



Sada parametrů pro hodnocení chování uživatelů na NZIP

Metodická dokumentace



Úvodem	3
Optimalizace pro vyhledávače (SEO)	3
Obsahový marketing	4
LinkBuilding	4
Analýza mediálních výstupů	4
Zahraniční výstupy	4
Webová analytika	4
Optimalizace pro nástroje umělé inteligence	5
Obsahový marketing: Měřitelné indikátory	7
Indikátory pro sledování uživatelů	8
Závěr a další kroky v rozvoji hodnocení uživatelů NZIP	10
Shrnutí hlavních přínosů	10
Strategické kroky do blízké budoucnosti	10
Výzva k otevřené spolupráci	10
Hodnocení diseminace obsahu NZIP pro cílové skupiny	12

Úvodem

Porozumění tomu, jak uživatelé portálu **nzip.cz** vyhledávají, konzumují a sdílí informace, je klíčovým předpokladem pro zajištění jeho dlouhodobé relevance, užitečnosti a udržitelného rozvoje. NZIP si klade za cíl být spolehlivým a srozumitelným zdrojem informací o zdraví a zdravotní péči pro širokou veřejnost i odborníky. Aby tohoto cíle mohl efektivně dosahovat, je nezbytné systematicky hodnotit chování uživatelů a identifikovat, jaké faktory ovlivňují jejich spokojenost, orientaci a zapojení.

Z toho důvodu se vývojový tým zaměřuje na níže uvedené oblasti, které jsou zásadní pro strategické řízení obsahu, technickou optimalizaci a rozvoj komunikačních kanálů. Slouží nejen jako analytické nástroje, ale i jako rozvojové pilíře portálu, které je možné měřit, vyhodnocovat a v praxi aplikovat datově orientované rozhodování při dalším vývoji NZIP.

Hlavní přidanou hodnotou tohoto přístupu je schopnost lépe cílit obsah, zvyšovat jeho dostupnost, posilovat důvěryhodnost portálu a pružně reagovat na potřeby uživatelů v měnícím se informačním prostoru na internetu. Kategorie jsou propojeny s chováním návštěvníků jak v rovině dat, tak v rovině uživatelského zážitku, a tím umožňují vytvářet podložená doporučení pro další vylepšení.

Do realizace metodického rámce hodnocení uživatelů byli zapojeni také nosní partneři projektu v rolích odpovídajících jejich odbornému a institucionálnímu zaměření. ÚZIS ČR jako provozovatel NZIP zajišťoval metodické nastavení hodnocení, práci s dostupnými provozními a uživatelskými daty a jejich využití při dalším obsahovém, technickém a komunikačním rozvoji portálu. Ministerstvo zdravotnictví ČR (MZD) přispívalo strategickým a resortním pohledem na využitelnost výsledků hodnocení ve vztahu k prioritním zdravotnickým tématům a poskytování důvěryhodných informací veřejnosti. Státní zdravotní ústav (SZÚ) přinášel odbornou perspektivu zejména v oblastech prevence, podpory zdraví, veřejného zdraví a zdravotní gramotnosti, což je významné pro posuzování potřeb jednotlivých cílových skupin a srozumitelnost zdravotních informací. Zapojení partnerů tak podporovalo využití výsledků hodnocení nejen k optimalizaci samotného portálu, ale také k dalšímu odbornému a strategickému směřování jeho edukačních a informačních funkcí.

Optimalizace pro vyhledávače (SEO)

SEO je základním nástrojem pro zajištění viditelnosti portálu ve vyhledávačích, zejména na Googlu a Seznamu. Umožňuje zvyšovat organickou návštěvnost bez nutnosti placené reklamy. Analýza vyhledávacích dotazů a vstupních stránek odhaluje, jaké informace uživatelé hledají a které části portálu jsou nejčastěji navštěvované. To napomáhá optimalizaci struktury, názvů stránek i metadat. Zlepšení technického SEO zvyšuje indexovatelnost obsahu. Lepší pozice ve výsledcích vyhledávání vedou k vyšší návštěvnosti a delšímu setrvání na stránkách. Identifikace nevyužitých témat vhodných pro rozšíření obsahu.

AMP (Accelerated Mobile Pages)

AMP je technologie od Google, která umožňuje extrémně rychlé načítání webových stránek na mobilních zařízeních. Pro portál NZIP.cz je její nasazení významným krokem ke zlepšení SEO a dostupnosti zdravotnických informací. Hlavním přínosem je zvýšení rychlosti načítání, což Google přímo zohledňuje při řazení výsledků vyhledávání. AMP stránky se navíc často zobrazují ve zvýrazněných boxech a karuselech, což zvyšuje viditelnost a míru prokliku. Rychlé načítání zároveň snižuje míru opuštění a zlepšuje uživatelskou zkušenost, což má další pozitivní dopad na hodnocení stránky. Pro NZIP má smysl AMP využít především u statických informačních stránek – například popisů nemocí, preventivních programů nebo článků o zdravém životním stylu a průvodců. Dynamické části, jako je přihlášení nebo personalizace, se pro AMP nehodí.

Obsahový marketing

Obsahový marketing se zaměřuje na tvorbu hodnotného, srozumitelného a atraktivního obsahu, který odpovídá potřebám cílových skupin — zejména pacientů a zdravotnických pracovníků. Pomocí analýzy času stráveného na stránce, míry prokliků a sdílení lze vyhodnocovat, které formy obsahu nejvíce rezonují s uživateli. Data pomáhají rozlišit, co informuje, co motivuje a co je přínosné. Identifikace formátů (články, infografiky, videa), které uživatelé preferují. Využití témat s vysokou návštěvností pro další edukační kampaně. Vytváření obsahových map pro systematické pokrytí důležitých zdravotních oblastí.

LinkBuilding

LinkBuilding posiluje autoritu portálu prostřednictvím zpětných odkazů z důvěryhodných a tematicky příbuzných webů (např. nemocnice, odborné společnosti, ministerstva). Kvalitní odkazy zvyšují důvěru k portálu a vedou cílenou návštěvnost z externích zdrojů. Sleduje se odkud uživatelé přichází, jaké vstupní stránky navštěvují a co je zaujme natolik, že zůstávají déle. Vyhodnocování nejvýkonnějších odkazujících zdrojů pro další partnerství. Využití odkazových kampaní ke zviditelnění nového obsahu. Zlepšení doménové autority portálu a SEO skóre.

Analýza mediálních výstupů

Monitorování, jak a kde je portál zmiňován v médiích (TV, tisk, online), poskytuje důležitou zpětnou vazbu o vnímané relevanci a dopadu portálu v očích veřejnosti a odborníků. Po větších mediálních zmínkách lze sledovat zvýšenou návštěvnost, nové segmenty publika nebo změny v chování (např. vyšší zájem o určité téma). Pomáhá identifikovat trendy a včas reagovat.

Zpřesnění mediální strategie na základě návštěvnické odezvy. Zacílení nového obsahu na základě často citovaných nebo nepochopených témat.

Zahraniční výstupy

Mapování zahraničních publikací, datových standardů a národních portálů (např. NHS, gesund.bund.de) umožňuje získat inspiraci a zajistit kompatibilitu s evropskými iniciativami v oblasti eHealth. Analýzou zahraničních trendů lze předjímat měnící se potřeby uživatelů, očekávání ohledně kvality obsahu a použitelnosti. Přeshraniční přístupy pomáhají validovat vlastní řešení. Benchmarking struktury a funkcionalit vůči evropským portálům. Identifikace dobré praxe (např. AI asistent, jazyková přizpůsobení). Možnost navázání spolupráce na vývoji nástrojů přístupných napříč EU.

Webová analytika

Webová analytika představuje jeden z nejzásadnějších pilířů pro kontinuální zlepšování portálu nzip.cz. Umožňuje kvantitativní a kvalitativní pohled na to, jak návštěvníci s obsahem pracují, jak se na portál dostávají, jak dlouho na něm setrvávají, co vyhledávají, které stránky opouštějí a jaké technické prostředky k tomu využívají. Tento tok informací poskytuje nezbytná data nejen pro provozní řízení, ale především pro strategický rozvoj portálu v oblastech uživatelské přívětivosti, kvality obsahu i technické optimalizace.

Z pohledu technického rozvoje slouží webová analytika k odhalování slabých míst v architektuře webu, v rychlosti načítání stránek nebo v přizpůsobení obsahu různým typům zařízení. Informace o podílu návštěvnosti z mobilních zařízení, bounce rate nebo výpadcích v uživatelském toku umožňují týmu rychle reagovat na chyby a optimalizovat rozhraní tak, aby vyhovovalo co nejširšímu spektru uživatelů. Díky těmto datům lze přizpůsobovat design, zjednodušovat navigaci, vylepšovat načítání datových prvků a přizpůsobovat zobrazování podle zařízení či typu připojení.

Z hlediska obsahového rozvoje poskytuje analytika přímé důkazy o tom, které informace jsou nejvyhledávanější, které články uživatelé dočítají, co sdílejí nebo naopak ignorují. Na základě těchto informací lze efektivně řídit publikační plán, identifikovat témata s vysokým společenským dopadem, rozpoznat srozumitelnost jazykového vyjádření a cíleně doplňovat obsah v oblastech, kde návštěvníci často opouštějí stránku bez interakce. Analytické nástroje také napomáhají odhalit opakující se vzorce chování, které signalizují například nepochopení tématu nebo hledání informací, které na portálu dosud chybí.

Význam webové analytiky tedy spočívá nejen v „měření“ jako takovém, ale především v možnosti převádět zjištěná data do konkrétních úprav a rozhodnutí. Z webové analytiky se tak stává nástroj aktivního dialogu mezi portálem a jeho uživateli – dialogu, který vede ke kultivovanému, inkluzivnímu a důvěryhodnému prostředí pro poskytování zdravotnických informací.

V rámci partnerského modelu projektu představovala webová analytika především nástroj pro provozní a metodické hodnocení NZIP zajišťovaný ÚZIS ČR. Získané poznatky současně poskytovaly podklad pro odborné a strategické posuzování dalšího rozvoje portálu. Pro MZD jsou tyto výsledky relevantní zejména z hlediska dosahu a využívání oficiálních zdravotnických informací veřejností, zatímco z pohledu odborného zaměření SZÚ přinášejí poznatky využitelné při posuzování dostupnosti a srozumitelnosti témat prevence, podpory zdraví a zdravotní gramotnosti. Partnerský přístup tak umožňuje zasadit analytické výsledky do širšího kontextu potřeb zdravotního systému, veřejného zdraví a jednotlivých cílových skupin.

Optimalizace pro nástroje umělé inteligence

Portál NZIP.cz má značný odborný kredit, který z něj činí ideální zdroj pro nástroje umělé inteligence. Aby však tyto nástroje (např. ChatGPT, Google Gemini, Microsoft Copilot či AI Overviews od Googlu) dokázaly s obsahem NZIPu účinně pracovat a doporučovat jej uživatelům, je třeba provést několik cílených úprav – technických, obsahových i strategických.

Moderní AI asistenti kombinují různé přístupy. Některé, jako ChatGPT nebo Gemini, fungují na bázi tzv. velkých jazykových modelů (LLM), které vytvářejí odpovědi na základě statistických pravděpodobností vztahů mezi slovy. Jiné, jako Google Overviews, procházejí konkrétní webové stránky, extrahují z nich odpovědi a uvádějí odkazy na zdroje. Nejvýkonnější systémy – jako Copilot – pak kombinují oba přístupy: hledají ve webu, doplňují vlastní formulace a zároveň přizpůsobují odpovědi uživateli dle kontextu nebo historie chatu. Společné mají jedno – kvalitu výstupu do značné míry ovlivňuje to, jak srozumitelně, strukturovaně a dobře indexovaně je obsah připraven. AI asistenti sice částečně hodnotí relevanci, ale jejich výběr je často ovlivněn tím, jak „viditelný“ je daný web v digitálním prostoru, a jak snadno je strojově čitelný.

Základním krokem je vylepšit technické parametry webu tak, aby byl snadno procházený, rychle načtený a srozumitelně strukturovaný.

- Schema Markup: Klíčová je implementace strukturovaných dat podle standardu Schema.org. Pomáhá AI lépe pochopit, o jaký typ obsahu jde (článek, autor, instituce, FAQ...). Je vhodné označit např. autory článků, data vydání, zdravotní témata a případně i instituce, které za informací stojí.
- Sitemap a robots.txt: Důležitá je aktuální sitemap.xml, která usnadní indexaci. Soubor robots.txt by měl být správně nastaven tak, aby neblokoval důležité sekce webu.
- Struktura URL: URL adresy článků by měly být jasné a čitelné, ideálně podle vzoru: /tema/podtema/clanek. Vyhnout se číselným nebo nicneříkajícím strukturám.
- Rychlost a UX: Web by měl být rychlý a dobře přístupný i z mobilních zařízení. AI asistenti totiž dávají přednost stránkám s nízkou latencí a dobrou použitelností.

Z pohledu AI není rozhodující jen odborná kvalita obsahu, ale především jeho forma, tj. zda je z hlediska AI „čitelný“ a snadno využitelný.



- FAQ sekce a shrnutí článků: Každý článek by měl obsahovat krátké shrnutí hlavních bodů a ideálně i sekci „Často kladené otázky“. To pomáhá AI přesněji extrahovat konkrétní odpovědi.
- Přímé odpovědi: Styl textů by měl reflektovat způsob, jakým lidé kladou otázky. Články by měly odpovídat přímo a srozumitelně na konkrétní dotazy, např. „Co je cukrovka 2. typu?“, „Jaké jsou její příznaky?“ apod.
- Jazyková přístupnost: I při zachování odborné úrovně je vhodné používat jazyk srozumitelný i pro laickou veřejnost. Příliš komplikované formulace mohou vést k tomu, že AI upřednostní jiné, jednodušší zdroje.

Aby NZIP.cz byl úspěšně zařazován do odpovědí AI asistentů a stal se důvěryhodným zdrojem ve výstupech typu „AI Overview“ nebo „AI odpověď“, doporučuje se:

1. Technická optimalizace:
 - Implementovat strukturovaná data (Schema.org).
 - Aktualizovat sitemap a robots.txt.
 - Uspořádat a zjednodušit URL.
2. Obsahová revize:
 - Doplnit FAQ a shrnutí článků.
 - Převést texty do formy přímých odpovědí na časté dotazy.
 - Zpřehlednit jazyk, zohlednit uživatelské scénáře.
3. Zviditelnění značky:
 - Posílit odkazový profil webu.
 - Podpořit sdílení v médiích, diskuzích, na sociálních sítích.
 - Dlouhodobě budovat autoritu v digitálním prostoru.

Obsahový marketing: Měřitelné indikátory

Obsahový marketing byl vyhodnocen jako zcela klíčový nástroj pro sledování uživatelského chování a měření dopadu. Neplní pouze roli informační – je jedním z nejdůležitějších nástrojů, jak aktivně řídit a vyhodnocovat interakci uživatelů s portálem NZIP. V prostředí, kde digitální uživatel očekává přístup k relevantním, srozumitelným a aktuálním informacím, se kvalitní obsah stává rozhodujícím prvkem pro zaujetí pozornosti a udržení návštěvníka. Níže jsou uvedeny hlavní přidané hodnoty:

- Obsah je vstupní bránou: Právě obsah (např. článek, příběh, infografika) je nejčastějším důvodem, proč uživatel na portál přichází a proč se na něm rozhodne zůstat, vrátet se nebo jej sdílet.
- Obsah odhaluje záměr návštěvníka: Z dat o čtenosti, přechodech mezi stránkami, délce návštěvy a konverzí lze vyčíst, co uživatele skutečně zajímá, jakým tématům nerozumí nebo co považuje za důvěryhodné.
- Obsah motivuje k akci: Dobře strukturovaný a uživatelsky přívětivý obsah může přimět návštěvníka k dalším krokům – vyhledání péče, změně chování, sdílení informací v komunitě nebo interakci s jinými službami eHealth.

Na základě výstupů z měřitelných indikátorů spojených s obsahovým marketingem může tým NZIP přijímat informovaná rozhodnutí, která zásadně přispívají k dalšímu rozvoji portálu i ke zkvalitnění uživatelského zážitku. Především:

Zacílení nového obsahu podle zájmu uživatelů

Sledováním výkonu jednotlivých článků, videí či infografik (např. pomocí míry prokliků, času stráveného na stránce nebo četnosti návratu na téma) lze přesněji identifikovat, jaká témata jsou pro uživatele atraktivní, aktuální nebo problematická. To umožňuje efektivně směřovat tvorbu nového obsahu tam, kde je o něj reálný zájem – a tím zvyšovat přínos portálu pro jednotlivce i společnost.

Identifikace mezer ve vysvětlování komplexních témat

Analytické nástroje mohou odhalit situace, kdy uživatelé stránku rychle opouští, neproklíkávají se na doplňující informace, nebo se k tématu opakovaně vrací bez hlubší interakce. Tyto vzorce chování často ukazují na to, že obsah neodpovídá očekávání nebo je příliš složitý. Na základě těchto poznatků lze přistoupit k jeho přepracování, zjednodušení nebo rozšíření.

Testování nových formátů a přizpůsobení jazykového i vizuálního stylu

Různé cílové skupiny (např. mladí dospělí, senioři, rodiče) preferují různé způsoby prezentace informací. Sledování odezvy na textový obsah oproti videu, infografice nebo interaktivnímu prvku umožňuje vyhodnocovat, jaký formát je nejefektivnější. Současně lze testovat jazykovou přístupnost – např. míru srozumitelnosti odborných termínů – a vizuální atraktivitu (např. orientaci v rozhraní, vhodnost barev a ikon).

Personalizace informačních cest pro různé uživatelské potřeby

Díky kombinaci uživatelských vzorců a tematických preferencí je možné navrhovat informační toky, které odpovídají specifickým životním situacím – například chronicky nemocným osobám, rodičům malých dětí, těhotným ženám nebo seniorům. Taková personalizace nejen zlepšuje uživatelský komfort, ale podporuje i vyšší míru důvěry a opakovanou návštěvnost.



Indikátory pro sledování uživatelů

Počet publikovaných nových datových výstupů

Udává počet nově zveřejněných nebo významně aktualizovaných datových souborů na NZIP. Sleduje míru obohacování portálu o nové datové informace a tím přispívá k jeho aktuálnosti a odborné hodnotě.

Počet publikovaných aktualizací datových výstupů

Měří frekvenci aktualizací již existujících datových výstupů. Zajišťuje, že obsah zůstává aktuální, důvěryhodný a relevantní pro uživatele.

Počet novinek o datech

Zachycuje počet informačních oznámení v sekci datového zpravodajství na NZIP. Podporuje informovanost uživatelů o nových a důležitých datech, čímž zvyšuje jejich zapojení.

Syntetická data – počet registrací

Počet registrací uživatelů k přístupu ke generovaným syntetickým datům. Dokládá zájem o odborné využití dat a přináší důkaz o praktické užitečnosti portálu.

Počet zpětné vazby HelpDesk

Celkový počet všech přijatých podnětů a dotazů od uživatelů přes HelpDesk. Odhaluje obecnou míru interakce a případné problémy, které uživatelé zažívají.

Zpětná vazba HelpDesk – Napište nám (obecné)

Počet dotazů, připomínek nebo komentářů bez konkrétního datového zaměření. Pomáhá zlepšit uživatelskou přívětivost a rozhraní portálu.

Zpětná vazba HelpDesk – Napište nám (zaměřeno na data)

Zachycuje podněty a dotazy týkající se publikovaných dat. Přináší cenné podněty pro obsahové i technické zlepšení datových výstupů.

Zpětná vazba – Reakce na obsahové články

Komentáře nebo reakce uživatelů na odborné či edukační články. Poskytuje přímou zpětnou vazbu o srozumitelnosti a přínosu obsahu.

Zpětná vazba – Reakce na datové články

Komentáře uživatelů týkající se datově orientovaných textů. Umožňuje odhalit nejasnosti nebo chyby v datech a jejich interpretaci.

Kvalitativní hodnocení zpětné vazby

Analýza obsahu komentářů z hlediska kvality, relevance a tónu. Přispívá ke strategickému zlepšování komunikačního stylu a obsahu.

Matomo: Channel types (Search Engines)

Podíl návštěvnosti z vyhledávačů. Odráží účinnost SEO strategie a dohledatelnost obsahu.

Matomo: Channel types (Direct entry)

Počet návštěv přímým zadáním URL. Naznačuje důvěru ve značku a opakovanou návštěvnost.

Matomo: Channel types (Websites)

Návštěvnost přes odkazy z jiných webů. Odráží kvalitu a efektivitu externích spoluprací a linkbuildingu.



Matomo: Channel types (Social Networks)

Počet návštěv přivedených z platform sociálních sítí. Sleduje dopad kampaní a sdílení na sociálních sítích.

Matomo: Visits over time (total)

Celkový počet návštěv v čase. Umožňuje sledovat sezónní trendy a dopad komunikačních aktivit.

Matomo: Visits over time (unique)

Počet unikátních návštěvníků v čase. Zachycuje skutečný rozsah zásahu portálu v populaci.

Matomo: Pageviews

Celkový počet zobrazení všech stránek. Ukazuje hloubku zájmu a procházení obsahem portálu.

Matomo: Pageviews (unique)

Počet unikátních zobrazení stránek. Eliminuje duplicitní návštěvy a umožňuje reálné porovnání zájmu.

Matomo: Device type (Smartphone/Desktop/Tablet)

Zobrazuje, jaké typy zařízení uživatelé používají k přístupu. Pomáhá optimalizovat UX pro jednotlivé platformy a zacílit technický rozvoj.

Matomo: Bounce rate

Podíl návštěvníků, kteří ihned odejdou. Indikátor relevance a použitelnosti vstupních stránek.

Matomo: Average visit duration

Průměrná doba strávená na portálu. Ukazuje hloubku zapojení uživatele a kvalitu obsahu.

Počet stažení otevřených datových sad a souhrnů

Sleduje využitelnost publikovaných dat ke stažení. Měří praktické využití otevřených dat odbornou i laickou veřejností.

Návštěvnost podle obsahových sekcí

Porovnává návštěvnost tematických oblastí NZIP. Umožňuje zaměřit vývoj a marketingové aktivity na nejžádanější oblasti.

Závěr a další kroky v rozvoji hodnocení uživatelů NZIP

Zpracovaná metodika ukazuje, že systematické hodnocení chování uživatelů není pouze technickým nástrojem, ale zásadním strategickým prvkem pro řízený rozvoj portálu NZIP. Díky kombinaci webové analytiky, obsahového marketingu, SEO optimalizace, zpětné vazby a analýzy externích mediálních a zahraničních výstupů je možné cíleně zlepšovat kvalitu obsahu, jeho dosah i uživatelskou zkušenost.

Pro další využití tohoto hodnoticího rámce je důležité zapojit partnery projektu s rozdílnými a vzájemně se doplňujícími kompetencemi. ÚZIS ČR zajišťuje metodickou, analytickou a provozní vazbu hodnocení na konkrétní rozvoj NZIP. MZD poskytuje strategický a resortní kontext pro posuzování významu zjištěných trendů a jejich vztahu k prioritám komunikace zdravotnických informací. SZÚ doplňuje odbornou perspektivu veřejného zdraví, prevence, podpory zdraví a zdravotní gramotnosti, která je významná zejména při interpretaci potřeb cílových skupin a srozumitelnosti edukačního obsahu. Propojení těchto rolí podporuje přenos výsledků hodnocení do dalšího obsahového, metodického a strategického směřování NZIP.

Shrnutí hlavních přínosů

- Komplexní přístup k uživatelským datům umožňuje přesněji chápat potřeby různých cílových skupin a reagovat na jejich informační očekávání.
- Měřitelné indikátory poskytují oporu pro rozhodování na základě dat, a to jak v oblasti obsahu, tak v technické správě a marketingu.
- Zpětná vazba uživatelů představuje cenný kanál pro identifikaci problémových míst i ověření užitečnosti obsahu.
- Inspirace zahraničními portály a trendy přispívá k udržení evropské kompatibility a k nasazování inovací.

Strategické kroky do blízké budoucnosti

- Zavedení pokročilé segmentace uživatelů
 - Cílem je detailnější rozdělení publika podle životní situace, zdravotního stavu, nebo zájmových oblastí. To umožní personalizaci obsahu i analytických přehledů.
- Automatizace analýz a reportingů
 - Využitím nástrojů pro data mining a strojové zpracování přirozeného jazyka (NLP) bude možné automaticky odhalovat opakující se vzorce chování a predikovat zájmy uživatelů.
- Nasazení AI nástrojů pro tvorbu a evaluaci obsahu
 - Umělá inteligence může sloužit pro:
 - generování návrhů nových článků na základě chování návštěvníků,
 - doporučování relevantního obsahu jednotlivým uživatelům,
 - strojovou evaluaci jazykové srozumitelnosti článků.
- Zavedení interaktivního asistenta pro navigaci a podporu
 - Chatbot nebo konverzační AI může zvyšovat komfort uživatelů a poskytovat rychlejší přístup k informacím, čímž posílí důvěru v portál.
- Integrace datové analytiky s personalizací obsahu
 - Cílem je propojit analytické poznatky s redakční strategií — tedy automaticky navrhnout ediční priority a obsahové změny podle reálného chování návštěvníků.

Výzva k otevřené spolupráci

Využití pokročilých datových a AI nástrojů otevírá nové možnosti, ale zároveň klade důraz na transparentnost, etiku a zabezpečení dat. Do procesu zlepšování NZIP je proto vhodné zapojit



nejen odborníky na datovou analytiku a zdravotnickou komunikaci, ale i zástupce veřejnosti. Důvěra ve službu totiž vyrůstá z její relevance, srozumitelnosti a lidského přístupu.

Hodnocení diseminace obsahu NZIP pro cílové skupiny

Diseminace obsahově nosných výstupů NZIP, zejména tematických průvodců zdravím, je koncipována jako systematický a datově podložený proces zaměřený na cílové skupiny projektu – seniory, osoby s nedostatečnými kompetencemi v přístupu ke zdraví a zdravotně méně gramotné občany. Průvodci zdravím představují klíčový edukační nástroj NZIP, který je distribuován prostřednictvím kombinace vlastních kanálů portálu, partnerských institucí a řízené obsahové komunikace.

V tomto procesu má zapojení nosných partnerů projektu význam zejména pro propojení samotné diseminace s odborným a strategickým posuzováním jejího dopadu. ÚZIS ČR zajišťuje správu a publikaci obsahu NZIP, provoz komunikačních a analytických nástrojů a vyhodnocuje dostupné ukazatele uživatelského chování a zpětnou vazbu. MZD poskytuje strategický a resortní kontext pro posuzování významu diseminovaných témat a jejich vazby na komunikaci zdravotnických informací veřejnosti. SZÚ přináší odbornou perspektivu relevantní zejména pro preventivní a zdravotně výchovná témata a podporu zdravotní gramotnosti cílových skupin. Zapojení partnerů tak doplňuje kvantitativní hodnocení dosahu o odborný a strategický kontext potřebný pro další rozvoj edukačních výstupů NZIP.

Základním pilířem diseminace je propojení publikace průvodců s aktivním sběrem zpětné vazby prostřednictvím dotazníkového šetření „[Pomozte nám zlepšit orientaci ve zdravotnictví](#)“. Dotazník byl navržen tak, aby současně mapoval úroveň orientace respondentů ve zdravotnictví, zejména v oblasti prevence, preventivních prohlídek a screeningových vyšetření, a zároveň sloužil jako nástroj k představení nových průvodců zdravím na NZIP. Tím dochází k přímému propojení edukační funkce obsahu se získáváním dat pro jeho další optimalizaci.

Z hlediska vyhodnocování dopadu diseminace jsou průvodci zdravím sledováni prostřednictvím kombinace kvantitativních a kvalitativních indikátorů. Klíčovou roli hrají nástroje webové analytiky (Matomo), které umožňují sledovat návštěvnost jednotlivých průvodců, zdroje příchodu uživatelů, míru zapojení (čas strávený na stránce, hloubka procházení obsahu, bounce rate) a typ používaného zařízení. Tyto údaje poskytují přímou zpětnou vazbu o dostupnosti a srozumitelnosti obsahu pro cílové skupiny, zejména pro uživatele s vyššími bariérami při práci s digitálním obsahem.

Dotazníkové šetření představuje doplňkový kvalitativní nástroj, který umožňuje interpretovat analytická data v širším kontextu. Odpovědi respondentů poskytují informace o tom, jak jednotlivé cílové skupiny vnímají orientaci ve zdravotnickém systému, jak rozumějí pojmům spojeným s prevencí a screeningem a do jaké míry jim průvodci zdravím pomáhají při rozhodování o vlastním zdraví. Získaná data jsou využívána k identifikaci tematických oblastí, které vyžadují další zjednodušení, rozšíření nebo úpravu jazykové a vizuální formy.

Součástí vyhodnocování diseminace jsou rovněž indikátory zpětné vazby, jako je počet reakcí na obsahové články, podněty zaslané prostřednictvím HelpDesku nebo kvalitativní hodnocení komentářů a dotazů uživatelů. Tyto indikátory umožňují zachytit nejen míru využívání průvodců, ale také jejich praktickou srozumitelnost a přínos pro každodenní orientaci cílových skupin ve zdravotnictví.

Celkově lze konstatovat, že propojení diseminace průvodců zdravím s dotazníkovým šetřením a systematickým sledováním měřitelných indikátorů vytváří uzavřený hodnoticí cyklus. Tento přístup umožňuje NZIP nejen efektivně šířit klíčové edukační výstupy, ale také průběžně ověřovat jejich dopad, reagovat na reálné potřeby cílových skupin a dlouhodobě zvyšovat zdravotní gramotnost obyvatelstva v souladu s cíli projektu.