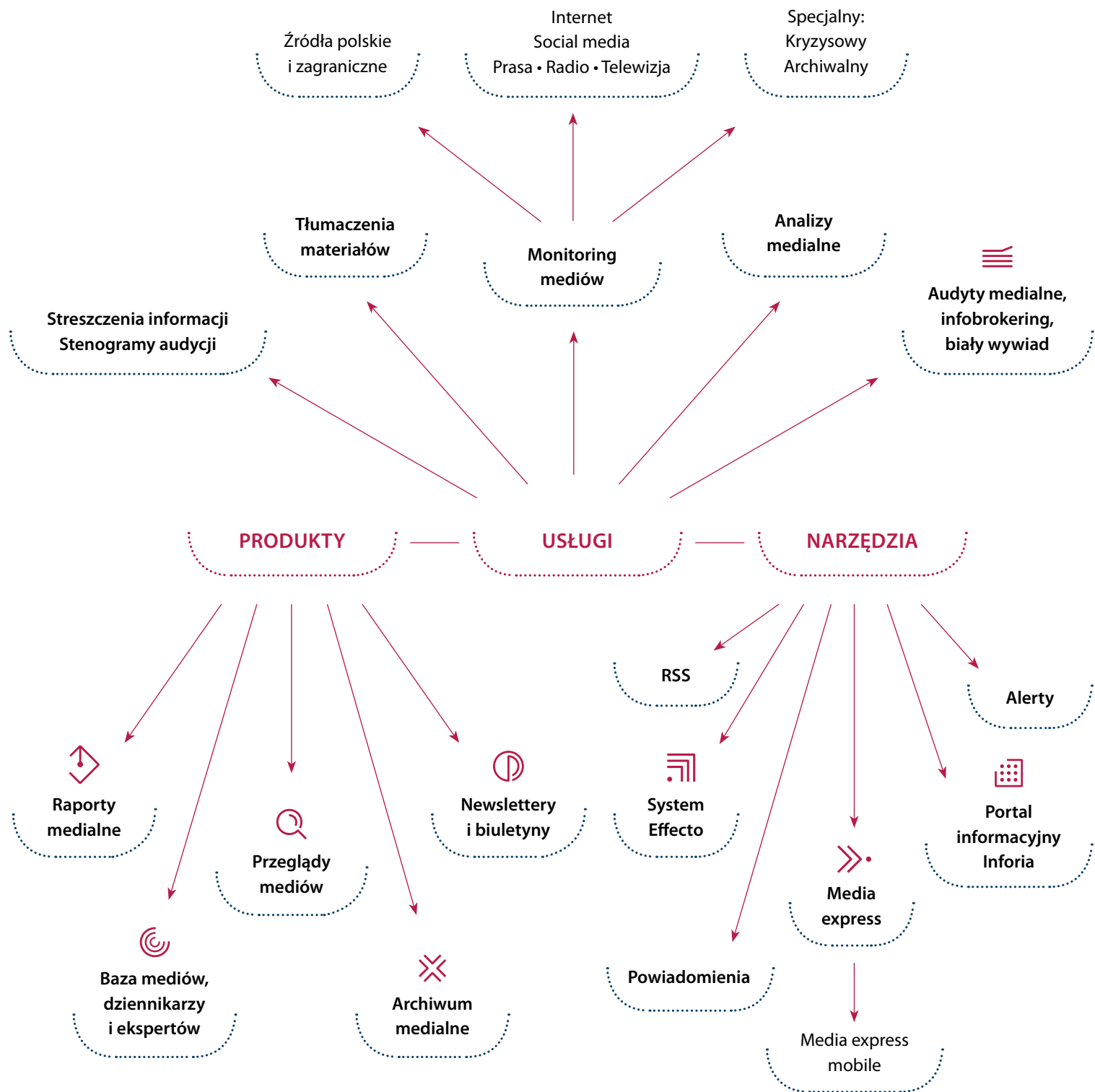
## N jak... NIESZABLONOWOŚĆ

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. 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