



1. Zakres i pokrycie źródeł

– Jakiego kanały i typy mediów powinny obejmować usługi monitorowania przestrzeni informacyjnej w celu wykrywania fake newsów?

Portale internetowe + social media (X, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, fora, podcasty).

Możemy również monitorować prasę, radio oraz TV, ale wydaje nam się, że będzie to miało w tym przypadku mniejsze znaczenie.

– Czy praktykowane jest przy realizacji podobnych usług monitorowanie podcastów, grup dyskusyjnych i komunikatorów internetowych?

Podcasty - tak

Grupy dyskusyjne - tak w kontekście forów. Jeśli mówi o grupach na Facebooku, to nie można ich monitorować.

Komunikaty internetowe - nie można ich monitorować

– Czy na rynku są dostępne usługi monitoringu innych źródeł niż polskie i czy można określać zasięgi geograficzne jego stosowania?

Tak, IMM oferuje monitoring źródeł zagranicznych. Można określić kraje lub języki, które powinny być monitorowane.

2. Słowa kluczowe i zaawansowane wyszukiwanie

– Jakiego są sposoby na definiowanie i optymalizację słów kluczowych?

Klient może sam ustawiać monitoringi, a może z pomocą doświadczonych analityków.

Optymalizacja słów kluczowych – możemy obudowywać frazy słowami pomocniczymi, robić negację lub selekcionować wpisy/publikacje przy pomocy dedykowanego analityka.

– Czy modele rynkowe dopuszczają zmiany słów kluczowych w trakcie trwania umowy, czy znane są jakieś ograniczenia w tym zakresie?

Tak, uważamy, że słowa kluczowe powinny się zmieniać w trakcie umowy i IMM dopuszcza taką możliwość w umowie.

– Czy przy realizacji usług monitoringu mediów w celu wykrywania fake newsów dotyczących nauki efektywne byłoby zastosowanie automatycznej analizy sentymentu (pozytywny/negatywny/neutralne)?

Tak, jako narzędzie pomocnicze. Choć w przypadku tego typu analizy automatyczna analiza sentymentu, nie będzie kluczowym wskaźnikiem.

– Czy na rynku są dostępne usługi monitoringu rozróżniające homonimy i polskie znaki diakrytyczne?

Homonimy – w przypadku ustawienia monitoringu wymaga to odpowiedniego ustawienia fraz. To znaczy albo obudowania pomocniczymi frazami, żeby nie wpadały niepotrzebne publikacje. Albo w drugą stronę, negacje na dane frazy.

Polskie znaki diakrytyczne – w przypadku ustawienia monitoringu można ustawić ze znakami diakrytycznymi lub bez albo w dwóch wariantach.

3. Analiza treści i sentymentu

– Czy przy realizacji usług monitoringu mediów w celu wykrywania fake newsów dotyczących nauki efektywne byłoby zastosowanie automatycznej analizy sentymentu (pozytywny/negatywny/neutralne)?

Tak, jako narzędzie pomocnicze. Choć w przypadku tego typu analizy automatyczna analiza sentymentu, nie będzie kluczowym wskaźnikiem.

– Jakie elementy powinien zawierać raport z analizy sentymentu dla projektu o przedmiotowej tematyce?

Raporty z analizy sentymentu mogą zawierać podział liczbowy, czy udziału procentowego na neutralne, pozytywne, negatywne.

– Czy dla przedmiotowego projektu efektywne / niezbędne jest automatyczne tagowanie tematów (topic clustering)?

Zależy co rozumiemy przez tagowanie tematów. Niezbędny jest automatyczny monitoring na zdefiniowane frazy, żeby pracować następnie na pozyskanych publikacjach, wpisach.

4. Identyfikacja influencerów i liderów opinii

– W jaki sposób następuje identyfikacja kluczowych kont/influencerów w danej tematyce?

Najczęściej monitorując dane hasło we wszystkich możliwych kontach, a następnie segregując wpisy/video po najwyższej liczbie obserwujących/zaangażowania, czy liczbie wyświetleń.

– Proszę o wskazanie tzw. „micro-influencerów” w obszarze nauki (profil, liczba obserwujących, zasięgi).

Zależy jak zdefiniujemy „micro-influencerów”, jednak przyjmując, że są to osoby od 5000 do 50000 obserwujących, to przykładowo:

Kuba Hajkuś, kanał na YouTube To Jakiś Kosmos!

Liczba subskrybentów 27,3 tys.

Średnia liczba wyświetleń ostatnich video: 11,9 tys.

Miłosz, profil na Instagramie i TikToku naukowebzdury

Liczba subskrybentów: 26,3 tys. TikTok, 25,8 tys. Instagram

Średnia liczba wyświetleń ostatnich video: 11,3 tys.

Paweł Szroeder, Szepty Kosmosu na Facebooku plus blog

Liczba obserwujących: 5,4 tys.

Średnie zaangażowanie pod ostatnimi wpisami: 107

– W jaki sposób mierzy się wpływ tzw. influencerów na potencjalnych odbiorców (engagement rate, reach, share of voice)?

Liczba obserwujących

Zaangażowanie (reakcje, komentarze, udostępnienia)

Następnie można przeliczać na różnego rodzaju dodatkowe wskaźniki, jak engagement rate, czyli stosunek interakcji do liczby obserwujących, czy średnie zaangażowanie na jeden post

5. Dashboard, raporty i powiadomienia

– Jakie elementy, cechy powinien zawierać dashboard przy usługach monitorowania mediów w przedmiotowym projekcie?

Dashboard na portalu monitorującym powinien zawierać minimum liczbę publikacji/wpisów za dany okres, zasięg, automatyczny sentyment oraz przejście do podglądu tych materiałów.

– Z jaką częstotliwością powinny być generowane raporty (codziennie, tygodniowo, miesięcznie) i w jakich formatach (PDF, XLS, prezentacja)?

Codziennie powinny być prowadzony monitoring bieżący po zdefiniowanych hasłach. Klient powinien mieć do niego dostęp 24h na dobę. Z kolei raporty powinny mieć cykliczność miesięczną w ustalonym wspólnie zakresie.

– Czy niezbędne/ efektywne / praktykowane na rynku są alerty w czasie rzeczywistym? Jak definiuje się ich progi?

Tak, możliwe są alerty w czasie rzeczywistym (najczęściej mailowe). Przy czym w takim przypadku ważne jest odpowiednie zdefiniowanie co chcemy otrzymywać w tych alertach, żeby nie zostać zasypanym dużą liczbą informacji z dużą częstotliwością.

– Czy istnieje możliwość udostępnienia API do automatycznego pobierania danych?

Tak, pobieranie danych jest możliwe za pośrednictwem API

– Czy na rynku są dostępne usługi, które umożliwiają generowanie komentarza do raportu wskazującego trendy, najistotniejsze korelacje i zmiany w stosunku do raportów poprzednich?

Tak, dysponujemy taką technologią. Przy czym, jak to obecne usługi związane z AI, każda taka usługa wymaga kontroli analityka i korekcji.

6. Integracje i eksport danych

– Jakie narzędzia wykorzystywane do przekazywania danych, czy można je zintegrować z narzędziami BI/CRM (np. Power BI, Google Data Studio, Salesforce)?

Klient może wygenerować dane w xlsx oraz raport z modułu analiz.

– Jakie formaty do eksportu danych są stosowane (CSV, JSON, XML)?

Standardowym formatem eksportu jest plik XLS. Możliwe są także formatu CSV, XML oraz JSON, zależnie od potrzeb.

– Czy przy realizacji zamówienia udostępniane są webhooks lub inne rozwiązania do pushowania danych, ewentualnie proszę o wskazanie jakie?

Nie

7. Bezpieczeństwo i zgodność z RODO

– Jakie procedury są stosowane przy przechowywaniu i przetwarzaniu danych?

Rejestry wszelkich kategorii czynności przetwarzania, profilowanie dostępów dla upoważnionych, przechowywanie danych osobowych w osobnej chronionej podsieci, dwuetapowa weryfikacja dostępu.

– Jak długo przechowywane są historyczne dane monitoringowe?

Tak długo ile wymaga tego realizacja usługi, zgodnie z umową.

8. Case studies

– Czy w Polsce realizowano analogiczne projekty dotyczące monitorowania mediów pod kątem treści naukowych i/lub wykrywania fake newsów i dezinformacji?

Współpracowaliśmy z uczelniami przy różnych projektach. Nie współpracowaliśmy pod kątem wykrywania fake newsów.

9. Wdrożenie, szkolenia i wsparcie

– Jaki jest przewidywany czas wdrożenia usługi od podpisania umowy na usługę monitorowania mediów?

W zależności od zakresu usług. Od 1 dnia roboczego (ustawienie podstawowych haseł) do 7 dni roboczych.

– Jaki jest koszt szkoleń z korzystania z narzędzi niezbędnych do korzystania z raportów?

Klienci otrzymują do trzech bezpłatnych szkoleń w trakcie współpracy.

– Jak wygląda standardowe rynkowe wsparcie techniczne (SLA, jakie są standardowe godziny pracy, kanały kontaktu)?

Mailowy lub telefoniczny kontakt z opiekunem klienta (7:00-15:00 lub 8:00-16:00). Jest możliwy również kontakt z dedykowanym analitykiem.

10. Koszty i model rozliczeń

– Jakie są znane Wam dostępne na rynku modele cenowe w zakresie monitorowania mediów (abonament, licencja, pay-per-mention)?

Abonament z usługami bieżącymi

Zakup usługi jednorazowej na podstawie archiwum publikacji

Raport z publikacji archiwalnych

– Czy na rynku obowiązuje system tzw. pakietów podstawowych i usług dodatkowo płatnych?

Tak

– Czy na cenę realizacji usług ma wpływ czas trwania umowy? Jakie to są różnice przy umowie trwającej 6 miesięcy , 12 miesięcy, 18 miesięcy 24 miesiące?

Długość okresu trwania umowy nie będzie miał w tym przypadku wpływu na cenę.