

Jak si vede turistická oblast Pálava na sociálních sítích?

Turistická oblast Pálava pokračovala i ve druhém kvartálu roku 2026 v intenzivní online komunikaci, která podporuje viditelnost regionu, zájem návštěvníků i prezentaci konkrétních míst, akcí a partnerů v turistické oblasti.

Druhé čtvrtletí se neslo ve znamení začínající hlavní turistické sezóny, výletních tipů, soutěží, video obsahu a atraktivních vizuálů z regionu. Sociální sítě tak nadále plnily důležitou roli při inspirování návštěvníků k cestám na Pálavu i při přivádění pozornosti ke konkrétním zážitkům v území.

Výraznou roli sehrál především obsah zaměřený na výlety, cykloturistiku, pobyty, akce v regionu a autentické fotografie z Pálavy. Právě kombinace praktických tipů, silných vizuálů a podpory vybraných příspěvků pomohla udržet region v online prostoru velmi viditelný.

Facebook www.facebook.com/palava.cz

Facebook zůstal nejsilnějším komunikačním kanálem turistické oblasti Pálava. Ve druhém kvartálu se podařilo oslovit široké publikum a podpořit zejména obsah s vysokým vizuálním potenciálem, soutěže a video formáty.

- Zobrazení obsahu: téměř **2 miliony**
- Noví sledující: **4 120**
- Zobrazení z organického obsahu: **904 196**
- Zobrazení z reklam: **1 070 364**
- Interakce s obsahem: **45 000**

Velmi dobře fungoval především video obsah. Nejvýraznější zásah mělo video „Vydej se s námi na kole kolem Pálavy!“, které dosáhlo více než 629 tisíc zobrazení. Silný výkon potvrzuje, že publikum dobře reaguje na obsah, který propojuje aktivní zážitek, konkrétní trasu a vizuálně atraktivní prostředí Pálavy.

Mezi další výrazné příspěvky patřila také soutěž o pobyt v rekreační oblasti Pasohlávky. Soutěžní a partnerský obsah se tak ukázal jako vhodný nástroj pro rozšiřování zásahu, podporu partnerů i zapojení publika.

Instagram www.instagram.com/destinace_palava

Instagram nadále fungoval jako vizuální výkladní skříň Pálavy. Ve druhém kvartálu se zde velmi dobře uplatnily silné fotografie z regionu, Reels, soutěže a příspěvky s jasným vizuálním nebo informačním sdělením.

- Zobrazení: **147 700**
- Dosah: **100 800**
- Interakce s obsahem: **8 544**
- Noví sledující: **1 464**
- Podíl zobrazení od nesledujících uživatelů: **86,8 %**
- Dosah od nesledujících uživatelů: **99 135**

Výsledky potvrzují, že Instagram účinně oslovuje nejen stávající komunitu, ale také nové publikum. Vysoký podíl zobrazení a dosahu od uživatelů, kteří profil zatím nesledují, ukazuje na silný potenciál obsahu dostávat Pálavu k novým návštěvníkům.

Mezi nejúspěšnější instagramové příspěvky patřil pohled na Svatý kopeček u Mikulova, soutěž o vstupenky na Pálavské vinobraní, důležité oznámení k turistické sezóně a soutěž o pobyt v rekreační oblasti Pasohlávky.

Instagram tak ve druhém kvartálu potvrdil svou roli kanálu, který staví hlavně na atmosféře regionu, vizuální atraktivitě a rychlé inspiraci pro návštěvníky.

Turistický portál www.palava.cz

Vedle sociálních sítí sehrál ve druhém kvartálu důležitou roli také web palava.cz, který slouží jako hlavní informační rozcestník pro návštěvníky turistické oblasti. Data z Google Analytics potvrzují stabilní zájem o praktické informace, výletní cíle, kalendář akcí i nabídku partnerů v regionu.

- **13 000** aktivních uživatelů
- **92 000** událostí
- **33 722** zobrazení stránek
- **16 799** návštěv
- průměrnou dobu zapojení **40 sekund**
- míru zapojení **42,72 %**

Největší zájem návštěvníků směřoval na prakticky orientované stránky. Nejnavštěvovanější byl **Kalendář akcí**, který dosáhl 9 525 zobrazení a zároveň vykázal velmi dobrou průměrnou dobu zapojení 1 minutu a 33 sekund. To potvrzuje, že návštěvníci aktivně vyhledávají aktuální program v regionu a web pro ně funguje jako užitečný plánovací nástroj.

Výraznou návštěvnost měly také stránky **Quality Partners, Výletní cíle a Tipy na výlety**. Právě tyto sekce ukazují, že uživatelé na webu hledají nejen inspiraci, ale i konkrétní možnosti, kam vyrazit a co v turistické oblasti navštívit.

Z pohledu akvizice návštěvnosti přivádělo nejvíce uživatelů organické vyhledávání, které tvořilo 5 144 návštěv. Velmi důležitou roli sehrála také placená propagace na sociálních sítích s 4 809 návštěvami, následovaná přímou návštěvností, placeným vyhledáváním a referral odkazy.

Zdroj DS Pálava

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