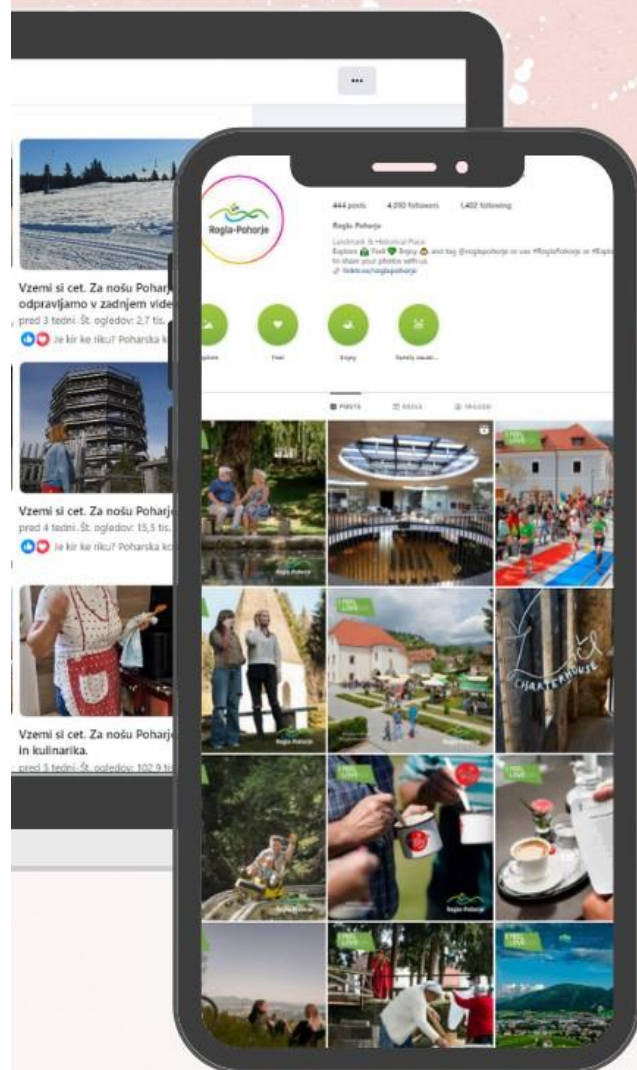


DIGITALNI MARKETING TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA – POHORJE – LETNO POROČILO

2023



23 FEBRUAR

Turistična destinacija Rogla - Pohorje

Avtor: Neža Vogelsang

KAZALO

1 UVOD V DIGITALNI MARKETING TDRP	3
2 SOCIALNA OMREŽJA	4
2.1 Analiza ciljne skupine po socialnih omrežjih	4
Facebook.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
Instagram.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
YouTube.....	7
Tik Tok.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
LinkedIn.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
2.2 Primerjalna analiza sledilcev družbenih omrežij	12
2.3 Primerjava leto 2023 – Facebook in Instagram.....	14
Facebook.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
Instagram.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
3 TOP OBJAVE.....	17
3.1 Organske objave	17
3.2 Sponzorirane objave	18
Povzetek sponzoriranih objav projekta	20
4 SPLETNA STRAN	23
4.1 Obiskovalci spletne strani.....	23
4.2 Analiza podstrani	23
4.3 SEO analiza.....	24
5. SKLEP	26
Kazalo slik	27

1 UVOD V DIGITALNI MARKETING TDRP

V poročilu bomo analizirali našo prisotnost na digitalnih platformah, vključno s socialnimi omrežji - Facebookom, Instagramom, YouTube-om, TikTocom in LinkedInom. Prikazali bomo rezultate analize spletne strani, ki razkrivajo usmerjanje informacij, privabljanje obiskovalcev ter sledenje trendom in preferencam ciljne publike. Osvetlili bomo najboljše objave, ki so pritegnile pozornost sledilcev, ter izvedli analizo učinkov promocije vsebin. Ocena rezultatov nam bo omogočila vpogled v uspešnost pristopov, hkrati pa prepoznavanje priložnosti za izboljšave in nove usmeritve v prihodnosti. Skozi strateško razčlenitev bomo oblikovali temelje za nadaljnjo uspešnost digitalne poti v letu 2024.

2 SOCIALNA OMREŽJA

V digitalni dobi, kjer se informacije širijo s hitrostjo svetlobe, postaja prisotnost na socialnih omrežjih ključnega pomena za uspeh vsake turistične destinacije. Turistična destinacija Rogla - Pohorje zavzeto **sledi trendom sodobnega digitalnega trženja**, z ustvarjanjem in utrjevanjem svoje prepoznavnosti preko različnih platform. Z zavestnim pristopom k družbenim omrežjem, kot so **Facebook, Instagram, YouTube, TikTok in LinkedIn**, nenehno vzpostavljamo povezavo s svojo ciljno publiko in gradimo močno digitalno skupnost.

Naša prisotnost na teh socialnih platformah ni le sredstvo za promocijo, ampak tudi priložnost za poglobljeno interakcijo s sledilci, pri čemer smo sposobni deliti izjemne trenutke, informacije o dogodkih ter predstaviti **edinstveno identiteto destinacije**. Skozi bogato vizualno in vsebinsko vsebino na Instagramu in Facebooku izražamo čar destinacije Rogla - Pohorje, medtem ko na YouTube-u delimo izkušnje v video formatu. TikTok nam omogoča, da na svež in zabaven način nagovorimo mlajšo ciljno skupino, medtem ko na LinkedInu gradimo poslovne povezave in komuniciramo z relevantnimi deležniki v turistični industriji.

V tem letnem poročilu bomo podrobneje raziskali našo prisotnost na vsaki od teh platform ter analizirali učinkovitost naših marketinških pristopov. Skozi nenehno prilagajanje strategij in krepitev on-line skupnosti na socialnih omrežjih bomo še naprej **gradili prepoznavnost ter privabljali nove obiskovalce v našo destinacijo**.

2.1 Analiza ciljne skupine po socialnih omrežjih

V današnjem digitalnem okolju, kjer so družbena omrežja postala ključna platforma za komunikacijo in izmenjavo informacij, se Turistična destinacija Rogla-Pohorje osredotoča na natančno analizo svoje ciljne skupine na socialnih omrežjih. Razumevanje strukture sledilcev nam omogoča prilagajanje naših vsebin ter oblikovanje pristopov, ki bodo še bolj ciljno usmerjeni. V tem poglavju bomo podrobno raziskali demografske značilnosti naše digitalne skupnosti na vsaki od teh platform. S tem pristopom bomo lažje oblikovali relevantne marketinške strategije ter še bolj poglobljeno vzpostavljali povezave z našo ciljno publiko na vsakem koraku njihove digitalne poti.

Facebook

Facebook je vodilna družabna platforma, ki povezuje posameznike, skupnosti in podjetja po vsem svetu. Namensko je ustvarjen za osebno povezovanje, deljenje trenutkov in komunikacijo. Združuje ljudi z različnih področij njihovega življenja. Ta platforma omogoča izgradnjo osebnih odnosov, skupnostno deljenje vsebin ter predstavlja odlično orodje za oglaševanje in promocijo podjetij ter dogodkov. Facebook je osrednje mesto za ustvarjanje in krepitev družbenih povezav, ki presegajo meje in spodbujajo interakcijo med ljudmi v digitalnem svetu.

Trenutno število sledilcev na Facebook strani Rogla-Pohorje je 26.941 (na dan 28. 12. 2023).

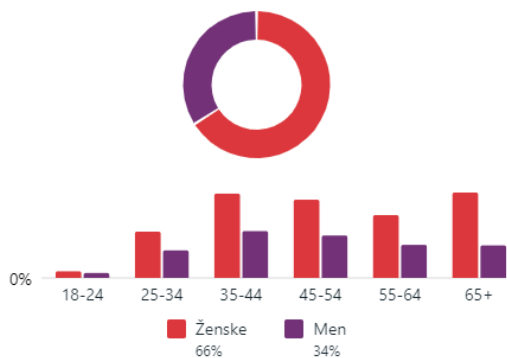
Na Facebook strani Rogla-Pohorje med sledilci prevladujejo ženske (66 %). Vidimo lahko, da je največ sledilcev med ženskami v starostni skupini 65 let ali več (15,5 %), sledi skupina 35-44 let (15,3%). Med

moškimi pa je na prvem mestu populacija 35-44 let (8,5 %) in na drugem letu 45-54 let (7,7 %). Najmanj sledilcev je v populaciji 18-24 let (1,2 % med ženskami in 0,9 % med moškimi)

Facebook followers ⓘ

26.941

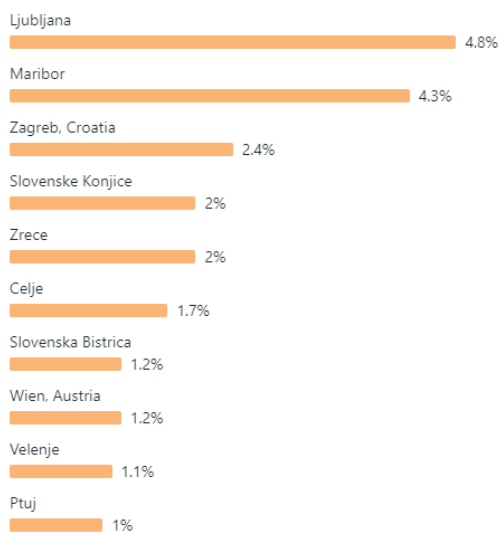
Spol in starost ⓘ



Slika 1: Struktura sledilcev Facebook

Če primerjamo med samo mesta, od koder prihajajo naši sledilci, je večina iz Ljubljane (4,8 %), sledi Maribor (4,3 %) in zatem Zagreb (2,4 %). Domačine najdemo na 4. in 5. mestu.

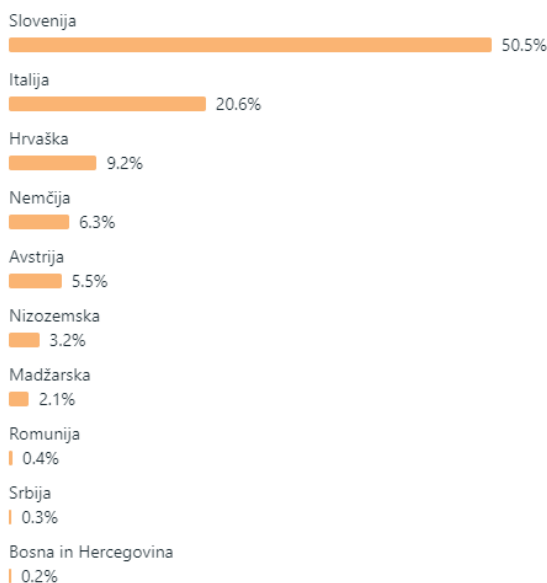
Najpogostejša mesta



Slika 2: Facebook sledilci po mestih

Največ sledilcev razumljivo prihaja iz Slovenije (več kot polovica), sledita mu sosedi Italija (20,6 %) in Hrvaška (9,2 %).

Najpogostejše države



Slika 3: Facebook sledilci po državah

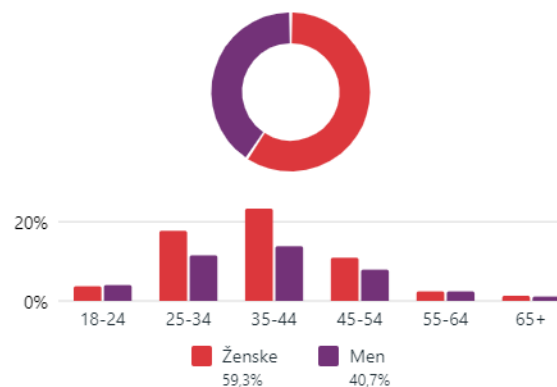
Instagram

Instagram je vizualna družbena platforma, zasnovana za ustvarjanje in deljenje vizualno privlačnih vsebin. Namenjen je kreativnemu izražanju posameznikov, podjetij ter umetnikov skozi fotografije in videoposnetke. Kot eden najbolj priljubljenih družbenih omrežij združuje ljudi z vseh koncev sveta, ki si izmenjujejo ideje, ustvarjalnost in trenutke svojega življenja. S svojim poudarkom na estetiki in vizualni zgodbi, Instagram postavlja temelje za osebno blagovno znamko, umetniški izraz ter povezovanje z občinstvom preko privlačnih vizualnih vsebin.

Trenutno število sledilcev na Instagram profilu roglapohorje je 4335 (na dan 28. 12. 2023).

Tudi tukaj prevladujejo ženske s 59,3 %, vendar je večina mlajše populacije kot pri Facebooku in sicer prevladuje starostna skupina 35-44 let (23,3 %). Iz iste starostne skupine prihaja večina moških sledilcev (13,8 %). Najmanj tako moških kot žensk je med starejšo populacijo, 65 let ali več (1,3 % med ženskami in 1,1 % med moškimi) in v skupini 55-64 let (2,4 % med tako moškimi kot ženskami).

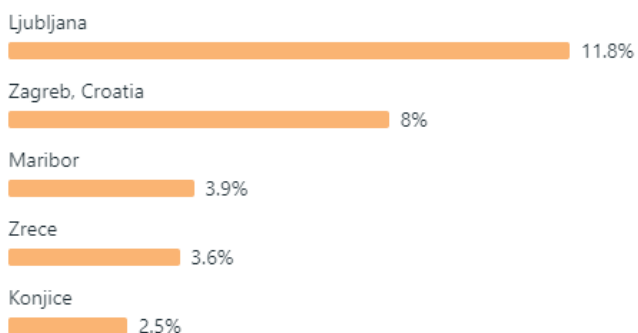
Spol in starost ⓘ



Slika 4: Struktura sledilcev Instagram

Med mesti tudi tukaj prevladuje Ljubljana z 11,8 %, takoj za njo pa je Zagreb s 8 %, sledi Maribor s 3,9 %. Zreče in Slovenske Konjice sta tudi tukaj na četrtem in petem mestu.

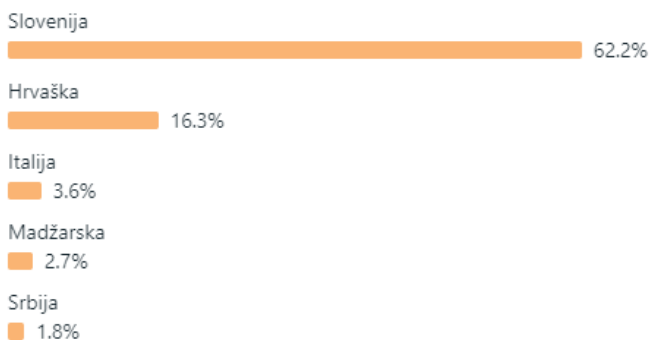
Najpogostejša mesta



Slika 5: Instagram sledilci po mestih

Po državah vodi Slovenija (62,2 %), sledi Hrvaška in nato Italija.

Najpogostejše države



Slika 6: Instagram sledilci po državah

YouTube

YouTube je vodilna platforma za deljenje videov, ki omogoča ustvarjanje, objavljanje in odkrivanje vsebin v raznolikih žanrih. Namenjen je ustvarjanju skupnosti ustvarjalcev in gledalcev, ki si delijo znanje, zabavo in izkušnje. S svojo globalno prisotnostjo, YouTube omogoča dostop do širokega občinstva ter ponuja priložnost za gradnjo osebne blagovne znamke ali poslovnega uspeha skozi vizualno vsebino. Platforma spodbuja raznolikost in ustvarjalnost, postavlja ustvarjalce v središče digitalne zabave in izobraževanja. YouTube predstavlja virtualno prizorišče, kjer se srečujejo ideje, znanje in navdih.

Youtube kanal Rogla – Pohorje ima 79 naročnikov (na dan 28. 12. 2023). V letu 2023 so bili naši videi ogledani kar 23.999x, skupno so si gledalci ogledali 306,2 ur. Pridobili smo 39 novih naročnikov



Slika 7: YouTube rast naročnikov

Največ gledalcev najdemo v starostni skupini 35-44 let(28,4%), najmanj pa med 18-24 let (4,4 %).

Starost gledalca ↓	Ogledi	Povprečno trajanje gledanja	Povprečje gledanja v odstotkih	Čas gledanja (ure)
13–17 let	—	—	—	—
18–24 let	4,4 %	0:36	58,4 %	3,5 %
25–34 let	17,2 %	0:44	73,7 %	17,0 %
35–44 let	28,4 %	0:45	75,8 %	28,2 %
45–54 let	25,8 %	0:46	75,9 %	26,4 %
55–64 let	15,7 %	0:45	71,4 %	15,6 %
65 ali več let	8,6 %	0:48	74,5 %	9,2 %

Slika 8: Struktura naročnikov YouTube

Med gledalci prevladujejo moški s 62,9 %.

Spol gledalca ↓	Ogledi	Povprečno trajanje gledanja	Povprečje gledanja v odstotkih	Čas gledanja (ure)
Ženski	37,1 %	0:45	71,7 %	37,4 %
Moški	62,9 %	0:44	72,3 %	62,6 %

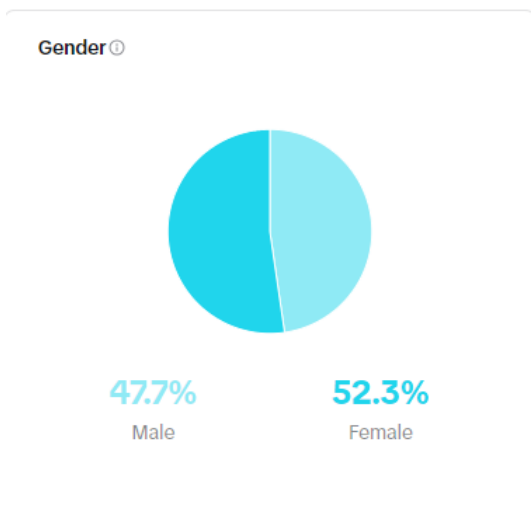
Slika 9: Struktura naročnikov YouTube

Tik Tok

TikTok je dinamična platforma, ki omogoča ustvarjanje, deljenje in odkrivanje kratkih, zabavnih videoposnetkov. Namenjen je ustvarjanju kreativnih vsebin, povečevanju izražanja in povezovanju ljudi po vsem svetu skozi avtentičnost in spontanost. S svojo edinstveno zasnovo spodbuja inovativnost ter omogoča posameznikom, umetnikom in podjetjem, da svoje zgodbe predstavijo na preprost in zabaven način. TikTok predstavlja sodoben pristop k družbenemu povezovanju, ki združuje ustvarjalnost in globalno skupnost ter postavlja temelje za izmenjavo unikatnih izrazov.

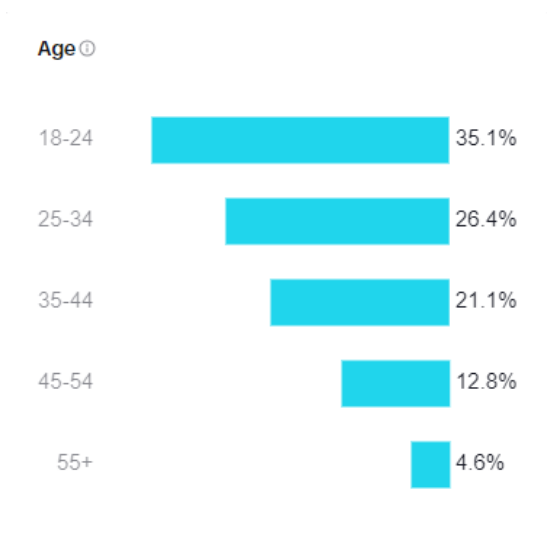
Gre za omrežje, kateremu smo se pridružili v letu 2023. Trenutno število sledilcev je 1447 (na dan 28. 12. 2023). Skupno število všečkov je bilo 10.026.

Tudi na tem profilu med spoloma prevladujejo ženske, ki med sledilci predstavljajo malenkost več kot polovico.



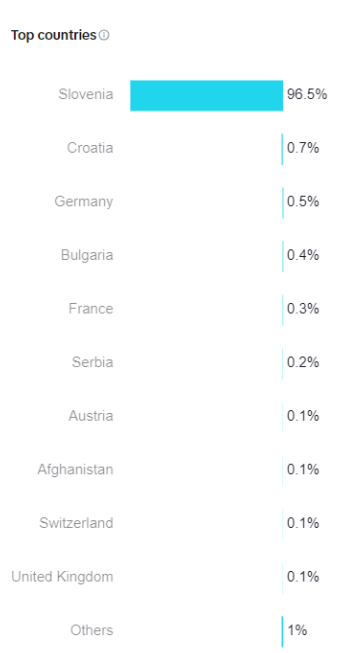
Slika 10: Struktura sledilcev TikTok

Tik Tok med družbenimi omrežji izstopa po starostni strukturi. Največ sledilcev je v skupini 18-24 let (35,1 %), nato pa se z vsako naslednjo starostno skupino zmanjšujejo.



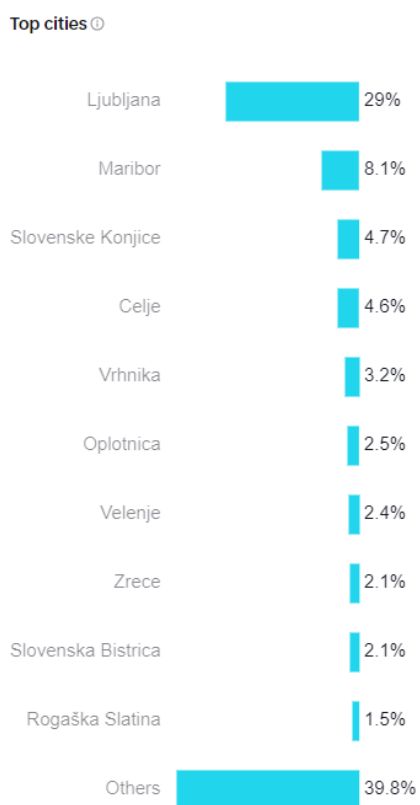
Slika 11: Struktura sledilcev TikTok

Po državah prevladuje Slovenija, manj kot procent sledilcev prihaja iz Hrvaške in Nemčije.



Slika 12: TikTok sledilci po državah

Med mesti na vrhu znova najdemo Ljubljano z 29 %, sledita ji Maribor z 8,1 % in Slovenske Konjice s 4,7 %.

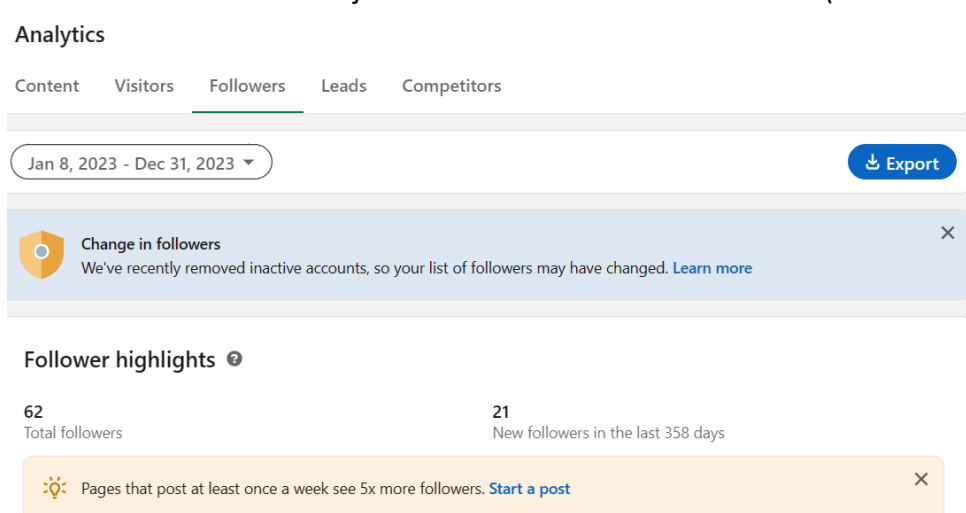


Slika 13: TikTok sledilci po mestih

LinkedIn

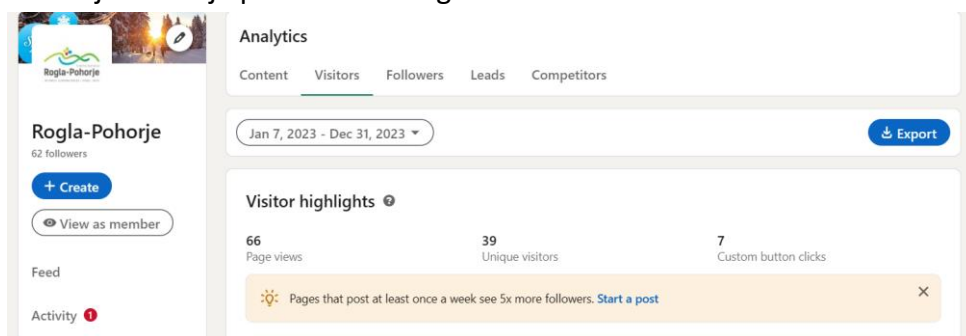
LinkedIn je profesionalno omrežje, ustvarjeno za povezovanje poslovnih profesionalcev, podjetij in iskalcev zaposlitve. Namenjen je gradnji in krepljenju poslovnih odnosov, izmenjavi informacij, ter razvoju kariere. Za posameznike predstavlja odlično platformo za osebno blagovno znamko, mreženje in pridobivanje poslovnih priložnosti, medtem ko podjetjem omogoča gradnjo ugleda, iskanje talentov ter promocijo izdelkov in storitev. LinkedIn je ključno orodje za profesionalni razvoj in izmenjavo znanja, hkrati pa zagotavlja odlično okolje za navezovanje povezav v poslovnem svetu.

Profil smo ustvarili februarja 2023 in ima trenutno 62 sledilcev (na dan 31. 12. 2023).



Slika 14: Sledilci LinkedIn

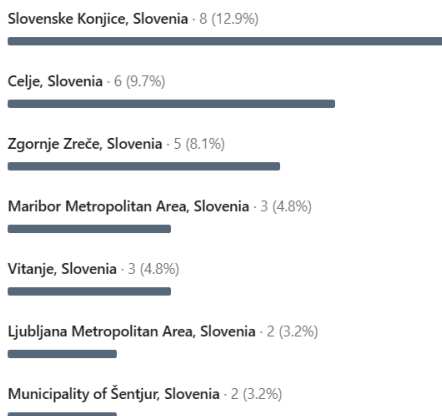
V zadnjem letu je profil imel 66 ogledov strani.



Slika 15: LinkedIn ogledi

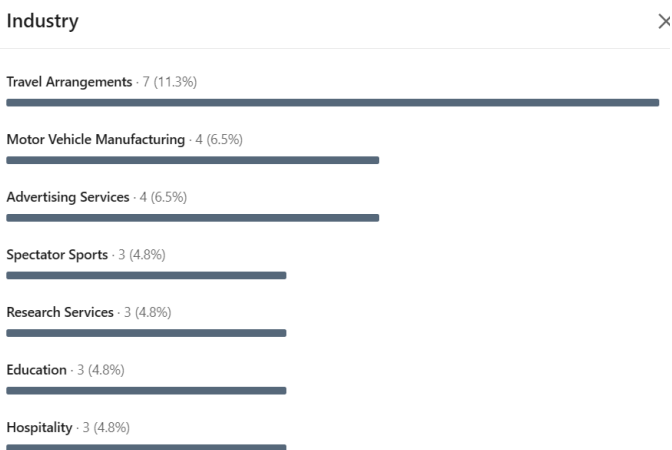
Največ sledilcev prihaja iz Slovenije, iz Slovenskih Konjic, Celja, Zreč, Maribora in Vitanja. Na seznamu sicer lahko najdemo tudi po enega sledilca iz Italije, Indije, Češke, Irske, Avstrije, Savdske Arabije, Francije in Brazilije.

Location



Slika 16: LinkedIn sledilci po mestih

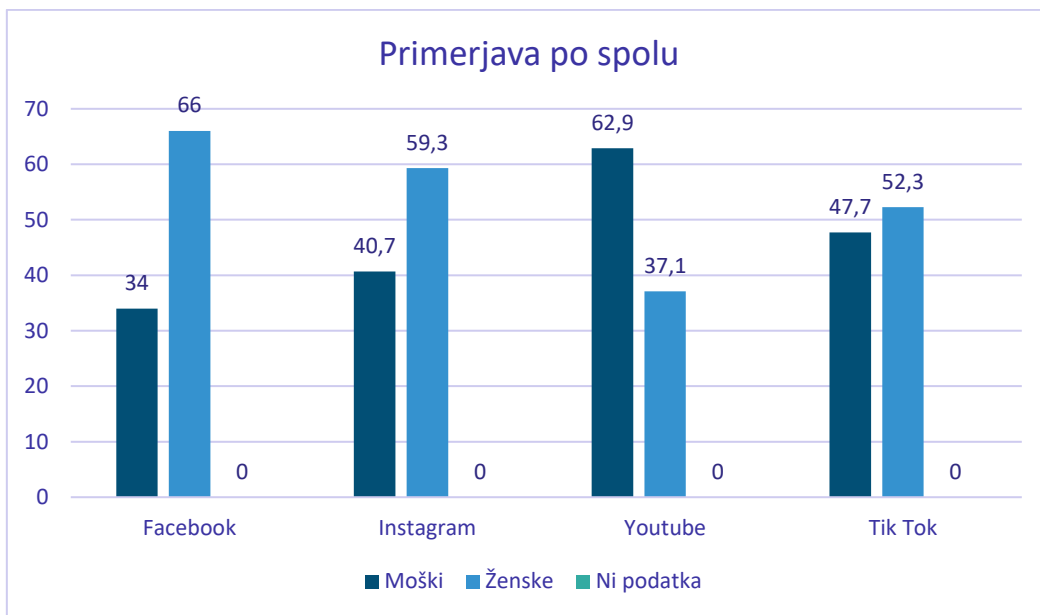
Največ sledilcev prihaja iz turističnega sektorja (11,3 %), sledi avtomobilska in oglaševalska industrija.



Slika 17: LinkedIn sledilci po zaposlitvi

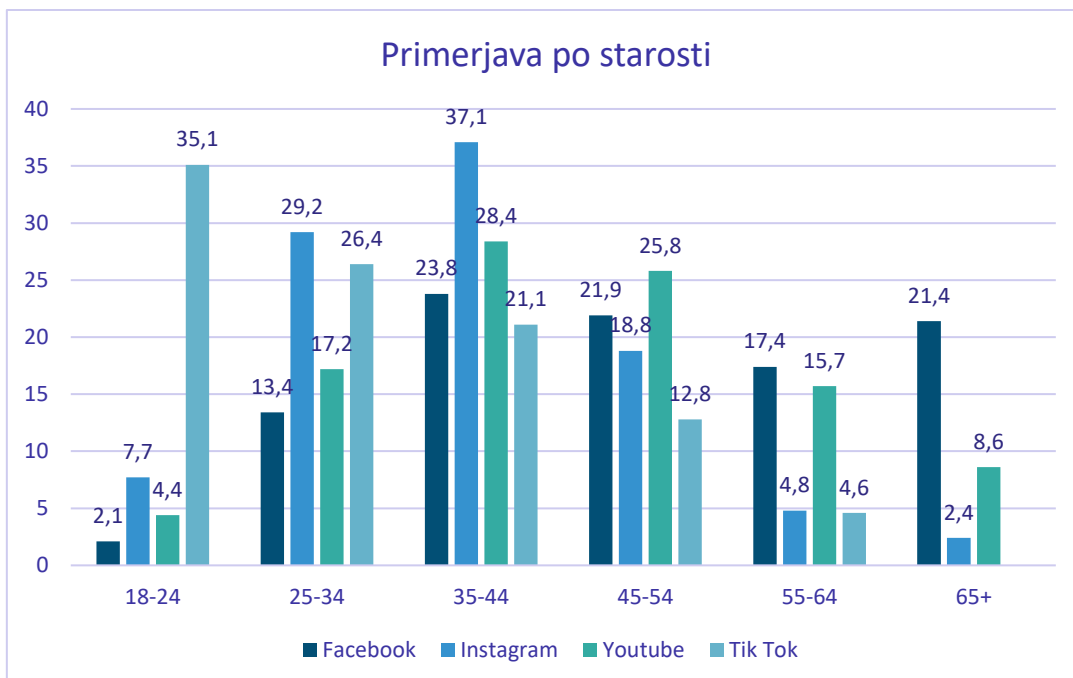
2.2 Primerjalna analiza sledilcev družbenih omrežij

Če primerjamo analizo sledilcev po spolu, vidimo, da na skoraj vseh prevladujejo ženske. Moški med sledilci vodijo le na Youtube kanalu.



Slika 18: Analiza socialnih omrežij po spolu

Po starosti vidimo, da največ sledilcev pripada populaciji 35-44 let (27,6 %), sledi skupina 25-34 let (21,55 %), nato 45-54 let (19,83 %), 18-24 let (12,33 %), 55-64 let (10,63 %) in nazadnje še 65+ (8,1 %). Opazimo lahko, da predvsem Facebook prevladuje med starejšo populacijo, medtem ko Tik Tok in Instagram med mlajšo. Največje odstopanje je pri TikToku, od koder prihaja največ pripadnikov skupine 18-24 let.

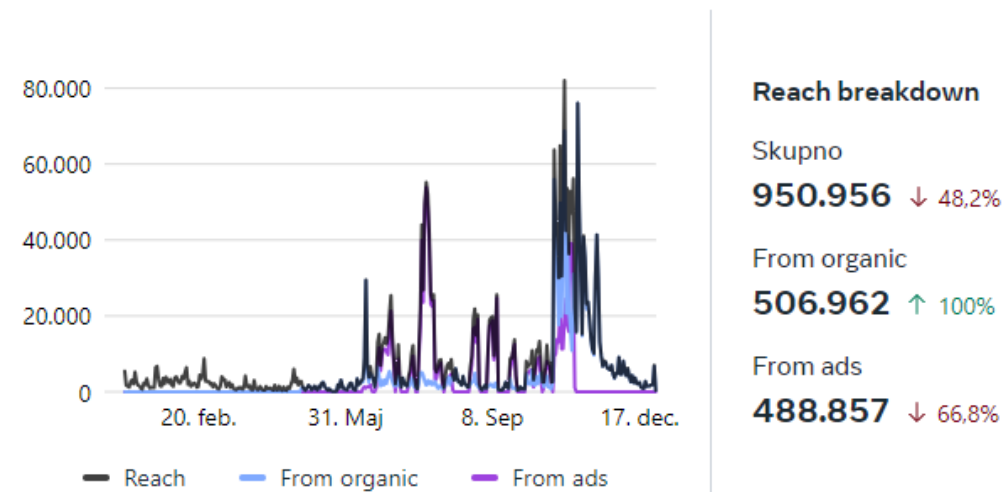


Slika 19: Analiza socialnih omrežij po starosti

2.3 Primerjava leto 2023 – Facebook in Instagram

Facebook

Skupno smo v letu 2023 dosegli 950.956 oseb, od tega več kot polovico z organskimi objavami in slabo polovico s plačljivimi oglasi.



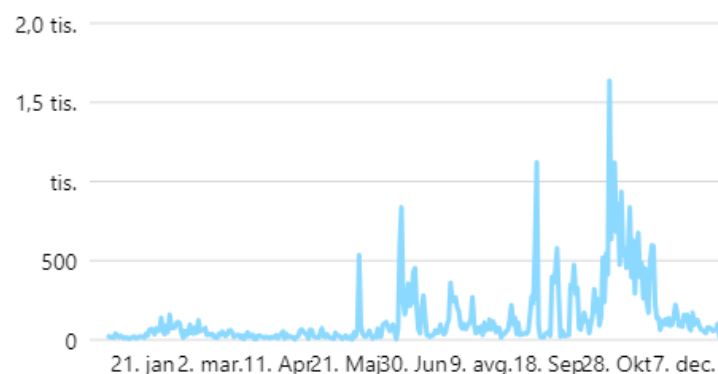
Slika 20: Facebook doseg

Našo Facebook stran je v letošnjem letu obiskalo 48.250 oseb, največ konec oktobra, kar lahko pripišemo takrat trajajoči marketinški kampanji. Obisk strani se je v primerjavi z lanskim letom povečal za več kot 200 %.

Visits

Facebook visits ⓘ

48.250 ↑ 208%

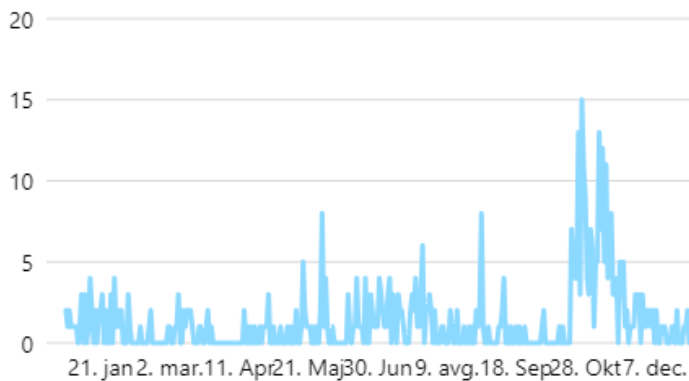


Slika 21: Facebook obisk strani

Facebook stran je v letu 2023 všečkalo 490 oseb, kar je manj kot v istem obdobju lani. Največ všečkov smo dobili v obdobju trajanja marketinške kampanje.

Facebook Page new likes ⓘ

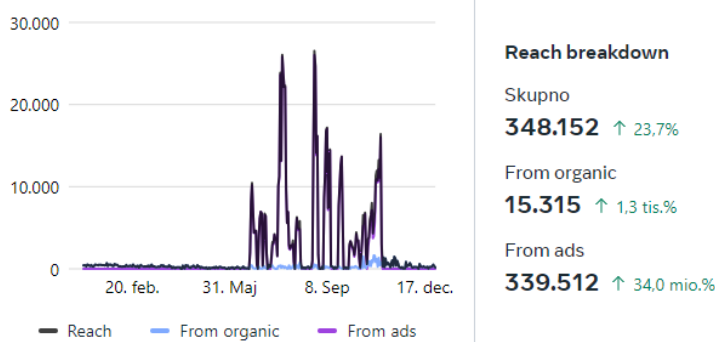
490 ↓ 8,1,3%



Slika 22: Rast sledilcev Facebook

Instagram

S pomočjo Instagrama smo v letu 2023 dosegli 348.152 profilov, od tega več kot 97 % s plačljivimi oglasi in slabe 3 % z organskimi objavami.

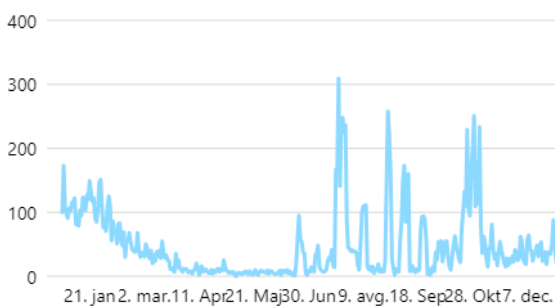


Slika 23: Instagram doseg

Profil je obiskalo 17.349 oseb, kar je več kot 50 % več kot v istem obdobju lani.

Instagram profile visits ⓘ

17.349 ↑ 55,6%

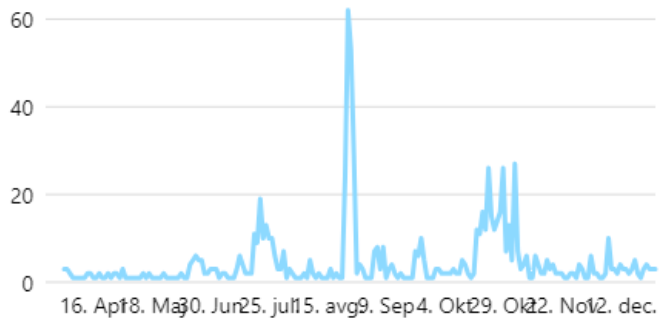


Slika 24: Instagram obisk strani

Pridobili smo 901 novega sledilca na Instagram profilu.

New Instagram followers ⓘ

901–



Slika 25: Rast sledilcev Instagram

3 TOP OBJAVE

3.1 Organske objave

Organske objave so tiste objave na socialnih omrežjih, za objavo katerih nismo plačali. Uporabnikom se prikazujejo na podlagi algoritmov.

Facebook

Video napovednik Vzemi si cet. Za nošu Poharje. Trezika vabi.

Objavljen: 26. 10. 2023

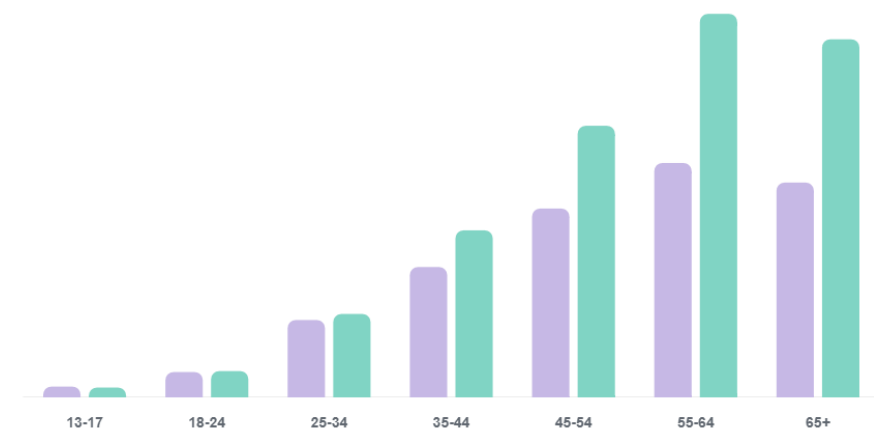
Dosežene osebe: 190,5 tisoč (na dan 3. 1. 2024)

Deljenja: 386

Komentarji: 306

Odzivi: 4,1 tisoč

40 % Moški 60 % Ženske



Slika 27: Gledalci po starosti in spolu

Instagram

Video napovednik Vzemi si cet. Za nošu Poharje. Rogla

Objavljen: 16. 11. 2023

Dosežene osebe: 2453 (na dan 3. 1. 2024)

Interakcije: 176

Deljenja: 3

Všečki: 170

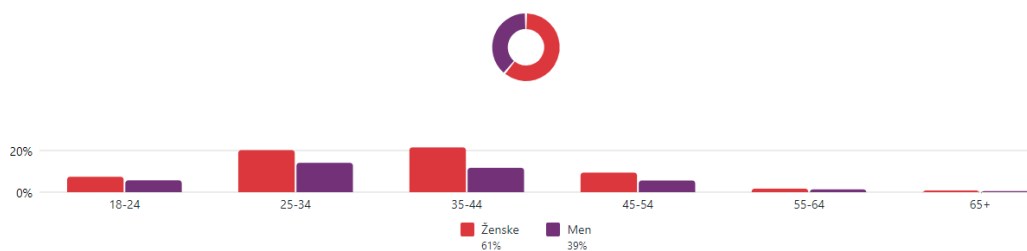


Slika 26: Trezika in 'ramunike'



Slika 28: Napovednik Rogla

Spol in starost ①



Slika 29: Gledalci po starosti in spolu

TikTok

Video napovednik Vzemi si cet. Za nošu Poharje. Trezika vabi.

Objavljen: 26. 10. 2023

Dosežene osebe: 49,7 tisoč (na dan 3. 1. 2024)

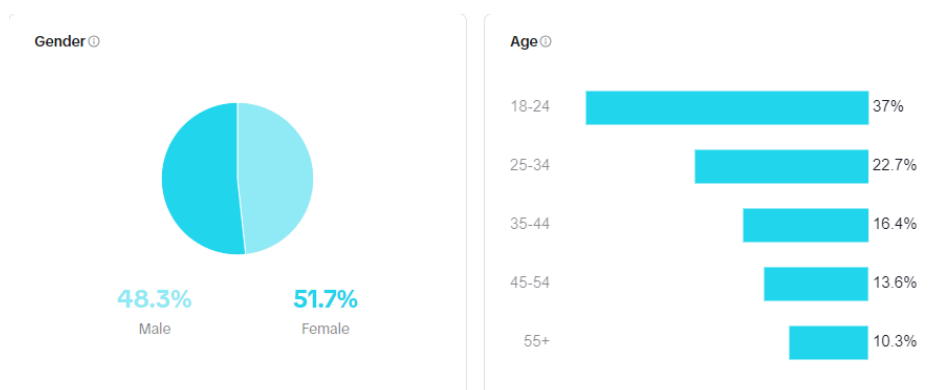
Všečki: 2,3 tisoč

Komentarji: 14

Deljenja: 104



Slika 30: Trezika in 'ramunike'



Slika 31: Struktura gledalcev po starosti in spolu

3. 2 Sponzorirane objave

Sponzorirana vsebina označuje vsebino, za katero je bil plačan prostor ali vsebina, ki je bila ustvarjena v sodelovanju z oglaševalcem ali sponzorjem. V digitalnem marketingu se ta izraz pogosto uporablja za označevanje objav na družbenih omrežjih, blogih, spletnih mestih ali drugih platformah, ki so bile ustvarjene kot del plačane oglaševalske kampanje.

Facebook in Instagram

Plačljivo promocijo smo izvajali v sklopu Javnega razpisa za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2023. Aktivnost sponzoriranih objav je potekala v obdobju od junija do novembra.

Pri projektu z imenom Zelena #RoglaPohorje smo komunicirali naslednje nosilne in podporne produkte:

- Aktivna doživetja na prostem,
- Zdravje in dobro počutje,
- Mesta in kultura,
- Turizem na podeželju,
- Prireditve in dogodki,
- Gastronomija

Oglaševalske kampanje smo izvajali na slovenskem trgu in na naslednjih tujih trgih:

- Hrvaška,
- Madžarska,
- Avstrija,
- Nemčija,
- Italija

Komunicirali smo:

- **Junij** – dogodki in prireditve, dobro počutje (prvi poletni dan in nov nabor doživetij, termalni bazeni), mesta in kultura (brezplačna poletna vodenja)
- **Julij** – dogodki in prireditve (Žička kartuzija), aktivna doživetja na prostem (golf na Zlatem Griču), zdravje in dobro počutje (Wellness in Spa center Idila), mesta in kultura ter turizem na podeželju (natečaj Moja dežela – lepa in gostoljubna), turizem na podeželju (Grajska dama)
- **Avgust** – Aktivna doživetja na prostem (zelena doživetja z gostiščem Smogavc, adrenalinsko sankališče Zlodejevo), dogodki in prireditve/gastronomija (praznik pohorskega lonca)
- **September** – dogodki in prireditve (pozdrav jeseni v Oplotnici, Konjiški maraton), mesta in kultura (Žička kartuzija)
- **Oktober** - dobro počutje (ugodnosti za ohranjanje vitalnosti seniorjev), gastronomija (teden restavracij v restavraciji Spargus, gostišče Smogavc), aktivna doživetja na prostem (kolesarjenje na Zlatem griču), mesta in kultura (Žička kartuzija)

Povzetek sponzoriranih objav projekta

Facebook

Število objav: 31

Strošek oglaševanja: 1777,19 € + DDV

Skupni doseg: 801.363

Instagram

Število objav: 26

Strošek oglaševanja: 1438,93 € + DDV

Skupni doseg: 312.059

Doseg po starosti in spolu

Z objavami smo dosegli največ žensk v starostni skupini 65+ let, med moškimi pa kategorijo 45-54 let. Najmanjši doseg smo imeli v mlajši populaciji.

Starost	Spol	Doseg ↓	Prikazi
65+	Ženske	84.361	252.365
45-54	Moški	84.361	196.740
25-34	Moški	84.233	233.581
65+	Moški	81.801	233.637
35-44	Moški	79.496	192.732
55-64	Moški	76.552	215.283
55-64	Ženske	67.079	207.978
45-54	Ženske	64.775	153.282
35-44	Ženske	62.599	140.384
25-34	Ženske	51.845	121.800
18-24	Ženske	28.163	52.945
18-24	Moški	27.779	63.481
13-17	Ženske	2.048	10.260
13-17	Moški	1.664	9.740

Slika 32: Doseg sponzoriranih objav po starosti in spolu

Doseg po državah

Pričakovano smo največji dosegi beležili med Slovenci. Sledi sosednja Avstrija, Nemčija, ter še preostale sosednje države.

Država	Doseg	Prikazi
Slovenija	354.597	1.310.601
Avstrija	75.016	133.286
Nemčija	37.892	74.399
Italija	123.789	179.234
Hrvaška	137.742	278.847
Madžarska	72.328	120.854
Indija	—	1
Total results 7 / 7 rows display	801.363 Accounts Center accounts	2.097.222 Skupaj

Slika 33: Doseg sponzoriranih objav po državah

TOP Objava – Facebook

Video Vzemi si cet. Za nošu Poharje. Ivan Minatti

Objavljen: 31. 10. 2023

Dosežene osebe: 72.413 tisoč (na dan 3. 1. 2024)

Všečki: 807

Komentarji: 42

Deljenja: 59



Slika 34: TOP sponzorirana objava Ivan Minatti

Najmanjši rezultat – Facebook

Festival pod Pohorjem – nemški trg

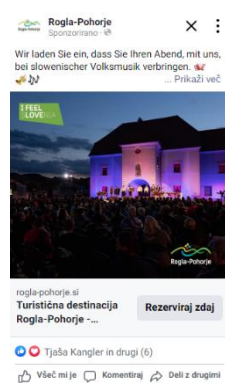
Objavljen: 27. 6. 2023

Dosežene osebe: 7.620 (na dan 3. 1. 2024)

Interakcije: 119

Kliki povezave: 116

Komentarji objav: 30



Slika 35: Najmanj gledana sponzorirana objava Festival pod Pohorjem za nemški trg

TOP Objava – Instagram

Objava Adrenalinsko sankališče Zlodejevo – hrvaški trg

Objavljen: 30. 8. 2023

Dosežene osebe: 45.016 (na dan 3. 1. 2024)

Interakcije: 737

Kliki povezave: 626

Komentarji objav: 3



**Slika 36: TOP
sponzorirana
objava Zlodejevo
za hrvaški trg**

Najmanjši rezultat – Instagram

Objava Prvi poletni dan

Objavljen: 21. 6. 2023

Dosežene osebe: 8576 (na dan 3. 1. 2024)

Interakcije: 69

Kliki povezave: 60

Komentarji objav: 0



**Slika 37: Najmanj
gledana
sponzorirana
objava prvi poletni
dan**

4 SPLETNA STRAN

Spletna stran Turistične destinacije Rogla-Pohorje igra ključno vlogo v naši digitalni prisotnosti. Predstavlja virtualna vrata, skozi katera obiskovalci vstopajo v svet naše destinacije ter pridobivajo informacije o ponudbi in dogodivščinah. Poudarjamo tudi pomen učinkovitega pozicioniranja na največjem iskalniku, Googlu. Zavedamo se, da je dobra vidnost na tem iskalniku ključna, saj večina uporabnikov začne svoje iskanje prav tu. Biti dobro pozicioniran na Googlu ni le marketinški trik, temveč nepogrešljiv element, ki omogoča enostavno najdbo informacij za uporabnike ter vpliva na privabljanje novih obiskovalcev in prepoznavnost Turistične destinacije Rogla-Pohorje.

4.1 Obiskovalci spletne strani

Od prvega julija, ko je v veljavo prišla GA4, smo na spletni strani rogla-pohorje.si izmerili 48.311 obiskovalcev, od tega 46.013 novih obiskovalcev. Povprečno so se na spletni strani zadržali 50s.

Največ obiskovalcev pričakovano prihaja iz Slovenije, sledi Hrvaška, nato Nemčija in Avstrija. Za njima je Italija, presenetljivo pa sta na 6. in 7. mestu ZDA in Indonezija.

	Country ▾ +	↓ Users 100% of total	New users 100% of total
		48,311	46,013
1	Slovenia	38,013	36,693
2	Croatia	1,785	1,693
3	Germany	1,569	1,448
4	Austria	1,480	1,370
5	Italy	813	747
6	United States	692	497
7	Indonesia	599	541
8	Hungary	578	533
9	France	284	252
10	Netherlands	276	250

Slika 38: Obiskovalci spletne strani po državah

4.2 Analiza podstrani

Največ obiskovalcev je lani obiskalo rubriko dogodki in prireditve, sledita znamenitosti Lovrenška jezera in Žička kartuzija. Uspeh poharske komedije je poskrbel, da je bila to 4. najbolj obiskana podstran, sledijo pa znamenitosti in ponudba nastanitev.

Page title and screen class	↓ Views	Users
	86,585 100% of total	48,311 100% of total
1 Turistična destinacija Rogla-Pohorje - doživetja za vse generacije	16,210	6,453
2 Zanimivi dogodki in prireditve vabijo na Destinacijo Rogla-Pohorje	3,507	2,490
3 Lovreška jezera - slikovita jezera sredi pohorskih gozdov.	3,025	2,608
4 Žička Kartuzija - nekdanji samostan z bogato zgodovino	2,484	2,012
5 Štajerska turneja Poharske komedije	2,193	1,840
6 Znamenitosti Destinacije Rogla-Pohorje vabijo k raziskovanju	1,610	899
7 Pestra ponudba nastanitev na lepi Destinaciji Rogla-Pohorje	1,586	892
8 Turistična destinacija Rogla-Pohorje vabi na oddih in raziskovanje	1,475	1,127
9 Kako pripraviti sadni kruh?	1,444	1,155
10 Pot na Lovrenška jezera	1,179	986

Slika 39: Najbolj gledano

4.3 SEO analiza

Po prikazih

Število prikazov pove, kolikokrat je bila spletna stran prikazana v rezultatih iskanja za določeno ključno besedo. Prikazi merijo, kako pogosto se stran prikaže uporabnikom, ki izvajajo določeno iskalno poizvedbo.

Naša stran se najpogosteje prikaže, ko uporabnik v google vpiše naslednje ključne besede:

- Rogla
- Terme zreče
- Slovenske konjice
- Lovrenška jezera
- Zreče
- Žička kartuzija
- Rogla smučišče
- Pot med krošnjami
- Vitanje
- Oplotnica

Po klikih

Število klikov predstavlja, kolikokrat so uporabniki dejansko kliknili na vašo spletno stran, ko je bila prikazana v rezultatih iskanja za določeno ključno besedo.

Kliki merijo, kolikokrat so uporabniki odprli spletno stran po tem, ko so jo videli v rezultatih iskanja.

Največ uporabnikov, ki kliknejo na našo spletno stran v google vpiše naslednje fraze:

- Lovrenška jezera
- Žička kartuzija
- Oplotniški vintgar

-
- Rogla
 - pohorska gobova juha
 - Rogla dogodki
 - kmečki sadni kruh
 - Slovenske Konjice
 - terme Zreče
 - pohorska komedija karte

5. SKLEP

Poročilo o marketinških aktivnostih za Turistično destinacijo Rogla - Pohorje ponuja vpogled v uspešnost naših prizadevanj v preteklem letu. Analiza učinkovitosti na družbenih omrežjih, spletni strani in drugih kanalih razkriva pozitivne trende in priložnosti za izboljšave. Zadovoljni smo z dosežki v povečanju sledilcev na družbenih omrežjih ter z aktivnostjo na spletni strani, vendar prepoznavamo potrebo po bolj specifičnih vsebinah za različne segmente ciljnega občinstva.

V prihodnosti bomo še okrepili svojo prisotnost na TikToku, kjer opažamo potencial za doseganje mlajše ciljne skupine. Prav tako bomo nadaljevali z optimizacijo vsebin na spletni strani za boljše rangiranje na iskalnikih in boljše uporabniško izkušnjo. Ključno bo še naprej graditi povezave z občinstvom prek sponzoriranih vsebin in morebitnih sodelovanj z vplivneži.

Skupaj s partnerji bomo usmerjeni v krepitve našega blagovnega imena in povečanje privlačnosti destinacije. S trdno usmeritvijo in izvedbo priporočil iz tega poročila bomo nadaljevali z uspešnim pozicioniranjem Turistične destinacije Rogla - Pohorje na turističnem zemljevidu.

Cilj za leto 2024:

- povečanje števila obiskovalcev na spletni strani za 2%
- povečanje števila sledilcev Facebook strani Rogla-Pohorje za 4%
- povečanje števila sledilcev na Instagram profilu za 500 sledilcev
- povečanje števila naročnikov na youtube kanal za 2%
- povečanje števila sledilcev na Tik Toku za 500 sledilcev
- novo socialno omrežje: Threads
- mesečno pošiljanje e-novic
- mesečno objavljane blogov na spletni strani in komuniciranje po spletnih omrežjih

Kazalo slik

Slika 1: Struktura sledilcev Facebook	5
Slika 2: Facebook sledilci po mestih	5
Slika 3: Facebook sledilci po državah	6
Slika 4: Struktura sledilcev Instagram	6
Slika 5: Instagram sledilci po mestih	7
Slika 6: Instagram sledilci po državah.....	7
Slika 7: YouTube rast naročnikov	8
Slika 8: Struktura naročnikov YouTube	8
Slika 9: Struktura naročnikov YouTube	8
Slika 10: Struktura sledilcev TikTok	9
Slika 11: Struktura sledilcev TikTok	9
Slika 12: TikTok sledilci po državah	10
Slika 13: TikTok sledilci po mestih	10
Slika 14: Sledilci LinkedIn.....	11
Slika 15: LinkedIn ogledi	11
Slika 16: LinkedIn sledilci po mestih	12
Slika 17: LinkedIn sledilci po zaposlitvi.....	12
Slika 18: Analiza socialnih omrežij po spolu	13
Slika 19: Analiza socialnih omrežij po starosti.....	13
Slika 20: Facebook doseg	14
Slika 21: Facebook obisk strani	14
Slika 22: Rast sledilcev Facebook	15
Slika 23: Instagram doseg.....	15
Slika 24: Instagram obisk strani.....	15
Slika 25: Rast sledilcev Instagram.....	16
Slika 26: Trezika in 'ramunike'	17
Slika 27: Gledalci po starosti in spolu	17
Slika 28: Napovednik Rogla	17
Slika 29: Gledalci po starosti in spolu	18
Slika 30: Trezika in 'ramunike'	18
Slika 31: Struktura gledalcev po starosti in spolu	18
Slika 32: Doseg sponzoriranih objav po starosti in spolu	20
Slika 33: Doseg sponzoriranih objav po državah.....	21
Slika 34: TOP sponzorirana objava Ivan Minatti	21
Slika 35: Najmanj gledana sponzorirana objava Festival pod Pohorjem za nemški trg.....	21
Slika 36: TOP sponzorirana objava Zlodejevo za hrvaški trg	22
Slika 37: Najmanj gledana sponzorirana objava prvi poletni dan	22
Slika 38: Obiskovalci spletne strani po državah	23
Slika 39: Najbolj gledano	24