



Spolufinancováno
Evropskou unií

nzip.cz

Analytická (evaluační) zpráva uživatelského chování

18. měsíc projektu



MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY





Obsah

Průběžná analytická (evaluační) zpráva uživatelského chování	2
Kvantitativní metody	2
Komplexní přehled chování uživatelů – interaktivní report Matomo.....	2
Přehled kampaně První krok.....	4
Přehled pro Datové zpravodajství	4
Analýza klíčových slov (google.cz)	5
Pokročilý report o uživateličh NZIP	2
Sociální síť	2
Smart cíle	2



Průběžná analytická (evaluační) zpráva uživatelského chování

Kvantitativní metody

V rámci hodnocení webového portálu nzip.cz se kvantitativní metody zaměřují na systematický sběr a analýzu numerických dat, které poskytují objektivní pohled na různé aspekty uživatelské interakce. Tyto metody zahrnují sledování kvantitativních ukazatelů, jako jsou návštěvy stránek, doba strávená na webu, počet stažení dokumentů a další metriky, což umožňuje provést měřitelnou analýzu efektivity a využití webu.

Sledování chování uživatelů a analýza uživatelských statistik jsou pro vývoj a provoz webového portálu nzip.cz klíčové, protože poskytují cenné informace o tom, jak uživatelé s portálem interagují. Tato data umožňují identifikovat nejvíce navštěvované sekce, stránky, na kterých uživatelé tráví nejvíce času, a funkce, které jsou nejčastěji používány. Tyto informace jsou zásadní pro optimalizaci uživatelského rozhraní a zlepšení celkové uživatelské zkušenosti. Díky pochopení, co uživatelé na webu zajímá a co jim přináší hodnotu, může tým NZIP efektivněji rozvíjet nové funkce a zlepšovat stávající obsah, což přispívá k lepší funkčnosti, přitažlivosti a efektivnosti webového portálu.

Dle KA 1 a plánu, který je mj. postaven na přehledných návodech nad obsahem NZIP, byly průvodci zdravím (dostupní na <https://www.nzip.cz/prvni-krok>) na Národním zdravotnickém informačním portálu (NZIP) navrženi tak, aby poskytovaly cílenou podporu a informace pro různé skupiny návštěvníků, a to včetně zranitelné skupiny včetně osob ohrožených diskriminací v důsledku nepříznivého zdravotního stavu a osob s nedostatečnými kompetencemi v přístupu ke zdraví. V rámci moderovaných rozhovorů jsou zmiňována témata, která jsou pro tyto cílové skupiny typická (příkladem je dostupnost screeningových programů ve vyloučených lokalitách nebo stigma spojená s vybranými vyšetřeními). Smyslem je, aby lépe porozuměli specifickým potřebám a problémům, s kterými se mohou tito potenciální pacienti setkat, což pomáhá předcházet diskriminaci a nedorozuměním. K dispozici jsou materiály v různých formátech (např. videa, infografiky, snadno čitelné texty), které jsou přizpůsobeny osobám s různou úrovní gramotnosti a zdravotního vzdělání. Důležitou roli hrají i interaktivní prvky, jako jsou online poradny nebo chatboti, které umožňují uživatelům klást otázky a získávat odpovědi v reálném čase. Celkově jsou průvodci na NZIP navrženi tak, aby byli inkluzivní a přístupní pro všechny uživatele, s důrazem na podporu těch, kteří mohou být zvláště zranitelní nebo čelí specifickým výzvám ve zdravotním systému. Tímto způsobem kampaň a NZIP přispívají k zvyšování zdravotní gramotnosti a podpoře rovného přístupu ke zdravotní péči.

V návaznosti na KA4 byl vypracován online přehled v nástroji Matomo (přehledy pro NZIP, datové zpravodajství a první krok v příloze), dále vznikla infografika (dostupná pouze online: <https://infogram.com/1p7vzk21g67nykhzn35n09qngvhnlpw39w?live>) vyhodnocující nejvíce navštěvované sekce NZIP a v neposlední řadě byly sestaveny na základě zpětné vazby, priorit a zpětné vazby indikátory ve vazbě na SMART cíle (viz příloha D), které jsou nově od 1. ledna 2025 sledovány.

Komplexní přehled chování uživatelů – interaktivní report Matomo

Na základě obsahu interaktivních reportů z Matomo (viz příloha A) pro portal nzip.cz obsahuje následující pohledy, na kterými je možné aplikovat sadu filtrů (např. časové období):

1. **Přehled návštěvnosti:** Tento pohled poskytuje základní informace o celkové návštěvnosti portálu v daném období, včetně počtu unikátních návštěvníků, zobrazení stránek, průměrné doby trvání návštěvy a míry odchodu (bounce rate). Umožňuje rychlý přehled o interakci uživatelů s webem.



2. **Analýza klíčových slov:** Tento pohled detailně zkoumá klíčová slova, která uživatelé používají pro přístup na web a jaký mají vliv na traffic. Umožňuje identifikovat nejúspěšnější klíčová slova pro SEO a optimalizaci obsahu.
3. **Demografie návštěvníků:** Poskytuje informace o geografickém rozložení návštěvníků, věkové skupině, pohlaví a jazyce, což umožňuje lépe pochopit, kdo jsou uživatelé portálu a jak mohou být obsah a marketing přizpůsobeny jejich potřebám.
4. **Chování na stránce:** Analyzuje, které stránky jsou nejčastěji navštěvovány, jak dlouho na nich návštěvníci zůstávají a jaké mají navigační vzory. Tento pohled je klíčový pro pochopení, které části webu jsou pro uživatele nejzajímavější a jak mohou být stránky optimalizovány pro lepší uživatelské zkušenosti.
5. **Zdroje návštěvnosti:** Ukazuje, odkud návštěvníci přicházejí – z vyhledávačů, sociálních médií, přímého přístupu, nebo prostřednictvím odkazů z jiných webů. Tento pohled pomáhá pochopit, jaké kanály jsou nejefektivnější v přivedení uživatelů na web.
6. **Konverze a cíle:** Sleduje, jak návštěvníci splňují stanovené cíle webu, například dokončení registrace, odběr newsletteru, nebo stahování dokumentů. Informace z tohoto pohledu jsou zásadní pro hodnocení efektivity webu v plnění jeho hlavních funkcí.

Každý z těchto pohledů umožňuje týmu portálu nzip.cz lépe porozumět a reagovat na potřeby a chování svých uživatelů, což může vést k zvýšení návštěvnosti, zlepšení uživatelské spokojenosti a celkového výkonu webu.

Vyhodnocení

Na základě interaktivních reportů z Matomo pro web nzip.cz a z poskytnutých dat lze vyvodit několik klíčových závěrů a dopadů na samotný portál:

1. **Zvýšený zájem o specifická zdravotní témata:** Vysoké počty návštěv na klíčová slova týkající se specifických zdravotních stavů (např. OCD, bipolární porucha) naznačují silný veřejný zájem o tato témata. To může vést k rozšíření a zlepšení relevantního obsahu, což by mohlo zvýšit uživatelskou spokojenost a aktivní zapojení.
2. **Důležitost mobilní optimalizace:** Pokud data ukazují vysoký podíl přístupů z mobilních zařízení, je zásadní se zaměřit na mobilní optimalizaci webu, což zahrnuje rychlost načítání, responzivní design a snadnou navigaci.
3. **Potřeba zdokonalení SEO pro vyšší organický dosah:** Analýza klíčových slov a zdrojů návštěvnosti může odhalit potřebu zlepšení SEO strategií, zejména ve směru zvyšování viditelnosti na vysoce vyhledávané dotazy, které jsou relevantní pro obsah portálu.
4. **Rozvoj obsahu a funkcí na základě uživatelského chování:** Zjištění z analýz chování na stránce mohou naznačit, které sekce webu jsou nejoblíbenější a jaké funkce přitahují nejvíce pozornosti. To může vést k dalšímu rozvoji těchto oblastí a zlepšení uživatelské interakce.
5. **Zlepšení uživatelské zkušenosti pro zvýšení konverzí:** Data o konverzích a cílech ukazují, jak efektivně web dosahuje svých klíčových cílů. Identifikace slabých míst v konverzním procesu může vést k úpravám, které zlepší celkovou efektivitu webu v dosahování stanovených cílů.
6. **Pochopení a reagování na demografické trendy:** Demografická data o návštěvnících, jako je věk, pohlaví, geografická lokalita a jazyk, umožňují přizpůsobit marketingové a obsahové strategie pro cílení na klíčové segmenty uživatelů.

Vyhodnocení těchto závěrů může vést k implementaci cílených strategií pro zlepšení návštěvnosti, zvýšení uživatelské spokojenosti, a tím i k posílení celkového výkonu portálu nzip.cz. Každé rozhodnutí by mělo být podloženo dalšími daty a průběžně hodnoceno v kontextu jeho dopadu na klíčové metriky a cíle webu.



Přehled kampaně První krok

Na základě reportů z Matomo pro kampaň "První krok" (viz příloha B) na portálu nzip.cz a z poskytnutých dat můžeme identifikovat několik klíčových zjištění a vyvodit dopady na kampaň a samotný web:

1. **Účinnost kampaně:** Data ukazují, že kampaň "První krok" přilákala značný počet návštěvníků. Toto je pozitivní indikace, že téma kampaně rezonuje s cílovou skupinou a že marketingové aktivity byly úspěšné v přilákání pozornosti.
2. **Chování uživatelů na stránkách kampaně:** Analýza stránek souvisejících s kampaní ukazuje, jak dlouho uživatelé zůstávají na stránkách a které sekce nejvíce zaujaly. Pokud uživatelé tráví na stránkách delší dobu, je to známka toho, že obsah je poutavý a relevantní. Pokud je však míra odchodu (bounce rate) vysoká, může to značit, že obsah nebo design stránek nesplňují očekávání uživatelů.
3. **Demografie a geografická data:** Informace o demografii a lokalitě návštěvníků mohou pomoci lépe pochopit, kdo jsou účastníci kampaně a zda marketing cílí na správnou skupinu. Toto může vést k úpravám v cílení a personalizaci komunikace v budoucích kampaních.
4. **Zdroje návštěvnosti:** Zjištění, odkud návštěvníci přicházejí (sociální média, přímé vyhledávání, referenční odkazy), může poskytnout cenné informace pro optimalizaci kanálů, které přinášejí nejvíce trafik. Efektivní využití těchto kanálů může zvýšit dosah a účinnost budoucích marketingových aktivit.
5. **Konverze a interakce:** Hodnocení, jak uživatelé interagují s prvky na stránkách kampaně, jako jsou tlačítka pro akce (call-to-action), registrace, nebo stažení materiálů, je klíčové pro pochopení úspěšnosti kampaně v dosahování jejích cílů. Nízké konverzní sazby mohou signalizovat potřebu redesignu nebo lepšího vysvětlení nabídky.
6. **Zpětná vazba a interakce uživatelů:** Jakékoliv komentáře nebo zpětná vazba shromážděná během kampaně může být využita pro zlepšení budoucích iniciativ. Uživatelské hodnocení a zpětná vazba jsou zásadní pro iterativní zlepšování obsahu a uživatelského zážitku.

Tato data jsou pravidelně analyzována a využita k upravování strategií a taktik s cílem maximalizovat efektivitu a návratnost investice kampaně "První krok" a dalších marketingových aktivit na webu nzip.cz. Případná doporučení pro zlepšení by měla být implementována na základě těchto analýz, aby se zajistilo, že kampaně budou nadále rezonovat s jejich cílovým publikem a efektivně podporovat cíle portálu.

Přehled pro Datové zpravodajství

Na základě reportů z Matomo pro modul "Datové zpravodajství" (viz příloha C) na portálu nzip.cz a z poskytnutých dat můžeme identifikovat několik klíčových zjištění a vyvodit dopady na tento modul a celý portál:

1. **Úroveň zájmu a zapojení:** Data ukazují, kolik uživatelů navštívilo stránky související s datovým zpravodajstvím a jaká je interakce s těmito stránkami. Pokud jsou návštěvy vysoké a uživatelé stráví na stránkách podstatné množství času, naznačuje to silný zájem o témata datového zpravodajství a jejich relevanci pro publikum.
2. **Optimalizace obsahu na základě preferencí uživatelů:** Analýza, které články nebo témata mají nejvyšší míru zapojení, může vést k lepšímu pochopení, které typy obsahu nejvíce rezonují s uživateli. Tato znalost by měla být využita pro další rozvoj obsahu v tomto modulu.
3. **Zdroje provozu:** Zjištění, odkud uživatelé přicházejí, může poskytnout cenné informace pro marketingové strategie. Například, pokud většina provozu pochází z organického

vyhledávání, mohlo by to ukazovat na úspěšné SEO strategie. Pokud jsou však zdroje provozu různorodé, může to naznačovat potřebu diverzifikovat marketingové kanály.

4. **Geografická a demografická data:** Informace o demografii a geografickém rozložení návštěvníků mohou napomoci cílení obsahu a reklamních kampaní na specifické skupiny, což může zvýšit efektivitu těchto aktivit.
5. **Technologické údaje:** Rozumění tomu, jaké zařízení (desktop vs. mobilní) a prohlížeče uživatelé používají při přístupu k modulu, může pomoci při optimalizaci uživatelské zkušenosti a designu webu.
6. **Míra odchodu a doba zobrazení:** Vysoká míra odchodu (bounce rate) na stránkách modulu "Datové zpravodajství" by mohla signalizovat problémy s obsahem, navigací nebo uživatelským rozhraním, které je třeba řešit pro zlepšení udržení uživatelů.

Tyto závěry a analýzy se pravidelně kontrolují a aplikovány v rámci celkové strategie portálu nzip.cz. Zlepšení v těchto oblastech může vést k lepšímu uživatelskému zážitku, vyšší míře zapojení uživatelů, a nakonec k zvýšení návštěvnosti a loajality uživatelů.

Analýza klíčových slov (google.cz)

Na základě analýzy klíčových slov, která uživatelé zadávají do vyhledávače Google a odkazují jej následně na portál nzip.cz, můžeme vyvodit následující závěry:

1. **Zaměření na specifické zdravotní stavy:** Vysoké počty návštěv u klíčových slov jako „ocd“ (13701 návštěv), „bipolární porucha“ (11216 návštěv) nebo „endometrioza“ (8102 návštěv) naznačují silný zájem o informace týkající se konkrétních psychických a chronických onemocnění. Toto je indikace, že uživatelé hledají spolehlivé a podrobné informace o těchto nemocích.
2. **Diety a životní styl:** Klíčová slova jako „žlučnicková dieta“ (9961 návštěv) a „bezezbytková dieta“ (6215 návštěv) ukazují značný zájem o diety související se zdravotními stavy. Tento trend může naznačovat potřebu dalšího rozvoje obsahu zaměřeného na stravování a životní styl spojený s různými onemocněními.
3. **Zájem o vakcinaci a prevenci:** Klíčová slova jako „očkovací kalendář“ (9356 návštěv) a „klíšťová encefalitida“ (4263 návštěv) odhalují značný zájem o informace týkající se očkování a prevence nemocí. To může sloužit jako podklad pro zvýšení informací a zdrojů týkajících se vakcinačních programů a metod prevence.
4. **Chronická a vážná onemocnění:** Klíčová slova související s vážnými zdravotními stavy, jako jsou „rakovina děložního čípku“ (6755 návštěv), „rakovina plic“ (6413 návštěv) a „rakovina prostaty“ (4695 návštěv), ukazují na potřebu poskytovat rozsáhlé informace o těchto onemocněních.
5. **Zájem o psychické zdraví:** Slova jako „poruchy osobnosti“ (5982 návštěv), „anorexie“ (4969 návštěv) a „adhd u dospělých“ (3312 návštěv) ukazují na významný zájem o psychické zdraví, což značí potřebu důkladného pokrytí témat souvisejících s psychickými poruchami a jejich léčbou.
6. **Návykové látky a zneužívání:** Slova jako „drogy“ (6468 návštěv), „kokain“ (3752 návštěv) a „heroin“ (3213 návštěv) poukazují na to, že je třeba zaměřit se také na problematiku zneužívání návykových látek a poskytnout cílené informace o prevenci a léčbě závislosti.

Z těchto zjištění je zřejmé, že existuje široký zájem o různorodé zdravotní témata, což by mělo ovlivnit strategii obsahového marketingu, vývoj webu a poskytované informace, aby lépe odpovídaly potřebám a zájmům návštěvníků portálu nzip.cz.



Tabulka 1 Přehled top 100 klíčových slov
zadaných na google.cz a odkazujících na portál
nzip.cz

Key word	Visits
ocd	13701
bipolární porucha	11216
žlučnicková dieta	9961
očkovací kalendář	9356
endometrioza	8102
ez karta	8078
rakovina děložního čípku	6755
kyretáž	6587
drogy	6468
rakovina plic	6413
bezezbytková dieta	6215
poruchy osobnosti	5982
pátá nemoc	5543
bulimie	5432
pata nemoc	5105
pcos	4987
anorexie	4969
raynaudův syndrom	4722
rakovina prostaty	4695
porucha osobnosti	4654
svrab	4497
nzip	4416
klíšťová encefalitida	4263
chopn	4222
tupozrakost	4157
sarkoidóza	3991
mycoplasma pneumoniae	3756
kokain	3752
obsedantně kompulzivní porucha	3732
rakovina žaludku	3680
adhd u dospělých	3312
lsd	3269
heroin	3213
autismus	3196
chřipka typu a	3125
rakovina tlustého střeva	3002
černý kašel	2974
premenstruační syndrom	2884
mykoplazmata	2882
ezkarta	2867

Key word	Visits
adhd	2787
rakovina penisu	2675
penis	2674
jaterní dieta	2669
rs viry	2651
postcovidový syndrom	2638
rakovina vaječníků	2637
cukrovka 2 typu	2625
porucha příjmu potravy	2624
aspergerův syndrom	2553
šestá nemoc	2515
nízký tlak	2477
syndrom polycystických ovarií	2419
horečka dengue	2374
diabetes 2. typu	2357
poruchy příjmu potravy	2346
zánět středního ucha u dětí	2336
cukrovka 1. typu	2326
rozedma plic	2321
hysterektomie	2303
mentální anorexie	2225
rakovina vaječníků příznaky	2224
pms	2196
haemophilus influenzae	2184
toxoplazmoza	2182
long covid	2181
stomie	2179
rakovina jícnu	2174
rakovina konečníku	2161
zvětšená prostata	2150
ateroskleróza	2140
ockovací kalendář	2103
ocd porucha	2093
křečové žíly	2082
lymfedém	2059
klitoris	2043
slinivka břišní	2009
diabetes 1. typu	1987
rakovina plic příznaky	1979
menstruační cyklus	1956
fascie	1939
příušnice	1920



Key word	Visits
psychosomatika	1893
černý kašel léčba	1849
adenomyoza	1824
plicní embolie	1817
metabolický syndrom	1775
lymfatický systém	1765
předzvěst mrtvice	1732
očkování černý kašel v těhotenství	1729
černý kašel příznaky	1706

Key word	Visits
očkování dětí	1702
zánět srdečního svalu	1702
pneumotorax	1677
rakovina jícnu příznaky	1671
zlucnikova dieta	1668
očkovací kalendář 2024	1653
bílkoviny	1640
biologická léčba	1636
vaginismus	1630

Pokročilý report o uživatelích NZIP

Kromě výše uvedených přehledů byl vypracován podrobný report (viz příloha F) provazující data o uživatelích z platformy Matomo a Google Search Console. Nosné závěry jsou uvedeny níže.

Z analýzy dat o chování uživatelů na portálu nzip.cz lze vyvodit následující klíčové závěry:

1. Klíčová slova Google 2024:

- Nejvyhledávanějšími klíčovými slovy jsou "ocd", "bipolární porucha", "žlučnicková dieta", "očkovací kalendář", a "endometrioza", což naznačuje silný zájem uživatelů o informace spojené s těmito zdravotními tématy.

2. Vstupní stránky 2024:

- Stránky s největším počtem návštěv jsou "clanek" a "rejstrikovy-pojem", což ukazuje, že uživatelé často přistupují přes samotné články a specifické databázové termíny, což poukazuje na význam obsahu a jeho správnou indexaci.

3. Vyhledávání na NZIP 2024:

- Interní vyhledávání na NZIP je hojně využíváno, což zdůrazňuje potřebu mít dobře strukturovanou a snadno dostupnou databázi pro zlepšení uživatelské zkušenosti.

4. Nejčastější stránky 2024:

- Stránky, které uživatelé nejčastěji navštěvují, zahrnují různé tematické články a sekce, což signalizuje, že obsah je klíčový pro udržení zájmu uživatelů a jeho kvalita by měla být průběžně monitorována a optimalizována.

Celkově data ukazují, že portál nzip.cz je aktivně využíván pro vyhledávání specifických zdravotních a informačních témat. Pro zlepšení uživatelského „zážitku“ a dosažení lešších výsledků by mělo dojít k další optimalizaci obsahu a zlepšení funkcionality vyhledávání, stejně jako k udržování vysoké kvality poskytovaných informací, což podpoří větší zájem a loajalitu uživatelů



Sociální sítě

Z přehledového dokumentu (příloha E), který shrnuje používání sociálních sítí pro propagaci portálu nzip.cz, vyplývá několik klíčových zjištění a doporučení pro zlepšení:

1. **Vyhodnocení použití Instagramu a Facebooku:** V období před a po změně nastavení byly prováděny analýzy, které ukázaly, jak efektivně byly tyto platformy využívány. Zdá se, že změny v nastavení měly vliv na zvýšení interakce a dosahu.
2. **Digitální marketing:** Struktura digitálního marketingu zahrnuje klíčové aspekty jako správu obsahu, sociální média, emailový marketing, digitální reklamu, analýzu a reporting. Tato struktura pomáhá zajistit, že všechny aspekty digitálního marketingu jsou koordinovány a efektivně realizovány.
3. **Sledování výkonnosti publikovaného obsahu:** Aktivní správa sociálních médií zahrnuje plánování a publikování příspěvků, interakce s uživateli a důkladné sledování výkonnosti. Toto je klíčové pro zajištění, že obsah je relevantní a angažuje cílovou skupinu.
4. **Inovace a adaptace:** Důraz je kladen na sledování nejnovějších trendů v digitálním marketingu a technologiích, což umožňuje rychlou adaptaci a implementaci nových strategií pro rozvoj NZIP.
5. **Spolupráce a koordinace:** Efektivní koordinace s ostatními týmy a externími partnery, včetně spolupráce s klíčovými osobami, je zásadní pro udržení konzistence a efektivity marketingových aktivit.

Z výše uvedených bodů je zřejmé, že NZIP klade velký důraz na komplexní a integrovaný přístup k digitálnímu marketingu, což je zásadní pro úspěch jakékoli moderní organizace. Pro další zlepšení by mohlo být užitečné dále analyzovat specifické výsledky změn nastavení na sociálních sítích a upravit strategie podle zpětné vazby a datové analýzy.

Smart cíle

Pro komplexní hodnocení portálu nzip.cz jsou navrženy následující sady indikátorů (viz příloha D) rozdělené do kategorií podle oblastí:

1. **Optimalizace pro vyhledávače (SEO)**
 - o **Indikátory:** PageRank, Domain Authority, Domain Rating, Trust Flow
 - o **SMART cíl:** Zlepšení viditelnosti webu ve výsledcích vyhledávání Google.
2. **Obsahový marketing**
 - o **Indikátory:** Návštěvnost, doba strávená na stránce, počty přečtení, míra odchodu
 - o **SMART cíl:** Tvorba cenného, relevantního a konzistentního obsahu pro zvýšení uživatelského engagementu.
3. **LinkBuilding**
 - o **Indikátory:** Počet odkazů, kvalita zdrojových domén, relevance odkazujících stránek
 - o **SMART cíl:** Získávání odkazů z jiných webových stránek na zvýšení autority nzip.cz.
4. **Analýza mediálních výstupů**
 - o **Indikátory:** Počet mediálních výstupů dle kategorizace (News, Blog, atd.)
 - o **SMART cíl:** Přehled ohlasů o NZIP v médiích v čase.



5. **Správa sociálních sítí pro laickou veřejnost**

- **Indikátory:** Dosah, sledující, návštěvy
- **SMART cíl:** Tvorba a publikace obsahu na platformách jako je Facebook a Instagram pro zvýšení dosahu a interakce.

Tato struktura indikátorů poskytuje komplexní pohled na výkonnost jednotlivých oblastí marketingových a komunikačních aktivit, což umožňuje efektivněji spravovat a optimalizovat portál nzip.cz.