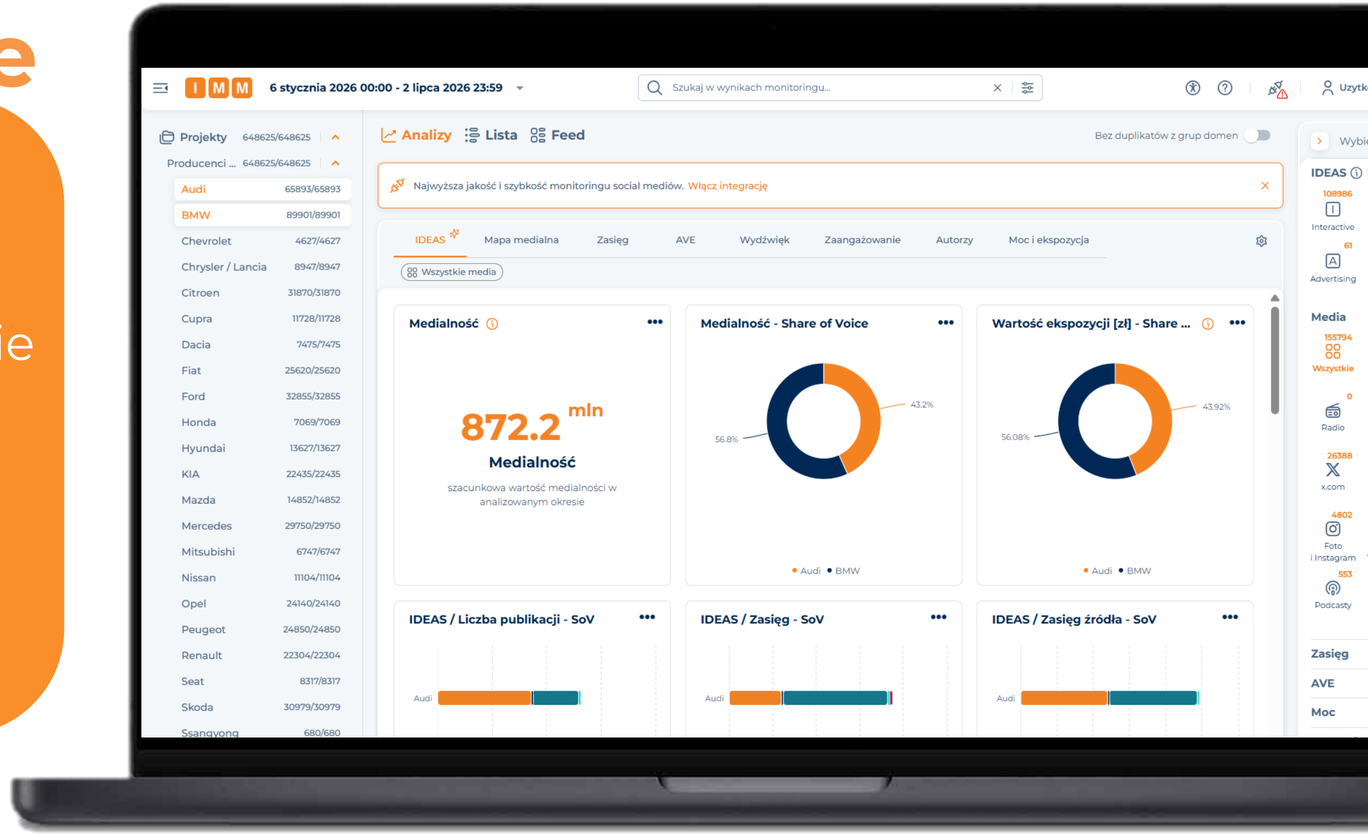
Przewodnik po Platformie IMM

Poznaj możliwości naszego narzędzia i skutecznie monitoruj swoje działania w mediach!

Wyższy poziom analizy medialności marki



Instytut Monitorowania Mediów S.A., ul. Przyokopowa 33, 01-208 Warszawa, tel.: +48 22 378 37 50 NIP: 5272971275, Regon: 389994690, KRS: 0000922327, Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
www.imm.com.pl

O mediach wiemy wszystko.

Spis treści

1. Metody **logowania** i integracja z IMM Research
2. Pierwsza wizyta na Platformie
    I. Ustawienia
    II. Menu
3. Praca z wynikami monitoringu – podstawowe kroki
4. Przedstawienie wyników – widok: **Analizy**
    I. IDEAS
    II. Mapa medialna
    III. Mapa medialna: mapa benchmarkowa i interaktywna chmura słów
    IV. Zasięg
    V. Ekwiwalent reklamowy (AVE)
    VI. Wydźwięk
    VII. Zaangażowanie
    VIII. Top autorzy
    IX. Moc
    X. Ekspozycja i nasycenie słowami kluczowymi
5. Przedstawienie wyników – widok: **Lista**
    I. Ustawienia widoku
    II. Słowniczek wskaźników
6. Przedstawienie wyników – widok: **Feed**
7. Sortowanie, grupowanie, tagowanie
8. Wyszukiwanie zaawansowane
9. Filtrowanie wyników
10. Konfiguracja IDEAS
    I. Konfiguracja obszaru Domestic
    II. Konfiguracja obszaru Sponsoring
11. Przygotowanie zestawienia XLSx
12. Powiadomienia
    I. Powiadomienia - edycja
13. Pressbook
14. Newsletter
    I. Newsletter – edycja
    II. Newsletter – funkcje dodatkowe
15. Statystyki
    I. Statystyki cykliczne
16. Alerty
17. Asystent AI
18. adMonit
19. Kontakt

Metody logowania

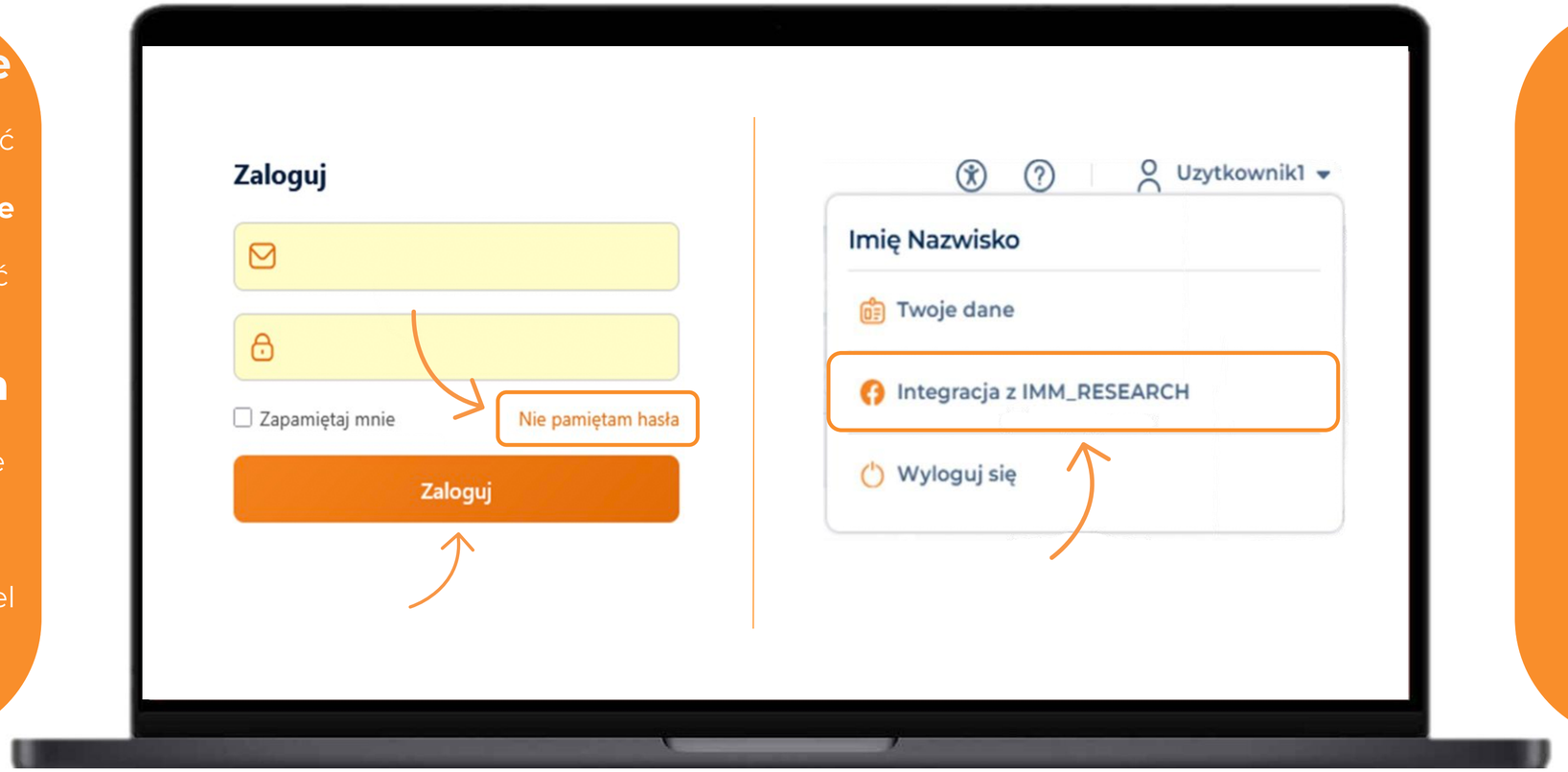
Pierwsze logowanie

Aby zyskać dostęp do platformy, należy skontaktować się z Opiekunem, który wygeneruje indywidualne **dane dostępowe**. Po otrzymaniu loginu i hasła można rozpocząć pracę z monitoringiem mediów.

Zarządzanie hasłem

Zmiana hasła? Kontakt z Opiekunem (wygeneruje nowe hasło).

Zapomniane hasło? Należy kliknąć „Nie pamiętam hasła”. Po kliknięciu wyświetli się panel pozwalający wygenerować na adres e-mail specjalny link i samodzielnie zmienić hasło.



Integracja konta biznesowego

Integracja **IMM_Research** z kontem biznesowym na Facebooku i Instagramie wymaga przejścia przez proces konfiguracji w systemie.

Po zalogowaniu się wystarczy kliknąć ikonę profilu, znajdującą się obok menu powiadomień, a następnie postępować zgodnie z instrukcjami wyświetlanymi na ekranie.

Real-time monitoring w IMM

IMM_Research integruje konta biznesowe (Facebook i Instagram), oferując podgląd social mediów w czasie rzeczywistym oraz szybsze aktualizacje danych na Platformie.

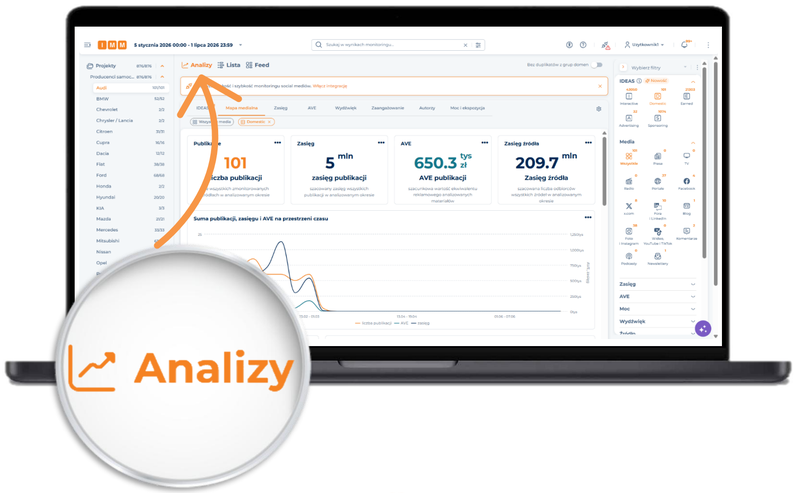


Pierwsza wizyta na Platformie

Na Platformie po pierwszym zalogowaniu automatycznie uruchomi się **przewodnik** po wszystkich jej najważniejszych funkcjach. Można go pominąć, klikając w okno w prawym górnym rogu komunikatu. Aby wyświetlić przewodnik ponownie, należy kliknąć w znak zapytania w prawym górnym rogu Platformy.

Poznaj Analizy

projektuj interaktywną sekcję analityczną oferującą funkcje i diagramy, które szybko agregują dane jakościowe z wyników monitoringu mediów



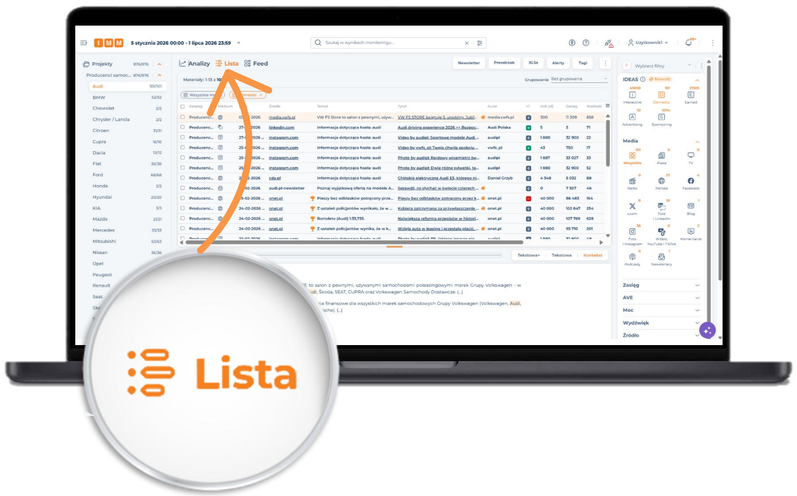
8

Części modułu Analizy

IDEAS, Mapa medialna, zasięg, AVE, wydźwięk, zaangażowanie, autorzy, moc i ekspozycja

Włącz Listę

korzystaj z zaawansowanych możliwości, które ułatwią analizę i rozpoznanie istotnych trendów wizerunkowych w mediach



16

Kategorii grupowania

Możliwości klasyfikacji wyników monitoringu według różnych parametrów

Odkryj Feed

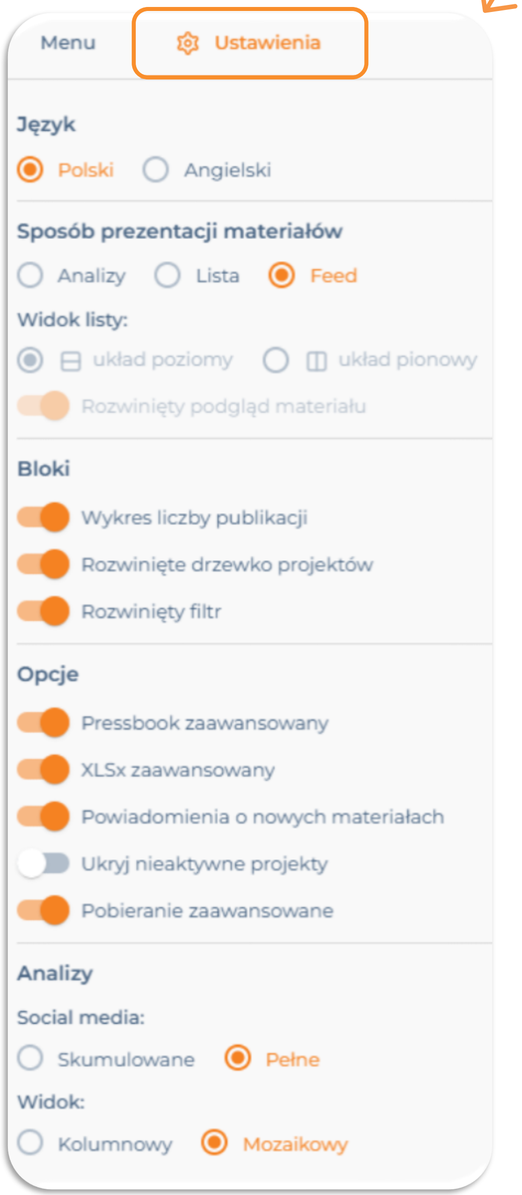
przeglądaj materiały i wskaźniki efektywności w jeszcze prostszy i bardziej przejrzysty sposób



2

Wersje newslettera

Personalizowane raporty z własnymi logotypami i banerami



Zakładka **Ustawienia** (dostępna w prawym górnym rogu Platformy) pozwala w prosty sposób spersonalizować wygląd i działanie narzędzia oraz aktywować funkcje, które usprawniają pracę z wynikami i czynią korzystanie z Platformy jeszcze wygodniejszym.

Istnieje możliwość wyboru języka:

- Polski
- Angielski

Wyniki monitoringu mogą być prezentowane na trzy sposoby:

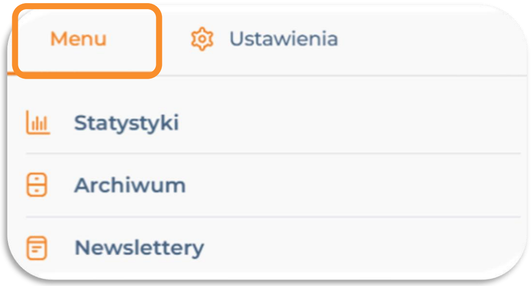
- **Analizy** – interaktywna sekcja analityczna oferująca wykresy, tabele, widgety i diagramy, które szybko agregują dane ilościowe i jakościowe z wyników monitoringu mediów.
- **Lista** – publikacje prezentowane są na liście przypominającej tabelę. W tej wersji możliwe jest grupowanie według wskaźników: temat, tytuł, data, autor, kontekst, AVE, zasięg, moc, unikalni użytkownicy, katalog, medium, tag, profil, region, emisje, źródło. Dodatkowo pod tabelą widoczny może być rozwinięty podgląd zaznaczonego materiału. Tabela i podgląd mogą być prezentowane w układzie poziomym lub pionowym.
- **Feed** – wersja z rozbudowanym widokiem poszczególnych publikacji m.in. z kontekstem z podświetleniem słów kluczowych, zdjęciami, najważniejszymi wskaźnikami oraz funkcjami umożliwiającymi pracę na materiałach.

Sekcja **Bloki** służy do indywidualnego dopasowania wyglądu Platformy IMM. W zależności od wyboru sposobu prezentacji materiałów, możliwe jest pokazanie lub schowanie wykresu z liczbą publikacji, drzewka projektów (po lewej stronie) oraz filtrów (po prawej).

Dodatkowe opcje umożliwiają rozbudowanie analizy wyników monitoringu o kolejne poziomy:

- **Pressbook zaawansowany** – włączy personalizację wyglądu, opisu raportu oraz streszczeń wycinków. Więcej informacji o tej funkcji znajduje się na slajdzie nr 33.
- **XLSx zaawansowany** – dzięki tej opcji możliwe będzie pobieranie nie tylko widocznych w danym momencie wskaźników, ale także wszystkich dostępnych lub indywidualnie wybranych. Więcej informacji o tej funkcji znajduje się na slajdzie nr 30.
- Aby w czasie pracy na Platformie otrzymywać na bieżąco informacje o nowych publikacjach, należy włączyć opcję **Powiadomienia o nowych materiałach**.
- Jeśli użytkownik nie chce, aby widoczne były archiwalne projekty, może użyć funkcji **Ukryj nieaktywne projekty**.
- Włączona opcja **Pobieranie zaawansowane** umożliwia ściąganie wycinka z nagłówkiem ze wskazanym źródłem oraz w jednym z dwóch dostępnych formatów (PDF oraz JPG).

Menu (dostępne w prawym górnym rogu Platformy ⋮) to centrum najważniejszych narzędzi, które ułatwiają codzienną pracę. Pozwala natychmiast tworzyć statystyki, konfigurować powiadomienia cykliczne bądź edytować podświetlone wyrażenia. Dzięki temu praca z Platformą staje się szybsza, wygodniejsza i bardziej przejrzysta. Rozwiązania zostały dopasowane do najczęstszych wyzwań i oczekiwań użytkowników.



- **Statystyki** – to narzędzie do natychmiastowego lub cyklicznego generowania zestawień wykresów i tabel wspomagających analizę medialną marki lub firmy, którą monitoruje użytkownik. Instrukcja dotycząca generowania tych danych znajduje się na slajdzie nr 33.
- Zapisanie jednej lub wielu monitorowanych treści na przyszłość może być dokonywane poprzez skorzystanie z funkcji **Archiwum**. Przechowywanie dokumentów umożliwia łatwe wyszukiwanie, przeglądanie i odnajdywanie konkretnych artykułów, materiałów prasowych, wywiadów i innych materiałów, które mogą być przydatne w przyszłości.
- Na Platformie IMM istnieje możliwość personalizacji szablonu **Newslettera** z przeglądem mediów zgodnie z identyfikacją wizualną firmy lub produktu. Szablon można dostosować m.in. poprzez dodanie logotypu, bannerów oraz kolorystyki odpowiadającej brandingowi marki.



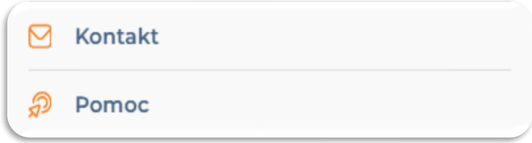
- Aby być na bieżąco z informacjami, które pojawiają się na Platformie IMM bez konieczności logowania się do portalu, warto stworzyć cykliczne **Powiadomienia**. Wszyscy użytkownicy mają możliwość ustawienia indywidualnych powiadomień skierowanych do konkretnych adresatów. Każdy z parametrów jak np. katalogi, media oraz częstotliwość ich otrzymywania należy wybrać w formularzu. Więcej o tym na slajdzie nr 31.



- Monitorowane na Platformie IMM frazy są podświetlane. Każdy użytkownik ma możliwość edycji **Listy** podkreślonych wyrażeń dla dowolnego projektu. Dodanie kolejnych **podświetleń słów** przynosi liczne korzyści, takie jak oszczędność czasu i możliwość skupienia się na istotnych fragmentach tekstu, co znacznie ułatwia i usprawnia pracę z zawartością.



- **Książka adresowa** umożliwia tworzenie grup e-mailowych według własnych potrzeb. Ułatwia to na przykład wysyłkę materiałów w formie Pressbooka lub Newslettera.
- Autorski model analityczny **IDEAS** mierzy widoczność marki w pięciu obszarach.



- W opcji **Kontakt** istnieje możliwość zostawienia zapytania, które trafi do Opiekuna w Dziale Obsługi Klienta IMM.

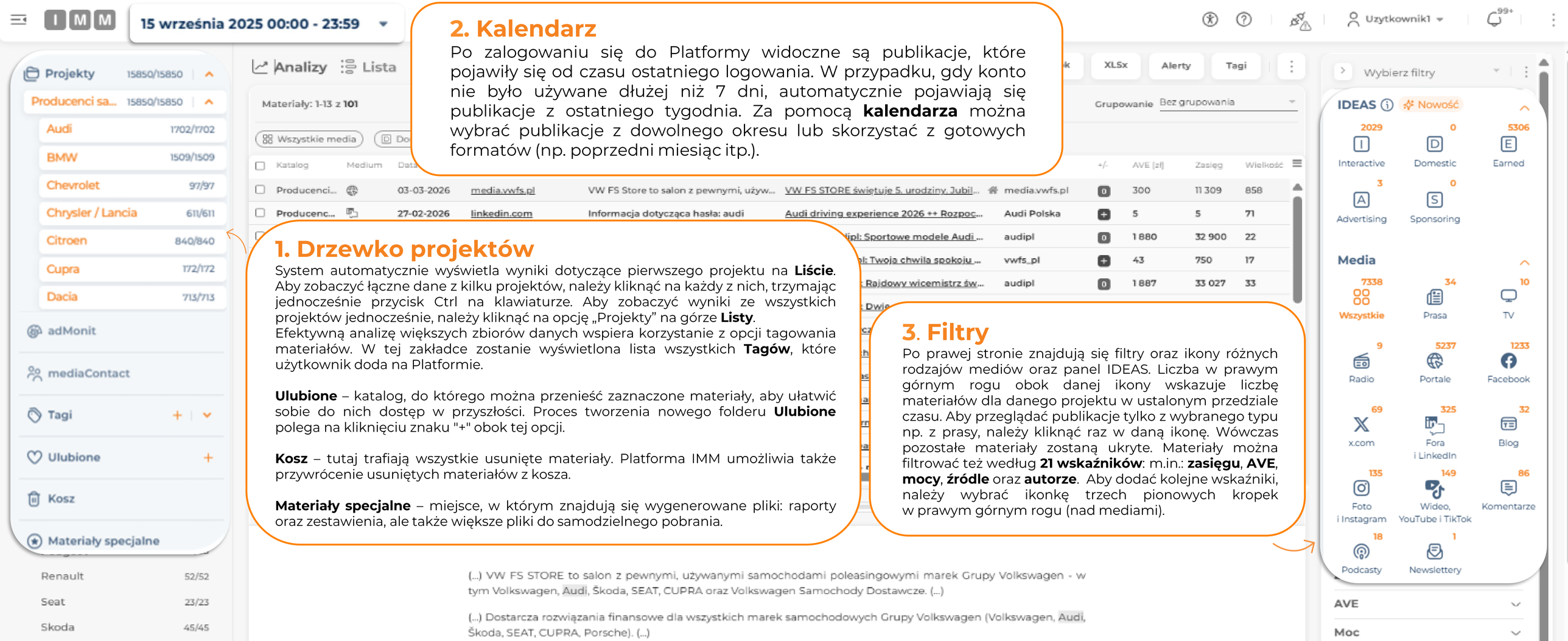
- Wszyscy użytkownicy Platformy IMM mogą skorzystać z **Pomocy**, oddzielnej podstrony, na której znajdują się wszystkie najważniejsze informacje na temat obsługi narzędzia, słowniczek z wyjaśnionymi wskaźnikami oraz sekcji FAQ z odpowiedziami na najczęściej zadawane pytania.



- **Biuletyn** IMM to internetowy serwis informacyjny zawierający przegląd i opracowanie wybranych materiałów i publikacji prasowych.

Praca z wynikami monitoringu – podstawowe kroki

Pracę z **wynikami monitoringu** warto rozpocząć od wykonania trzech kroków:
1. Wybrania na drzewku projektów konkretnego **projektu** lub wielu, które nas interesują
2. Zaznaczenia przedziału dat w **kalendarzu**, z którego użytkownik chce wygenerować wyniki
3. Ustawienia **filtrowania** materiałów według własnych parametrów.



2. Kalendarz

Po zalogowaniu się do Platformy widoczne są publikacje, które pojawiły się od czasu ostatniego logowania. W przypadku, gdy konto nie było używane dłużej niż 7 dni, automatycznie pojawiają się publikacje z ostatniego tygodnia. Za pomocą **kalendarza** można wybrać publikacje z dowolnego okresu lub skorzystać z gotowych formatów (np. poprzedni miesiąc itp.).

1. Drzewko projektów

System automatycznie wyświetla wyniki dotyczące pierwszego projektu na **Liście**. Aby zobaczyć łączne dane z kilku projektów, należy kliknąć na każdy z nich, trzymając jednocześnie przycisk Ctrl na klawiaturze. Aby zobaczyć wyniki ze wszystkich projektów jednocześnie, należy kliknąć na opcję „Projekty" na górze **Listy**.
Efektywną analizę większych zbiorów danych wspiera korzystanie z opcji tagowania materiałów. W tej zakładce zostanie wyświetlona lista wszystkich **Tagów**, które użytkownik doda na Platformie.

Ulubione – katalog, do którego można przenieść zaznaczone materiały, aby ułatwić sobie do nich dostęp w przyszłości. Proces tworzenia nowego folderu **Ulubione** polega na kliknięciu znaku "+" obok tej opcji.

Kosz – tutaj trafiają wszystkie usunięte materiały. Platforma IMM umożliwia także przywrócenie usuniętych materiałów z kosza.

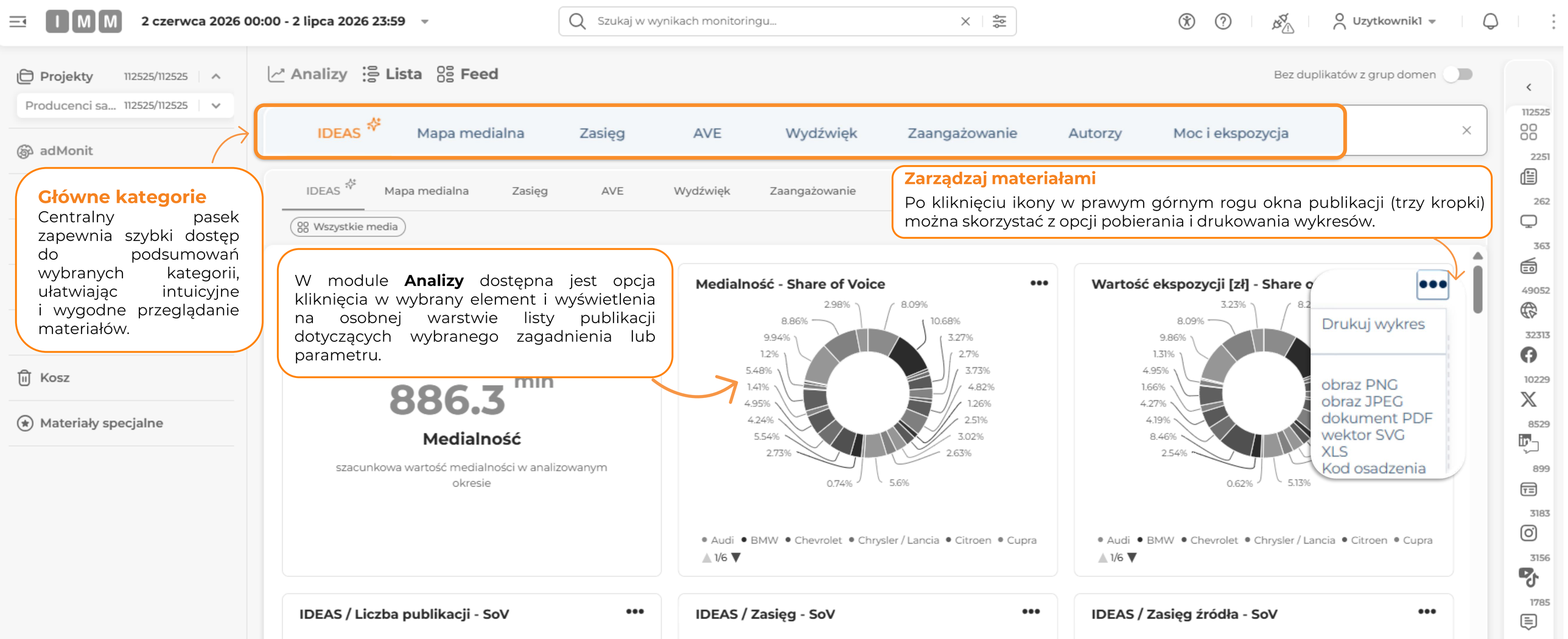
Materiały specjalne – miejsce, w którym znajdują się wygenerowane pliki: raporty oraz zestawienia, ale także większe pliki do samodzielnego pobrania.

3. Filtry

Po prawej stronie znajdują się filtry oraz ikony różnych rodzajów mediów oraz panel IDEAS. Liczba w prawym górnym rogu obok danej ikony wskazuje liczbę materiałów dla danego projektu w ustalonym przedziale czasu. Aby przeglądać publikacje tylko z wybranego typu np. z prasy, należy kliknąć raz w daną ikonę. Wówczas pozostałe materiały zostaną ukryte. Materiały można filtrować też według **21 wskaźników**: m.in.: **zasięgu**, **AVE**, **mocy**, **źródle** oraz **autorze**. Aby dodać kolejne wskaźniki, należy wybrać ikonkę trzech pionowych kropek w prawym górnym rogu (nad mediami).

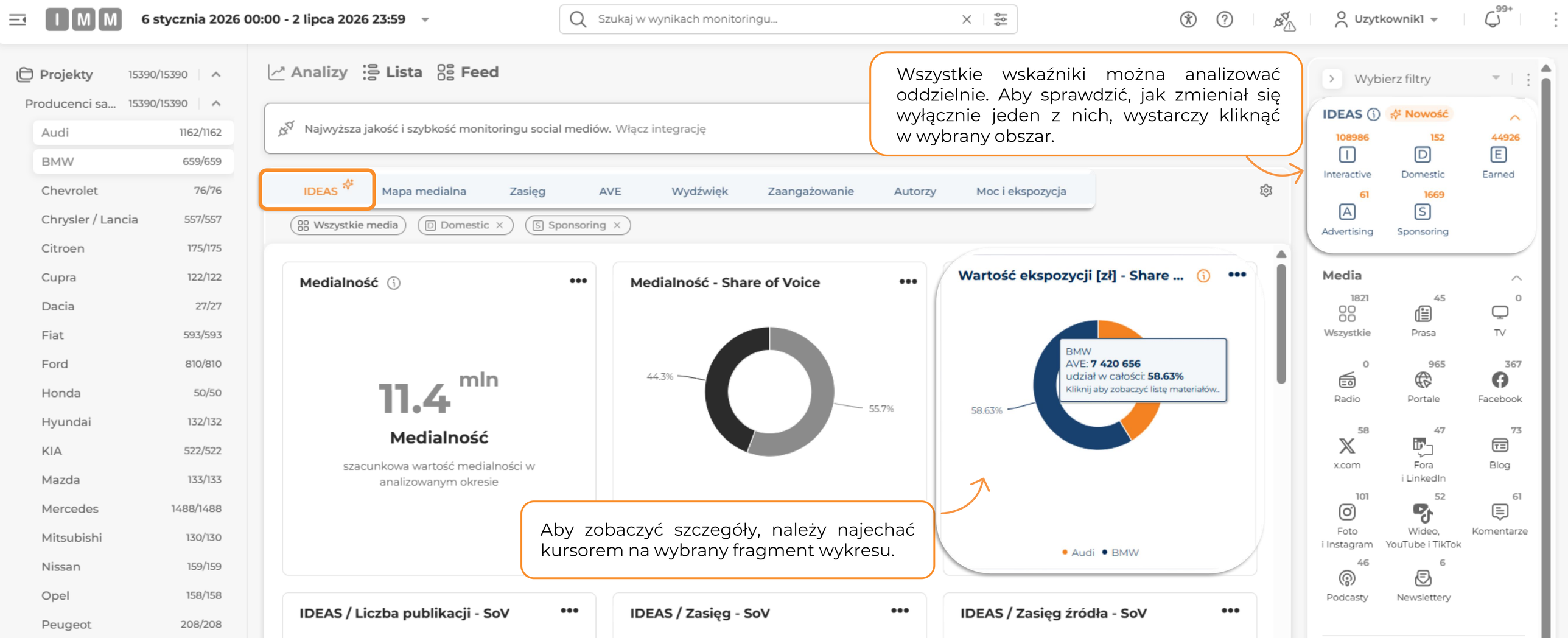
Przedstawienie wyników – widok: Analizy

Analizy to innowacyjne narzędzie do pracy z monitowanymi publikacjami. Przedstawia podsumowania zebranych danych, umożliwia szybkie porównania w czasie rzeczywistym i prezentuje kluczowe informacje w przejrzystym układzie, ułatwiając natychmiastowy dostęp do wyszukanych publikacji.



IDEAS

IDEAS® to model badający następujące obszary medialności: **Interactive**, **Domestic**, **Earned**, **Advertising** oraz **Sponsoring**. Każdy obszar jest analizowany wielowymiarowo i uwzględnia parametry takie jak: zasięg OTS+1, częstotliwość, wydźwięk (sentyment), interakcje, zaangażowanie oraz AVE całkowite. Medialność obliczana jest w punktach, natomiast Wartość ekspozycji marki w zł.

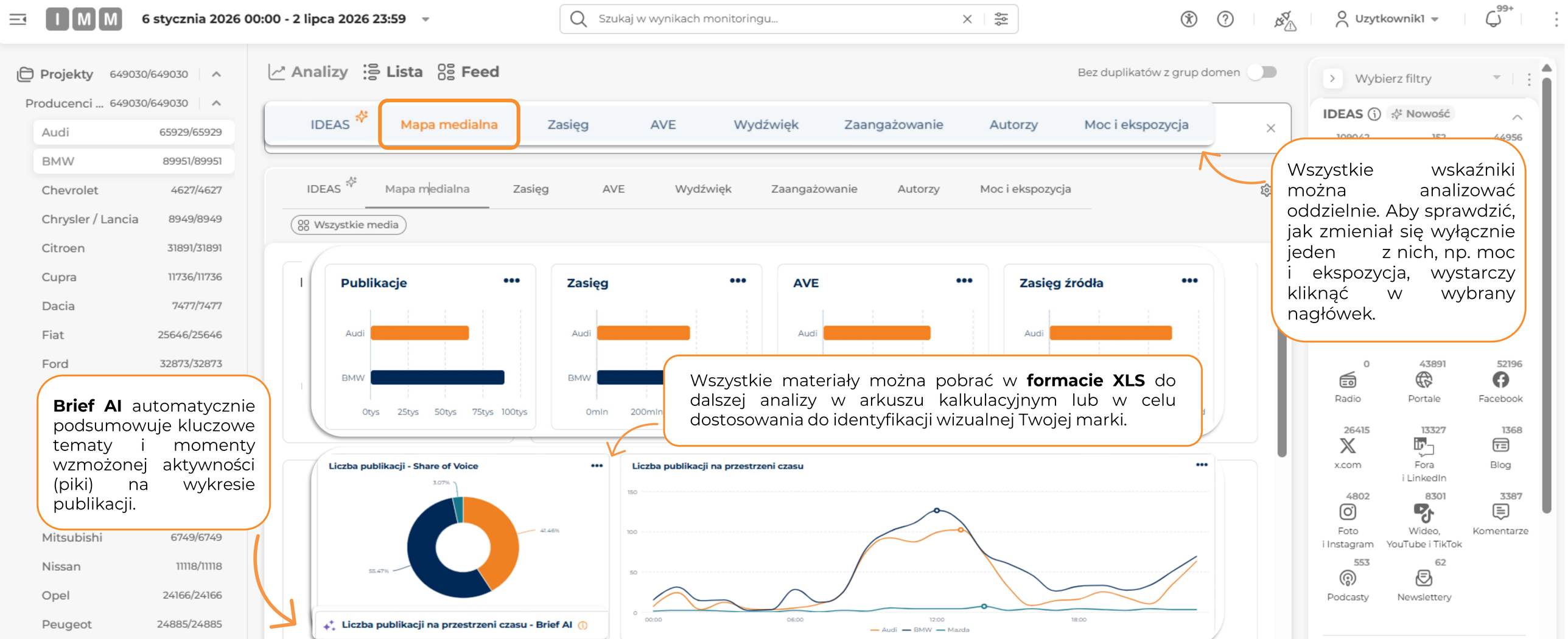


Wszystkie wskaźniki można analizować oddzielnie. Aby sprawdzić, jak zmieniał się wyłącznie jeden z nich, wystarczy kliknąć w wybrany obszar.

Aby zobaczyć szczegóły, należy najechać kursorem na wybrany fragment wykresu.

Mapa medialna

Podsumowanie, które umożliwia szybką ocenę pozycji marki na tle konkurencji dzięki monitoringowi wszystkich mediów. Mapa medialna prezentuje kluczowe wskaźniki w formie przejrzystych wykresów, widgetów, tabel.



Brief AI automatycznie podsumowuje kluczowe tematy i momenty wzmożonej aktywności (piki) na wykresie publikacji.

Wszystkie materiały można pobrać w **formacie XLS** do dalszej analizy w arkuszu kalkulacyjnym lub w celu dostosowania do identyfikacji wizualnej Twojej marki.

Wszystkie wskaźniki można analizować oddzielnie. Aby sprawdzić, jak zmieniał się wyłącznie jeden z nich, np. moc i ekspozycja, wystarczy kliknąć w wybrany nagłówek.

Mapa medialna: mapa benchmarkowa i interaktywna chmura słów

Mapa benchmarkowa pokazuje, jak silna jest marka w mediach na tle konkurencji.

Jej medialny potencjał analizowany jest w trzech kluczowych wymiarach: **zasięgu, liczbie publikacji oraz wartości kontekstu wizerunkowego** (mierzonej udziałem pozytywnych treści w całej dyskusji o marce).

Pożądane położenie dla analizowanej marki klienta to **prawy górny róg** na wykresie i koło o większym rozmiarze niż konkurencja (większa liczba publikacji).



Interaktywna chmura słów to wizualizacja pokazująca, które frazy najczęściej pojawiały się w publikacjach o marce. Częstotliwość występowania słowa przekłada się na jego wielkość i grubość czcionki na grafice.

Przedstawia skojarzenia dominujące w dyskusji. Umożliwia dotarcie do konkretnych materiałów powiązanych z występującymi w nich wyrażeniami. Dzięki analizie kluczowych fragmentów zdań można szybko zobaczyć, jakie słowa najmocniej eksponowały markę w badanym czasie oraz przejrzeć publikacje powiązane z wybranymi hasłami.

Medialność marki analizowana jest w trzech wymiarach:

- **Zasięg** – przedstawiany na osi X, pokazuje, jak szeroko marka dociera do odbiorców.
- **Wartość kontekstu wizerunkowego** – na osi Y odzwierciedla przewagę publikacji pozytywnych nad negatywnymi w całej dyskusji o marce.
- **Liczba publikacji** – wizualizowana przez wielkość kropki; im większa kropka, tym więcej materiałów pojawiło się w danym okresie.

Zasięg

Zasięg marki to decydujący wskaźnik pokazujący, jak wiele osób miało szansę zetknąć się z danymi treściami (przynajmniej raz doświadczając kontaktu z przekazem). Oznacza liczbę potencjalnych kontaktów z przekazem mediowym.

Ukazuje, które komunikaty faktycznie przebijają się do największych mediów i angażują grupę docelową.



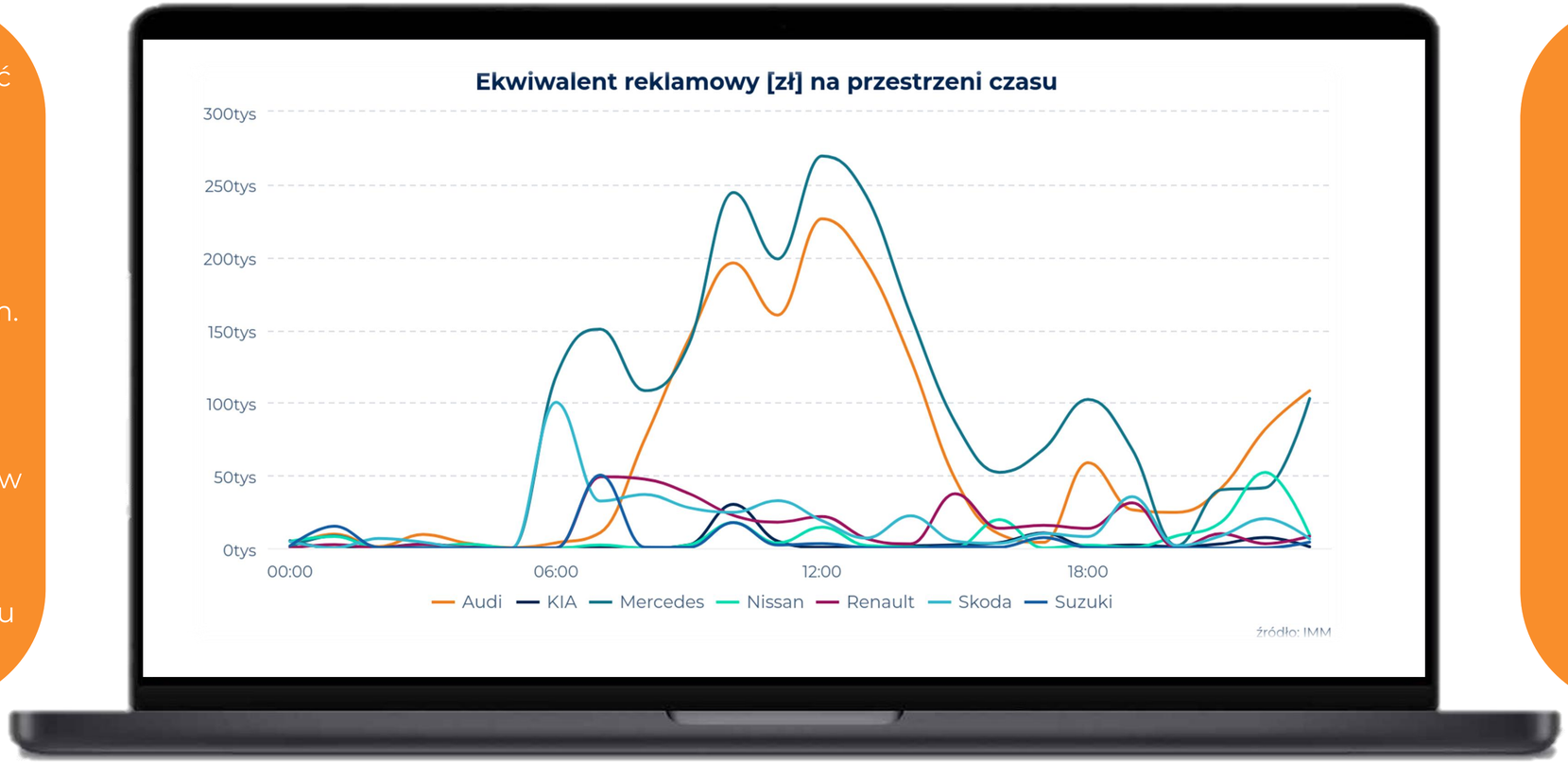
Regularne monitorowanie zmian tego wskaźnika pokazuje, które komunikaty trafiają do mediów o największym zasięgu, co pozwala skuteczniej docierać do odbiorców.

To kluczowa wiedza, stanowiąca fundament do tworzenia angażujących treści, budująca rozpoznawalność i trwałe relacje z targetem marki.

Ekwiwalent reklamowy (AVE)

AVE to wskaźnik (kwota w PLN) pokazujący wartość medialną działań promocyjnych. Szacuje koszt publikacji w prasie, internecie, TV czy social mediach, gdyby była ona płatną reklamą lub artykułem sponsorowanym.

Przelicza publikacje na ich reklamową wartość rynkową. Opiera się na cennikach netto wydawców i nadawców, stanowiąc wspólny mianownik dla analityki reklamowej i sponsoringowej w modelu IDEAS.



Miara pozwalająca **ocenić skuteczność działań PR**, a także **określić wartość finansową publikacji, tak jakby była ona płatną reklamą.** Wskaźnik ten wyraża wartość materiału ukazującego się w danym medium.
Oblicza się go poprzez zestawienie monitorowanej informacji z kosztem adekwatnej reklamy o identycznej wielkości czy czasie emisji.

Wydźwięk

Wydźwięk to wskaźnik, który **mierzy nastawienie** odbiorców wobec marki i pokazuje, jak jest ona przedstawiana w mediach oraz dyskutowana w przestrzeni publicznej.

Dzięki zaawansowanym technologiom analizy treści możliwe jest precyzyjne określenie, czy wzmianki o marce mają charakter **pozytywny**, **neutralny** czy **negatywny**.



Regularne monitorowanie daje firmom przewagę w budowaniu zaufania, ochronie reputacji i kształtowaniu komunikacji, która pozwala szybko reagować na emocje odbiorców.

To kluczowy wskaźnik w **zarządzaniu reputacją**, który pozwala natychmiast wychwycić sygnały kryzysowe, zanim eskalują w mediach społecznościowych czy dużych portalach do poziomu ogólnokrajowego.

Zaangażowanie

Współczynnik zaangażowania to wskaźnik w mediach społecznościowych, które jako jedyne umożliwiają odbiorcom natychmiastowe wyrażanie emocji wobec konsumowanych treści.

Komentarze, udostępnienia i reakcje wskazują na to, w jakim stopniu marka buduje więź ze swoją społecznością. Pokazują, czy odbiorcy stają się jej fanami i czy w naturalny sposób mogą pełnić rolę ambasadorów marki.

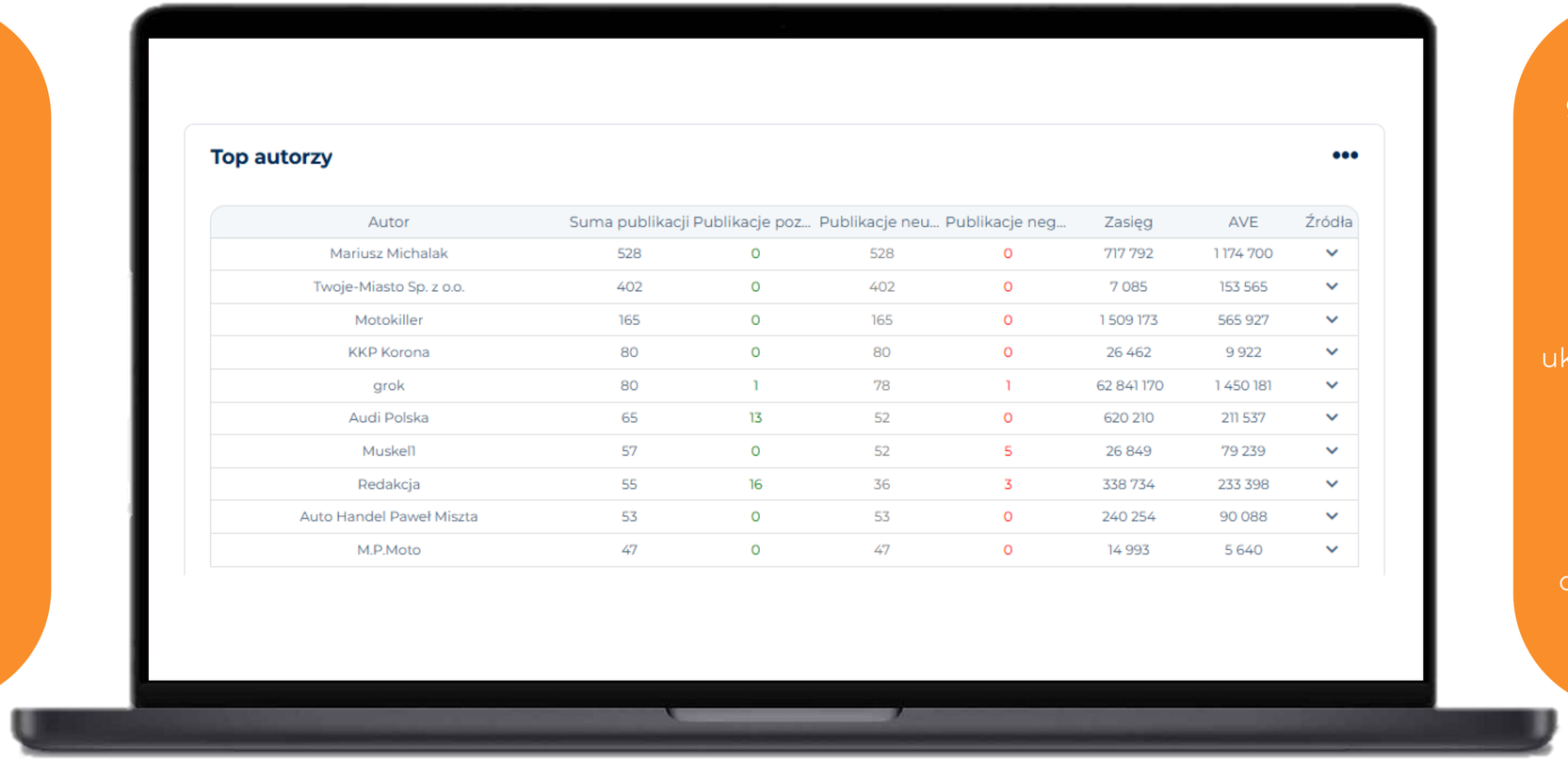


Zaangażowanie odzwierciedla proporcję pomiędzy liczbą interakcji związanych z publikacjami a liczbą fanów profilu, na którym się one ukazują.

Wskaźnik osiąga poziom 100% w sytuacji, gdy każdy odbiorca wejdzie dokładnie raz w interakcję z treścią. Oznacza to wówczas pełne zaangażowanie społeczności.

Top autorzy

W zakładce **Top autorzy** znajdują się dziennikarze i influencerzy, z którymi warto nawiązać współpracę. To **potencjalni partnerzy komunikacyjni**.
Ich wsparcie może znacząco podnieść rozpoznawalność marki. Kluczem jest dobór osób, które publikują treści zgodne z profilem danej marki i przemawiają do grupy odbiorców marki.



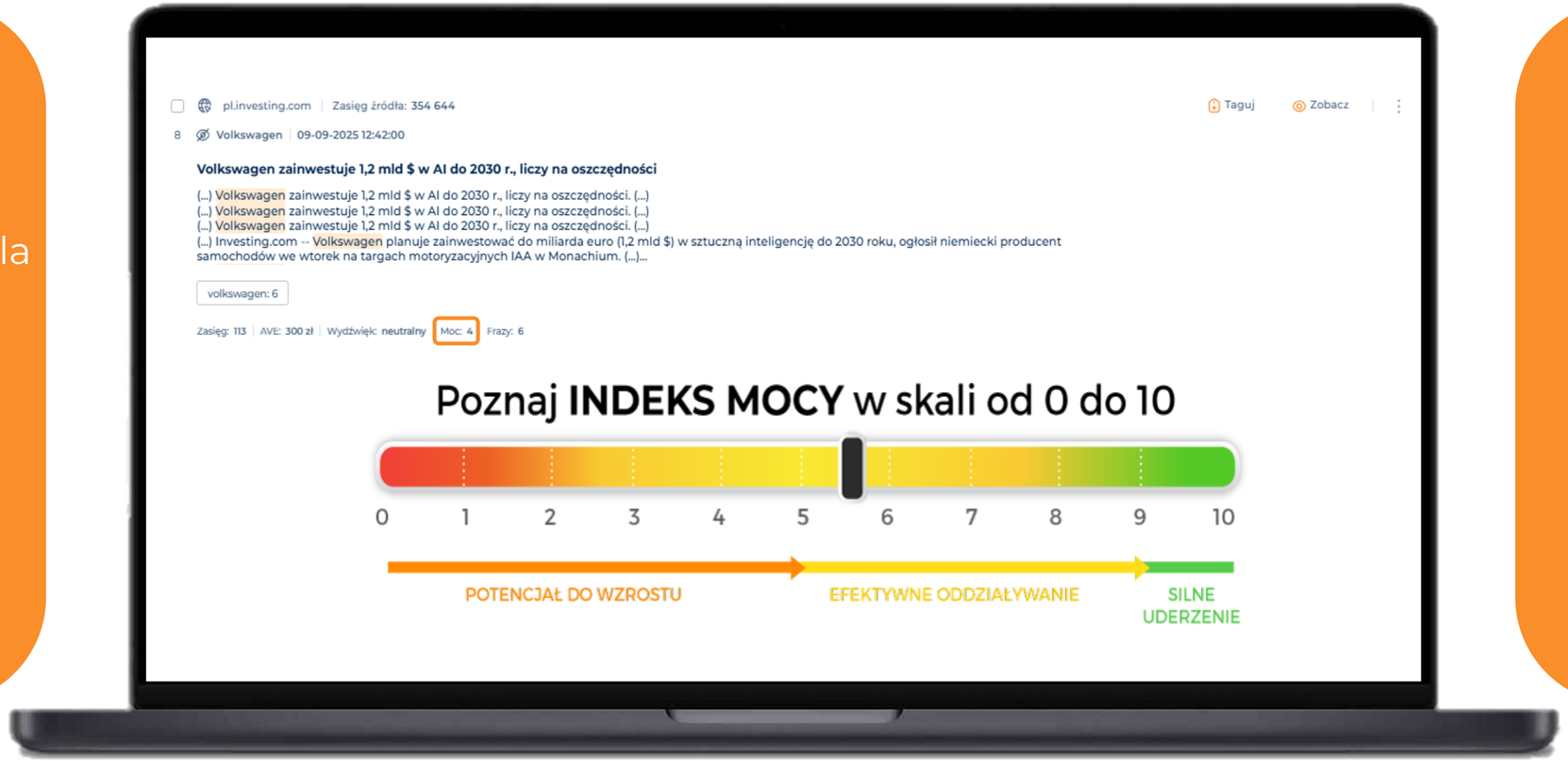
Autor	Suma publikacji	Publikacje poz...	Publikacje neu...	Publikacje neg...	Zasięg	AVE	Źródła
Mariusz Michalak	528	0	528	0	717 792	1 174 700	
Twoje-Miasto Sp. z o.o.	402	0	402	0	7 085	153 565	
Motokiller	165	0	165	0	1 509 173	565 927	
KKP Korona	80	0	80	0	26 462	9 922	
grok	80	1	78	1	62 841 170	1 450 181	
Audi Polska	65	13	52	0	620 210	211 537	
Muskel1	57	0	52	5	26 849	79 239	
Redakcja	55	16	36	3	338 734	233 398	
Auto Handel Paweł Miszta	53	0	53	0	240 254	90 088	
M.P.Moto	47	0	47	0	14 993	5 640	

W Analizach dostępne są dwie główne tabele: TOP 10 autorów, prezentująca twórców z największą liczbą publikacji w danym okresie wraz z informacjami o wydźwięku, zasięgu, AVE i źródle materiału, oraz TOP 10 najbardziej angażujących autorów, ukazująca autorów generujących najwyższy poziom interakcji (polubienia, komentarze, udostępnienia) wraz z danymi o zasięgu i AVE.

Obie tabele umożliwiają szybki dostęp do szczegółowych profili i pełnej listy publikacji każdego z autorów.

Moc

Indeks Mocy to autorski wskaźnik IMM generowany dla każdej publikacji, który w skali 0–10 **wskazuje siłę oddziaływania przekazu na odbiorcę.**



Indeks Mocy to wskaźnik oceniający, jak silnie publikacje o marce oddziałują na odbiorców. Mierzy potencjalny wpływ przekazu, analizując kluczowe cechy komunikatu mediowego: wydźwięk materiału, profil źródła, zasięg, opiniotwórczość mediów oraz skalę ekspozycji marki. Dzięki temu jest wiarygodną miarą siły przekazu i jego wpływu na wizerunek marki.

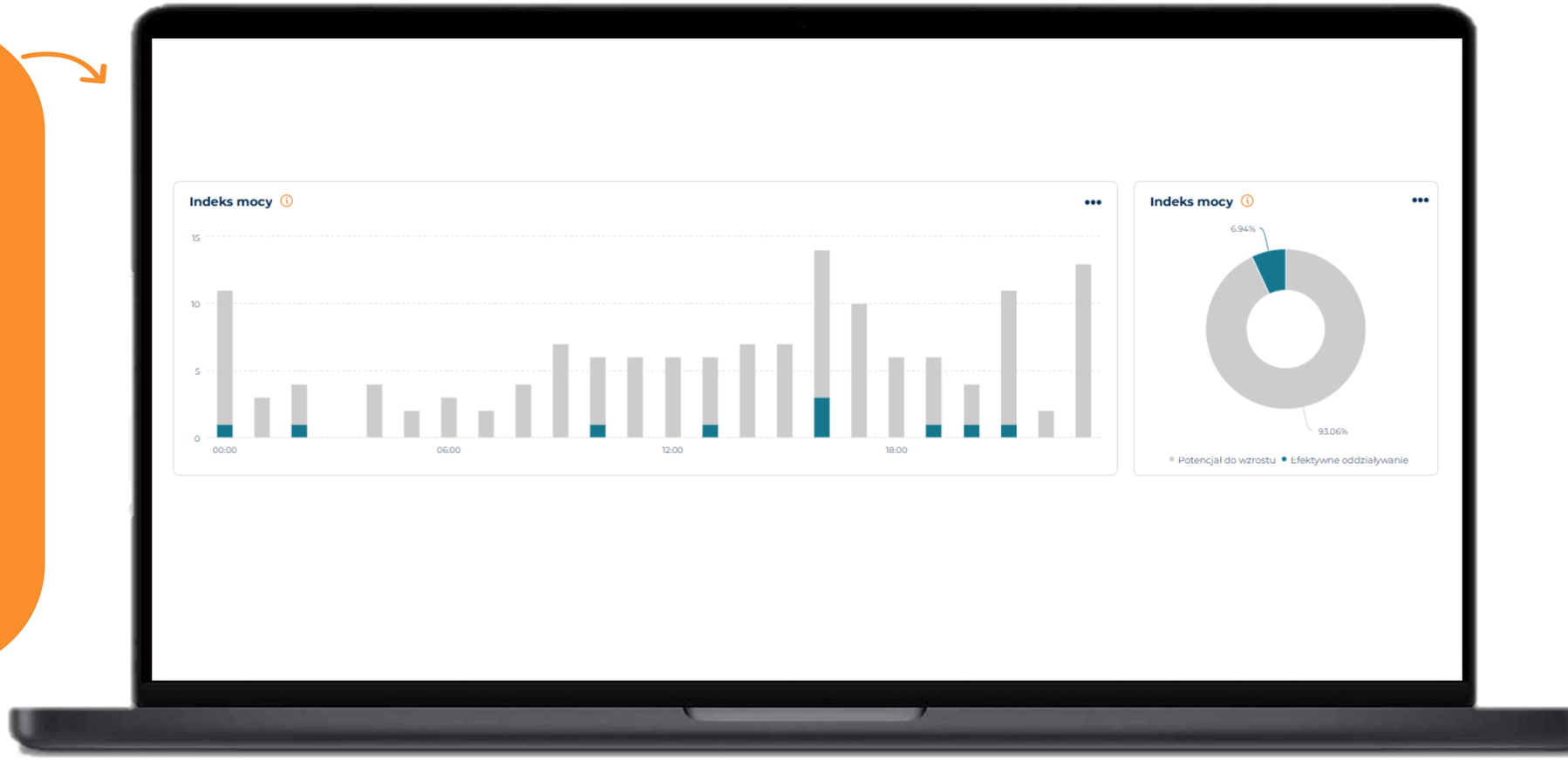
Moc

W Analizach 3-stopniowa klasyfikacja **Indeksu Mocy** przedstawia siłę oddziaływania przekazu mediowego na odbiorcę:

Indeks Mocy o wartości 0–5 – potencjał do wzrostu

Indeks Mocy o wartości 6–8 – efektywne oddziaływanie

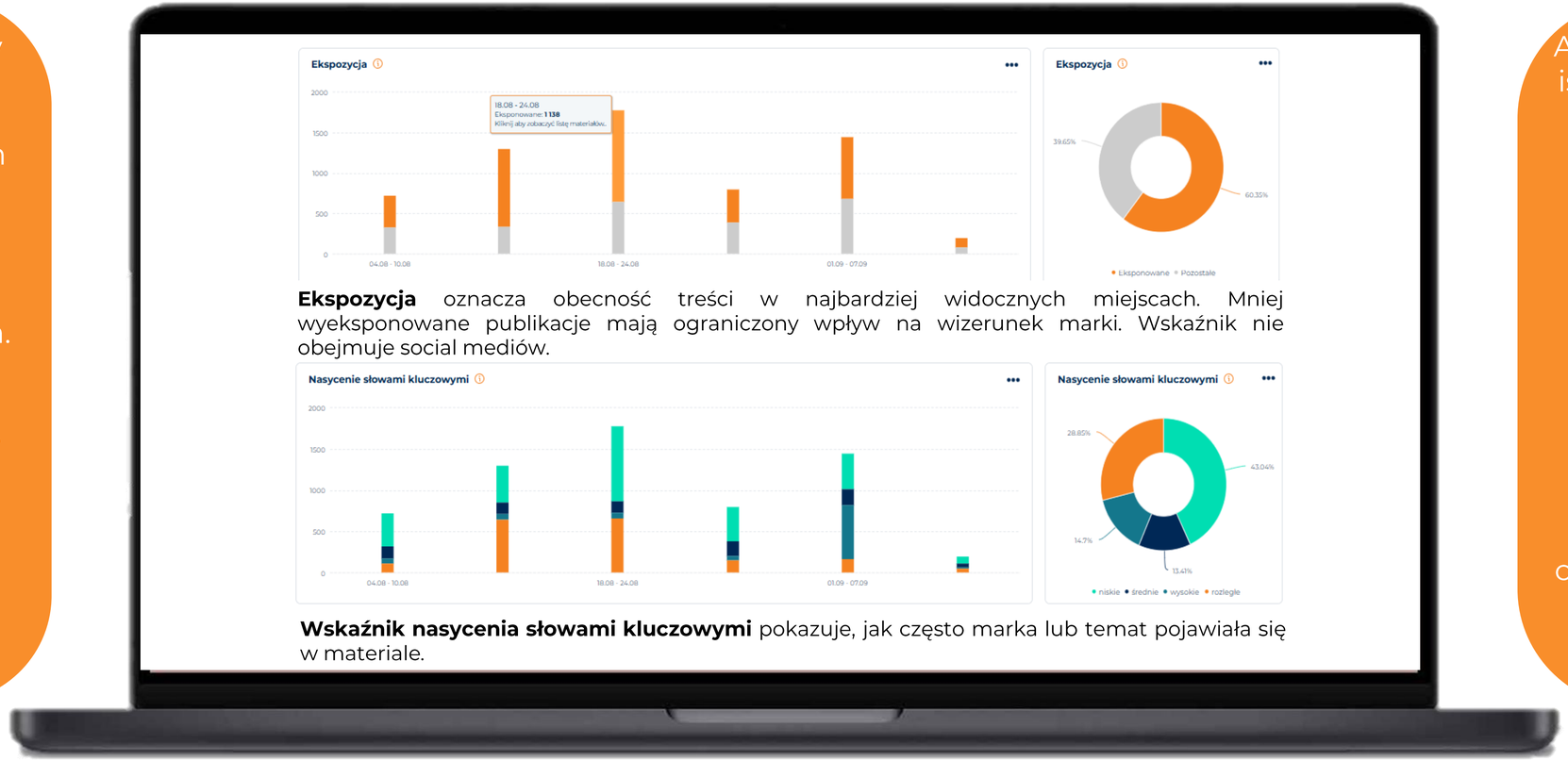
Indeks Mocy o wartości 9–10 – silne uderzenie.



Ekspozycja i nasycenie słowami kluczowymi

Ekspozycja pokazuje, czy materiał pojawił się na pierwszych stronach gazet, głównych stronach portali, w czasie prime time, w newsach dnia oraz w serwisach informacyjnych audycji radiowych i telewizyjnych.

Na wykresach publikacje eksponowane oznaczone są kolorem pomarańczowym, podczas gdy pozostałe materiały zaznaczono na szaro.



Ekspozycja oznacza obecność treści w najbardziej widocznych miejscach. Mniej wyeksponowane publikacje mają ograniczony wpływ na wizerunek marki. Wskaźnik nie obejmuje social mediów.

Wskaźnik nasycenia słowami kluczowymi pokazuje, jak często marka lub temat pojawiała się w materiale.

Analizując medialną siłę marki, istotne jest również **nasycenie treści słowami kluczowymi.** Wskaźnik ten pokazuje, jak często marka pojawia się w danym materiale: tekście, nagraniu wideo czy audio. Im częstsze i bardziej kontekstowe wzmianki, tym silniejszy wpływ na odbiorcę. Setki wzmianek bez rozwiniętego kontekstu mają mniejszą wartość niż jeden ekspercki materiał, wielokrotnie wzmiankujący o marce, który pokazuje realne korzyści płynące z prezentowanego produktu lub usługi.

W Analizach wyróżniamy cztery poziomy nasycenia:

niskie – wystąpienie jednego słowa kluczowego

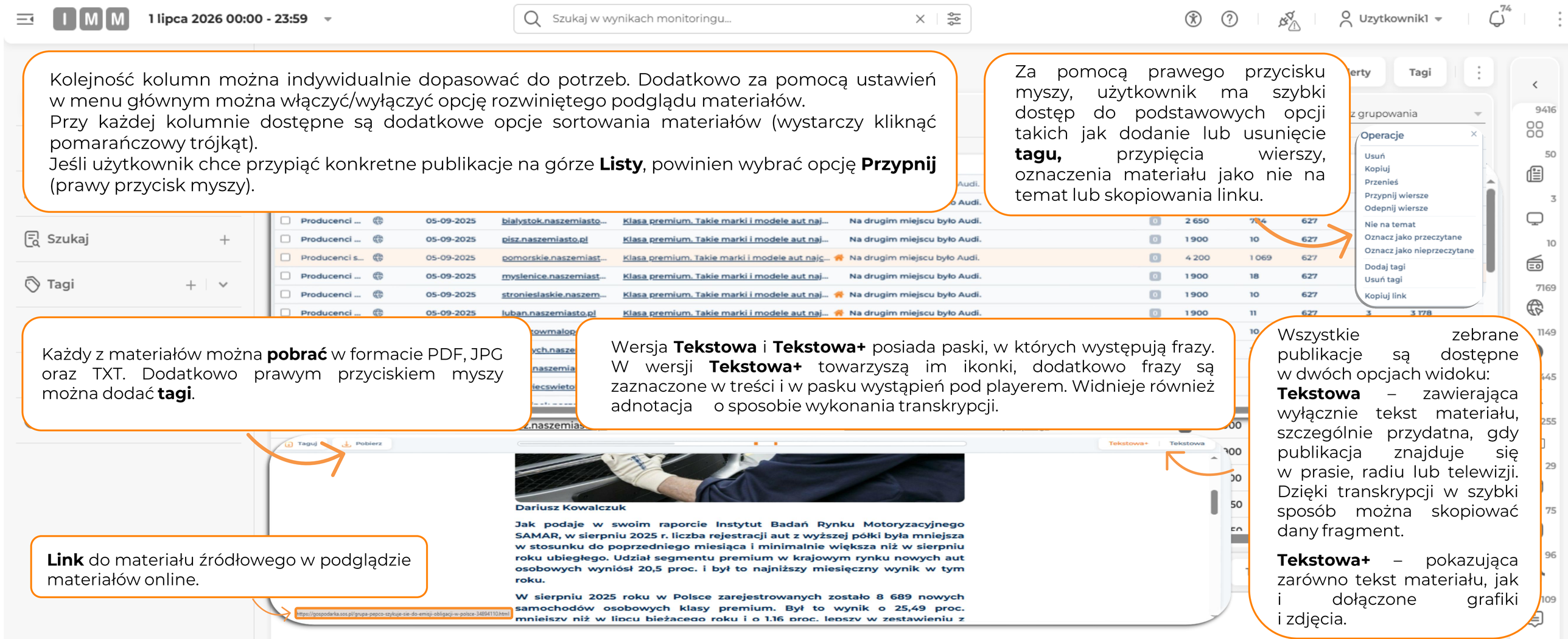
średnie – wystąpienie dwóch słów kluczowych

wysokie – wystąpienie trzech słów kluczowych

rozległe – wystąpienie czterech i więcej słów kluczowych

Przedstawienie wyników – widok: Lista

Lista to widok przypominający tabelę, w której wszystkie kluczowe dane i wskaźniki zaprezentowane są w odrębnych kolumnach. Ułatwia analizę większych zbiorów materiałów i porównywanie ze sobą materiałów pod względem poszczególnych parametrów.



Kolejność kolumn można indywidualnie dopasować do potrzeb. Dodatkowo za pomocą ustawień w menu głównym można włączyć/wyłączyć opcję rozwiniętego podglądu materiałów.
Przy każdej kolumnie dostępne są dodatkowe opcje sortowania materiałów (wystarczy kliknąć pomarańczowy trójkąt).
Jeśli użytkownik chce przypiąć konkretne publikacje na górze **Listy**, powinien wybrać opcję **Przypnij** (prawy przycisk myszy).

Za pomocą prawego przycisku myszy, użytkownik ma szybki dostęp do podstawowych opcji takich jak dodanie lub usunięcie **tagu,** przypięcia wierszy, oznaczenia materiału jako nie na temat lub skopiowania linku.

Każdy z materiałów można **pobrać** w formacie PDF, JPG oraz TXT. Dodatkowo prawym przyciskiem myszy można dodać **tagi**.

Wersja **Tekstowa** i **Tekstowa+** posiada paski, w których występują frazy. W wersji **Tekstowa+** towarzyszą im ikonki, dodatkowo frazy są zaznaczone w treści i w pasku wystąpień pod playerem. Widnieje również adnotacja o sposobie wykonania transkrypcji.

Wszystkie zebrane publikacje są dostępne w dwóch opcjach widoku:
Tekstowa – zawierająca wyłącznie tekst materiału, szczególnie przydatna, gdy publikacja znajduje się w prasie, radiu lub telewizji. Dzięki transkrypcji w szybki sposób można skopiować dany fragment.

Tekstowa+ – pokazująca zarówno tekst materiału, jak i dołączone grafiki i zdjęcia.

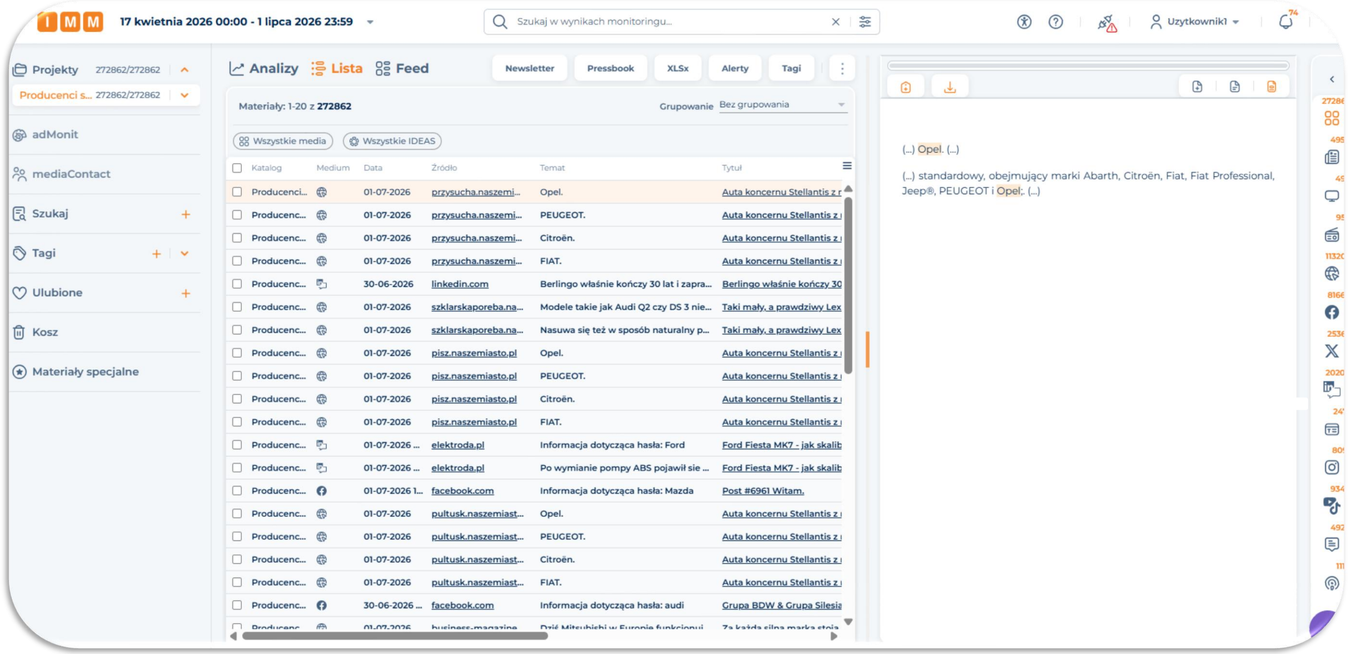
Link do materiału źródłowego w podglądzie materiałów online.

Przedstawienie wyników – widok: Lista

W widoku **Lista** dostępne są dwa tryby prezentacji wyników do wyboru:

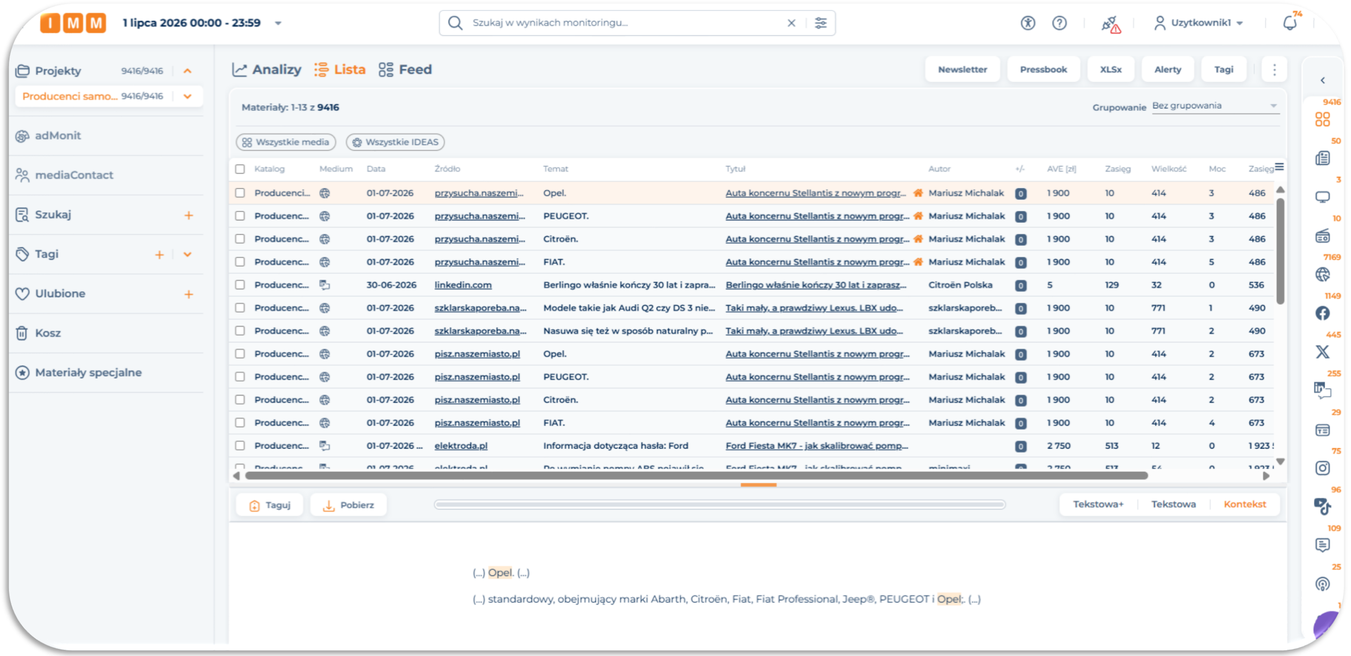
Pionowy widok prezentuje listę materiałów (np. artykuły, posty, wpisy) po lewej stronie ekranu i szczegóły (podgląd) wybranego wpisu po prawej. Dzięki temu użytkownik może w intuicyjny sposób przeglądać treści zgodnie z naturalnym kierunkiem czytania i jednocześnie mieć szybki dostęp do szczegółów. Rozwiązanie to ułatwia nawigację, zwiększa czytelność oraz pozwala wygodnie pracować nawet z bardzo długimi listami materiałów, bez konieczności przewijania w poziomie.

pionowy



W **poziomym widoku Lista** materiałów znajduje się w górnej części ekranu, a podgląd wybranego wpisu poniżej. Ten układ sprawdza się szczególnie dobrze u osób, które chcą widzieć szeroką listę publikacji wraz z przypisanymi im wskaźnikami i porównywać je między sobą w jednym widoku.

poziomy

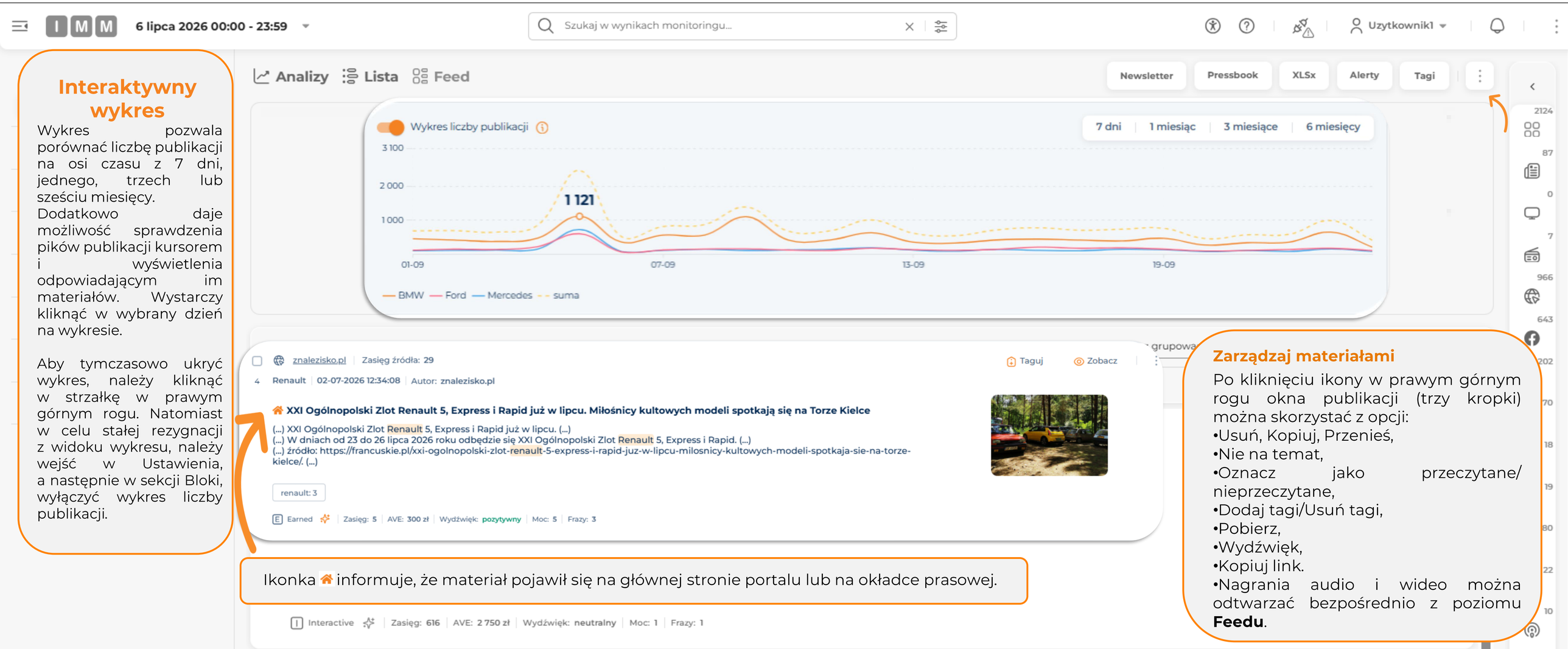


W widoku **Listy** użytkownik ma dostęp aż do **41 parametrów i wskaźników**, które zaprezentowane są w odrębnych kolumnach. Ułatwia analizę większych zbiorów materiałów i porównywanie ze sobą materiałów pod względem poszczególnych parametrów.

1. **+/-** - ocena wydźwięku materiału, czyli emocjonalnego nacechowania przekazu względem słowa kluczowego. Może być pozytywna (+), negatywna (-) bądź neutralna.
2. **AVE [zł]** - ekwiwalent reklamowy - wartość publikacji z danego medium wyrażona w złotówkach.
3. **AVE ef.** - efektywny ekwiwalent reklamowy (AVE efektywny) - jest to ekwiwalent reklamowy odnoszący się nie do całej powierzchni artykułu, tylko do akapitów, w których jest podświetlone słowo kluczowe – dostępny tylko w prasie.
4. **Autor** – dziennikarz, redakcja, marka lub instytucja, które opublikowały materiał.
5. **Częstotliwość** – w przypadku prasy, częstotliwość wydań np. miesięcznik, kwartalnik.
6. **Data** – data opublikowania/ukazania się publikacji.
7. **Data serwisu** – data uzupełnienia materiału przez analityków IMM na Platformie.
8. **Fani** - liczba obserwujących dany profil społecznościowy.
9. **Frazy** - wystąpienia słów kluczowych dodawanych do podświetleń.
10. **IDEAS** - autorski model analityczny IDEAS mierzy widoczność marki w pięciu obszarach: Interactive, Domestic, Earned, Advertising, Sponsoring.
11. **Katalog** – nazwa projektu, z którego pochodzą materiały.
12. **Klasyfikacja** - grupowanie wyników monitoringu według własnych kryteriów.
13. **Komentarze** – liczba komentarzy pod wpisem.
14. **Kontekst** - fragmenty treści, w których pojawiają się słowa kluczowe.
15. **Liczba słów** – liczba słów użytych w materiale.
16. **Liczba stron** - liczba stron np. w prasie, na których znajduje się dana publikacja.
17. **Medium** – typy mediów m.in. radio, telewizja, prasa, internet, newsletter itp.
18. **Moc** - indeks ważności pokazujący, z jaką siłą dany przekaz o marce/firmie potencjalnie oddziałuje na odbiorcę. Uwzględnia m.in. wydźwięk materiału, liczbę słów kluczowych, miejsce ich wystąpienia w tekście oraz opiniotwórczość® na podstawie rocznego raportu IMM pt. „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce”. Mierzony jest w skali efektywności od 0 do 10.
19. **Nakład** – nakład dla poszczególnego tytułu prasowego.
20. **Nr. Strony** – numer strony w tytule prasowym, gdzie znalazł się dany materiał.
21. **Numer Serwisu** – wewnętrzny numer wydania materiału.
22. **Obszar** - obszar danej publikacji np. ogólnokrajowy, regionalny, lokalny lub zagraniczny.
23. **Ocena EXT** – odległość słowa kluczowego od słów nacechowanych pozytywnie lub negatywnie.
24. **Osoby** - informacja o osobach wspomnianych w danym artykule. Uzupełniana na życzenie Klienta.
25. **Polubienia** – liczba wszystkich reakcji pod wpisem.
26. **Profil** - profil medium np. marketingowy, technologiczny, ogólnoinformacyjny.
27. **Region** - informacja, w którym regionie ukazała się dana publikacja.
28. **Rodzaj** - rodzaj informacji np. artykuł, informacja, wywiad, rozmowa, komentarz, reklama, ogłoszenie, konkursy.
29. **Streszczenie** - usługa na życzenie Klienta, również w języku angielskim. Możliwe jest też samodzielne uzupełnienie streszczenia. Będzie ono widoczne dla wszystkich użytkowników danej Platformy.
30. **Tagi** – etykiety nadane przez użytkowników Platformy.
31. **Temat** - krótki, zwykle jednozdaniowy opis zawartości artykułu. Po dwukrotnym kliknięciu tematu danego wycinka można go edytować. Po zmianie będzie on widoczny dla wszystkich użytkowników Platformy.
32. **Tytuł** – tytuł publikacji.
33. **Udostępnienia** – liczba udostępnień danej publikacji.
34. **Uwaga** - uwagi do danego wycinka można nanieść samodzielnie, po dwukrotnym kliknięciu. Będą one widoczne dla wszystkich użytkowników danej platformy.
35. **Waga** - parametr sygnalizujący, że materiał zawiera grafikę (P), logo danej firmy (L), jest wątkiem (W) lub jest szczególnie ważny (1).
36. **Wielkość** - wyrażona w cm2 powierzchnia danego artykułu dla prasy, liczba słów w przypadku materiałów internetowych oraz czas w przypadku RTV.
37. **Wielkość ef.** - wyrażona w cm2 powierzchnia części artykułu, odnosząca do akapitów, w których jest podświetlone słowo kluczowe – dostępna tylko w prasie.
38. **Wydanie** – numer wydania dla danego tytułu prasowego np. 01/2025.
39. **Zasięg** - informuje o liczbie potencjalnych kontaktów z przekazem mediowym. Wskaźnik jest opracowany na podstawie oglądalności i słuchalności programów radiowo-telewizyjnych, czytelnictwa prasy, średniej liczby odsłon materiałów internetowych oraz organicznych zasięgów kanałów mediów społecznościowych.
40. **Zasięg źródła** - wskaźnik obrazujący potencjalną liczbę odbiorców danego źródła. Odnosi się do całego tytułu prasowego, portalu internetowego, stacji radiowej lub telewizyjnej oraz profilu/strony social media, a nie do pojedynczej informacji, tematu czy marki. Jest oparty na danych o czytelnictwie lub nakładzie tytułu prasowego, średniej oglądalności/słuchalności mediów RTV, uwzględniając przy tym specyfikę danego medium dotyczącą zróżnicowania zasięgu w dniach powszednich i w weekendy oraz o różnych porach dnia, średniej miesięcznej liczbie unikalnych użytkowników portalu internetowego, a w przypadku social mediów – na liczbie fanów danego kanału/profilu..
41. **Źródło** - informacja o redakcji (prasa, rtv) lub link do materiału źródłowego.

Przedstawienie wyników – widok: Feed

Feed to przejrzysty układ najważniejszych informacji o zmonitorowanych materiałach zawierający m.in. zdjęcia. Ułatwia szybkie zapoznanie się z publikacjami.



Interaktywny wykres

Wykres pozwala porównać liczbę publikacji na osi czasu z 7 dni, jednego, trzech lub sześciu miesięcy. Dodatkowo daje możliwość sprawdzenia pików publikacji kursorem i wyświetlenia odpowiadającym im materiałów. Wystarczy kliknąć w wybrany dzień na wykresie.

Aby tymczasowo ukryć wykres, należy kliknąć w strzałkę w prawym górnym rogu. Natomiast w celu stałej rezygnacji z widoku wykresu, należy wejść w Ustawienia, a następnie w sekcji Bloki, wyłączyć wykres liczby publikacji.

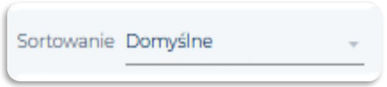
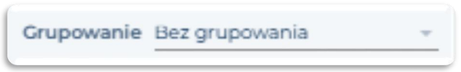
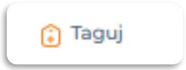
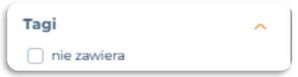
Ikonka informuje, że materiał pojawił się na głównej stronie portalu lub na okładce prasowej.

Zarządzaj materiałami

Po kliknięciu ikony w prawym górnym rogu okna publikacji (trzy kropki) można skorzystać z opcji:

- Usuń, Kopiuj, Przenieś,
- Nie na temat,
- Oznacz jako przeczytane/ nieprzeczytane,
- Dodaj tagi/Usuń tagi,
- Pobierz,
- Wydźwięk,
- Kopiuj link.
- Nagrania audio i wideo można odtwarzać bezpośrednio z poziomu **Feedu**.

Sortowanie, grupowanie, tagowanie

	FEED	LISTA
Sortowanie wyników	Opcja sortowania znajduje się nad oknem publikacji, w prawym górnym rogu.  Przekazy można sortować rosnąco lub malejąco według następujących kategorii: **wyróżnione, daty, medium, zasięg, AVE, źródło, tytuł.**	Z poziomu **Listy** można sortować materiały kolumnami. Należy najechać na wybraną kolumnę, a następnie za pomocą strzałki wybrać opcję sortowania rosnąco lub malejąco. 
Grupowanie materiałów	Grupowanie materiałów ułatwia pracę na dużych zbiorach danych. Korzystając z widoku w wersji **Feed**, można grupować materiały po tematach. Aby skorzystać z tej funkcji, należy zaznaczyć opcję “Grupuj po tematach” nad oknem z publikacjami.  Po włączeniu grupowania wszystkie materiały zostaną uporządkowane tematycznie.	Grupowanie materiałów ułatwia pracę na dużych zbiorach danych. Korzystając widoku **Listy** można grupować wyniki według 16 kategorii. Aby skorzystać z tej funkcji, należy zaznaczyć opcję „Grupuj według” nad oknem z publikacjami i wybrać grupy według których zgromadzone materiały powinny zostać posortowane np. temat, tytuł, data, autor itd.  Po włączeniu grupowania wszystkie materiały zostaną uporządkowane według wybranego parametru.
Tagowanie materiałów	Chcąc otagować materiały, należy należy zaznaczyć konkretne publikacje za pomocą **checkboxa**, następnie kliknąć prawym przyciskiem myszy i przejść do opcji „**Dodaj tagi**”. Kolejnym krokiem jest nadanie własnej nazwy dla tagu.	Chcąc otagować materiały w widoku **Listy**, należy zaznaczyć konkretne publikacje za pomocą checkboxa. Kolejnym krokiem jest wybranie opcji „**Taguj**” i nadanie własnej nazwy dla tagu. 
	W obu widokach zbiorczego tagowania można dokonać przyciskiem **Taguj**, który znajduje się nad oknem publikacji. W celu wyświetlenia tylko otagowanych treści na Platformie, należy skorzystać z zakładki filtrowania materiałów, która jest dostępna nad sekcją z wyborem mediów. Należy dodać filtr Tagi, a następnie wskazać konkretną nazwę. Aby wyświetlić wszystkie publikacje, które nie są otagowane, należy zaznaczyć checkbox „nie zawiera”.  	

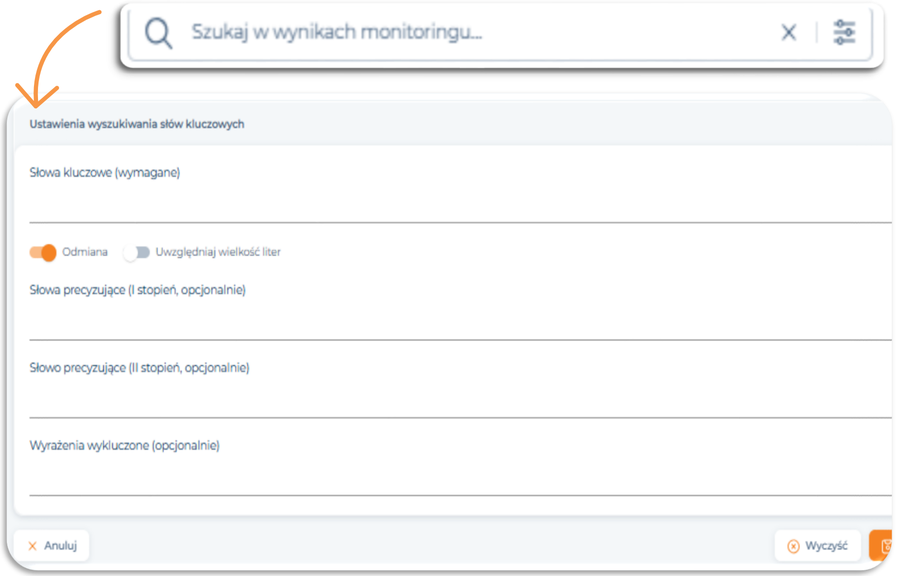
Wyszukiwanie zaawansowane

Rozbudowane funkcje wyszukiwania na Platformie IMM umożliwią szybkie dotarcie do najbardziej pożądanych materiałów.

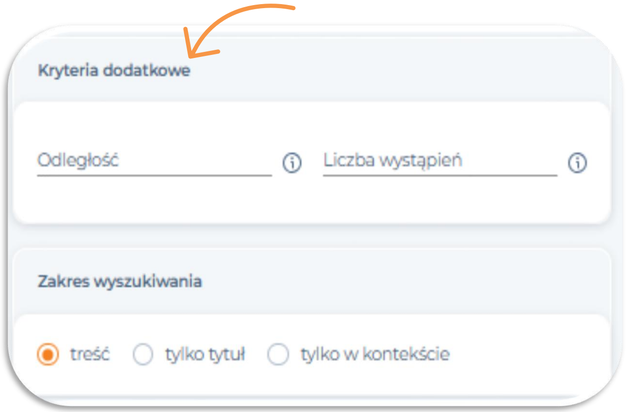
Aby skorzystać z zaawansowanego wyszukiwania, należy kliknąć w ikonę suwaków po prawej stronie od kalendarza. Wyświetli się wówczas rozbudowany panel, gdzie należy wpisać swoje indywidualne parametry.

Jak skorzystać z zaawansowanego wyszukiwania słów kluczowych?

Przykład: Szukamy publikacji na temat raportu Najbardziej opiniotwórcze media. Nie interesują nas jednak publikacje o innym zestawieniu IMM „O tym się mówi" oraz materiałów marketingowych, w których pojawią się wyniki sprzedażowe danego medium.



1. Należy wpisać słowa lub frazy kluczowe. W tym przypadku będzie to słowo *opiniotwórcze*.
   ! Pamiętaj o opcji **Odmiana**, która domyślnie jest włączona.
2. Słowa lub frazy precyzujące, to wyrażenia, które także mają się pojawić w wynikach. Jeśli dopiszemy do wyrażenia kluczowego np. *media*, otrzymamy publikacje, w których autorzy wspominali co najmniej jedno słowo precyzujące z wyżej wymienionych.
3. Gdy do wyrażeń *opiniotwórcze* oraz *media* dodamy słowa precyzujące II stopnia np. *ranking*, *raport* otrzymamy materiały, w których autorzy wspominają słowo *opiniotwórcze* z uwzględnieniem wyrażenia *media*, w którym występują także słowa *raport*, *ranking*.
4. Słowa wykluczone, to wyrażenia lub frazy, których nie chcemy widzieć w wynikach. W tym przypadku dodajemy słowo *sprzedaż* oraz nazwę innego raportu IMM *O tym się mówi*.



Po wpisaniu każdego słowa lub wyrażenia należy zatwierdzić zmianę za pomocą przycisku Enter na klawiaturze.

- W zakładce Kryteria dodatkowe istnieje możliwość określenia **odległości** pomiędzy hasłem kluczowym a precyzującym. W przypadku frazy *opiniotwórcze* liczba ta mogłaby wynosić 6 – wówczas w wynikach nie pojawią się materiały, w których *media* były wzmiankowane w większej odległości od wyrażenia kluczowego niż 6 słów.
- Aby zawęzić swoje wyszukiwanie do materiałów, w których dana fraza występuje minimum określoną liczbę razy, warto skorzystać z opcji **liczba wystąpień**. Wówczas pomijane będą publikacje, w których dane zagadnienie pojawia się zbyt rzadko.
- Zakres wyszukiwania umożliwia sprecyzowanie, do jakich fragmentów tekstu należy ograniczyć wyszukiwanie słów kluczowych.

Filtrowanie wyników

Aby zawęzić wyniki wyszukiwania, należy skorzystać z funkcji filtrowania materiałów.

Chcąc skorzystać z filtrowania, należy rozwinąć drzewko filtrów po prawej stronie. Wyświetli się wówczas lista mediów oraz ikona „Filtruj” (pod mediami). Następnie należy zaznaczyć kliknąć w napis Filtry.

Na Platformie IMM jest możliwość zapisania spersonalizowanych filtrów.

1. W celu stworzenia własnego filtra, należy ustawić poszczególne parametry przy wskaźnikach, a następnie kliknąć w przycisk Zapisz.
2. W wyskakującym na środku okienku należy wpisać nazwę oraz zapisać zmiany.

Aby ponownie skorzystać ze spersonalizowanego filtra, należy kliknąć w napis Filtry na górze oraz wybrać jedną z zapisanych opcji i zatwierdzić przyciskiem Filtruj.

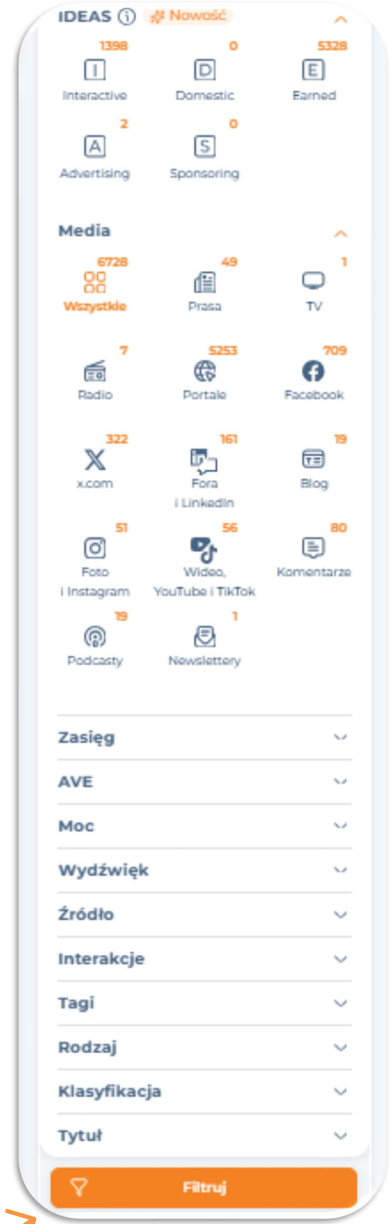
Aby łatwo filtrować treści według konkretnych mediów, skorzystaj z zakładki **Media** po prawej stronie Platformy. Materiały są pogrupowane według rodzaju medium, a przy każdej ikonie w lewym górnym rogu znajduje się liczba zarejestrowanych materiałów z wybranego okresu, co pozwala szybko ocenić aktywność w poszczególnych kanałach.

- Automatycznie zostaną wyświetlone wszystkie materiały z wybranego katalogu, okresu oraz medium.
- Klikając w konkretne ikony, można przeglądać wyniki monitoringu z wybranych mediów.
- Można zaznaczyć kilka przycisków jednocześnie, by wyświetlić materiały z kilku rodzajów mediów.
- Kliknięcie pierwszej ikony pozwala na zaznaczenie lub odznaczenie wszystkich mediów.

Istnieje możliwość filtrowania według obszarów medialności **IDEAS:**

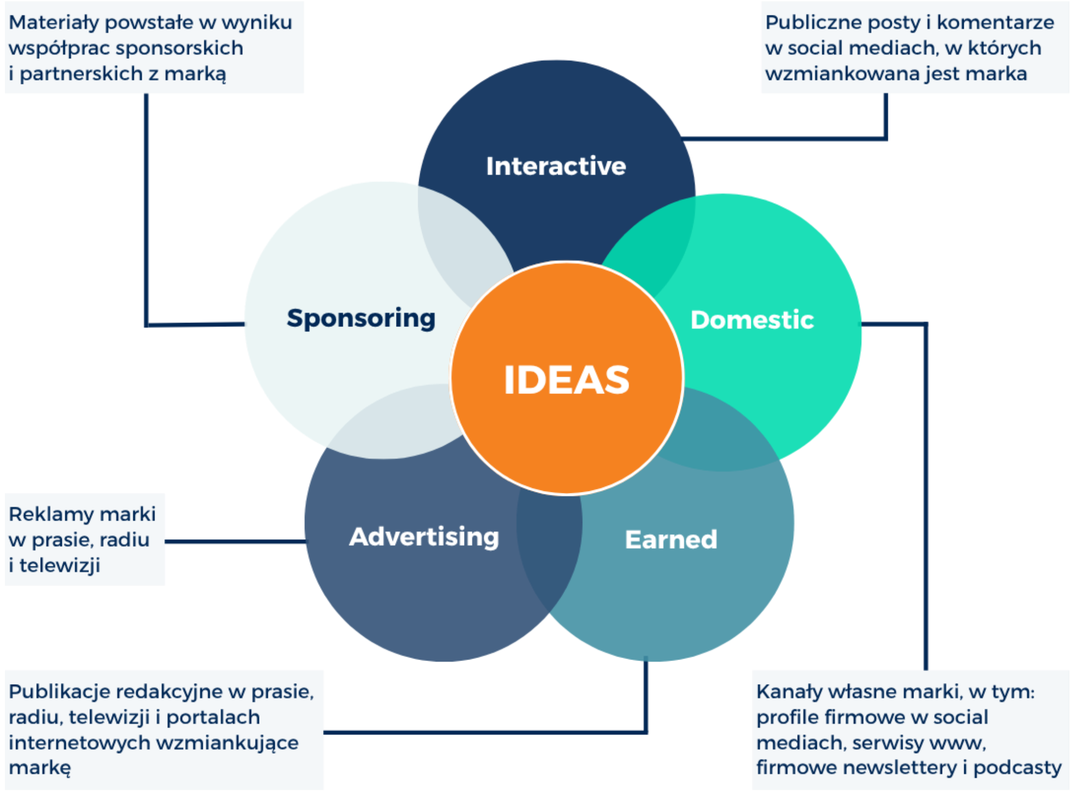
- **Interactive**
- **Domestic**
- **Earned**
- **Advertising**
- **Sponsoring**

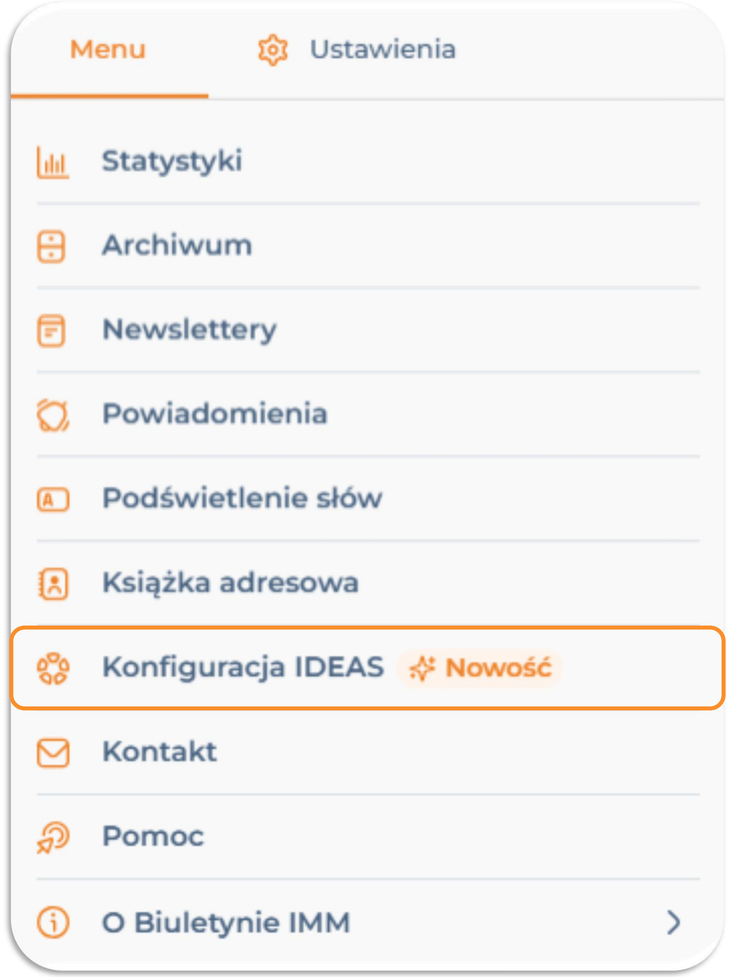




Konfiguracja IDEAS

Autorski **model analityczny IDEAS** mierzy widoczność marki w **pięciu** obszarach:





Jak oznaczać obszary D i S?

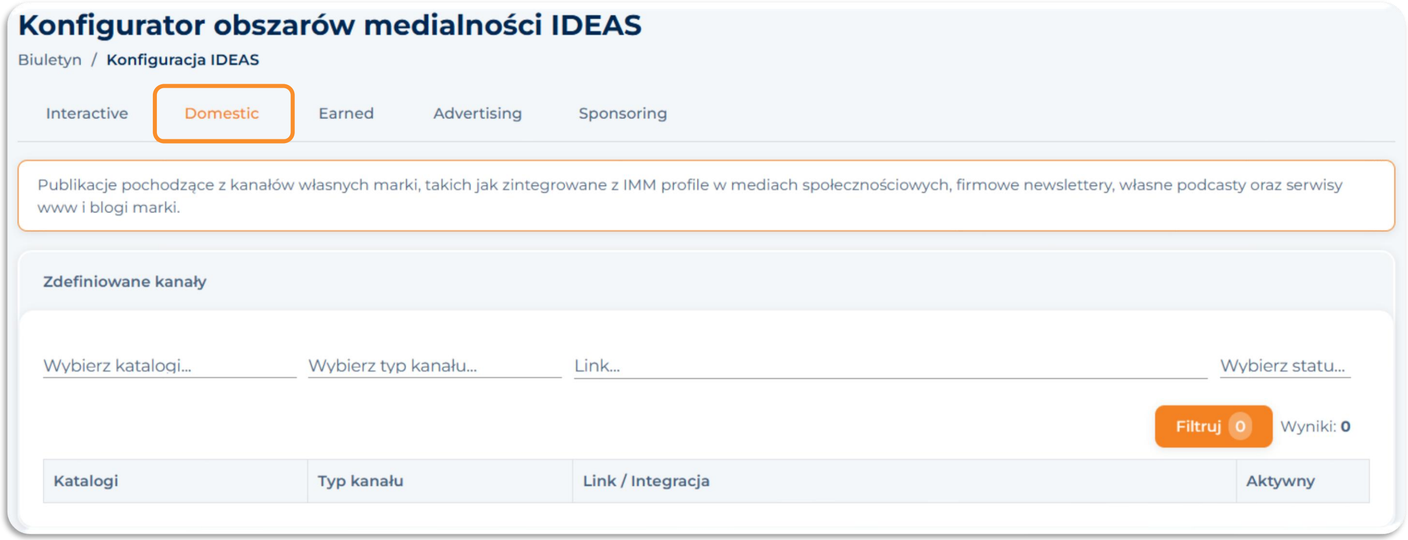
- Obszary **I**, **E**, **A** oznaczane są na Platformie automatycznie przez algorytm.
- Aby system wiedział, które wzmianki powinien oznaczać jako **D** oraz **S** należy zdefiniować te 2 obszary IDEAS dla każdego prowadzonego w monitoringu projektu/katalogu.
- W tym celu należy wejść do sekcji MENU w prawym górnym rogu Platformy i wybrać pozycję **Konfiguracja IDEAS**.

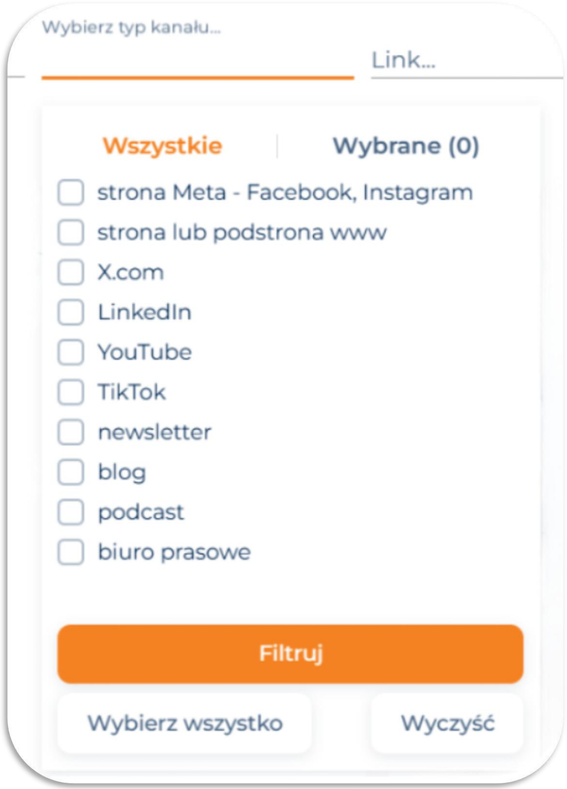
Konfiguracja obszaru Domestic

Należy kliknąć w **Domestic** i w kolejności od lewej do prawej wprowadzić dla każdego katalogu z drzewka projektów następujące parametry:

typ kanału

link do kanału





Podane kanały z obszaru Domestic muszą zostać zatwierdzone przez naszego administratora Platformy.

Do czasu zatwierdzenia, przekazy w ramach bieżącego monitoringu nie będą jeszcze oznaczane jako **D**.

Po zatwierdzeniu oznaczanie przekazów będzie dotyczyć informacji dodanych od momentu zatwierdzenia.

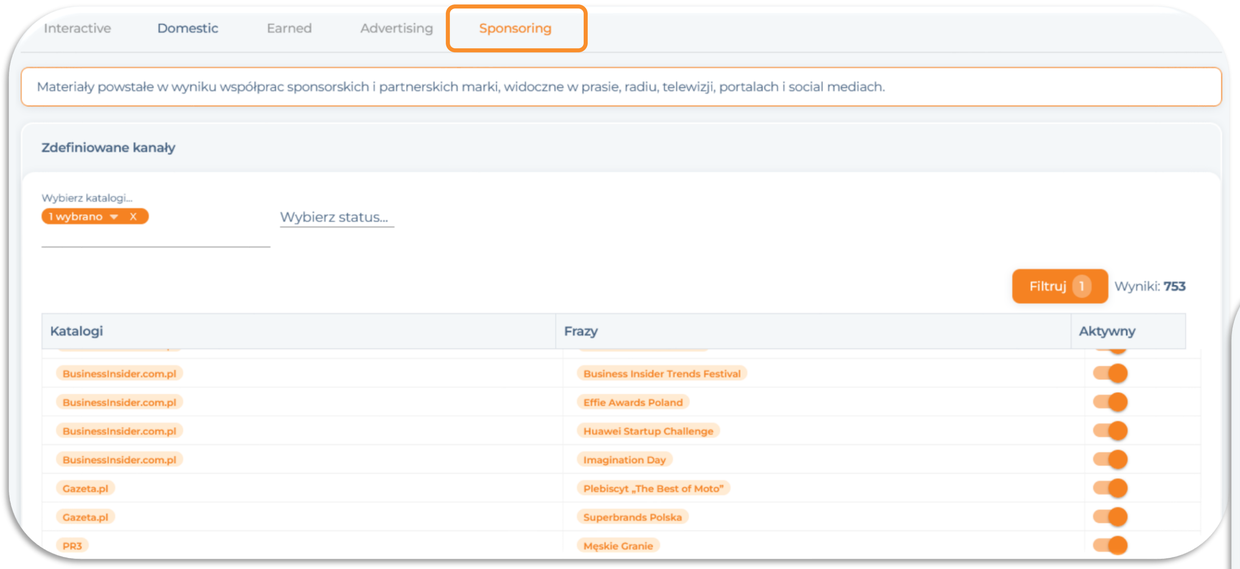
Status (**aktywny**, **nieaktywny**) jest wskazaniem, czy kanał został już aktywowany przez administratora.

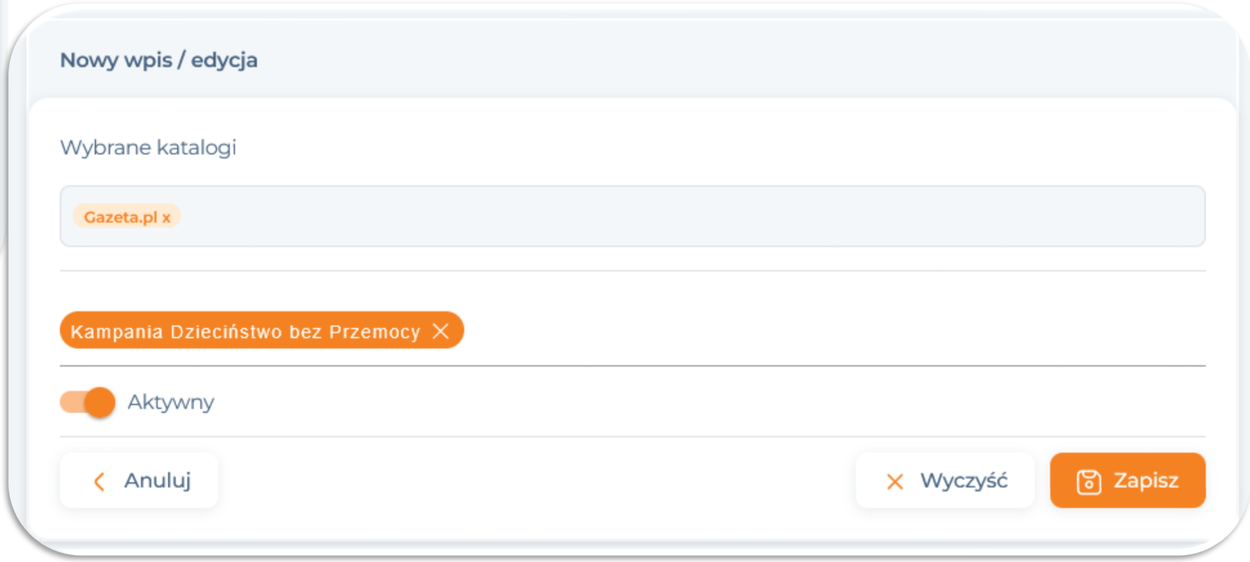
W przypadku profili **Meta** (Facebook, Instagram) wymagane jest dokonanie integracji IMM_Research – instrukcja znajduje się na stronie **https://pomoc.imm.com.pl/knowledgebase/social-listening/**

Konfiguracja obszaru Sponsoring

Konfiguracja polega na podaniu, dla każdego katalogu z drzewka projektów, **fraz użytych** w materiałach sponsorowanych i partnerskich – jeśli w katalogu pojawi się materiał z tymi frazami to zaznaczony zostanie on jako **S**.

Wszystkie frazy muszą zostać zatwierdzone przez naszego administratora Platformy. Dopiero po uzyskaniu statusu „Aktywny”, przy nowych przekazach pojawi się oznaczenie **S**.





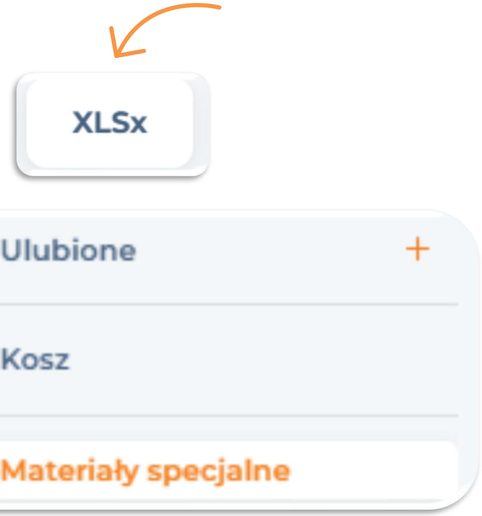
Przygotowanie zestawienia XLSx

Chcąc pracować z wynikami monitoringu z poziomu Excela, można je wygenerować i pobrać na dysk w formie pliku XLSx.

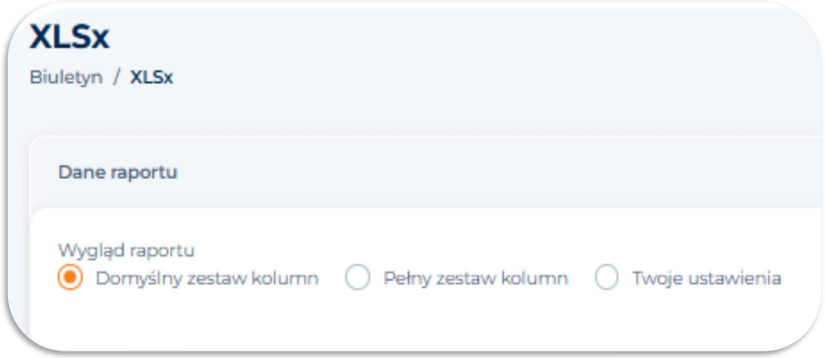
Jak wygenerować XLSx z publikacjami?

1. Należy zaznaczyć na **Liście** lub **Feedzie** wybrane materiały (w analizach należy wybrać trzy kropki w prawym rogu danego wykresu), które mają się znaleźć w zestawieniu.
2. Następnie należy wybrać opcję **XLSx**, która znajduje się nad listą z materiałami.
3. Po kliknięciu w **XLSx** pojawi się standardowe okno pobierania pliku. Plik zostanie automatycznie zapisany na dysku komputera.

Czas realizacji zależny jest od liczby materiałów i może wynieść od kilku sekund do kilkunastu minut. Generowanie zestawienia nie przeszkadza w pracy na Platformie.



Po wygenerowaniu plik zostanie umieszczony w katalogu **Materiały specjalne.**



XLS zaawansowany

W ustawieniach wyglądu Platformy jest możliwość włączenia opcji **XLSx zaawansowanego**, dzięki której można wybrać jedną z trzech opcji pobierania zestawienia:

1. **Domyślny zestaw kolumn** — pobrany plik będzie zawierał podstawowe dane: datę, katalog, źródło, tytuł, temat, zasięg, AVE i wydźwięk.

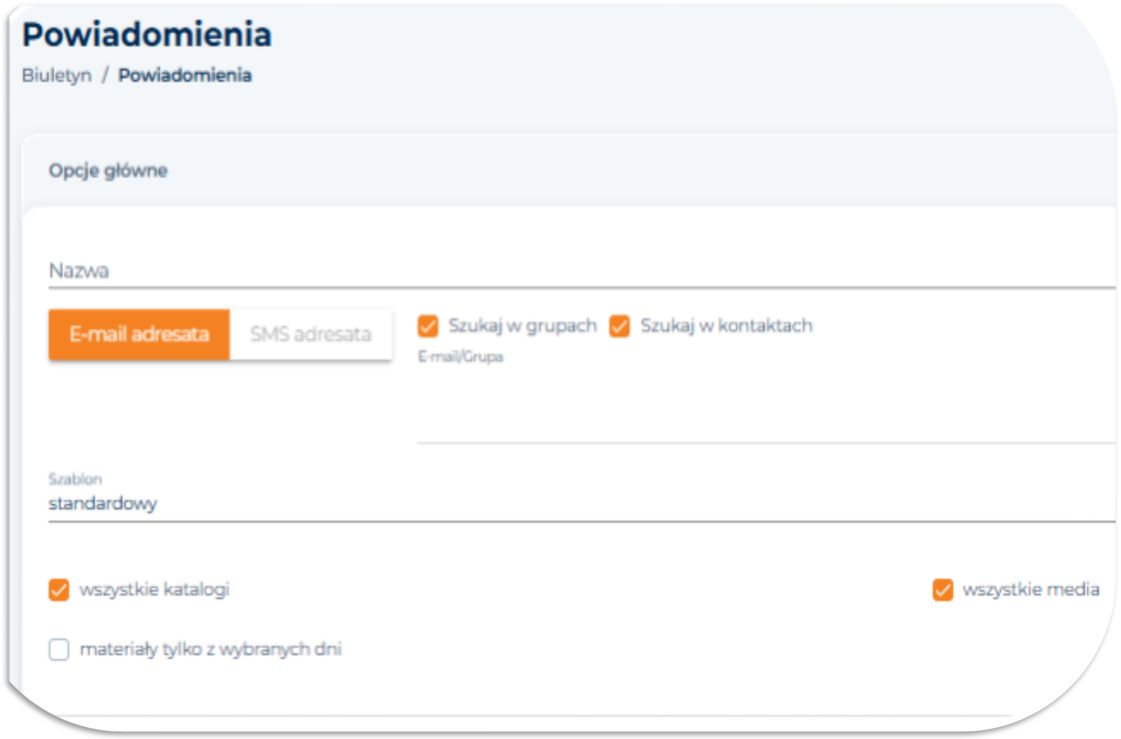
2. **Pełny zestaw kolumn** — wybór opcji spowoduje pobranie zestawienia z wszystkimi dostępnymi na Platformie wskaźnikami.
3. **Twoje ustawienia** — opcja pozwala na samodzielny wybór poszczególnych wskaźników, które mają być ujęte w zestawieniu.

Nazwy pobranych plików XLSx można samodzielnie zmieniać w katalogu **Materiały specjalne**.

Powiadomienia

Korzystając z opcji powiadomień mailowych, można pozostawać na bieżąco z informacjami publikowanymi na Platformie IMM, bez konieczności logowania się do portalu.

Użytkownik samodzielnie określa, na jakie adresy e-mail, jak często oraz z których katalogów mają być wysyłane powiadomienia.
Przeglądy mediów można dodatkowo kierować do wcześniej zdefiniowanych grup odbiorców.



Jak dodać nowe Powiadomienie?

1. W menu należy wybrać opcję **Powiadomienia**.
2. Następnie należy wpisać własną **nazwę** dla Powiadomienia.
3. Kolejnym krokiem jest wskazanie **adresata** lub **grupy adresatów**.
4. Następnie należy zaznaczyć **projekty** i **media**, z których mają być generowane komunikaty.
5. Ostatnim krokiem jest dostosowanie **częstotliwości** otrzymywania powiadomień ze wskazaniem konkretnych godzin i minut.

Edytowanie Powiadomień

Z listy powiadomień należy wybrać to, które ma być poddane edycji. Wówczas wyświetli się formularz, na którym zaznaczone będą wybrane wcześniej parametry powiadomienia. Można je zmienić i ponownie zapisać, klikając przycisk **Zapisz** lub odrzucić, klikając przycisk **Anuluj.**

Usuwanie Powiadomień

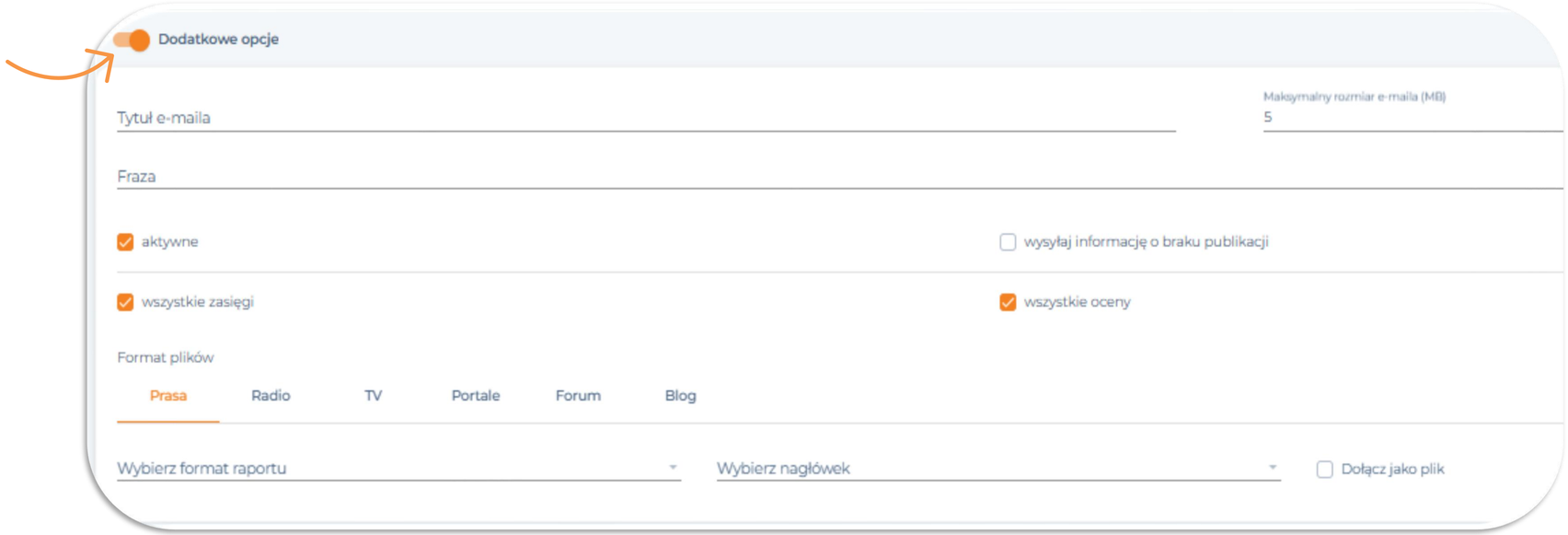
Aby zrezygnować z otrzymywania powiadomienia, należy wybrać je z listy i usunąć za pomocą przycisku **Usuń**. Powiadomienie zostanie bezpowrotnie usunięte. Aby ponownie otrzymywać to samo powiadomienie, należy utworzyć je od nowa.

Powiadomienia - edycja

Powiadomienia e-mail umożliwiają śledzenie najnowszych informacji z Platformy IMM bez potrzeby logowania.

Opcje dodatkowe

1. Na dole strony dostępne są również **dodatkowe opcje**, które umożliwiają nadanie tytułu wysyłanej wiadomości oraz wybór maksymalnego rozmiaru maila.
2. Dodatkowo za pomocą **rozszerzenia opcji** można wpisać konkretne frazy, których mają dotyczyć powiadomienia. Kiedy pole pozostanie puste, wysyłane będą powiadomienia dotyczące publikacji materiałów związanych ze wszystkimi słowami kluczowymi w wybranych katalogach.
3. W tym miejscu również można zdecydować o **formacie** przesyłanych plików dla wszystkich typów mediów oraz nagłówka (prasa i portale).



Pressbook

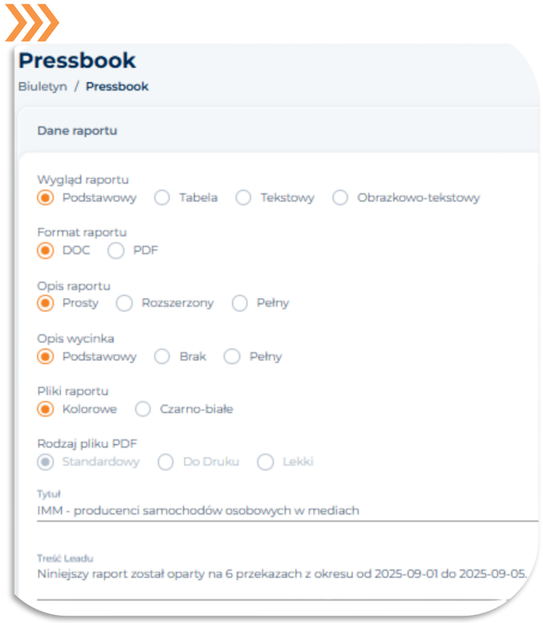
Pressbook zapewnia automatyczne pobieranie raportów z podstawowymi informacjami o wycinkach w formacie .doc lub .pdf.

Jak stworzyć zestawienie w formie Pressbooka?



1. Za pomocą checkboxa po lewej stronie **Listy**/**Feedu** należy wybrać materiały, które mają się znaleźć w przeglądzie (max 100).
2. Następnie należy kliknąć opcję **Pressbook**, która znajduje się powyżej listy z materiałami (z prawej strony).
3. W dolnym rogu pojawi się okno pobierania pliku, a następnie zostanie on zapisany na dysku komputera.

! Po wygenerowaniu Pressbooka materiały pojawią się również w katalogu **Materiały specjalne**, gdzie można samodzielnie nadać nazwy plików, klikając prawym przyciskiem myszy i wybierając opcję – **Zmień nazwę**.



Jak przesłać Pressbook zaawansowany?



W Ustawieniach wyglądu Platformy istnieje możliwość włączenia opcji **Pressbook zaawansowany**. Wówczas przy ponownej próbie generowania Biuletynu zostaną wyświetlone dodatkowe możliwości, dzięki którym materiały zostaną przedstawione w sposób dopasowany do konkretnych wytycznych.

Należy zaznaczyć wybrane materiały, a następnie kliknąć opcję **Pressbook.**

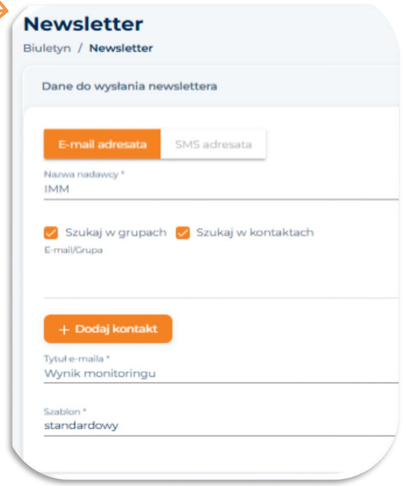
Dostosowanie danych prezentowanych w Pressbooku:

Użytkownik może decydować o takich elementach jak: **wygląd, format, opis raportu, opis wycinka, pliki raportu**. Może również nadać Pressbookowi indywidualny tytuł oraz wpisać własną treść leadu.

! Wszystkie wygenerowane zestawienia oraz raporty znajdują się w zakładce **Materiały specjalne**.

Newsletter

Na Platformie IMM istnieje możliwość personalizacji szablonu Newslettera m.in. za pomocą logo, bannerów i kolorów odpowiadających identyfikacji wizualnej firmy/produktu.

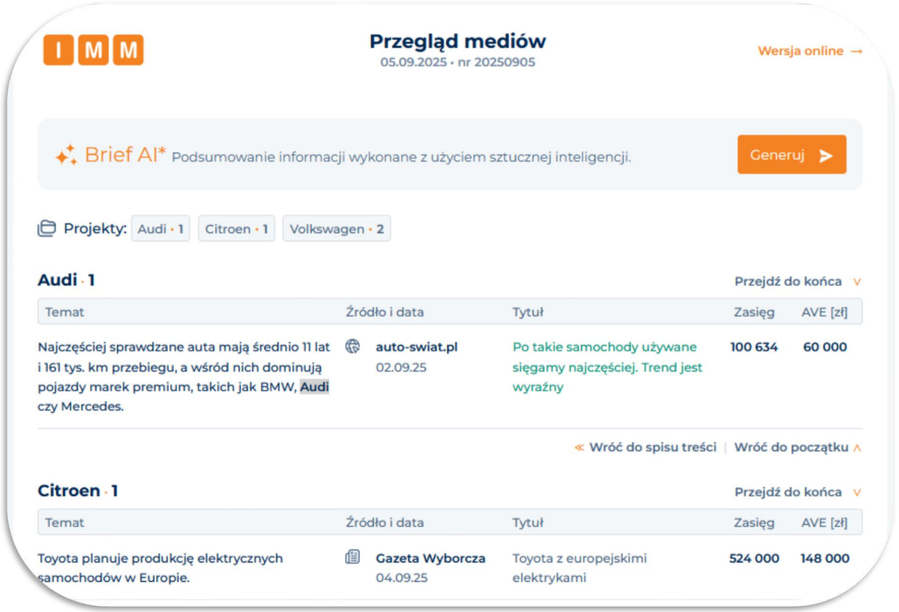


Zindywidualizowany Newsletter krok po kroku

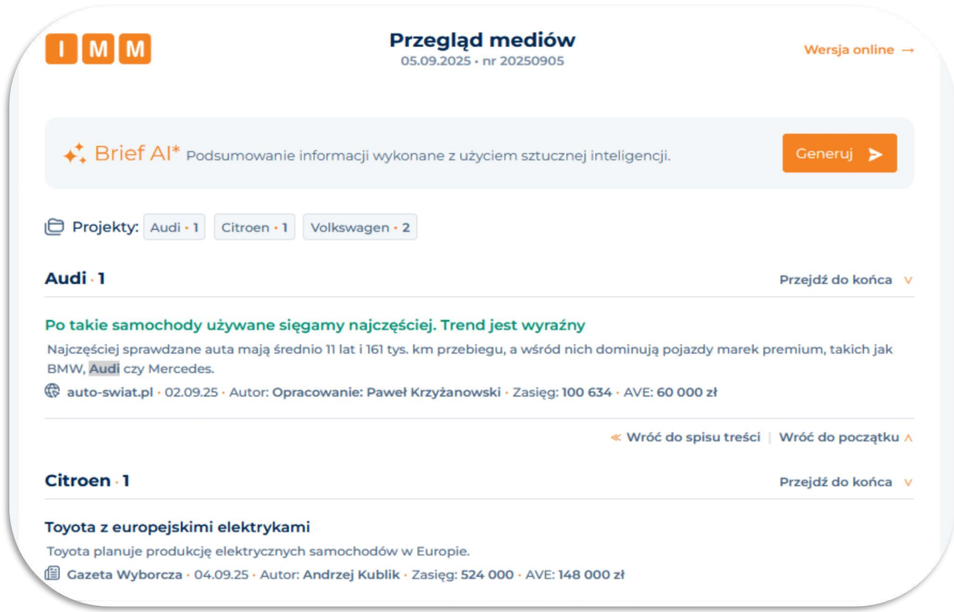
1. Za pomocą **checkboxa** po lewej stronie należy zaznaczyć poszczególne materiały, które mają znaleźć się w Newsletterze.
2. Następnie należy wybrać opcję Newsletter, która znajduje nad oknem publikacji po prawej stronie.
3. W kolejnym kroku należy uzupełnić dane do wysyłania Newslettera: nazwę odbiorcy lub grupę do wysyłki oraz wybrać szablon.
4. Użytkownik może również indywidualnie nadać tytuł swojej wysyłki, np. „Przegląd mediów z 6 czerwca 2025 roku”.
5. Przed wysyłką można jeszcze sprawdzić, jak prezentuje się newsletter, klikając przycisk Podgląd.

Użytkownik ma możliwość wyboru jednego z dwóch szablonów:

Standardowy

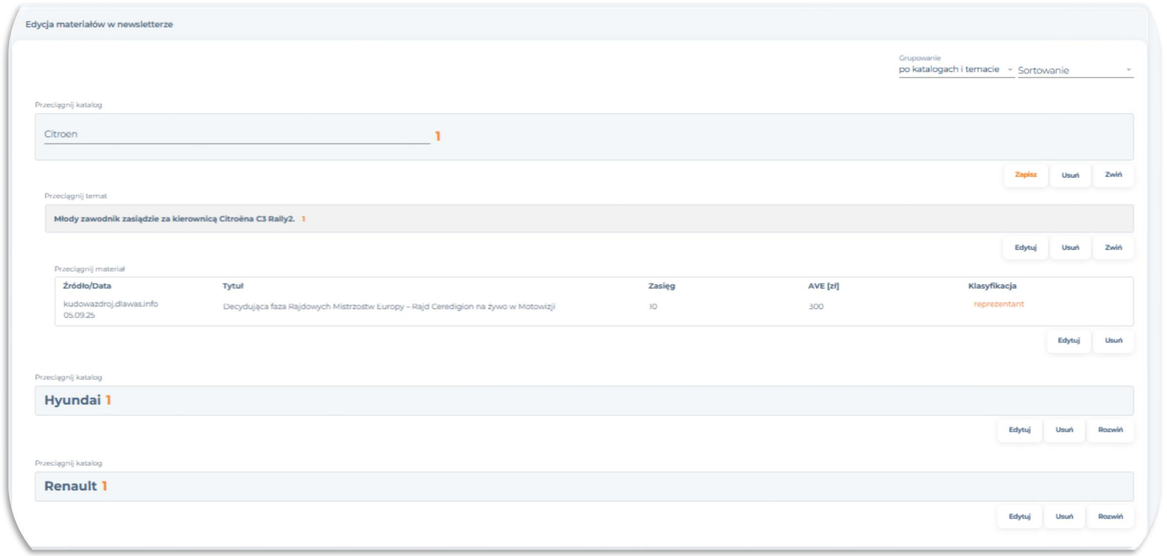


Feed



Newsletter – edycja

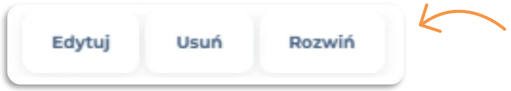
Edycja materiałów



W tej zakładce Użytkownik może skorzystać m.in. z funkcji grupowania materiałów według **katalogów**, **tematów** lub **mediów**.

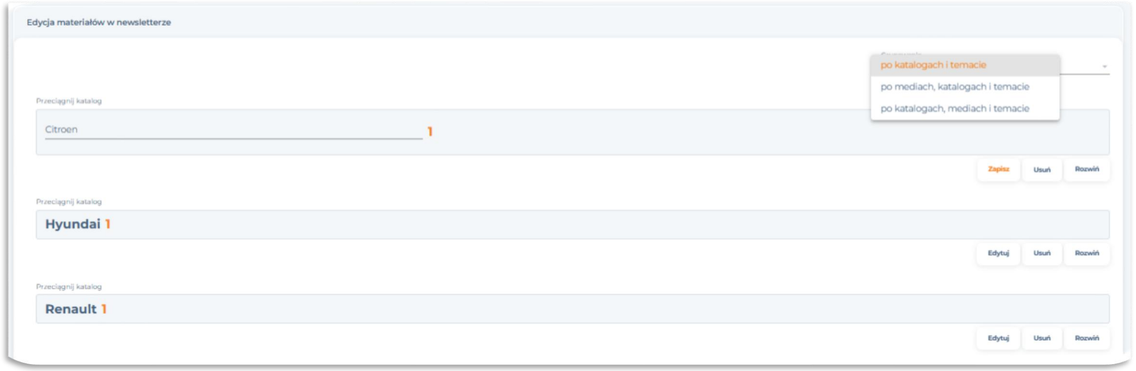
Wszystkie materiały oraz katalogi można **sortować** rosnąco lub malejąco według wskaźników IMM **(medium, zasięg, AVE, indeks mocy, unikalni użytkownicy, źródło, data)**.

Każdy z użytkowników ma możliwość także **ustawienia indywidualnej kolejności** publikacji. Wystarczy kliknąć wybrany katalog lub materiał i za pomocą myszy **przeciągnąć w wybrane miejsce**.



W celu edycji tytułu lub kolejności przesyłanych publikacji, należy użyć przycisku **Rozwiń**. Dzięki tej funkcji możliwe jest:

- **Edytowanie** tytułów oraz tematów zebranych materiałów.
- **Usuwanie** zbędnych publikacji.
- **Rozwijanie** listy zgromadzonych publikacji i decydowanie o kolejności przedstawienia materiałów w ramach wybranego projektu.

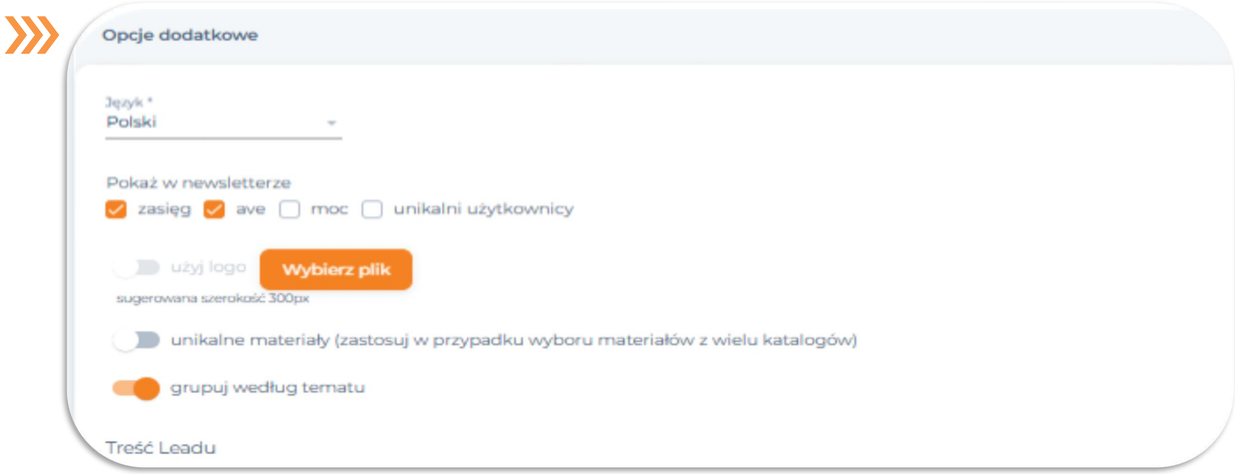


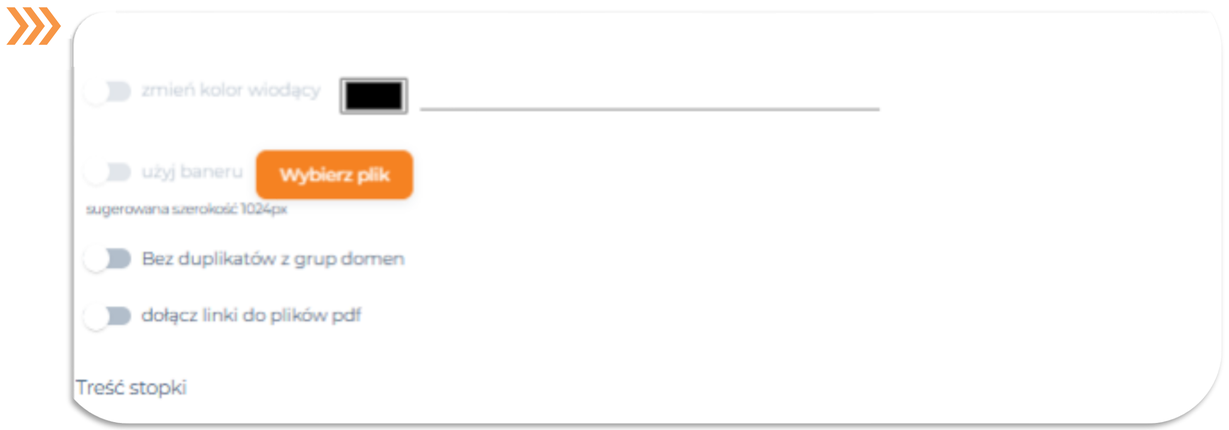
Newsletter – funkcje dodatkowe

Jak spersonalizować Newsletter?



1. Aby rozwinąć opcje dodatkowe, należy kliknąć **Edytuj**.
2. Dostępna jest możliwość wyboru jednego z języków: **polskiego**, **angielskiego** lub **rumuńskiego**.
3. Następnie istnieje możliwość wskazania, jakie konkretnie wskaźniki mają być widoczne dla odbiorcy wiadomości - **Zasięg**, **AVE**, **Moc**, **Unikalni użytkownicy**.
4. W kolejnym kroku warto dodać **logo** marki (sugerowana szerokość 300px) oraz wybrać kolor wiodący, który pojawi się w newsletterze.
5. Dodatkowo Przegląd można wzbogacić o indywidualny **banner** (sugerowana szerokość 1024px).
6. Włączenie opcji **bez duplikatów** z grup domen, spowoduje skondensowanie wielu identycznych materiałów z jednej grupy np. nasze-miasto.pl – do jednej pozycji. Obok pojawi się liczba wszystkich publikacji z danej domeny.
7. Funkcja **unikalne materiały** jest bardzo pomocna, gdy chcemy uniknąć powielania tych samych materiałów z różnych katalogów.
8. Grupowanie według **tematów** uporządkuje zbiór materiałów po ich tematyce.
9. W tym miejscu użytkownik może również stworzyć autorski **lead** oraz **stopkę**.
9. Następnie kliknij **Podgląd**, aby zobaczyć efekty swoich ustawień.



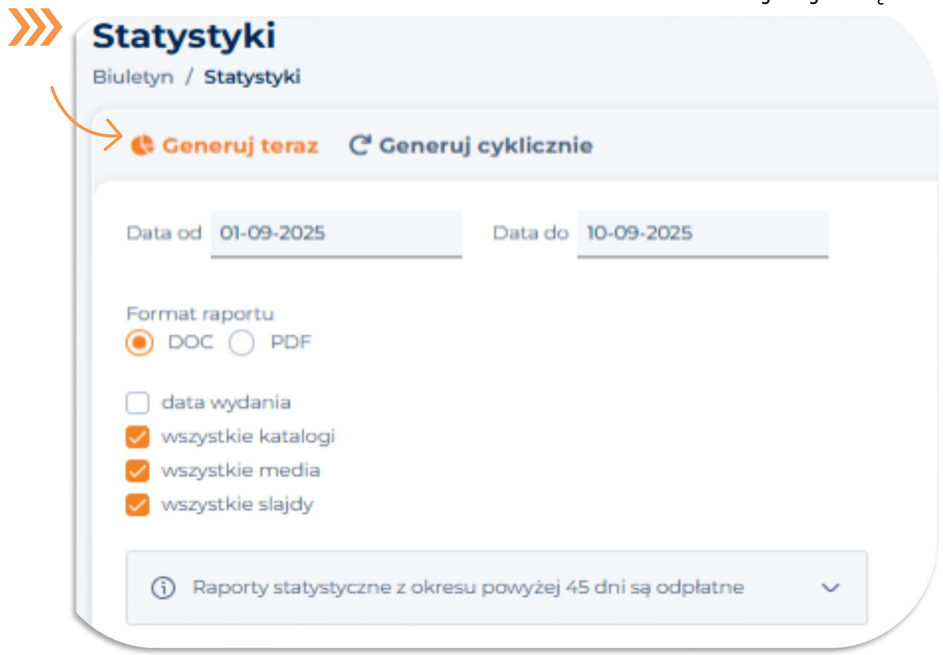


Statystyki

Opcja Statystyki umożliwia generowanie raportów z wykresami, tabelami i innymi analizami danych dotyczących monitorowanych materiałów.

Jak wygenerować statystykę?

1. W celu wygenerowania statystyk z danego okresu należy w Menu głównym wybrać opcję „**Statystyki**”.
2. W oknie „**Generuj teraz**” należy wybrać daty wyznaczające okres, z którego ma zostać stworzony raport statystyczny.
3. Kolejnym krokiem jest wybór preferowanego formatu pliku (.pdf lub .doc).
4. Użytkownik może wybrać konkretne lub wszystkie katalogi materiałów, z których ma zostać wygenerowany raport, a także zdecydować o rodzajach mediów, które mają zostać w nim uwzględnione oraz o konkretnych slajdach, które znajdą się w raporcie.
5. Po wybraniu danych, należy kliknąć przycisk **Generuj**, który znajduje się na samym dole.



! Raporty statystyczne powyżej 45 dni są **odpłatne**. W celu ich wygenerowania skontaktuj się ze swoim Opiekunem.

Statystyki cykliczne

Cyklicznie generowane raporty statystyczne pozwalają nie przegapić analizy wyników działań komunikacyjnych i wykorzystywać je do podejmowania skuteczniejszych decyzji.

Generuj cyklicznie

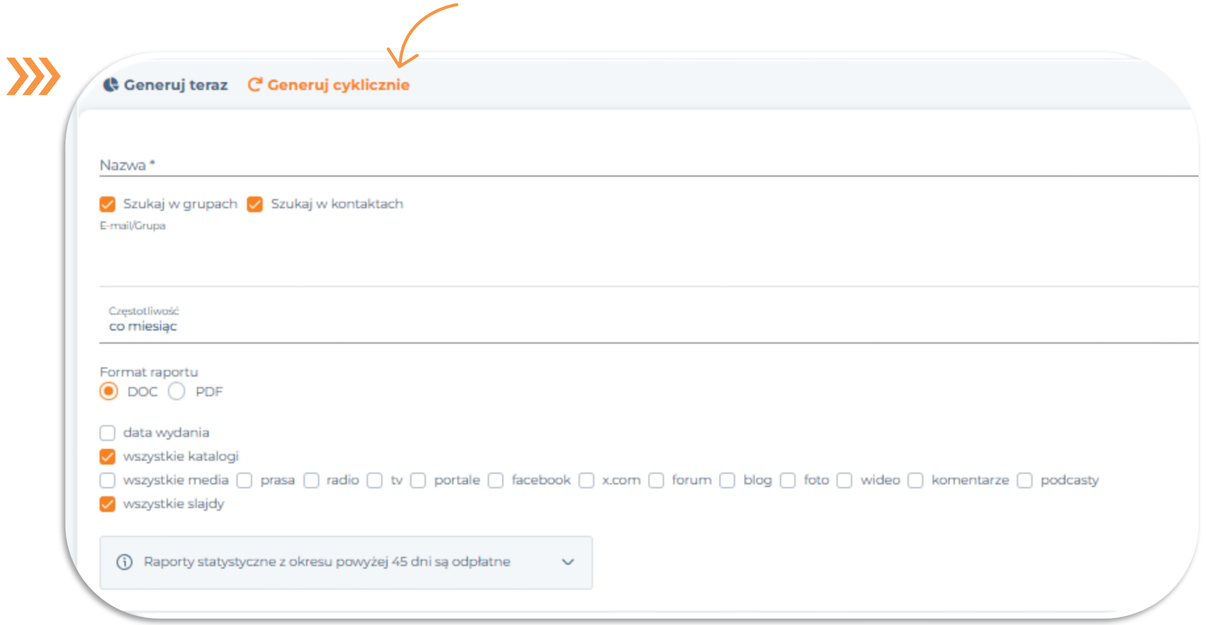
1. Aby regularnie i automatycznie generować raporty należy skorzystać z opcji **Generuj cyklicznie**, która również znajduje się w menu głównym w opcji Statystyki.
2. Następnym krokiem jest nadanie nazwy cyklicznym raportom, wybór adresu lub grupy adresów e–mail do wysyłki oraz określenie częstotliwości, z jaką raporty statystyczne powinny być wysyłane.
3. Kolejne kroki są analogiczne, jak przy raportach jednorazowych opisanych wyżej: wybór formatu pliku, katalogów, rodzaju mediów oraz slajdów.
4. Po wprowadzeniu wszystkich danych, należy zapisać zmiany.

EDYCJA Generuj cyklicznie

Aby edytować specyfikację danego cyklicznego raportu statystycznego, należy wybrać zestawienie, które ma być edytowane, a następnie zmienić dane w formularzu.

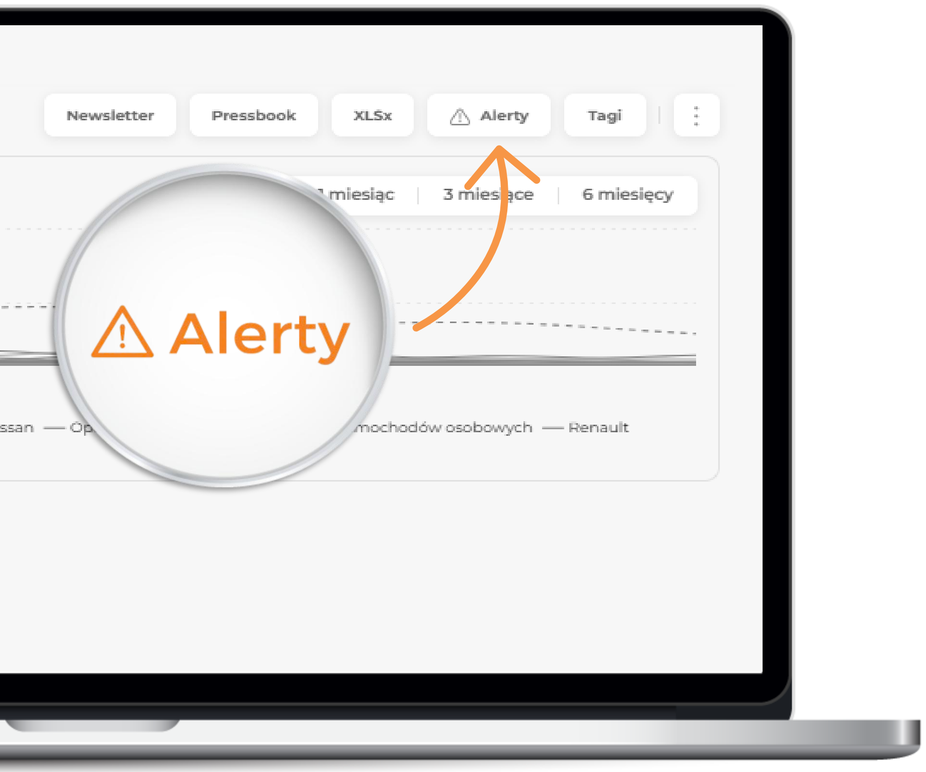
USUŃ Generuj cyklicznie

Aby usunąć konkretny cykliczny raport statystyczny, należy zaznaczyć wybrane zestawienie z **Listy**, a następnie kliknąć przycisk **Usuń**, który znajduje się na samym dole formularza.



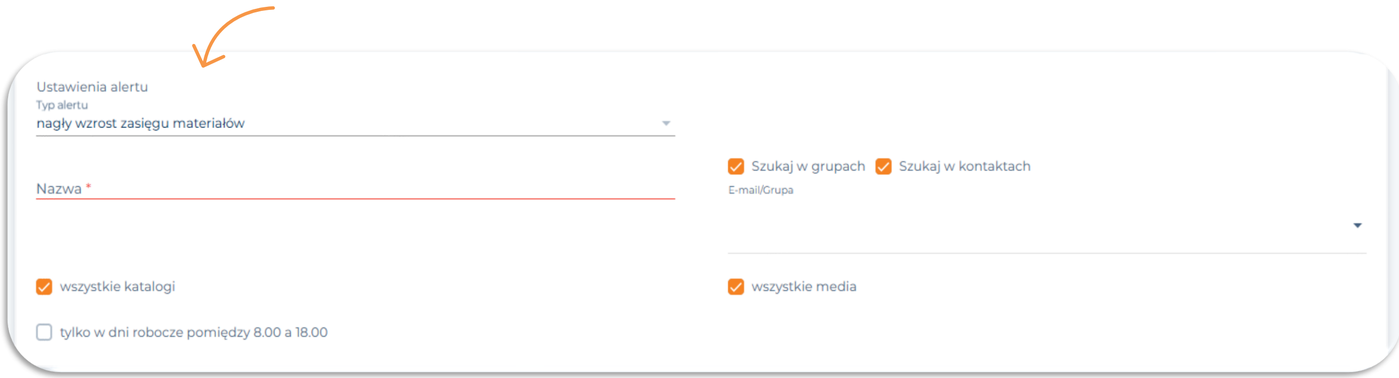
Alerty

Alerty służą do rozpoznawania znaczących przekroczeń wskaźnika wzrostu liczby, zasięgu lub wydźwięku materiałów z ostatniej godziny na podstawie uśrednionej wartości granicznej z ostatniego tygodnia. Wszelkie anomalie są raportowane za pomocą wiadomości e-mail i służą do szybkiego wykrywania potencjalnych kryzysów wizerunkowych.



Aktywacja Alertu w kilku krokach

1. Aby utworzyć alert, należy kliknąć ikonę **Alerty**, która znajduję się (po kliknięciu w **Listę**) między oknem XLSx i Tagiem w prawym górnym rogu.
2. Kolejnym krokiem jest określenie typu alertu:
    - nagły wzrost zasięgu materiałów,
    - nagły wzrost liczby materiałów,
    - wydźwięk materiałów,
    - fraza kluczowa.
3. Dla każdego alertu należy określić także: nazwę, e-mail lub grupę odbiorców do wysyłki oraz częstotliwość otrzymywania wiadomości.
4. Po wprowadzeniu wszystkich danych, należy zapisać zmiany.



Asystent AI

Asystent AI to inteligentne narzędzie, interpretujące zapytanie i upraszczające przeszukiwanie zasobów platformy IMM. Pozwala natychmiast dotrzeć do materiałów zawierających słowa kluczowe, filtrowanych pod kątem zasięgu i wydźwięku publikacji. Wystarczy wpisać zapytanie w okienku czatu w prawym dolnym rogu Platformy IMM. Działa w oparciu o model LLM (ang. large language model – duży model językowy), rozumie język polski i angielski.

Jak korzystać z Asystenta AI?

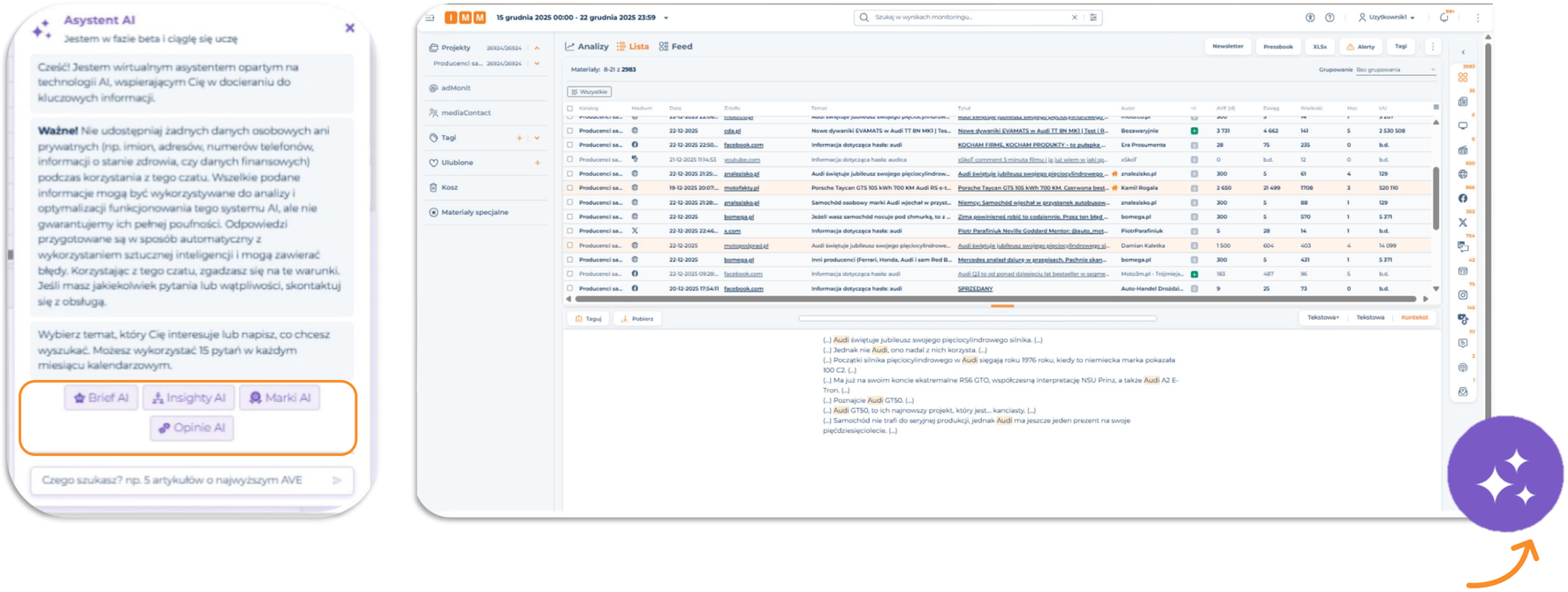
Dostępne funkcje pozwalają na szybkie i wygodne wykonanie zadania:

Brief AI – automatycznie tworzy skrótowe opisy wskazanych materiałów

Insighty AI – identyfikuje kluczowe spostrzeżenia konsumenckie i podpowiada ich potencjalne zastosowania

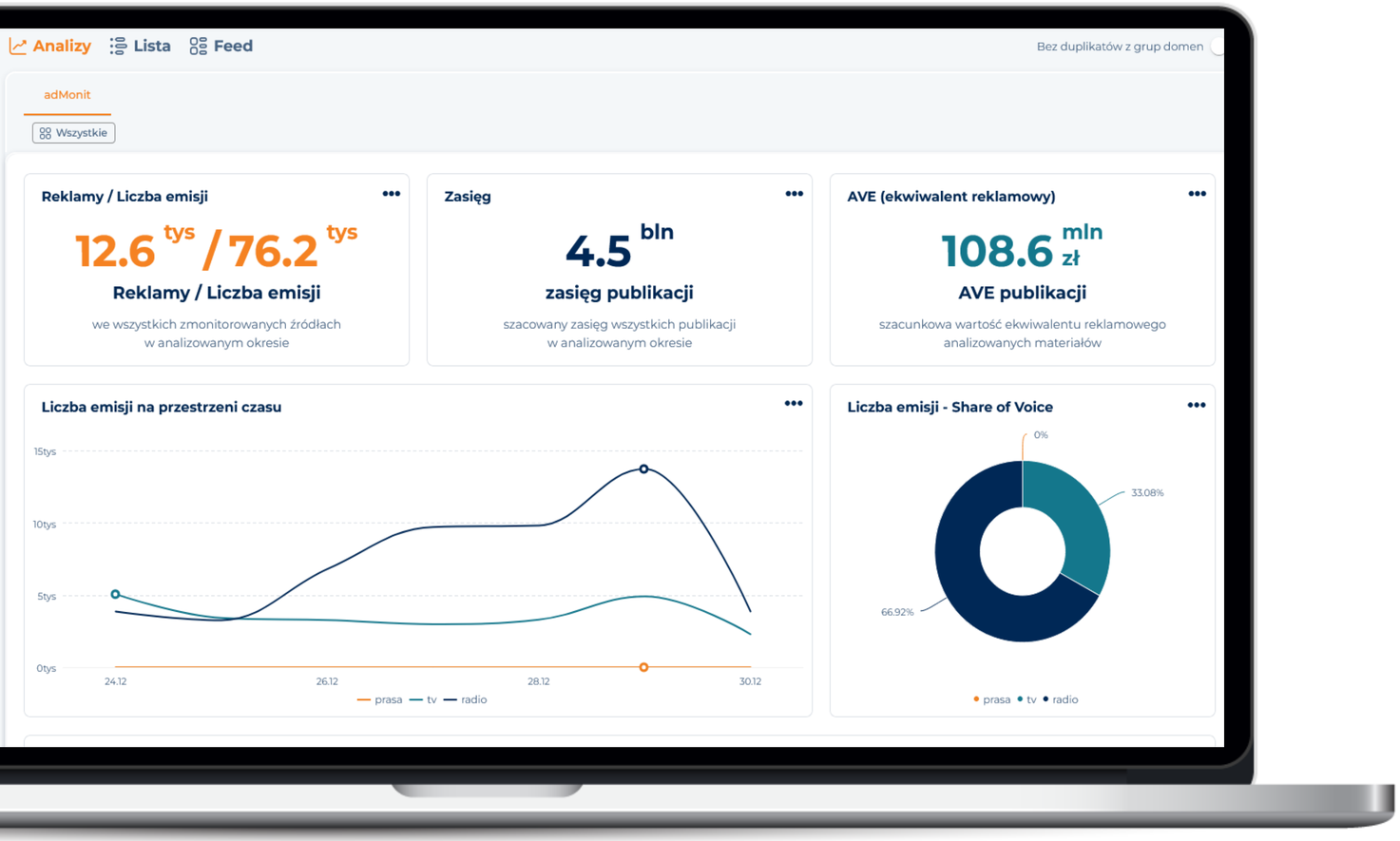
Marki AI – dostarcza listę marek pojawiających się w analizowanych materiałach

Opinie AI – zbiera opinie i wnioski z danych, dostarczając gotowe do wykorzystania rekomendacje



adMonit

W usłudze **adMonit** użytkownicy Platformy IMM mogą m.in. monitorować reklamy konkurencji w prasie, radiu i telewizji, zobaczyć kreacje reklamowe, na bieżąco pozyskiwać raporty z wydatków reklamowych w branży czy weryfikować realizację mediaplanów.

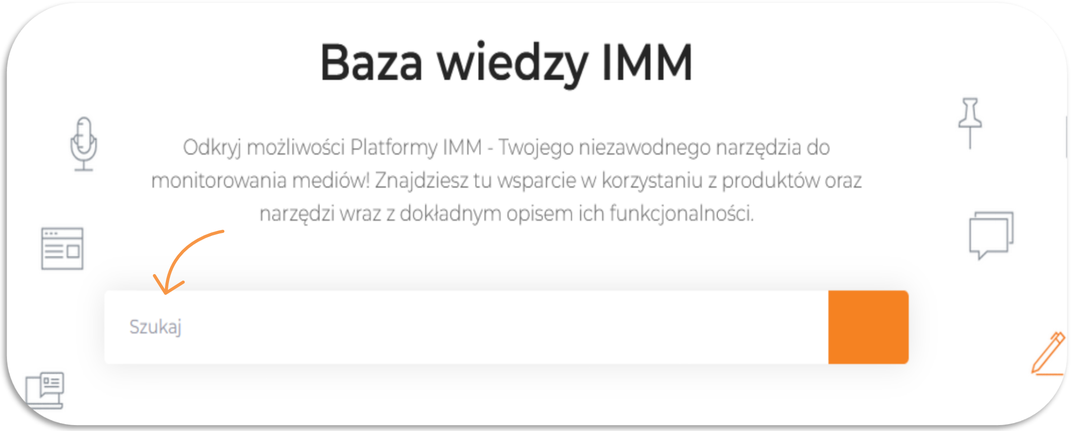


Funkcja pozwala na sprawdzenie m.in.:

- analizy reklam według wskaźnika CPP
- intensywności kampanii reklamowych
- udziałów w rynku reklamy
- źródeł o największej liczbie emisji
- analizy porównawczej

Potrzebujesz pomocy w obsłudze Platformy?

Twoje pytania zasługują na szybkie odpowiedzi. Znajdziesz je w **BAZIE WIEDZY** na Platformie albo bezpośrednio u swojego Opiekuna, który odpowie na wszystkie pytania.



Zapraszamy do kontaktu!

(+48 22) 378 37 50 imm@imm.com.pl imm.com.pl

MONITORUJ NAS W SOCIAL MEDIACH