

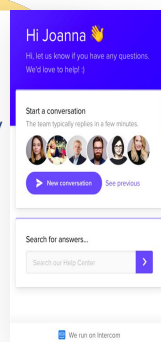


Konfiguracja konta w kilku krokach

Cześć! Z tego przewodnika dowiesz się, jak sprawnie skonfigurować swoje konto na Prowly. Przejście przez wszystkie etapy konfiguracji pozwoli Ci szybko przenieść bieżące aktywności PR do aplikacji. Trzymamy kciuki za płynne wdrożenie i już nie możemy doczekać się pierwszych efektów!

PS.

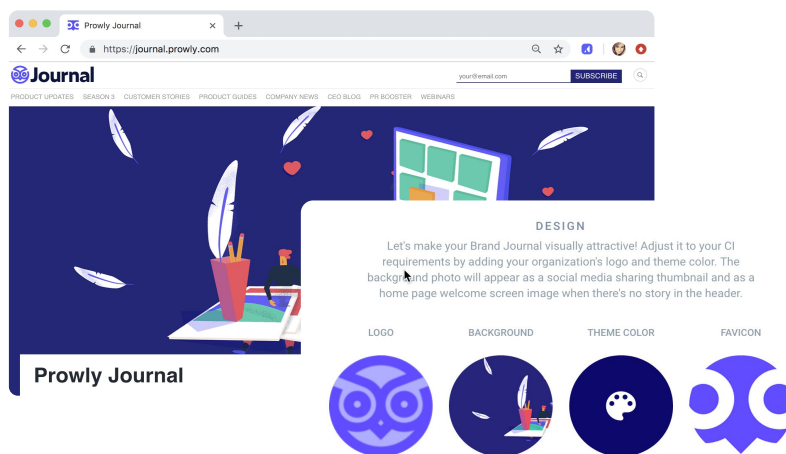
Jeśli będziesz mieć jakiegokolwiek wątpliwości czy pytania, korzystaj śmiało z naszego czatu w aplikacji. Jesteśmy tam po to, aby wspierać Cię w codziennych działaniach.



1/ Wygląd biura prasowego

Przygotuj:

- logo (.png lub .jpg)
- theme color (kolor przewodni np. kod HEX)
- favicon (miniatura logo w formacie 32x32 lub 16x16)
- background photo (grafika główna w formacie 1440x770 px)



<https://journal.prowly.com/>

Idź do: menu -> Brand Journals -> Settings:

W sekcji Design znajdziesz pola do wgrania swoich materiałów. Dodatkowo, zapoznaj się z tymi wskazówkami:

- **Logo:** na Prowly dobrze sprawdzają się podłużne logotypy, a jeśli logotyp jest w kwadracie albo w kole, to warto stworzyć dedykowany banner, w którym dodamy jeszcze frazę np. "Biuro prasowe" albo "Journal"
- **Background photo:** jest to grafika wyświetlająca się przy udostępnianiu strony głównej serwisu w mediach społecznościowych oraz na stronie głównej biura prasowego
- **Favicon:** to ikonka wyświetlająca się w oknie przeglądarki, tuż przy adresie lub nazwie Twojego biura prasowego

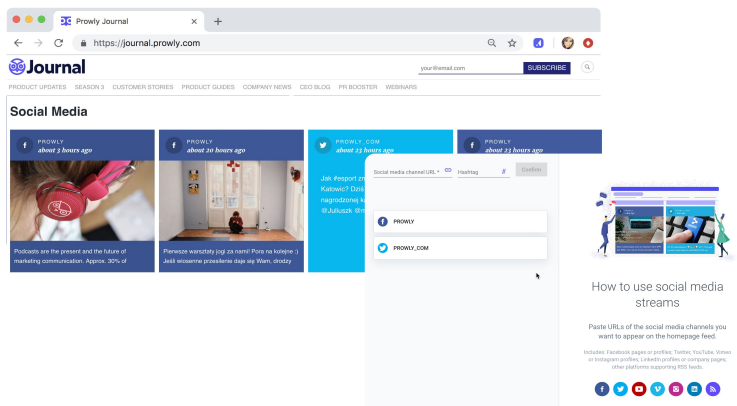


Konfiguracja konta w kilku krokach

2/ Zakładki i social media

Przygotuj:

- nazwy zakładek, wg których kategoryzować chcesz tematycznie swój kontent na biurze prasowym
- linki do mediów społecznościowych, które mają być widoczne na stronie głównej



Idź do: menu -> Brand Journals -> Tabs:

- **Tabs:** W tej sekcji dodasz nazwy zakładek. Pamiętaj o tym, że żadna z nich nie będzie widoczna dopóki nie zostanie dodana do niej minimum jedna treść.

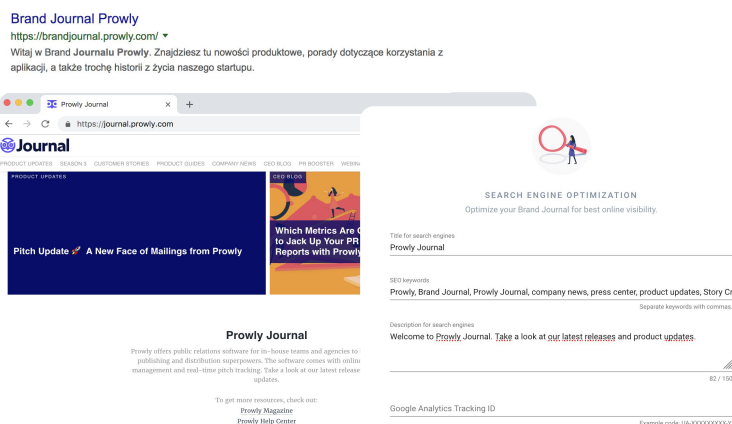
Idź do: menu -> Brand Journals -> Social media streams:

- **Social media streams:** W tej sekcji dodasz swoje media społecznościowe: Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo, inne kanały posiadające funkcję RSS, LinkedIn, Instagram. W przypadku dwóch ostatnich miej pod ręką login i hasło do każdego z nich, gdyż wymagają dodatkowej autoryzacji.

3/ Opisy

Przygotuj:

- adres www
- boilerplate (kilkuzdaniowy opis firmy używany w materiałach PR)
- SEO keywords, SEO Meta title oraz SEO Meta (słowa kluczowe do pozycjonowania biura prasowego)
- Google tracking ID (jeśli używasz Google Analytics)





Konfiguracja konta w kilku krokach

Idź do: menu -> Brand Journals -> Settings:

W sekcji **BASICS** znajdziesz pola do wprowadzenia następujących treści:

- **Brand Journal title:** jest to nazwa biura prasowego, np. biuro prasowe Prowly, centrum prasowe Prowly, brand journal Prowly
- **Homepage greetings:** fraza powitalna, która wyświetli się na biurze prasowym zaraz pod jego tytułem na stronie
- **Footer section:** to tzw. boiler plate, czyli trochę dłuższy tekst opisujący firmę i to, co odwiedzający mogą znaleźć na Twoim biurze prasowym

W sekcji **ADDRESS** wprowadzisz:

- **Prowly subdomain** lub **custom domain:** chodzi o adres URL biura prasowego; domyślnie każde biuro na Prowly jest postawione na subdomenie prowly.com np. mojafirma.prowly.com, ale istnieje możliwość przekierowania na dowolną domenę lub subdomenę np. media.mojafirma.com lub mojawfirma.com

W sekcji **SEARCH ENGINE OPTIMIZATION** skonfigurujesz:

- **Title for search engine:** tytuł, który wyświetli się w wynikach wyszukiwania Google
- **SEO keywords:** keywordy związane z Twoją marką, po przecinku
- **Description for search engines:** tekst, który wyświetli się pod tytułem w wynikach wyszukiwania Google

4/ Kontakty dla mediów

Przygotuj:

- zdjęcie osoby/osób do kontaktu
- dane kontaktowe (email, nr telefonu)



Karolina Zasada



Customer Success Manager at Prowly

+ 48 600 333 372



Edyta Kowal



CMO at Prowly.com

602 684 731



Joanna Drabent



CEO & co-founder at Prowly

0048 660 505 044

Idź do: menu -> Brand Journals -> Media contacts:

- Wprowadź kontakty, które będą oficjalnie reprezentować Twoją firmę w ramach działań na biurze prasowym. W tym miejscu możesz również dodać autorów treści, jakie będą w biurze publikowane. Te kontakty, które mają być widoczne na stronie głównej biura prasowego, powinny mieć zaznaczone pole: show on the following Brand Journals.

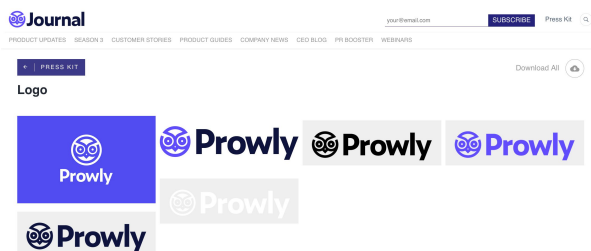


Konfiguracja konta w kilku krokach

5/ Press kit

Przygotuj:

- materiały prasowe, które stanowią uniwersalne wsparcie tworzonych przez Ciebie treści (np. logo, zdjęcia zespołu)



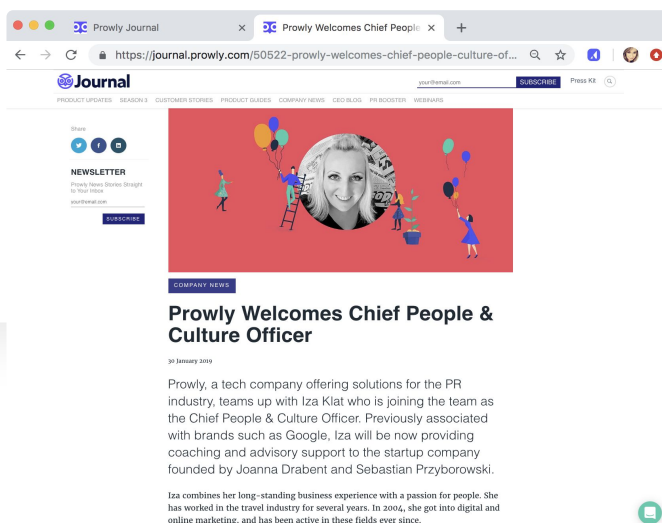
Idź do: menu -> Brand Journals -> Press kit:

- Wprowadź nazwy folderów, wg których porządkować chcesz swoje materiały
- Dodawaj załączniki do każdego z nich - akceptowalne formaty to pdf, doc, docx, xls, xlsx, ppt, pptx, odt, ods, odp, rtf, jpg, jpeg, png.

6/ Informacje prasowe

Przygotuj:

- treść swojej informacji prasowej
- zdjęcie nagłówkowe (jeśli posiadasz)
- wszelkie materiały wizualne, które planujesz dodać do informacji



Idź do: menu -> Brand Journals ->

New story:

- **Background image:** w informacji prasowej kluczową rolę odgrywa zdjęcie nagłówkowe, jego rekomendowane rozmiary to 1440 x 770 px
- **Add new element:** wszystkie elementy swojej informacji prasowej dodajesz poprzez ikonkę plusa – do wyboru masz całą gamę elementów: od śródtytułów, przez cytaty, galerie zdjęć, materiały video, po zaawansowane opcje tj. przyciski call to action czy posty z mediów społecznościowych



Konfiguracja konta w kilku krokach

- **Settings -> Journalists Toolbox:** przyciski dla dziennikarzy do pracy nad tekstem (kopiowanie, pobieranie załączników)
- **Settings -> Thumbnail:** obrazek, który będzie kafelkach z tą informacją prasową - minimalne wymiary to 1280 x 600 px, a format png, jpg lub gif
- **Settings -> Sharing settings:** opcje konfiguracji treści i wyglądu posta z informacją prasową po kliknięciu w guzik „Udostępnij”
- **Attachments:** dodawanie załączników do pojedynczej informacji prasowej - akceptowalne formaty to pdf, doc, docx, xls, xlsx, ppt, pptx, odt, ods, odp, rtf, jpg, jpeg, png

7/ Baza mediów

Przygotuj:

- plik CSV lub XLSX ze swoimi kontaktami

Ważne:

- plik nie może mieć zakładek (jeśli plik ma zakładki, warto przenieść je wszystkie do jednej zakładki, a z nazw zakładek zrobić tagi, czyli do pliku dodać nową kolumnę z nagłówkiem Tag i umieścić w niej nazwę kolumny)
- plik musi mieć przynajmniej dwie kolumny: adres email oraz tzw. outlet, czyli nazwa organizacji np. karolina.zasada@prowly.com (email), Prowly (outlet)
- rekomendujemy, żeby w pliku znalazło się jak najwięcej danych spośród: e-mail, nazwa organizacji, imię i nazwisko, stanowisko, miasto, adres, kod pocztowy, indywidualne powitanie (do nagłówka maila), lista tagów - można dodać wiele, telefon - można dodać wiele, konto/konta na Twitterze, Vimeo, Facebooku, LinkedInie, Instagramie, Pinterest, Youtube, zewnętrzne linki
- wartość musi odpowiadać kolumnie czyli np. adresy email są zawsze w tej samej kolumnie
- w pliku do importu rekomendujemy dodanie tagów oraz indywidualnego powitania - należy po prostu dodać kolumnę Tag oraz kolumnę Powitanie i przypisać do kontaktów tagi (np. internet, prasa, telewizja) oraz powitanie (np. Dzień dobry panie Kamilu.); te dane nie są obowiązkowe, ale warto to zrobić na etapie importu, bo potem trzeba edytować każdy kontakt osobno

Idź do: menu -> Audience -> Import

- wgraj plik i ciesz się skonfigurowanym kontem :)