

Jak si vedla turistická oblast Pálava na sociálních sítích v roce 2025?

Turistická oblast Pálava v roce 2025 dále upevnila svou pozici jedné z nejatraktivnějších destinací jižní Moravy. Sociální sítě zaznamenaly **nejvyšší dosahy a míru zapojení v historii profilů**, což jasně potvrzuje, že nová komunikační strategie byla zvolena správně.

Změna stylu komunikace, větší důraz na vizuální autenticitu, storytelling a systematická spolupráce s Quality Partners * přinesly **měřitelné a nadstandardní výsledky napříč platformami**.

Facebook: Silný růst a budování komunity

Facebookový profil destinace Pálava zaznamenal v roce 2025 **výrazný růst ve všech sledovaných metrikách**. Zásadní zlom nastal od května, kdy se rozběhly nové kampaně a začala hlavní turistická sezóna. Od tohoto období je patrný kontinuální nárůst dosahů i interakcí.

Výsledky za rok 2025:

- Zobrazení příspěvků: **2,5 milionu**
- Interakce s obsahem: **61,5 tisíce (+279 %)**
- Kliknutí na odkazy: **3 189 (+460,5 %)**
- Návštěvy profilu: **26,4 tisíce (+177,3 %)**
- Noví sledující: **2 811 (+587,3 %)**

Facebook se stal nejen silným inspiračním kanálem, ale také **významným zdrojem návštěvnosti webu destinace**. K nejúspěšnějším formátům patřily autentické fotografie krajiny, videa s Quality Partners, soutěže a sezónní témata. Obsah přirozeně propojil vizuální atraktivitu s praktickými informacemi o regionu a přispěl k budování důvěry a aktivní komunity sledujících.

Instagram: Vizuální výkladní skříň regionu

Také Instagram v roce 2025 potvrdil svou roli klíčového vizuálního kanálu. Od května se výrazně zvedly všechny důležité metriky, a to díky kombinaci sezónnosti a nového komunikačního přístupu.

Výsledky za rok 2025:

- Zobrazení: **170 300**
- Dosah: **39 900 (+28,9 %)**
- Interakce s obsahem: **6 700 (+100 %)**
- Kliknutí na odkaz: **217 (-79,8 %)**
- Návštěvy profilu: **3 693 (+28,7 %)**
- Noví sledující: **1 200 (stabilní růst komunity)**

Největší zájem uživatelů byl zaznamenán v letní sezóně (červenec–září) a následně v adventním období. Nejlépe fungoval obsah zaměřený na **reálné momenty, západy slunce, tipy na výlety a jedinečnou atmosféru Pálavy**.

Pokles prokliků je v kontextu Instagramu přirozený – platforma slouží primárně jako inspirační médium, nikoli jako přímý prodejní kanál. Pozitivní zprávou je stabilně rostoucí engagement a aktivní komunita. Autentická komunikace, videa a storytelling s Quality Partners dlouhodobě posilují vztah publika k regionu a zvyšují povědomí o značce Pálava.

Reklamní kampaně: Efektivní podpora růstu

Placené kampaně byly spuštěny na přelomu května a června 2025 v návaznosti na novou komunikační strategii. I přes relativně krátké období dosáhly **nadprůměrných výsledků**.

Souhrn kampaní:

- Celkový dosah: **447 010 lidí**
- Zobrazení: **1 348 153**
- Průměrná četnost: **3,02**
- Vydaná částka: **38 340 Kč**

Cena za jedno zobrazení se pohybovala v řádu haléřů, což potvrzuje **vysokou efektivitu investic**. Téměř půlmilionový dosah během necelého půlroku aktivních kampaní je nadstandardní výsledek, který výrazně přispěl k růstu všech klíčových metrik.

Od června 2025 je zřejmé, že **kombinace kvalitního organického obsahu a cílené placené podpory přináší dlouhodobě pozitivní výsledky** a posiluje značku Pálava jako atraktivní turistickou destinaci.

* Quality Partners – partnerský program pro podnikatele v cestovním ruchu, více na palava.cz

Kontaktní spojení:

Barbora Bartlová
Destinační společnost Pálava, z.s.p.o.
Náměstí 158/1, 692 01 Mikulov
marketing@palava.cz

Marcela Koňáková
Destinační společnost Pálava, z.s.p.o.
Náměstí 158/1, 692 01 Mikulov
konakova@palava.cz