



Entwicklung

Der Medienbeobachter Observer wandelt sein Portfolio vom klassischen Angebot hin zum Media Intelligence Office. MIO ist das neueste Produkt, das demnächst gelauncht wird.

Transformation zu Brand Intelligence

Der Medienbeobachter Observer launcht im Juli sein neuestes Produkt MIO, das Media Intelligence Office.

WIEN. Der Medienbeobachter der ersten Stunde, Observer, transformiert sich. Am 18. Juli geht die neueste Entwicklung an den Start, MIO, das Media Intelligence Office.

Dieses Produkt unterstreicht die Transformation des Unternehmens vom klassischen Medienbeobachter hin zur Agentur für Brand Intelligence, die ihren Kundinnen und Kunden die Daten für optimale Entscheidungen in Markenführung und Kommunikation liefert.

Smarte IT-Lösung

Für die Konzeption und Entwicklung war die Observer-IT verantwortlich, die die vielschichtigen Datenströme und Medienarten zu einem übersichtlichen Informationsstrom zusammenführt. Das Tool ermöglicht das zeit-

sparende Arbeiten an allen Orten und ist optimiert für Handy, Tablets und Co.

„Mit dem neuen MIO erhalten unsere Kundinnen und Kunden die digitale Plattform für ihr Kommunikationscontrolling mit Analysen, Charts und Clippings“, so Florian Laszlo, Geschäftsführer des Observer.

Neue Features

Im neuen Media Intelligence Office werden die Resultate aus allen Ländern und Kanälen zusammen mit allen relevanten Mediendaten und Kennzahlen dargestellt.

Die Clippings der Medienbeobachtung in Print, Online, Social Media, Radio und Fernsehen sind in einer Plattform integriert, und die Kundinnen und Kunden können sich zudem

ihr eigenes interaktives Dashboard zusammenstellen und als Reporting im gewünschten Format exportieren. Pressespiegel werden im eigenen Layout auf Knopfdruck erstellt und als digitaler Alert oder PDF verschickt.

Eine leistungsstarke Filtersowie Suchfunktion erleichtern den Überblick, und ein automatisiertes Sentiment bzw. eine individuelle Sterne-Bewertung erweitern die Analyse-Möglichkeiten.

Für all jene, die es ausgefeilter wünschen, gibt es eine weitere Leistungsstufe: Bei einem Upgrade zu MIO+ können die Analyse-Daten umfassend in einem Chartflow dargestellt sowie Pressespiegel, individuelle Tags und Codierungen verwaltet und ausgewertet werden. Der Newsletter-Bereich ermöglicht die Ab-

bildung vielschichtiger Verteiler für die einzelnen thematischen Pressespiegel.

Nach der Integration von Marktforschung in sein Produktportfolio im Jahr 2019 ist das neue Media Intelligence-Tool der nächste Innovationschritt bei Österreichs seit 1896 bestehenden Medienbeobachter.

National und International

Der Observer ist Marktführer für Brand Intelligence in Österreich. Mit mehr als 3.800 Printmedien sowie Online, Social Media, Radio und TV weist man das größte Mediensample im Lande auf. Internationale Medienbeobachtung aus mehr als 80 Ländern wird mit Partnern aus aller Welt abgedeckt. (pst)

Media Intelligence

Produktlaunch

Zu den neuen Features von MIO, dem Media Intelligence Office, gehören:

- easyview-html-Pressespiegel
- Optimierte Benutzerführung
- Individualisierbares Dashboard, übersichtlicher ClipManager
- Neue Filter- und Volltextsuche
- Intelligentes Tagging und Auto-Sentiment
- Optimierte mobile Nutzung
- Chartflow-Analyse