



Spolufinancováno
Evropskou unií

nzip.cz

Analytická (evaluační) zpráva uživatelského chování

Závěrečná fáze projektu



Obsah

Závěrečná analytická (evaluační) zpráva uživatelského chování	2
Metodické pozadí	2
Základní fakta o chování uživatelů	2
Návštěvnost	2
Akvizice	2
Uživatelská odezva	2
Komunikace.....	2
Detailní analytické přehledy	3
Webová analytika	4
Sociální sítě	10
Závěry a doporučení.....	11
Udržet organickou viditelnost	11
Ověřit měřicí konfiguraci od dubna 2026	11
Rozvíjet Průvodce zdravím.....	11
Zlepšit uzavřený cyklus zpětné vazby	12
Vyhodnocovat komunikaci podle konverzí	12
Oddělit výkon jednotlivých datových produktů	12
Doplnit výsledkovou evaluaci	13
Celkové zhodnocení	13



Závěrečná analytická (evaluační) zpráva uživatelského chování

Zpráva vyhodnocuje závěrečné období projektu od 1. ledna do 30. června 2026. Vychází z měsíčních indikátorů, dat Matomo, statistik redakční a datové produkce, HelpDesku, newsletterů a sociálních sítí. Pro toto závěrečné období byla použita finální sada indikátorů vytvořená a postupně rozvíjená v průběhu realizace projektu, která byla v kompletním rozsahu k dispozici od 1. ledna 2026. Díky tomu bylo možné poprvé provést souhrnné hodnocení na základě jednotné sady ukazatelů, která pokrývá jednotlivé oblasti fungování NZIP a jeho komunikačních a vzdělávacích aktivit. Předchozí evaluační zprávy pracovaly s tehdy dostupnými indikátory a současně sloužily k postupnému rozvoji a zpřesňování metodického rámce hodnocení. Návaznost na předchozí zprávy je proto zachována prostřednictvím stejného rámce kvantitativního a kvalitativního hodnocení, zatímco závěrečná zpráva využívá finální rozsah indikátorů pro období, ve kterém byly systematicky sledovány v kompletní podobě. Od dubna 2026 dochází u některých indikátorů ke změně způsobu vykazování, zejména u zařízení a unikátních zobrazení; proto nelze mimořádný skok v počtu pageviews od dubna bez technického ověření interpretovat jako čistý růst uživatelské aktivity. Souhrnné měsíční počty unikátních návštěv rovněž nejsou počtem unikátních osob za celé pololetí.

Metodické pozadí

Cílem závěrečné analytické zprávy je komplexně vyhodnotit využívání NZIP, výkon obsahových a datových služeb, komunikaci a uživatelskou zpětnou vazbu v období 01–06/2026. Zpráva navazuje na vstupní a průběžnou evaluační zprávu, které stanovily kombinaci webové analytiky, indikátorů kampaní, kvalitativní zpětné vazby a sledování SMART cílů.

Zdroj	Využití v této zprávě
KA-4-2026-06-NZIP-indikatory.xlsx	Měsíční ukazatele webu, obsahu, dat, HelpDesku, newsletterů a sociálních sítí.
KA-4-2026-06-NZIP-matomo.pdf	Dlouhodobý kontext Matomo a souhrnné interpretační poznámky.

Základní fakta o chování uživatelů

Návštěvnost

Portál zaznamenal 2 465 221 návštěv a 1 788 527 unikátních návštěv v součtu měsíčních hodnot. Nejvyšší návštěvnost byla v lednu (482 051), nejnižší v červnu (357 174); mezi lednem a červnem tak počet návštěv klesl o 25,9 %. Průměrná měsíční návštěvnost činila 410 870.

Akvizice

Vyhledávače zůstaly dominantním zdrojem: za pololetí přivedly 1 903 154 návštěv. Jejich podíl klesl z 77,3 % v lednu na 71,9 % v červnu, zatímco přímé vstupy vzrostly z 18,4 % na 25,8 %. To ukazuje posun k vyššímu podílu uživatelů, kteří vstupují na NZIP přímo.

Uživatelská odezva

HelpDesk evidoval 394 podnětů. Největší část tvořily obecné dotazy a podněty prostřednictvím formuláře Napište nám. Kritika byla v absolutních počtech nízká, zároveň však struktura kategorií zpětné vazby ukazuje potřebu dále zpřesnit třídění a navázat podněty na konkrétní změny.

Komunikace

Facebook a Instagram zvýšily v průběhu pololetí svou publikační aktivitu. Nejvyšší dosah Instagramu byl v květnu (4 478), Facebooku v červnu (2 476). Newslettery dosahovaly tisíců



doručení; u červnového newsletteru NZIS Open bylo doručeno 9 139 zpráv a zaznamenáno 4 255 unikátních otevření.

Detailní analytické přehledy

Agregace v této zprávě vychází ze součtu měsíčních hodnot. U unikátních návštěv, dosahu sociálních sítí a dalších unikátních ukazatelů jde o součet měsíčních hodnot, nikoli o deduplikovaný počet osob za celé pololetí. Metriky s odlišnou definicí nebo změnou způsobu vykazování nejsou bez dalšího technického ověření porovnávány jako jedna časová řada.

V období od ledna do června 2026 dosáhl NZIP měsíční návštěvnosti mezi 357 tisíci a 482 tisíci návštěvami, přičemž počet unikátních návštěvníků se pohyboval mezi 266 a 351 tisíci uživateli měsíčně. Významným zjištěním je dlouhodobě vysoký podíl návštěv přicházejících z internetových vyhledávačů, který se pohyboval mezi 72–80 % všech návštěv. To potvrzuje, že NZIP je uživateli aktivně vyhledáván jako zdroj ověřených zdravotnických informací a plní funkci autoritativního informačního portálu. Více než polovina návštěv směřovala do obsahových modulů zaměřených na zdravotní gramotnost a orientaci ve zdravotním systému. Nejvyšší zájem byl dlouhodobě zaznamenán o moduly Prevence a zdravý životní styl, Informace o nemocech, Životní situace, Rejstřík pojmů a Mapa zdravotní péče. Tyto oblasti přímo odpovídají potřebám cílových skupin projektu, zejména osob se sníženou zdravotní gramotností, seniorů a osob s omezenými kompetencemi v přístupu ke zdraví. Významným trendem druhého čtvrtletí roku 2026 byl růst návštěvnosti nově zavedených Průvodců zdravím. Landing page Průvodců zdravím dosáhla v červnu více než 8 tisíc zobrazení. Současně rostla návštěvnost jednotlivých průvodců, zejména Průvodce preventivními prohlídkami (704 zobrazení v červnu), Průvodce zdravým stárnutím (394 zobrazení), Průvodce zdravotní gramotností (421 zobrazení), Průvodce duševním zdravím (692 zobrazení) a Průvodce zdravotnickými daty (606 zobrazení). Tyto výsledky potvrzují, že návštěvníci aktivně využívají nově vytvořené vzdělávací nástroje zaměřené na cílové skupiny projektu.

Analýza nejnavštěvovanějších tematických oblastí ukazuje vysoký zájem o témata spojená s prevencí, chronickými onemocněními, duševním zdravím, očkováním, zdravotní gramotností a orientací ve zdravotním systému. Mezi nejčastěji vyhledávanými tématy se objevují například diabetes, duševní zdraví, očkování, beta-blokátory, bolesti hlavy nebo dietní doporučení. Tyto oblasti odpovídají potřebám osob se zdravotním znevýhodněním, seniorů a uživatelů se zvýšenou potřebou zdravotních informací. Velmi významným zjištěním je také rostoucí využívání NZIP prostřednictvím mobilních zařízení. Více než polovina návštěvníků přistupovala k obsahu prostřednictvím chytrých telefonů, což potvrzuje správnost strategie zaměřené na jednoduché, přístupné a vizuálně srozumitelné vzdělávací formáty. Takové řešení usnadňuje přístup k informacím zejména seniorům, pečujícím osobám a uživatelům s omezenými digitálními kompetencemi.

Metodika průběžně sleduje také zpětnou vazbu prostřednictvím HelpDesku. V monitorovaném období bylo měsíčně evidováno přibližně 55–83 podnětů od uživatelů. Převládaly obecné dotazy, doporučení ke zlepšení obsahu a pozitivní zpětná vazba. Počet kritických připomínek zůstává dlouhodobě nízký, což potvrzuje dobrou akceptaci portálu a jeho obsahu mezi uživateli. Současně jsou získané podněty využívány k dalšímu rozvoji obsahu, uživatelského rozhraní i nově vytvářených vzdělávacích nástrojů.

Vyhodnocení indikátorů za období 01–06/2026 potvrzuje, že NZIP úspěšně naplňuje cíle projektu v oblasti podpory zdravotní, informační a datové gramotnosti. Největší přínos lze pozorovat v rostoucím využívání vzdělávacích modulů, průvodců zdravím, datových služeb a komunikačních nástrojů NZIP. Data současně potvrzují správnost zaměření projektu na cílové skupiny, zejména seniory, osoby se sníženou zdravotní gramotností a osoby ohrožené zdravotním znevýhodněním. Analýza návštěvnosti, vyhledávaných témat, zpětné vazby i využívání nových vzdělávacích nástrojů ukazuje, že uživatelé aktivně vyhledávají praktické informace zaměřené na prevenci, orientaci ve zdravotním systému a podporu informovaného rozhodování o vlastním zdraví, což představuje hlavní očekávaný dopad realizovaných aktivit projektu.



Analytické vyhodnocení uživatelského chování současně představovalo mechanismus zpětné vazby pro další rozvoj aktivit projektu. Primární zpracování a interpretaci provozních, obsahových a uživatelských metrik zajišťoval ÚZIS ČR jako provozovatel a odborný gestor NZIP. Výsledky vytvářely podklad pro další odbornou a strategickou diskusi o rozvoji portálu a jeho vzdělávacích a komunikačních nástrojů. Zapojení MZD umožňovalo posuzovat výsledky v širším kontextu priorit resortu a komunikace zdravotnických informací směrem k veřejnosti, zatímco odborné zaměření SZÚ přinášelo relevantní perspektivu na témata prevence, podpory zdraví a zdravotní gramotnosti. Takto nastavený model podporoval průběžné propojení výsledků uživatelského hodnocení s dalším obsahovým a metodickým rozvojem NZIP.

Webová analytika

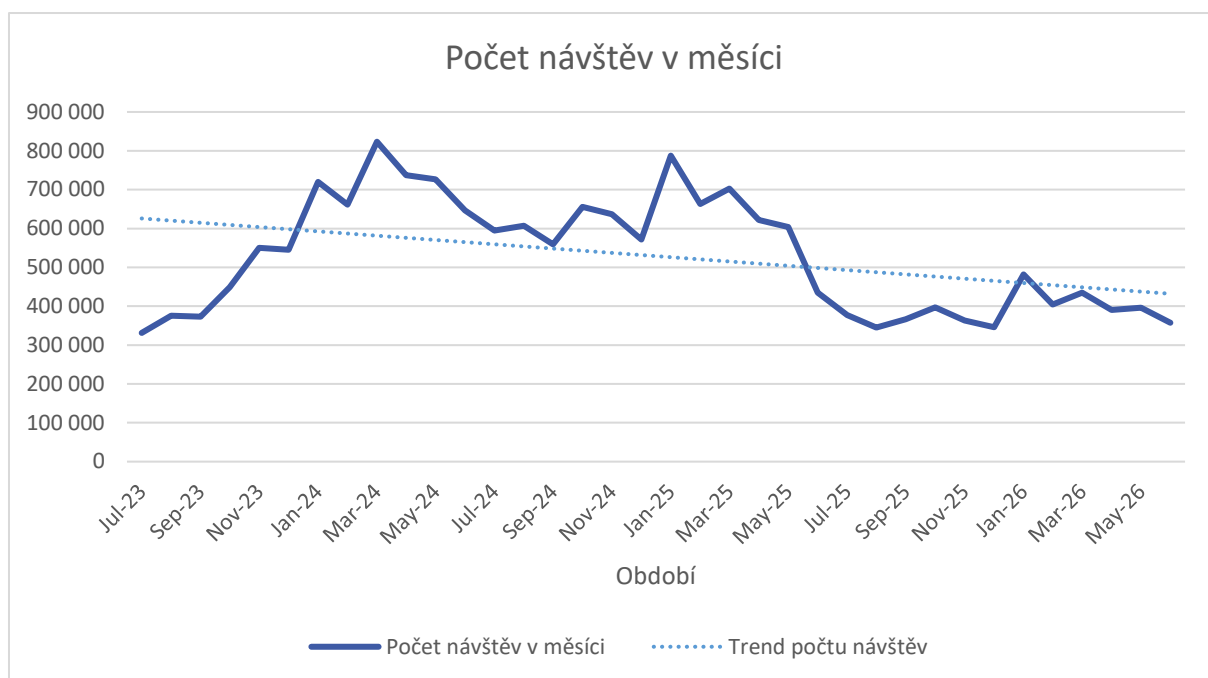
Ukazatel	01–06/2026	Měsíční průměr	Minimum	Maximum
Návštěvy	2 465 221	410 870	357 174	482 051
Unikátní návštěvy*	1 788 527	298 088	265 916	351 376
Zobrazení stránek	12 468 368	2 078 061	547 046	4 522 089
Stažení souborů	51 472	8 579	6 608	11 315

* Součet unikátních návštěv za měsíce, nikoli deduplikovaný počet osob za celé pololetí.

Vývoj návštěvnosti byl v průběhu pololetí sestupný, ale ne lineární. Po lednovém maximu následoval pokles v únoru, částečné oživení v březnu a stabilizace kolem 390–396 tisíc návštěv v dubnu a květnu. Červen byl nejslabším měsícem sledovaného období. Průměrná délka návštěvy se pohybovala mezi 76 a 92 sekundami; nejvyšší byla v květnu. Míra okamžitého opuštění zůstala stabilní v rozmezí 78–80 %.

Vývoj počtu návštěv

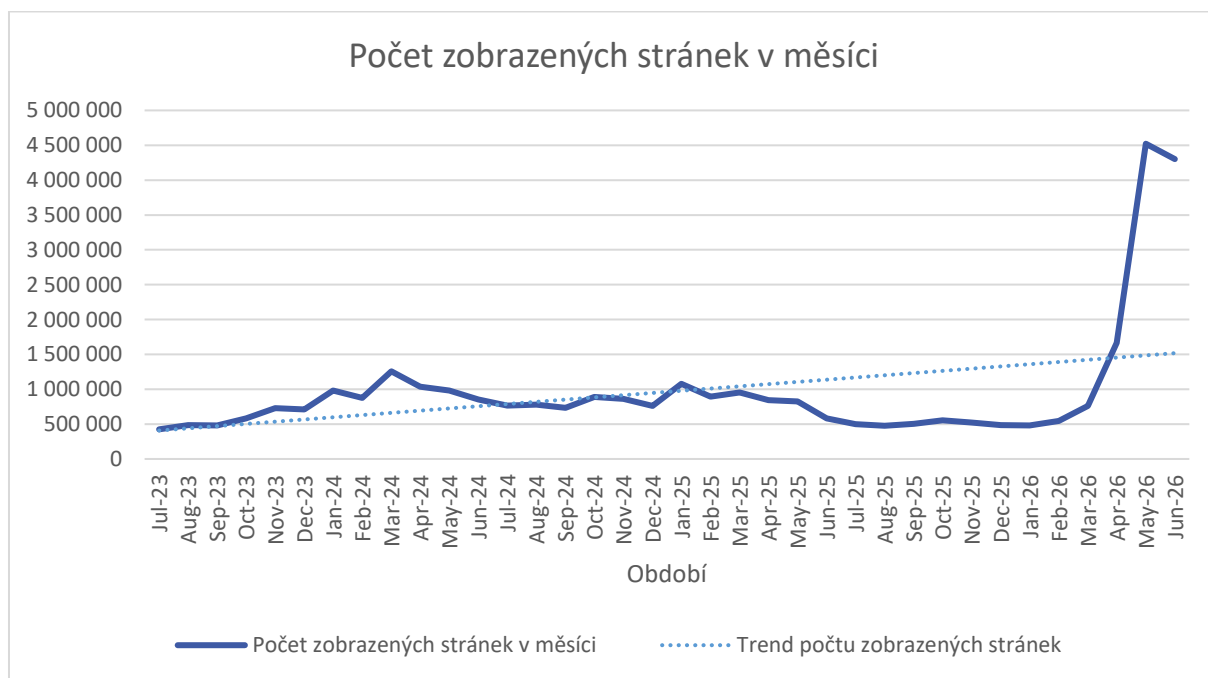
Návštěvnost v průběhu sledovaného období kolísá, s několika výraznými vrcholy a propady. Nejvyšší hodnoty byly zaznamenány v březnu roku 2024, kdy byla spuštěna mobilní aplikace EZ karta. Návštěvnost bývá každoročně vyšší v lednu, v letních měsících a v prosinci bývá naopak zaznamenáván mírný pokles počtu návštěv. Ten může souviset s prázdninovým a vánočním obdobím a s ním spojenou nižší online aktivitou. Nárůsty návštěvnosti jsou pravděpodobně způsobeny specifickými marketingovými kampaněmi, jako je rozesílání newsletteru, sezónními událostmi (např. odborné konference v podzimním období) nebo odkazy v online médiích, které přilákají nové návštěvníky. Od května 2025 dochází k výraznějšímu poklesu počtu návštěv. Tento pokles časově koreluje se zavedením funkcionality AI Overviews do českého prostředí vyhledávače Google, která uživatelům umožňuje získat základní informace přímo ve výsledcích vyhledávání bez nutnosti prokliku na zdrojový web. Lze proto předpokládat, že část informačních potřeb uživatelů je uspokojena přímo ve vyhledávači, což se může negativně promítat do návštěvnosti webu. Nelze však vyloučit ani vliv sezónnosti a dalších faktorů, které se mohou na poklesu návštěvnosti podílet.



Graf 1: Počet návštěv v období 07/2023–06/2026

Vývoj počtu zobrazených stránek

Vývoj počtu zobrazených stránek v průběhu sledovaného období do značné míry kopíruje trend návštěvnosti. V první části období, zejména do jara roku 2024, dochází k výraznému nárůstu počtu zobrazených stránek, s vrcholem v březnu 2024, který souvisí s celkovým zvýšeným zájmem uživatelů o obsah webu. V následujícím období se počet zobrazených stránek postupně snižuje a dlouhodobý trend vykazuje spíše sestupný charakter. Od května 2025 je pak patrný výraznější pokles, který časově odpovídá poklesu návštěvnosti. Tento vývoj může souviset se změnami chování uživatelů, kdy je část informačních potřeb uspokojena přímo ve výsledcích vyhledávání, a uživatelé tak na web přicházejí méně často nebo zde procházejí menší množství stránek. Na vývoj mohou mít vliv rovněž sezónní faktory a další externí okolnosti.

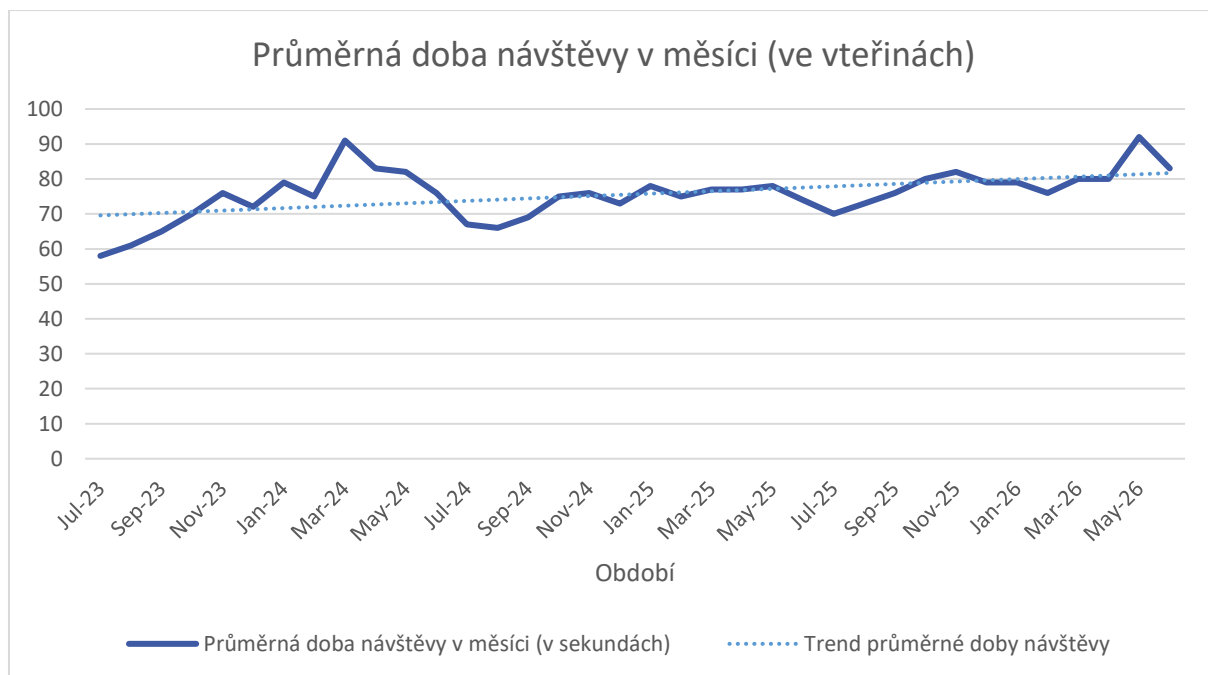


Graf 2: Počet zobrazených stránek v období 07/2023–06/2026



Vývoj průměrné doby návštěvy portálu

Průměrná doba návštěvy v průběhu sledovaného období vykazuje mírný dlouhodobý nárůst s menšími výkyvy v jednotlivých měsících. Nejvyšší hodnota byla zaznamenána v březnu 2024, obdobně jako u ostatních sledovaných metrik. V následujícím období došlo k mírnému poklesu a od podzimu 2024 se průměrná doba návštěvy stabilizovala přibližně v rozmezí 75–80 sekund. Z dlouhodobého pohledu zůstává průměrná délka návštěvy relativně stabilní i v období poklesu návštěvnosti, což naznačuje, že způsob interakce uživatelů s obsahem webu se výrazně nemění. Stabilita této metriky může rovněž naznačovat, že i při nižším počtu návštěv přicházejí na web uživatelé s jasným záměrem. Výkyvy v průměrné době návštěvy mohou souviset se změnami ve struktuře obsahu, úpravami uživatelského rozhraní nebo s rozdílným chováním návštěvníků přicházejících z různých zdrojů.



Graf 3: Průměrná doba návštěvy v období 07/2023–06/2026

Vývoj počtu stažení

Počet stažení v průběhu sledovaného období vykazuje výraznější kolísání než ostatní sledované metriky, což naznačuje, že je silně ovlivněn konkrétními obsahovými událostmi a tématy, která uživatele motivují ke stažení souborů. Nejvýraznější nárůst byl zaznamenán v březnu 2024, kdy došlo k uvolnění nové verze EZ karty a souvisejícího obsahu na NZIP. V následujícím období se počet stažení pohybuje v rozmezí přibližně 6 000 až 9 000 stažení měsíčně s občasnými krátkodobými výkyvy. Tyto výkyvy mohou souviset s publikací nebo zvýšenou viditelností konkrétních dokumentů, například v lednu 2025, kdy byl zvýšený zájem o dětský očkovací kalendář. Z dlouhodobého pohledu se počet stažení po výrazném vrcholu v roce 2024



stabilizuje, přičemž trend této metriky zůstává spíše vyrovnaný a potvrzuje, že stažení jsou primárně tažena konkrétním obsahem, nikoli celkovým vývojem návštěvnosti.



Graf 4: Počet stažení v období 07/2023–06/2026

Zdroje návštěvnosti

Kanál	Součet návštěv	Podíl z návštěv*	Vývoj leden → červen
Vyhledávače	1 903 154	77,2 %	77,3 % → 71,9 %
Přímé vstupy	484 212	19,6 %	18,4 % → 25,8 %
Odkazující weby	59 958	2,4 %	3,5 % → 1,7 %
Sociální sítě	7 205	0,29 %	0,20 % → 0,28 %
AI asistenti	9 449	0,38 %	0,50 % → 0,31 %

* Podíl vypočtený vůči součtu měsíčních návštěv za období.

Organické vyhledávání zůstává rozhodujícím akvizčním kanálem, zároveň jeho podíl v závěru období klesá. Růst přímých vstupů je pozitivní z hlediska rozpoznatelnosti a opakovaného přístupu, ale měl by být dále validován rozlišením vracejících se návštěvníků a kampaní bez správného označení. Sociální sítě přivádějí jen malý podíl celkové návštěvnosti, jejich role je proto spíše podpurná a distribuční než dominantně akvizční.

Zařízení a přístupnost

V lednu až březnu byly zařízení vykazována absolutními počty, od dubna poměrem. V dubnu až červnu tvořily smartphony 43,0 %, 54,0 % a 51,7 %, desktopy 30,0 %, 36,5 % a 39,2 % a tablety 8,0 %, 9,6 % a 9,1 %. Mobilní přístup je proto zásadní pro návrh informační architektury, čitelnost, navigaci a realizaci vzdělávacích formátů. Chybějící část do 100 % v dubnu naznačuje další či nezařazené kategorie; bez zdrojového dashboardu ji nelze přesně určit.



Obsahové moduly a Průvodci zdravím

Obsah / modul	Leden	Červen	Změna
Landing page Průvodci zdravím	46	8 094	výrazný růst
Průvodce preventivními prohlídkami	833	704	-15,5 %
Průvodce duševním zdravím	270	692	+156,3 %
Průvodce zdravotnickými daty	370	606	+63,8 %
Průvodce zdravým stárnutím	172	394	+129,1 %
Průvodce screeningovými programy	278	332	+19,4 %

Landing page Průvodců zdravím se ve druhém čtvrtletí stala výrazně využívaným rozcestníkem. U jednotlivých průvodců se nejvýrazněji zvýšila návštěvnost témat duševního zdraví, zdravého stárnutí a zdravotnických dat. U některých průvodců jsou v květnu nebo červnu hodnoty N/A, proto nejsou dopočítávány ani interpretovány.

V detailním pohledu na landing pages obsahových sekcí v červnu dominovaly Informace o nemocech (8 861), Prevence a zdravý životní styl (8 574), Životní situace (8 293) a Rejstřík pojmů (8 259). Datové zpravodajství pokleslo z květnových 10 347 na červnových 1 854; tento výkyv vyžaduje kontrolu konkrétních publikací, kampaní a nastavení měření.

HelpDesk a kvalitativní zpětná vazba

Za pololetí bylo evidováno 394 podnětů, měsíčně 55–83. Obecný formulář „Napište nám“ tvořil 267 podnětů, dotazy zaměřené na data 18, reakce na obsahové články 100 a reakce na datové články 9.

Kategorie kvalitativního hodnocení	Součet 01–06/2026
Pochvala	35
Konstruktivní feedback	28
Kritika	8
Dotaz	40
Rada	52
Off-topic	29
Jiné obsahové	159
EZKarta	23
Datové dotazy	11
Jiné datové	12

Kritika představovala malou část kategorizovaných podnětů, avšak dominantní kategorie „Jiné obsahové“ omezuje interpretační přesnost. Pro další využití zpětné vazby je vhodné členit



tuto kategorii na konkrétní typ změny, dotčenou část NZIP, naléhavost a stav vypořádání. Součty kategorií se navíc nemusí rovnat celkovému počtu HelpDesk podnětů, protože podklady neuvádějí, zda jsou kategorie vzájemně vylučné.

Newslettery

Newsletter / měsíc	Doručeno	Unikátní otevření	Open rate	Unikátní prokliky	CTR z doručených
NZIP – leden	8 237	2 922	35,5 %	788	9,6 %
NZIP – březen	8 874	1 924	21,7 %	459	5,2 %
NZIP – květen	9 349	2 902	31,0 %	399	4,3 %
NZIS Open – únor	8 106	2 192	27,0 %	416	5,1 %
NZIS Open – duben	8 607	2 269	26,4 %	378	4,4 %
NZIS Open – červen	9 139	4 255	46,6 %	583	6,4 %

Nejvyšší míru unikátního otevření měl červnový newsletter NZIS Open (46,6 %). U newsletteru NZIP se mezi lednem a květnem zvýšil počet doručených zpráv, ale snížil počet unikátních prokliků. Výsledky ukazují, že růst distribuční báze sám o sobě nezaručuje vyšší návaznou interakci; vhodné je hodnotit výkon podle tématu, umístění odkazů a cílové skupiny každého vydání.

Vyhodnocení SMART oblastí

Oblast	Zjištění za 01–06/2026	Hodnocení
SEO a organická viditelnost	Vyhledávače přivedly 1,90 mil. návštěv; podíl ale klesl na 71,9 % v červnu.	Silný kanál, nutné sledovat pokles podílu.
Obsahový marketing	Pravidelná publikační a aktualizací činnost, růst Průvodců zdravím.	Cíl podporován daty.
Datová gramotnost	112 nových a 199 aktualizovaných datových výstupů; růst žádostí o syntetická data.	Výrazná produkce a zájem.
Sociální sítě	Růst aktivity a dosahu v některých měsících, nízký podíl přímých návštěv webu ze sítí.	Důležité pro distribuci, omezená akvizice.
Newslettery	Stabilní tisícové distribuce, rozdílný výkon vydání.	Výkonný retenční kanál.
Zpětná vazba	394 podnětů, nízký počet kritik, vysoká kategorie „jiné obsahové“.	Funkční kanál, nutná přesnější klasifikace.



Sociální sítě

V monitorovaném období byly sociální sítě využívány jako důležitý nástroj pro zvyšování zdravotní gramotnosti, šíření ověřených zdravotnických informací a podporu využívání vzdělávacích nástrojů NZIP. Komunikační strategie byla nastavena s důrazem na potřeby cílových skupin projektu, zejména osob se sníženou zdravotní gramotností, seniorů, osob s nedostatečnými kompetencemi v přístupu ke zdraví a osob ohrožených sociálním nebo zdravotním znevýhodněním. Komunikace byla vedena způsobem, který převádí odborné zdravotnické informace do srozumitelné, prakticky využitelné a snadno dostupné podoby.

Facebook a Instagram byly využívány především pro přímou komunikaci s veřejností. V centru pozornosti byly zejména nové Průvodce zdravím, preventivní témata, duševní zdraví, zdravé stárnutí, výživa, screeningové programy, očkování, vzácná onemocnění a další oblasti s bezprostředním dopadem na každodenní rozhodování občanů o vlastním zdraví. Významnou přidanou hodnotou těchto aktivit bylo zprostředkovávání ověřených informací prostřednictvím jednoduchých sdělení, grafických přehledů, infografik, videí, kvízů a tematických kampaní, které umožňují oslovit i osoby, jež běžně odborné zdravotnické informace aktivně nevyhledávají.

Zásadní význam měla komunikace zejména pro osoby se sníženou zdravotní gramotností a seniory, kterým sociální sítě poskytovaly jednoduchou vstupní bránu k obsahu NZIP. Prostřednictvím příspěvků zaměřených na preventivní prohlídky, zdravé stárnutí, duševní zdraví, bezpečnost dětí, první pomoc nebo orientaci ve zdravotním systému byly složité odborné informace převáděny do podoby srozumitelné i pro uživatele bez zdravotnického vzdělání. Sociální sítě tak napomáhaly snižovat informační bariéry a podporovaly schopnost cílových skupin činit informovaná rozhodnutí o vlastním zdraví.

Významným prvkem komunikace byly také interaktivní formáty, zejména miniankety, znalostní kvízy a vzdělávací hry. Tyto nástroje umožňují aktivní zapojení uživatelů do procesu vzdělávání, poskytují realizačnímu týmu zpětnou vazbu a současně představují praktickou implementaci principů gamifikace definovaných v projektu. Prostřednictvím jednoduchých kvízů a interaktivního obsahu docházelo k atraktivnímu předávání důležitých informací v oblastech výživy, prevence, fungování lidského těla nebo zdravotní gramotnosti. Tento přístup je zvláště efektivní u uživatelů, kteří preferují neformální a vizuálně orientované formy vzdělávání.

Profesní síť LinkedIn byla naopak využívána jako strategický nástroj nepřímé podpory cílových skupin prostřednictvím odborných partnerů, institucí, zdravotnických organizací, patientských spolků, akademické sféry a veřejné správy. Komunikace byla zaměřena na zdravotnická data, analytické výstupy NZIS Open, syntetická data, otevřená data, datovou gramotnost a prezentaci odborných aktivit projektu. Hlavním cílem nebylo přímé oslovení cílových skupin, ale vytváření sítě odborných partnerů, kteří následně přenášejí informace a výstupy NZIP ke svým uživatelům, pacientům, členům a komunitám.

Z pohledu projektu představuje tento přístup významný multiplikační efekt. Zdravotníci, patientské organizace, kraje, obce, sociální služby, vzdělávací instituce a další partneři disponují zavedenými komunikačními kanály, prostřednictvím kterých dokáží efektivněji oslovovat osoby se sníženou zdravotní gramotností, seniory nebo osoby se zdravotním omezením. Komunikace na LinkedIn tak nepřímo rozšiřovala dopad projektu nad rámec samotné návštěvnosti NZIP a přispívala k šíření ověřených zdravotnických informací do prostředí, kde se cílové skupiny běžně pohybují.

Celkově sociální sítě významně přispěly k naplňování hlavních cílů projektu. Vedle propagace jednotlivých výstupů NZIP vytvářely most mezi odbornými zdravotnickými informacemi a jejich praktickým využitím v každodenním životě. Umožnily oslovovat cílové skupiny prostřednictvím formátů, které běžně využívají, podporovaly orientaci ve zdravotním systému, zvyšovaly povědomí o preventivních programech a současně motivovaly uživatele k využívání nových vzdělávacích nástrojů NZIP. Přidaná hodnota sociálních sítí tak nespočívala pouze v šíření informací, ale především v jejich transformaci do podoby, která je pro definované cílové skupiny srozumitelná, dostupná a prakticky využitelná při péči o vlastní zdraví.



Závěry a doporučení

Udržet organickou viditelnost

Vyhledávače zůstávají hlavním zdrojem návštěvnosti NZIP, a proto je nutné dlouhodobě udržovat odbornou kvalitu, aktuálnost a technickou dostupnost publikovaného obsahu. Doporučuje se zavést pravidelný cyklus revize nejnavštěvovanějších článků, rejstříkových pojmů, tematických landing pages a Průvodců zdravím. Při prioritizaci aktualizací je vhodné kombinovat datum poslední odborné revize, návštěvnost, pozici ve výsledcích vyhledávání, počet vstupů z vyhledávačů a význam tématu pro cílové skupiny.

Technické SEO by mělo průběžně zahrnovat kontrolu indexace, stavových kódů, přesměrování, kanonických adres, interního prolinkování, strukturovaných dat, rychlosti načítání a použitelnosti na mobilních zařízeních. Zvláštní pozornost je vhodné věnovat obsahovým celkům s vysokým veřejným významem, jako jsou prevence, screeningové programy, duševní zdraví, očkování, zdravé stárnutí, chronická onemocnění a orientace ve zdravotním systému.

Vedle klasického vyhledávání je třeba sledovat také změny způsobené zobrazováním odpovědí generovaných umělou inteligencí přímo ve výsledcích vyhledávání. Ty mohou snižovat počet návštěv webu, aniž by nutně znamenaly nižší využívání informací pocházejících z NZIP. Pro další hodnocení je proto vhodné vedle návštěvnosti sledovat vývoj organických vstupů na úrovni témat, počet zobrazení ve vyhledávání, proklikovost, podíl přímých návštěv a návštěvy přicházející z identifikovatelných AI asistentů. Obsah NZIP by měl být strukturován do jednoznačných tematických celků, s jasnými nadpisy, stručnými odpověďmi a dohledatelnou odbornou garancí, aby zůstal dobře srozumitelný uživatelům i strojově zpracovatelný.

Ověřit měřicí konfiguraci od dubna 2026

Před publikací definitivních závěrů o vývoji návštěvnosti je nutné technicky prověřit výrazný nárůst počtu zobrazených stránek zaznamenaný od dubna 2026. Současně je třeba ověřit změny ve vykazování zařízení a unikátních zobrazení. Cílem kontroly je rozlišit, zda datový zlom představuje skutečnou změnu uživatelského chování, změnu definice indikátoru, úpravu konfigurace Matomo nebo započítávání nových typů událostí jako zobrazení stránky.

Kontrola by měla zahrnovat porovnání nastavení měření před a po datovém zlomu, revizi změn provedených v měřicím kódu a kontrolu toho, zda se do pageviews nezačaly započítávat dynamické události, opakované načítání komponent nebo virtuální stránky. Současně je vhodné porovnat celkový počet pageviews s návštěvností konkrétních landing pages, délkou návštěvy, počtem akcí a dalšími metrikami. Pokud ostatní ukazatele nevykazují odpovídající změnu, může jít spíše o metodický než uživatelský efekt.

Výsledek kontroly by měl být zaznamenán v metodickém protokolu obsahujícím datum změny, dotčené indikátory, původní a novou definici, příčinu změny a pravidla pro další porovnávání. Časové řady před a po datovém zlomu by měly být buď metodicky sjednoceny, nebo v grafech a tabulkách zřetelně odděleny. Tím se zabrání interpretaci technické změny jako věcného dopadu projektu.

Rozvíjet Průvodce zdravím

Růst návštěvnosti rozcestníku Průvodců zdravím a několika tematických průvodců potvrzuje uživatelský zájem o strukturovaný obsah, který propojuje základní informace, doporučené kroky, související články, datové výstupy a další praktické zdroje. Další rozvoj by proto neměl být hodnocen pouze podle počtu zobrazení jednotlivých stránek, ale podle toho, zda uživatelé průvodcem skutečně procházejí a nacházejí potřebné informace.

Doporučuje se měřit zejména přechody z hlavního rozcestníku do jednotlivých průvodců, návazné přechody mezi částmi průvodce, hloubku posunu stránky, dobu aktivní práce s obsahem, kliknutí na důležité odkazy a doporučené kroky, otevření souvisejících článků a případné stažení dokumentů. U každého průvodce je vhodné jednoznačně vymezit klíčové



uživatelské akce, které mají představovat úspěšné využití obsahu. Může jít například o přechod na informace o preventivní prohlídce, vyhledání poskytovatele, otevření datového výstupu nebo pokračování na související vzdělávací obsah.

Samostatně by měla být sledována návratnost uživatelů a rozdíly mezi mobilními a desktopovými návštěvami. Vysoký podíl mobilního přístupu vyžaduje, aby důležité informace a doporučené kroky byly dostupné bez složité navigace a aby byl obsah dobře čitelný i na menších displejích. Výsledky by měly být pravidelně využívány k optimalizaci pořadí informací, navigace, interního prolinkování a tematického pokrytí jednotlivých průvodců.

Zlepšit uzavřený cyklus zpětné vazby

HelpDesk představuje důležitý zdroj kvalitativních informací o potřebách uživatelů, nejasnostech v obsahu a možnostech dalšího rozvoje NZIP. Pro jeho plné evaluační využití je však potřeba podněty propojit s procesem jejich posouzení a vypořádání. U každého podnětu by měla být evidována kategorie, dotčená část NZIP, stručný popis požadavku, závažnost nebo priorita, odpovědný vlastník, termín posouzení, způsob řešení a výsledný stav.

Stavový model může rozlišovat například nové podněty, podněty v posouzení, podněty předané k realizaci, vyřešené podněty a podněty, které nebyly realizovány včetně uvedení důvodu. U opakujících se připomínek je vhodné evidovat jejich četnost a spojovat je do společných témat. Pro analytické účely je zároveň důležité omezit rozsáhlou kategorii „jiné“ a nahradit ji konkrétnějšími kategoriemi, například odborná správnost, srozumitelnost, aktuálnost, navigace, technický problém, přístupnost, chybějící informace nebo požadavek na nový obsah.

Vedle počtu přijatých podnětů pak bude možné reportovat i podíl posouzených a uzavřených podnětů, průměrnou dobu vypořádání, počet realizovaných obsahových nebo technických změn a nejčastější oblasti uživatelských potřeb. Uzavřený cyklus by měl probíhat v posloupnosti: přijetí podnětu, kategorizace, odborné posouzení, přiřazení odpovědnosti, realizace změny, ověření výsledku a dokumentace vypořádání. Tím se zpětná vazba stane doložitelným vstupem do řízeného rozvoje NZIP.

Vyhodnocovat komunikaci podle konverzí

Dosah, počet zobrazení a interakce na sociálních sítích jsou důležitými ukazateli distribučního výkonu, samy však neprokazují, zda komunikace přivedla uživatele k relevantnímu obsahu nebo konkrétní akci. Vyhodnocování Facebooku, Instagramu, LinkedIn a newsletterů je proto vhodné doplnit o standardizované sledování konverzí.

Všechny odkazy vedoucí z komunikačních kanálů na NZIP by měly používat jednotnou strukturu UTM parametrů. Ta by měla konzistentně rozlišovat zdroj, médium, konkrétní kampaň, obsah příspěvku a případně cílovou skupinu. Jednotná konvence umožní v Matomo identifikovat návštěvy z jednotlivých newsletterů, příspěvků, stories a kampaní bez závislosti na ručním dohledávání.

Pro každý typ komunikace je vhodné předem stanovit cílovou akci. U kampaně na Průvodce zdravím může jít o otevření konkrétního průvodce a návazný přechod k doporučenému kroku; u datového newsletteru o otevření datového výstupu nebo stažení datové sady; u edukačního obsahu o dokončení kvízu, otevření souvisejícího článku nebo návrat na portál. Reporting by měl vedle dosahu a interakcí zahrnovat počet návštěv webu, míru prokliku, počet cílových akcí a konverzní poměr. Tak bude možné odlišit obsah s vysokým dosahem od obsahu, který skutečně podporuje využívání nástrojů NZIP.

Oddělit výkon jednotlivých datových produktů

Souhrnné vyhodnocování datových výstupů může zakrývat rozdíly mezi open datovými sadami, datovými souhrny, interaktivními vizualizacemi, infografikami a syntetickými daty. Každý z těchto produktů má odlišný účel, cílovou skupinu a očekávaný způsob využití. Doporučuje se proto vytvořit samostatný hodnoticí rámec pro jednotlivé kategorie datových produktů.



U open datových sad je vhodné sledovat návštěvy katalogových záznamů, unikátní stažení, formát stažených souborů, opakované stažení aktualizovaných verzí a využití technických distribučních rozhraní, pokud je lze spolehlivě změřit. U datových souhrnů a interaktivních vizualizací je důležité sledovat vstupy na produktovou stránku, dobu interakce, použití filtrů, přechody mezi pohledy, exporty a návazná stažení. U syntetických dat by reporting měl rozlišovat registrace, podané žádosti, vyřízené žádosti, dobu zpracování a opakované využití prostředí nebo datových sad.

Výsledky je vhodné členit také podle typu užití, pokud jej lze získat ze žádostí nebo dobrovolné registrace, například akademický výzkum, veřejná správa, vzdělávání, média nebo analytická práce. Cílem není pouze vykazovat počet publikovaných výstupů, ale doložit jejich dostupnost, využívání, aktualizaci a praktickou hodnotu pro různé skupiny uživatelů.

Doplnit výsledkovou evaluaci

Webová analytika, statistiky produkce a komunikační ukazatele dobře dokumentují dosah, využívání a interakce. Samy však nemohou doložit, zda se v důsledku využívání NZIP změnila zdravotní, informační nebo datová gramotnost uživatelů. Pro hodnocení tohoto výsledku je vhodné doplnit provozní metriky opakovaným dotazníkovým šetřením založeným na stabilní sadě standardizovaných položek.

Šetření by mělo umožnit srovnání v čase a mezi cílovými skupinami. Vedle celkového vzorku je vhodné samostatně vyhodnocovat zejména seniory, osoby s nižší zdravotní gramotností, osoby se zdravotním znevýhodněním, zdravotnické pracovníky a uživatele datových služeb. Dotazník by měl rozlišovat povědomí o NZIP, frekvenci a účel využívání, schopnost vyhledat relevantní informace, posoudit jejich důvěryhodnost, porozumět jim, využít je při rozhodování a orientovat se v datových výstupech.

Pro interpretaci výsledků je důležité zachovat stejné znění položek, škálování a způsob výpočtu souhrnných ukazatelů v jednotlivých vlnách. Výsledky je vhodné uvádět nejen jako průměrná skóre, ale také jako rozdělení odpovědí a rozdíly mezi cílovými skupinami. Pokud nebude možné sledovat stejné respondenty v čase, půjde o opakované průřezové šetření a závěry je nutné formulovat jako změnu na úrovni sledovaných vzorků, nikoli jako individuální změnu způsobenou používáním portálu.

Výsledková evaluace by měla být propojena s provozními daty alespoň na úrovni deklarované míry využívání jednotlivých služeb. To umožní porovnat například uživatele Průvodců zdravím, informačního obsahu a datových nástrojů. Kauzální dopad NZIP však lze tvrdit pouze při odpovídajícím evaluačním designu. Bez kontrolní nebo srovnávací skupiny je vhodné výsledky interpretovat jako pozorovanou souvislost mezi využíváním portálu a sledovanými kompetencemi, nikoli jako jednoznačně prokázaný účinek NZIP.

Celkové zhodnocení

Závěrečné období potvrzuje, že NZIP je rozsáhle využívaným informačním portálem s dominantním organickým dosahem, aktivní obsahovou a datovou produkcí a funkčním systémem vícekanálové komunikace. Největší věcný přínos dat spočívá v doložení vysokého využívání portálu, růstu Průvodců zdravím, průběžné aktualizaci obsahu, rozvoji datových služeb a stabilním toku uživatelské zpětné vazby. Pro finální obhajobu výsledků je současně nutné transparentně uvést metodické zlomy v měření a oddělit doložené výstupy a využívání od tvrzení o přímém kauzálním dopadu na úroveň zdravotní gramotnosti.