

PACJENCI W SIECI

RAPORT Z BADAŃ WRAZ Z KOMENTARZEM

Warszawa, styczeń 2012

Raport przygotowany przez Procontent Communication na podstawie wyników badania Megapanel PBI/Gemius dla najpopularniejszych 20 serwisów i grup serwisów, pod względem RU z kategorii zdrowie i medycyna. Badanie zrealizowano we wrześniu 2011 roku na próbie 12 419 internautów.



Procontent

Gemius
WYSŁI BEZ GRANIC

Szanowni Państwo,

Wszystko zmierza w kierunku globalizacji – również polski przemysł farmaceutyczny. Leki i terapie stają się coraz bardziej dostępne, rośnie sprzedaż suplementów diety i leków bez recepty. Tylko w ubiegłym roku na lekarstwa Polacy wydali **26,2 mld złotych¹, czyli prawie 2,2 mld zł miesięcznie**. Ponad połowa tej kwoty, wydawana jest z przez Polaków na preparaty OTC, w tym środki przeciwbólowe, leki na przeziębienie, zgagę i niestrawność. Polacy kupują leki nie tylko w aptekach, ale też w supermarketach, na stacjach benzynowych, czy w kioskach z gazetami.

Ekspert alarmują, że Polacy uwielbiają konsumować i magazynować leki. Tak kobiety jak i mężczyźni często leczą się na własną rękę, szukając informacji i diagnozy w Internecie. Celem badania „**Pacjenci w sieci**” było zebranie informacji na temat polskiej społeczności internetowej skupionej wokół tematyki zdrowia i medycyny. Aby nasze wyniki były jak najbardziej precyzyjnie, w badaniu został szczegółowo określony profil użytkowników Internetu, intensywność korzystania przez nich z globalnej sieci, a także stworzony ranking najbardziej popularnych stron www.

Przyczyną, dla której dokonana została taka analiza społeczności użytkowników Internetu były wyniki badania z 2010 roku, które przeprowadził CBOS. Pokazały one, że **samoleczenie stosowało wówczas aż 80 proc. Polaków**. Ponad połowa badanych biorących lekarstwa (53 proc.) nie konsultowała ich użycia z lekarzem wówczas, gdy stosowała go po raz pierwszy, a 17 proc. ankietowanych zdarzało się zażywać lek nie przestrzegając określonego dawkowania lub używając go dłużej niż to wskazane. 5 proc. respondentów brało dany lek dostępny bez recepty wbrew opinii lekarza.²

Co więcej z przeprowadzanego przez Polskie Badania Internetu sondażu³ wynika, że to właśnie **Internet jest miejscem, w które internauci najchętniej zagląдают (88% z nich), kiedy chcą się**

¹IMS Health: Ustawa refundacyjna nie zmusi pacjentów do ograniczenia konsumpcji leków, 28.04.2011.

²CBOS: Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” przeprowadzone w dniach 2-8 września 2010 r. na liczącej 1041 osób, reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

³Polskie Badania Internetu, sondaż PBI „Serwisy o zdrowiu”, MEGAPANEL PBI/GEMIUS, marzec 2011r., wszyscy badani (n=506). Odpowiedzi nie sumują się do 100%. Respondent mógł udzielić więcej niż jednej odpowiedzi.

dowiedzieć więcej na temat zdrowia, chorób, czy ich leczenia. Dopiero na drugim miejscu, pod względem popularności, pojawiają się lekarze oraz przedstawiciele służby zdrowia (73% wskazań).

Mamy nadzieję, że opisane przez nas trendy w zachowaniach użytkowników sieci pozwolą precyzyjnie określić serwisy, na których szukają oni porad dotyczących zdrowia, a także sprecyzować grupę docelową stron internetowych poświęconych medycynie.

Wśród wniosków z badania zaskakuje fakt, że niewiele serwisów o tematyce zdrowotnej i medycznej dostosowanych jest do korzystania z nich, poprzez urządzenia mobilne. **Odsetek odsłon krajowych wykonanych na urządzeniach mobilnych dla wskazanych w badaniu serwisów nie przekracza progu 3 proc.**

Wyniki badania **Megapanel PBI/Gemius⁴** dla najpopularniejszych 20 serwisów i grup serwisów, pod względem „real users” z kategorii **zdrowie i medycyna** jednoznacznie wskazują, że największą popularnością cieszą się serwisy, dotyczące tematyki zdrowia i medycyny, wśród użytkowników, którzy ukończyli 24 lata i wchodzą w starszą grupę wiekową (25-34 lata).

Źródłem informacji o odwiedzanych przez internautów serwisach, jest kilkunastotysięczny panel użytkowników internetu, stanowiący miniaturę polskiej społeczności internautów. **Wyniki badania pokazały, że najbardziej zainteresowani tematyką zdrowia i medycyny są mieszkańcy województw: świętokrzyskiego, zachodnio-pomorskiego i małopolskiego.**

Najpopularniejszymi serwisami wg wskaźnika liczby „real users” okazały się te należący do Grupy Onet.pl, Abczdrowie.net oraz Grupy Next Infor.

Życzymy miłej lektury,

Zespół firmy doradczej Procontent

⁴ Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011

Metodologia badania

Badanie Megapanel PBI/Gemius (wrzesień 2011r.) opiera się na unikalnej na skalę światową metodologii, łączącej właściwości badania typu user-centric (badanie panelowe) z badaniem typu site-centric. Podstawowym źródłem informacji o odwiedzanych przez internautów serwisach, używanych aplikacjach oraz czasie korzystania z Internetu jest kilkunastotysięczny panel użytkowników Internetu, stanowiący miniaturę polskiej społeczności internautów. Informacje te łączone są z danymi demograficznymi internautów.

Skład panelu jest dopasowywany do struktury demograficznej polskich użytkowników Internetu (badanie NetTrack – SMG/KRC Poland Media SA). Metodologia badania Megapanel PBI/Gemius jest efektem prac koncepcyjnych, badawczych i analitycznych zespołu specjalistów Gemius.



http://www.

20 najpopularniejszych grup serwisów pod względem użytkowników

Grupa celowa: wszyscy internauci; próba: 12 419

Lp.	węzeł	użytkownicy (real users)	zasięg wśród internautów
1	Grupa Onet.pl	2 253 201	23,97%
2	Grupa Abczdrowie.net	1 496 580	15,94%
3	Grupa Next Infor	1 393 438	14,84%
4	Grupa Gazeta.pl	1 139 622	12,13%
5	Grupa Wirtualna Polska - Orange	979 691	10,43%
6	Grupa Murator	728 249	7,76%
7	biomedical.pl	696 943	7,42%
8	znanylekarz.pl	688 003	7,33%
9	Grupa Mediweb.pl	500 282	5,33%
10	sluzbazdrowia.pl	466 902	4,97%
11	Grupa Medforum	466 363	4,97%
12	doz.pl	456 339	4,86%
13	przychodnia.pl	395 202	4,22%
14	rankinglekarzy.pl	372 241	3,97%
15	dooktor.pl	258 779	2,75%
16	Grupa Innovaweb	257 867	2,75%
17	Grupa Medigo.pl	249 875	2,66%
18	zdrowie.med.pl	209 966	2,24%
19	mp.pl	201 734	2,15%
20	leki-informacje.pl	195 731	2,07%
	Wybrane węzły	7 011 264	74,62%

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011

Do badania wykorzystano dane o strukturze demograficznej pochodzące z badania Net Track Millward Brown SMG/KRC prowadzonego na próbie dobieranej i ważonej przez PBC.

Badanie Megapanel PBI/Gemius realizowane przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius SA.

1. TOP 20 – najpopularniejsze serwisy wśród użytkowników Internetu

Grupa Onet.pl najpopularniejsza

Jak pokazują wyniki badania serwisy dotyczące tematyki zdrowotnej i medycyny cieszą się ogromną popularnością wśród użytkowników Internetu.

Wyniki raportu „Pacjenci w sieci” wskazują na to jak bardzo rozwinęło się medium internetowe. Dzięki badaniu Megapanel możemy poznać preferencje polskich internautów, związane z każdą tematyką, w tym wypadku zdrowotną. Poznajemy źródła z których internauci czerpią informację, sposoby wykorzystania Internetu do zdobywania porad zdrowotnych. We wszystkich działaniach marketingowych powinno być miejsce na aktywność internetową, jest to jedno z głównych źródeł informacji, z którego korzystamy. Analizując wyniki można przypuszczać, że będzie się utrzymywał trend wzrostowy wśród serwisów dotyczących tematyki zdrowotnej – komentuje Agnieszka Borkowska, Gemius Polska.

Najczęściej odwiedzaną grupą, która zamieszcza treści poświęcone tematyce zdrowotnej, jest **Grupa Onet.pl (2 253 201 real users)**, której zasięg wśród internautów sięga 23,97 proc. wszystkich użytkowników. Jej oglądalność o 30 proc. przewyższa kolejną w rankingu **Grupę Abczdrowie.net (1 496 580 real users)**, zasięg tej grupy to ok. 15,94 proc. internautów.

Interaktywna encyklopedia zdrowia

Grupa Onet.pl informacje o tematyce zdrowotnej zamieszcza na serwisach dedykowanych tj. kobieta czy zdrowie. Znajdują się tam artykuły i ciekawostki z zakresu profilaktyki, stylu życia, psychologii, życia intymnego, dietetyki i fitness. Jednocześnie do Grupy Onet należy platforma informacyjna dla pacjentów **Medonet.pl**. To nie tylko interaktywna encyklopedia zdrowia, ale także wiele serwisów specjalistycznych: od zdrowych

zębów, przez leczenie grypy, po dobry seks. Najpopularniejszy serwis zawiera też interaktywne testy, kalkulatory i porady w podziale na wiek, płeć i grupy tematyczne, a ponadto bazę placówek medycznych oraz kontakty do ekspertów z wielu dziedzin medycyny. Medonet.pl swoją popularność może też zawdzięczać prostocie języka, a zarazem niebanalnym ujęciem tematów – znajdziemy, bowiem na nim takie tytuły jak: „Pieczona ryba może chronić przed chorobą Alzheimera”, czy też „Bagno na szpilkach” – artykuł o kobietach uzależnionych od alkoholu.

Szczegółowo o zdrowiu

Grupa Abczdrowie.net o zdrowiu pisze w sposób bardzo szczegółowo, posiadając w sieci ponad 50 specjalistycznych serwisów poświęconych m.in.: alergii, anoreksji, białaczce, cukrzycy, grypie, kardiologii, menopauzie czy osteoporozie. Łącznie serwisy osiągnęły 20 000 000 (PV) odsłon stron miesięcznie.

Grupa Next Infor (1 393 437 real users) i jej serwis dedykowany **zdrowie.wieszjak.pl** zawartością przypomina oferty dwóch pierwszych grup, ale cechuje się znacznie uboższą szatą graficzną. Kolejne popularne grupy to **Grupa Gazeta.pl** (1 139 622 real users), **Grupa Wirtualna Polska – Orange** (979 691 real users) oraz **Grupa Murator** (728 249 real users).

Tu użytkownicy mogą wymieniać się uwagami, wzajemnie sobie polecać czy odradzać lekarzy specjalistów. Obecnie portale należące do wskazanych grup zawierają bazy kilkudziesięciu tysięcy lekarzy oraz opinii pacjentów. Dedykowane tematyce zdrowotnej fora medyczne, oferują wiele interesujących i zróżnicowanych pod względem treściowym grup tematycznych.

Dla lekarzy

Z serwisów dla lekarzy funkcjonujących poza grupami, nadal najpopularniejszym jest **medycyna praktyczna (mp.pl)**, a z serwisów o lekach – **leki-informacje.pl.** Co ciekawe serwis dotyczący leków znalazł się na ostatnim 20 miejscu w rankingu popularności stron.

Zatrzymać uwagę użytkownika

Czytelnicy poszukując istotnych dla siebie informacji przeglądają wybrane serwisy, ale co warto zaznaczyć, z różnym natężeniem uwagi. W zależności od zawartości tematycznej i merytorycznej spędzają na wybranych stronach od kilku sekund do kilku minut.

Wśród pojedynczych serwisów o **najwyższym wskaźniku średniego czasu na użytkownika** spędzonego na wybranych stronach liderem jest **medonet.pl z czasem 6:58min/real user**.

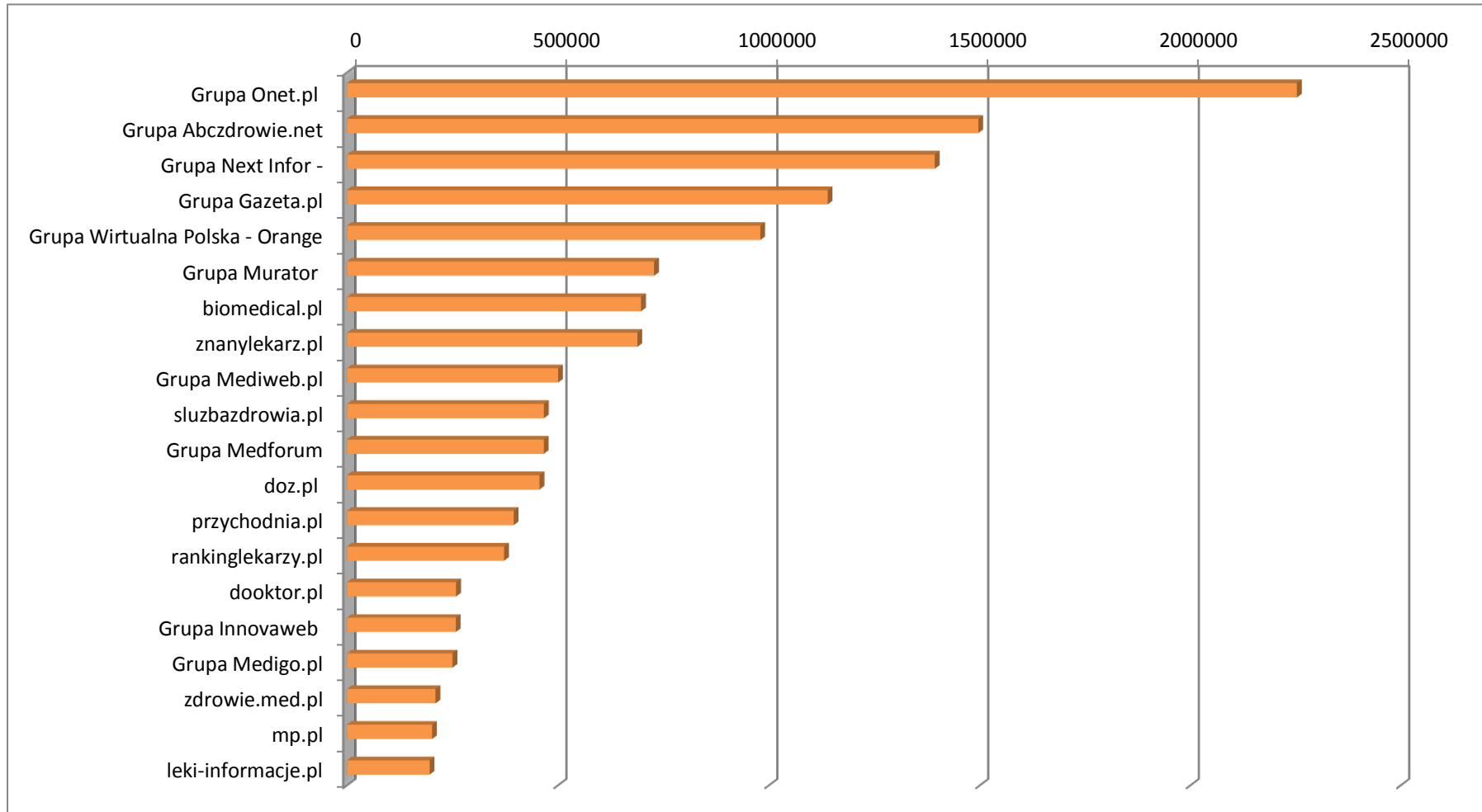
Internet stał się powszechnie dostępnym źródłem informacji dla pacjenta na temat schorzeń i leków. Szacunki dotyczące liczby stron internetowych poświęconych zdrowiu i medycynie mówią, że istnieje ponad 600 polskich stron. To ogromna baza, często niezaweryfikowanych danych, porad i opinii – komentuje Weronika Nowak, CEO Procontent Communication.

Serwisy nie są mobilne

Wśród TOP 20 grup serwisów o tematyce zdrowotnej i medycznej nie ma jednak takich, które dedykowane są na urządzenia mobilne. **Odsetek odsłon krajowych wykonanych na urządzeniach mobilnych dla wskazanych serwisów nie przekracza progu 3 proc.**

Polskie serwisy próbują szukać swojej szansy sięgając po innowacyjne rozwiązania dostosowane do mobilnych urządzeń, jest to jednak nadal kropla w morzu potrzeb. Serwisy popularyzują wiedzę przebudowując układ stron, aby był bardziej atrakcyjny, oferując aplikacje, kalkulatory oraz różnego rodzaju testy, czy wirtualne diagnozy. Dzięki formularzom WWW użytkownicy mogą wysyłać pytania do ekspertów oraz szybko uzyskać informację zwrotną. W rozwiązaniach zaawansowanych jest możliwość uczestniczenia w wideokonferencjach – podsumowuje Katarzyna Słupek, Consultant Procontent Communication.

20 najpopularniejszych grup serwisów zdrowie i medycyna pod względem użytkowników (Real Users)



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419

2. Pacjentka w sieci

Dieta i odchudzanie

Wyniki badania jednoznacznie wskazują na to, że to właśnie kobiety częściej poszukują w Internecie informacji na temat zdrowia i medycyny.

Diety i odchudzanie, choroby skóry, depresja czy alergia to tematyka, której najczęściej poszukują w sieci kobiety, co potwierdziło badanie Gemius SA „Portale medyczne i zdrowie” przeprowadzone w Polsce w 2009 roku. O atrakcyjności serwisu w tej grupie decyduje w znacznym stopniu wrażenie estetyczne, oraz jej oryginalność, przyjazność i nowoczesność – dodaje Iwona Kubicz, Prezes Procontent Communication.

Wśród serwisów o **najwyższym wskaźniku średniego czasu na użytkownika** spędzonego na wybranych stronach liderem jest:

■ Grupa Onet.pl, z rekordowym w tej grupie czasem 7:11 min przypadającym na jedną użytkowniczkę na serwisie medonet.pl.

Kolejne serwisy najczęściej przeglądane przez kobiety mają prawie dwukrotnie mniejszą oglądalność, a należą do nich:

- poradnik zdrowie.pl z Grupy Murator
- znanylekarz.pl
- commed.pl z Grupy Next Infor
- biomedical.pl

Więcej czasu na serwisach specjalistycznych

Kobiety intensywniej poszukują wiedzy na serwisach dedykowanych tematyce z węższego zakresu specjalizacji, poświęconych konkretnym chorobom i sposobom ich leczenia. Wśród stron, na których Polki spędzają najwięcej czasu znalazły się takie, jak wspomniani wyżej medonet.pl oraz:

- kardiolo.pl oraz echirurgia.pl z Grupy Abczdrowie.net
- rankinglekarzy.pl

- forumginekologiczne.pl z Grupy Medforum

3. Pacjent w sieci

Seks i uzależnienia

Mężczyźni poświęcają tematyce zdrowotnej w sieci około 2/3 czasu, jaki poświęcają tym zagadnieniom kobiety. Przywołane wcześniej nadanie „Portale medyczne i zdrowie” potwierdziło, że wśród interesujących ich tematów przeważają seks i uzależnienia, problemy z erekcją, choroby kręgosłupa i stawów, nadciśnienie oraz choroby serca – mówi Iwona Kubicz.

Wśród serwisów o **najwyższym wskaźniku średniego czasu na użytkownika** spędzonego na wybranych stronach liderem, podobnie jak w grupie kobiet, jest:

- medonet.pl z czasem 6:39 min przypadającym na jednego użytkownika.

Najczęściej przeglądane przez mężczyzn serwisy nie znacznie różnią się od tych, lubianych przez kobiety. Do stron, na które mężczyźni wracają najczęściej należą:

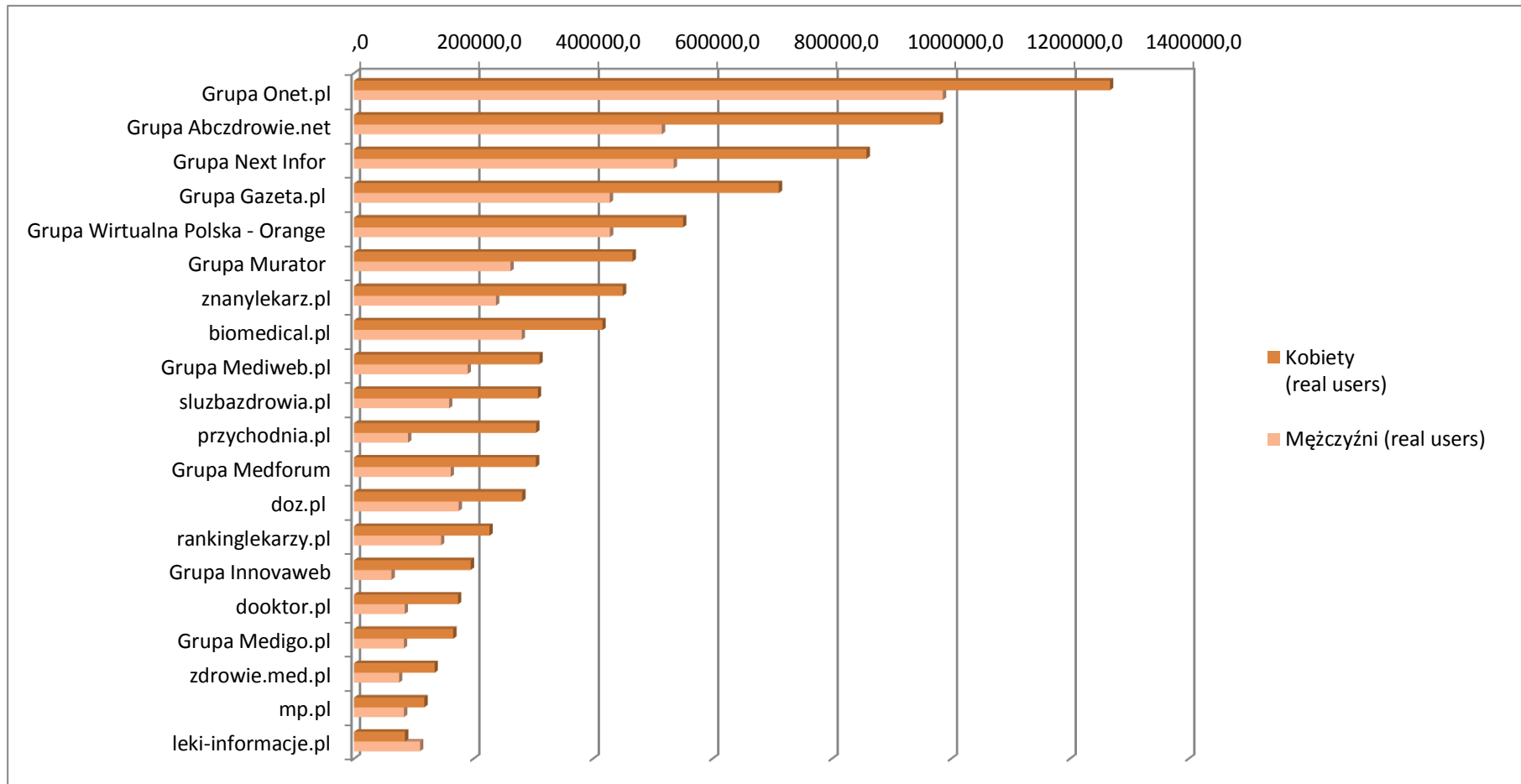
- biomedical.pl
- rynekmedyczny.pl z Grupy Next Infor
- poradnikzdrowie.pl z Grupy Murator
- znanylekarz.pl

Interaktywność i anonimowość

Szeroki dostęp do wiedzy medycznej oraz możliwość kształtowania lub weryfikowania postaw i poglądów to główne zalety serwisów specjalistycznych. Dodatkowym atutem jest interaktywność informacji z jednej strony oraz pełna anonimowość użytkowników z drugiej – komentuje Katarzyna Słupek.

Wśród stron, na których mężczyźni spędzają najwięcej czasu znalazły się takie, jak wspomniany wyżej medonet.pl oraz rynekmedyczny.pl, kardiolo.pl, echirurgia.pl i commed.pl.

20 najpopularniejszych grup serwisów zdrowie i medycyna pod względem użytkowników (Real Users) w podziale na płeć



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419

4. Ćwierć wieku minęło...

O czym dyskutują na forach?

Osoby z grupy wiekowej 25-34, to najbardziej aktywni użytkownicy Internetu pod kątem tematyki dotyczącej zdrowia i medycyny.

Wyniki badania jednoznacznie wskazują, że największą popularnością cieszą się serwisy, dotyczące tematyki zdrowia i medycyny, wśród użytkowników (real users), którzy ukończyli 24 lata i wchodzi w starszą grupę wiekową (25-34 lata). Serwisy, które gwałtownie zyskują czytelników w tym wieku to:

- znanylekarz.pl, przyrost użytkowników o 89%
- sluzbazdrowia.pl, przyrost użytkowników o 89%
- doz.pl, przyrost użytkowników o 55%
- doz.pl, przyrost użytkowników o 55%
- mp.pl, przyrost użytkowników o 35%

Wciąż mała liczba seniorów wśród internautów

Czytelnictwo serwisów o tematyce zdrowotnej systematycznie spada wraz z przejściem do kolejnych grup wiekowych użytkowników. **Stroną, która jako jedyna zyskuje na liczbie użytkowników w starszych grupach wiekowych jest leki-informacje.pl: z 18 868 użytkowników w grupie 25-34, do 20 130 użytkowników w grupie 35-44 i aż 90 278 wśród użytkowników w wieku 45-54 lata.**

Serwis zawiera m.in.: informacje o lekach dla pacjentów i specjalistów opieki zdrowotnej, wskazania dotyczące bezpieczeństwa ich stosowania, a także komunikaty Głównego Inspektoratu Farmaceutycznego, Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych oraz Ministerstwa Zdrowia.

Wiek 25 lat jest granicą, po której Polacy aktywniej poszukują w sieci informacji nt. zdrowia i medycyny. Zarówno kobiety jak i mężczyźni częściej zwracają wówczas uwagę na swoją kondycję, stan zdrowia i ogólne samopoczucie. Uważnie obserwują zachodzące w ich organizmach zmiany, reagują na niepokojące

objawy chorób, wykonują badania profilaktyczne oraz wprowadzają diety – komentuje Iwona Kubicz – *Analiza aktywności w sieci osób z wyższych grup wiekowych, zwłaszcza seniorów, powinna uwzględniać stopień, w jakim przedstawiciele tych grup swobodnie korzystają z Internetu.*

Wady i zalety informacji z sieci

Serwisy poświęcone omawianej tematyce cieszą się niestabnącą popularnością, warto jednak pamiętać, że mają one swoje mocne i słabe strony. W zależności od profilu serwisu pacjent poszukujący informacji w Internecie może mieć problem ze zrozumieniem treści, jakie się na niej znajdują (terminologia naukowa lub język obcy). Ze względu na znaczną aktywność komunikacyjną różnego rodzaju podmiotów z branży, problem dla pacjenta może stanowić rozpoznanie kluczowej informacji oraz różnicy między informacją manipulującą a rzetelnym komentarzem eksperckim. Uwzględniając skłonność Polaków do samoleczenia warto podkreślać, że nie jest wskazane zaniechanie bezpośredniej konsultacji lekarskiej i badań diagnostycznych na rzecz samoleczenia ukierunkowanego przez Internet – komentuje Weronika Nowak.

Selektywnie ale dłużej

Wśród serwisów w wybranych grupach wiekowych znajdują się takie, którym użytkownicy poświęcają statystycznie więcej czasu niż pozostałym.

W grupie wiekowej 15-24 lata, serwisami, na których internauci spędzają statystycznie najwięcej czasu są:

- medonet.pl (z Grupy Onet.pl) z czasem 9:37 min/real user
- forumginekologiczne.pl (z Grupy Medforum) z czasem 6:42 min/real user

Nastolatki i młodzi ludzie nie są kluczową grupą docelową komunikatów nt. zdrowia czy stylu życia, jakie znajdują się na tego typu serwisach internetowych. Być może warto zastanowić się więc, dlaczego ta grupa, wbrew obiegowej opinii jest tak aktywnym użytkownikiem stron internetowych o tej tematyce – podsumowuje Katarzyna Słupek.

W grupie wiekowej 25-34 lata, serwisami, na których internauci spędzają statystycznie najwięcej czasu są należące do Grupy Abczdrowie.net:

- kardiolo.pl z czasem 9:44 min/real user
- chirurgia.pl z czasem 6:12 min/real user

W grupie wiekowej 35-44 lata, serwisami, na których internauci spędzają statystycznie najwięcej czasu są:

- mamzdrowie.pl (z Grupy Innovaweb) z czasem 5:00 min/real user
- medonet.pl (z Grupy Onet.pl) z czasem 4:20 min/real user

W grupie wiekowej 45-54 lata, serwisami, na których internauci spędzają statystycznie najwięcej czasu są:

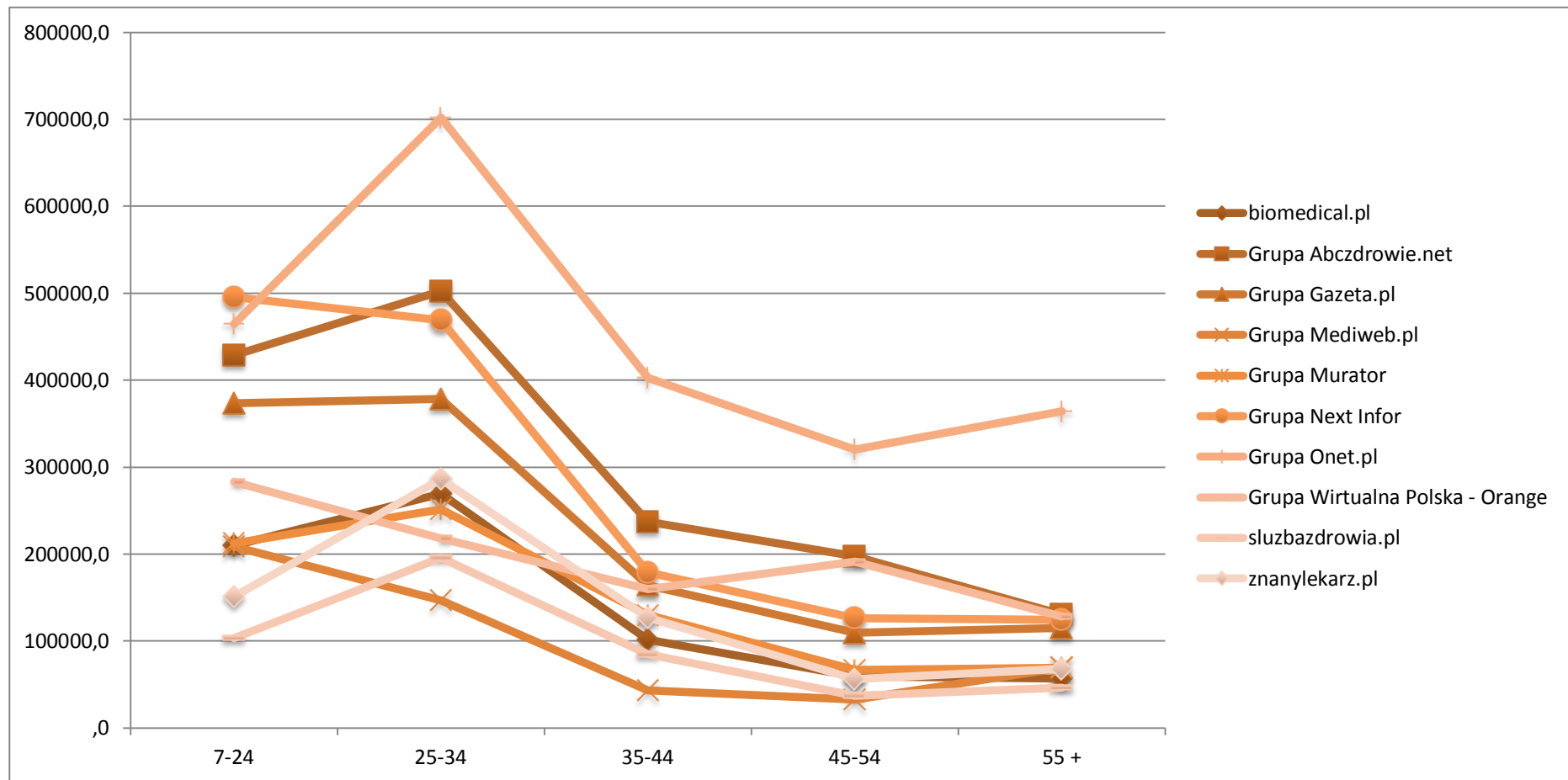
- medonet.pl z czasem 8:32 min/real user
- rankinglekarzy.pl z czasem 6:50 min/real user

W grupie wiekowej 55+, serwisami, na których internauci spędzają statystycznie najwięcej czasu są:

- medonet.pl z czasem 11:08 min/real user
- echirurgia.pl z czasem 8:54 min/real user



10 najpopularniejszych grup serwisów pod względem użytkowników (Real Users) z grupy zdrowie i medycyna w podziale na wiek



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419

5. Kto użytkuje dłużej, wie lepiej?

Co czytują początkujący, a co zaawansowani internauci?

Wyniki badania pokazują, że użytkowanie wybranych serwisów zmienia się wraz ze stażem korzystania z Internetu.

Internet kopalnią wiedzy o zdrowiu

Serwisy o tematyce zdrowotnej obejmują swoim zakresem szerokie spektrum zagadnień. Wybrane do badania strony to kopalnia wiedzy na temat zdrowego stylu życia, chorobach i profilaktyce. Tematyka dotyczy zarówno odżywiania, zdrowia psychicznego, macierzyństwa, aktywności fizycznej, rekreacji oraz seksualności. Poza artykułami, które są kategoryzowane ogólnie przez serwis, w wielu przypadkach pojawia się możliwość zadania własnego pytania ekspertowi. Wśród popularnych rozwiązań, jakie oferują serwisy znajdują się m.in.: listy leków, encyklopedie, programy do autodiagnozy, quizy oraz rankingi lekarzy – komentuje Weronika Nowak – tak jak łatwo dostrzegalne są plusy tak powszechnego dostępu do informacji, tak też nie sposób pominąć minusów tego zjawiska. Uzyskanie informacji przez użytkownika, nie oznacza umiejętność ich selekcjonowania, weryfikacji redukcji czy przetwarzania. Ważne jest, aby standardy etyczne dla medycznych stron internetowych, takie jak wyznaczone przez organizację Health On the Net, stały się powszechnie znane przez użytkowników i przestrzegane przez twórców stron.

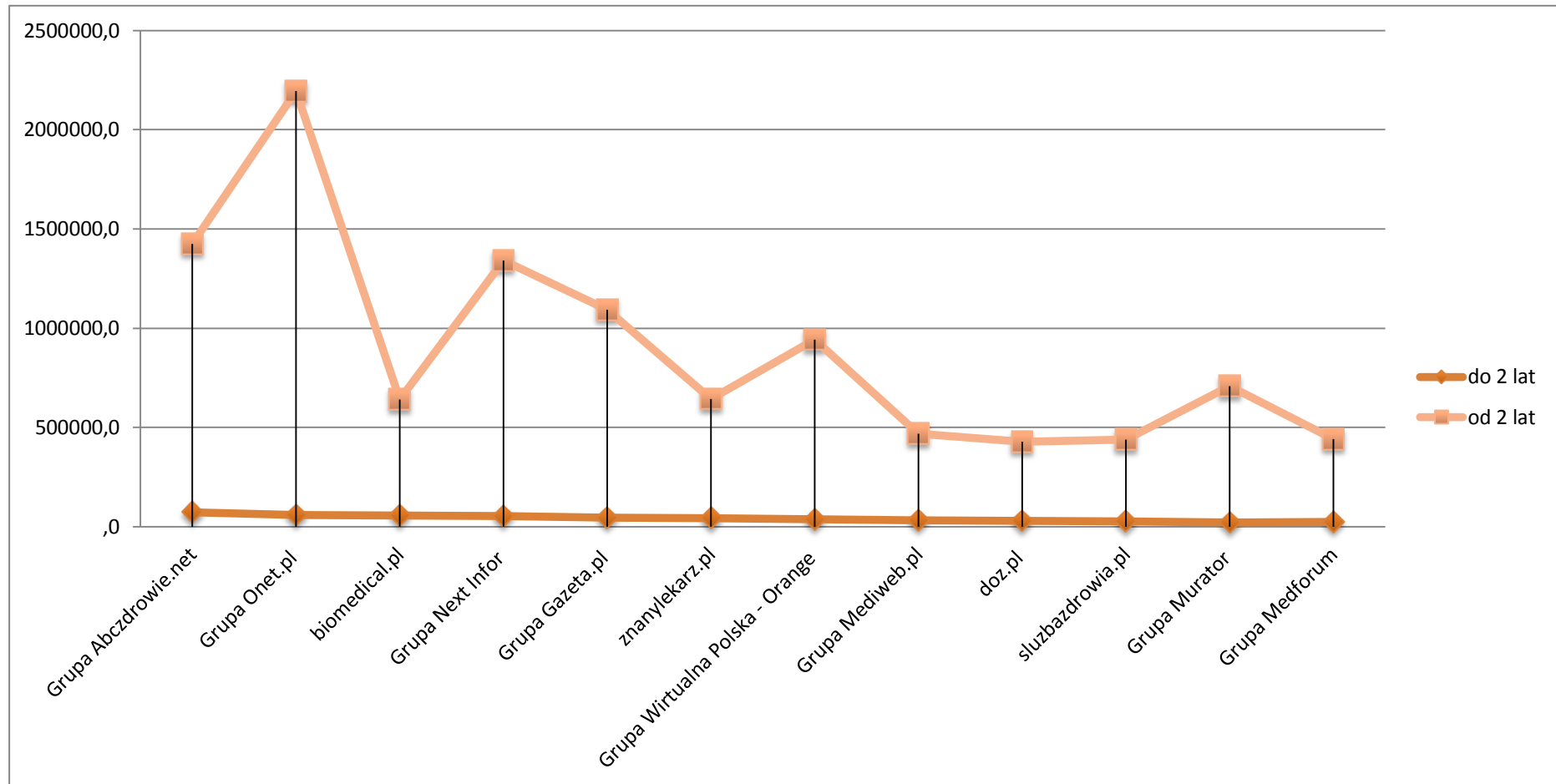
Czytelnictwo serwisów w grupie użytkowników, którzy z sieci korzystają **powyżej 2 lat** skupia się głównie na stronach:

- Grupy Onet.pl.pl (2 195 494 real users)
- Grupy Abczdrowie.net (1 424 321 real users)
- Grupy Next Infor (1 339 928 real users)
- Grupy Gazeta.pl (1 094 232 real users)
- Grupy Wirtualna Polska - Orange (943 157 real users)

Czytelnictwo serwisów grup, wśród użytkowników, którzy z sieci korzystają **krócej niż 2 lata jest znacząco niższe**, ale skupione wokół większości tych samych stron. Wśród wskazań grup badanych o mniejszym stażu w sieci do pierwszej piątki wchodził dodatkowo biomedical.pl



12 najpopularniejszych grup serwisów pod względem użytkowników (Real Users) z grupy zdrowie i medycyna w podziale na staż w Internecie



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419

6. Często, rzadko, nigdy...

Częstotliwość bez znaczenia?

W Internecie możemy znaleźć informacje o chorobach i sposobach ich leczenia, wyszukać na mapie najbliższy szpital lub przychodnię, zweryfikować opinie pacjentów na temat wybranego lekarza. Jak pokazują wyniki badań, bez względu na to, czy czytelnicy treści z zakresu medycyny i zdrowia korzystają z Internetu codziennie, czy kilka razy w tygodniu rozkład najczęściej odwiedzanych serwisów nie ulega istotnym zmianom, zaglądają na te same strony – komentuje Iwona Kubicz.

Użytkownicy, którzy korzystają z sieci codziennie, przeglądają serwisy najdłużej

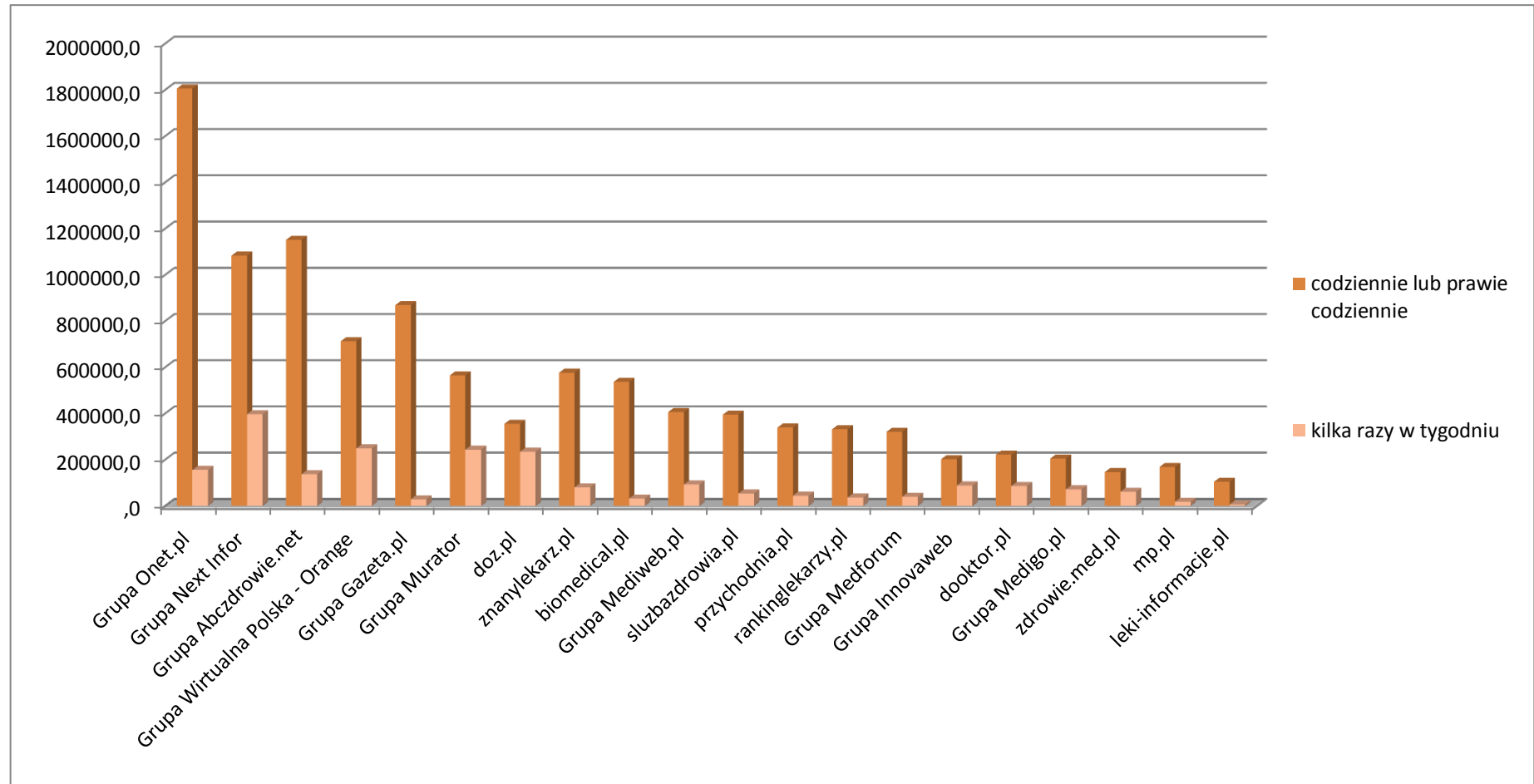
W grupie **użytkowników, którzy z sieci korzystają kilka razy w tygodniu**, TOP 5 serwisów stanowią:

- serwisy Grupy Onet.pl
- serwisy Grupy Wirtualna Polska- Orange
- serwisy Grupy Next Infor
- serwisy Grupy Abczdrowie.net
- biomedical.pl

W grupie **użytkowników, którzy z sieci korzystają codziennie lub prawie codziennie** TOP 5 serwisów stanowią:

- serwisy Grupy Onet.pl
- serwisy Grupy Abczdrowie.net
- serwisy Grupy Next Infor
- serwisy Grupy Gazeta.pl
- serwisy Grupy Wirtualna Polska- Orange

20 najpopularniejszych grup serwisów pod względem użytkowników (Real Users) z grupy zdrowie i medycyna w podziale na częstotliwość korzystania z Internetu



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419

7. Gospodyni domowa, prezes, student o zdrowiu w sieci

Czy czytają wszyscy?

Analiza wyników badania, pod kątem statusu zawodowego respondentów pokazała, że istnieją grupy o mocno ograniczonym dostępie do informacji i/lub niezainteresowane poszukiwaniem materiałów nt. zdrowia i medycyny w Internecie. Należą do nich m.in.: rolnicy indywidualni, robotnicy, osoby na emeryturze i rencie, ale także gospodynie domowe – komentuje Katarzyna Słupek - Statystycznie mniej zainteresowane tematem są również osoby na szczeblach kierowniczych i zarządzających, prawdopodobną przyczyną jest po prostu brak czasu.

Specjaliści najbardziej zainteresowani zdrowiem

W grupie użytkowników, którzy z sieci korzystają w poszukiwaniu informacji o zdrowiu znajdują się przede wszystkim:

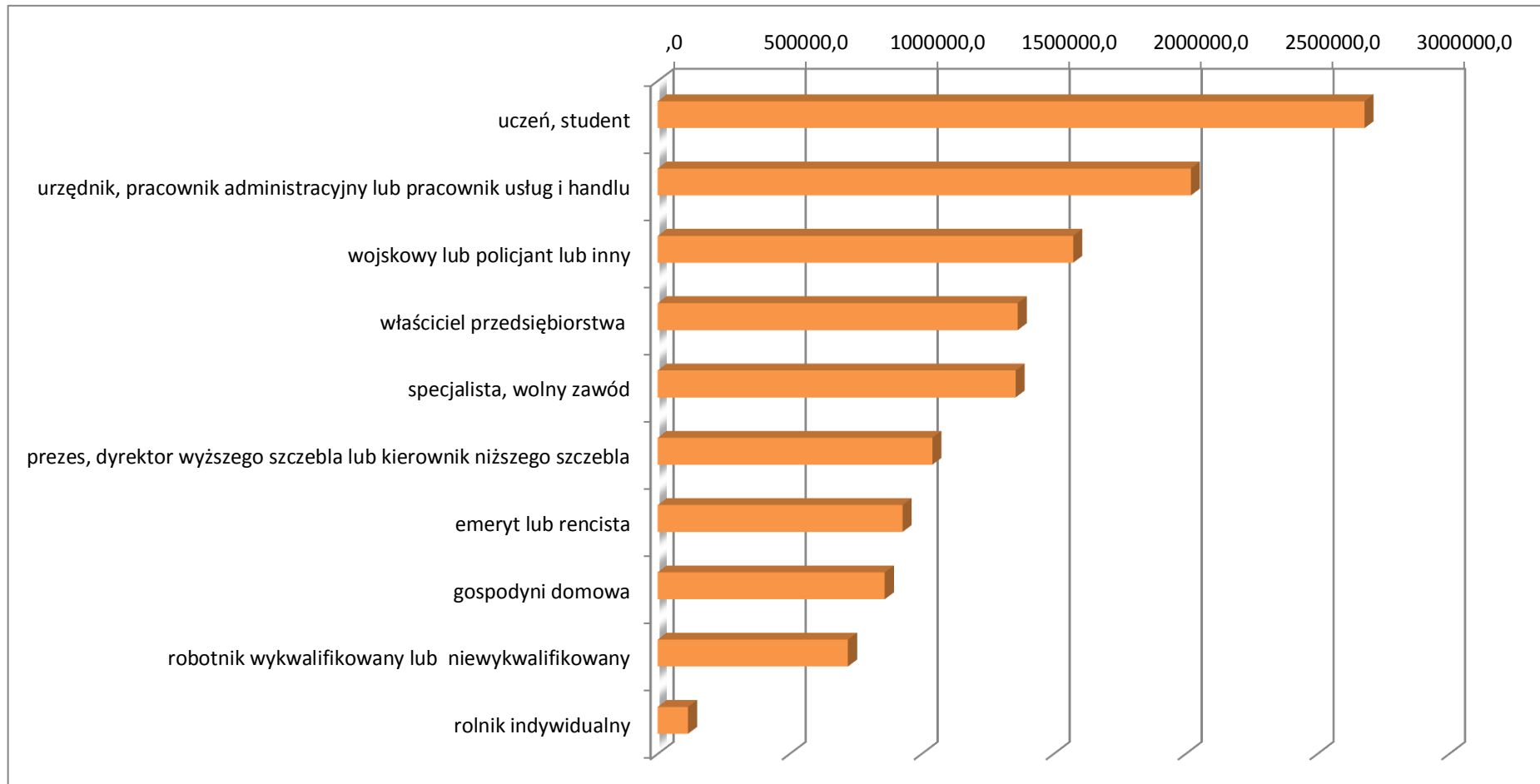
- uczniowie i studenci
- urzędnicy, pracownicy administracyjni lub pracownicy usług i handlu
- pracownicy służb tj. wojsko i policja
- specjaliści, przedstawiciele wolnego zawodu lub właściciele przedsiębiorstw zatrudniających pracowników, osoby fizyczne, prowadzące działalność gospodarczą

Zainteresowanie serwisami dotyczącymi zdrowia w ostatnich latach wyraźnie zwiększa swój zasięg. Barię nie jest już poziom wykształcenia, czy miejsce zamieszkania. Systematycznie maleją również ograniczenia związane z wiekiem i dostępnością Internetu. Użytkownikami, którzy najczęściej korzystają z sieci są, jak można było przewidzieć, osoby, które zarówno w pracy jak i w czasie wolnym mają nieograniczony dostęp do Internetu – jak przedstawiciele wolnych zawodów, urzędnicy i studenci – komentuje Iwona Kubicz – Jednocześnie warto podkreślić,

że najdłuższy czas przeglądania serwisu przypada nie na osoby o powszechnym dostępie do sieci, ale na emerytów, rencistów, rolników indywidualnych czy gospodynie domowe



Użytkownicy najpopularniejszych grup serwisów (Real Users) z grupy zdrowie i medycyna w podziale na status zawodowy



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419

8. TOP 3 serwisów w podziale na województwa

Co jest czytane w regionach? Od dolnośląskiego po pomorskie

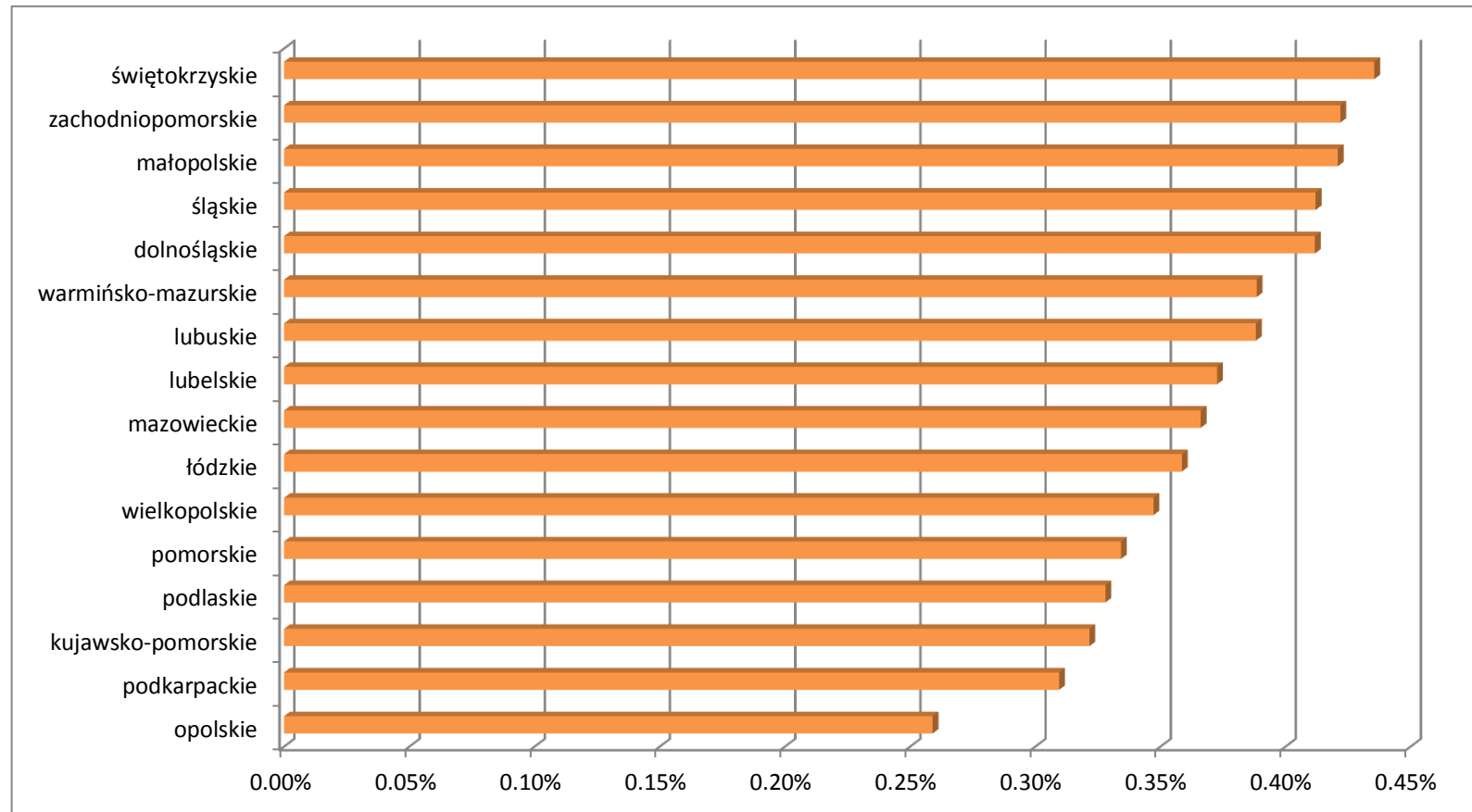
Analiza wyników badania, pod kątem czytelności treści na wybranych serwisach pod kątem 16 województw w Polsce pokazała, że pewne tendencje są charakterystyczne dla całej badanej grupy respondentów. Wybrane serwisy są jednakowo popularne w całym kraju – komentuje Weronika Nowak.

Źródłem informacji o odwiedzanych przez internautów serwisach, jest kilkunastotysięczny panel użytkowników internetu, stanowiący miniaturę polskiej społeczności internautów. **Wyniki badania pokazały, że wybrane grupy serwisów mają najwyższy zasięg wśród internautów z województw: świętokrzyskiego, zachodniopomorskiego i małopolskiego.**

Najczęściej czytany serwisami w Polsce są te należące do Grupy Onet.pl. Znajdują się one w TOP 3 czytanych grup serwisów aż w 15 regionach.

- Na drugim miejscu znajdują się serwisy Grupy Abczdrowie.net, które znalazły się w TOP 3 w 13 województwach.
- Na trzecim miejscu znajdują się serwisy Grupy Next Infor, które znalazły się w TOP 3 w 11 województwach.

Czytelnictwo grup serwisów pod względem zasięgu* wśród internautów z grupy zdrowie i medycyna w podziale na województwa



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, wrzesień 2011, N=12 419; * Stosunek liczby użytkowników, którzy dokonali przynajmniej jednej odsłony na wybranym serwisie w wybranym okresie czasu, do całkowitej liczby internautów w miesiącu, do którego należy wybrany okres czasu.

9. Procontent: Profesjonalna komunikacja w biznesie

Firma Procontent (www.procontent.pl) została założona w odpowiedzi na dynamiczny rozwój potrzeb komunikacyjnych dużych i średnich polskich przedsiębiorstw oraz organizacji otoczenia biznesu.

Zespół Procontent posiada doświadczenie w komunikacji w branży farmaceutycznej oraz wyrobów medycznych i sprzętu medycznego. Wspieramy komunikacyjnie podmioty, które dostarczają polskim pacjentom leki na receptę, OTC jak również suplementy diety. Realizowane dla podmiotów z tego sektora działania z zakresu Consumer PR, Brand PR oraz programy edukacyjno-profilaktyczne umożliwiają przekazanie w wiarygodny sposób pełnej informacji o firmie, usłudze, produkcie lub terapii.

Nasze programy w wielu wypadkach dotyczą praw pacjenta, zmieniają świadomość Polaków dotyczącą leczenia chorób i stanowią odpowiedź na oczekiwania środowiska lekarzy.

Działania public relations prowadzone są przez Procontent zawsze w oparciu o ciekawy, kreatywny pomysł. Odwołują się do nowych trendów, przełamują stereotypy związane z danym produktem, terapią lub procesem leczenia. Bliska i angażująca komunikacja skierowana do pacjentów i KOL's buduje długotrwałą więź z marką i wzmacnia jej pozytywny wizerunek firmy.

Oferta Procontent w tym zakresie obejmuje:

- Analizy rynku – konkurencji, konsumenta i mediów,
- Badanie obecności marek w Internecie,
- Benchmarking komunikacyjny dla marek,
- Warsztaty brandingowe,
- Tworzenie strategii komunikacji produktów i marek,
- Pozycjonowanie i repozycjonowanie produktów i marek,
- Redakcja raportów i komunikacja badań konsumenckich i badań opinii publicznej,

- Opracowanie message house dla produktów, usług i kampanii edukacyjnych,
- Kampanie edukacyjne dla produktów i usług - liderów rynku i innowatorów,
- Kampanie profilaktyczno– edukacyjne skierowane na zmianę świadomości wśród pacjentów z danym schorzeniem.
- Imprezy i wydarzenia specjalne wzmacniające wizerunek firm, produktów i marek,
- Relacje z mediami – PR produktowy,
- Współpraca z liderami opinii publicznej i ekspertami,
- Prowadzenie kampanii PR dla produktów i marek w mediach społecznościowych,
- Monitoring mediów,
- Zarządzanie sytuacją kryzysową.

Pomagamy w osiągnięciu celów biznesowych rozwijając narzędzia związane z tworzeniem treści, a także wspierając implementowanie rozwiązań z obszaru nowych mediów oraz mediów społecznościowych.

W przypadku dodatkowych pytań zapraszamy do kontaktu:

Iwona Kubicz

e-mail: iwona.kubicz@procontent.pl

tel. 501 162 317

Weronika Nowak

e-mail: weronika.nowak@procontent.pl

tel. 534 998 658

Katarzyna Słupek

e-mail: katarzyna.slupek@procontent.pl

tel. 724 923 833

10. Gemius S.A.

Działalność Gemius związana jest z badaniami internetu od momentu powstania firmy, tj. od 1999 roku. W ciągu zaledwie kilku lat osiągnęliśmy w tej dziedzinie pozycję lidera na rynku polskim. Obecnie nasza firma realizuje badania internetu w kilkunastu krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Dzięki wieloletniej praktyce oraz doskonałym narzędziom badawczym chętnie udzielamy odpowiedzi na pytania pojawiające się w procesach zarządzania i funkcjonowania wszelkiego rodzaju organizacji i firm w internecie. Nasze badania dostarczają m.in. informacji o ruchu internautów na stronie internetowej (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznym (gemiusProfile), jak też o skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect).

We współpracy ze spółką Polskie Badania Internetu firma realizuje badanie gemiusAudience (Megapanel PBI/Gemius), przedstawiające pełny obraz polskiego rynku internetowego.

Naszą ofertę dopasowujemy do indywidualnych potrzeb i oczekiwań każdego Klienta w momencie projektowania badania, jak również w trakcie jego realizacji. Partnerzy firmy Gemius w każdej chwili mogą liczyć na pomoc naszych ekspertów. Aby wyjść naprzeciw oczekiwaniom rynku, zdecydowaliśmy się wprowadzić do naszej oferty także szkolenia, dotyczące m.in. wykorzystywania wyników badań w budowaniu strategii marketingowych.