

V Praze 30. listopadu 2019

Analýza webu Prahy 14

Komunikační doporučení

1. **Doplnit** dva cíle webu (poskytnou službu/informace svým občanům a zároveň informovat o životě na Praze 14) o **prostor pro klíčové sdělení z radnice**.

Z analýzy návštěvnosti webu vyplývá, že dominantními návštěvníky jsou lidé, kteří informaci aktivně vyhledávají, využijí nejčastěji Google. Cílem jsou zejména životní situace a kontakty, tedy praktické věci, které občan potřebuje. V tuhle chvíli nic nenasvědčuje o tom, že by na web chodili návštěvníci/turisté, ale doplňují si na webu informace (například o Doubravce). Nefunguje, že by si návštěvníci odnesli jiné sdělení - například o participativním rozpočtu.

Cílovou skupinou tedy zůstává občan Prahy 14, který úřad využívá jako úřad - a nevrací se. Přesto svou významnou roli hrají i informace ze života Prahy 14. Inspirovat se lze na serverech specializovaných na prezentaci událostí.

2. Doplnit web o **standardní menu**.

Současný web de facto nemá standardní navigační prvek - menu, což může být matoucí. Web trpí v některých částech malým kontrastem, což snižuje jeho uživatelský komfort. Systém "musí to být na homepage" je také neúčinný, protože velké množství cílů vede jen k tomu, že není jasná vize vedení města, nebo dominantní událost. Návrh struktury webu je uveden níže.

3. Připravit **novou grafiku** webu

Ta by měla podtrhnout výše řečená doporučení, pomoci lépe zpřístupnit nejčastěji používané stránky webu. bude také symbolem změny a měla by být realizována v roce 2020 formou soutěže..

4. Prověřit navigaci v konkrétních životních situacích a na nejnavštěvovanějších stránkách

K obrazu celkového fungování webu slouží nejen data v GA, ale i další nástroje, které uvádíme i s možným odhadem ceny. Všechny umožní lepší čtení informací o webu. Jejich využití je možné i ve stávající podobě webu. Vedle technických nástrojů - heat mapy, doporučuji testování použitelnosti s uživateli, které by mělo proběhnout i v prostředí úřadu. Přidat CTA prvky (call to action) - zapojení to aktuálních akcí, zpětná vazba od občanů, sociální sítě - tím zvýšit počet vracejících se.

Doporučení k SEO

- doplnění navigace pro indexovací roboty + doplnění sitemap do robots.txt
- optimalizace JS a CSS stylů pro zrychlení načítání
- doplnění alternativního obsahu k netextovým prvkům
- doplnění meta tagů (stránka neobsahuje prakticky žádné)
- strukturalizace dat pomocí rich snippet
- title by měl mít doporučenou délku 55-66 znaků
- viz například krátký title “Úřad městské části Praha 14”
- chybí mikrodata na stránce, viz například <http://schema.org>
- minifikace vhodných částí kódu stránek
- zlepšení cacheování stránky pro lepší uživatelský zážitek
- doplnění opengraph a twitter tagů pro lepší použitelnost na sociálních sítích

Analýza webu

Webové stránky mají nestandardně prezentovanou strukturu, která neodpovídá tomu, na co jsou lidé většinou zvyklí. Výstupy z ročního měření (od 1. 1. 2019) systému Google Analytics (dále i GA) upozorňují na dvě zajímavé skutečnosti:

1. na web se vrací pouze pětina návštěvníků
2. průměrná doba relace je přes dvě minuty

Bohužel samotná statistika nám neprozradí, zda návštěvníky to na webu “baví” nebo relativně dlouho hledají informaci, kterou chtějí získat. Web od začátku roku navštívilo 109 000 návštěvníků. Z nich cca 40 procent prohlíželo web mobilním zařízením, což je lehce pod průměrem. Web je responzivní, nicméně optimalizaci by zasloužila homepage, která má 3,8 MB, bývá načtena na cca 4 s. pro chrome, což není zásadní problém, ale optimalizace by neuškodila. Na webu jsou stránky, které se načítají výrazně déle.

Většina příchozích je z organického vyhledávání, kupodivu malý poměr tvoří příchozí ze sociálních sítí (4,4 %), přičemž dominuje FB s takřka stoprocentním vlivem. Google a Seznam jsou nejvýraznější zdroje návštěvnosti díky dobrému nastavení SEO na webu.¹ Odkazy se sociální sítí, pokud nevedou na homepage, nevedou k návštěvě více stránek na webu. Klíčová slova víme z velmi malého vzorku, ale dominantně jde o vyhledávání, ve kterém Praha 14 dominuje. A Doubravka. Za pozornost stojí i média, která tvoří zdroje návštěvnosti, je zde opravdu minimální podíl odkazujících webů.

Zajímavá je i struktura čtenosti jednotlivých stránek - preferované vyhledávání kontaktů překročilo v návštěvnosti i jednotlivé tematické homepage. Čtrnáctka podle Vás má zobrazení 0,49 % oproti celému webu. Evidentně má preferovanou pozici, která ale je využívána zejména v době schvalování rozpočtu,

¹ Nejúspěšnější odkazy na FB směrem k webu jsou mimo homepage:
www.praha14.cz/zivot-na-praze-14/zmeny-v-mhd-4/,
www.praha14.cz/ctrnactka-podle-vas/navrh-2-rocnik/

W: www.produkujeme.cz

A: Újezd 450/40 - Praha 1 - 118 00

IČ: 067 96 010

DIČ: CZ 067 96 010

E: info@produkujeme.cz



jinak minimálně. V příloze je přehled nejnavštěvovanějších stránek. Participativní rozpočet je přitom důkazem toho, že radnice chce komunikovat své priority, otázkou je, zda je tou správnou cestou je změna menu, když lze řešit tut prioritu článkem. Celá /ctrnactka-podle-vas/ získala 1,54 % zobrazených stránek, což není mnoho. Mimochodem "rozpočet" je nejčastěji zadávaný dotaz v interním vyhledávání, které ale nevyužívá mnoho lidí (méně než 5 %)

Celkový dopad subwebů je 29,1 % pro zprávy z Prahy 14 (/zivot-na-praze-14/), urad-mestske-casti/ má 42 % a samosprava/ má pak 8,2 % zobrazení stránek. Jinými slovy řazení priorit je tuhle chvíli životní situace, informace o dění v městské části a politika.

Zajímavý je také pohled na navigaci na homepage - předchozí stránka může avizovat, z jakých stránek se vracíme na homepage, protože nemáme návaznost na to, co hledáme.

Příklad vadné navigace

Web obsahuje složité cesty k danému výsledku. Jeden za všechny uvádíme na příkladu kontejnerů na Praze 14. Google nabídne tento odkaz:

<https://www.praha14.cz/zivot-na-praze-14/velkoobjemove-kontejnery-3/>. Google analytics dodává informace, že uživatel tráví na webu skoro dvě minuty a navštíví 2,74 stránek. další analýza (v příloze) potvrzuje, že 83 % uživatelů najde titěrné "zde" a dojdou na další stránku

<https://www.praha14.cz/urad-mestske-casti/hledam-informaci/zivotni-prostredi/odpady/>, kde musí ve velmi nečitelném prostředí (malý kontrast písma a pozadí) najít příslušný odkaz na soubor ve formátu excelu. Následně GA nezobrazují informací o tom, jaký typ kontejnerů je nejvíce na webu "poptávaný". Zcela určitě ale lze s využitím měřících technik zpřehlednit tuhle životní situaci s vyhledáváním VOK.

Nad 3 kliknutí je už velké riziko odchodu uživatele (přestože na webu města nejde o konverze ale informovanost, hrozí nespokojenost uživatelů a hledání jiných zdrojů), proto tento příklad uvádíme.

Noviny aneb život na Praze 14

I zpravodajský server Prahy 14 lze by šlo poměrně přesně měřit. Bohužel není možné sledování po rubrikách díky chování URL, která nedědí informaci z rubriky. Hodně ale naznačí nejčtenější stránky z rubriky. Vedou akce, doubravka a kardašovská.

Životní situace jsou výčtově uvedeny na stránce/rozcestníku, který byl v předchozích analýzách kritizován za malou přehlednost, ale čísla z GA neukazují, že v tom by byl problém, lidé chodí na další stránky po relativně krátké době. Otázka je, zda fungují kategorie, když občan dominuje, podnikatel má 1,2 % shlédnutí.

Údaje v sekci samosprávy nejsou z hlediska uživatelské přívětivosti zásadní, proto jim není věnován zásadní rozbor.

I díky výše řečenému doporučujeme podrobnější analýzu použitelnosti pomocí některé s pokročilejších metod v závislosti na časových možnostech a rozpočtu projektu. Alespoň některou z kvalitativních metod, které umožní analyzovat chová uživatele a webu. Následně mohou být doporučeny konkrétní kroky pro zjednodušení ovládání a jednotlivých uživatelských případů.

Doporučení struktura webu a homepage

(výchozí materiál je z dílny MČ PHA 14, varianta 1)

Je nutné rozlišit strukturu webu a informace na homepage

Web:

Portál pro občana

(řazení dle potřeb lidí, tedy nejnavštěvovanější nahoru)

- Hotové doklady
- Potřebuji vyřídit – Životní situace
- Formuláře ke stažení (nové)
- Pro řidiče
- Vítání občánků
- Svatební obřady
- Důležité úřady
- Důležitá telefonní čísla
- Provozovny
- CZECH POINT
- Datové schránky
- Podnikání
- Hlášení nepořádku

ŽIJEME V PRAZE 14

(prospělo by strategické zadání stránek - podpora pro místní aktivity nebo informace pro možné nové občany MČ, rozvoj turismu?)

Základní informace

historie, zajímavosti (místo O Praze) - dle zadání strategie

Novinky

- Časopis Čtrnáctka, média
- Kultura, fotogalerie (přesunout Hlášení akcí, Fotogalerii)
- Zdravotnictví (řazení dle potřeb lidí, tedy nejnavštěvovanější nahoru)
- Sociální oblast
- Školy a školky
- Bezpečnost
- Cyklodoprava
- Odpady, ovzduší, deratizace

W: www.produkujeme.cz

A: Újezd 450/40 - Praha 1 - 118 00

IČ: 067 96 010

DIČ: CZ 067 96 010

E: info@produkujeme.cz



- Organizace a kluby (přidat sportovní kluby)

Rozvoj Prahy 14

- Projekty městské části
- Územní rozvoj
- Strategický plán rozvoje
- Plánování s veřejností

RADNICE

SAMOSPRÁVA

- Starosta
- Zastupitelstvo
- Rada
- Výbory a komise
- Vyhlášky

ÚŘAD

(řazení dle potřeb lidí, tedy nejnavštěvovanější nahoru)

- O úřadu
- Základní kontakty, úřední hodiny, Telefonní seznam
- Úřední deska
- Finance a majetek, Smlouvy
- Volná místa

KONTAKT

(Využít i populární informace jako je registr lékařů. Napište starostovi)

Homepage

- menu -viz struktura webu
- karusel základních sdělení (1-9)
- 6 dlaždic na 6 nejhledanějších cílů (aktuálně životní situace, zastupitelé, edeska, kontakt, vydávání OP, volná místa)
- zprávy - 3x3 dlaždice

W: www.produkujeme.cz

A: Újezd 450/40 - Praha 1 - 118 00

IČ: 067 96 010

DIČ: CZ 067 96 010

E: info@produkujeme.cz



- kalendář
- kontakt

Seznam dalších nástrojů a cen

Dle nabídky <http://www.implayo.cz/>

- Heatmapy (prokliky, tahy myší) - 4500 Kč + \$24 p.m.
- A/B testování - nastavení několika variant, v rámci návrhu nových funkcí (1500/test + zajištění návštěvnosti například formou reklamy na FB - stokoruny/kampaň)
- Nahrávání chování uživatelů
- Laboratorní testování
- **Kognitivní průchod** - 3-5 uživatelů + supervisor, zpracování analýzy a zajištění odborných testerů; 23 000 Kč
- Heuristická analýza - 2-3 odborní testeři a zpracování analýzy; 16000 Kč
- **Testování použitelnosti s uživateli** - 3-5 vybraných koncových uživatelů, příprava scénářů, supervisor a zpracování výsledků; 33 000 Kč
- Eye tracking + heat mapy - nahrávání vybraných uživatelů + zajištění 8 testerů a zpracování výsledků, pronájem kamery - 65 000 Kč
- Fokusni skupiny - upřesnění cílů a požadavků cílové skupiny - 2 skupiny o 5-7 účastnících, zajištění účastníků, moderátor, supervisor a zpracování výstupů - 30 000 Kč (levnou alternativou jsou dotazníky)
- Google analytics rozšířit o tag manager a měřit vybrané konverze - například počty stáhnutí vybraných pdf souborů - na základě diskuse o cílech měření; 7 000 Kč

Vypracoval:

Jaroslav Poláček
zakladatel a manažer

E: jaroslav@produkujeme.cz

M: +420 732 80 68 98

IP Rodukujeme

DOMINO EFEKT