

**VYHODNOCENÍ AKTIVITY
NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH
ČERVEN-ZÁŘÍ 2024**

Facebook, Instagram, Youtube

Pro Destinační společnost Východní Čechy

Říjen 2024

Zpracoval: MAXX Creative

1. SLEDOVANÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ

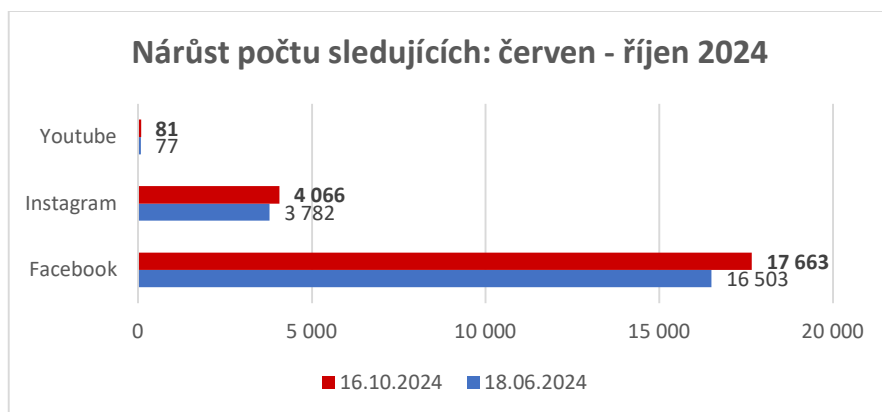
FACEBOOK: [Východní Čechy INFO](#)

INSTAGRAM: [visiteastbohemia](#)

YOUTUBE: [Východní Čechy](#); @vychodnicechy7196

Nárůst počtu sledujících: červen – říjen 2024

	18.06.2024	16.10.2024	nárůst	% nárůst
Facebook	16 503	17 663	1 160	7%
Instagram	3 782	4 066	284	8%
Youtube	77	81	4	5%



Na všech sledovaných soc. sítích se zvýšil počet sledujících za 4 měsíce o 5 – 8 %. Pozitivní výsledek.

2. CÍL

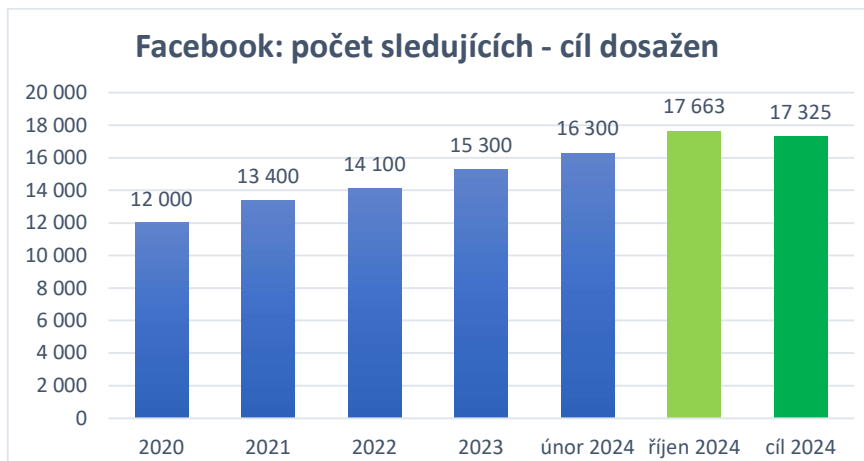
V přijaté strategii bylo konstatováno, že stěžejní cílové skupiny mají za dominantní sociální médium FACEBOOK. Proto hlavní cíl směřoval na FB.

Cíl: taktický / kvantitativní

- Zvýšit **počet sledujících na FB o 1000** od konce roku 2024, tzn. min. na 17 325 lidí
- **větší dosah + větší zapojení**

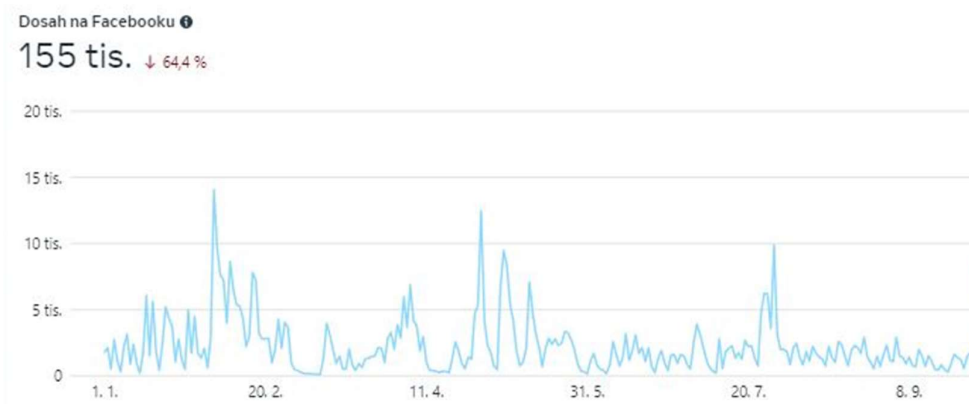
Výsledek: CÍL DOSAŽEN

Již v říjnu 2024 bylo dosaženo stanoveného cíle **zvýšit počet sledujících na FB profilu o 1000 nových uživatelů.**

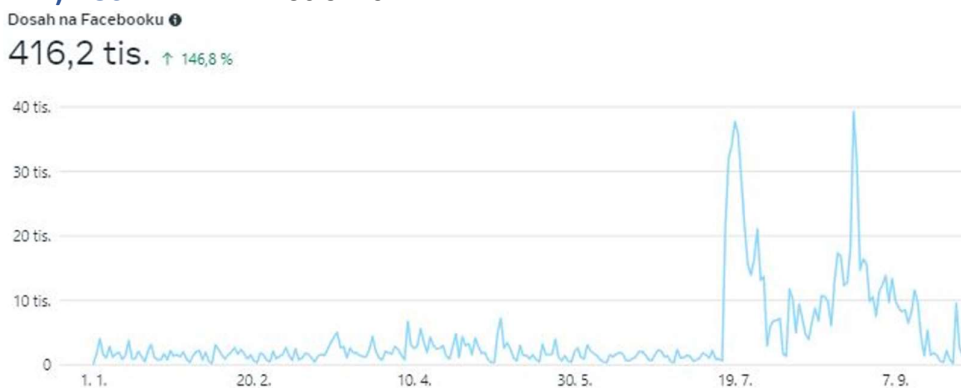


3. MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ

A) DOSAH FB: 1.1. – 30.9. 2023



B) DOSAH FB: 1.1. – 30.9. 2024



Je patrný **zásadní nárůst dosahu na FACEBOOKU v letních měsících 2024.**

C) NÁVŠTĚVY FB: 1.1. – 30.9. 2023

Návštěvy na Facebooku

12,1 tis. ↑ 236,8%



D) NÁVŠTĚVY FB: 1.1. – 30.9. 2024

Návštěvy na Facebooku

25,7 tis. ↑ 80,6%

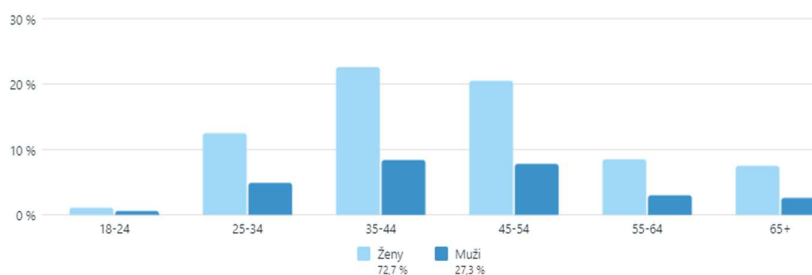


I v ukazateli NÁVŠTĚV na Facebooku vychází v meziročním srovnání **zásadní nárůst díky placené online kampani.**

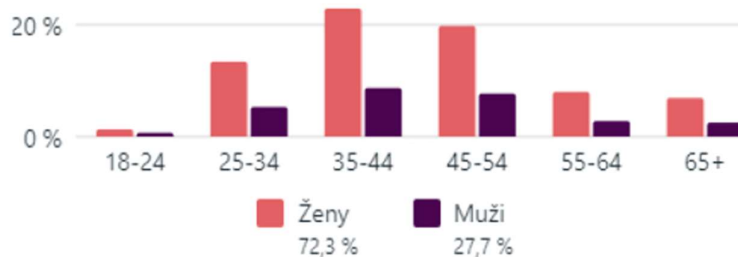
4. CÍLOVÉ SKUPINY – aktuální údaje

- **Rodiny s dětmi** (decision maker: maminka 35+)
- Aktivní „senioři“, **50-65 let**, a to **páry** nebo **ženy-turistky**, i skupinky
- Aktivní turisté obecně, **35+**

Věk a pohlaví



Červen 2024: obdobná struktura uživatelů Facebooku:

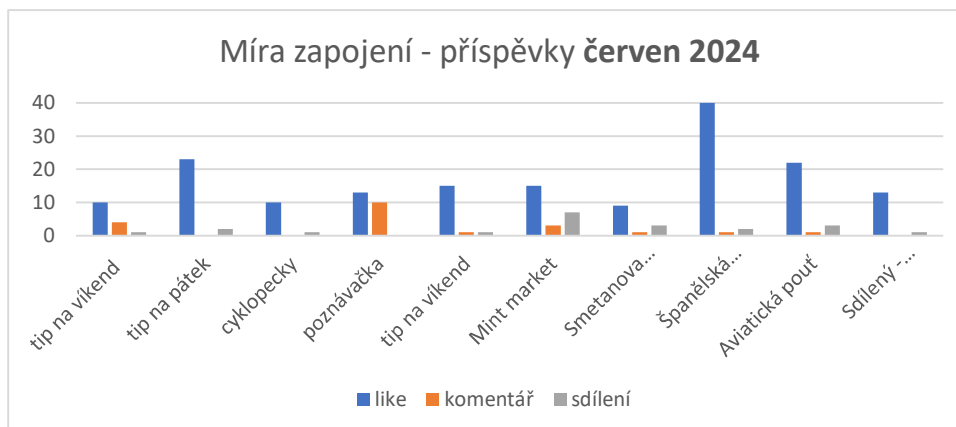
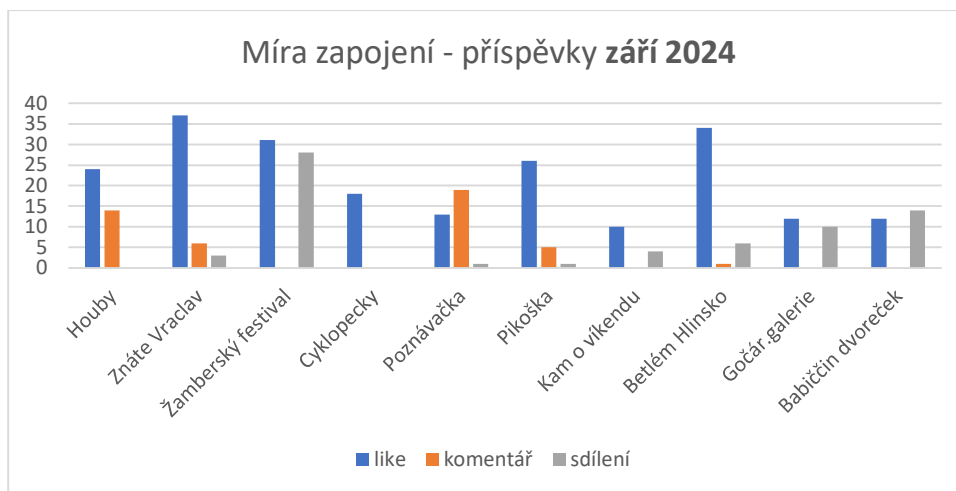


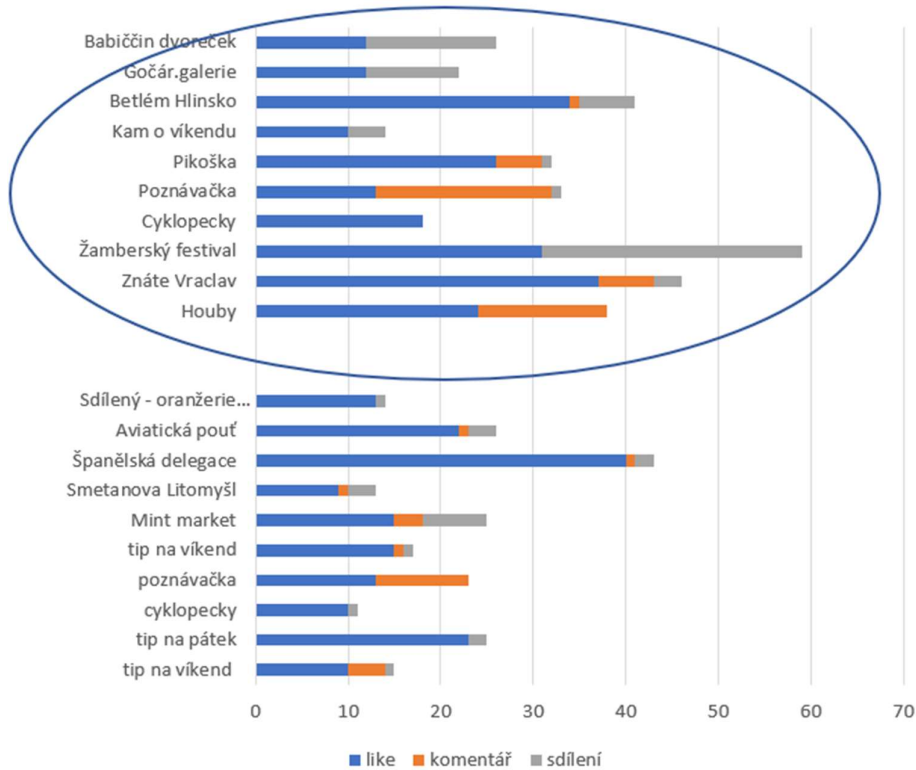
Je patrné, že za 4 měsíce se struktura našich sledujících na FB nezměnila.

4. FACEBOOK – kvalitativní vyhodnocení

A) MÍRA ZAPOJENÍ – počet liků, komentářů a sdílení – vývoj červen – září 2024

- Míra zapojení: posledních 10 příspěvků: **VIDITELNÉ ZLEPŠENÍ**



B) SROVNÁVACÍ GRAF
Reaktivita na posledních 10 příspěvků: září x červen

C) SROVNÁNÍ V ČÍSLECH
VÝRAZNĚ POZITIVNÍ TREND:

Celkový počet u 10 příspěvků			
	like	komentář	sdílení
červen	170	21	21
září	217	45	67
rozdíl	28%	114%	219%

Co se týče kvality příspěvků a míry zapojení, je **zlepšení až více než dvojnásobné**. Přitom jde o náhodně vybraných 10 posledních příspěvků, tedy výsledek by neměl být zatížen neobjektivním zkreslením. Velice dobrý výsledek.

5. INSTAGRAM

A) KVANTITATIVNĚ – za 4 měsíce nárůst o 8 %

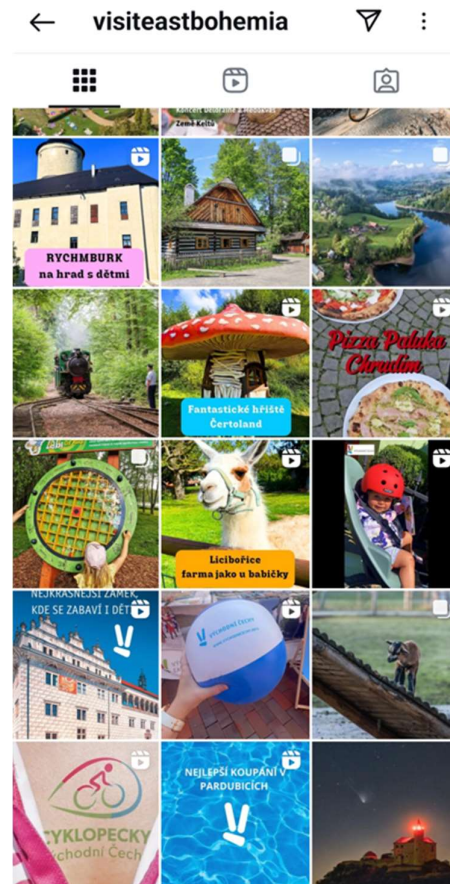
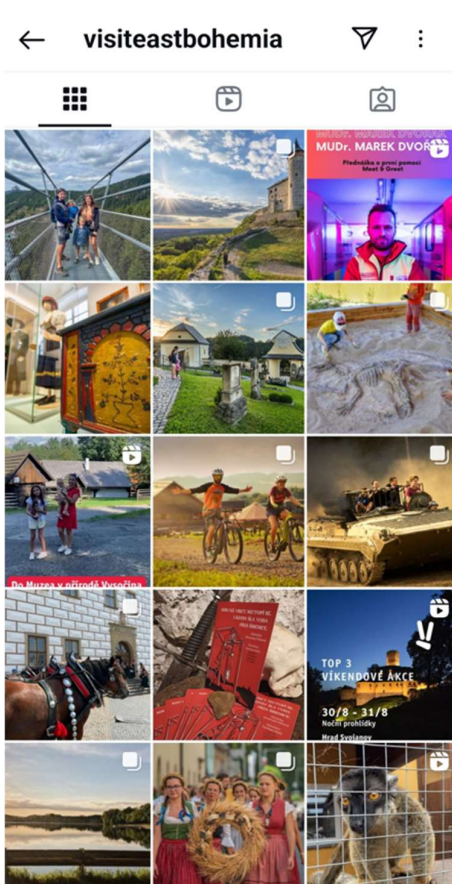
- 3778 sledujících k 18.6.2024
- 4066 sledujících k 16.10.2024

	18.06.2024	16.10.2024	nárůst	% nárůst
Facebook	16 503	17 663	1 160	7%
Instagram	3 782	4 066	284	8%
Youtube	77	81	4	5%

Velmi dobrý výsledek.

B) KVALITATIVNÍ POSUN

- Doporučení v červnu bylo mj. důraz na vysoce atraktivní fotky, „taháky“
- Posílit fotografie s lidmi a vnést do příspěvků život
- V náhledech je to patrné – pestrost a atraktivita příspěvků, včetně titulků



C) OKRUH UŽIVATELŮ

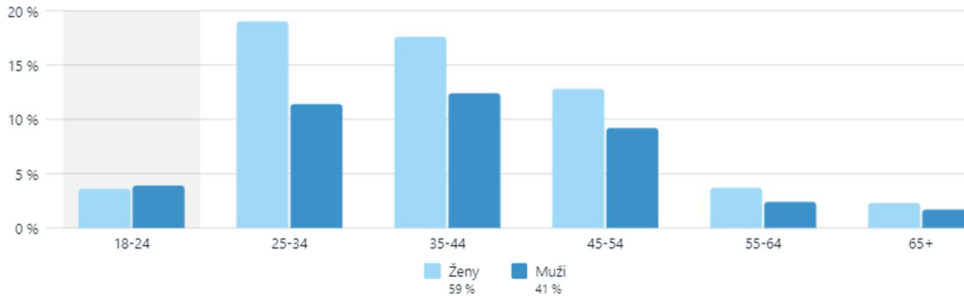
ŘÍJEN 2024:

Sledující

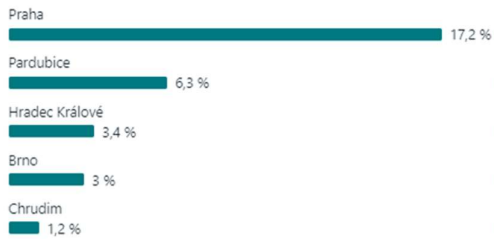
Dlouhodobě

4 066

Věk a pohlaví



Nejčastější města

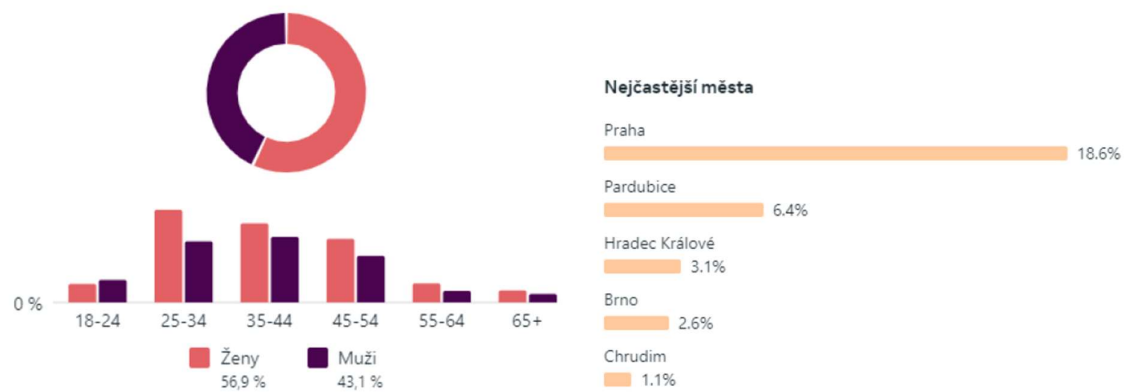


Nejčastější země



ČERVEN 2024

Věk a pohlaví



- z dat je patrné, že uživatelé se **ještě více vyprofilovali v převahu žen** (z 56,9 na 59 %)
- nejvíce sledujících je z **Prahy** a stále to roste (z 17,2 na 18,6 %)

6. MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ

A) DOSAH INSTAGRAM : 1.1. – 30.9. 2023

Dosah na Instagramu 📍

9,5 tis. ↓ 94,6 %



B) DOSAH INSTAGRAM : 1.1. – 30.9. 2024

Dosah na Instagramu 📍

134 tis. ↑ 1,5 tis. %

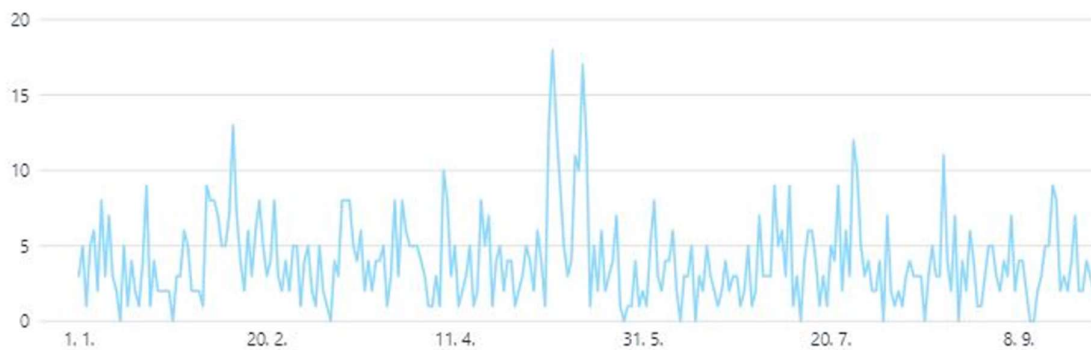


Stejně jako na Facebooku, i na **Instagramu** je v meziročním srovnání vidět jasný **strmý nárůst v grafu dosahu v létě 2024 díky placené online kampani.**

C) NÁVŠTĚVY INSTAGRAM : 1.1. – 30.9. 2023

Návštěvy instagramového profilu ⓘ

1,1 tis. ↑ 193,5 %



D) NÁVŠTĚVY INSTAGRAM : 1.1. – 30.9. 2024

Návštěvy instagramového profilu ⓘ

3 240 ↑ 208,3 %



Grafy mluví za vše. Na Instagramu byl růstový rok 2023, ale v roce **2024 se ještě zdvojnásobil, především opět zásluhou výrazných letních měsíců.**

7. YOUTUBE

- **81 odběratelů**
- Nárůst o 4, tj. 5 %

	18.06.2024	16.10.2024	nárůst	% nárůst
Facebook	16 503	17 663	1 160	7%
Instagram	3 782	4 066	284	8%
Youtube	77	81	4	5%

- Nové video „nejvíc nejlepší dovolená“



Nejvíc nejlepší dovolená 2

760 zhlédnutí • před 3 měsíci



Nejvíc nejlepší rodinná dovolená

31 tis. zhlédnutí • před 3 měsíci

- Sledovanost odpovídá skutečnosti, že pro naši cílovou skupinu a nabídku to není příliš využívaný zdroj

8. Doporučení pro další období

a) Nejbližší období: podzim – zima

- Mimosezóna
- Lidé méně výletují
- Část turistických cílů (hrady, zámky) má omezený provoz

Doporučujeme komunikovat bez dalších nákladů na kampaň

- Rozpočet doporučujeme směřovat na jarní a letní měsíce, kdy je větší šance pomoci návštěvnosti turistických zařízení
- **Zachovat osvědčené formáty**, jako je „Pondělní poznávačka“, „Tipy na víkend“

b) Příští sezóna: jaro – léto 2025

- Hlavní sezóna
- Doporučujeme, pokud rozpočet dovolí, zopakovat kampaň jako v roce 2024
- S reálnými, ale dosažitelnými cíli

OBSAH - Tipy na témata – nejbližší období:

- podpořit objekty a místa, která lze v daném období navštívit
- **adventní a vánoční akce**, koncerty, pozvánky za kulturou – třeba i vyhledávat na soc. sítích **soutěže o vstupenky**, které poskytne pořadatel
- výstavy, muzea, workshopy – **indoor activity**
- zajímavé lokálního **fotografie vánočního osvětlení a výzdoby** (Instagram)
- **zimní sporty** v regionu, lyžařská střediska, běžecké stopy, sáňkování
- aqua a wellness centra - tipy **kam s dětmi v zimě**
- zimní pěší výlety a procházky, třeba spojené s **gastronomickými cíli** (na zahřátí)
- komunikovat naše typické **regionální tradice** („Lucky“, „Masopust“ ...)

FORMA - doporučení k tvorbě příspěvků

- **Pokračovat v atraktivních stručných příspěvcích**, které lidé mají **tendenci sdílet nebo komentovat**
- V průběhu roku 2024 se velmi **povedlo** zlepšit zajímavost a interaktivitu příspěvků i poutavost fotografií - doporučujeme **pokračovat v tomto stylu**
- Můžeme příležitostně zkusit **zábavné a vtipné příspěvky**, memes na téma turistiky <https://topmemes.cz/memes/cestovani/> - neformálnost oceňují zástupci mladší cílové skupiny
- Pracovat v **příspěvcích s lidmi, emocemi a zážitky**, příp. i s osobnostmi
- Posílit provázanost **s webem**
- Využít synergie s našimi dalšími profily – **Stezka hradů a zámků, Kongresy, Film Office**