

MUMRO

Kompletny podręcznik platformy, funkcjonalności i zastosowań biznesowych

Wydanie rozszerzone • 21 października 2026 • język polski
Dokument produktowy, instrukcja użytkowania i kompendium dla klientów oraz partnerów
Opracowanie: RolePlayingTech / Mumro

Status dokumentu. Podręcznik opisuje produkt na podstawie analizy repozytorium `RolePlayingTech/mumro` (gałąź `main`, commit `21cee507cde7e5ab5d7844bcc551ecd3cfa28641`, datowany na 19.10.2026), jego interfejsu, kontraktów API, dokumentacji wewnętrznej i wcześniej przygotowanego wydania PDF. To **katalog możliwości produktu**, a nie potwierdzenie, że każda funkcja jest obecnie włączona lub odebrana na konkretnej instalacji klienta. Informacje o działającym środowisku, aktywnych modułach, integracjach i zakresie odpowiedzialności potwierdza się przy wdrożeniu.

Dla klienta. Tekst jest napisany językiem użytkowym i marketingowym. Nie zawiera sekretów, kluczy, adresów prywatnej infrastruktury, danych innych klientów ani instrukcji administracji serwerami. Wymagania bezpieczeństwa i ograniczenia opisano na poziomie istotnym przy zakupie lub korzystaniu z usługi.

Jak czytać ten podręcznik

Mumro jest dużym produktem, dlatego nie wszystkie organizacje zobaczą identyczny zestaw ekranów. Dostęp zależy od przestrzeni roboczej, wybranej oferty, roli, połączonych kanałów, konfiguracji usług zewnętrznych i etapowego udostępnienia modułu. W całym opracowaniu stosujemy następujące oznaczenia:

Oznaczenie	Jak rozumieć opis
[RDZEŃ]	Funkcja stanowiąca podstawowy proces produktu; w kodzie istnieje odpowiednia logika i ekran. Stan konkretnej instalacji nadal należy sprawdzić.
[MODUŁ]	Funkcja implementowana w produkcie, lecz dostępna dopiero po aktywacji uprawnienia lub odpowiednim planie.
[PILOTAŻ]	Zaawansowana lub zależna od zewnętrznych usług ścieżka, która wymaga osobnego sprawdzenia, budżetu i akceptacji przed użyciem produkcyjnym.
[ZAKRES WARUNKOWY]	Zależność od uprawnień platform zewnętrznych, konkretnego formatu, rodzaju konta lub dostępności adaptera.
[KIERUNEK]	W aplikacji istnieje podstawa, element eksperymentalny lub widok zapowiadający rozwiązanie; nie stanowi to deklaracji gotowej usługi.

Ważna zasada: kod, widoczny przycisk i nawet poprawne testy lokalne to inne fakty niż wykonana publikacja w rzeczywistym kanale. Dlatego tam, gdzie to istotne, podano osobno *co można skonfigurować, co wykonuje system, od czego zależy wynik oraz co warto skontrolować*.

Spis treści

Część I — Produkt i pierwsze kroki

1. Czym jest Mumro i jaką wartość dostarcza
2. Dla kogo zaprojektowano platformę
3. Mapa funkcjonalna i nawigacja
4. Model danych użytkownika: organizacja, kanał, treść, zadanie
5. Wdrożenie i pierwsza konfiguracja
6. Standardowy dzień pracy
7. Zasady pracy i kontroli jakości

Część II — Publikowanie i społeczność

1. Połączone konta i obsługiwane platformy
2. Composer: centrum tworzenia publikacji
3. Typy publikacji i ograniczenia formatów
4. Materiały, napisy, okładki i biblioteka mediów
5. Wielokanałowość i warianty na platformy
6. Szkice i zachowanie pracy w toku
7. Terminy, harmonogramy, automatyczne sloty
8. Plan publikacji: kolejka, lista i kalendarz
9. Zmiany, kopiowanie, ponawianie i archiwizacja
10. Historia publikacji i linki do materiałów
11. Stories i sekwencje materiałów
12. Komentarze, odpowiedzi i moderacja
13. Automatyzacja komentarzy i polityki odpowiedzi
14. Skrzynka kontaktów i konwersacji
15. Pulpit operacyjny
16. Analityka społecznościowa
17. Insights i rekomendacje
18. Strategia komunikacji

Część III — AI Studio i produkcja treści

1. Ustawienia sztucznej inteligencji
2. Głos marki, reguły i kontekst redakcyjny
3. Generator postów i serii
4. Generator Reels
5. Generator Shorts z długiego wideo
6. Research: źródła i jakość informacji
7. Social Autopilot: karuzele i cykliczne materiały
8. Budżet, kredyty i rozliczanie operacji AI

Część IV — Strona WWW i marketing treści

1. Integracja witryny internetowej
2. Artykuły, edytor i publikowanie w CMS
3. Autopilot artykułów i research redakcyjny
4. Grafiki, infografiki i karuzele z artykułów
5. Tłumaczenia i wielojęzyczny content
6. Promocja artykułu w social mediach
7. Analityka witryny
8. Chatbot na stronę, baza wiedzy i leady
9. Link in bio
10. Opinie i rekomendacje klientów
11. Kampanie i linki z parametrami UTM
12. Webhooki i integracje

Część V — Organizacja, administracja i bezpieczna praca

1. Przestrzenie robocze i wielu klientów
2. Role, członkowie zespołu i zaproszenia
3. Dostęp do poszczególnych kanałów
4. Logowanie, konta, sesje i odzyskiwanie dostępu
5. Integracje programistyczne i agenci AI
6. Pakiety, uprawnienia do modułów i wdrażanie etapowe
7. Standard bezpieczeństwa i odpowiedzialności

8. Diagnostyka błędów i wyjątkowych sytuacji

Część VI — Praktyczne scenariusze

1. Samodzielny twórca: tydzień publikacji
2. Marka ekspercka: jeden materiał, wiele kanałów
3. Redakcja: informacja, źródła, artykuł, karuzela
4. Agencja: obsługa kilku klientów
5. Firma usługowa: content, chatbot i opinie
6. Kampania wieloformatowa
7. Cykl wideo: nagranie, rolki i Shorts
8. Praca z agentem AI i ludzką akceptacją
9. Proces wdrożenia: pierwsze 30 dni

Część VII — Materiały sprzedażowe i referencyjne

1. Jak prezentować Mumro klientowi
 2. Z jakimi problemami biznesowymi pomaga Mumro
 3. Mierzenie wartości, efektywności i ROI
 4. Najczęstsze pytania klientów
 5. Słownik pojęć
 6. Tabela wszystkich obszarów produktu
 7. Checklisty użytkownika, redaktora i administratora
 8. Granice oferty, status funkcji i źródła weryfikacji
-

CZĘŚĆ I. PRODUKT I PIERWSZE KROKI

1. Czym jest Mumro i jaką wartość dostarcza

Mumro to platforma do organizowania, tworzenia, publikowania i analizowania komunikacji cyfrowej. Jej punktem ciężkości jest codzienna praca nad treściami dla wielu kanałów i projektów. Wokół tego rdzenia rozwijają się moduły generatywnego AI, automatyzacji, researchu, artykułów internetowych, komunikacji z odbiorcami oraz integracji z zewnętrznymi narzędziami.

W zwykłej firmie jeden proces publikowania potrafi wymagać kilku aplikacji: notatnika z tematami, generatora tekstów, magazynu zdjęć, edytora grafiki, kalendarza, narzędzia do publikowania postów, paneli mediów społecznościowych i osobnego arkusza statystyk. Powstaje wiele kopii jednego materiału, niejednoznaczne terminy i trudność z ustaleniem, która wersja jest aktualna. Mumro ma te działania **połączyć w jeden proces**, nie zaś koniecznie zastąpić każdą wyspecjalizowaną aplikację.

Siedem warstw procesu

1. **Kontekst** — określenie marki, kanałów, celów, stylu komunikacji i odpowiedzialności członków zespołu.
2. **Pomysł** — temat wynikający ze strategii, wydarzenia, komentarzy, analityki lub researchu.
3. **Produkcja** — przygotowanie tekstu, materiałów graficznych, filmu lub artykułu, ręcznie bądź z pomocą AI.
4. **Dopasowanie** — wybór formatu oraz oddzielnego wariantu dla Instagramu, Facebooka, YouTube, X, LinkedIn czy TikToka, w zakresie obsługiwanym przez daną integrację.
5. **Dystrybucja** — szkic, publikacja natychmiastowa, termin ręczny albo zaplanowany slot.
6. **Reakcja** — obsługa komentarzy, kontaktów i sygnałów od społeczności.
7. **Wnioski** — obserwacja wyników, raportowanie i powrót do strategii.

Podstawowy przykład: redaktor pisze materiał o nowym produkcie. Następnie przygotowuje z niego artykuł na stronę, krótszy komunikat na LinkedIn, materiały na Facebook i Instagram oraz fragment wideo. W Mumro może prowadzić plan i statusy tej dystrybucji, używać generatorów do części tekstów oraz sprawdzić rezultaty. Zakres automatyzacji zależy od tego, które moduły są aktywne.

Dlaczego własny workflow ma znaczenie

Korzyścią nie jest samo „pisanie postów przez AI”. Największy potencjał pojawia się wtedy, kiedy **ustalona strategia i jakość materiału nie giną po przejściu do narzędzia publikującego**. Materiał może przygotować człowiek, zewnętrzny wykonawca albo model AI. Mumro pomaga przenieść go do wspólnej kolejki, powiązać z kontem i terminem, a po publikacji analizować wynik.

Czego platforma nie gwarantuje

Mumro nie obiecuje automatycznych wzrostów zasięgów, poprawności każdej wygenerowanej informacji ani dostępu do wszystkich funkcji zewnętrznych serwisów. API platform społecznościowych mają własne limity, wymagania uprawnień i zasady publikacji. W zaawansowanych workflowach przegląd merytoryczny, prawa do materiałów i decyzja o emisji pozostają istotne.

2. Dla kogo zaprojektowano platformę

Twórca internetowy. Osoba publikująca na kilku profilach zyskuje centralną kolejkę, podgląd historii, możliwość ponownego wykorzystania materiałów i uporządkowanie rytmu publikacji. Przy pracy jednoosobowej najbardziej liczą się prostota Composera, przewidywalne terminy i brak konieczności ręcznego kopiowania każdej wersji materiału.

Redakcja i portal tematyczny. Zespół może łączyć research, artykuły, grafiki, dystrybucję i komentarze. Szczególnie ważne są źródła, ślad decyzji redakcyjnej i oddzielenie wersji roboczej od treści, która rzeczywiście ma trafić na kanały publiczne.

Firma budująca markę ekspercką. Jeden merytoryczny temat można przygotować jako artykuł, zestaw postów, karuzelę i krótkie wideo. Mumro wspiera systematyczność, a integracja strony umożliwia spojrzenie także na ruch do własnego serwisu.

Agencja lub freelancer obsługujący marki. Przestrzenie robocze służą oddzieleniu danych, kont i materiałów kilku klientów. Można ustanowić role, przekazywać obowiązki i opracować podobny standard pracy dla różnych marek, zachowując osobne konfiguracje.

Zespół kampanii. Dla promocji wydarzenia, produktu lub usługi przydatne są kalendarz, warianty treści, spójny język, hashtagi, oznaczanie linków oraz historia publikacji. Mumro nie zastępuje platform reklamowych ani menedżera płatnych kampanii, ale może organizować działania organiczne wokół kampanii.

Zespół eksperymentujący z AI. Możliwe jest porównywanie podejść, łączenie różnych dostawców oraz automatyzowanie powtarzalnych fragmentów procesu. Niektóre generatory wymagają zewnętrznych rendererów, budżetu i osobnego uruchomienia.

3. Mapa funkcjonalna i nawigacja

Najważniejszym punktem wejścia jest **Pulpit** (🏠). Z lewego menu można przejść do planu publikacji, historii, komentarzy, analityki i dalszych narzędzi. Wyżej znajdują się zwykle wybór przestrzeni roboczej, wybór kanału oraz wyróżniony przycisk tworzenia nowej publikacji.

Obszar	Główne ekrany / funkcje	Typowe pytanie użytkownika
Główne	Pulpit, Strategia	Co dzieje się w projekcie i na czym się skupić?
Social	Plan publikacji, Opublikowane, Komentarze, Skrzynka, Analityka, Insights, Konta, Harmonogramy	Co, gdzie i kiedy publikujemy? Jak reagują odbiorcy?
Narzędzia	Opinie, Link in bio	Jak zebrać wiarygodność i skierować ruch?
AI Studio	Reels, Shorts, generator postów, Social Autopilot	Jak tworzyć lub przekształcać materiały szybciej?
WWW	Konfiguracja witryny, artykuły, autopilot artykułów, analityka WWW, chatbot	Jak spiąć social media z własną stroną?
Ustawienia	Workspace, członkowie, AI, źródła, głos marki, kampanie, szablony odpowiedzi, webhooki, funkcje	Kto może co zrobić i na jakich zasadach?

Nawigacja jest **modułowa**. Pozycja może nie być widoczna, jeśli jej moduł nie jest udostępniony. Tryb zaawansowany pokazuje dodatkowe, niszowe elementy interfejsu; sama ich widoczność nie oznacza gotowej implementacji. W szczególności ogólne AI Video i wybrane przyszłe generatory mają w kodzie charakter zapowiedzi, a nie pełnej ścieżki produkcyjnej.

Dwa selektory o różnym znaczeniu

- **Przestrzeń robocza (workspace)** wyznacza organizację, do której należą dane, konta, aktywa i ustawienia. Zmiana workspace jest zmianą granicy własności danych.
- **Wybrany kanał społecznościowy** zawęża część widoków i analiz. Nie należy zakładać, że przełączenie kanału przenosi materiały do innej organizacji.

Praktyczna reguła: przed uruchomieniem nowego materiału sprawdź kolejno workspace, wybrane konta docelowe, typ publikacji i datę. To prosty sposób na uniknięcie kosztownej pomyłki.

4. Model danych użytkownika: organizacja, kanał, treść, zadanie

Dla sprawnego korzystania z Mumro wystarczy rozumieć sześć pojęć:

Organizacja / workspace jest obszarem pracy dla firmy, projektu albo klienta. Obejmuje członków, uprawnienia, ustawienia, treści, kanały, klucze integracyjne i zasoby. Przy obsłudze kilku marek warto zachować oddzielne workspaces, kiedy różnią się właściciel, budżet lub wymagania poufności.

Konto / kanał reprezentuje połączenie z serwisem społecznościowym i jego powierzchnię publikowania. Jeden login lub integracja Meta może wiązać się z kilkoma logicznymi powierzchniami, np. stroną Facebook i profilem Instagram. W podglądzie i statystykach ważne jest, czy mowa o Facebooku, Instagramie czy łącznym źródle danych.

Media Asset jest plikiem przesłanym albo wytworzonym na potrzeby treści: obrazem, wideo lub innym obsługiwanym elementem. Zasób należy do określonej przestrzeni i może mieć stan przygotowania.

Publication / Video / Article to materiał redakcyjny. W zależności od ścieżki może zawierać tekst, multimedia, pola charakterystyczne dla platformy, metadane lub powiązanie z artykułem na WWW.

Publish Job to konkretna intencja wykonania. Jeden materiał skierowany na trzy kanały może wytworzyć trzy niezależne zadania publikacji. Status jednego kanału nie powinien być automatycznie utożsamiany ze statusem pozostałych.

Schedule opisuje regułę terminu i cykliczności. Trzeba odróżnić kalendarz publikacji ręcznych od harmonogramów automatycznych generatorów: są powiązane, ale nie są tym samym mechanizmem.

Kluczowa różnica: „materiał” a „próba publikacji”

Materiał może istnieć jako szkic, podczas gdy zadanie publikacyjne jeszcze nie powstało. Możliwe jest też zakończenie publikowania na Facebooku i błąd na Instagramie dla tego samego materiału. W razie awarii sprawdzamy więc **konkretny job i konkretny kanał**, zamiast ponawiać cały komplet bez analizy.

5. Wdrożenie i pierwsza konfiguracja

Proces rozpoczęcia pracy warto podzielić na mniejsze etapy. W obecnym modelu produktowym oferta **Concierge** oznacza uzgodnienie zakresu i ręczną aktywację przez operatora; sam wybór planu z katalogu nie zastępuje uruchomienia integracji i sprawdzenia gotowości.

Etap A — ustalenie celu i zakresu

Przed podłączeniem kont opisz rezultat. Czy zależy Ci na regularnych postach, większej liczbie formatów z jednego filmu, publikowaniu artykułów, obsłudze komentarzy, czy całym procesie redakcyjnym? Wybierz początkowo jeden lub dwa mierzalne cele. Zbierz nazwy kanałów, obecne terminy, osoby odpowiedzialne i przykładowe materiały. Ustal, kto zatwierdza treści i co wolno publikować automatycznie.

Etap B — workspace i użytkownicy

1. Zweryfikuj nazwę i właściciela przestrzeni.
2. Nadaj role członkom zespołu zgodnie z rzeczywistymi obowiązkami.
3. Sprawdź, czy wybrany pakiet i konkretne moduły zostały aktywowane.
4. Ustal osobę kontaktową na wypadek problemów z połączeniami lub publikacjami.
5. Skonfiguruj język i zasady nazewnictwa treści.

Etap C — połączenia społecznościowe

Połącz pierwsze konto obsługiwanej ścieżką, zweryfikuj jego nazwę, powierzchnię publikacji, aktualną autoryzację i możliwości. Wykonaj niewielką, świadomie zaakceptowaną publikację testową. Dopiero później dodawaj kolejne kanały, aby ograniczyć liczbę zmiennych podczas diagnozy.

Etap D — proces redakcyjny

Ustal, jak powstają szkice, kto sprawdza linki i multimedia, jaki format opisu trafia na każdą platformę oraz jak post ma przejść od przygotowania do terminu. Jeśli planujesz korzystać z AI, dodaj zasady weryfikowania liczb, nazw, cytatów i źródeł.

Etap E — pomiar i rozbudowa

Po pierwszym tygodniu przejrzyj kalendarz, historię, komentarze i dane. Zidentyfikuj najbardziej czasochłonny powtarzalny krok. Dopiero wtedy wybierz następny moduł, na przykład generator postów albo karuzelę. Wprowadzanie wszystkiego jednocześnie utrudnia ocenę wartości narzędzia.

6. Standardowy dzień pracy

Rano: otwórz Pulpit, sprawdź statusy połączeń i zadania wymagające uwagi. Zobacz zaplanowane publikacje i upewnij się, że potrzebne multimedia są gotowe. W razie braków zdecyduj, czy lepiej przygotować nowy materiał, czy przesunąć plan.

Przed południem: przejrzyj temat tygodnia oraz istniejące materiały. Otwórz Composer i przygotuj tekst, obraz albo film. W przypadku kilku kanałów sprawdź, czy każdy target ma właściwy opis, długość tekstu i format mediów. Zapisz szkic lub świadomie wybierz termin.

Po południu: odpowiedz na komentarze, przejrzyj propozycje AI przed wysłaniem i oznacz obsłużone wątki. Jeśli korzystasz z witryny, sprawdź publikacje artykułów i ruch z linków kampanijnych.

Raz w tygodniu: przeanalizuj Insights, najlepsze treści, tematy do ponownego wykorzystania i realizację planu. Zapisz, jakie eksperymenty warto powtórzyć, a które formaty były kosztowne bez oczekiwanej wartości.

7. Zasady pracy i kontroli jakości

Warto ustalić wewnętrzny standard, który nie zależy od konkretnego narzędzia AI:

- **Fakty** — daty, cytaty, ceny, statystyki i stwierdzenia o osobach mają wskazane źródło lub uzgodnionego autora.
- **Prawa** — korzystaj z materiałów, do których posiadasz odpowiednie uprawnienia. Wynik wygenerowany przez AI również podlega ocenie prawnej i redakcyjnej.
- **Spójność** — podstawa komunikatu jest ta sama, ale styl i forma uwzględniają kontekst platformy.
- **Intencja** — odróżniaj podgląd, szkic, zaplanowanie i publikację natychmiastową; nie traktuj każdego przycisku jako „zapisz”.
- **Idempotencja praktyczna** — nie ponawiaj ślepo operacji po błędzie lub timeout; najpierw sprawdź rzeczywisty status.

- **Dostęp** — przyznawaj uprawnienia tylko do potrzebnego workspace i kanałów.
- **Pomiar** — porównuj dane dostępne w tym samym zakresie i okresie. Brak metryki nie jest wynikiem zero.

Minimalna karta akceptacji materiału: temat, cel, konto, data, format, wersja tekstu, źródła, prawa do mediów, link docelowy, autor lub osoba zatwierdzająca, decyzja „szkic / termin / teraz”. Taki standard jest szczególnie przydatny w modelu agencyjnym.

CZĘŚĆ II. PUBLIKOWANIE I SPOŁECZNOŚĆ

8. Połączone konta i obsługiwane platformy [RDZEŃ / ZAKRES WARUNKOWY]

Ekran **Konta** (/accounts) służy do przeglądania i zarządzania połączeniami z mediami społecznościowymi. Dostępne są między innymi identyfikacja kanału, jego stan aktywności, status autoryzacji, czas ostatniej synchronizacji, ręczna synchronizacja i czynności odnowienia połączenia. Podstawowa droga dodawania prowadzi przez wybór platformy i jej autoryzację OAuth; w trybie zaawansowanym istnieją dodatkowe możliwości administracyjnego konfigurowania kont, które nie są typową ścieżką dla klienta.

Kanały ujęte w produkcie

Kanał	Typowe zastosowanie	Ważne ograniczenie
Facebook	Posty, grafiki, filmy, komentarze i wyniki stron	Zakres wynika z podłączonej strony oraz uprawnień Meta.
Instagram	Posty obrazkowe, karuzele, Reels i Stories w obsługiwanych trybach	Znaczenie ma typ konta, połączenie z ekosystemem Meta i dostępne API.
YouTube	Publikowanie filmów oraz obsługa wybranych statystyk i komentarzy	Wymagane upoważnienia Google/YouTube; odnowienie tokenu i format mediów są krytyczne.
X / Twitter	Komunikaty tekstowe i materiały wspierane przez adapter	Dostępność i limity zależą od API oraz konkretnego typu dostępu.
LinkedIn	Treści eksperckie i firmowe w obsługiwanych powierzchniach	Dostęp do profilu osoby i strony organizacji ma odmienne wymagania i statusy odbioru.
TikTok	Krótkie formy wideo, w zakresie uprawnień integracji	Dostęp do publikacji i sposobu autoryzacji może być ograniczony lub etapowy.

Nie należy interpretować tej tabeli jako gwarancji identycznych możliwości na wszystkich sześciu platformach. Composer pobiera *capabilities* — informację, jakie typy treści i parametry można użyć przy aktualnym zestawie celów. Konkretnie integracje trzeba odebrać przed zaoferowaniem klientowi.

Status połączenia

W panelu rozpoznawane są m.in. stany: połączone, wygasły token, odwołano dostęp, wymagana autoryzacja i błąd. Synchronizacja może zwrócić częściowy wynik, dlatego po operacji warto przeczytać komunikat, a nie opierać się wyłącznie na zmianie liczby obserwujących. Konto z wygasłą autoryzacją może nadal znajdować się na liście, lecz nie nadawać się do nowych publikacji.

Jak dodać konto

- Przejdź do **Konta** i uruchom dodawanie.
- Wybierz platformę oraz prawidłową tożsamość lub stronę.
- Nadaj wymagane zakresy dostępu w oknie dostawcy, nie przez przesyłanie hasła innej osobie.
- Po powrocie do Mumro sprawdź nazwę, rodzaj i status połączenia.
- W razie potrzeby uruchom synchronizację, zweryfikuj stan i wykonaj zatwierdzony test.
- Przy integracji obejmującej Facebook i Instagram sprawdź, czy obie powierzchnie są poprawnie odróżniane.

Typowy problem: użytkownik widzi konto, ale publikacja nie startuje. Możliwe przyczyny to nieważna zgoda, brak odpowiedniego modułu, nieobsługiwany format, ograniczenie uprawnień użytkownika lub przerwa po stronie dostawcy. Nie należy automatycznie tworzyć nowego konta jako pierwszej próby naprawy.

9. Composer: centrum tworzenia publikacji [RDZEŃ]

Composer jest najważniejszym narzędziem w codziennej pracy. Otwierasz go przyciskiem **Nowa publikacja**. Jedno okno prowadzi przez wybór typu materiału, kanałów docelowych, redakcję tekstu, dodanie multimediów, warianty platformowe i decyzję o terminie.

Pięć głównych kroków

- Rodzaj publikacji** — post, Story, Reel albo film, w zależności od dostępnych uprawnień i obsługiwanych platform.
- Cele** — wybór jednego lub kilku kont, na których materiał ma zostać wykorzystany.

3. **Treść** — tekst opisu, hashtagi, zdjęcia, wideo, napisy, okładka i pola typowe dla formatu.
4. **Dopasowanie kanałów** — opcjonalne indywidualne wersje tekstu i mediów dla określonej platformy.
5. **Akcja końcowa** — szkic, termin, slot harmonogramu lub rozpoczęcie publikowania, zgodnie z możliwościami widocznymi dla użytkownika.

W każdym kroku znaczenie ma to, co rzeczywiście pozwala przyjąć serwer. Interfejs może wstępnie ostrzegać o zbyt długim podpisie lub niezgodnym formacie, ale ostateczna walidacja należy do API. Po odrzuceniu nie należy zakładać, że powstało zadanie publikacji.

Dobór kanałów

Wybieraj tylko te konta, dla których materiał został przygotowany. Jeżeli ten sam temat ma znaleźć się na LinkedIn i Instagramie, wspólna idea nie musi oznaczać wspólnego tekstu. Dla pierwszej platformy może być potrzebny akapit z kontekstem biznesowym, a dla drugiej zwięzła zapowiedź i mocniejszy element wizualny.

Obsługa tekstu

Pole opisu umożliwia wpisanie treści, edycję i pracę z hashtagami. W interfejsie znajdują się liczniki i ostrzeżenia uwzględniające limity wybranych platform. Hashtag jest traktowany jako osobny element; błędny zapis może zostać odrzucony. Dla filmu dłuższego dostępne są też charakterystyczne pola, w tym tytuł i opis.

Bezpieczny proces przygotowania

1. Napisz najpierw komunikat niezależny od platformy.
2. Wybierz docelowe kanały i przeczytaj podgląd dostępnych formatów.
3. Dostosuj tekst lub materiały w panelach poszczególnych platform.
4. Sprawdź, czy każdy cel ma właściwy format i wymagane media.
5. Uzupełnij metadane filmu, jeśli wybrano dłuższy materiał.
6. Zapisz jako szkic lub skieruj do konkretnego terminu.
7. Po wykonaniu sprawdź zadania osobno dla każdego kanału.

Composer a profesjonalny proces redakcyjny

W agencji jeden członek zespołu może przygotować tekst i materiały, inny sprawdzić merytorykę, a osoba z uprawnieniami do kanału wykonać publikację. Mumro udostępnia role i trwałe zadania, ale nie należy obiecywać rozbudowanego, uniwersalnego wieloetapowego obiegu akceptacji każdej treści, jeśli nie został uzgodniony i zweryfikowany w danym wdrożeniu.

10. Typy publikacji i ograniczenia formatów [RDZEŃ / ZAKRES WARUNKOWY]

W selektorze Composera występują cztery podstawowe typy: **post**, **story**, **reel** i **film**. Typ determinuje dostępność pól, akceptowane media oraz możliwość wybrania konkretnych platform. Mumro nie zakłada, że „film” na YouTube, Reel na Instagramie i Story to ta sama operacja techniczna.

Typ	Rola w strategii	Przygotowanie
Post	Informacja, opinia, edukacja, grafika, karuzela	Tekst, opcjonalne grafiki lub inne wspierane media.
Story	Krótkotrwała komunikacja, kulisy, przypomnienie	Pionowe media, właściwa powierzchnia docelowa, ewentualny link/sticker w obsługiwanym scenariuszu.
Reel	Krótki materiał wideo, szeroka dystrybucja	Film, opis, opcjonalna okładka, parametry zgodne z platformą.
Film	Dłuższa narracja i materiały wideo	Tytuł, opis, właściwy plik i pozostałe wymagane pola.

W Composera nie wpisano jednej uniwersalnej listy dostępnych platform na sztywno. Sprawdzana jest mapa możliwości, z której interfejs buduje odpowiednie oznaczenia. Dzięki temu wybór typu treści nie powinien sugerować platformy, której backend nie obsługuje w danym kontekście.

Co sprawdzić przed publikacją filmu

Przygotuj poprawny plik, wybierz konto, uzupełnij tytuł i opis, oceń napisy i okładkę, jeżeli są wspierane. Sprawdź długość, kodek i wymogi dostawcy. Samo zaakceptowanie pliku przez upload nie jest dowodem, że zewnętrzna platforma przetworzy go poprawnie.

Co sprawdzić przed publikacją karuzeli

Upewnij się, że liczba slajdów, proporcje i format odpowiadają wybranemu kanałowi. Kolejność slajdów ma znaczenie redakcyjne: pierwsza grafika jest obietnicą tematu, kolejne rozwijają historię, a ostatnia może zawierać wezwanie do działania lub źródła. W zautomatyzowanych karuzelach sprawdź również zawartość tekstu na obrazach.

11. Materiały, napisy, okładki i biblioteka mediów [RDZEŃ]

Mumro przyjmuje media dodawane do publikacji i wytwarzane przez wybrane moduły. W interfejsie Composera dostępne są mechanizmy wyboru plików i przeciągania ich do edytora. Podstawowe kategorie to obrazy i wideo, a wybrane ścieżki umożliwiają także obsługę napisów oraz okładek.

Wgrywanie pliku

1. Wybierz lokalny plik albo przeciągnij go do wskazanego pola.
2. Sprawdź pasek postępu i stan przesyłania.
3. Upewnij się, że w edytorze pojawiła się miniatura lub reprezentacja pliku.
4. Dopiero po przygotowaniu zasobu finalizuj publikację.
5. W razie błędu odczytaj komunikat i sprawdź format oraz limit, zamiast wielokrotnie wysyłać ten sam plik bez diagnozy.

Okładka

Dla wybranych typów wideo można podłączyć okładkę, jeśli dany kanał i backend pozwalają na jej użycie. W kodzie Composera pojawia się ograniczenie okładek JPEG/PNG do 5 MiB, jednak dla klienta istotniejsza jest bieżąca walidacja w formularzu. Okładka jest elementem edytorskim: dobra miniatura pomaga zrozumieć temat bez przesadzania z obietnicą.

Napisy

Obsługiwane ścieżki wideo przewidują dołączanie plików napisów lub wykorzystanie napisów generowanych przez renderer. To dwie różne operacje. Napisy wypalone w obrazie stają się częścią filmu; osobny plik napisów zależy od możliwości platformy. Przed emisją sprawdź polskie znaki, synchronizację czasową, nazwiska i specjalistyczne terminy.

Materiały pobierane z adresu URL

W wybranych workflowach istnieje przyjmowanie mediów z URL i inteligentne wykrywanie linku do zasobu. Nie oznacza to prawa do pobierania dowolnej treści z Internetu. Wymagane są dozwolone źródło, kontrola bezpieczeństwa adresu, poprawny typ danych i prawa do wykorzystania. Zachowaj oryginały ważnych materiałów również we własnym procesie archiwizacji.

Dostępność starszych plików

Historia rekordu publikacji nie gwarantuje wieczystej dostępności oryginalnego pliku. Przeniesienie instalacji lub zmianę magazynu mediów należy traktować jako osobny proces. W udostępnianych klientom warunkach warto dokładnie ustalić przechowywanie plików i procedurę eksportu.

12. Wielokanałowość i warianty na platformy [RDZEŃ]

Jedna historia nie musi oznaczać jednego identycznego posta. Composer umożliwia wybór wielu celów oraz w obsługiwanym zakresie **override** — indywidualne dopasowanie wersji do określonej platformy. Jest to ważne ze względu na długość opisów, zachowanie linków, format multimedialny i różnice w sposobie konsumowania treści.

Przykład: firma organizuje konferencję. Wersja LinkedIn akcentuje agendę i wartość merytoryczną. Facebook zawiera konkretny opis wydarzenia. Instagram otrzymuje krótsze hasło i zestaw slajdów. X — zwięzły komentarz lub odpowiednio przygotowany wątek, jeśli aktywna integracja i workflow to wspierają.

Praca z nadpisaniami

1. Utwórz treść bazową.
2. Zaznacz kilka kont.
3. Otwórz szczegóły konkretnej platformy, jeśli wymaga innej wersji.
4. Zmień tylko potrzebne pola. Unikaj kopiowania pełnego posta bez czytania.

5. Sprawdź ostrzeżenia i finalny plan dla każdej platformy.
6. Potwierdź, czy treść ma iść w tym samym czasie, czy według oddzielnych slotów.

Smart Cast [MODUŁ / PILOTAŻ]

W katalogu istnieje opcjonalna funkcja `smart_cast_x_li_to_story`, związana z przepływem między tekstem na X/LinkedIn a historią na Instagramie i odpowiednim elementem linku. Jest to specjalistyczny scenariusz, domyślnie wyłączony; nie jest odpowiednikiem pełnego automatycznego kopiowania każdej treści między wszystkimi kanałami.

Granice wielokanałowości

Każdy kanał może otrzymać osobne zadanie. Jedno odrzucenie nie powinno automatycznie powodować ponownego wysłania poprawnie opublikowanych kopii. Przy dostawcy wielopowierzchniowym (np. Facebook i Instagram) zawsze sprawdzaj nazwę faktycznego celu w podglądzie.

13. Szkice i zachowanie pracy w toku [RDZEŃ]

Szkic pozwala przygotować publikację bez jej wysłania do serwisu społecznościowego. Należy rozróżniać szkic zapisany w logice produktu od lokalnego stanu Composera w przeglądarce. Część pomocniczego stanu formularza może być powiązana z bieżącym użytkownikiem, workspace i urządzeniem; nie zakładaj, że niedokończona praca automatycznie pojawi się na innym komputerze.

Dobre praktyki: nadaj robocznemu materiałowi rozpoznawalny tytuł, od razu określ kanały, przy długiej sesji zapisz ważny tekst także w uzgodnionym repozytorium treści, nie polegaj na przypadkowym pozostawieniu otwartej karty i sprawdzaj stan po ponownym logowaniu. Przy zmianie workspace upewnij się, że w Composerze nie pozostał tekst innego klienta.

Jeśli aplikacja pyta o porzucenie zmian, zweryfikuj, które media już zostały przesłane, a które istnieją tylko w niezapisanym formularzu. Przed ponownym użyciem szkicu sprawdź aktualność cen, dat i linków.

14. Terminy, harmonogramy, automatyczne sloty [RDZEŃ]

Mumro oferuje mechanizmy planowania publikacji w czasie oraz ustawiania zasad harmonogramu dla kanałów. Terminy mogą być wybierane ręcznie lub wynikać z najbliższej pozycji określonego rytmu publikacji. Ekran **Harmonogramy** (`/schedules`) pozwala zarządzać ustawieniami przypisanymi do wybranych kont.

Termin ręczny

Stosuj go dla wydarzeń z konkretną datą: start sprzedaży, konferencja, premiera, ważne rocznice, ogłoszenie. Sprawdź strefę czasową i czy godzina ma być zgodna z czasem klienta, zespołu czy docelowej publiczności.

Następny slot

To wygodne rozwiązanie dla evergreenów: treści, które nie muszą trafić na kanał w ustalonym dniu. Po przygotowaniu materiału można powierzyć systemowi osadzenie go w kolejnym dostępnym terminie, jeśli taki mechanizm jest aktywny dla kanału.

Cykliczne harmonogramy

Harmonogram generatora artykułów lub karuzel ma dodatkowe znaczenie: określa, kiedy zostanie utworzony *nowy materiał*. Nie jest tym samym, co kolejka gotowych publikacji. Zmiana częstotliwości generowania, zatwierdzenia automatyzacji lub sposobu dystrybucji wymaga świadomego przeglądu.

Zmiana terminu

Przesunięcie publikacji nie oznacza automatycznej odnowy uprawnień, ponownej autoryzacji autora ani gwarancji dostępności kanału w nowym momencie. Każde zadanie nadal musi przejść odpowiednie kontrole tuż przed wykonaniem.

15. Plan publikacji: kolejka, lista i kalendarz [RDZEŃ]

Plan publikacji (`/queue`) pokazuje zleczone, oczekujące i wymagające uwagi zadania. W interfejsie znajdują się widok listy i kalendarza, filtrowanie po koncie oraz statusie, podgląd elementów, a także czynności związane z edycją, zmianą terminu, kopiowaniem czy zakończeniem pracy nad zadaniem.

Widok listy

Pomaga przy pracy operacyjnej. Każdy wiersz warto czytać jako zadanie dla konkretnego kanału i materiału. Przy większej liczbie publikacji używaj filtrów, zamiast oceniać całą organizację na podstawie pierwszych rekordów. Lista pozwala także szybciej identyfikować błędy i powtarzające się problemy.

Kalendarz

Ułatwia ocenę rozłożenia publikacji w tygodniu lub miesiącu, niezamierzonych zagęszczeń, luk i konfliktów terminów. Sprawdza się podczas cotygodniowego planowania. Zmiana widoku nie zmienia statusu zadania; dopiero świadoma operacja edycji lub przeplanowania powoduje zapis.

Co oznaczają statusy

Stan logiczny	Znaczenie operacyjne
Szkic	Materiał przygotowywany, bez potwierdzenia aktywnego wykonania.
Zaplanowane / oczekujące	Zadanie istnieje, ale termin lub warunki wykonania jeszcze nie zostały spełnione.
W trakcie / publikowanie	Praca została podjęta lub przekazana do dostawcy; wynik może nie być jeszcze znany.
Sukces / opublikowane	Istnieje potwierdzenie uznanego sukcesu dla danego celu.
Nieudane / zablokowane	Nie wykonano zadania albo nie uzyskano poprawnego wyniku; przyczyna wymaga odczytania.
Niepewny wynik	Mogło dojść do skutku zewnętrznego bez wiarygodnego potwierdzenia; potrzebne jest uzgodnienie statusu.
Anulowane / archiwalne	Zadanie nie ma być wykonywane w normalnym przebiegu, ale historia może pozostać.

Nazwy i szczegółowe kody różnią się między typami zadań. Zawsze kieruj się opisem konkretnej operacji, a nie tylko kolorem etykiety.

16. Zmiany, kopiowanie, ponawianie i archiwizacja [RDZEŃ]

Mumro wspiera reorganizację kalendarza. Można m.in. przenosić terminy, edytować obsługiwane pola, kopiować materiał do innego konta, wykorzystywać ponownie wcześniejsze treści oraz kończyć zadania, które nie powinny zostać wysłane.

Kopiowanie materiału

Przydaje się przy przenoszeniu udanej publikacji na dodatkowy kanał lub tworzeniu wariantu. Kopia powinna zostać zweryfikowana tak samo jak nowa publikacja: stary opis może zawierać niewłaściwy link, termin wydarzenia, hashtag czy kontekst specyficzny dla pierwotnej platformy.

Ponowienie nieudanego zadania

To operacja wymagająca szczególnej uwagi. Błąd nie musi oznaczać, że dostawca nie utworzył posta. Jeśli połączenie zostało przerwane po przyjęciu danych, bezmyślne ponowienie może skończyć się duplikatem. W szczególności rozróżniaj: odmowę przed wysłaniem, błąd po stronie dostawcy, timeout bez potwierdzenia oraz częściowy sukces zestawu wielokanałowego.

Anulowanie i archiwizacja

Wycofanie przyszłej publikacji jest inne niż usunięcie treści już opublikowanej w zewnętrznym serwisie. Archiwizacja w Mumro nie jest obietnicą skasowania wpisu z Facebooka, YouTube czy Instagrama. Usunięcie opublikowanego materiału na platformie należy realizować zgodnie z aktualnymi możliwościami dostawcy i uzgodnionymi procedurami.

Dobra procedura operacyjna

1. Otwórz szczegółły konkretnego zadania.
2. Zweryfikuj status i cel, do którego przypisana jest operacja.
3. Jeśli to możliwe, sprawdź publiczny link i wynik u dostawcy.
4. Przy opóźnieniu wybierz kontrolowaną zmianę terminu.
5. Przy błędzie użyj odzyskiwania/ponowienia dopiero po ustaleniu, że nie grozi duplikacją.
6. Zapisz informację o decyzji, jeśli sytuacja ma wpływ na kampanię lub klienta.

17. Historia publikacji i linki do materiałów [RDZEŃ]

Ekran **Opublikowane** (/published) gromadzi historię wykonanych publikacji. Służy do weryfikacji efektu, przeglądania treści i odnajdywania materiałów nadających się do ponownego użycia. Dostępne są widoki kalendarza i listy. Kalendarz historyczny jest tylko do odczytu: przesuwanie przeszłej publikacji nie miałoby sensu, ponieważ nie zmieniłoby jej faktycznej daty emisji.

Co można zrobić w historii

- Przejrzeć opublikowane pozycje w kolejności chronologicznej lub w kalendarzu.
- Zawęzić widok do wybranego konta, o ile dane i uprawnienia na to pozwalają.
- Otworzyć podgląd zapisanego materiału.
- Przejść do wpisu na danej platformie przez dostępny link zewnętrzny.
- Odczytać pokazane dla zadania informacje o wynikach, np. wyświetlenia lub polubienia, jeśli zostały pobrane.
- Skopiować treść do innego kanału lub utworzyć wariant zgodnie z dostępnymi akcjami.

Ważne: nie należy utożsamiać daty utworzenia zadania z faktycznym momentem emisji. Nie każda platforma udostępnia te same statystyki i nie wszystkie dane pojawiają się natychmiast. Zdarza się, że post jest już widoczny publicznie, podczas gdy synchronizacja wyników dopiero się aktualizuje.

Ponowne wykorzystanie treści (repurposing)

Historia pomaga zbudować bibliotekę materiałów, które udowodniły swoją wartość. Wybierz treść z dobrym odbiorem, przeanalizuj, *dlaczego* zadziałała, zaktualizuj fakty i przygotuj nową formę: skrócony post, wizualną karuzelę, kolejną część serii albo wideo. Nie kopiuj automatycznie identycznego materiału na wszystkie profile — zachowaj kontekst i unikaj powtarzalnego spamu.

18. Stories i sekwencje materiałów [MODUŁ / ZAKRES WARUNKOWY]

Stories są odrębnym typem publikacji. Ich krótkotrwały charakter i specyficzne mechanizmy platform powodują, że wymagają osobnej obsługi. W Mumro występuje moduł **stories**, a odpowiednie ścieżki mogą uwzględniać serię elementów i ich kolejność.

Do czego służą Stories

Dobrze nadają się do komunikacji aktualnej, dokumentowania wydarzeń, budowania relacji, przypominania o publikacjach głównych i przekierowywania do strony. W przeciwieństwie do długiego filmu często nie trzeba budować kompletnej narracji od początku do końca, lecz zadbać o czytelne, pojedyncze kroki.

Łańcuch Stories

W obsługiwanych przypadkach materiał może być złożony z segmentów wykonywanych w określonej kolejności. Każdy z nich powinien zachować własny stan, termin i kontrolę uprawnień. Nie zakładaj, że sukces pierwszej części automatycznie gwarantuje publikację kolejnych.

Jak przygotować serię

1. Określ, jaki komunikat ma zostać zrozumiany po zobaczeniu pierwszej planszy.
2. Przygotuj obrazy lub filmy w formacie akceptowanym przez docelowy kanał.
3. Ustal kolejność, aby odbiorca nie musiał znać wcześniejszych publikacji.
4. Sprawdź tekst nakładany na obraz, daty i wyraźne wezwania do działania.
5. Obejrzyj całość na małym ekranie, najlepiej w formacie telefonu.
6. Zaplanuj albo opublikuj i zweryfikuj wynik każdego segmentu.

W wybranych integracjach występuje obsługa linku lub naklejki linkowej; dostępność tego elementu zależy od docelowej powierzchni i uruchomienia odpowiedniej ścieżki.

19. Komentarze, odpowiedzi i moderacja [RDZEŃ / MODUŁ]

Ekran **Komentarze** (/comments) skupia reakcje odbiorców, które udało się pobrać przez podłączone integracje. Zamiast przełączać się między osobnymi panelami, operator może przeglądać je w jednym widoku, filtrować, sortować i przygotowywać odpowiedzi.

Informacje w karcie komentarza

W interfejsie mogą pojawiać się: autor komentarza, jego treść, platforma, powiązany materiał, odnośnik do publikacji, data, liczba polubień, etykiety kategorii i stan obsługi. Dostępne informacje zależą od danych zwracanych przez platformę i możliwości synchronizacji.

Filtry i sortowanie

W kodzie przewidziano filtrowanie m.in. wszystkich, bez odpowiedzi, szkiców, wysłanych oraz spraw wymagających człowieka. Możliwe jest także sortowanie od najnowszych, od najstarszych lub według liczby polubień. To pomaga oddzielić dyskusje, na które trzeba zareagować natychmiast, od rutynowych komentarzy.

Ręczna odpowiedź

1. Wybierz kanał lub przekrój komentarzy.
2. Otwórz komentarz i przeczytaj kontekst oryginalnej publikacji.
3. Napisz odpowiedź odpowiednią do marki i sytuacji.
4. Zapisz ją jako szkic albo wyślij przy użyciu dostępnej czynności.
5. Sprawdź stan wysyłki; przy niepewnym wyniku nie twórz bez kontroli drugiej odpowiedzi.
6. Oznacz sprawę jako obsłużoną, jeśli faktycznie tego wymaga proces.

Zasada moderacji: nie każda wypowiedź wymaga automatycznej reakcji. Krytyka merytoryczna, skarga klienta, pytanie dotyczące płatności lub komentarz zawierający dane osobowe może wymagać eskalacji do człowieka.

Gdzie komentarze dają wartość marketingową

Komentarze są źródłem informacji o pytaniach i obiekcjach odbiorców. Warto cyklicznie grupować je tematycznie, a następnie wykorzystać do tworzenia FAQ, nowych artykułów, krótkich postów wyjaśniających i aktualizacji oferty. Dzięki temu obsługa społeczności staje się również elementem planowania treści.

20. Automatyzacja komentarzy i polityki odpowiedzi [MODUŁ / PILOTAŻ]

Mumro posiada ścieżki związane z generowaniem odpowiedzi AI, wzorcami odpowiedzi oraz planowanymi komentarzami autora. Są to narzędzia pomocnicze, a nie gwarancja, że każdy komentarz zostanie automatycznie poprawnie obsłużony.

Wygeneruj propozycję

Przy wybranym komentarzu można — jeśli moduł jest aktywny — użyć akcji generowania odpowiedzi. Model otrzymuje kontekst dostępny w danej ścieżce i proponuje tekst. Użytkownik powinien go przeczytać, szczególnie gdy rozmowa dotyczy reklamacji, osób publicznych, zdrowia, finansów lub drażliwych tematów.

Polityka odpowiedzi

W produkcie istnieją zasady określające, jak i kiedy obsługiwać komentarze, a także szablony odpowiedzi i planowane działania. Sens tej warstwy polega na uniknięciu sytuacji, w której automat odpowiada wszystkim identycznym komunikatem albo wdaje się w rozmowę poza zatwierdzonym zakresem.

Przykładowy podział:

- Pytanie organizacyjne — można użyć odpowiedzi opartej na zaakceptowanym FAQ.
- Prośba o źródło — najlepiej wskazać zweryfikowany odnośnik.
- Konstruktywna krytyka — odpowiedź przygotowana przez człowieka lub przez niego zaakceptowana.
- Spam lub nadużycie — decyzja zgodna z polityką moderacji i uprawnieniami platformy.
- Reklamacja zawierająca dane klienta — przeniesienie sprawy do bezpiecznego kanału kontaktu.

Zaplanowany komentarz autora

Niektóre formaty komunikacji wykorzystują pierwszy komentarz do umieszczenia linku, źródeł lub kontekstu dodatkowego. W produkcie istnieją mechanizmy planowania takich komentarzy. Powodzenie jest osobnym zdarzeniem od powodzenia publikacji głównej. Nie należy zakładać, że każde API platformy obsługuje komentarz autora w ten sam sposób.

21. Skrzynka kontaktów i konwersacji [RDZEŃ / ZAKRES WARUNKOWY]

Widok **Skrzynka** (/inbox) pełni funkcję zbiorczego przeglądu kontaktów i zdarzeń pochodzących z wybranych źródeł. W obecnej implementacji pozwala filtrować m.in. elementy związane z komentarzami i chatbotem oraz ograniczać widok do spraw nieobsłużonych.

Nie jest to deklaracja pełnego odpowiednika skrzynki Messenger, Instagram Direct, WhatsApp czy poczty elektronicznej. Tych rodzajów obsługi nie należy przypisywać Mumro bez osobnej, potwierdzonej integracji.

Jak korzystać

1. Otwórz Skrzynkę i wybierz wszystkie źródła, komentarze lub chatbota.
2. Włącz filtr spraw nieobsłużonych, jeśli potrzebujesz operacyjnej listy zadań.
3. Otwórz szczegóły elementu i oceń, czy wymagają odpowiedzi, notatki czy przekazania dalej.
4. Korzystaj z odnośnika do źródłowej konwersacji, gdy aplikacja go udostępnia.
5. Ustal wewnętrzną procedurę oznaczania obsługi, aby dwie osoby nie prowadziły równoległej komunikacji.

22. Pulpit operacyjny [RDZEŃ]

Pulpit (/) zbiera najważniejsze informacje o pracy nad treściami i stanie połączonych kont. W implementacji występują: wskaźniki odbiorców i aktywności, sygnały wymagające uwagi, propozycje następnych działań, zbliżające się publikacje, ostatnie zdarzenia i opcjonalny audyt AI.

Elementy pulpitu

KPI pokazują wybrane liczby dotyczące podłączonych kont i aktywności. Użytkownik może wybierać zakresy 7, 30 lub 90 dni, a globalny selektor kanału wpływa na dane tam, gdzie jest to uzasadnione.

Wymaga uwagi gromadzi sygnały, które mogą oznaczać potrzebę działania. Mogą dotyczyć połączeń, kolejki, treści lub niespójności danych. Nie każdy sygnał jest błędem systemowym — część służy jako podpowiedź operacyjna.

Nadchodzące pomaga ocenić bliskie terminy, bez konieczności przechodzenia od razu do pełnego kalendarza.

Aktywność pokazuje historię ostatnich ważnych zdarzeń w danym zakresie.

Sugestie i audyt AI wspomagają interpretację danych i planowanie działań, jeśli odpowiednia funkcjonalność jest aktywna i dostępne są wiarygodne dane.

Jak prawidłowo interpretować KPI

Brak obserwacji może wynikać z braku możliwości pobrania danych, niespójnego mapowania kanału albo problemu z autoryzacją. Nie należy interpretować go automatycznie jako „zero obserwujących”. Rozwijane w kodzie wskaźniki pokrycia danych mają ułatwiać takie rozróżnienie, ale ich aktualny stan na produkcji należy potwierdzić.

Codzienna kontrola w pięciu minutach

1. Sprawdź ostrzeżenia o połączeniach.
2. Zobacz, co powinno zostać opublikowane w ciągu najbliższych 24–48 godzin.
3. Porównaj statusy zadań, które miały wykonać się poprzedniego dnia.
4. Zidentyfikuj nowe komentarze wymagające człowieka.
5. Zanotuj jedną decyzję dotyczącą planu treści.

23. Analityka społecznościowa [MODUŁ]

Ekran **Analityka** (/analytics) służy do oceny aktywności w czasie i porównywania wyników na obsługiwanych platformach. W kodzie zaprojektowano pięć zasadniczych przekrojów:

1. **Karty KPI** — wartości za wybrany okres i zmiany względem okresu porównawczego.
2. **Seria czasowa** — trend publikacji, polubień lub wyświetleń w kolejnych dniach.
3. **Przekrój platform** — porównanie liczby publikacji i reakcji między kanałami.
4. **Najlepsze godziny** — mapa dni tygodnia i godzin, zestawiająca obserwowane wyniki.
5. **Najlepsze posty i hashtagi** — treści, które osiągnęły widoczne rezultaty w danych.

Zakresy analityczne obejmują 7, 30, 90 i 365 dni. Samo przełączenie zakresu nie tworzy nowych danych; zależy od historii przechowywanej w Mumro i od informacji możliwych do pobrania z API dostawców.

Na co patrzeć podczas przeglądu

Liczba publikacji to miara regularności, ale nie jakości. **Wyświetlenia i reakcje** zależą od rodzaju konta, czasu, tematu i algorytmu platformy. **Godziny publikacji** pokazują historyczną zależność, a nie gwarantowany najlepszy termin. **Najlepsze posty** warto analizować również jakościowo — co obiecywały, jak długi był materiał, skąd pochodzili odbiorcy, czy temat jest powtarzalny.

Metryki nieporównywalne

Wyświetlenie na YouTube i obejrzenie krótkiego materiału na innej platformie nie musi oznaczać identycznego zachowania użytkownika. Część dostawców zwraca liczbę odsłon, inni zasięg, jeszcze inni reakcje. Raport przeznaczony dla klienta powinien wskazywać definicję wskaźnika i źródło, a przy braku danych pokazywać „brak danych”, nie zero.

24. Insights i rekomendacje [RDZEŃ / ZAKRES WARUNKOWY]

Widok **Insights** (/insights) odpowiada na pytanie: *co zrobić z danymi, które już mamy?* W kodzie znajdują się następujące sekcje:

- **Raport okresowy** z najważniejszymi obserwacjami.
- **Sugestie terminów** bazujące na dostępnych danych o publikowaniu i reakcji odbiorców.
- **Hashtagi sprawdzone i eksperymentalne** — oddzielenie wzorców wynikających z historii od pomysłów do przetestowania.
- **Aktywność kanałów** — porównanie sygnałów zaangażowania.
- **Kandydaci do ponownego wykorzystania** — treści, które mogą posłużyć do repurposingu.

Jak wykorzystać Insights

Nie traktuj sugestii jak instrukcji automatycznego zwiększania zasięgu. To hipotezy. Zastosuj prosty cykl: wybierz rekomendację, zapisz oczekiwaną zmianę, przetestuj na ograniczonej liczbie publikacji, porównaj wyniki i zdecyduj, czy ją przyjąć.

Przykład: Insight wskazuje, że posty edukacyjne miały wyższe reakcje w dwóch ostatnich miesiącach. Zamiast publikować wyłącznie edukację, zaplanuj cztery podobne materiały i sprawdź, czy efekt powtarza się także na nowej próbie.

Kiedy rekomendacja jest słaba

Mało danych, zmiana charakteru kanału, nieporównywalne kampanie i brak kompletnej historii mogą obniżyć wartość wniosków. Dobra praca z Insights zakłada świadomość tych ograniczeń, a nie ukrywanie ich pod wykresem.

25. Strategia komunikacji [RDZEŃ]

Ekran **Strategia** (/strategy) gromadzi kontekst redakcyjny: cele, role kanałów, podstawowe wskaźniki i ograniczenia działania. Powiązany z nim audyt może ułatwiać ocenę kondycji kanałów i proponowanie kierunków działania. Warto odróżnić strategię marki od pojedynczego promptu generatora: to dokument decyzji, który powinien być użyteczny także wtedy, gdy AI jest wyłączony.

Elementy dobrej strategii

Grupy odbiorców. Kto ma odczytać komunikat, jakiego problemu dotyczy i na jakim etapie relacji z marką się znajduje?

Cel komunikacyjny. Budowanie zaufania, pozyskiwanie ruchu, edukacja, angażowanie społeczności czy informowanie o ofercie to różne zadania. Jeden post może realizować kilka celów, ale najlepiej mieć cel dominujący.

Rola kanału. LinkedIn może służyć kontekstowi eksperckiemu, Instagram wizualnemu opowiadaniu, YouTube szerszym materiałom, a WWW trwałej bazie treści. To przykład, nie uniwersalna prawda dla każdej marki.

Filar tematyczny. Zdefiniuj 3–5 powtarzalnych obszarów, np. poradniki, kulisy, analiza problemów odbiorców, case studies i aktualności.

Miary i granice. Ustal częstotliwość, budżet, poziom automatyzacji, typy treści wyłączone z autopublikacji oraz sposób oceny rezultatów.

Przykład karty strategicznej

Marka: firma doradcza B2B. **Cel 90 dni:** regularna publikacja ekspercka i pozyskiwanie wartościowych rozmów. **Kanały:** LinkedIn — główne analizy; Facebook — relacja z istniejącą społecznością; strona — rozbudowane poradniki. **Rytm:** dwa posty i jeden artykuł

tygodniowo. **Zasada AI:** model może przygotowywać szkice, ale dane i rekomendacje branżowe zatwierdza ekspert. **KPI:** regularność, ruch na poradnikach, odpowiedzi odbiorców i jakościowe zapytania.

Kiedy aktualizować strategię

Co miesiąc oceń realizację planu, a co kwartał przeprowadź głębszy przegląd. Zmiana pojedynczego wyniku nie musi oznaczać zmiany całej strategii. Platforma pomaga utrzymać ciągłość procesu, ale decyzje rynkowe i redakcyjne wymagają oceny człowieka.

CZĘŚĆ III. AI STUDIO I PRODUKCJA TREŚCI

26. Ustawienia sztucznej inteligencji [MODUŁ]

W Mumro generowanie tekstu, obrazów, głosu oraz niektóre operacje obliczeniowe mogą być realizowane przez różne usługi. Odpowiednie ustawienia znajdują się m.in. pod **Ustawienia** → **AI**, a część wyspecjalizowanych opcji występuje w ekranach generatorów.

Dwa modele dostępu do AI

Managed AI oznacza korzystanie ze skonfigurowanych usług udostępnianych przez operatora Mumro, rozliczanych zgodnie z przypisanym budżetem i katalogiem użycia. Jest wygodny dla użytkownika, który nie chce samodzielnie utrzymywać kluczy usług zewnętrznych.

BYOK (Bring Your Own Key) oznacza, że workspace korzysta z własnych uprawnień lub kluczy do wybranych usług AI, gdy plan i polityka operatora to dopuszczają. Nie należy tego rozumieć jako „wszystko za darmo”: opłata u dostawcy może nadal występować, podobnie jak koszt renderowania wykonywanego po stronie platformy.

Jak przygotować workspace

1. Sprawdź, czy AI jest aktywne w planie i w konkretnych modułach.
2. Wybierz dopuszczone źródło rozliczania: managed lub własny dostawca.
3. Jeśli konfigurujesz własne klucze, wprowadzaj je wyłącznie w zatwierdzonym formularzu; nie w treści promptu.
4. Ustal limit wydatków i zakres operacji wymagających płatnego modelu.
5. Wykonaj mały test generowania przed uruchomieniem zaplanowanych serii.
6. Określ procedurę postępowania, gdy dostawca AI przestanie odpowiadać.

Zmiana trybu na managed może wiązać się z usunięciem zapisanych własnych kluczy generatywnych — to operacja, którą należy wykonać świadomie. Klucze wyszukiwania źródeł nie są zawsze tym samym, co klucze modeli językowych.

Jakość i powtarzalność

Nawet ten sam prompt nie musi zwrócić identycznego tekstu w każdej próbie. W ocenie AI rozdzielaj jakość językową od poprawności faktów, adekwatności do marki, legalności materiałów i zgodności z kanałem publikacji. AI jest etapem produkcji, nie automatycznym świadectwem prawdziwości.

27. Głos marki, reguły i kontekst redakcyjny [RDZEŃ / MODUŁ]

Widok **Głos marki** (/settings/brand-voice) umożliwia zapisanie tożsamości komunikacyjnej, preferowanego tonu, języka, reguł i przykładów. To niezwykle przydatne przy współpracy kilku redaktorów lub korzystaniu z różnych modeli AI.

Co warto skonfigurować

Charakter marki. Czy marka jest spokojna, ekspercka, przystępna, bezpośrednia, humorystyczna? Nie opisuj jej tylko przymiotnikami — dodaj kilka przykładowych zdań.

Odbiorca. Poziom wiedzy, najczęstsze pytania, bariera wejścia i kontekst geograficzny.

Słownictwo. Nazwy produktów, preferowane pojęcia, terminy branżowe, pisownia skrótów oraz słowa, których marka unika.

Reguły. Czy wolno stosować emoji? Czy marka używa formy „Ty”? Jakiego typu claimów i porównań nie stosować? Jak oznaczać niepewność i źródła?

Przykłady. Kilka zaakceptowanych tekstów jest zwykle cenniejszych niż ogólne polecenie „pisz profesjonalnie”. Pokaż także antyprzykłady, jeśli zespół ma do nich bezpieczny dostęp.

Przykładowa konfiguracja

„Pisz po polsku, językiem eksperckim, ale bez urzędowego tonu. Stawiaj na konkret, unikaj marketingowych superlatywów. Jeśli treść zawiera daty, ceny lub liczby, przytocz źródło albo zaznacz konieczność weryfikacji. Jeden post powinien zawierać jeden główny wniosek. Nie używaj niepotwierdzonych cytatów.”

Spójność marki a wielokanałowość

Głos marki stanowi wspólny punkt odniesienia. Nie wyklucza dopasowania formy do platformy. Marka może pozostać merytoryczna zarówno w pięciominutowym poście na Facebooku, jak i dwuminutowym filmie — pod warunkiem, że w obu przypadkach respektuje te same standardy faktów i języka.

28. Generator postów i serii [MODUŁ]

Ekran **Generator postów** (/create/posts) pomaga przygotować zestaw szkiców na podstawie briefu. Implementacja przewiduje m.in. liczbę propozycji, ton wypowiedzi, opcjonalne obrazy, wybór docelowych kont i możliwość skierowania wygenerowanych treści do planu publikacji.

Główne parametry

- **Temat / prompt** — co i po co chcemy zakomunikować.
- **Liczba propozycji** — ile materiałów ma powstać w serii.
- **Ton** — styl językowy i poziom formalności.
- **Data i aktualność** — czy temat jest związany z konkretnym momentem.
- **Grafiki** — czy mają być generowane obrazy, z jakim stylem i modelem, jeżeli konfiguracja to umożliwia.
- **Konta docelowe** — gdzie będą wykorzystywane zaakceptowane szkice.
- **Tryb harmonogramu** — planowane sloty, następny dostępny slot albo sekwencja z określonym odstępem.

Praca krok po kroku

1. Opracuj konkretny brief, zawierający temat, odbiorcę, cel i zakazane uproszczenia.
2. Wybierz rozsądną liczbę propozycji; na początek np. 3–4 zamiast 30.
3. Sprawdź źródło AI i budżet, a następnie wygeneruj szkice.
4. Przeczytaj każdy tekst. Usuń duplikaty, niesprawdzone liczby i ogólniki.
5. Popraw opisy, hashtagi i ewentualne prompty graficzne.
6. Zaznacz tylko zaakceptowane propozycje.
7. Wybierz konta i sposób terminu, sprawdź plan, dopiero potem uruchom zapis lub planowanie.

Trzy sposoby wykorzystania generatora

Burza mózgów: generujesz pomysły, a ostateczny tekst pisze redaktor. **Szkice redakcyjne:** AI przygotowuje teksty, które człowiek weryfikuje i poprawia. **Seria na podstawie harmonogramu:** zaakceptowany zbiór trafia do wybranych slotów. Te tryby różnią się poziomem automatyzacji i wymagany nadzorem.

Jak pisać lepszy brief

Słaby prompt: „Napisz 5 postów o naszej firmie”. Dobry prompt: „Przygotuj 4 odrębne posty edukacyjne dla właścicieli małych sklepów internetowych. Każdy ma omawiać jeden kosztowny błąd w opisie produktu. Ton rzeczowy, bez obiecywania gwarantowanego wzrostu sprzedaży. Każdy post ma zawierać konkretną radę i pytanie końcowe. Nie wymyślaj statystyk”.

29. Generator Reels [MODUŁ / PILOTAŻ]

Reels (/create/reels) służy do produkowania krótkich materiałów wideo ze scenariusza, tematu, zdjęć i wybranych elementów wizualnych. To moduł bardziej złożony niż generator tekstu: angażuje AI, transport plików, renderer wideo i niekiedy usługę syntezy mowy. Jego działanie na konkretnej instalacji wymaga potwierdzenia aktywności zewnętrznego silnika.

Cztery obszary ekranu

1. **Tworzenie** — zdefiniowanie materiału i uruchomienie zadania.
2. **Research** — przygotowanie treści na podstawie wybranych źródeł i kontekstu, jeśli ten tryb jest dostępny.
3. **Moje Reels** — lista zadań, postęp, podgląd, pobieranie i dostępne operacje na zakończonych renderach.
4. **Ustawienia** — konfiguracja preferowanego głosu, modelu głosowego i powiązanych opcji integracji.

Tryby wizualne zidentyfikowane w interfejsie

Tryb techniczny	Charakter materiału	Przykład zastosowania
photo_captions	Narracja oparta na zdjęciach i napisach	Reportaż zdjęciowy, historia produktu.
photo_explainer	Zdjęcia uzupełnione planszami wyjaśniającymi	Miniwykład i analiza.
topic_cards	Plansze z tekstem i kluczowymi punktami	„5 rzeczy, które warto wiedzieć”.
terminal_code	Estetyka terminala / kodu	Technologia, programowanie, demonstracja procesu.
breaking_news	Dynamiczna informacja / news	Krótki komunikat o aktualnym wydarzeniu.
kinetic_type	Ruchoma typografia	Mocny cytat lub komunikat bez fotografii.
neon_glass	Stylizowane plansze i efekt wizualny	Materiał brandingowy, nowoczesna prezentacja.

Są to tryby obecne w kodzie interfejsu; ich rzeczywista gotowość zależy od wersji i zdolności renderera.

Scenariusz i narracja

Można pracować z tekstem napisanym przez użytkownika lub przygotowywanym z udziałem AI. Wariant ze scenariuszem własnym daje większą kontrolę nad faktami, tempem i treścią. Wariant generatywny skraca etap przygotowania pierwszej propozycji, lecz wymaga oceny poprawności i spójności.

Grafika, głos i muzyka

W zależności od trybu materiał może korzystać z wgranych obrazów lub obrazów generowanych. Synteza mowy wymaga odpowiednio skonfigurowanego dostawcy, a gotowy głos trzeba odsłuchać. Należy sprawdzić akcent, liczby, daty, nazwy własne i wymowę. Licencje do muzyki, wizerunków i fotografii są niezależnym obowiązkiem użytkownika.

Cykl zadania

1. Wybierz tryb wizualny i sposób przygotowania treści.
2. Podaj temat albo kompletny scenariusz.
3. Skonfiguruj długość, format i media.
4. Przejrzyj koszt lub dostępność budżetu.
5. Uruchom generowanie.
6. W „Moje Reels” śledź stan zadania; może ono zakończyć się powodzeniem, częściowym wynikiem, błędem albo anulowaniem.
7. Obejrzyj film, popraw w razie potrzeby, pobierz lub skieruj do odpowiedniego workflow publikacyjnego.

Ponowne renderowanie

W produkcie istnieją operacje ponownego renderu lub modyfikacji wyniku. To nie oznacza, że każdy koszt zostanie automatycznie anulowany ani że już opublikowany materiał zmieni się na platformie. Nowy render wymaga osobnego porównania z poprzednią wersją.

Kiedy warto korzystać

Reels to dobre rozwiązanie dla powtarzalnych formatów: krótkich wyjaśnień, serii edukacyjnych, zestawień, historii opowiedzianych na fotografiach czy zapowiedzi artykułów. Mniej pasuje do nagrań, w których najważniejszy jest autentyczny kontakt z osobą przed kamerą — tam generatywne wideo może być jedynie dodatkiem.

30. Generator Shorts z długiego wideo [MODUŁ / PILOTAŻ]

Shorts (/create/shorts) jest modulem przekształcania dłuższego nagrania w krótkie, pionowe klipy z wybranymi fragmentami i napisami. Mumro pełni rolę miejsca zlecenia, śledzenia wyniku i dalszego publikowania, natomiast sama analiza i renderowanie mogą odbywać się w osobnej usłudze.

Co umożliwia proces

- Przyjęcie źródłowego pliku wideo z zatwierdzonego uploadu.
- W wybranych konfiguracjach — przyjęcie zewnętrznego źródła HTTPS.

- W trybie eksperymentalnym `youtube_source_beta` — obsługę wskazanego filmu z YouTube po spełnieniu dodatkowych warunków uprawnień i potwierdzenia własności kanału.
- Dobór liczby fragmentów i ich orientacyjnej długości.
- Wybór strategii wykrywania ciekawych fragmentów.
- Przygotowanie napisów i renderów pionowych.
- Przegląd klipów, ich wybór oraz przekazanie do normalnego planowania i publikacji.

Co warto wiedzieć o YouTube jako źródle

Nie jest to ogólny downloader filmów z YouTube. Źródło związane z YouTube wymaga osobnej eksperymentalnej zdolności, sprawdzanej własności odpowiedniego kanału i gotowości usługi przetwarzającej. Samo posiadanie linku nie daje prawa do przetworzenia cudzego nagrania.

Pełny workflow

1. Wybierz plik, do którego masz prawa, i prześlij go do Mumro.
2. Określ liczbę oczekiwanych fragmentów oraz ich maksymalny czas (w standardowym kontrakcie krótkie klipy nie przekraczają 60 sekund).
3. Zaznacz, czy mają powstać napisy, i dobierz metodę wyboru fragmentów.
4. Sprawdź koszt renderowania, limity i aktywację modułu.
5. Zleć przetwarzanie i obserwuj zadanie na liście.
6. Po zakończeniu obejrzyj każdy wygenerowany klip. Szczególnie sprawdź, czy nie wycięto kluczowego zastrzeżenia lub przeczenia.
7. Wybierz wartościowe fragmenty i przypisz im odpowiednie kanały oraz terminy.
8. Po publikacji sprawdź historię i wyniki każdego klipu osobno.

Ryzyko wyrwania z kontekstu

Automatyczny fragment może być dynamiczny, lecz nie oddawać intencji całego filmu. W materiałach edukacyjnych, politycznych, prawnych i naukowych przegląd człowieka jest kluczowy. Należy sprawdzać zarówno poprawność napisów, jak i sens wypowiedzi przed i po cięciu.

31. Research: źródła i jakość informacji [MODUŁ]

Źródła (`/settings/sources`) to wspólna powierzchnia zarządzania profilami researchowymi używanymi przez wybrane automatyzacje artykułów, rolek i karuzel. Chodzi o to, aby generacja materiału nie polegała wyłącznie na swobodnym „wymyślaniu” odpowiedzi przez model AI, lecz mogła korzystać z określonych, odnotowanych materiałów źródłowych.

Dostępne podejścia

Curated only — skonfigurowane źródła, np. RSS i Atom, bez konieczności zewnętrznego wyszukiwania internetowego. Dobrze nadaje się do oficjalnych komunikatów, wybranych portali i zamkniętego katalogu zaufanych wydawców.

Web only — wyszukiwanie na podstawie zapytań i skonfigurowanego dostawcy wyszukiwania.

Hybrid — połączenie źródeł kuratorowanych i web search. Jest użyteczne, gdy trzeba znaleźć zarówno źródło pierwotne, jak i niezależny kontekst.

Co zawiera profil źródeł

W zależności od konfiguracji: nazwę, status aktywności, tryb pracy, listę feedów, zapytania, domeny preferowane lub blokowane, czas aktualności, limity wyników oraz progi jakości. Możliwe są operacje tworzenia, importu z przygotowanego presetu, edycji, duplikowania, wyłączania, testu i usuwania — z ograniczeniem, że źródło używane przez aktywny harmonogram nie powinno znikać bez kontroli zależności.

Kontrola jakości źródeł

W workflowach badawczych pojawiają się warunki minimalnej liczby źródeł, liczby źródeł oficjalnych i liczby niezależnych domen. System może odrzucić proces, jeśli nie zbierze wystarczająco rzetelnego materiału. To zachowanie jest korzystniejsze niż bezwarunkowe opublikowanie wygenerowanego tekstu z niepewnymi danymi.

Przykład profilu „AI / technologia”

Zdefiniuj oficjalne blogi producentów jako źródła pierwotne, kilka niezależnych serwisów branżowych jako kontekst i określ aktualność, np. ostatnie siedem dni. W briefie poproś o źródło oraz o rozdzielenie: **co firma rzeczywiście ogłosiła, jak to interpretują komentatorzy, co pozostaje niepewne**. Przy artykułach o premierach i cenach unikaj opierania się wyłącznie na starych fragmentach z wyszukiwarki.

Granice researchu

Wyniki wyszukiwania nie są automatyczną licencją do kopiowania zdjęć lub całych artykułów. Research zbiera materiał do weryfikacji i streszczania. Fakt obecności linku w źródłach nie zwalnia redaktora z oceny wiarygodności ani z przestrzegania zasad cytowania.

32. Social Autopilot: karuzele i cykliczne materiały [MODUŁ / PILOTAŻ]

Social Autopilot (/create/autopilot) umożliwia konfigurowanie cyklicznych karuzel, których treść powstaje na podstawie źródeł, artykułów lub określonego tematu. System łączy research, przygotowanie struktury slajdów, renderowanie grafik, opisy i normalną kolejną publikacji.

Typowy proces

1. Użytkownik nadaje harmonogramowi nazwę i wybiera konta docelowe.
2. Określa częstotliwość generowania i temat.
3. Wskazuje źródło: research web, artykuły własnego portalu, konkretny artykuł lub temat evergreen.
4. Wybiera styl, format, gęstość treści i liczbę slajdów.
5. Ustala, czy wynik ma zostać szkicem, trafić do następnego slotu, czy zostać skierowany do natychmiastowej publikacji.
6. Korzysta z podglądu i oceny jakości, jeśli dany workflow to oferuje.
7. Właściciel lub administrator przegląda zapisaną konfigurację i udziela wymaganej zgody na automatyczne działanie.
8. Harmonogram generuje materiał zgodnie z zatwierdzoną wersją ustawień i aktualnymi uprawnieniami.

Źródła treści

Web: wyniki wyszukiwania z odpowiednim profilem i kontrolą aktualności. **Portal:** artykuły ze stron przypisanych do bieżącego workspace. **Konkretny artykuł:** jedna zweryfikowana publikacja jako punkt wyjścia. **Evergreen:** treść ponadczasowa, bez obowiązkowego bieżącego researchu. Ten ostatni wariant nie powinien być stosowany do komunikatów wymagających aktualnych wiadomości.

Wygląd karuzeli

W kodzie są style **editorial**, **bold** i **minimal**, formaty **4:5 (1080 × 1350)** i **1:1 (1080 × 1080)** oraz poziomy treści **compact**, **standard** i **detailed**. Okładka może używać szablonu, generowanego przez AI tła albo — w odpowiednich trybach — obrazu pochodzącego z własnego artykułu. Liczba slajdów konfiguracyjnie mieści się w granicach 3–10, z opcjonalną planszą źródeł.

Instagram i Facebook

Pierwotna ścieżka Social Autopilota była nastawiona na karuzele Instagram. W nowszym kodzie dodano obsługę autoryzowanych celów Facebook oraz połączeń Instagram/Facebook. Ta zmiana znajduje się w repozytorium `main` jako aktualizacja, ale została scalona bez niezależnego pełnego odbioru produkcyjnego. **Przed obietnicą obsługi Facebook Autopilota należy potwierdzić faktyczną wersję wdrożenia i wykonać odrębny test.**

Zgoda jest oddzielna od „aktywny”

Najważniejsza własność tego modułu to rozdzielenie aktywnego harmonogramu i upoważnienia do automatycznej pracy. Sam przełącznik „aktywny” nie powinien uruchomić niezapoznanej konfiguracji. Zatwierdzana jest konkretna wersja ustawień, a istotna edycja, pauza, wznowienie lub cofnięcie zgody może wymagać ponownego przeglądu. W ten sposób automatyzacja zachowuje odpowiedzialność organizacji.

Podgląd a publikacja

Podgląd służy zobaczeniu wygenerowanych slajdów bez uruchomienia właściwej emisji. Może obejmować linki do źródeł, opisy slajdów i proponowaną caption. Taki rezultat należy odczytywać jako *materiał do oceny*, nie jako potwierdzenie, że post już trafił na Instagram albo Facebook.

Kiedy używać autopilota

Najlepszy przypadek to powtarzalny format redakcyjny o jasnych zasadach: „3 najważniejsze zmiany w branży”, „tygodniowy przegląd źródeł”, „jeden fakt i kontekst” czy „przegląd nowych artykułów portalu”. Najmniej odpowiedni jest materiał wymagający niuansów, pogłębionych cytatów albo silnej odpowiedzialności prawnej bez redakcyjnego przeglądu.

33. Budżet, kredyty i rozliczanie operacji AI [MODUŁ]

Mumro posiada model kontroli zużycia powiązany z organizacją i rodzajem operacji. Celem jest ograniczenie sytuacji, w której aktywna automatyzacja nieoczekiwanie wykonuje kosztowne zadania poza świadomie zaakceptowanym limitem.

Trzy sposoby finansowania

Tryb	Zasada	Co to oznacza dla klienta
Managed AI	Koszt wybranych wywołań usług AI pokrywany w modelu platformowym.	Odpowiednie kredyty i limit workspace.
BYOK	Klient używa własnego dostawcy AI.	Koszt u dostawcy, a Mumro rejestruje użycie zgodnie z mechanizmem produktu.
Mumro compute	Wykorzystanie zasobów obliczeniowych oferowanych przez platformę, np. renderowanie.	Koszt może wystąpić niezależnie od własnego klucza AI.

Co może zużywać zasoby

Przykładowe pozycje w katalogu: generowanie tekstu, generowanie obrazu, research i pisanie artykułów, ich tłumaczenie, wytwarzanie napisów/głosu, renderowanie shortów i wybrane automatyczne komentarze. Rzeczywista stawka zależy od wersji cennika i konfiguracji operatora. Podręcznik nie podaje stałych cen, ponieważ ich obecność w kodzie nie oznacza publicznego cennika obowiązującego w momencie zakupu.

Rezerwacja przed wykonaniem

Dla kosztownych operacji w modelu managed i compute przewidziano sprawdzanie budżetu oraz rozliczenie wyniku. Dzięki temu system może odmówić rozpoczęcia zadania, jeżeli brakuje wymaganych środków. Nie znaczy to, że koszt już przyjęty przez zewnętrznego dostawcę zawsze da się cofnąć. Szczegółowa polityka rozliczania przypadków częściowych i niepewnych powinna znaleźć się w uzgodnionej ofercie.

Rekomendowany standard

Dla pierwszego pilota ustal budżet tygodniowy, liczbę dopuszczalnych renderów, maksymalną liczbę testowych serii i osobę uprawnioną do akceptacji kosztowniejszych workflowów. Monitoruj nie tylko wynik końcowy, ale również liczbę nieudanych prób, ponieważ czas i zasoby zużywa także diagnostyka.

CZĘŚĆ IV. STRONA WWW I MARKETING TREŚCI

34. Integracja witryny internetowej [MODUŁ]

Mumro może obejmować także stronę WWW należącą do organizacji. Widok **Konfiguracja witryny** (`/website/setup`) stanowi wspólny punkt przygotowania analityki, chatbota i połączenia z systemem zarządzania treścią (CMS), gdy poszczególne moduły są aktywne. Dzięki temu działania w social mediach można powiązać z własnymi zasobami marki, a nie ograniczać do aktywności wyłącznie na platformach zewnętrznych.

Trzy warstwy konfiguracji

Analityka WWW. Rejestruje stronę i przygotowuje identyfikator umożliwiający zbieranie danych przez odpowiednio umieszczony kod śledzący.

Chatbot. Konfiguruje widget dostępny na wskazanej domenie i łączy go z chatbotem należącym do tej samej organizacji.

CMS. Pozwala ustawić metodę przekazywania artykułów do wybranego serwisu publikacyjnego. Nie każda strona internetowa obsługuje ten sam sposób publikacji.

Jak rozpocząć integrację

1. Upewnij się, że masz zgodę właściciela witryny i dostęp administracyjny do potrzebnych elementów strony.
2. Utwórz witrynę w kontekście właściwego workspace; określ nazwę i właściwy adres strony.
3. Włącz tylko te moduły, których potrzebujesz, np. analitykę bez chatbota.
4. Jeśli używasz analityki, umieść wskazany kod w serwisie i sprawdź, czy wysyła poprawne dane.
5. Jeśli korzystasz z CMS, skonfiguruj odpowiedni odbiornik, bez wpisywania sekretów do publicznych skryptów.
6. Uruchom test połączenia zgodnie z możliwościami interfejsu i potwierdź wynik dla konkretnej witryny.
7. Przy chatbotcie sprawdź domenę, wygląd, bazę wiedzy i zachowanie sesji testowej.

Statusy integracji

W ustawieniach CMS mogą występować stany: nieskonfigurowano, połączono i błąd. Potwierdzenie połączenia mówi o odpowiedzi konkretnego endpointu, ale nie zastępuje testu prawdziwego zapisu artykułu ani weryfikacji jego wyświetlania w docelowej witrynie.

Korzyści marketingowe

Strona własna jest miejscem trwałej wiedzy, oferty i kontaktu. Social media pomagają pozyskać uwagę, ale to na stronie można zebrać szerszy kontekst, odpowiedzieć na pytania i skierować użytkownika do usługi. Mumro wspiera budowanie pomostu: *artykuł* → *treści promocyjne* → *ruch* → *analiza* → *kolejny artykuł*.

35. Artykuły, edytor i publikowanie w CMS [MODUŁ]

Ekran **Artykuły** (`/website/posts`) przeznaczony jest do tworzenia, poprawiania, przechowywania i kierowania tekstów na stronę internetową. W implementacji występuje edytor rozbudowanych treści HTML, obsługa metadanych, możliwości tworzenia zestawów wizualnych i przekazywania gotowego materiału do CMS.

Typowy artykuł

Może zawierać tytuł, treść redakcyjną, fragment wprowadzający, słowa kluczowe, kategorie, zdjęcie wyróżniające, linki do źródeł oraz wewnętrzne odnośniki. Rozszerzony przepływ może dodatkowo utrzymywać powiązanie z obrazami karuzeli i innymi wersjami językowymi.

Etapy redakcyjne

Koncepcja. Zapisz cel artykułu i pytanie, na które ma odpowiedzieć.

Research. Zbierz materiały, zweryfikuj daty i ustal, które informacje są oryginalne, a które stanowią analizę.

Szkic. Utwórz tekst w edytorze, dbając o przejrzystą strukturę nagłówków.

Korekta. Zadbaj o rzetelność, jasność, język i poprawność linków.

Grafiki i metadane. Przygotuj okładkę, opis i ewentualne materiały do social mediów.

Dystrybucja. Zapisz lokalny szkic, prześlij szkic do CMS, opublikuj lub zaplanuj, zależnie od dostępnego wariantu i uprawnień.

Warianty zapisu i emisji

Należy rozróżniać artykuł zapisany wewnątrz Mumro, szkic zaakceptowany przez docelowy CMS, artykuł opublikowany oraz artykuł z zaplanowaną datą. Te statusy opisują różne etapy. Pomyślny zapis lokalny nie jest dowodem, że odbiorca CMS otrzymał tekst, a pomyślne wysłanie do CMS nie zawsze oznacza, że materiał jest publicznie dostępny.

Bezpieczeństwo treści

Artykuły przechodzą przez kontrolę dopuszczalnego HTML. Ma to zapobiegać przekazywaniu potencjalnie niebezpiecznego kodu, ale nie oznacza automatycznego prawnego ani faktograficznego zatwierdzenia treści. Przy wklejaniu tekstu z zewnętrznych edytorów warto sprawdzić wynikowy układ, tabele i linki.

SEO w praktyce

Mumro może pomagać przygotowywać artykuły przyjazne wyszukiwarkom, ale nie daje gwarancji pozycji w Google. Dobre SEO wymaga zgodności treści z intencją użytkownika, odpowiedniego nagłówka, spójnej struktury, jakości źródeł, linkowania i właściwego technicznego działania strony. AI może przyspieszyć redakcję, nie zastępując strategii SEO.

36. Autopilot artykułów i research redakcyjny [MODUŁ / PILOTAŻ]

Autopilot artykułów (/website/autopilot) wspiera tworzenie artykułów na podstawie zdefiniowanego tematu, języka, stylu, wybranych źródeł i harmonogramu. Może być użyty jako jednorazowy generator lub jako proces cykliczny. Jest to rozbudowana ścieżka: research, tworzenie tekstu, weryfikacja ugruntowania w źródłach, opcjonalne grafiki i tłumaczenia, CMS oraz potencjalnie dalsza promocja.

Najważniejsze pola konfiguracji

Pole	Co kontroluje	Przykład
Witryna	Do której strony ma należeć artykuł	Blog firmowy.
Temat	Główny zakres merytoryczny	„Zmiany w branży magazynowania energii”.
Język	Podstawowy język artykułu	polski, angielski.
Ton	Charakter pisania	informacyjny, analityczny, ekspercki.
Długość	Orientacyjny rozmiar materiału	krótki, średni, długi.
Research	Źródła, dodatkowe zapytania, aktualność, liczba wyników	RSS + web, ostatni tydzień.
Linki	Odnosniki do źródeł, treści wewnętrznych i wybranych filmów	Odsyłacze do dokumentów.
Kategorie / frazy	Organizację tematu i metadane	„technologia”, „poradnik”.
Działanie końcowe	Lokalny szkic, szkic w CMS, publikacja lub termin	<code>local_draft</code> , <code>cms_draft</code> , <code>publish</code> , <code>schedule</code> .
Promocja	Ewentualną dystrybucję do social mediów	Post na LinkedIn i Facebooku.
Wizualizacje	Stworzenie okładki i karuzeli	6 slajdów w stylu editorial.

Jednorazowa generacja

1. Utwórz lub wybierz stronę internetową i upewnij się, że ma odpowiednie moduły.
2. Opracuj konkretny temat oraz cel artykułu.
3. Włącz research i wybierz profil źródeł; jeśli nie ma konfiguracji dostawcy ani działających feedów, proces badawczy nie powinien startować „na ślepo”.
4. Ustaw liczbę i świeżość materiałów źródłowych.
5. Zdecyduj o języku, długości i tonie.
6. Wybierz bezpieczną akcję początkową, najlepiej lokalny szkic.
7. Uruchom generowanie i obserwuj etapy researchu.
8. Sprawdź źródła, bibliografię, tezy, liczby i zgodność z briefem.

9. Popraw artykuł i dopiero potem skieruj do zatwierdzonego CMS.

Kontrola faktów i źródeł

Implementacja przewiduje dodatkowy etap *grounding review*, który ocenia, czy wygenerowane stwierdzenia o faktach, firmach, datach, cenach, modelach i wynikach badań mają poparcie w zebranych materiałach. Jeśli krytyczne warunki jakości nie są spełnione, proces powinien zatrzymać się przed zapisaniem lub publikacją tekstu. Nie jest to jednak gwarancja pełnej prawdziwości — także źródło wejściowe może być błędne, a reviewer może nie wykryć subtelного problemu.

Automatyczne harmonogramy

Cykliczny harmonogram może określać nazwę, częstotliwość wyrażoną w dniach, aktywność oraz termin pierwszego uruchomienia. Podgląd nadchodzących wykonań pomaga zweryfikować plan. W wybranych trybach aktywacja nowego harmonogramu może zainicjować pierwsze wykonanie od razu, dlatego warto świadomie wybrać tryb startu i przejrzeć koszty.

Run now jest dodatkowym uruchomieniem konkretnego harmonogramu; z założenia nie powinno przesunąć całej przyszłej kadencji artykułów. Zmiany konfiguracji automatyzacji należy przeglądać z uwzględnieniem wymaganej zgody na wykonanie zewnętrznych efektów.

Tekst evergreen a aktualne wiadomości

Autopilot może generować artykuły również bez bieżącego researchu, ale takie podejście powinno być zastrzeżone dla tematów niewymagających aktualności i oparcia w nowych dokumentach. Dla wiadomości, rankingów, cen, nowych produktów i osób publicznych rozsądne jest użycie źródeł oraz ludzkiej weryfikacji.

37. Grafiki, infografiki i karuzele z artykułów [MODUŁ]

Mumro może przekształcać zweryfikowany artykuł w **pakiet wizualny (visual bundle)**. Taki zestaw jest przypisany do artykułu i może obejmować grafikę podsumowującą, okładkę i kolejne slajdy karuzeli. Nie należy mylić go z Social Autopilotem, który cyklicznie rozpoczyna nowe procesy researchowe.

Co obejmuje pakiet

- Grafikę podsumowującą, którą można wykorzystać jako obraz wyróżniający lub materiał do promocji.
- Zestaw ułożonych slajdów rozwijających główne punkty artykułu.
- Opcjonalną planszę z wykorzystanymi źródłami.
- Metadane pozwalające wrócić do kolejności i parametrów zestawu.
- W przypadku odpowiednich ustawień, grafiki gotowe do przekazania do publikacji społecznościowej.

Ustawienia wizualne

Obsługiwane są style `editorial`, `bold` i `minimal`, proporcje pionowe 4:5 i kwadratowe 1:1 oraz poziomy gęstości tekstu. Dla karuzeli związanej z artykułem przewidziano konfigurację od 3 do 8 slajdów, z możliwością dodania slajdu źródeł. Okładka może być szablonowa, oparta na tle generowanym AI lub wykorzystywać dostępny, zatwierdzony obraz źródłowy.

Kiedy używać

Artykuł długi: jeden slajd z tezą i pięć slajdów z najważniejszymi argumentami. **Poradnik:** karuzela „krok po kroku”. **Aktualność:** krótki kontekst, liczba lub cytaty, a na końcu źródła. **Raport branżowy:** pięć danych z zastrzeżeniami metodologicznymi.

Kontrola redakcyjna

Przed publikacją sprawdź, czy slajdy nie uprościły nadmiernie wniosków. Fragment artykułu o charakterze warunkowym („może”, „według szacunków”) nie powinien stać się kategorię hasłem. Zweryfikuj czytelność tekstu w widoku telefonu, poprawność polskich znaków oraz prawo do użycia obrazów źródłowych.

38. Tłumaczenia i wielojęzyczny content [MODUŁ]

Autopilot artykułów wspiera generowanie wersji językowych artykułów. W interfejsie znajdują się m.in. języki polski, angielski, niemiecki, hiszpański i francuski. Wersja źródłowa pozostaje podstawą; języki dodatkowe tworzą osobne teksty powiązane z artykułem pierwotnym.

Co jest tłumaczone

System może przygotować wersje artykułu przeznaczone dla różnych odbiorców, zachowując strukturę HTML, linki i ważne oznaczenia. W implementacji uwzględniono kontrole spójności niektórych markerów i odnośników, aby zmniejszyć ryzyko uszkodzenia struktury podczas tłumaczenia.

Czego nie należy zakładać

Dodatkowe języki nie oznaczają automatycznej wielojęzycznej publikacji wszystkich postów społecznościowych. Ścieżka tłumaczeń artykułu jest odrębna od promocji social media. Przy publikacji w CMS potrzebny jest odpowiedni odbiorca i sposób wyświetlania wariantów językowych.

Jakość tłumaczenia

Wersja wygenerowana nie jest równoznaczna z tłumaczeniem certyfikowanym ani korektą native speaker. Zwłaszcza w tekstach prawnych, technicznych, historycznych i medycznych sprawdzaj terminy fachowe, nazwy własne, odmianę, wartości liczbowe i odniesienia kulturowe. W przypadku treści SEO warto dostosować frazy i pytania do lokalnego odbiorcy, zamiast tłumaczyć je słowo w słowo.

39. Promocja artykułu w social mediach [MODUŁ / PILOTAŻ]

Gdy artykuł jest gotowy, Mumro może wykorzystać go jako źródło treści promocyjnej. W zależności od konfiguracji opis promocyjny może zostać napisany przez człowieka albo z pomocą AI, a grafika pochodzić z okładki artykułu lub wcześniej wygenerowanego pakietu wizualnego.

Konfigurowalne elementy

Kanały: wybór konkretnych kont należących do przestrzeni. **Tekst:** ręczny lub AI. **Link:** umieszczenie w podpisie, pierwszym komentarzu, brak albo tryb inteligentny. **Obraz:** zdjęcie artykułu, karuzela, brak lub wybór „smart”. **Termin:** natychmiastowy albo kolejny slot. **Nadpisanie:** dostosowanie części ustawień osobno do kanału.

Przykładowe zasady smart

W kodzie opisano strategię, w której Instagram i Facebook mogą otrzymać wielosłajdowy materiał, X pojedynczą grafikę albo ograniczoną karuzelę, a LinkedIn pojedynczy obraz. Umieszczenie linku zależy od docelowej powierzchni i wybranego trybu. Szczególnie w połączonym kanale Meta obowiązują ograniczenia wspólnego celu, które trzeba obejrzeć w podglądzie.

Wątki na X

W ustawieniach promocji artykułów istnieją opcje dotyczące wariantu pojedynczego posta lub wątku, liczby wpisów, numerowania i limitów długości. Ich skuteczne wykonanie zależy od statusu integracji X i uprawnień do danej powierzchni. Nie należy obiecywać pełnego publikowania wątków bez testu na realnym koncie.

Ważna granica bezpieczeństwa i gotowości

Ścieżka „automatyczny artykuł → social media” ma więcej etapów niż ręczne przekazanie gotowego posta do Composera. Część z nich jest opisana w dokumentacji jako wymagająca dodatkowego powiązania autoryzacji i odbioru. Dla klienta rozpoczynającego współpracę najbezpieczniejszy wariant to **artykuł jako szkic** → **redakcja** → **zatwierdzony post** → **Composer** → **termin**. Pełną autopromocję należy uruchamiać dopiero po pilotażu.

40. Analityka witryny [MODUŁ]

Ekran **Analityka WWW** (</website/analytics>) pozwala dodać witrynę, aktywować śledzenie i obserwować podstawowy ruch na własnej stronie. Dane zebrane przez Mumro stanowią uzupełnienie statystyk platform społecznościowych.

Zidentyfikowane wskaźniki

Metryka	Co opisuje	Jak interpretować
Pageviews / odsłony	Liczbę otwartych stron w rejestrowanym ruchu	Jedna osoba może wygenerować wiele odsłon.
Visitors / odwiedzający	Szacowaną liczbę odwiedzających	Zależy od metody identyfikacji, zgód i ograniczeń przeglądark.

Metryka	Co opisuje	Jak interpretować
Sessions / sesje	Zgrupowane wizyty	Sesja nie jest równoznaczna z klientem ani leadem.
Pages per session	Liczbę podstron oglądanych w jednej sesji	Pomaga ocenić głębokość odwiedzin.
Bounce	Wskaźnik odrzuceń / krótkich wizyt według definicji systemu	Wymaga znajomości definicji, nie jest prostą oceną jakości treści.

Interfejs przewiduje porównywanie wybranych danych w okresach 7, 30 i 90 dni. Widoczne mogą być również wykresy i przekroje ruchu zgodne z zaimplementowanym zestawem danych.

Co jest potrzebne, aby dane miały sens

Kod śledzący musi być poprawnie wstawiony i dozwolony w kontekście wymogów prywatności. Trzeba jasno określić, czy strona korzysta z bannerów zgód, jak długo przechowuje identyfikatory i czy wymagana jest aktualizacja polityki prywatności. Samo uruchomienie technicznego trackera nie oznacza automatycznej zgodności prawnej.

Wspólny pomiar social i WWW

Przykładowa analiza: post na Facebooku prowadzi do poradnika. Statystyki Facebooka pokazują wynik posta, a analityka WWW pokazuje aktywność w serwisie. Dzięki oznaczonym linkom kampanijnym można próbować powiązać źródło ruchu z materiałem, ale pełna atrybucja może wymagać dodatkowego systemu i nie wynika automatycznie z samego faktu połączenia kont.

41. Chatbot na stronę, baza wiedzy i leady [MODUŁ / PILOTAŻ]

Mumro ma moduł **Chatbot** (`/website/chatbot`) przeznaczony do udostępniania na własnej stronie organizacji. Można nim zarządzać w kontekście konkretnego workspace, konfigurować wygląd, język i zasady odpowiedzi oraz rozwijać powiązaną bazę wiedzy.

Sześć zakładek widocznych w implementacji

1. **Konfiguracja** — nazwa bota, sposób prezentacji, ustawienia komunikacyjne, domeny i status aktywności.
2. **Wiedza** — źródła informacji, na których bot ma opierać odpowiedzi.
3. **Osadzenie** — instrukcja wstawienia widżetu w serwisie.
4. **Rozmowy** — przegląd wybranych zapisów konwersacji dostępnych uprawnionemu użytkownikowi.
5. **Leady** — dane kontaktowe lub sygnały sprzedażowe obsługiwane przez moduł, w granicach konfiguracji i zgód.
6. **FAQ** — pytania oraz odpowiedzi wykorzystywane do bardziej przewidywalnego informowania odbiorców.

Ton i osobowość

W kodzie dostępne są profile `friendly`, `professional`, `casual`, `humorous` i `educational`. Charakter bota powinien pasować do marki, ale nie może zastępować jakości bazy wiedzy. „Profesjonalny” styl odpowiedzi nie sprawi, że brakujące informacje będą poprawne.

Budowa bazy wiedzy

Zacznij od pytań, które rzeczywiście pojawiają się w kontaktach z klientami: czym jest produkt, jak wygląda współpraca, jaki jest zakres usługi, jakie są możliwości kontaktu i jakie ograniczenia oferty trzeba wyjaśnić. Następnie dodaj aktualne materiały i przeprowadź testy. Nie umieszczaj tam poufnych danych, haseł, prywatnych cenników ani informacji, których nie wolno ujawniać odwiedzającym.

Osadzenie w witrynie

Po skonfigurowaniu bota użyj udostępnionego mechanizmu instalacji. Widżet musi działać tylko w zatwierdzonym kontekście domenowym. Testuj zarówno desktop, jak i telefon, różne szerokości ekranu i brak dostępu do sieci. Sprawdź, co widzi gość bez wcześniejszej historii rozmów.

Rozmowy i pozyskiwanie kontaktów

Rozmowa nie oznacza jeszcze leada, a lead nie oznacza sprzedaży. Warto przyjąć standard: jakie dane użytkownik dobrowolnie przekazuje, w jakim celu są przechowywane, kto do nich ma dostęp oraz jak trafiają do dalszej obsługi. Wdrażając widżet z AI, należy zweryfikować bezpieczeństwo separacji sesji odwiedzających i politykę danych. Nie należy uruchamiać wrażliwych scenariuszy bez odbioru tej granicy.

Test akceptacyjny chatbota

Przeprowadź co najmniej dziesięć rozmów testowych: pytanie o usługę, pytanie spoza bazy, prośba o kontakt, niejednoznaczny komunikat, pytanie zawierające dane osobowe, próba skłonienia bota do ujawnienia informacji wewnętrznych, brak odpowiedzi dostawcy AI, reset rozmowy, test w dwóch przeglądarkach oraz test na telefonie. Akceptacja wymaga nie tylko „ładnych odpowiedzi”, ale również prawidłowej ochrony danych.

42. Link in bio [RDZEŃ]

Widok **Link in bio** (`/tools/link-in-bio`) pozwala przygotować prostą publiczną stronę z najważniejszymi odnośnikami marki. Jest przydatny szczególnie tam, gdzie profil społecznościowy udostępnia tylko ograniczoną przestrzeń na link lub gdy użytkownik chce skierować odbiorców do kilku celów jednocześnie.

Podstawowe funkcje

- Tytuł strony i krótkie bio.
- Włączenie albo wyłączenie strony publicznej.
- Dodawanie odnośników z etykietą i adresem.
- Usuwanie nieaktualnych linków.
- Publiczny adres strony dostępny z panelu.
- Podgląd w makiecie telefonu; widok wykorzystuje również dostępne elementy wyglądu, takie jak awatar i kolor akcentu.

Przykładowy układ

Nagłówek: „Studio technologiczne XYZ”. **Bio:** „Praktyczne wdrożenia automatyzacji i AI”. **Linki:** „Umów rozmowę”, „Zobacz portfolio”, „Przeczytaj najnowszy poradnik”, „Obserwuj kanał YouTube”.

Dobre praktyki

Nie zamieszczaj dziesiątek podobnych linków. Najważniejszy cel powinien znajdować się na górze. Stosuj czytelne etykiety, które wyjaśniają korzyść, a nie przypadkowy adres URL. Regularnie sprawdzaj, czy linki działają i czy obiecana treść jest dostępna po kliknięciu.

43. Opinie i rekomendacje klientów [RDZEŃ]

Opinie (`/tools/testimonials`) pozwalają utworzyć publiczną „ścianę opinii”, zarządzać pojedynczymi rekomendacjami i korzystać z osadzanego komponentu, jeśli jest aktywny w danej witrynie. To narzędzie wspierające wiarygodność firmy, nie automat do wytwarzania fikcyjnych recenzji.

Możliwe elementy opinii

W kodzie widoczne są pola autora, treści, oceny liczbowej i stanu publikacji. Panel pozwala utworzyć, poprawiać i usuwać pozycje. Możliwe jest również ustawienie tytułu tablicy i jej dostępności.

Proces pozyskania opinii

1. Poproś klienta o rzeczywistą opinię po zakończeniu usługi lub ważnego etapu współpracy.
2. Ustal, czy można użyć imienia, nazwiska, nazwy firmy, wizerunku i konkretnego cytatu.
3. Zapisz odpowiedź bez manipulowania sensu wypowiedzi.
4. Dodaj ją do tablicy i sprawdź czytelność.
5. Jeśli opinia ma być publiczna, zweryfikuj zgodę i kontekst wykorzystania.
6. Aktualizuj elementy, gdy rekomendacja traci aktualność lub klient wycofa zgodę.

Niedozwolony standard marketingowy: tworzenie fałszywych opinii, przypisywanie ludziom wymyślonych cytatów i publikowanie materiałów bez prawa do wykorzystania. Mumro powinno służyć organizowaniu autentycznych dowodów jakości.

44. Kampanie i linki z parametrami UTM [RDZEŃ]

Ekran **Kampanie** (`/settings/campaigns`) umożliwia konfigurację zasad oznaczania linków i przygotowywanie adresów z parametrami kampanii. Dzięki temu zespół może korzystać ze spójnego nazewnictwa, zamiast wpisywać w każdym poście inne oznaczenia.

Do czego służą UTM

Parametry takie jak `utm_source`, `utm_medium` czy `utm_campaign` mogą wskazywać źródło kliknięcia, rodzaj aktywności i nazwę konkretnej kampanii w narzędziach analitycznych, które te dane interpretują.

Przykład adresu demonstracyjnego:

```
https://przykladowa-firma.pl/poradnik?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=jesieny_poradnik
```

Nie jest to „śledzenie konkretnej osoby”. To etykieta w adresie, którą odpowiednio skonfigurowana analityka może wykorzystać do oceny ruchu. Link nie gwarantuje skutecznej atrybucji, jeśli aplikacja docelowa lub zgody użytkownika uniemożliwiają pomiar.

Zalecana konwencja

Ustal małe litery, myślniki lub podkreślenia, jednolite nazwy kanałów, wspólne `utm_medium` dla ruchu organicznego i nazwę kampanii niezależną od zmiennego tytułu pojedynczego posta. Zachowaj centralny słownik, aby porównywać te same źródła w czasie.

Typowe błędy

Używanie trzech różnych nazw dla Facebooka, oznaczanie ruchu organicznego jako płatnego, dopisywanie parametrów do adresu zawierającego już konfliktujące wartości i nieweryfikowanie, czy link działa po dodaniu UTM. Po wygenerowaniu adresu otwórz go i sprawdź wynik.

45. Webhooki i integracje [MODUŁ / ZAKRES WARUNKOWY]

Mumro ma interfejs **Webhooki** (`/settings/webhooks`) oraz powierzchnie integracyjne przeznaczone do wymiany zdarzeń z innymi systemami. Mogą one stanowić podstawę łączenia produktu z procesami marketingowymi, raportowymi i operacyjnymi klienta.

Czym jest webhook

Webhook to wiadomość wysyłana przez system po wystąpieniu określonego zdarzenia, np. zmianie stanu zadania. Odbiorca musi umieć przyjąć żądanie i zweryfikować jego autentyczność. Nie wolno utożsamiać istnienia panelu konfiguracji z obsługą dowolnego zdarzenia lub dowolnego zewnętrznego API.

Przykładowe zastosowania integracji

- Powiadomienie wewnętrznego systemu o zmianie statusu wybranego zadania.
- Przekazanie zdarzenia do zatwierdzonego workflow raportowego.
- Integracja z własną aplikacją lub agentem, który przygotowuje treść do dalszego przetworzenia.
- Powiązanie pracy Mumro z systemem zarządzania kampaniami w zakresie istniejących kontraktów.

Minimalny standard wdrożenia

Wybierz dokładny rodzaj zdarzenia, zdefiniuj wymagane pola, sposób autoryzacji, ograniczenia częstotliwości i politykę ponowienia. Sprawdź, czy odbiorca potrafi przetworzyć powtórzoną wiadomość bez utworzenia duplikatu. Nie umieszczaj w payloadach haseł, kluczy API ani danych z innego workspace.

CZĘŚĆ V. ORGANIZACJA, ADMINISTRACJA I BEZPIECZNA PRACA

46. Przestrzenie robocze i wielu klientów [RDZEŃ]

Workspace jest podstawową granicą organizacyjną Mumro. Oddziela kanały, treści, media, członków, ustawienia i związane z nimi uprawnienia. To kluczowe dla agencji i firm obsługujących więcej niż jedną markę.

Jeden klient, jedna przestrzeń — kiedy to ma sens

Jeśli klient ma własny budżet, odrębny zespół i swoje kanały, oddzielna przestrzeń zwykle zapewnia najbardziej przejrzysty model odpowiedzialności. Pracownik agencji może posiadać członkostwo w kilku workspace'ach, ale każde działanie powinno zostać wykonane w kontekście właściwej organizacji.

Co nie przenosi się automatycznie

Konfiguracja głosu marki, szablony, konta, materiały klienta i prawa dostępu nie powinny być kopiowane między odrębnymi organizacjami bez ich zgody. Sam fakt, że użytkownik należy do dwóch workspace'ów, nie czyni treści jednego widocznymi dla drugiego.

Jak uniknąć pomyłek

1. Stosuj rozpoznawalne, unikatowe nazwy przestrzeni.
2. Przed wysłaniem materiału sprawdź aktualny workspace w przełączniku.
3. Rozdziel kanały należące do różnych firm.
4. Ustal zasady przyjmowania i odebrania dostępu pracownikom.
5. Prowadź osobne briefy i arkusze rozliczeń, gdy projekty tego wymagają.

Dane klienta a obsługa Concierge

Model Concierge nie oznacza, że każdy administrator platformy ma z definicji nieograniczony dostęp do wszystkich treści klientów. W modelu uprawnień rozróżniono role globalne operatora od jawnych członkostw w workspace. Dostęp operacyjny potrzebny do realizacji usługi powinien być uzgodniony z klientem.

47. Role, członkowie zespołu i zaproszenia [RDZEŃ]

Mumro wyróżnia cztery podstawowe role w przestrzeni roboczej:

Rola	Typowe uprawnienia i obowiązki	Przykład
Owner	Właściciel przestrzeni, najwyższy zakres kontroli w ramach organizacji, decyzje o własności i wrażliwych ustawieniach	Właściciel firmy lub projektu.
Admin	Zarządzanie członkami i ustawieniami workspace zgodnie z polityką, bez zwykłego przejęcia roli właściciela	Kierownik marketingu.
Member / redaktor	Praca nad treściami i dozwolone operacje zgodnie z modułami i grantami kanałów	Copywriter lub montażysta.
Viewer / obserwator	Odczyt w wyznaczonym zakresie, bez przyznawania sobie możliwości publikowania lub zarządzania członkami	Audytory, klient oglądający wyniki.

Rola nie zastępuje aktywacji modułu. Osoba o odpowiedniej roli może nie mieć dostępu do generatora, jeśli workspace nie ma do niego uprawnień. Analogicznie aktywny moduł nie nadaje automatycznie prawa do dowolnego obcego konta.

Zaproszenie nowego użytkownika

1. Wejdź w **Ustawienia** → **Członkowie**.
2. Wybierz właściwą przestrzeń i rolę.
3. Podaj adres osoby, którą faktycznie chcesz zaprosić.
4. Przy wymaganych operacjach potwierdź swoją tożsamość zgodnie z interfejsem.

5. Wyślij lub przekaz zaproszenie wybraną, obsługiwaną ścieżką.
6. Sprawdź stan akceptacji. Sama informacja „zaproszenie utworzono” nie powinna być mylona z dowodem, że e-mail dotarł do odbiorcy.
7. Po dołączeniu sprawdź jego realny dostęp do kanałów i potrzebnych modułów.

Odejście pracownika

Przy zakończeniu współpracy należy odebrać członkostwo, przejrzeć zaproszenia i klucze powiązane z tą osobą oraz sprawdzić zadania oczekujące. Powtórne przyjęcie użytkownika nie powinno wskrzeszać dawnych odwołanych uprawnień. Dobra procedura offboardingu jest równie ważna jak onboarding.

48. Dostęp do poszczególnych kanałów [RDZEŃ]

Oprócz ról w workspace istnieją reguły dostępu do konkretnych połączonych kanałów. Jest to potrzebne w firmach, w których nie każdy redaktor powinien móc publikować na wszystkich profilach.

Model w praktyce

Owner/Admin workspace: może zarządzać kanałami należącymi do własnej organizacji w granicach pozostałych uprawnień. **Member:** do wybranych działań może potrzebować zaakceptowanego dostępu do danego kanału. **Viewer:** może mieć wgląd do określonych zasobów, lecz sam grant kanałowy nie powinien nadawać mu praw edycji.

Co powinien wiedzieć klient

Konto techniczne na platformie, np. użytkownik Facebooka mogący zarządzać stroną, nie jest tym samym co członkostwo redaktora w Mumro. Obie warstwy mają znaczenie. W procesie wdrożenia trzeba osobno sprawdzić uprawnienia po stronie dostawcy oraz role i granty zapisane w aplikacji.

Zaproszenia kanałowe

W dokumentacji technicznej istnieje odrębny mechanizm zaproszeń związanych z kanałami. Nie wszystkie jego ścieżki mają kompletny, odebrany interfejs użytkownika. Dlatego klient powinien korzystać z widocznych, potwierdzonych procedur zarządzania członkami, a niestandardowe przekazywanie kontroli nad kanałem uzgadniać z operatorem.

49. Logowanie, konta, sesje i odzyskiwanie dostępu [RDZEŃ / ZAKRES WARUNKOWY]

Mumro przewiduje logowanie przez obsługiwany wariant uwierzytelniania, m.in. Google i hasło w zależności od konfiguracji. System ma również ścieżki rejestracji w ograniczonym dostępie, weryfikacji e-mail, resetu hasła, odświeżania i wylogowania sesji.

Dobre praktyki

- Korzystaj z własnego konta. Nie udostępniaj zespołowi jednego hasła.
- Sprawdzaj autentyczność domeny logowania, zwłaszcza po otrzymaniu linku e-mail.
- Nie zapisuj kluczy API ani kodów resetu w treści artykułów lub promptów.
- Po utracie urzędnika lub podejrzeniu nieautoryzowanego dostępu skorzystaj z procedury odwołania sesji i kontaktu z administratorem.
- Przy odebraniu dostępu do workspace nie zakładaj, że stare zadania automatycznie zachowują zdolność publikowania.

Potwierdzenie operacji wrażliwych

Niektóre akcje wymagają ponownego potwierdzenia tożsamości, np. zarządzanie zaproszeniami, kluczami lub zatwierdzanie określonych automatów. Jest to świadoma bariera przeciw przypadkowemu lub nieuprawnionemu wykonaniu operacji o większym skutku.

Konto demonstracyjne

W repozytorium występuje opcjonalna powierzchnia demonstracyjna. Powinna korzystać z danych syntetycznych i nie być utożsamiana z pełnym dostępem do produkcyjnej przestrzeni klienta. Nie stanowi automatycznego sposobu wypróbowania wszystkich płatnych lub pilotowanych modułów.

50. Integracje programistyczne i agenci AI [MODUŁ / PILOTAŻ]

Mumro ma zaprojektowaną warstwę API i bramę dla agentów AI, w tym prywatne integracje oparte na mechanizmach zbliżonych do MCP. Celem jest umożliwienie uprawnionemu narzędziu pobrania kontekstu, przygotowania materiału lub wykonania jawnie dozwolonej operacji bez konieczności przekazywania agentowi hasła człowieka.

Trzy różne role AI

Asystent redakcyjny: analizuje temat, proponuje treść i przekazuje ją do oceny. **Operator workflow:** może odczytać stan wybranych zasobów albo przygotować szkic w ramach nadanych zakresów. **Agent wykonujący skutki zewnętrzne:** uruchamia czynności takie jak publikowanie tylko przy wyraźnym upoważnieniu, prawidłowej autoryzacji i potwierdzonej implementacji.

Dlaczego zakresy mają znaczenie

Zgoda na analizę danych nie jest zgodą na publikowanie w social mediach. Klucz API powinien być związany z właściwym workspace, podlegać odwołaniu, mieć określony rodzaj zastosowania i nie umożliwiać działania ponad rolą lub prawami jego właściciela.

Przykładowy bezpieczny workflow z agentem

1. Człowiek zleca agentowi przygotowanie trzech propozycji postów na temat nowego artykułu.
2. Agent pobiera dozwolone informacje i tworzy warianty.
3. Zespół zatwierdza właściwy tekst oraz zestaw kanałów.
4. Wykonywana jest ograniczona czynność utworzenia szkicu lub zlecenia na publikację, zależnie od przyznanej funkcji.
5. Mumro zapisuje zadanie i sprawdza uprawnienia przy jego rzeczywistym wykonaniu.
6. Człowiek przegląda wynik i reaguje na ewentualne błędy.

Odpowiedzialność za AI

Agent nie powinien sam zmieniać zakresu własnych uprawnień ani omijać akceptacji poprzez ponowne sformułowanie tego samego polecenia. Szczególnie ważne jest rozdzielenie narzędzi tylko do odczytu od takich, które mogą wysyłać treść lub uruchamiać kosztowne generowanie.

Czego klient nie powinien zakładać

Obecność gatewaya nie oznacza, że wszystkie moduły Mumro posiadają pełny publiczny interfejs agentowy, obsługę każdej akcji MCP lub gwarantowaną zgodność z dowolnym klientem agentowym. Pełen zakres integracji jest elementem ustaleń wdrożeniowych.

51. Pakiety, uprawnienia do modułów i wdrażanie etapowe [RDZEŃ / MODUŁ]

W Mumro funkcje są podzielone na moduły produktowe, które można aktywować dla określonego workspace. Mechanizm planów jest oddzielony od faktycznych uprawnień. Pozwala to rozwijać ofertę etapami, uruchamiać pilotaż tylko dla wybranych organizacji i nie udostępniać automatycznie kosztownych lub eksperymentalnych funkcji.

Katalog planów w kodzie

Nazwa	Charakter w analizowanym wydaniu	Uwaga
Concierge	Główny uzgadniany model współpracy, kontakt i ręczna aktywacja	Może obejmować wybrane moduły plan-eligible, ale ich uruchomienie i gotowość ustala się osobno.
Basic	Plan zdefiniowany technicznie, bez aktywnej publicznej sprzedaży self-service	Nie należy cytować jego istnienia jako publicznej oferty zakupu.
Pro	Plan zdefiniowany technicznie, bez aktywnej publicznej sprzedaży self-service	Podobnie wymaga osobnej decyzji produktowej i uruchomienia.
Business	Plan zdefiniowany technicznie, bez aktywnej publicznej sprzedaży self-service	Nie gwarantuje automatycznego dostępu do eksperymentów.

Uprawnienie a aktywność

Nie wystarczy, że moduł jest widoczny w ofercie. Musi istnieć odpowiedni plan lub wyjątek, polityka globalnego udostępnienia, uprawnienie organizacji, rola użytkownika i — jeśli operacja wykorzystuje kanał — dostęp do tego kanału. Funkcje kosztowne wymagają

dodatkowo wystarczającego budżetu.

Trzy etapy udostępnienia

Disabled: moduł pozostaje wyłączony. **Pilot:** działa wyłącznie dla wskazanych workspace'ów spełniających pozostałe warunki. **Available:** można z niego korzystać zgodnie z ofertą i obowiązującymi ograniczeniami. Sam udział w pilotażu nie jest automatyczną zgodą na wykonywanie każdego działania.

Korzyść dla klienta

Zamiast budować wdrożenie złożone z kilkunastu narzędzi od pierwszego dnia, można rozpocząć od publikacji i analityki, a po określeniu wartości rozszerzać projekt o AI Studio, artykuły, chatbota i integracje agentowe. Zmniejsza to ryzyko niepotrzebnych kosztów i trudnych do opanowania procesów.

52. Standard bezpieczeństwa i odpowiedzialności [RDZEŃ]

Bezpieczeństwo Mumro warto oceniać w kilku warstwach. Samo posiadanie ekranu logowania nie dowodzi bezpieczeństwa całego obiegu publikacji. Ważna jest izolacja danych klientów, kontrola uprawnień w API, ograniczenie skutków zewnętrznych, ochrona kluczy, trwałe ślady zdarzeń i poprawna polityka przechowywania mediów.

Granice, które muszą być respektowane

1. **Tożsamość:** kto wykonuje czynność?
2. **Workspace:** do której organizacji należy zasób?
3. **Rola:** czy ta osoba ma prawo edycji, publikacji lub zarządzania?
4. **Kanał:** czy może wykonać operację na wybranym profilu?
5. **Moduł:** czy funkcjonalność jest aktywna i odebrana?
6. **Budżet:** czy wolno rozpocząć płatną generację?
7. **Zgoda:** czy uruchomienie automatyczne zostało odpowiednio zatwierdzone?
8. **Wykonanie:** czy uprawnienia nadal obowiązują w chwili kontaktu z dostawcą?

Dlaczego nie można traktować AI jako autonomicznego redaktora naczelnego

Model może napisać przekonujący tekst z błędem faktograficznym. Może pomylić firmę, datę lub kontekst cytatu. Dlatego procedura klienta powinna określać, jakie treści muszą przejść weryfikację. Dla treści o skutkach prawnych, finansowych i reputacyjnych kontrola człowieka nie jest elementem opcjonalnym tylko dlatego, że generator działa automatycznie.

Zależności zewnętrzne

Mumro komunikuje się z platformami, dostawcami AI, wyszukiwarkami oraz — dla części zadań — rendererami. Awaria jednego dostawcy może zatrzymać fragment procesu, choć inne moduły pozostają dostępne. Przy wdrożeniu należy ustalić, jakie usługi wchodzi w uzgodniony zakres i jaka jest procedura awaryjna.

Granica gotowości publicznej

Dokumentacja projektu odróżnia prywatne działanie wybranych scenariuszy od pełnego odbioru masowego udostępniania usługi. W analizowanym stanie istnieją nadal otwarte zagadnienia bezpieczeństwa, niezawodności niektórych zadań, magazynowania danych i odtwarzania po awarii. Nie można zatem przedstawiać Mumro jako nieograniczonego, publicznego SaaS z gwarantowanym SLA dla każdego modułu bez osobnych ustaleń i testów.

53. Diagnostyka błędów i wyjątkowych sytuacji [RDZEŃ]

Najważniejszą zasadą przy diagnozowaniu Mumro jest odróżnienie **nie udało się przygotować**, **nie wolno wykonać**, **nie udało się wysłać**, **dostawca odmówił** oraz **wynik jest niepewny**. Te sytuacje wymagają odmiennych działań.

Typowe kategorie błędów

Problem	Potencjalna przyczyna	Pierwsza bezpieczna czynność
Konto niepublikujące	Wygaśnięta autoryzacja, niewłaściwe prawa, błąd dostawcy	Otwórz Konta, sprawdź stan i uprawnienia.

Problem	Potencjalna przyczyna	Pierwsza bezpieczna czynność
Brak przycisku modułu	Nieaktywne uprawnienie albo wyłączony tryb widoku	Sprawdź zakres oferty i dostęp w ustawieniach.
Odrzucony materiał	Zły format, brak pola, limit długości lub rozmiaru	Sprawdź komunikat walidacji i wymagania kanału.
Publikacja czeka mimo terminu	Kolejka, blokada, brak zgody lub opóźnienie wykonawcy	Sprawdź job i statusy usług u operatora.
Materiał dotarł częściowo	Oddzielne sukcesy i porażki kanałów	Nie ponawiaj pełnego zestawu; oceń każdy cel.
Błąd generatora AI	Budżet, konfiguracja, timeout, jakość researchu	Ustal etap błędu i czy powstał częściowy wynik.
Brak statystyk	Opóźnienie, limit API, niekompletna synchronizacja	Sprawdź czas aktualizacji, nie podstawiaj zera.
CMS nie publikuje	Połączenie, uprawnienia, walidacja treści lub niepewny timeout	Sprawdź wynik w CMS, zanim powtórzysz operację.
Chatbot odpowiada nieprawidłowo	Nieaktualna wiedza, słaby prompt, problem z sesją	Wstrzymaj użycie wrażliwego scenariusza i przeanalizuj test.

Minimalne zgłoszenie do operatora

Przełącz datę i przybliżoną godzinę, nazwę workspace, rodzaj kanału, nazwę wykonanej operacji, identyfikator zadania widoczny w UI (jeżeli jest), komunikat błędu oraz informację, czy materiał rzeczywiście pojawił się publicznie. Nie kopiuj do zgłoszenia sekretów, tokenów, ciasteczek sesji ani prywatnych informacji odbiorców.

Czego nie robić podczas awarii

Nie podmieniaj na własną rękę kluczy i uprawnień wielu kont naraz, nie klikaj kilkakrotnie „publikuj teraz” po timeout, nie kasuj historii niepowodzeń i nie zakładaj, że pusty kalendarz oznacza brak zadań w bazie. Najpierw trzeba ustalić faktyczny stan.

Plan awaryjny zespołu

Dla terminowych wydarzeń warto mieć przygotowaną ręczną ścieżkę publikacji w natywnym panelu platformy. Pozwala to kontynuować kampanię, gdy zewnętrzne API jest niedostępne. Po ręcznym opublikowaniu należy odnotować efekt, aby uniknąć późniejszego duplikatu ze starego zlecenia w Mumro.

CZĘŚĆ VI. PRAKTYCZNE SCENARIUSZE WYKORZYSTANIA

Poniższe scenariusze są **przykładami organizacji pracy**. Nie stanowią gwarancji, że wszystkie opisane moduły są aktywne w każdej przestrzeni. Ich celem jest pokazanie, jak funkcje Mumro mogą składać się na realny, mierzalny proces.

54. Samodzielny twórca: tydzień publikacji

Sytuacja: twórca prowadzi kanał YouTube, Facebook i Instagram. Publikuje jeden większy materiał tygodniowo i chce utrzymać regularność bez pisania każdego posta od początku.

Przygotowanie tygodnia

Poniedziałek — plan. Wybierz główny temat i ustal publikację materiału na YouTube. Zapisz w strategii dominujący cel: dotarcie do nowych widzów albo budowanie relacji z istniejącą społecznością. Sprawdź konto, opis filmu, okładkę i napisy.

Wtorek — materiały pochodne. Przygotuj dwa wpisy o różnych aspektach tematu: pierwszy jako ciekawostka lub mocna teza, drugi jako wyjaśnienie. Jeśli Reels/Shorts są aktywne, utwórz jeden pionowy klip z fragmentu materiału. Wygenerowane propozycje potraktuj jako szkice do oceny.

Środa — publikacja główna. Zleć emisję filmu w uzgodnionym terminie. Skontroluj status i link publiczny. Jeżeli platforma odrzuci materiał, nie wysyłaj nowej kopii bez weryfikacji przyczyny.

Czwartek — dystrybucja. Skieruj widzów do filmu przez Facebook, Instagram lub inne zatwierdzone kanały. Dostosuj tekst do platform i unikaj identycznego spamu.

Piątek — społeczność. Odpowiedz na pytania, sprawdź wartościowe komentarze, zapisz tematy do kolejnego odcinka.

Niedziela — przegląd. Przejrzyj historię i analitykę. Oceń nie tylko wyświetlenia, lecz również pytania odbiorców, jakość dyskusji i czas potrzebny na przygotowanie.

Efekt organizacyjny

Największą korzyścią jest to, że jeden materiał stanowi źródło wielu spójnych, zaplanowanych form komunikacji. Nie musi to oznaczać większej liczby postów za wszelką cenę; ważniejsza jest przewidywalność procesu.

55. Marka ekspercka: jeden materiał, wiele kanałów

Sytuacja: konsultant lub niewielka firma doradcza co tydzień tworzy analizę jednej sprawy. Celem jest reputacja ekspercka, a nie maksymalne nasycenie kalendarza.

Źródło prawdy

Najpierw przygotuj materiał podstawowy: artykuł, notatkę albo zaakceptowany brief. To on zawiera główną tezę, źródła, zastrzeżenia i liczby. Dopiero z niego buduj treści pochodne.

Cztery warianty

LinkedIn: wprowadzenie problemu, dwa argumenty, doświadczenie branżowe, spokojne pytanie do czytelnika. **Facebook:** przystępne wyjaśnienie jednego aspektu i kontekst codzienny. **Instagram:** graficzne podsumowanie w kilku punktach. **Strona WWW:** pełny materiał, źródła i odpowiedź na najczęstsze pytania.

Działania w Mumro

1. Ustal temat i język w Strategii i Głosie marki.
2. Przygotuj wpis bazowy lub artykuł w edytorze WWW.
3. Wykorzystaj generator postów do szkiców, nie do bezwarunkowego publikowania.
4. Otwórz Composer, ustaw konta i przygotuj indywidualne warianty.
5. Wybierz różne sloty, jeśli publiczność kanałów konsumuje treść w inny sposób.
6. Po tygodniu porównaj wyniki, uwzględniając różnice między wskaźnikami.

Co oceniać

Jakość komentarzy, zapytania od zainteresowanych osób, wejścia na artykuł, czas tworzenia oraz zgodność komunikacji z pozycjonowaniem marki. Nie ma sensu wymieniać eksperckiego tonu na agresywny clickbait tylko dlatego, że raz osiągnął więcej wyświetleń.

56. Redakcja: informacja, źródła, artykuł, karuzela

Sytuacja: portal branżowy prowadzi bieżące tematy i chce ograniczyć ryzyko błędów AI podczas publikowania aktualności.

Proces redakcyjny

Krok 1 — temat. Wybierz zdarzenie, do którego istnieją materiały pierwotne. Nie opieraj artykułu tylko na streszczeniu innego automatu.

Krok 2 — profil researchu. Ustaw oficjalne komunikaty i niezależne media. Dla nowego zdarzenia wybierz wąskie okno czasowe i kilka różnych zapytań, aby nie zebrać dziesięciu niemal identycznych wyników.

Krok 3 — podgląd jakości. Zobacz liczbę i charakter materiałów. Jeśli nie ma źródeł pierwotnych, oznacz odpowiednie twierdzenia jako niepewne lub wstrzymaj tekst.

Krok 4 — artykuł. Wygeneruj lokalny szkic, skontroluj nazwiska, daty, kontekst cytatów i linki. Sprawdź, czy materiał odpowiada na rzeczywisty temat, a nie tylko streszcza luźno powiązane wiadomości.

Krok 5 — pakiet wizualny. Utwórz grafikę podsumowującą i karuzelę. Zadbaj, aby na slajdach zachowały się ważne zastrzeżenia.

Krok 6 — publikacja WWW. Przekaż zatwierdzony tekst do CMS i sprawdź publiczny URL. Nie zakładaj sukcesu na podstawie samego zapisu lokalnego.

Krok 7 — dystrybucja. Przygotuj wpisy promocyjne, ewentualnie z pomocą AI, i skieruj je do Composera.

Krok 8 — odbiór i aktualizacja. Po emisji monitoruj reakcje. Gdy pojawią się nowe fakty, zmodyfikuj artykuł u źródła i oceń, czy posty odsyłające wymagają doprecyzowania.

Reguła numer jeden

W redakcji automatyzacja może pomóc w prędkości przygotowania, ale nie powinna znosić odpowiedzialności za treści o ludziach, zdarzeniach i możliwych szkodach reputacyjnych.

57. Agencja: obsługa kilku klientów

Sytuacja: agencja obsługuje trzy firmy o różnej branży, komunikacji i budżecie. Potrzebuje powtarzalnego procesu, lecz nie może pomylić kont ani udostępnić danych jednej marki drugiej.

Architektura pracy

Utwórz osobny workspace dla każdego klienta. W każdym ustaw głos marki, konta, członków, źródła, harmonogramy i budżet. Osoby pracujące dla kilku klientów otrzymują odpowiednie członkostwa, ale przed publikacją sprawdzają właściwą przestrzeń.

Standard tygodniowy

Poniedziałek: zebranie materiałów i zatwierdzenie tematów przez osoby kontaktowe. **Wtorek:** przygotowanie szkiców i grafik. **Środa:** kontrola prawna, językowa i merytoryczna. **Czwartek:** zapis planu i publikacji. **Piątek:** przegląd wyników, komentarzy i raportowanie.

Korzyść dla agencji

Jednolity schemat upraszcza wdrażanie pracowników i zmniejsza chaotyczne przekazywanie plików. Jednocześnie konfiguracja jest klientocentryczna: marka A nie musi mieć generatora Reels, a marka B może korzystać z artykułów i chatbota.

Minimalna procedura kontroli dostępu

Przed rozpoczęciem projektu sprawdź prawa do kanałów. Przy zakończeniu współpracy z pracownikiem usuń dostęp, odwołaj powiązane klucze, sprawdź oczekujące zadania i przejrzyj osoby mające dostęp do ważnych danych. Nie prowadź klientów na jednym współdzielonym loginie.

58. Firma usługowa: content, chatbot i opinie

Sytuacja: firma oferuje usługi specjalistyczne i stale odpowiada na te same pytania klientów. Chce zwiększyć widoczność oraz usprawnić kontakt, nie tworząc automatycznie mylących obietnic.

Budowa procesu

1. Utwórz bibliotekę najczęstszych pytań i odpowiedzi, zweryfikowaną przez firmę.
2. Wykorzystaj ją do poradników na stronie oraz cyklicznych postów.
3. Opracuj głos marki i reguły bezpiecznego formułowania odpowiedzi.
4. Jeśli moduł jest gotowy i odebrany, skonfiguruj chatbota odsyłającego do poprawnych informacji.
5. Przygotuj publiczny link in bio prowadzący do oferty, kalendarza kontaktu i materiałów.
6. Zbierz autentyczne rekomendacje od klientów i opublikuj je zgodnie z uzgodnioną zgodą.
7. Obserwuj ruch do witryny oraz rodzaje pytań od odbiorców.

Zasada bezpieczeństwa

Chatbot nie powinien samodzielnie rozstrzygać reklamacji, zobowiązań prawnych lub indywidualnych spraw klienta, jeśli nie został do tego przygotowany i odpowiednio zweryfikowany. W takich przypadkach niech ułatwia kontakt z właściwą osobą.

59. Kampania wieloformatowa

Sytuacja: marka wprowadza nową usługę i planuje czterotygodniową kampanię organiczną.

Struktura czterech tygodni

Tydzień 1 — problem: edukacja odbiorców i wyjaśnienie potrzeby. **Tydzień 2 — rozwiązanie:** pokazanie działania usługi, procesu i ograniczeń. **Tydzień 3 — zaufanie:** materiały merytoryczne, przykłady pracy oraz autentyczne opinie. **Tydzień 4 — decyzja:** klarowna oferta, odpowiedzi na pytania i zaproszenie do kontaktu.

Jak pomaga Mumro

Strategia definiuje cele, Composer porządkuje warianty kanałowe, Kampanie tworzą spójne oznaczenia UTM, kolejka utrzymuje plan, Insights podpowiada tematy, a historia pomaga ocenić realizację. Przy aktywnych generatorach AI część tekstów i materiałów wizualnych może powstać szybciej.

Pomiary kampanii

Oddzielaj wskaźniki wykonania (ile treści przygotowano), komunikacji (zasięg, reakcje, odsłony) i biznesowe (np. zapytania lub jakościowe rozmowy). Nie wyciągaj wniosków przyczynowych wyłącznie z korelacji między datą publikacji a sprzedażą.

60. Cykl wideo: nagranie, rolki i Shorts

Sytuacja: zespół ma godzinny webinar. Chce przygotować z niego kilka krótkich form, uzupełniając nimi publikację pełnego nagrania.

Sekwencja działań

1. Zweryfikuj prawa do nagrania, wizerunków uczestników, muzyki i materiałów prezentacji.
2. Przygotuj pełny film na YouTube albo wybrane kanały wideo.
3. W module Shorts, o ile jest aktywny i sprawdzony, prześlij plik jako źródło.
4. Wybierz kilka potencjalnych fragmentów i przejrzyj wygenerowane klipy.
5. Skontroluj, czy automatyczne cięcie nie zmieniło sensu wypowiedzi.
6. Jeśli potrzebujesz krótkiego wyjaśnienia zamiast fragmentu rozmowy, opracuj osobny Reel na podstawie zaakceptowanego scenariusza.
7. Zaplanuj premierę pełnego materiału i późniejszą dystrybucję form pochodnych.
8. Porównaj nie tylko liczbę wyświetleń, ale również to, czy krótkie filmy trafiają do właściwego odbiorcy.

Dobra praktyka

Nie publikuj jednocześnie wszystkich klipów z identycznym podpisem. Lepiej zbudować mini-serię: problem, przykład, wyjaśnienie, odpowiedź na pytanie i zaproszenie do obejrzenia całego materiału.

61. Praca z agentem AI i ludzką akceptacją

Sytuacja: zespół chce, aby agent tworzył materiały na podstawie nowych artykułów, ale nie powinien mieć prawa samodzielnego publikowania bez ograniczeń.

Rozdzielenie odpowiedzialności

Agent: wyszukuje zatwierdzone źródła, streszcza, tworzy pomysły, przygotowuje warianty i może utworzyć dozwolony szkic. **Redaktor:** sprawdza tezy, styl i media. **Właściciel kanału:** nadaje odpowiednie upoważnienie i decyduje o publikacji. **Mumro:** utrzymuje stan zleconych działań, weryfikuje uprawnienia i próbuje przekazać zaakceptowane materiały do właściwych platform.

Przykładowy proces kontrolowany

1. Włącz tylko potrzebny zakres API/agenta w zatwierdzonym workspace.
2. Udostępnij agentowi kontekst, który może zgodnie z polityką odczytać.
3. Zleć przygotowanie trzech propozycji, a nie publikację.
4. Przejrzyj wynik i wybierz jedną wersję.
5. Dopiero po akceptacji wywołaj osobną, dozwoloną operację przygotowania harmonogramu.
6. Sprawdź rezultat w kolejce i historii.
7. Cofnij dostęp agentowi, kiedy nie jest już potrzebny.

Kiedy automatyzacja wymaga większego nadzoru

Dotyczy to wypowiedzi prawnych, medycznych, finansowych, politycznych, obietnic handlowych, komunikatów kryzysowych oraz wszystkich scenariuszy, w których błąd mógłby wyrządzić klientowi lub osobie trzeciej istotną szkodę. W tych obszarach rekomendowanym wynikiem AI jest **szkic do zatwierdzenia**, nie niekontrolowana publikacja.

62. Proces wdrożenia: pierwsze 30 dni

Wdrożenie warto potraktować jako **pilotaż procesowy**, a nie wyłącznie techniczną instalację. Wynikiem powinien być działający rytm pracy, który klient potrafi samodzielnie kontynuować.

Dni 1–5: diagnoza i konfiguracja

Zidentyfikuj cele, obecne problemy, kanały, osoby, formaty i koszty. Utwórz workspace, ustal role, przygotuj dostęp i podłącz pierwszy kanał. Wybierz dwa dozwolone typy publikacji. Zdefiniuj test akceptacyjny: np. przygotowanie, zaplanowanie i potwierdzona emisja posta oraz sprawdzenie danych historycznych.

Rezultat: przejrzysty zakres, osoba decyzyjna, działające logowanie, jedno sprawdzone konto i pierwsza świadoma publikacja.

Dni 6–10: operacyjny kalendarz

Skonfiguruj sposób planowania, przenieś uzgodnione materiały i ustal zasady tworzenia szkiców. Włącz widok kolejki w codziennej pracy. Przetestuj edycję terminu, kopiowanie i przegląd historii.

Rezultat: zespół wie, gdzie znajduje się prawdziwy plan i jak odczytać stan zadania.

Dni 11–15: jakość i społeczność

Dopracuj głos marki, wprowadź szablony, skonfiguruj obsługę komentarzy, przetestuj analitykę i Insights. Sprawdź, które dane rzeczywiście są dostępne. Warto przeprowadzić krótkie szkolenie z rozróżniania błędu, braku danych i zerowego wyniku.

Rezultat: pierwszy prosty cykl pomiaru jakości i reakcji na komentarze.

Dni 16–20: jeden moduł automatyzacji

Wybierz jedną funkcję o widocznym zwrocie, np. generator postów. Ustal limit budżetu, sprawdź jakość tekstów, opracuj procedurę akceptacji. Zaawansowanych generatorów i autopilotów nie uruchamiaj bez zweryfikowania ich oddzielnych zależności.

Rezultat: jedna automatyzacja, której efekt da się porównać z ręcznym sposobem pracy.

Dni 21–25: rozszerzenie i integracja

Jeżeli klient ma własną witrynę, rozważ połączenie artykułów, analityki lub Link in bio. Jeżeli ma dużo długich nagrań — osobny pilotaż Shorts. W każdym przypadku dobieraj moduł do istniejącej potrzeby, nie do tego, co wygląda najbardziej efektownie w prezentacji.

Rezultat: uporządkowana lista funkcji wdrożonych, przetestowanych i pozostających poza zakresem.

Dni 26–30: ocena i decyzja

Przejrzyj liczbę przygotowanych oraz poprawnie opublikowanych materiałów, czas zespołu, błędy, reakcje, zużycie AI i jakość procesu. Zapisz rekomendacje, listę ograniczeń oraz plan drugiego etapu.

Rezultat: decyzja oparta na rzeczywistym użyciu, a nie liczbie dostępnych funkcji na liście.

CZĘŚĆ VII. MATERIAŁY SPRZEDAŻOWE I REFERENCYJNE

63. Jak prezentować Mumro klientowi

Mumro najlepiej przedstawiać nie jako „generator postów z AI”, lecz jako **centrum pracy nad komunikacją, które może łączyć ludzi, kanały, materiały, automatyzację i analizę**. Warto rozpocząć od problemu klienta, a nie od demonstracji wszystkich ekranów.

Trzy warianty krótkiego opisu

Opis 15-sekundowy:

„Mumro pomaga prowadzić cały proces komunikacji marki: od przygotowania treści, przez plan i publikację na wybranych kanałach, po analizę wyników. Dodatkowe moduły AI i WWW można uruchamiać zgodnie z potrzebami projektu”.

Opis 60-sekundowy:

„W wielu zespołach plan postów jest w arkuszu, pliki w folderach, opisy w dokumentach, AI w osobnym czacie, a statystyki w kilku panelach. Mumro ma te elementy połączyć w jeden uporządkowany proces. Można przygotować materiał, dostosować go do kanałów, zaplanować emisję, przejrzeć historię i pracować z wynikami. W miarę potrzeb dochodzą generatory postów, rolki, Shorts, artykuły, research, chatbot czy integracje agentowe — w zakresie uzgodnionym i przetestowanym dla konkretnego klienta”.

Opis dla klienta technicznego:

„Mumro to modułowa aplikacja do orkiestracji procesów contentowych i publikowania. Obsługuje model wielu workspace'ów, role, uprawnienia do kanałów, osobne zadania publikacyjne dla targetów, narzędzia analityczne i wybrane procesy AI. Funkcje zaawansowane są kontrolowane przez uprawnienia, politykę etapowego udostępniania i budżet użycia”.

Dobra sekwencja demonstracji

1. Pokaż **Pulpit** i wyjaśnij, jakie informacje zbiera.
2. Otwórz **Composer** i przygotuj prosty materiał z wariantami na dwa kanały.
3. Przejdź do **Planu publikacji** i pokaż terminy oraz statusy.
4. Otwórz **Historię**, aby pokazać różnicę między zleceniem i wynikiem.
5. Przejdź do **Analityki i Insights**, aby przedstawić pętlę uczenia się na danych.
6. Dopiero wtedy zaprezentuj jeden dodatkowy moduł AI albo WWW istotny dla klienta.
7. Zakończ pokazaniem zakresu oferty: co jest gotowe, co wymaga uruchomienia, jakie są ograniczenia i warunki pilotażu.

Czego unikać w prezentacji

Nie przedstawiaj kodowego katalogu Basic/Pro/Business jako publicznie dostępnego cennika. Nie deklaruj, że każdy agent może wszystko, a każda platforma obsługuje każdy format. Nie obiecuj 100% automatyzacji ani skalowania bez limitów. Zamiast tego pokaż realny, kontrolowany proces i konkretny rezultat.

64. Z jakimi problemami biznesowymi pomaga Mumro

Problem klienta	Obszar Mumro	Jaką zmianę procesu można osiągnąć
Materiały są rozproszone	Composer, media, kolejka	Jedno miejsce do przygotowania i śledzenia emisji.
Zespół gubi terminy	Harmonogramy i kalendarz	Spójny plan z widocznymi statusami.
Każdy kanał ma inną wersję tekstu	Warianty platformowe	Uporządkowanie nadpisań i podglądu.
Publikacje są powtarzane ręcznie	Kopiowanie, generatory, plan	Powtarzalny proces z redakcyjną kontrolą.
Nie wiadomo, co działa	Pulpit, analityka, Insights	Przegląd dostępnych wyników i hipotezy do testu.
Zespół odpowiada chaotycznie	Komentarze, szablony, polityki	Bardziej jednolity sposób pracy ze społecznością.

Problem klienta	Obszar Mumro	Jaką zmianę procesu można osiągnąć
Artykuł żyje tylko na stronie	Artykuły, visual bundle, Composer	Przekształcenie treści w formaty do dystrybucji.
Brakuje aktualnych tematów	Profile źródeł, research, autopilot	Systematyczne zbieranie materiałów do weryfikacji.
Firma ma wiele podobnych pytań	Chatbot, FAQ, treści WWW	Wspólna baza wiedzy i lepiej ułożony kontakt.
Agencja obsługuje wiele marek	Workspace, role, konta	Oddzielenie klientów i uprawnień.
AI generuje niekontrolowane koszty	Budżet, kredyty, uprawnienia	Lepsze limity i jawne decyzje o użyciu usług.
Trudno korzystać z własnych agentów	API, MCP, kontrola zakresów	Wybrane integracje bez przekazywania pełnych kont człowieka.

Przykład wartości operacyjnej

Jeśli firma przygotowuje 20 materiałów miesięcznie i każda ręczna koordynacja zajmuje średnio 15 minut, sam etap planowania i przekazywania może pochłaniać pięć godzin. Usprawnienie procesu o połowę oznacza około 2,5 godziny oszczędności w tej części pracy. To **przykład modelowy**, nie wynik zmierzony dla Mumro. Rzeczywiste efekty pilotażu powinny być ustalone na danych klienta.

65. Mierzenie wartości, efektywności i ROI

Sukces wdrożenia można rozpatrywać w czterech wymiarach: **jakość operacji**, **jakość treści**, **reakcja odbiorców** i **efekt biznesowy**. Łączenie ich w jeden „magiczny wynik AI” zaciemnia obraz.

1. Operacje

- Liczba treści gotowych przed terminem.
- Odsetek publikacji wykonanych zgodnie z planem.
- Liczba błędów wymagających interwencji.
- Czas pracy od pomysłu do zaakceptowanego szkicu.
- Liczba ręcznych przełączeń między narzędziami.

2. Jakość materiału

- Liczba poprawek faktograficznych i językowych.
- Odsetek materiałów wymagających pełnego przepisania.
- Kompletność źródeł i praw do obrazów.
- Zgodność treści z opisanym głosem marki.
- Czytelność grafik, napisów i krótkich filmów.

3. Odbiorcy

- Dostępne miary wyświetleń, reakcji i zaangażowania.
- Jakość pytań pod publikacjami.
- Ruch do treści na witrynie i jego źródła, w granicach posiadanych danych.
- Powracające tematy i potrzeby odbiorców.

4. Biznes

- Liczba wartościowych kontaktów lub zapytań przypisywalnych do działań w dostępnej metodologii.
- Koszt przygotowania jednostki materiału.
- Oszczędzony czas pracy i zmiana liczby wykonanych materiałów.
- Nakład na usługi AI, renderowanie i utrzymanie procesu.

Wzór pomocniczy

Dla procesu, w którym umiemy rozsądnie oszacować wartość oszczędzonego czasu, można użyć:

```
korzyść_operacyjna = zaoszczędzone_godziny × koszt_godziny
wynik_netto = korzyść_operacyjna + inne_zmierzone_korzyści - koszt_Mumro - koszt_AI - koszt_wdrożenia
```

$$\text{ROI} = (\text{wynik_netto} / \text{całkowity_koszt}) \times 100\%$$

Nie wliczaj arbitralnego „wzrostu zasięgu” jako równowartości sprzedaży. Jeżeli nie ma danych o wpływie na przychody, raportuj osobno wskaźniki marketingowe i faktyczne koszty.

Plan pomiarowy na 30 dni

Przed startem zmierz czas przygotowania kilku typowych postów i liczbę bieżących błędów. Po wdrożeniu mierz te same działania w porównywalnym zakresie. Sprawdź, ile czasu faktycznie zajmuje także poprawianie materiału wygenerowanego przez AI. Oszczędność w tworzeniu, którą całkowicie konsumuje korekta, nie jest jeszcze pozytywnym efektem procesu.

66. Najczęstsze pytania klientów

Czy Mumro jest tylko harmonogramem postów?

Nie. Planowanie i publikowanie stanowią rdzeń, ale produkt obejmuje także przygotowanie treści, historię, analitykę, komentarze oraz moduły AI i WWW. Zakres dostępny dla konkretnego klienta zależy od wdrożenia.

Czy mogę obsługiwać Facebook, Instagram i YouTube z jednego miejsca?

W kodzie istnieją odpowiednie integracje i ścieżki publikowania. Na prywatnej instalacji potwierdzano wybrane nowe publikacje w tych kanałach w październiku 2026 r. Nie oznacza to identycznego zakresu formatów ani gwarantowanej gotowości każdego konta. Połączenia klienta należy przetestować osobno.

A LinkedIn, X i TikTok?

W produkcie znajdują się powiązane adaptory i elementy obsługi, lecz ich dostępność, uprawnienia i odbiór wymagają osobnej weryfikacji. Nie należy zakładać, że każdy typ postu jest na nich obsługiwany tak samo.

Czy mogę zaplanować materiały na przyszły miesiąc?

Takie działanie jest częścią głównego planu publikacyjnego, o ile konto i forma publikacji wspierają terminowanie. Sprawdź strefę czasową i stan uprawnień.

Czy można publikować na kilku profilach jednocześnie?

Composer obsługuje wybór wielu kont, a zadania wykonywane są osobno dla konkretnych celów. Częściowy sukces oznacza, że pozostałe kanały należy sprawdzić indywidualnie.

Czy Mumro tworzy grafiki i filmy z AI?

Ma moduły generowania postów, obrazów, Reels, Shorts i wizualizacji artykułów. Ich aktywacja i gotowość zależą od dostawców, rendererów, budżetu i zakresu pilotażu.

Czy wygenerowana treść jest automatycznie prawdziwa?

Nie. W części workflowów istnieje etap sprawdzenia ugruntowania w źródłach, ale nie zastępuje on redaktora i nie gwarantuje braku błędów. Ważne informacje należy zweryfikować.

Czy mogę automatycznie tworzyć karuzele na Instagram i Facebook?

W kodzie znajduje się Social Autopilot i nowsza obsługa Facebooka. Włączenie dla konkretnej organizacji wymaga sprawdzenia wersji wdrożonego kodu, aktywnych modułów, uprawnień i testu. Automatyzacja ma osobną procedurę zatwierdzania.

Czy można tworzyć artykuły na stronę?

Tak, w przewidzianym module WWW: edytor, autopilot, media, tłumaczenia i integracje CMS są ujęte w produkcie. Gotowość konkretnej ścieżki CMS trzeba potwierdzić na witrynie klienta.

Czy obsługiwane są tłumaczenia artykułów?

W ścieżce autopilota przewidziano dodatkowe języki. Nie oznacza to automatycznego tłumaczenia każdej publikacji społecznościowej ani redakcyjnej korekty native speaker.

Czy Mumro zastępuje Google Analytics?

Nie należy tego deklarować. Wbudowana analityka WWW służy do zbierania i pokazywania podstawowych danych z własnego trackera. Zakres funkcji, modeli atrybucji i raportowania nie jest automatycznie taki sam jak w innych platformach analitycznych.

Czy chatbot sam obsłuży całą sprzedaż?

Chatbot może pomóc w odpowiedziach na pytania, prezentowaniu wiedzy i zbieraniu kontaktów, ale jego możliwości i bezpieczeństwo wymagają konfiguracji i testów. Nie jest zamiennikiem osoby odpowiedzialnej za skomplikowane lub wrażliwe sprawy.

Czy mogę podłączyć własne modele AI i klucze?

W niektórych planach i przy odpowiedniej polityce udostępniono model BYOK. Dostępność zależy od konfiguracji i może być ograniczana dla konkretnych usług.

Czy mam dostęp do całego kodu i infrastruktury?

Nie wynika to automatycznie z uzyskania dostępu do aplikacji. Kod, usługa hostingowa, prawa do zmian i zakres administracji wymagają osobnych ustaleń umownych.

Czy Mumro jest dostępne jako publiczna subskrypcja?

W analizowanym wydaniu główną ścieżką ofertową jest kontakt i indywidualne uruchomienie modelu Concierge. Pozostałe plany istnieją w katalogu technicznym, ale publiczna samoobsługowa sprzedaż nie jest potwierdzonym procesem.

Czy klient może mieć własną przestrzeń i użytkowników?

Tak, model workspace'ów i ról jest jednym z fundamentów produktu. Konkretnie zaproszenia, dostęp do kanałów i rola operatora powinny zostać uzgodnione przy wdrożeniu.

Czy mogę oddać publikowanie agentowi AI?

Możliwe są określone integracje agentowe, lecz prawo do wykonania skutku zewnętrznego powinno być ograniczone i jawnie zatwierdzone. Nie należy traktować dostępu do odczytu jako prawa do publikowania.

Co się dzieje, kiedy dostawca API nie odpowiada?

W zależności od typu operacji zadanie może czekać, zakończyć się błędem lub wymagać sprawdzenia wyniku. Nie należy automatycznie ponawiać niepewnych publikacji bez oceny ryzyka duplikatu.

Czy dane są bezpieczne i czy istnieje SLA?

Projekt zawiera mechanizmy kontroli dostępu, sesji i izolacji danych, lecz pełne warunki bezpieczeństwa, retencji, backupu, reagowania na incydenty i gwarancje dostępności należy zdefiniować i odebrać dla konkretnej usługi. Sam podręcznik nie jest SLA ani certyfikatem zgodności.

67. Słownik pojęć

Pojęcie	Znaczenie
AI provider	Dostawca modelu tekstowego, obrazowego, mowy lub innych funkcji AI.
Autopilot	Zdefiniowany proces, który potrafi automatycznie rozpocząć określone generowanie lub dystrybucję.
BYOK	Bring Your Own Key — użycie własnych uprawnień dostawcy AI.
Campaign / kampania	Zestaw powiązanych działań mających wspólny cel i oznaczenia.
CMS	System zarządzania treścią strony internetowej.
Composer	Główne narzędzie przygotowywania i kierowania publikacji do kanałów.
Content density	Ilość treści tekstowej przewidziana na slajdzie lub w komponencie wizualnym.
Entitlement	Uprawnienie organizacji do korzystania z danego modułu.
Evergreen	Treść, która zachowuje wartość niezależnie od bieżących wiadomości.

Pojęcie	Znaczenie
Grounding	Powiązanie twierdzeń generowanych przez AI z dostępnymi materiałami źródłowymi.
Idempotencja	Własność ograniczająca powielanie skutku przy ponowieniu identycznej operacji.
Insights	Wnioski i sugestie wyprowadzane z dostępnych danych.
Job / zadanie	Trwały zapis intencji wykonania konkretnej operacji.
Lead	Potencjalnie zainteresowany kontakt, niekoniecznie gotowy klient.
MCP	Model Context Protocol; jedna z możliwych form integracji narzędzi z agentami AI.
Media Asset	Plik obrazu, wideo lub inny zasób należący do organizacji.
Module rollout	Kontrolowany etap udostępnienia funkcji: wyłączenie, pilotaż, dostępność.
OAuth	Standard udzielania aplikacji ograniczonego dostępu przez dostawcę zewnętrznego.
Override	Nadpisanie wspólnej treści lub ustawienia dla konkretnego kanału.
Publish Job	Operacja zlecona dla określonego celu publikacji.
Repurposing	Przekształcanie wartościowej treści w nowe formaty lub warianty.
Research Source Profile	Zestaw reguł i źródeł służących zbieraniu materiałów do pracy redakcyjnej.
Role	Zestaw praw użytkownika, np. owner, admin, member, viewer.
SaaS	Software as a Service — oprogramowanie dostarczane jako usługa; nie oznacza samo przez się dostępności publicznej subskrypcji Mumro.
Schedule	Ustalony termin lub reguła cykliczności.
Smart Cast	Specjalistyczna funkcja dopasowania wybranych treści między platformami.
Social Autopilot	Automatyczny proces przygotowywania karuzel na podstawie źródeł i harmonogramu.
UTM	Parametry linków pomagające oznaczać źródła i kampanie w analityce.
Visual bundle	Powiązany z artykułem zestaw grafik i slajdów.
Webhook	Powiadomienie wysyłane do zewnętrznego systemu po określonym zdarzeniu.
Workspace	Wydzielona przestrzeń organizacji lub klienta.

68. Tabela wszystkich obszarów produktu

Poniższa tabela jest **katalogiem funkcjonalnym**, nie cennikiem. „Ścieżka w kodzie” wskazuje typowy ekran. Status mówi o rodzaju rozwiązania, a nie o potwierdzonym stanie live dla każdej organizacji.

Nr	Funkcja / moduł	Typowy ekran	Charakter dostępności	Kluczowe zastosowanie
1	Pulpit	/	Rdzeń	Stan kont, publikacji, alertów i działań.
2	Strategia	/strategy	Rdzeń	Cele, role kanałów i kierunki pracy.
3	Konta	/accounts	Rdzeń, integracje warunkowe	Połączenia, statusy, synchronizacja, odnowienie.
4	Composer	Przycisk nowej publikacji	Rdzeń	Przygotowanie i dystrybucja treści.
5	Post	Composer	Rdzeń	Tekst i obsługiwane multimedia.
6	Story	Composer	Moduł	Krótkotrwałe treści i sekwencje.
7	Reel	Composer	Rdzeń w ramach dostępnych kanałów	Krótki format wideo.
8	Film	Composer	Zakres warunkowy	Dłuższe materiały wideo.
9	Wiele celów	Composer	Rdzeń	Jedna treść do kilku kanałów.

Nr	Funkcja / moduł	Typowy ekran	Charakter dostępności	Kluczowe zastosowanie
10	Override platformowe	Composer	Rdzeń	Indywidualne opisy i media.
11	Hashtagi i ostrzeżenia długości	Composer	Rdzeń	Wstępna kontrola jakości tekstu.
12	Okładki i napisy	Composer	Zakres warunkowy	Materiały filmowe.
13	Upload plików	Composer / narzędzia	Rdzeń	Dołączanie zasobów.
14	Szkice	Composer	Rdzeń	Przygotowanie bez publikacji.
15	Smart Cast	Composer / funkcje	Opcja zaawansowana	Wybrany przepływ między platformami.
16	Plan / kolejka	/queue	Rdzeń	Kontrola publikacji oczekujących.
17	Kalendarz publikacji	/queue	Rdzeń	Rozkład terminów.
18	Edycja, kopiowanie, przenoszenie	/queue, /published	Rdzeń / zakres warunkowy	Ponowne wykorzystanie i korekta planu.
19	Harmonogramy kanałów	/schedules	Rdzeń	Rytm slotów i terminów.
20	Historia	/published	Rdzeń	Potwierdzone publikacje i odnośniki.
21	Komentarze	/comments	Rdzeń / integracje warunkowe	Wspólna obsługa reakcji odbiorców.
22	Generowanie odpowiedzi AI	/comments	Moduł	Szkice odpowiedzi.
23	Reguły odpowiedzi	/comments / ustawienia	Moduł	Bezpieczne zasady automatyzacji.
24	Szablony odpowiedzi	/settings/reply-templates	Rdzeń	Powtarzalna obsługa FAQ.
25	Planowane komentarze autora	/comments / ustawienia	Moduł	Linki i uzupełnienia publikacji.
26	Skrzynka	/inbox	Rdzeń w dostępnym zakresie	Wybrane komentarze i rozmowy chatbota.
27	Analityka social	/analytics	Moduł	KPI, serie, kanały, najlepsze posty.
28	Insights	/insights	Rdzeń / zakres warunkowy	Sugestie terminów, hashtagów i ponownego użycia.
29	Audyt AI	Pulpit / Strategia	Moduł lub dostęp warunkowy	Pomocnicza ocena danych i planu.
30	Ustawienia modeli AI	/settings/ai	Moduł	Źródła AI, klucze i budżety.
31	Głos marki	/settings/brand-voice	Rdzeń	Styl, język, reguły komunikacji.
32	Generator postów	/create/posts	Moduł	Szkice i serie postów.
33	Generator obrazów do postów	/create/posts	Moduł / provider	Grafiki powiązane ze szkicami.
34	Generator Reels	/create/reels	Moduł / pilotaż	Wideo ze scenariuszy i obrazów.
35	Research Reels	/create/reels	Moduł / pilotaż	Materiały z wybranych źródeł.
36	Głos i synteza mowy	/create/reels / ustawienia	Moduł / provider	Narracja w generowanych filmach.
37	Generator Shorts	/create/shorts	Moduł / pilotaż	Długie nagranie → krótkie klipy.
38	YouTube jako źródło Shorts	/create/shorts	Eksperyment operatora	Wybrane własne filmy jako źródło.
39	Profile researchu	/settings/sources	Moduł	RSS, źródła oficjalne, web search.
40	Social Autopilot	/create/autopilot	Moduł / pilotaż	Cykliczne karuzele i źródła.
41	Budżet użycia i kredyty	Ustawienia / panel budżetu	Moduł	Kontrola płatnych operacji.
42	Witryny	/website/setup	Moduł	Punkt konfiguracji integracji WWW.
43	Artykuły WWW	/website/posts	Moduł	Edycja, szkice, CMS.
44	Autopilot artykułów	/website/autopilot	Moduł / pilotaż	Badanie i cykliczne tworzenie tekstów.
45	Tłumaczenia artykułów	/website/autopilot	Moduł	Warianty językowe.
46	Wizualny pakiet artykułu	/website/posts / autopilot	Moduł	Okładka, slajdy, karuzela.

Nr	Funkcja / moduł	Typowy ekran	Charakter dostępności	Kluczowe zastosowanie
47	Promocja artykułów	/website/posts / autopilot	Moduł / pilotaż	Artykuł → posty społecznościowe.
48	Analityka WWW	/website/analytics	Moduł	Odsłony, odwiedzający, sesje.
49	Chatbot	/website/chatbot	Moduł / pilotaż	Widget i odpowiedzi na stronie.
50	Baza wiedzy i FAQ	/website/chatbot	Moduł	Spójna informacja dla odwiedzających.
51	Rozmowy i leady	/website/chatbot	Moduł / pilotaż	Wybrane kontakty i historia.
52	Link in bio	/tools/link-in-bio	Rdzeń	Publiczna strona z odnośnikami.
53	Opinie	/tools/testimonials	Rdzeń	Autentyczne rekomendacje.
54	Kampanie / UTM	/settings/campaigns	Rdzeń	Oznaczanie ruchu.
55	Webhooki	/settings/webhooks	Moduł / zakres warunkowy	Integracje ze zdarzeniami.
56	Workspace	Przełącznik / ustawienia	Rdzeń	Oddzielne marki i projekty.
57	Role i członkowie	/settings/members	Rdzeń	Dostęp zespołu.
58	Dostęp kanałowy	Konta / członkowie	Rdzeń	Uprawnienia do konkretnych kont.
59	Logowanie / sesje	Ekrany auth	Rdzeń	Tożsamość i ochrona konta.
60	API i brama agentowa	Ustawienia / integracje	Moduł / pilotaż	Uprawnione działania narzędzi zewnętrznych.
61	Moduły i plan	/settings/features / operator	Rdzeń administracyjny	Kontrola dostępu do możliwości.
62	Panel platformy	Osobny panel operatora	Operator	Aktywacja workspace i zasobów.
63	Publiczne demo	Login, jeśli aktywne	Opcja	Przegląd na danych demonstracyjnych.
64	AI Video — ogólny generator	Widok zaawansowany	Kierunek / placeholder	Nie traktować jako aktywnej usługi.
65	Generator wpisów WWW — osobny widok	Widok zaawansowany	Kierunek / placeholder	Nie utożsamiać z istniejącym edytorem artykułów.

69. Checklisty użytkownika, redaktora i administratora

A. Przed pierwszą publikacją

- ☐ Jestem w prawidłowym workspace.
- ☐ Mam potrzebne prawa do wybranego konta.
- ☐ Konto jest aktywne i ma ważną autoryzację.
- ☐ Wybrałem poprawny typ treści.
- ☐ Materiał jest zaakceptowany przez osobę odpowiedzialną.
- ☐ Wszystkie linki działają i prowadzą do właściwej strony.
- ☐ Mam prawo wykorzystywać obrazy, wideo, muzykę i cytaty.
- ☐ Tekst mieści się w limitach i ma właściwe warianty platformowe.
- ☐ Film ma poprawne napisy i okładkę, jeśli są wymagane.
- ☐ Data oraz strefa czasowa są prawidłowe.
- ☐ Rozumiem, czy zapisuję szkic, planuję, czy publikuję teraz.

B. Przed użyciem generatora AI

- ☐ Wiem, jaki problem rozwiązuje dany materiał.
- ☐ Wybrany moduł został aktywowany i sprawdzony.
- ☐ Znam źródło rozliczania i budżet.
- ☐ Prompt zawiera odbiorcę, cel, ton i ograniczenia.
- ☐ Aktualności mają odpowiedni research.

- ☐ Wybrane źródła są zgodne z briefem.
- ☐ Wynik zostanie sprawdzony pod kątem faktów, praw i języka.
- ☐ Nie wkładam do promptu sekretów ani danych, które nie powinny opuścić organizacji.
- ☐ Wiem, czy wynik pozostanie szkicem, czy może uruchomić dalszą dystrybucję.

C. Przed aktywowaniem autopilota

- ☐ Zapisana konfiguracja wskazuje właściwe źródła i kanały.
- ☐ Częstotliwość i data pierwszego wykonania są zgodne z planem.
- ☐ Podgląd został obejrzany przez człowieka.
- ☐ Budżet i dostępność dostawców zostały potwierdzone.
- ☐ Zgoda dotyczy konkretnej wersji ustawień.
- ☐ Rozumiemy, czy autopilot tworzy szkic, planuje, czy publikuje.
- ☐ Jest osoba odpowiedzialna za kontrolę wyników i zatrzymanie procesu.
- ☐ Ustalono procedurę reakcji na błąd lub niepewną publikację.

D. Tygodniowy przegląd marketingu

- ☐ Zweryfikowano wszystkie publikacje z ubiegłego tygodnia.
- ☐ Przejrzano błędy i częściowe wyniki.
- ☐ Sprawdzone pytania i komentarze wymagające odpowiedzi.
- ☐ Odnotowano najlepiej działające materiały oraz ich kontekst.
- ☐ Wybrano treści do ponownego użycia.
- ☐ Ustalono tematy i sloty na kolejny tydzień.
- ☐ Sprawdzone zużycie AI i rendererów.
- ☐ Zaktualizowano źródła, reguły lub briefy, jeśli wymagała tego sytuacja.

E. Przy odebraniu dostępu pracownikowi

- ☐ Usunięto odpowiednie członkostwo workspace.
- ☐ Sprawdzone uprawnienia kanałowe.
- ☐ Odwołano powiązane klucze API i dostęp agenta, jeżeli były używane.
- ☐ Przejrzano aktywne zaproszenia.
- ☐ Sprawdzone oczekujące zadania inicjowane przez tę osobę.
- ☐ Ustalono nowego właściciela bieżących obowiązków.
- ☐ Nie usuwano pochopnie historii ani dowodów wykonanych publikacji.

F. Przed przekazaniem raportu klientowi

- ☐ Wskazano dokładny okres raportowania.
- ☐ Rozdzielono poszczególne platformy i rodzaje metryk.
- ☐ Nie przedstawiono braku danych jako zera.
- ☐ Uwzględniono zmiany definicji metryk i ewentualne przerwy połączeń.
- ☐ Dane o efektach biznesowych mają wskazaną metodę pomiaru.
- ☐ Odróżniono fakty od hipotez i sugestii AI.
- ☐ W raporcie nie ujawniono informacji z innych workspace'ów.

70. Granice oferty, status funkcji i źródła weryfikacji

70.1. Co oznacza „jest w Mumro”

Może znaczyć cztery różne rzeczy: kod implementuje funkcję, interfejs ją udostępnia, funkcja jest aktywna dla workspace lub wynik został rzeczywiście sprawdzony na produkcji. W rozmowach handlowych należy podawać ostatni, właściwy dla klienta status. **Nie należy traktować każdego elementu repozytorium jako gotowej komercyjnej usługi.**

70.2. Przykładowa macierz przed ofertą

Obszar	Co sprawdzić przed obietnicą klientowi	Proponowany dowód
Facebook / Instagram / YouTube	Konto, typ materiału, auth, wykonanie, status i ewentualne odzyskiwanie	Zatwierdzony test na właściwej powierzchni.
X / LinkedIn / TikTok	Autoryzację, dopuszczone operacje, limit API, aktualny rollout	Osobny test konkretnego przypadku.
Composer / kolejka	Szkic, termin, wariant, anulowanie, statusy i historia	Scenariusz od przygotowania do potwierdzenia.
Komentarze	Odczyt, odpowiedź, źródło, synchronizację	Przykładowa testowa rozmowa.
Analityka	Definicje i dostępność metryk, brakujące dane	Raport z porównaniem ze źródłem.
Reels / Shorts	Dostępność renderera, budżet, wynik, pobieranie i publikacja	Nowy render i kontrolowany test.
Social Autopilot	Zgoda, źródła, preview, targety, budżet i kontrola wyników	Pełny pilotaż na wybranym kanale.
CMS	Konfiguracja, uprawnienie, odbiornik, idempotencja, status	Szkic i potwierdzony zapis w docelowym CMS.
Chatbot	Baza wiedzy, domeny, prywatność sesji, odpowiedzi i leady	Testy jakości i izolacji w kontrolowanej witrynie.
API / agenci	Klucz, scopes, workspace, dostęp do zasobów i skutki zewnętrzne	Ograniczony scenariusz i audyt uprawnienia.

70.3. Źródła analizy

Podstawowy zakres analizy: repozytorium `RolePlayingTech/mumro`, główna aplikacja React w `frontend/src`, część API i logiki biznesowej w `app`, katalog modułów i planów, dokumentacja techniczna w `docs` oraz poprzednie wydanie PDF „Mumro — Podręcznik platformy”, 19.10.2026.

Wewnętrzne źródła referencyjne dla operatora (nazwy plików, nie linki publiczne):

- `frontend/src/components/layout/Sidebar.tsx` — mapa rzeczywistego menu.
- `frontend/src/components/composer/ComposerModal.tsx` i `PublicationTypeSelector.tsx` — struktura Composera.
- `frontend/src/pages/{QueuePage, PublishedPage, AccountsPage, DashboardPage, AnalyticsPage, InsightsPage, CommentsPage, InboxPage}.tsx` — codzienne procesy social media.
- `frontend/src/pages/{ReelsGeneratorPage, ShortsGeneratorPage, PostGeneratorPage, SocialAutopilotPage}.tsx` — AI Studio.
- `frontend/src/pages/{WebsiteSetupPage, WebsiteArticlesPage, ArticleAutopilotPage, WebsiteAnalyticsPage, ChatbotPage}.tsx` — część WWW.
- `frontend/src/pages/{BrandVoicePage, CampaignsPage, LinkInBioPage, TestimonialsPage, SettingsPage}.tsx` — narzędzia uzupełniające.
- `app/services/feature_catalog.py`, `app/services/plan_catalog.py` — katalog modułów i planów.
- `docs/modules-and-packages.md` — dostępy i etapowe aktywacje.
- `docs/workspaces.md`, `docs/authentication.md` — role i tożsamość.
- `docs/shorts.md`, `docs/social-autopilot.md`, `docs/website-integrations.md` — główne kontrakty zaawansowanych modułów.
- `docs/managed-ai.md`, `docs/usage-metering.md` — źródła AI i budżety.
- `docs/manual-testing.md`, `docs/audit-log.md`, `docs/implementation-queue.md` — dowody, ograniczenia i zakresy wymagające odbioru.

Data analizy repozytorium: 21 października 2026; stan wskazany przez commit `21cee507cde7e5ab5d7844bcc551ecd3cfa28641` z 19 października 2026. Nie wykonywano w ramach tworzenia tego podręcznika testów logowania, publikacji na kontach klientów, połączeń z CMS, renderowania filmów ani audytu aktualnie uruchomionej instalacji. Z tego powodu dokument nie przypisuje żadnej z tych ścieżek statusu ogólnego „production ready”.

70.4. Informacje, które należy dołączyć do oferty klienta

Wszystkie dokumenty sprzedażowe i wdrożeniowe powinny zawierać co najmniej: nazwę i właściciela workspace, listę obsługiwanych kanałów, zakres włączonych modułów, ewentualne ograniczenia pilotażu, model użycia AI, limity kosztów, zakres odpowiedzialności za publikację, warunki korzystania z materiałów, rodzaj wsparcia, zasady retencji danych i mediów, zakres backupu oraz sposób postępowania w razie awarii. Podręcznik opisuje możliwości systemu, ale nie zastępuje tych ustaleń.

70.5. Jak aktualizować podręcznik

Przy zmianie funkcji należy sprawdzić: zmianę kodu, wynik testów, faktyczną wersję wdrożenia, wpływ na uprawnienia, koszty i dane klienta oraz opis w interfejsie. Zmiana samego numeru commita w stopce nie wystarcza. Rozdziały o integracjach zewnętrznych i funkcjach pilotowanych powinny być aktualizowane w pierwszej kolejności.

Zakończenie

Mumro jest najciekawsze wtedy, kiedy nie traktujemy go jako zbioru przypadkowych przycisków. Pojedynczy post, film, artykuł czy komentarz jest częścią większego procesu — strategii marki, przygotowania materiału, decyzji redakcyjnej, dystrybucji i uczenia się na rezultatach. **Platforma ma służyć organizacji tego procesu**, a generatywne AI oraz automatyzacje mogą wspierać te fragmenty, w których przynoszą realną wartość.

Dla klienta najważniejsze pytanie nie brzmi „ile modułów ma Mumro?”, lecz **„które z tych modułów rozwiązują nasze problemy w sposób kontrolowany i opłacalny?”**. Właśnie na to pytanie powinien odpowiadać dobrze przeprowadzony pilotaż i dalszy rozwój współpracy.

MUMRO × ROLEPLAYINGTECH • Podręcznik rozszerzony • wydanie referencyjne 2026