



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



nzip.cz

Implementace objektivních metrik

Vývoj portálu nzip.cz

Vytvořeno v rámci projektu Zvyšování informovanosti prostřednictvím Národního zdravotnického informačního portálu (registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/15_025/0016090



Obsah

Úvod	3
Webová analytika (Google Analytics, Matomo)	4
<i>Popis.....</i>	4
<i>Příklady využití.....</i>	4
Návštěvnost	4
Segmentace uživatelů	4
Obsah.....	4
Kampaně	4
Chování	4
<i>Shrnutí.....</i>	4
Analýza záznamů relací (Microsoft Clarity)	6
<i>Popis.....</i>	6
<i>Příklady využití.....</i>	6
Heatmaps (teplotní mapy)	6
Session Recordings (záznamy relací)	6
Filtry a segmentace	6
Chování uživatelů	6
<i>Shrnutí.....</i>	6
Hodnocení a zpětná vazba k článkům	8
<i>Popis.....</i>	8
<i>Příklady využití.....</i>	8
Hodnocení	8
Formulář	8
<i>Shrnutí.....</i>	8
Monitoring médií	10
<i>Popis.....</i>	10
<i>Příklady využití.....</i>	10
Četnost zmínek	10
Kontext zmínek	10
Tón zmínek	10
Zdroje zmínek	10
<i>Shrnutí.....</i>	10
Testování	12
<i>Popis.....</i>	12
<i>Příklady využití.....</i>	12
Testování prototypu	12
Testování nepublikované verze webu	12
<i>Shrnutí.....</i>	12
Uživatelské výzkumy	13



<i>Popis</i>	13
<i>Příklady využití</i>	13
Uživatelské rozhovory.....	13
Uživatelské testování	13
Průzkumy	13
Persony	13
Workshopy.....	13
<i>Shrnutí</i>	13
Ostatní analytické přístupy	15
<i>Popis</i>	15
<i>Příklady využití</i>	15
Benchmarking	15
Moodboard	15
Heuristická analýza	15
<i>Shrnutí</i>	15



Úvod

Cílem tohoto dokumentu je prezentovat různé analytické metody a nástroje používané k monitorování návštěvnosti webových stránek a zlepšování uživatelského zážitku na portálu. Důraz je kladen na zhodnocení chování uživatelů, identifikaci klíčových oblastí pro optimalizaci obsahu a designu portálu a dosažení stanovených projektových cílů.

V rámci analýzy a zlepšování uživatelského zážitku na portálu jsou využívány různé analytické metody. Webová analytika využívá nástroje jako Google Analytics a Matomo k shromažďování dat o návštěvnosti stránek, segmentaci návštěvníků a jejich chování. Další metodou je analýza záznamů relací, která vizualizuje interakce uživatelů prostřednictvím tepelných map a záznamů relací. Hodnocení a sběr zpětné vazby k článkům umožňuje lepší porozumění preferencím uživatelů a optimalizaci obsahu portálu. Monitorování médií sleduje vnímání portálu veřejností a médií skrze mediální reporty a analýzu zmínek. Interní testování portálu slouží k identifikaci a odstranění problému u nových funkcí nebo modulů. Uživatelské výzkumy, jako jsou uživatelské rozhovory, testování, průzkumy a tvorba osob, umožňují získat hlubší pochopení potřeb a preferencí uživatelů. Kromě toho jsou využívány i další analytické přístupy, jako je benchmarking, moodboard, heuristická analýza a další metody, které přispívají k hodnocení a plánování postupů optimalizace portálu.

Výsledkem kombinace těchto přístupů je komplexní pohled na návštěvnost portálu, chování uživatelů a možnosti neustálého zlepšování a optimalizace portálu s ohledem na uživatelské potřeby a cíle projektu. V následující sekci budou prezentovány ilustrativní příklady aplikace jednotlivých metodologických přístupů spolu s demonstrací příslušných metrik, jež z těchto přístupů vyplynuly.



Webová analytika (Google Analytics, Matomo)

Popis

Google Analytics a Matomo jsou analytické nástroje, které umožňují sběr, analýzu a prezentaci dat o návštěvnosti webových stránek. Pro portál poskytují užitečné metriky, jako jsou počty jednotlivých návštěv, typ návštěvníka, doba strávená na stránce a míra odchodů. Segmentace návštěvníků umožňuje lépe pochopit cílovou skupinu a preferovaný obsah. Matomo oproti Google Analytics umožňuje lokální instalaci na vlastním serveru. To dává plnou kontrolu nad daty a soukromím uživatelů, což může být výhodné pro zdravotnické projekty, které vyžadují vysoký stupeň ochrany soukromí.

Příklady využití

Nástroje nám pomohly identifikovat hned několik dat, které nám pomáhají v rozhodovacích procesech pro kontinuální zlepšování portálu:

Návštěvnost

Např. počet návštěv – vracející se / nové, zdroje návštěvnosti, návštěvnost podle času, průměrné doby návštěv, míra okamžitého opuštění.

Segmentace uživatelů

Např. zájmy, základní demografické údaje, zařízení, operační systém, kraj – město

Obsah

Např. nejnavštěvovanější články a kategorie článků, nejvyhledávanější klíčová slova na webu, nejvyhledávanější slova v externích vyhledávačích, nejnavštěvovanější rejstříkové pojmy, nejnavštěvovanější poskytovatele zdravotní péče, nejnavštěvovanější doporučené zdroje, nejnavštěvovanější hry

Kampaně

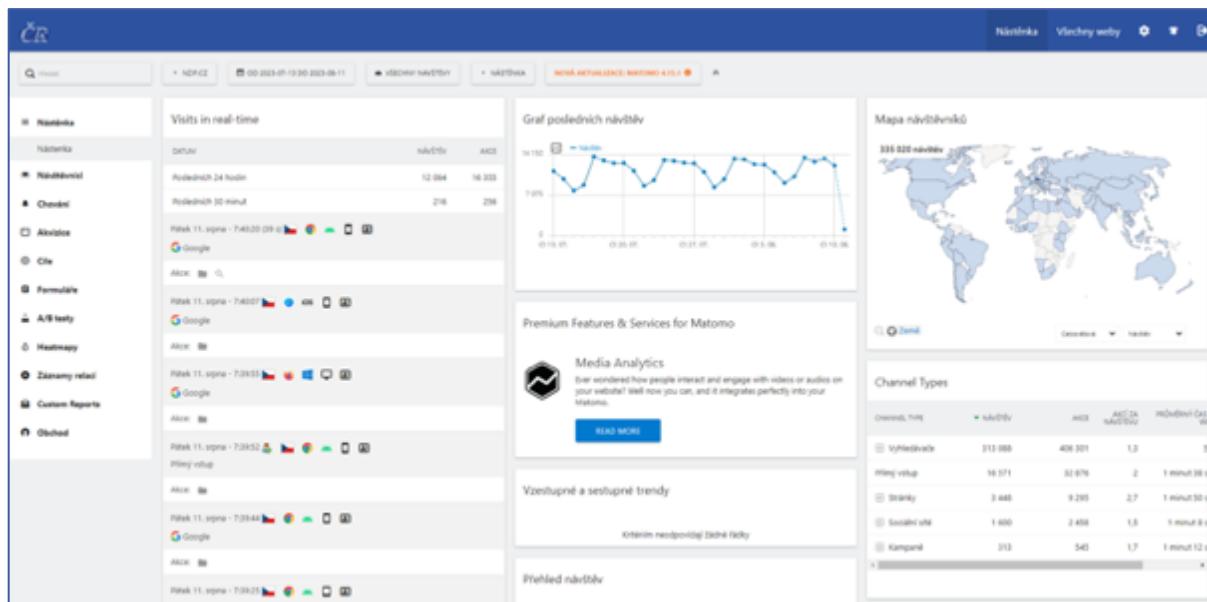
Např. výkonnost jednotlivých kampaní, zdroje návštěvnosti

Chování

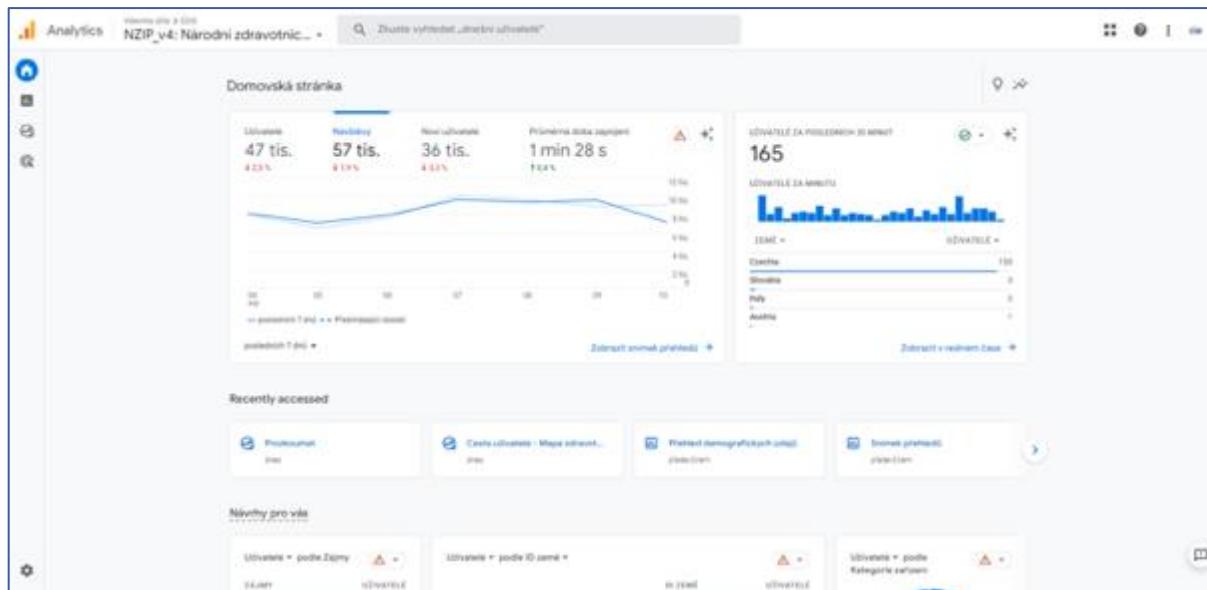
Např. nejčastější události, nejčastější cesty uživatelů napříč portálem, stahování dokumentů atd.

Shrnutí

Nástroje pro webovou analytiku jsou pro nás největším, neinvazivním zdrojem informací o výkonu portálu a o uživatelském chování. S ohledem na ochranu osobních údajů umíme sledovat a identifikovat vzory v chování uživatelů, jejich preference pro jednotlivá období a díky tomu následně lépe prioritizovat validní obsah pro návštěvníky.



Ukázka webové analytiky – Matomo



Ukázka webové analytiky – Google



Analýza záznamů relací (Microsoft Clarity)

Popis

Microsoft Clarity je moderní analytický nástroj, který umožňuje detailní sledování návštěvnosti webových stránek a interakcí uživatelů. Je vyvinut společností Microsoft a poskytuje užitečné funkce pro zlepšení uživatelského zážitku a optimalizaci webu.

Příklady využití

Heatmaps (teplotní mapy)

Clarity generuje teplotní mapy, které vizualizují, jaké části portálu jsou nejvíce navštěvované a jak uživatelé na stránce interagují. Pro portál to znamená, že lze analyzovat, na které moduly, nebo informace se uživatelé zaměřují nejvíce a kde může být potřeba vylepšení.

Session Recordings (záznamy relací)

Tato funkce umožňuje nahrávání relací uživatelů na webových stránkách, což poskytuje záznamy o tom, jak uživatelé interagují s obsahem a funkcemi. To je zejména užitečné pro zjištění potenciálních problémů s použitelností nebo navigací na portálu.

Filtry a segmentace

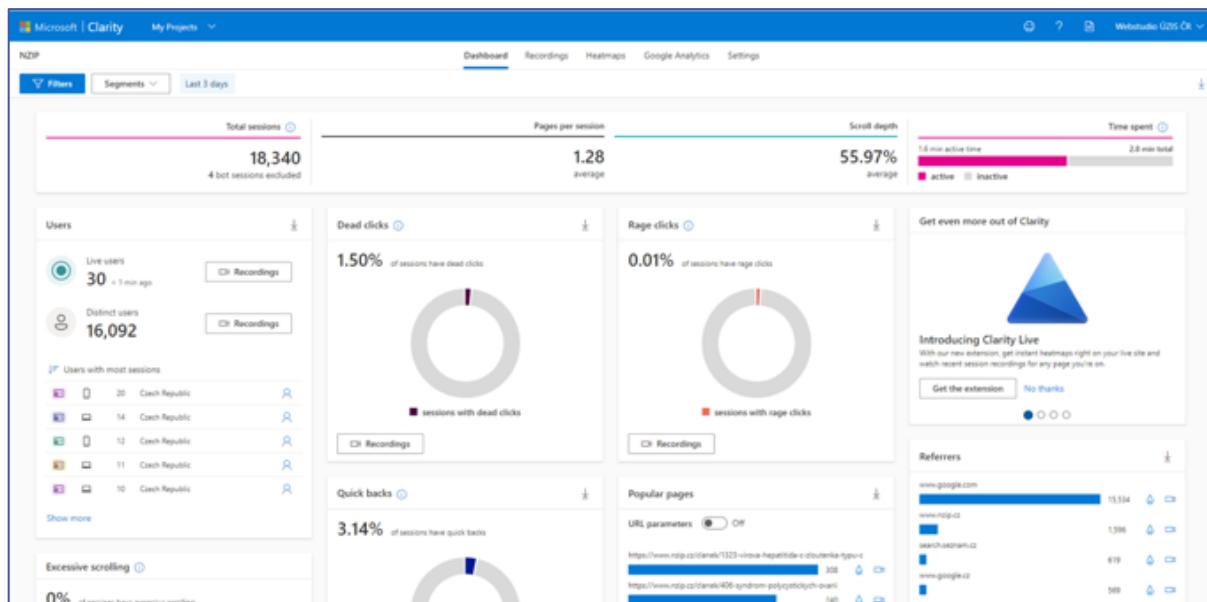
Služba Microsoft Clarity umožňuje filtrovat data podle různých parametrů, což umožňuje detailnější analýzu návštěvnosti webu. Lze například vytvořit segmenty pro konkrétní cílové skupiny a porovnat jejich chování. Na základě porovnání chování jednotlivých cílových skupin jsme schopni v budoucnu portál přizpůsobovat obsahem pro konkrétního návštěvníka, za předpokladu, že budeme díky uživatelskému účtu vědět o koho se jedná.

Chování uživatelů

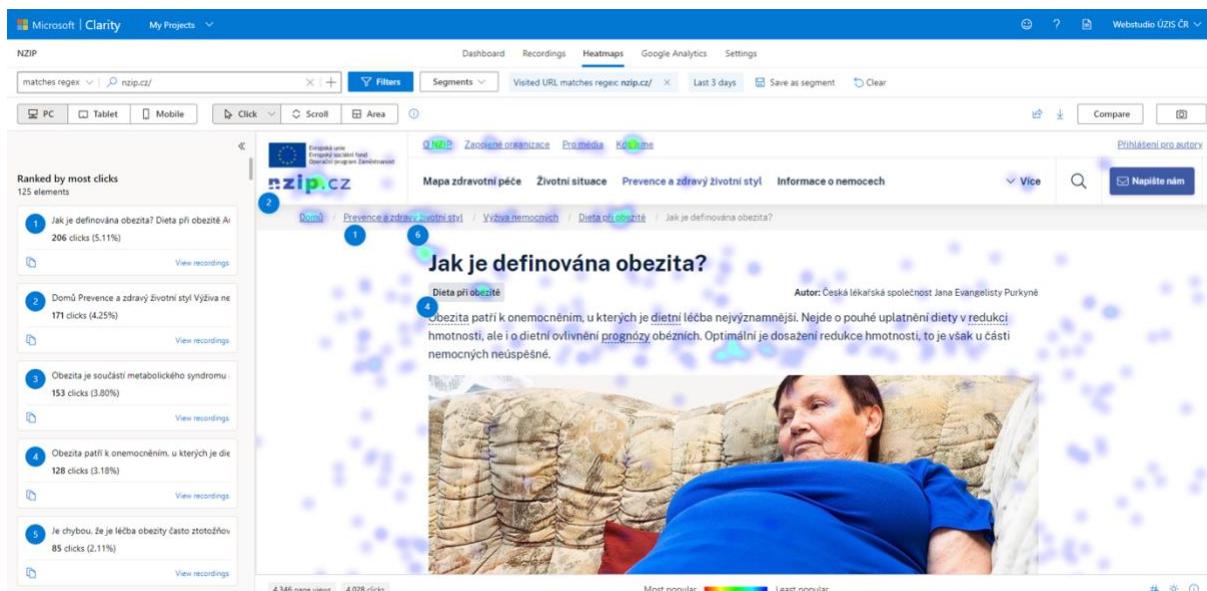
Nástroj poskytuje informace o kliknutích, posouvání stránekou, stahování souborů a dalších interakcích uživatelů na webu. To umožňuje lépe pochopit, jak uživatelé komunikují s obsahem a službami na portálu.

Shrnutí

Využitím analytického nástroje Microsoft Clarity získáváme cenné poznatky o chování návštěvníků, identifikujeme problematické oblasti a uskutečňujeme optimalizaci webového prostředí pro lepší uživatelský zážitek a dosažení stanovených cílů projektu.



Přehled dat v nástroji Microsoft Clarity



Teplotní mapa kliknutí na stránce článku



Hodnocení a zpětná vazba k článkům

Popis

Funkce hodnocení článku na pěti hvězdičkové stupnici s možností odeslání psané zpětné vazby k jednotlivým článkům na portálu představuje cenný analytický nástroj pro sběr uživatelských názorů a zpětné vazby. Tato funkce poskytuje hlubší výhled do toho, jaké články jsou uživatelům nejvíce užitečné a relevantní, a tím pomoci optimalizovat obsah portálu.

Příklady využití

Hodnocení

Hodnocení článku na pěti hvězdičkové škále slouží jako rychlá zpětná vazba k jednotlivým článkům. Hodnocení nám pomáhá identifikovat popularitu jednotlivých témat. Články s nízkým hodnocením se následně analyzují s cílem vylepšit obsah, aby byl pro uživatele přínosnější.

Formulář

Díky možnosti reagovat na jednotlivé články přes formulář, získáváme okamžitou zpětnou vazbu k aktuálnosti obsahu, gramatickým a stylistickým chybám nebo k obsahu článku obecně. Zpětná vazba je systematicky evidována a redaktorský tým ji zanalyzuje a dodá doporučení na aktualizaci článků. Následně je aktualizace konzultována s autorem článku a dalšími odborníky. Na základě tohoto redakčního procesu a schválení je článek aktualizován.

Shrnutí

Celkově lze říct, že funkce hodnocení článků na pěti hvězdičkové stupnici s možností psané zpětné vazby přináší analytickým účelům mnoho přínosů. Pomáhá lépe porozumět preferencím uživatelů, identifikovat silné a slabé stránky obsahu a umožňuje přizpůsobit web a obsah tak, aby lépe vyhovoval potřebám návštěvníků. Užitečnost hodnocení podtrhuje možnost získávání anonymní zpětné vazby kdykoliv a okamžitě.

The screenshot shows a feedback form overlaid on a website page. The form fields include 'Vaše jméno' (Your name), 'Váš e-mail' (Your email), 'Předmět zprávy' (Subject of the message), and 'Text zprávy' (Message text). A note at the top right says 'Odeslat zpětnou vazbu' (Send feedback). Below the form, there's a sidebar with 'Související články' (Related articles) and a footer with navigation links like 'NZIP', 'Zdroje', 'Pro média', 'Kdo je kdo', 'Životní situace', 'Prevence a zdravý životní styl', 'Informace o nemocích', 'Mapa zdravotní péče', 'Hry', 'Rejstřík pojmu', and 'Napsat nám'.

Formulář pro získání zpětné vazby od uživatele ke článku



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



[O NZIP](#) [Zapojené organizace](#) [Pro média](#) [Kdo jsme](#)

[Právní aktuality](#) [Životní situace](#) [Prevence a zdravý životní styl](#) [Informace o nemocích](#) [Mapa zdravotní péče](#) [Hry](#) [Rejstřík pojmu](#)

[Napište nám](#)

Hry


Léčivé přípravky a zdravotnické prostředky: základní znalostní test
10 min | střední

Hodnocení: ★★★★☆ 4.4

Základní znalostní test na téma „léčivé přípravky a zdravotnické prostředky“ obsahuje deset otázek. U každé otázky je správná pouze jedna odpověď.

Po absolvování se naučíte:
VÝSLEHLIT ZÁSADY UŽÍVÁNÍ ANTIBIOTIK
POPRÁT OKOLNOSTI, ZA JAKÝCH MŮŽE LÉKAŘ NEMOCNÉM VYDAT JINÝ LÉČIVÝ PŘÍPRAVEK, NEŽ KTERÝ
PŘEDEPISAL LÉKAŘ
POROVNAT ROZDÍLY MEZI PRESKRIPČNÍM A INDIKACÍM OMEZENÍM LÉKU

[Spustit >](#)


Parazitární infekce: základní znalostní test

Infekční nemoci
★★★★★ 4.8

Základní znalostní test na téma „parazitární infekce“ obsahuje devět otázek. U každé otázky je správná pouze jedna odpověď.


Výživa: základní znalostní test

Výživa zdravé populace
★★★★★ 4.8

Základní znalostní test na téma „výživa“ obsahuje deset otázek, které byly záměrně vybrány tak, aby co možná nejlépe pokryly tematiku článků publikovaných na toto téma na NZIP. U každé otázky je...

Agregovaná hodnota hodnocení hry uživateli hvězdičkovým systémem



Monitoring médií

Popis

Monitoring médií je cenným způsobem sběru informací o tom, jak je portál vnímán a jaký má vliv na média a veřejnost. Mediální reporty jsou sbírána přes externí analytickou společnost pro Ministerstvo zdravotnictví ČR, která je pak segmentuje a zmínky o NZIP předává v měsíčních intervalech projektovému týmu NZIP. Tato metrika se zaměřuje na sledování a analýzu zmínek o portálu v tradičních i digitálních médiích.

Příklady využití

Četnost zmínek

Jedním z hlavních cílů portálu je nabízet garantované informace na které se zejména média mohou odkazovat. Četnost zmínek v médiích je z toho důvodu pro nás důležitá metrika pro dosažení tohoto cíle. Každý měsíc četnost zmínek srovnáváme a následně portál optimalizujeme pro dosažení stanoveného cíle.

Kontext zmínek

Analýza kontextu zmínek může ukázat, na jaká téma je váš portál nejčastěji spojen. To umožňuje pochopit, co je pro média a veřejnost nejzajímavější a které téma mohou potřebovat další rozvoj.

Tón zmínek

Vedle kvantitativních údajů je důležité měřit tón zmínek. Zda jsou zmínky pozitivní, neutrální nebo negativní, může poskytnout hlubší vhled do veřejného vnímání portálu. Tón zmínek může ovlivnit pověst portálu a zjistit, kde je potřeba zlepšení.

Zdroje zmínek

Tato metrika identifikuje, která média a zdroje nejčastěji zmiňují portál. To může pomoci identifikovat klíčové partnery a média, která by mohla být relevantní pro spolupráci nebo další propagaci.

Shrnutí

Analytická metrika monitoringu médií poskytuje užitečné informace o vnímání portálu ze strany veřejnosti a médií. Tato informace může být následně využita k identifikaci silných a slabých stránek portálu, zlepšení obsahu, komunikace s médií a propagace.



Přihlásit do aplikace

newton media

Vyber-z-monitoringu-medii

Ministerstvo zdravotnictví ČR | 01.08.2023

Počet zmínek 21

Online: 20 | Tištěná média: 1 |

NZIP 21

Léto na záhoně: Koncem července můžeme vysévat polníček rukolu, dubáček i klasický hlávkový salát.
29.07.2023 | | toprecepty.cz | Alena Kunclová | zobrazit sken | přejít na web

... Zdroje informací: Časopis Naše krásná zahrada. Konečně čerstvý salát. 4/2023 Časopis Flóra. Co sít a sázet na poslední chvíli? 8/2022 Osej.cz: Koziček polníček nzip.cz Růkola Krňha Zelenina na zahrádce. Dolejší A. Témata: salát saláty polníček rukola Zdroj: Unsplash. Ann plné změny

Jeden život, jedna jídla
28.07.2023 | | casopiszechindustry.cz | | zobrazit sken | přejít na web

... https://www.worldhepatitisday.org/ https://www.nzip.cz/clanek/50-zloutenka-hepatitida-typu-b https://www.nzip.cz/clanek/49-zloutenka-hepatitida-typu-a https://www.nzip.cz/clanek/132-virova-hepatitida-c-zloutenka-typu-c https://www.nzip.cz/clanek/132-virova-hepatitida-e-zloutenka-typu-e ... plné změny

Vysoký krevní tlak je častou příčinou infarktu nebo mrtvice, sami ho však nepoznáte
28.07.2023 | | vitalia.cz | Věra Krásová | zobrazit sken | přejít na web

... například paprika nebo již zmlněná brokolice, a také potraviny s vysokým obsahem vlákniny (například oves nebo lúštěniny) [28, 29, 30, 31] Zdroje: https://my.clevelandclinic.org, nhs.uk, cspz.cz, ikem.cz, mayoclinic.org, tlakomery.cz, healthline.com, nemoci.vitalion.cz, wikiskripta.eu, Co... plné změny

Pásový opápr se nejčastěji objevuje po čtyřicítce. Vzácně může

Pravidelný monitoring médií

Monitoring médií (zdroj: newton media)

Měsíc	Celkem zmínek	Online	Tištěna média	Televize
Duben	42	40	0	1
Květen	48	43	5	0
Červen	43	34	5	0
Červenec	21	20	1	0

Monitoring médií

Naším cílem je dosáhnout vyššího počtu zmínek v médiích. NZIP je portál s garantovanými informacemi ze světa zdravotnictví a proto je naší prioritou aby na nás odkazovalo stále více akreditovaných médií.

Agregované interní výstupy z monitoringu médií



Testování

Popis

Testování webu je klíčovým procesem pro zlepšování a optimalizaci portálu před publikací jeho nových verzí. Tato fáze umožňuje identifikovat a odstranit problémy s novými funkcemi a moduly portálu, což zajišťuje, že uživatelé budou mít pozitivní a bezproblémový zážitek. Testování probíhá interně na základě testovacích scénářů, které pak ověřují bezchybnou cestu webem v různých situacích.

Příklady využití

Testování prototypu

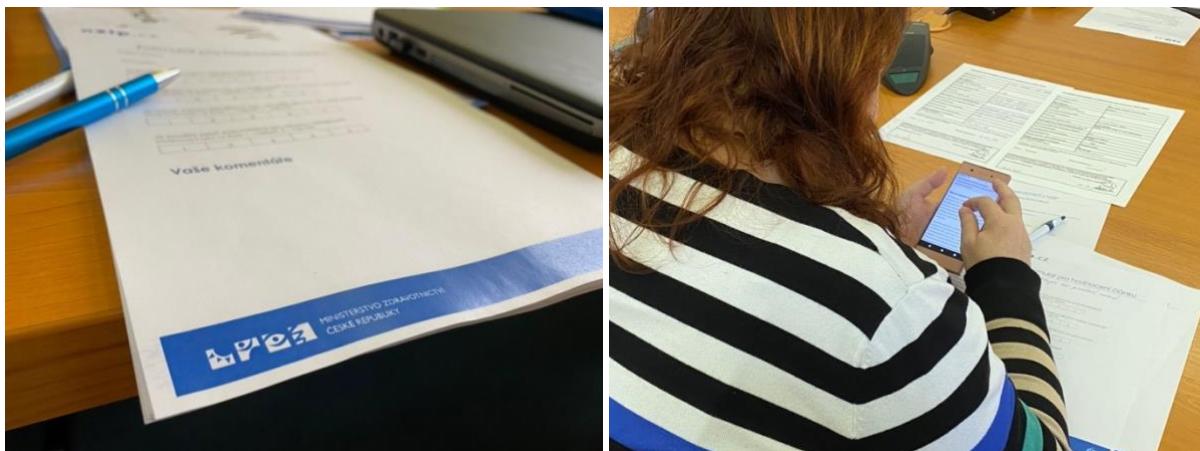
Dříve než se změny na webu přesunou do fáze vývoje, je jejich návrh v podobě interaktivního prototypu testován interně v týmu. Mimo řídící členy týmu je návrh prototypu testován přiděleným testerem, který na prototypu ověřuje přístupnost, srozumitelnost a správnou funkcionality webu. Podle výsledků testů je návrh posunut na vývoj nebo naopak zpět k návrháři webu.

Testování nepublikované verze webu

Navržené změny webu jsou během vývoje testovány interním testerem, který na základě sepsaných scénářů ověřuje funkcionality nové verze portálu. Zaměřuje se zejména na testování funkcionality, ověření responzivity, testování uživatelského rozhraní a chyby následně zaznamenává pro vývojáře.

Shrnutí

Interní testování je klíčovým krokem pro zajištění kvality nových funkcí a modulů portálu. Pomáhá minimalizovat riziko chyb, zlepšuje uživatelský zážitek a přispívá k celkové spokojenosti uživatelů.





Uživatelské výzkumy

Popis

Uživatelské výzkumy zahrnují hned několik metodologických přístupů pro zaručení kvality webu a spokojenosti uživatelů. Oproti ostatním analytickým přístupům jsou součástí kvalitativních metodik pro zlepšování webu, zejména protože jsou oproti ostatním metodikám zaměřeny na individuální koncové uživatele.

Příklady využití

Uživatelské rozhovory

Uživatelské rozhovory jakožto hloubková metoda výzkumu, umožňuje získat hlubší porozumění potřebám, preferencím a zkušenostem uživatelů s cílem zlepšit celkový zážitek z webu. Tato metoda zahrnuje individuální rozhovory s uživateli, během kterých se zkoumají jejich názory, postoje a zkušenosti. Využívá se zejména před návrhem nových funkcí a modulů pro sběr nápadů a tvorbu person neboli fiktivních uživatelských postav reprezentujících cílové skupiny uživatelů.

Uživatelské testování

Důležitým metodologickým přístupem je testování wireframe¹ a prototypů na reálných uživatelích. Testování probíhá na menším vzorku uživatelů, kteří na základě scénářů mají za úkol dokončit předem stanovený cíl testování. Během testování se pozoruje, jak uživatelé interagují s portálem, kde se zasekávají a co je pro ně obtížné. Zpětná vazba od uživatelů pomáhá identifikovat problémy a navrhnut úpravy.

Průzkumy

Průzkumy a dotazníky jsou účinným způsobem, jak shromáždit kvantitativní a kvalitativní informace od uživatelů. Obsahují otázky týkající se jejich potřeb, preferencí, zkušeností s používáním podobných portálů a očekávání od vašeho portálu. Z odpovědí se vyhodnocuje celková zkušenosť s webem a uživatelé se následně segmentují podle demografických údajů a společných znaků do person.

Persony

Oproti ostatním metodám výzkumu persony² nejsou nezávislý přístup výzkumu, ale spíš jejich výsledek a zhmotnění. Persony vznikají na základě průzkumů, dat z webových analytických nástrojů, nebo z uživatelských rozhovorů. Každá persona má specifické vlastnosti, potřeby, cíle a preference. Tvorba person umožňuje lépe si představit, pro koho se portál vytváří a jaké jsou jeho hlavní uživatelské skupiny.

Workshopy

Workshopy jsou interaktivní setkání s uživateli, kde se mohou aktivně zapojit do diskuse, testování nových funkcí portálu a společně hledat řešení. Workshopy mohou zahrnovat skupinové diskuse, návrh nových funkcí nebo zlepšení portálu.

Shrnutí

Každá z těchto metod má své výhody a umožňuje různé hloubky porozumění uživatelům. Kombinováním těchto metod získáváme komplexní a důkladné informace, které pomohou

¹ Wireframe je zjednodušený náčrt webové stránky nebo aplikace, který určuje umístění prvků, jako tlačítka a text, bez detailů designu. Pomáhá plánovat strukturu uživatelského rozhraní.

² Persona je vymyšlená postava, která reprezentuje typického uživatele. Pomáhá designérům lépe porozumět potřebám uživatelů a vytvořit pro něj vhodné řešení



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



identifikovat klíčové oblasti pro zlepšení a navrhnout účinná řešení, která budou lépe odpovídat potřebám uživatelů na portálu.



Ostatní analytické přístupy

Popis

Některé analytické přístupy nespadají do žádné z výše zmíněných skupin přístupů i když jsou nedílnou součástí procesů pro kontinuální zlepšování webu. Jejich sdílenou vlastností je, že se nezaměřují na uživatele přímo, ale slouží spíše pro interní účely a plánování postupů při optimalizaci webu.

Příklady využití

Benchmarking

Jedná se o proces porovnávání výkonnosti a praxí portálu s výkonností a praxemi jiných, obvykle úspěšných, portálů v odvětví. Tento proces má za cíl identifikovat silné stránky, slabiny a oblasti, které mohou být zlepšeny na portálu.

Moodboard

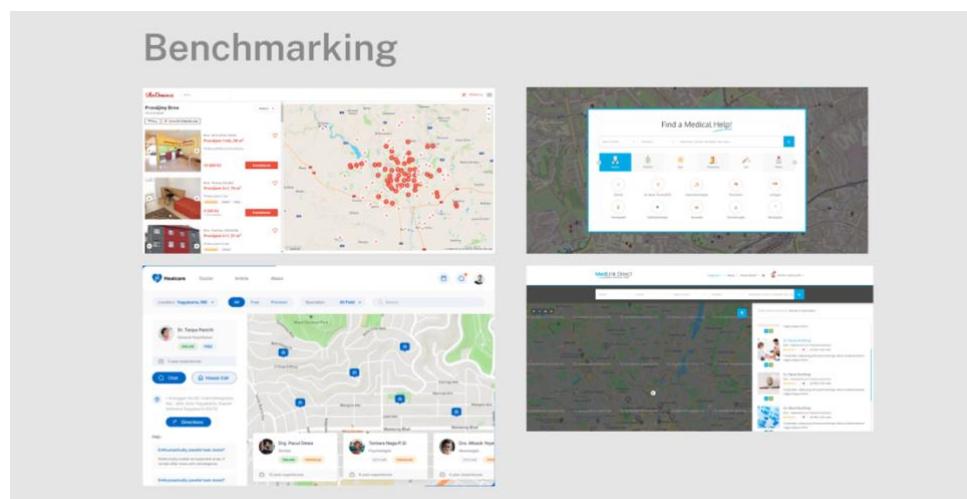
Moodboard je vizuální nástroj, který slouží k vizualizaci a sdílení konceptuálních prvků, barev, textur, grafiky a estetiky, které jsou použity při zlepšování designu portálu. Moodboard pomáhá vytvořit jednotný vizuální směr a slouží jako inspirace pro designéry, vývojáře a ostatní členy týmu k vytváření konzistentního a atraktivního uživatelského prostředí.

Heuristická analýza

Heuristická analýza je metoda hodnocení uživatelského rozhraní a uživatelského zážitku, která se zaměřuje na identifikaci potenciálních problémů a nedostatků na základě sady heuristik nebo zásad návrhu. Heuristiky jsou pravidla a směrnice, které vycházejí z osvědčených postupů a zkušeností v oblasti uživatelského designu. Při heuristické analýze jsou tyto pravidla aplikovány na portál, aby se identifikovaly oblasti, které vyžadují zlepšení. Výstupem analýzy je sada doporučení pro zlepšení portálu.

Shrnutí

Celkově jsme tyto metodologické přístupy využili k získání cenných informací pro zlepšení portálu. Díky jejich relativně nízké náročnosti a schopnosti realizace od stolu jsme mohli rychle identifikovat problémy a navrhnut úpravy, které by mohly vést ke zlepšení uživatelského zážitku na portálu.



Ukázka benchmarkingu



The screenshot shows a heuristic analysis tool interface. On the left, there's a sidebar with a dark background and a blue header bar containing the 'heurio' logo and a '+ Create project' button. The main area has a light gray background and displays a list of findings categorized by severity: Low (2), Medium (5), High (2), and Critical (1). Each category has a corresponding colored border (green for Low, yellow for Medium, orange for High, and red for Critical). The findings are listed with their descriptions, counts of users who found them, and other interaction buttons. At the bottom of each category section, there's a '+ Add a heuristic' button and a small circular icon with a question mark.

Severity	Count	Description
Low	2	Místo dvojtečky bych zvolila jiný vizuální zpracování labelu nebo i klidně jiný label. Takže mi to přijde zmatečné.
Medium	5	Za mé špatná formulace otázky. Volila bych jinou formulaci, kde se čtenář nemusí zamýšlet nad otázkou, jestli je spokojený nebo ne (hodně abstraktní a na první dobru si člověk nedokáže odpovědět > musí se zamyslet > ztráci focus a chut' něco vypříhovat > nic nevyplní). Alternativně bych volila otázku, jestli byl článek užitečný? Případně jestli se člověk dozvěděl něco nového? And so on.
High	2	Jakob's Heuristic User Control and Freedom- když přejedu článek a zmizí mi vlevo, tak nemám možnost se k němu vrátit.
Critical	1	Tady mi přijdou špatně rozdělené kategorie. Stále dokola se opakuje "Gynekologie a porodnictví" a unikátní subkategorie psaná až za dvojtečkou není znatelně čitelná a na první pohled "rozpoznatelná". Zarovně mi zde hodně pozornosti berou obrázky, které u kategorií nejsou za mě až tak potřebné. Raději bych zvolila nějaké piktoGRAMY/ikony/grafiku, nebo případně menší obrázky.

Aplikace na heuristickou analýzu