



Královéhradecký kraj
Chytrý region

Královéhradecký kraj DNA

Analýza vyhledávání pro určení DNA kraje

2023





Metodologicky bylo postupováno v několika krocích, které vedly k zpracování celkové analýzy vedoucí k závěrům pro určení DNA Královéhradeckého kraje.

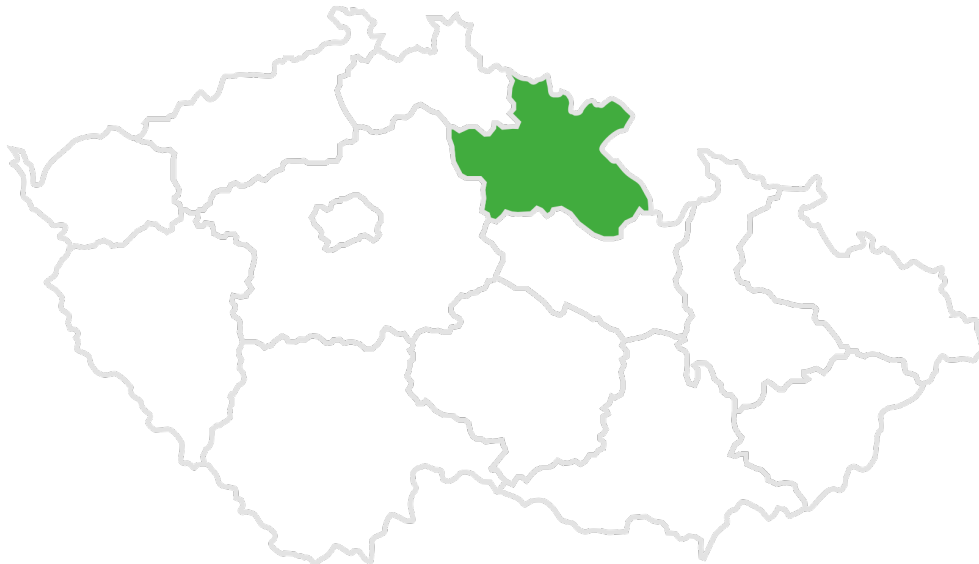
1. Ve spolupráci se zadavatelem byly definovány klíčové oblasti a hlavní klíčová slova, která sloužila jako podklad pro rozšíření vyhledávaných témat a klíčových slov.
2. Pomocí nástroje Marketing Miner byly nalezeny další varianty klíčových slov, tato klíčová slova byla získána z návrhů klíčových slov pro systémy Google Ads, Sklik, našeptávače Google a Wikipedia. V klíčových slovech byly následně odstraněny duplikace.
3. Nástrojem Marketing Miner dále byla zjištěna měsíční hledanost těchto klíčových slov.
4. Klíčová slova byla následně clusterizována pomocí nástroje Open Refine, metody key collision a funkcí fingerprint. Díky tomu vznikly clustery slučující stejná klíčová slova (pořadí slov, diakritika, překlady ...). Hledanost těchto klíčových slov byla sečtena.
5. Následně došlo ke kategorizaci klíčových slov pomocí Marketing Mineru a poloautomatické kategorizaci za využití funkcí Open Refine a MS Excel.
6. Posledním krokem bylo vyhledávání vzorců v analýze klíčových slov a syntéza závěrů.
7. Pro následné analyzování vznikl interaktivní report v nástroji Looker s uložením podkladových dat v Google Sheets.

Důležité je si uvědomit, že systémy z nichž jsou získávána data neposkytují exaktní data, ale je nutné k nim přistupovat z pohledu poměrů mezi jednotlivými čísly a trendy v čase.



Hradec Králové – Geografické určení

- Nejčastěji hledané dotazy jsou informativního charakteru (počasí, Cinestar, Deník, hokejový klub, fotbalový klub, MHD, fakultní nemocnice).
- Toto je dáno zejména z povahy, že lidé vyhledávají aktuální informace.
- Důležité je tedy se podívat na vyhledávání přes kategorie. Jaké kategorie mají významné vyhledávání a jaké jsou mezi nimi poměry.





Hradec Králové – Kategorie vyhledávání

	Total Seach Volume	Keywords count	Avg Search Volume
Sport	22 260	176	126
Turismus	19 995	222	90
Instituce	14 859	70	212
Vzdělávání	14 708	66	222
Zaměstnavatelé	7 236	19	380
Architektura	5 173	43	120
Bydlení	3 420	16	213
Průmysl	3 299	35	94
Příroda a krajina	2 518	28	89
Osobnosti	1 186	25	47



	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	fc hradec kralove	3,542	1	13.54%
2.	hc mountfield hradec kralove	1,556	1	5.95%
3.	sportisimo hradec králové	1,363	1	5.21%
4.	hokej hradec kralove	1,199	1	4.58%
5.	hradec zije	1,073	1	4.1%
6.	hc hradec kralove	913	1	3.49%
7.	hradec králové plavecký bazén	869	1	3.32%
8.	bazen hradec kralove	846	1	3.23%
9.	fotbal hradec kralove	693	1	2.65%
10.	hradecke lvice	565	1	2.16%
	Grand total	26,162	177	100%

1 - 10 / 177 < >



- Významnost jednotlivých klíčových slov koreluje i s významností těchto sportů v globálním měřítku.
- Ve většině případů se jedná o klíčová slova spojená s profesionálním sportem FC Hradec Králové (fotbal), HC Mountfield Hradec Králové (hokej), Hradecké Lvice (basketbal).
- Důležité je si povšimnout silného spojení značky v Mountfield s hokejovým klubem, tudíž podpora sponzoringu, zde může mít značný vliv na rozšiřování povědomí o kraji.





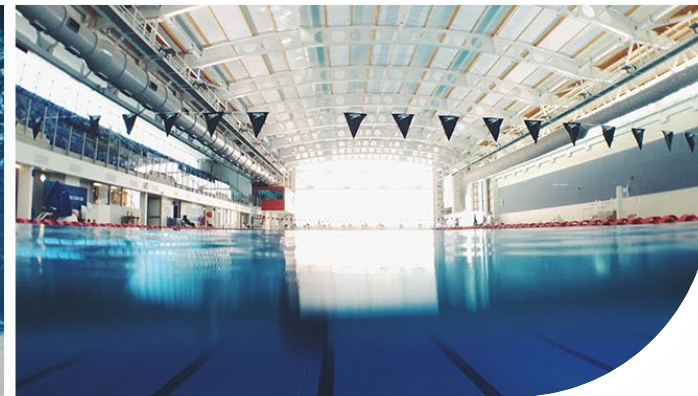
	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	hradec králové tongo	1,448	1	7.24%
2.	aquapark hradec králové	1,019	1	5.1%
3.	hradec králové obří akvárium	1,015	1	5.08%
4.	fly zone hradec králové	911	1	4.56%
5.	hradec králové plavecký bazén	869	1	4.35%
6.	bazen hradec kralove	846	1	4.23%
7.	hotel hradec pec pod snezkou	483	1	2.42%
8.	grand hotel hradec pec pod sněžkou	265	1	1.33%
9.	hotel hradec králové černigov	260	1	1.3%
10.	hotel hradec králové	259	1	1.3%
	Grand total	19,995	222	100%

1 - 10 / 222





- Unikátními klíčovými slovy, a zároveň turistickými atrakcemi jsou Tongo, obří akvárium či Fly Zone.
- Vyhledávání bazénu má překryv v rámci sportu a turistiky.
- V kategorii turistika se často objevují i vyhledávání spojená s ubytováním v kraji. Vyšší vyhledávání je i ve spojení s jinými geografickými vyhledáváními či přímo názvy ubytovacích zařízení.





Institute – HK – TOP 10

Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1. fakultní nemocnice hradec kralove	6,583	1	36.81%
2. hradec kralove univerzita	3,316	1	18.54%
3. magistrát města hradec králové	2,059	1	11.51%
4. hradec kralove lekarska fakulta	783	1	4.38%
5. magistrát hradec králové	645	1	3.61%
6. farmaceuticka fakulta hradec kralove	410	1	2.29%
7. živnostenský úřad hradec králové	338	1	1.89%
8. městský úřad hradec králové	205	1	1.15%
9. fakultní nemocnice hradec králové lékárna	159	1	0.89%
10. fakultní nemocnice hradec králové mapa	155	1	0.87%
Grand total	17,882	72	100%

1 - 10 / 72 < >



- V rámci institucí jsou velmi významné zejména fakultní nemocnice, univerzita a magistrát, ale i Živnostenský úřad.
- Významné postavení má také Farmaceutická fakulta, které je unikátní právě pro Hradec Králové.





Vzdělávání – HK – TOP 10

	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	fakultní nemocnice hradec kralove	6,583	1	44.62%
2.	hradec kralove univerzita	3,316	1	22.48%
3.	hradec kralove lekarska fakulta	783	1	5.31%
4.	farmaceuticka fakulta hradec kralove	410	1	2.78%
5.	střední škola hradec králové	213	1	1.44%
6.	fakultní nemocnice hradec králové lékárna	159	1	1.08%
7.	fakultní nemocnice hradec králové mapa	155	1	1.05%
8.	university of hradec kralove	140	1	0.95%
9.	fakultní nemocnice hradec králové ortopedie	135	1	0.92%
10.	fakultní nemocnice hradec králové urologie	122	1	0.83%
	Grand total	14,754	67	100%



- Ve vzdělávání je logicky nejvíce zastoupena Královéhradecká univerzita a Lékařská fakulta.
- Celkově je zde velmi silně zastoupeno spojení medicíny s farmacií, kde tato klíčová slova čítají více jak 50% objemu vyhledávání.
- Silné spojení s medicínou by mohlo být dobrý stavebním kamene pro komunikaci jak směrem k vzdělávání v této oblasti, tak i vědecko-technického vývoje.





Zaměstnavatelé – HK – TOP 10

	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	hradec králové práce	2,479	1	34.26%
2.	urad prace hradec kralove	2,018	1	27.89%
3.	brigada hradec kralove	1,140	1	15.75%
4.	nabídka práce hradec králové	326	1	4.51%
5.	práce na zkrácený úvazek hradec králové	162	1	2.24%
6.	úřad práce hradec králové volná místa	136	1	1.88%
7.	inspektorát práce hradec králové	123	1	1.7%
8.	prace.cz hradec králové	106	1	1.46%
9.	brigáda královehradecký kraj	100	1	1.38%
10.	práce hradec králové administrativa	90	1	1.24%
	Grand total	7,236	19	100%

1 - 10 / 19 < >



Zaměstnavatelé – HK – TOP 10

- Klíčová slova v kategorii zaměstnavatelé jsou omezena na pojmy spojené s prací, brigádou, zaměstnáním apod.
- Částečně do této kategorie mohou spadat i obecná vyhledávání konkrétních značek, nicméně rozlišit úmysl hledajícího je nemožné, tudíž tato slova, zde nejsou obsažena.
- V TOP 10 klíčových slovech se spíše vyskytují obecné pojmy, které jsou nespecifické a tudíž velmi špatně použitelné pro využití v DNA kraje.



Keyword		Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	jawa	542,910	1	12.35%
2.	mountfield	255,704	1	5.82%
3.	auto skoda	64,206	1	1.46%
4.	hradec kralove	59,310	1	1.35%
5.	dvur kralove zoo	32,496	1	0.74%
6.	jicin	29,173	1	0.66%
7.	hodinky prim	25,852	1	0.59%
8.	trutnov	24,553	1	0.56%
9.	pec pod snezkou	22,560	1	0.51%
10.	snezka	21,911	1	0.5%
Grand total		4,395,171	21,364	100%

1 - 10 / 21364 < >



Celkově – Kategorie vyhledávání

	Total Seach Volume HK	Total Search Volume
Sport	22 260	90 024
Turismus	19 995	544 224
Instituce	14 859	47 742
Vzdělávání	14 708	46 573
Zaměstnavatelé	7 236	36 443
Architektura	5 173	135 185
Bydlení	3 420	13 245
Průmysl	3 299	783 053
Příroda a krajina	2 518	683 792
Osobnosti	1 186	319 547



Celkově – Kategorie vyhledávání

- Velkého nárůstu zde dostává především příroda a krajina, která je často spojována přímo s přesnými geografickými oblastmi.
- Průmysl zde sice má nejvýznamnější roli, nicméně je to dáno zejména značkou Jawa, která má velmi vysoké vyhledávání na samotné klíčové slovo Jawa, podobně tomu je u značky Škoda, nicméně tyto značky nejsou zcela definující pro kraj.





Průmysl – TOP 10

	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	jawa	542,910	1	53.64%
2.	mountfield	255,704	1	25.26%
3.	auto skoda	64,206	1	6.34%
4.	hodinky prim	25,852	1	2.55%
5.	merkur	8,293	1	0.82%
6.	continental	7,238	1	0.72%
7.	Merkur (stavebnice)	6,389	1	0.63%
8.	prim	6,105	1	0.6%
9.	mountfield.cz	4,139	1	0.41%
10.	marius pedersen	3,294	1	0.33%
	Grand total	1,012,170	994	100%

1 - 10 / 994 < >



Značky – TOP 10

	Brands	Total Search Volume ▾	Record Count	% of Total
1.	Jawa	542,950	2	49.22%
2.	Mountfield	279,444	22	25.33%
3.	Škoda	74,196	96	6.73%
4.	PRIM	49,440	287	4.48%
5.	Merkur	21,622	142	1.96%
6.	Continental	10,017	12	0.91%
7.	Tesco	7,932	42	0.72%
8.	Juta	7,864	78	0.71%
9.	Petrof	6,356	60	0.58%
10.	Lidl	5,925	42	0.54%
	Grand total	1,103,085	1,741	100%

1 - 10 / 177 < >



- Zásadní podíl Jawa, Škoda – nejsou to však unikátní značky pro kraj. Jawa může být spojena i s jinými významy tohoto slova.
- PRIM, Merkur, Continental, Marius Pedersen – tyto značky mají větší unikátnost pro kraj.
- Velmi slabé spojení s inovacemi, rozvojem podnikatelského prostředí.

PRIM a Merkur – značné vyhledávání spojené s tradicí





- Silné spojení vyhledávaných značek se sponzoringem, zde především figuruje značka Mountfield – důležité přilákat firmy, pomáhající rozšiřovat dobré jméno kraje po celé ČR či do zahraničí.
- Pozor na vyhledávání spojené spíše s řešením aktuální potřeby – otevírací doba Lidl Vrchlabí, Lidl Hradec – lokálně působící značky bez přímé affinity na kraj.
- Zásadní podíl Jawa, Škoda – nejsou to však unikátní značky pro kraj.
- PRIM, Merkur, Continental, Marius Pedersen – tyto značky mají větší unikátnost pro kraj.
- Velmi slabé spojení s inovacemi, rozvojem podnikatelského prostředí.
- **PRIM a Merkur – značné vyhledávání spojené s tradicí**



- Důležité jsou značky přímo spojené s krajem

- **PRIM**

- **Merkur**

- **Juta**

- **Petrof**

- **Veba**



- Jawa (tam je hodně globální přesah) – jak je vidět i při malém počtu klíčových slov je procento z celku téměř 50%



Příroda a krajina – TOP 10

					☰	⋮
	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total		
1.	pec pod snezkou	22,560	1	3.53%		
2.	snezka	21,911	1	3.43%		
3.	spindleruv mlyn	20,965	1	3.28%		
4.	černa hora	18,792	1	2.94%		
5.	prachovske skaly	14,419	1	2.26%		
6.	adrspach	13,534	1	2.12%		
7.	krkonose	11,262	1	1.76%		
8.	orlicke hory	11,050	1	1.73%		
9.	orlických horách	11,001	1	1.72%		
10.	babiccino udoli	7,023	1	1.1%		
Grand total		638,792	4,387	100%		
					1 - 10 / 4387 < >	



- Na předních pozicích u přírody a krajiny není nic překvapivého.
- Významnější je se podívat do celé TOP 30, kde figurují – Babiččino údolí, Les Království, Mladé Buky.
- V této kategorii je relativně rovnoměrnější rozložení objemu vyhledávání, kde není žádné klíčové slovo signifikantní.
- Velký objem vyhledávání v této kategorii je dán částečně i velkým množstvím unikátních klíčových slov (4387).



	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	dvur kralove zoo	32,496	1	5.97%
2.	spindleruv mlyn	20,965	1	3.85%
3.	janske lazne	18,682	1	3.43%
4.	prachovske skaly	14,419	1	2.65%
5.	belohrad lazne	12,490	1	2.3%
6.	krkonose	11,262	1	2.07%
7.	hrady a zámky východních čech	8,669	1	1.59%
8.	dvur kralove nad labem	8,396	1	1.54%
9.	stezka korunami stromu	8,143	1	1.5%
10.	fajn park	7,415	1	1.36%
	Grand total	544,195	4,128	100%

1 - 10 / 4128 < >



- Naprostým tahákem v rámci turismu je Zoo ve Dvoře Králové, toto klíčové slovo se objevuje ve výsledcích této kategorie v různých variantách, tudíž jeho celková hledanost bude zaujímat v součtu až 10% vyhledávání v kategorii.
- Samozřejmostí je silné zastoupení vyhledávacích dotazů týkajících se Krkonoš, nicméně zde je již vyhledávání více fragmentované.
- Dalším významným turistickým místem objevujícím se na předních příčkách jsou Prachovské skály.
- Významné ve vyhledávání jsou ale i hrady a zámky v rámci kraje.





	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	hk mountfield	11,850	1	12.82%
2.	fc hradec kralove	3,542	1	3.83%
3.	hc mountfield	2,809	1	3.04%
4.	hc mountfield hradec kralove	1,556	1	1.68%
5.	300 zatacek gustava havla	1,502	1	1.62%
6.	sportisimo hradec králové	1,363	1	1.47%
7.	trutnov trails	1,284	1	1.39%
8.	hokej hradec kralove	1,199	1	1.3%
9.	prim sport	1,121	1	1.21%
10.	sportisimo trutnov	1,104	1	1.19%
	Grand total	92,453	782	100%

1 - 10 / 782 < >



	Sports	Total Search Volume ▾	Record Count
1.	Hokej	6,866	46
2.	Lyžování	3,690	59
3.	Fotbal	3,651	52
4.	Bowling	3,004	26
5.	Motosport	2,389	7
6.	Basketbal	1,092	10
7.	Cyklistika	990	15
8.	Tenis	981	20
9.	Golf	974	17
10.	Petanque	933	3
	Grand total	34,003	412



- Hlavní klíčová slova se týkají zejména hokeje, který vede významně před fotbalem a v podstatě na třetím místě je automobilový závod 300 zataček Gustava Havla.
- Dále se do vyhledávání ve sportu dostala firma Sportisimo se sportovním vybavením.
- Významný v rámci kraje je také Trutnov trail.
- Pokud se podíváme přímo přes druhy sportů, tak nám opět vychází na prvním místě hokej, trochu překvapivě nechává za sebou lyžování.
- Překvapivý výsledek je bowling na 4 místě, který je však vázán hodně na lokální vyhledávání bowlingových heren.



Osobnosti – TOP 10

	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	bozena nemcova	20,715	1	6.48%
2.	karel čapek	18,714	1	5.86%
3.	jan amos komensky	16,145	1	5.05%
4.	bozeny nemcove	16,041	1	5.02%
5.	eva samkova	13,760	1	4.31%
6.	erben karel jaromír	7,822	1	2.45%
7.	alois jirasek	5,189	1	1.62%
8.	jaroslav plesl	4,914	1	1.54%
9.	krbova ljuba	4,791	1	1.5%
10.	capek	4,707	1	1.47%
	Grand total	319,547	1,443	100%

1 - 10 / 1443 < >



- Osobnosti mají velmi silné vyhledávání.
- Je nutné však zvážit jejich propojení s krajem a to především u těch současných osobností.
- U současných osobností může být i faktorem pomíjivost.
- Hlavními osobnostmi v kraji jsou ty **historické**: Božena Němcová, Alois Jirásek, Karel Čapek, Jan Ámos Komenský, Karel Jaromír Erben.
- Ze **současných** osobností především Eva Samková, kde je možné najít i velmi zajímavé spojení se sportem v kraji.



	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	rumcajs	4,852	1	3.34%
2.	raduza	4,218	1	2.9%
3.	jicin kino	3,637	1	2.5%
4.	krakonos	3,562	1	2.45%
5.	rock for people 2020	3,500	1	2.41%
6.	divadlo klicperovo	2,817	1	1.94%
7.	rock for people	2,736	1	1.88%
8.	hradec králové kino	2,609	1	1.8%
9.	česky rozhlas hradec kralove	2,275	1	1.57%
10.	bio central	2,137	1	1.47%
Grand total		145,210	986	100%

1 - 10 / 986 < >



- Velmi významnou postavou v rámci kultury je Rumcajs.
- Z hlediska současného kulturního hlediska je významná Radůza, což může vést k dobrému synergickému spojení s dalšími významnými hudebními prvky definující kraj.



Architektura – TOP 10

	Keyword	Total Search Volume...	Record C...	% of Total
1.	hrad kost	8,822	1	6.53%
2.	hrady a zámky východních čech	8,669	1	6.41%
3.	království les	4,262	1	3.15%
4.	labska bouda	3,888	1	2.88%
5.	stare hrady	3,688	1	2.73%
6.	lucni bouda	3,611	1	2.67%
7.	opocno zamek	3,488	1	2.58%
8.	hrad pecka	3,204	1	2.37%
9.	zřícenina hradu	3,024	1	2.24%
10.	hotel grand	2,605	1	1.93%
	Grand total	135,185	659	100%

1 - 10 / 659 < >



- Pro architekturu a stavby jsou významné především hrady a zámky a případně stavby turisticko-historického charakteru v Krkonoších (boudy).
- V TOP 10 je i hotel Grand, nicméně tam nelze jednoznačně určit o jaký hotel Grand se jedná, jelikož ve většině velkých měst je hotel s tímto názvem.

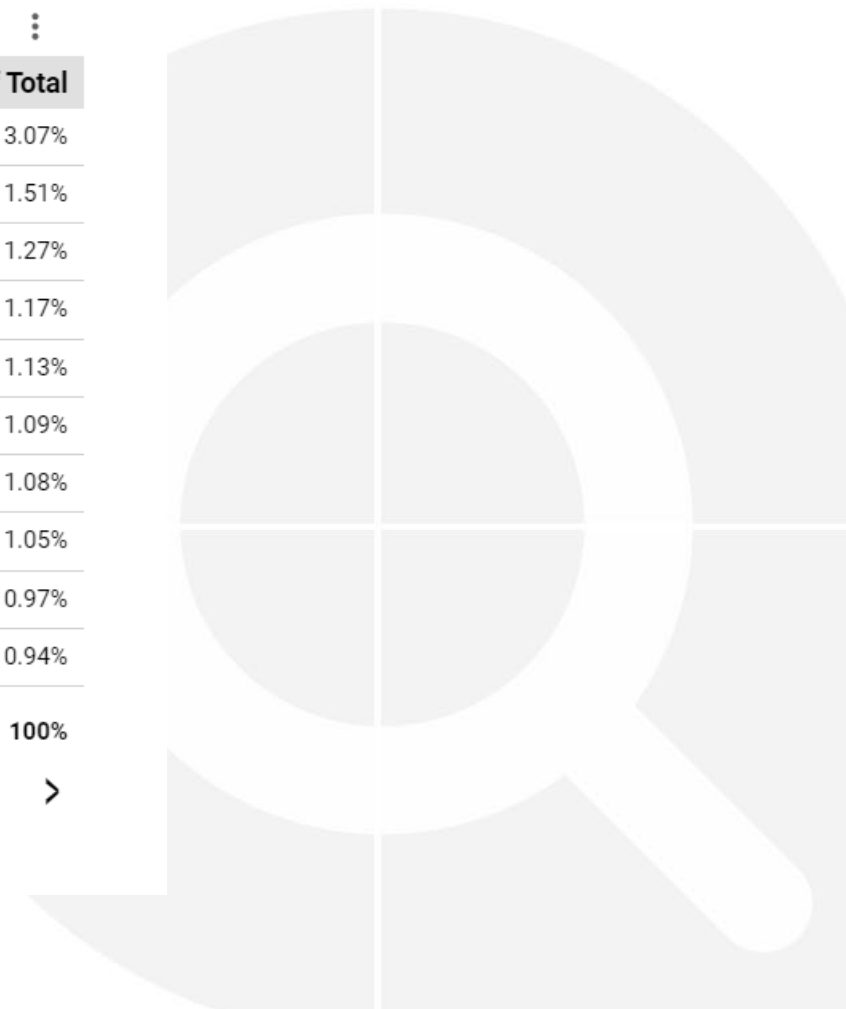




Vstupy - kategorizace

	Input	Total Se...	Record Count
1.	jawa	543,151	4
2.	hradec králové	423,406	1,282
3.	mountfield hk	281,143	27
4.	trutnov	211,261	1,166
5.	jičín	151,987	561
6.	náchod	130,985	899
7.	sněžka	97,960	343
8.	špindlerův mlýn	88,444	688
9.	vrchlabí	85,330	744
10.	černá hora	72,531	394
	Grand total	4,396,313	21,365

1 - 10 / 618 < >



	Keyword	Total Search...	Record...	% of Total
1.	hradec kralove	59,310	1	3.07%
2.	jicin	29,173	1	1.51%
3.	trutnov	24,553	1	1.27%
4.	pec pod snezkou	22,560	1	1.17%
5.	trutnovinky	21,851	1	1.13%
6.	spindleruv mlyn	20,965	1	1.09%
7.	nachod	20,954	1	1.08%
8.	hradec kralove pocasi	20,272	1	1.05%
9.	janske lazne	18,682	1	0.97%
10.	vrchlabi	18,094	1	0.94%
	Grand total	1,932,311	12,827	100%

1 - 10 / 12827 < >



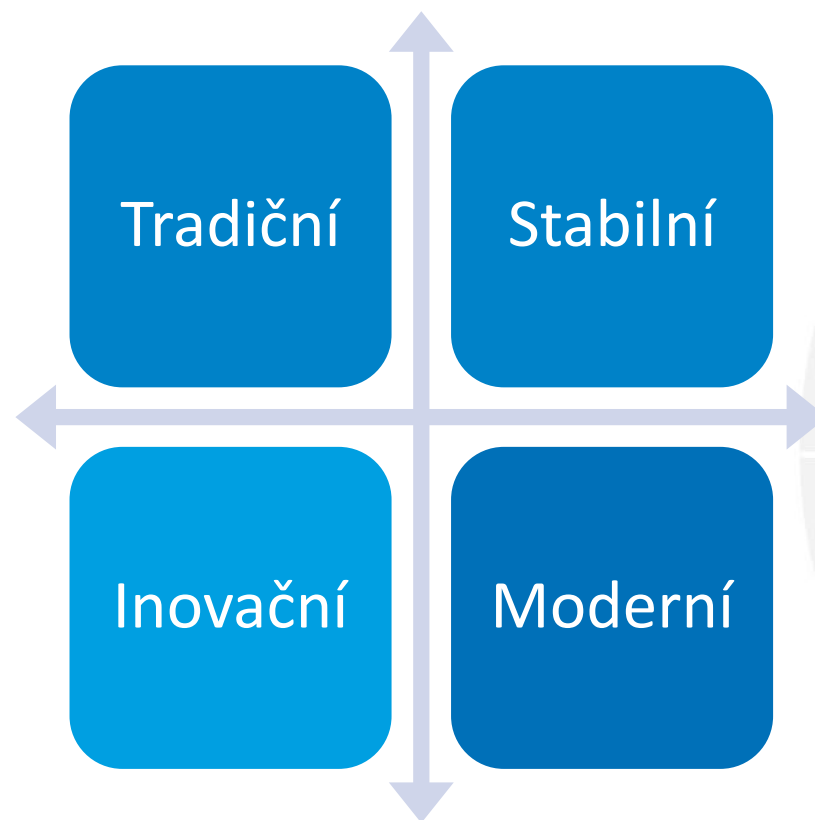
Firmy



Obyvatelé



Turisté





- Důležité je si uvědomit, že pokud chceme budovat kvalitně externí vnímání kraje je nutné mít toto vnímání v souladu s interním vnímání kraje (obyvatelé).
- Obyvatelé mohou být zásadními nositeli hodnot kraje a jeho DNA.
- Vnímání kraje nelze budovat pouze externě je nutné využít obou směrů komunikace, která bude postavena na autentických základech.



- Spojení současných osobností s turistickými atrakcemi – sporty, kultura.
- Využití spojení tradiční značek a kulturních akcí – „Kraj hudbě zaslíbený“ – hudební akce + značka Petrof.
- Představení „netradičních“ možností v kraji, nicméně musí se stavět na „tradičních“ možnostech – využití synergie.



Kontinuální tracking kom. impaktu

- Vytipování důležitých klíčových slov pro každou komunikační linii.
- Sledování vývoje hledanosti těchto klíčových slov v čase (kvantitativní měření) – Marketing Miner, Google Trends, Collabim.
- Sledování zmínek v okolí těchto klíčových slov (kombinace kvalitativního a kvantitativního měření) – Marketing Miner, Mentions.
- Možnost kontinuálního sledování v čase s relativně nízkými náklady.



- Finální zpráva (tento report)
- Podkladová data – hrubá data v Google Sheets
- Podkladová data – data pro interaktivní report v Google Sheets
- Interaktivní report – Google Looker

Vše bude přiděleno na Google Accounty, aby byl zajištěn bezpečný přístup k informacím a v případě potřeb bylo možné live aktualizovat. Vše bude uloženo na Google Drive.



Děkujeme za pozornost.

www.allin.cz

