



Věc: Odpověď na žádost o informace

Všeobecná zdravotní pojišťovna České republiky (dále jen „VZP ČR“) obdržela dne 27. 2. 2020 Vaši žádost o poskytnutí informací podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, týkající se informací zejména o marketingových a PR aktivitách VZP ČR.

K jednotlivým dotazům uvádíme následující odpovědi:

- 1. Kolik zaměstnanců má Váš tiskový odbor? Prosíme o informace o aktuálním stavu, včetně informací o personálním obsazení/počtu zaměstnanců i v uplynulých pěti letech. (Tedy v letech 2020, 2019, 2018, 2017, 2016 a 2015).*

Údaje poskytujeme ve vztahu k Oddělení externí komunikace, které ve VZP ČR vykonává agendu tiskového odboru. Údaje jsou poskytovány ve formě přepočteného evidenčního počtu zaměstnanců.

Rok	Přepočtený evidenční počet zaměstnanců
2015	2,5
2016	2,5
2017	2,6
2018	2
2019	3
2020	2

- 2. Kolik zaměstnanců má Vaše marketingové oddělení? Prosíme o informace o aktuálním stavu, včetně informací o personálním obsazení/počtu zaměstnanců i v uplynulých pěti letech. (Tedy v letech 2020, 2019, 2018, 2017, 2016 a 2015).*

Údaje poskytujeme ve vztahu k Oddělení marketingu. Údaje jsou poskytovány ve formě přepočteného evidenčního počtu zaměstnanců.

Rok	Přepočtený evidenční počet zaměstnanců
2015	7,8
2016	5,5
2017	7
2018	8,5
2019	7
2020	7

3. *Využíváte na tyto aktivity (mktg/PR) i externí osoby?*

Ano, VZP ČR využívá na tyto aktivity i externí osoby, viz odpovědi na dotazy č. 5., 8. a 11.

4. *Využíváte PR agenturu? Na jaké činnosti? V jaké výši a v jakém objemu práce? Platíte za tyto aktivity paušálně? Platíte hodinové sazby dle odborností agenturních zaměstnanců – pokud ano sdělte nám jejich výši.*

VZP ČR v současné době využívá pouze jedinou PR agenturu, viz odpověď na dotaz č. 8.

5. *Využíváte služeb reklamních agentur? V jaké výši a v jakém objemu práce? Platíte za tyto aktivity paušálně? Platíte hodinové sazby dle odborností agenturních zaměstnanců – pokud ano sdělte nám jejich výši.*

Ano. VZP má uzavřenou Rámcovou dohodu se společností YOUNG & RUBICAM Praha s.r.o., IČ: 26133113, jejímž předmětem je zajištění reklamních, kreativních a grafických služeb pro přípravu kampaní na podporu produktů, služeb, příspěvků a programů VZP ČR, viz <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/5074228>. Uvedená smlouva obsahuje odpovědi na všechny dotazy dle tohoto bodu.

6. *Kdo vyhodnocuje monitoring tisku a jakým způsobem? Zpracovávají ho vaši interní zaměstnanci nebo externí společnost? Jaké k tomu využíváte nástroje? Zpracováváte ho na denní bázi? Jakou kvalitativní a kvantitativní formu mají jeho výstupy? Jak s nimi dál vaše společnost pracuje?*

Monitoring tisku je v současné době vyhodnocován zaměstnanci oddělení externí komunikace. Ti ke své práci nevyužívají žádné konkrétní PR nástroje. Jedná se o každodenní procházení a selekci zpráv týkající se konkrétně VZP ČR. Tyto zprávy jsou pak rozesílány interně na vědomí vedoucím zaměstnancům VZP ČR a rovněž slouží jako podklad pro plánování další komunikace VZP ČR.

7. *Pořádáte odborné semináře za využití externích subjektů? (případně jaké)*

Nikoli, v oblasti marketingu a PR VZP ČR žádné odborné semináře za využití externích subjektů nepořádá.

8. *Vyžíváte poradenské služby v oblasti marketingu a PR? (případně jaké)*

V oblasti PR je v současné době využívána jen jedna společnost, jejíž činnost je alespoň částečně možné zařadit do poradenství PR, a to společnost AMI Digital s.r.o., IČ: 29007674, se kterou má VZP

uzavřenu rámcovou smlouvou: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/4707640>. V oblasti marketingu VZP ČR poradenské služby nevyužívá.

9. *Jakým způsobem distribujete TZ médiím a konkrétním novinářům? Využíváte k tomu také PR agentur?*

Tiskové zprávy jsou zaměstnanci Oddělení externí komunikace zasílány médiím přímo na jejich e-mailové adresy, jsou publikovány na webu VZP ČR (www.vzp.cz) a na profilech na sociálních sítích, zejména pak na Facebooku. PR agentura není využívána.

10. *Kdo připravuje krizovou komunikaci? V návaznosti na jaké informace a zdroje ji připravujete? Zpracováváte si ji interně nebo spolupracujete s externí (např. PR) společností? Jak vyhodnocujete její kvalitu a efektivitu? Do kompetence kterého odboru nebo oddělení krizová komunikace spadá?*

Krizová komunikace je připravována zaměstnanci VZP ČR v součinnosti s příslušnými odbornými útvary, a to s ohledem na aktuálně komunikovaná témata a situace. Kvalita a efektivita je v současné době vyhodnocována zaměstnanci Oddělení externí komunikace, a to s ohledem na hodnotové zabarvení příspěvků a na možný dopad na klienty VZP ČR.

11. *Jaký je komunikační mix vaší pojišťovny? Prosíme o procentuální rozdělení poměru, včetně rozdělení finančních prostředků do komunikačního mixu.*

Komunikační resp. mediální mix VZP ČR zahrnuje tyto mediální prostory – online, indoor a outdoor, TV sponzoring, print a rádio, přičemž jednotlivé oblasti jsou zajištěny následujícími smlouvami, ze kterých rovněž vyplývá poměr tohoto mixu:

Online: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/9997458>
Indoor/Outdoor: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/7049971>
TV: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/9997091>
Print: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/10707688>
Rádio: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/9895835>

12. *Co ovlivňuje strategii plánování PR a marketingové komunikace? Z jaké strategie nebo materiálu vyplývá? Kdo ji řídí, kontroluje a vyhodnocuje její účinnost? (Využíváte v rámci mktg a PR i lobbying?)*

Strategie plánování PR a marketingové komunikace vychází z celkové strategie VZP ČR při plnění její zákonné role dle platné legislativy, viz. zák. č. 551/1991 Sb., o VZP ČR. VZP ČR každý kalendářní rok sestavuje zdravotně pojistný plán reflektující vývoj systému veřejného zdravotního pojištění v posledních letech a měsících. Zdravotně pojistný plán stanovuje predikce, cíle a záměry VZP ČR pro následující kalendářní rok a je strategií pro jednotlivé oblasti činnosti VZP ČR, včetně plánování PR a marketingové komunikace. Zdravotně pojistný plán VZP ČR, tedy její strategii, pak realizují jednotlivé věcně příslušné útvary dle svého zaměření.

13. *Kdo spravuje webové stránky, Facebook a sociální sítě pojišťovny? (Případně, pokud má vaše pojišťovna mobilní aplikaci, kdo ji spravuje a zabezpečuje její chod, správu a obsah informací.) Interní zaměstnanci? (Kolik?) Externí společnost? Jaká? Jakou formou vám dodává reporting práce? S jakou hodinovou sazbou? Jak vyhodnocujete efektivitu této práce?*

Správu webových stránek, Facebooku a dalších profilů na sociálních sítích provádí VZP ČR sama, prostřednictvím svých zaměstnanců. Správu webových stránek provádí 2 zaměstnanci, dalších přibližně 400 zaměstnanců má přístup pro vyplnění šablony v souvislosti se svojí pracovní pozicí – jedná se šablony za účelem vložení informace o uzavření pobočky, vkládání žádostí o smlouvy s poskytovateli zdravotních služeb a vkládání HR inzerátů. Profily na sociálních sítích spravují 3 zaměstnanci a 2 zaměstnanci na částečný úvazek. Na správě a zabezpečení chodu a publikaci obsahu v mobilní aplikaci Moje VZP pracuje 10 zaměstnanců a další zaměstnanci podle aktuálních potřeb, a to ve spolupráci s ostatními odbornými útvary. Pro všechny zde uvedené zaměstnance platí, že činnosti vymezené tímto dotazem zajišťují v různé míře poměru svých pracovních náplní.

14. *Kolik má vaše pojišťovna zaměstnanců? Kolik pojištěnců? (Kolik z toho je státních pojištěnců?) Kolik poboček? Kolik máte smluvních zařízení (zdravotnických)?*

Ke dni 28. 2. 2020 bylo v evidenčním počtu zaměstnanců VZP ČR 3 706 zaměstnanců.

Počet pojištěnců VZP ČR ke dni 29. 2. 2020 činil 5 954 598. Počet státních pojištěnců ke dni 1. 2. 2020 činil 3 352 171 (počet státních pojištěnců se stanovuje pro účely přerozdělování pojistného k 1. dni kalendářního měsíce).

VZP ČR má 6 regionálních poboček, viz:

<https://www.vzp.cz/o-nas/kdo-jsme/organizacni-struktura/regionalni-pobocky>

Ke dni 1. 2. 2020 eviduje VZP ČR ve svém informačním systému 23 535 smluvních poskytovatelů zdravotních služeb s celkem 41 717 pracovišti a dalších 4 276 ostatních smluvních partnerů jako jsou poskytovatelé lékařské péče, včetně výdejen léčiv a zdravotnických prostředků, výrobci protetických pomůcek, oční optiky apod.

15. *Kdo a jakým způsobem ve vaší pojišťovně komunikuje s odbornými společnostmi? Kdo z této komunikace připravuje mediální výstupy?*

S odbornými společnostmi komunikují primárně příslušné odborné útvary dle předmětu svého zaměření, případně další zaměstnanci VZP ČR. V případě potřeby komunikace jednání s odbornými společnostmi připravují případné výstupy zaměstnanci oddělení externí komunikace.

16. *Kolik příspěvků, článků a zmínek o vás vyšlo v médiích v minulém roce? (A v předchozích pěti letech?) Vyhodnocujete např. i hodnotové zabarvení příspěvků? Pokud ano – jak ... pokud ne, proč?*

V roce 2019 bylo v médiích 4016 zmínek o VZP ČR. V roce 2018 pak 5565, v roce 2017 bylo v médiích 5491 zmínek, v roce 2016 se jednalo o 5335 a v roce 2015 byla VZP ČR zmíněna 7206krát.

V současné době je hodnoceno zabarvení příspěvků pouze ad hoc podle subjektivního hodnocení pracovníků oddělení externí komunikace. V předchozích letech toto hodnocení prováděla PR agentura a bylo součástí pravidelných reportů.

17. Jak měříte a vyhodnocujete „hodnotu publicity“ a efektivitu vynaložených prostředků na PR?

V současné době vyhodnocuje VZP ČR pouze efektivitu nákupu mediálních prostorů pro PR prezentaci VZP ČR.

18. Kolik finančních prostředků máte v rozpočtu na marketing a PR celkem? (Jaký finanční objem je to ve srovnání s uplynulými pěti lety)

Na marketing a PR má VZP ČR pro rok 2020 schválen rozpočet ve výši 65 776 200 Kč. V předchozích letech byl rozpočet na tyto aktivity čerpán následovně:

2019	66 177 700 Kč
2018	83 593 000 Kč
2017	82 901 800 Kč
2016	65 625 700 Kč
2015	55 394 100 Kč

19. Jak probíhají vaše reklamní kampaně? V jaké hodnotě byly v uplynulém (a předešlých pěti letech)?

Reklamní kampaně jsou obecně zaměřeny na retenci stávajících a získání nových klientů a probíhají obvykle v přeregistračních obdobích. Hodnota mediálních marketingových kampaní byla v uplynulých pěti letech následující:

2019	25 999 013,78 Kč (vč. DPH)
2018	23 099 496,94 Kč (vč. DPH)
2017	23 329 115,19 Kč (vč. DPH)
2016	18 190 325,23 Kč (vč. DPH)
2015	15 602 136,62 Kč (vč. DPH)

20. Využívali jste na akvizice (nábor) pojištěnců v letech 2010-2015 třetí osoby (rozuměno externí společnosti odlišné od pojišťovny a jejích zaměstnanců jako takových). Jaká částka jim byla za jednotlivé roky v tomto období vyplacena (vždy za jednotlivé kalendářní roky)?

Pro akvizici pojištěnců byly v rámci dotazovaného období pro roky 2010 – 2012 využívány služby společnosti IZIP a.s., a to dle Smlouvy o poskytování služby akvizice nových pojištěnců, akvizice nových klientů IZIP a služba získání souhlasu klientů IZIP s předáním kontaktních údajů zdravotní pojišťovně pro Všeobecnou zdravotní pojišťovnu České republiky, ze dne 11. 12. 2008. Vzhledem k časovému odstupu od ukončení smlouvy již nelze rekonstruovat výši částky, která byla dle uvedené smlouvy hrazena v souvislosti s akvizicí nových pojištěnců VZP.

21. *Pokud máte údaje, tak kolik pojištěnců jste měli v daném období a kolik pojištěnců jste získali těmito akvizicemi, resp. náборы pojištěnců. Máte zpětné vyhodnocení, jaké byly finanční náklady na akvizici každého z těchto nových klientů pojišťovny?*

Vzhledem k časovému odstupu již nejsou požadované údaje k dispozici.

S pozdravem

