

SOCIAL MEDIA AUDIT

Audit sociálnych sietí

Beňovský bistro & market

31.08.2026 12:39



CELKOVÉ SKÓRE



INSTAGRAM



FACEBOOK



WEB

Celkové zhodnotenie

Značka Beňovský bistro & market má silný a autentický koncept (remeselné potraviny + bistro + Ekofarma Važec), ktorý je zrozumiteľne komunikovaný na webe aj sociálnych sieťach, a disponuje výborným social proof (Google 4,6/5 pri 270 recenziách, ocenenie Gault&Millau;). Najväčším problémom je nekonzistentnosť naprieč platformami – rôzne domény, nejednotný zápis názvu značky (diakritika) a rozdielne kontaktné údaje pôsobia neprofesionálne a mýlia zákazníka. Web je technicky najsilnejšou platformou, no chýba mu jasné CTA pre bistro a aktuálne podujatia. Facebook má nízku mieru zapojenia komunity vzhľadom na vek stránky a malý počet recenzií, zatiaľ čo Instagram nebolo možné auditovať priamo, čo samo osebe signalizuje potrebu internej kontroly. Najväčšia príležitosť leží v zjednotení brand identity (názov, domény, kontakty) a v prepojení silného offline social proof so systematickejšou, konzistentnejšou obsahovou a CTA stratégiou online.

Top odporúčania

- 1 Zjednotiť brand identitu naprieč platformami**
Zosúladiť názov značky (s diakritikou 'BEŇOVSKÝ'), jednu primárnu doménu a jednotné kontaktné údaje (telefón, e-mail) na webe, Facebooku aj Instagrame. Zníži to zmätok zákazníkov a posilní dôveryhodnosť a SEO.
- 2 Interný audit Instagramu**
Prihlásiť sa do IG Business Suite a manuálne skontrolovať bio, highlighty, pripnutý obsah, moderáciu komentárov/DM a frekvenciu publikovania. Bez tohto kroku chýbajú kľúčové dáta na optimalizáciu najdôležitejšej vizuálnej platformy.
- 3 Zaviesť jasné CTA pre bistro a market na webe**
Doplniť viditeľné tlačidlo 'Rezervovať stôl' alebo 'Objednať online' na hlavnú stránku, oddelené od rezervácie apartmánov, aby web priamo podporoval hlavný biznis (gastro/bistro).
- 4 Aktualizovať sekciu Podujatia a event na Facebooku**
Pravidelne pridávať nadchádzajúce podujatia na web aj FB event kalendár, čo zvýši dojem aktívnej a živej prevádzky a podporí zapojenie komunity.
- 5 Zvýšiť počet a viditeľnosť recenzií**
Aktívne vyzývať spokojných hostí k zanechaniu recenzie na Facebooku a Tripadvisor a vložiť widget s Google/Tripadvisor hodnotením priamo na web pre silnejší externý social proof.
- 6 Optimalizovať hashtag stratégiu na Instagrame**
Znížiť počet hashtagov na 2-3 relevantné a konzistentné (brandové + lokálne), namiesto súčasných až 12 generických, čo zlepší dosah a profesionálny dojem.
- 7 Zvýšiť frekvenciu a interakciu na Facebooku**
Pravidelnejšie publikovať obsah (min. 2-3x týždenne) a aktívne odpovedať na komentáre/správy, aby sa zlepšil pomer 'talking about this' k počtu fanúšikov a podporila organická viditeľnosť stránky.

Instagram

https://www.instagram.com/benovsky_bistro.market/

54

Priamy prístup na profil (aj na jednotlivé príspevky/reels) bol počas auditu blokován prihlasovacou stránkou Instagramu, preto väčšina technických a exekučných prvkov (bio, kategória, highlighty, stories, pinned obsah, komentáre, DM) musí byť overená interne klientom. Z verejne dostupných zdrojov (web značky, Facebook stránka, recenzné portály, indexované príspevky vo vyhľadávaní) vyplýva, že ide o silný, dobre hodnotený lokálny biznis s jasnou brand story a oceneniami, čo je skvelý základ pre obsah. Naopak, viditeľné signály z indexovaných príspevkov (nadmerné a nekonzistentné hashtagovanie, viacero rôznych webových domén v komunikácii, staršie dátumy indexovaného obsahu) naznačujú, že exekúcia na Instagrame má rezervy. Odporúčame kombinovať tento audit s interným prihlásením do IG Business Suite/Meta Ad Library, aby sa doplnili chýbajúce dáta o followeroch, insighty a reklamách.

Silné stránky	Slabé stránky
• Silná offline/online reputácia značky – vysoké hodnotenia na recenzných portáloch a ocenenie POP v sprievodcovi Gault&Millau; 2026, čo je výborný materiál pre obsah a social proof. • Konzistentné prepojenie – oficiálna webstránka bistrobenovsky.sk odkazuje priamo na správny a aktuálny Instagram profil @benovsky_bistro.market. • Autentický a jasne komunikovateľný brand koncept (remeselné potraviny + bistro + prepojenie na Ekofarmu Važec), ktorý dáva obsahu jasné tematické zázemie. • Profil aktívne využíva viac formátov (foto príspevky aj reels s lokálnymi/brandovými hashtagmi).	• Nadmerné a nekonzistentné používanie hashtagov (v indexovanom príspevku až 12 hashtagov namiesto odporúčaných 2-3, mix brandových aj veľmi generických). • Signály možnej neaktuálnosti obsahu – vo verejnom vyhľadávaní sa objavujú prevažne príspevky z roku 2024, bez jasného dôkazu čerstvej publikačnej aktivity v posledných týždňoch. • Nejednotná linková stratégia mimo IG – značka komunikuje viacero rôznych domén (bistrobenovsky.sk, benovskybm.sk, benovskypoprad.sk na Facebooku), čo môže mýliť CTA na link v biu. • Kľúčové exekučné prvky (bio, kategória profilu, highlighty, stories, pripnutý obsah, moderácia komentárov/DM) nie sú verejne overiteľné – vysoké riziko, že nie sú optimalizované, pokiaľ neboli nedávno interne skontrolované.

Prvý dojem

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Názov profilu (@username)	V poriadku	Profil vystupuje pod názvom „BEŇOVSKÝ bistro & market“ a handle @benovsky_bistro.market , čo presne korešponduje s názvom biznisu. Handle je čitateľný, priamo obsahuje meno značky a kategóriu (market/bistro), aj keď je o niečo dlhší kvôli prípone „.market“.	Handle je funkčný a vyhľadateľný, nie je nutné meniť. Zvážiť len skrátenú alternatívu vanity URL (napr. na visačkách/tlačovinách) pre jednoduchšie zapamätanie.
Profilová fotka	Neoverené	Priamy náhľad profilovej fotky sa nepodarilo získať – Instagram blokoval prístup prihlasovacou stránkou aj cez vyhľadávacie výsledky.	Klient by mal interne skontrolovať, či profilová fotka zobrazuje logo/značku zreteľne aj v malej miniatúre (kruhový výrez, kontrast, žiadny drobný text).

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Kategória profilu	Neoverené	Nastavenie Creator/Business a konkrétna kategória (napr. „Bistro“, „Coffee shop“) nie je z verejných zdrojov viditeľné. Na priradenej Facebook stránke je firma kategorizovaná ako Coffee shop, Restaurant a Specialty Grocery Store, čo naznačuje viacero relevantných kategórií pre biznis.	Interne skontrolovať v nastaveniach IG, či je zvolená kategória Business (nie osobný účet) a či presne odráža hlavné zameranie (napr. Café/Coffee Shop alebo Restaurant).
BIO	Neoverené	Presný text bio sa nepodarilo získať – vo výsledkoch vyhľadávania sa zobrazuje len generický Instagram meta-popis, nie reálny obsah bio.	Klient by mal interne overiť, či bio jasne komunikuje ponuku (bistro + remeselné potraviny), lokalitu (Poprad/Spišská Sobota) a obsahuje CTA k rezervácii/objednávke alebo k linku.
Link/y v profile	Čiastočne	Oficiálna webstránka bistrobenovsky.sk priamo odkazuje na presnú a aktuálnu URL profilu (https://www.instagram.com/benovsky_bistro.market/), čo potvrdzuje, že ide o legitímny, aktívne udržiavaný profil. Značka však v komunikácii používa viacero rôznych domén – bistrobenovsky.sk, benovskybm.sk a benovskypoprad.sk.	Zjednotiť, ktorá doména je primárna, a v bio na Instagrame použiť jeden jasný, aktuálny link (ideálne link-in-bio nástroj, ak treba viesť aj na bistro, market aj apartmány).
Aktuálny obsah	Čiastočne	Príspevky a reel, ktoré sa objavujú v indexe vyhľadávania (napr. p/C6iL-lrrlZn, reel/C26ohFZqslJ, p/C_cpri9qjY1), pochádzajú prevažne z roku 2024. Vo verejných zdrojoch sa nenašiel dôkaz o publikovaní v posledných dňoch/týždňoch.	Toto je len indikatívny signál (vyhľadávače nemusia indexovať najnovšie príspevky okamžite) – klient by mal reálny grid a dátumy posledných príspevkov overiť priamo v appke a zabezpečiť viditeľne čerstvý obsah aspoň raz týždenne.

Obsah

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Frekvencia publikovania	Neoverené	Presnú frekvenciu nemožno z verejných zdrojov potvrdiť. Nepriamy signál (viac indexovaných príspevkov z roku 2024, žiadne z 2025/2026) môže, ale nemusí odrážať reálnu skoršiu aktivitu.	Klient/interný správca by mal potvrdiť, že sa publikuje minimálne 1x týždenne, a ak frekvencia klesla, nastaviť content plán a kalendár.
Využívanie formátov	Čiastočne	Vo výsledkoch sa potvrdila existencia aj statických fotografií (napr. príspevkov o raňajkovom menu), aj reels (napr. reel s hashtagmi #bistro #market #kava #podtatrami #poprad #tatry). Karusely sa vo verejných zdrojoch nedali overiť.	Pravidelne kombinovať foto, karusel aj reels; karusely sú ideálne na produktové rady (market) a menu, čo sa priamo hodí k biznisu.

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Rubriky	Neoverené	Z dostupných úryvkov captions vidno opakujúce sa témy (raňajky, výberová káva, sezónne menu, „nedeľný rituál“ s kakaom), čo naznačuje aspoň zárodok tematických okruhov, ale konzistentnú štruktúru rubriík ani social proof (reposty/UGC) nemožno z verejných zdrojov potvrdiť.	Formalizovať 3-4 pravidelné rubriky (napr. „Nedeľný rituál“, „Za pultom marketu“, „Zo zákulisia bistra“) a pravidelne zaraďovať reposty hostí/UGC pre social proof.
Cieľ príspevku	Neoverené	Bez prístupu k plnému gridu nemožno posúdiť, či má každý príspevok jasný cieľ a CTA k interakcii.	Pri tvorbe obsahu vždy definovať 1 cieľ (predať/informovať/zabaviť) a explicitnú výzvu k akcii (komentár, uloženie, návšteva).
Pripnutý obsah	Neoverené	Pripnuté príspevky na vrchu gridu nie je možné z verejných zdrojov zistiť.	Interne skontrolovať a pripnúť napr. aktuálne menu, informácie o novom sortimente marketu alebo ocenenie Gault&Millau; POP.
Reelska	Neoverené	Existencia reels bola potvrdená (napr. reel s lokálnymi hashtagmi #podtatrami #poprad #tatry), no dodržiavanie safe zones, titulkov, hookov, trendovej hudby a CTA nemožno z verejných zdrojov posúdiť.	Auditovať posledných 10 reels priamo v appke na dodržanie safe zones, prvých 3 sekúnd (hook), titulkov pre nepočujúcich a jasného CTA.
Práca so Stories	Neoverené	Aktivita v Stories (nálepky, šablóny, pravidelnosť) nie je verejne dostupná – Stories mizne po 24 h a nie je indexovaná vyhľadávačmi.	Interne skontrolovať frekvenciu Stories a využívanie interaktívnych nálepiek (anketa, otázky, countdown) na zvýšenie engagementu.
Highlighty	Neoverené	Obsah, názvy a cover obrázky highlightov (napr. FAQ, recenzie, o značke) nie je možné overiť z verejných zdrojov.	Vytvoriť/aktualizovať highlighty s jednotnými cover obrázkami minimálne pre: Menu, Market, Recenzie/FAQ, Apartmány, Podujatia.
Tone of voice	V poriadku	Dostupná ukážka caption z príspevku (téma nedeľného kaka) používa priateľský, neformálny tón s primeraným množstvom emoji a bez gramatických chýb, čo pôsobí v súlade s charakterom rodinného bistra.	Na základe tejto vzorky je tón vhodný – odporúčame zachovať konzistentnosť tohto neformálneho, vrelého tónu vo všetkých príspevkoch aj odpovediach na komentáre.
Hashtagy	Problém	V indexovanom príspevku sa objavuje kombinácia až 12 hashtagov v jednej caption (napr. #benovsky #bistro #market #poprad #spisskasobota #vpoprade #kamvpoprade #kakao #kakauko #nedelnyritual #nedela #raňajkyvpoprade) – mix brandových, lokačných aj generických tagov.	Zredukovať na 2-3 cieleňé hashtagy per príspevok – ideálne 1 brandový (#benovskymbistro), 1 lokačný/kampaňový, prípadne 1 tematický – namiesto plošného pokrytia desiatkami generických tagov.
Vizuálne spracovanie	Neoverené	Konzistenciu vizuálneho štýlu (farby, filter, kompozícia) nemožno posúdiť bez prístupu k reálnemu gridu.	Interne porovnať posledných 12 príspevkov vedľa seba v gridovom náhľade a zjednotiť farebnú paletu/štýl fotografií podľa brand manuálu.

Community management

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Komentáre	Neoverené	Moderáciu komentárov na Instagrame nemožno z verejných zdrojov overiť. Na inej platforme (TripAdvisor) sa objavila aspoň jedna výrazne negatívna recenzia (nejasná cena za steak, nespokojnosť s riešením sťažnosti), čo signalizuje potenciálne reputačné riziko, ktoré treba sledovať aj v komentároch na IG.	Zaviesť jasný proces: odpovedať na všetky komentáre do 24 h, mazať spam/nevhodný obsah, aktívne riešiť negatívne pripomienky verejne aj v DM (najmä k transparentnosti cien).
Správy	Neoverené	Rýchlosť a tón odpovedí na správy je interná metrika, ktorú nemožno overiť verejne.	Klient by mal interne skontrolovať priemerný čas odozvy v Meta Business Suite a nastaviť rýchle odpovede/automatické potvrdenie prijatia správy mimo otváracích hodín.
Práca s komunitou	Neoverené	Proaktívnu prácu s komunitou (reakcia v obsahu na otázky, výzvy k diskusií) nemožno z verejných zdrojov potvrdiť, hoci webová stránka značky ukazuje aspoň jeden event/rozhovor v spoločenskej miestnosti, čo naznačuje ochotu k budovaniu komunity offline.	Preniesť offline komunitné aktivity (podujatia, degustácie) aj do IG obsahu formou Q&A; v Stories, prieskumov a odpovedí na najčastejšie otázky v Reels/karuseloch.

Štatistiky

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Followeri	Neoverené	Presný počet followerov na Instagrame sa nepodarilo verejne dohľadať. Ako orientačný referenčný bod: priradená Facebook stránka má 2 060 lajkov a 2,2 tisíc followerov, čo pre lokálny bistro/market biznis v Poprade zodpovedá primeranej veľkosti komunity.	Interne porovnať IG a FB počty followerov a overiť, či zloženie publika (lokalita, veková skupina) korešponduje s cieľovou skupinou bistra a marketu.
Výsledky profilu	Neoverené	Rastúcu krivku pozretí/zásahu/followerov nemožno posúdiť bez prístupu k Insights.	Exportovať a sledovať mesačné insighty (reach, followeri, návštevy profilu) priamo v Meta Business Suite pre reálne trendové hodnotenie.
Výsledky obsahu	Neoverené	Úroveň interakcií/uložení/pozretí v porovnaní s konkurenciou (napr. ďalšími kávovými/bistro konceptmi v Poprade, ktoré figurujú napr. v prehľade European Coffee Trip) nie je verejne dostupná.	Vykonať benchmark engagement rate voči 2-3 priamym konkurentom v Poprade/regióne pomocou nástroja na social listening alebo manuálnym porovnaním verejne viditeľných lajkov/komentárov.

Knižnica reklám

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Reklamy stránky	Neoverené	V rámci tohto auditu sa nepodarilo priamo prehľadať Meta Ad Library pre stránku Beňovský bistro&market; (nástroj vyžaduje priamy prístup na facebook.com/ads/library, ktorý bol v tomto prostredí blokovaný).	Klient/agentúra by mal manuálne skontrolovať facebook.com/ads/library pre benovsky.bistro.market a overiť, či bežiacie/nedávne reklamy majú aktuálne kreatívy, jasný messaging, CTA a súlad s organickým obsahom (branding, tón).

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Reklamy konkurencie	Neoverené	Analýzu reklám priamej konkurencie (napr. ďalších kávových/bistro/farmárskych konceptov v regióne Poprad/Tatry) nebolo možné v rámci tohto auditu vykonať pre obmedzený prístup k Ad Library.	Odporúčame samostatnú konkurenčnú analýzu v Meta Ad Library (zoznam konkurentov možno zostaviť napr. z lokálnych kávových sprievodcov ako Poprad Coffee Guide) na porovnanie messagingu, ponúk a frekvencie reklám.

Facebook stránka Beňovský bistro & market má silný a jasne komunikovaný koncept (spojenie remeselných potravín a bistra) a aktívne funguje – posledné príspevky a event boli publikované v priebehu posledného dňa. Profil má však viacero problémových miest v základných dátach: kontaktné údaje pôsobia nekonzistentne (webová stránka uvedená na profile sa nedá verejne dohľadať/funguje inak než dve iné oficiálne domény značky, e-mail je z inej doménovej adresy), počet fanúšikov (2 060) je po viac než 4 rokoch fungovania relatívne nízky a signály zapojenia komunity (napr. 1 potvrdená účasť na evente) naznačujú slabšiu interakciu. Väčšinu prevádzkových a komunitných aspektov (Stories, moderácia komentárov, odpovede na správy, reklamy v Ad Library) nebolo možné z verejne dostupných zdrojov overiť a odporúčame interný audit. Celkovo ide o profil s dobrým brand storytellingom, ale s priestorom na zlepšenie v konzistencii údajov, frekvencii formátov a meraní výkonu.

Silné stránky	Slabé stránky
- Jasný, zrozumiteľný a jedinečný koncept v krátkom bio ('Koncept, ktorý spája výnimočnú gastronómiu a remeselné potraviny') - Správne a viacnásobne vyplnená kategória stránky (Coffee shop, Restaurant, Specialty Grocery Store), ktorá presne vystihuje biznis - Aktívna publikačná činnosť – najnovší príspevok a event boli zverejnené v rámci posledného dňa 100 % odporúčaní vo verejných recenziách a existencia nadväzujúceho Instagram profilu - Zavedená pravidelná rubrika (týždenné/denné menu), na ktorej sa dá stavať ďalší obsahový plán	- Nekonzistentné a čiastočne nedôveryhodné kontaktné údaje – webová stránka z FB profilu sa nedá verejne dohľadať/overiť, existujú súbežne minimálne dve iné domény značky, a e-mail je z odlišnej domény (jemslovenske@jemslovenske.sk) - Nízky pomer zapojenia k počtu fanúšikov (len ~20 'talking about this' pri 2 060 fanúšikoch) a veľmi nízka RSVP na propagovanom evente - Malý objem verejných recenzií (len 6), čo znižuje sociálny dôkaz v porovnaní s konkurenciou na TripAdvisor (16 recenzií) - Názov stránky bez diakritiky ('Benovsky bistro&market;') nie je v súlade s jednotným písaním značky ('BEŇOVSKÝ') na webe a Instagrame - Kľúčové operatívne oblasti (Stories, moderácia komentárov, rýchlosť odpovedí na správy, aktivita v Ad Library) nie sú verejne overiteľné a mohli by skrývať rezervy

Prvý dojem

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Názov profilu	Čiastočne	Verejne dostupný záznam stránky uvádza názov 'Benovsky bistro&market;' bez diakritiky a bez medzier okolo znaku '&', pričom lokácia je pripísaná ako 'Spisska Sobota' – tiež bez diakritiky. Na webe a Instagrame sa značka prezentuje ako 'BEŇOVSKÝ bistro & market' s plnou diakritikou.	Zjednotiť názov stránky s oficiálnym písaním značky vrátane diakritiky ('Beňovský Bistro & Market'), pokiaľ to FB politiky pre názvy stránok umožňujú, aby bol brand konzistentný na všetkých kanáloch.
Profilová fotka	Neoverené	Priamy náhľad profilovej fotky nebolo možné cez automatizované nástroje overiť, pretože prístup na samotnú stránku Facebook je blokovaný pre nástroje bez prihlásenia.	Klient nech interne skontroluje, či je profilová fotka totožná s aktuálnym logom, dobre čitateľná aj v malej miniatúre (kruhový výrez) a konzistentná s logom na webe/Instagrame.

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Cover/titulný obrázok	Neoverené	Obsah a aktuálnosť titulnej fotky sa nedala z verejne dostupných zdrojov (vyhľadávanie, cache) zistiť.	Odporúčame interne overiť, či cover komunikuje aktuálnu benefitovú ponuku (napr. raňajky, remeselné potraviny, letná terasa) a či je aktualizovaný minimálne sezónne.
Tlačidlo na stránke	Neoverené	Typ a funkčnosť CTA tlačidla (napr. 'Volať', 'Zobraziť menu', 'Poslať správu') sa z verejne indexovaných dát nepodarilo zistiť.	Klient by mal skontrolovať, či je nastavené relevantné CTA tlačidlo smerujúce buď na rezervácie/objednávky, alebo priamo na správy/telefón, s funkčným prelinkovaním.
URL adresa	V poriadku	URL profilu facebook.com/benovsky.bistro.market/ je krátka, obsahuje priamo názov značky a je bez zbytočných číslíc či znakov navyše.	URL je v poriadku, žiadna zmena nie je potrebná.
Aktuálny obsah	Čiastočne	Vo verejne dostupnom (cache) náhľade stránky sa najnovší príspevok zobrazoval ako publikovaný '1d' (deň) pred zachytením, čo naznačuje aktívne publikovanie. Nepodarilo sa však overiť konzistentnosť frekvencie za dlhšie obdobie.	Odporúčame interne overiť v Insights, či je táto frekvencia (približne denná/týždenná) udržiavaná dlhodobo a nie iba nárazovo.
Pripnuté príspevky	Neoverené	Z verejných zdrojov bol viditeľný jeden nadchádzajúci event ('SUMMER PEACE DJEKG', štvrtok 28. augusta, 17:00) s len 1 potvrdenou účasťou, nebolo však možné potvrdiť, či je tento alebo iný príspevok skutočne pripnutý na vrchu stránky.	Klient nech skontroluje, či má na vrchu stránky pripnutý aktuálny event/akciu, a zváži intenzívnejšiu propagáciu eventov (Stories, platená podpora), keďže verejná RSVP účasť bola veľmi nízka.
Recenzie	Čiastočne	Stránka uvádza 100 % odporúčaní pri 6 recenziách. Ide o malý počet recenzií v porovnaní s inými platformami (napr. TripAdvisor eviduje 16 recenzií s hodnotením 4,4/5), a nebolo možné overiť, či a ako značka reaguje na prípadné negatívne recenzie priamo na Facebooku.	Aktívne vyzývať spokojných hostí k zanechaniu recenzie priamo na FB (nie len na Google/TripAdvisor) a interne skontrolovať, či existuje proces odpovedania na každú recenziu, najmä negatívnu.

Nastavenie profilu

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Intro	Čiastočne	Kategórie sú vyplnené presne a viacnásobne (Coffee shop, Restaurant, Specialty Grocery Store) a krátke bio obsahuje relevantné kľúčové slová ('výnimočná gastronómia', 'remeselné potraviny'). Popis je však veľmi stručný a chýba v ňom širší kontext (lokalita Spišská Sobota, produkty z Ekofarmy Važec, raňajky/obedy) pre lepšie SEO a orientáciu nových návštevníkov.	Rozšíriť sekciu 'Info/O nás' o 2-3 vety s ďalšími kľúčovými slovami (Poprad, Spišská Sobota, raňajky, kávy, remeselné potraviny, lokálne farmy) pre lepšie vyhľadávanie aj orientáciu.

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Kontaktné informácie	Problém	Telefón (+421 948 346 214) a adresa (Sobotské námestie 1743/38, Spišská Sobota) sú vyplnené. Webová stránka uvedená v profile (benovskypoprad.sk) sa však nepodarilo dohľadať ako aktívne indexovanú/funkčnú stránku vo vyhľadávaní, zatiaľ čo súbežne existujú dve iné, zjavne aktívne oficiálne domény (bistrobenovsky.sk a benovskybm.sk). E-mail uvedený na profile (jemslovenske@jemslovenske.sk) patrí pod inú doménu než značka, čo pôsobí neprofesionálne a mätúco.	Zjednotiť a otestovať funkčnosť webovej adresy vo FB profile (nasmerovať na jednu aktuálnu, funkčnú doménu), a zvážiť zriadenie brandovanej e-mailovej adresy (napr. info@benovskybm.sk) namiesto externej domény. Skontrolovať aj kompletnosť otváracích hodín pre všetky dni v týždni.
Prepojené účty	Neoverené	Existuje aktívny Instagram profil značky (@benovsky_bistro.market), avšak formát mena sa mierne líši od FB (podčiarkovník vs. bodka) a nebolo možné z verejných zdrojov overiť, či je na FB stránke funkčné prelinkovanie na Instagram alebo WhatsApp.	Interne skontrolovať a nastaviť priame prepojenie IG účtu vo FB nastaveniach (Meta Business Suite) a zvážiť zjednotenie formátu používateľského mena na oboch platformách.

Obsah

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Frekvencia publikovania	Čiastočne	Dostupný náhľad indikuje príspevok publikovaný približne 1 deň pred zachytením dát, čo je pozitívny signál, no bez prístupu k celému feedu nemožno potvrdiť dlhodobú konzistentnosť (napr. denne/2-3x týždenne po celý rok).	Odporúčame stanoviť a dodržiavať pevný redakčný kalendár (min. 2-3 príspevky týždenne) a sledovať konzistentnosť v Meta Business Suite.
Využívanie formátov	Neoverené	Z verejne dostupných zdrojov nebolo možné zistiť pomer foto/video/karusel príspevkov.	Interne prejsť posledných 20-30 príspevkov a vyhodnotiť, či sa striedajú formáty (najmä krátke video/Reels majú aktuálne najvyšší organický dosah).
Práca so Stories	Neoverené	Stories sú dočasné a nie sú indexované vyhľadávačmi, preto ich aktivitu nebolo možné externe overiť.	Klient by mal interne skontrolovať frekvenciu Stories a využívanie interaktívnych nálepiek (anketa, otázky, countdown) na zvýšenie interakcie.
Rubriky	Čiastočne	Vo verejnom náhľade bol zaznamenaný príspevok typu 'Menu na pondelok/utorok', čo naznačuje existenciu aspoň jednej pravidelnej rubriky (týždenné/denné menu).	Doplniť ďalšie striedajúce sa rubriky – napr. predstavenie produktov z Ekofarmy Važec, 'zákulisie' bistra, recenzie hostí, sezónne novinky – aby obsah nebol len o menu.
Cieľ príspevku	Neoverené	Nebolo možné overiť texty a CTA výzvy jednotlivých príspevkov bez priameho prístupu k feedu.	Pri každom príspevku definovať jasný cieľ (informovať, predávať, zapojiť) a explicitnú výzvu k akcii (komentuj, tázni priateľa, rezervuj si stôl).

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Súvis s kampaňou	Čiastočne	Bol identifikovaný promovaný event ('SUMMER PEACE DJEKG'), teda značka aspoň príležitostne komunikuje kampane/akcie. RSVP na tento event bola však veľmi nízka (len 1 osoba), čo naznačuje slabé zapojenie alebo nedostatočnú krížovú propagáciu (Stories, platená reklama).	Eventy a kampane podporiť aj naprieč Stories, e-mailom a prípadne malým reklamným rozpočtom, aby sa zvýšila viditeľnosť a RSVP.
Tone of voice	Neoverené	Priamo z FB príspevkov sa ToV nedalo posúdiť, avšak texty na prepojených weboch značky pôsobia jednotne, prívetivo a gramaticky korektne, čo je dobrý signál pre celkový brand voice.	Overiť, či rovnaký prívetivý a konzistentný tón (vrátane gramatiky a štylistiky) používa aj priamo na Facebooku, ideálne podľa jednotného brand tone-of-voice manuálu.
Vizuálne spracovanie	Neoverené	Vizuálny štýl príspevkov (farby, fonty, brandové prvky) sa z dostupných textových zdrojov nedalo posúdiť.	Interne posúdiť, či sú dodržané jednotné brandové farby/fonty/logo umiestnenie vo všetkých grafikách a fotografiách za posledné mesiace.

Community management

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Komentáre	Neoverené	Moderácia a odpovedanie na komentáre nie je z verejne dostupných zdrojov zistiteľné bez priameho prístupu na stránku.	Klient nech interne skontroluje mieru odpovedí na komentáre (ideál 100 % odpovedaných otázok/podnetov) a existenciu procesu na mazanie nevhodného obsahu/spamu.
Správy	Neoverené	Rýchlosť odpovedí na správy (badge odozvy) je interný/súkromný ukazovateľ, ktorý nie je verejne viditeľný cez vyhľadávanie.	Skontrolovať v Meta Business Suite priemerný čas odozvy a nastaviť automatické uvítacie správy/FAQ pre rýchlejšiu prvú reakciu.
Práca s komunitou	Neoverené	Proaktívne zapojenie komunity (napr. výzvy na diskusiu, prieskumy, súťaže) sa nepodarilo verejne dohľadať v obsahu, ktorý bol prístupný.	Zaviesť pravidelné interaktívne formáty (anketa v komentároch, výzva na tagovanie priateľov, súťaže) na zvýšenie organického dosahu a angažovanosti.

Štatistiky

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Fanúšikovia/Followeri	Čiastočne	Stránka má 2 060 'páči sa mi to' a 165 'boli tu' odznakov. Pri biznise fungujúcom od konca roka 2021 v meste veľkosti Popradu ide o skôr priemernú až miernu základňu fanúšikov, ktorá za viac ako 4 roky rástla relatívne pomalým tempom.	Nastaviť konkrétny cieľ mesačného rastu fanúšikov (napr. cez organický obsah + mikro-kampane) a sledovať trend rastu priamo v Insights, nielen aktuálny počet.
Výsledky obsahu	Čiastočne	Verejne viditeľný signál engagementu ('20 talking about this' pri 2 060 fanúšikoch, cca 1 %) a veľmi nízka RSVP na propagovanom evente (1 osoba) naznačujú podprůmerné zapojenie publika. Priame porovnanie s konkurenciou v Poprade sa z dostupných dát nedalo kvantifikovať.	Interne vyhodnotiť priemerný engagement rate v Insights a porovnať ho s odporúčaným benchmarkom pre gastro segment (cieľ min. 3-5 %); ak je pod touto úrovňou, upraviť formáty a frekvenciu obsahu.

Knižnica reklám

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Reklamy stránky	Neoverené	Prístup do Meta Ad Library nebol cez dostupné nástroje možný (vyžaduje priamy prístup na facebook.com/ads/library), preto sa nepodarilo verejne overiť, či a aké reklamy stránka aktuálne alebo v minulosti spúšťala.	Klient by mal manuálne skontrolovať facebook.com/ads/library pre krajinu SK a názov stránky, aby zistil históriu reklám, ich kreatívy a CTA, a v prípade neexistencie zvážiť spustenie cieľenej kampane (napr. na lokálnu awareness alebo eventy).
Reklamy konkurencie	Neoverené	Bez prístupu k Ad Library ani k menám priamych konkurentov v Poprade s aktívnou reklamou sa nedalo vykonať porovnanie.	Odporúčame v Ad Library vyhľadať ďalšie gastro prevádzky/kaviarne v Poprade a Spišskej Sobote a porovnať messaging, kreativitu a CTA s vlastnými reklamami, aby sa značka odlíšila.

Web Beňovský bistro & market má jasne komunikovaný koncept (bistro + remeselný market) a veľmi kvalitne spracované kontaktné a lokačné informácie, čo je pri gastro prevádzke kľúčové. Vizuálne pôsobí konzistentne a obsahuje autentické referencie zákazníkov, ktoré podporuje aj silné externé hodnotenie na Google (4,6/5 pri 270 recenziách). Slabinou je absencia jasnej výzvy k akcii pre samotné bistro (objednávka, rezervácia stola) a zastarané podujatia bez novších záznamov. Technické SEO základy sú zvládnuté (unikátne title/meta popisy, OG tagy, prehľadné URL), no chýbajú silnejšie dôveryhodné prvky ako vložené hodnotenia či certifikáty. Niektoré aspekty (obojsmerné prepojenie so sociálnymi sieťami, reálne správanie na mobile) nemožno z verejne dostupných zdrojov plne overiť.

Silné stránky	Slabé stránky
- Do 5 sekúnd jasný a zrozumiteľný koncept – 'jedinečný koncept remeselných potravín a bistra' priamo v hlavnom nadpise a úvodnom texte - Veľmi kompletne kontaktné údaje – adresa, dve telefónne čísla (prevádzka/manažér), e-mail, fakturačné údaje firmy (IČO, IČ DPH) a vložená Google mapa - Autentické referencie priamo na webe (5 menovaných zákazníkov) podporené silným externým hodnotením – Google 4,6/5 pri 270 recenziách a Facebook s 2 060 lajkmi - Logická a konzistentná navigácia (Bistro, Market, Spoločenská miestnosť, Menu, Podujatia, Kontakt) opakujúca sa na každej podstránke - Základné technické SEO je zvládnuté – unikátne title tagy a meta popisy na každej podstránke, OG/Twitter tagy, canonical URL a viewport meta tag pre mobil	- Chýba jasné a viditeľné CTA pre samotné bistro/market (napr. 'Rezervovať stôl', 'Objednať online') – jediný výrazný rezervačný odkaz smeruje na externé apartmány - Sekcia Podujatia je neaktuálna – posledné zaznamenané podujatie je zo 19. septembra 2025 a systém hlási 'Nie sú žiadne nadchádzajúce udalosti' - Dôveryhodnosť sa opiera len o vlastné (potenciálne vybrané) testimonials – na webe chýba vložený widget s Google/Tripadvisor hodnotením či certifikáty kvality/BIO/EKO partnerstiev - Viacero aspektov (reálne obojsmerné prepojenie zo sociálnych sietí na web, správanie webu na reálnych mobilných zariadeniach) nie je možné overiť len z verejne dostupných zdrojov

Prvý dojem

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Jasnosť ponuky	V poriadku	Hlavný nadpis 'Jedinečný koncept potravín a bistra' a hneď nasledujúci text jasne vysvetľujú, že ide o kombináciu bistra a predajne remeselných potravín v Spišskej Sobote v Poprade. Pod tým sú tri prehľadné dlaždice Bistro / Market / Spoločenská miestnosť, ktoré okamžite ukazujú, čo značka ponúka.	Ponuka je zrozumiteľná do 5 sekúnd, nič nemeňte. Prípadne doplňte jednu vetu typu 'pre koho' (rodiny, firmy, turistov), aby bol cieľový zákazník ešte explicitnejší.
Vizuálna identita	Čiastočne	Web používa konzistentné logo (biele/ružové varianty), fotografie jedla a priestoru a rovnaké názvy/handle na Facebooku (benovsky.bistro.market) a Instagrame (benovsky_bistro.market), ktoré sú prelinkované z každej podstránky webu.	Priamy vizuálny súlad s aktuálnym feedom na Instagrame/Facebooku sa nedá automatizovane overiť (platformy blokujú prístup). Klient by mal interne porovnať farebnú paletu, fonty a tón fotografií na webe s posledným obsahom na IG/FB a zjednotiť, ak sa rozchádzajú.

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
CTA	Problém	Na hlavnej stránke ani na podstránkach Bistro/Market sa nenachádza výrazné tlačidlo typu 'Objednať', 'Rezervovať stôl' alebo 'Kúpiť online'. Jediný jasný akčný odkaz na webe je 'Ubytovanie si môžete zarezervovať tu', ktorý vedie na externú stránku apartmánov, nie na samotné bistro/market.	Doplniť viditeľné CTA tlačidlo (napr. v hlavičke alebo hero sekcii) na rezerváciu stola, telefonický kontakt na objednávku alebo prípadne online objednávkový systém/donášku, ak je dostupná.
Dôveryhodnosť	Čiastočne	Web obsahuje sekciu 'Referencie zákazníkov' s 5 menovanými recenziami priamo na homepage. Externe je značka podporená hodnotením Google 4,6/5 pri 270 recenziách a Tripadvisor 4,4/5, avšak tieto externé hodnotenia nie sú na webe zobrazené (napr. formou widgetu alebo odkazu) a chýbajú akékoľvek certifikáty kvality či BIO.	Doplniť vložený Google Reviews widget alebo aspoň odkaz/badge s reálnym počtom hodnotení priamo na web, prípadne zvýrazniť partnerstvo s Eko farmou Važec ako 'certifikovaný' zdroj kvality.

Obsah a SEO

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Aktuálnosť obsahu	Čiastočne	Denné menu je publikované ako obrázok s pravidelnou aktualizáciou (odkaz smeruje na súbor z augusta), čo signalizuje priebežnú údržbu. Sekcia 'Podujatia' je však neaktuálna – posledné zaznamenané podujatia sú zo 19. septembra 2025 a stránka aktuálne hlási 'Nie sú žiadne nadchádzajúce udalosti'.	Buď pravidelne pridávať nové podujatia, alebo ak sa už neplánujú, sekciu Podujatia dočasne skryť/nahradiť aktuálnym obsahom (novinky, sezónna ponuka), aby web nepôsobil opustene.
SEO základy	V poriadku	Každá podstránka (Kontakt, Menu, Bistro, Market, Spoločenská miestnosť) má unikátny title tag, meta description, Open Graph aj Twitter Card tagy a canonical URL. Štruktúra URL je logická (/kontakt/, /menu-sk/, /bistro/, /market/) a web beží na WordPresse s optimalizačným pluginom WP Rocket.	Základy sú v poriadku. Odporúčam doplniť štruktúrované dáta (schema.org Restaurant/LocalBusiness) pre lepšie zobrazenie v Google (otváracie hodiny, hodnotenie, menu priamo vo výsledkoch vyhľadávania).
Prepojenie so sociálnymi sieťami	Čiastočne	Odkazy na Facebook (facebook.com/benovsky.bistro.market) a Instagram (instagram.com/benovsky_bistro.market) sú funkčne umiestnené v hlavičke aj v päte úplne každej podstránky webu.	Opačný smer prepojenia (odkaz z bio Instagramu/Facebooku späť na www.bistrobenovsky.sk) sa nedá automatizovane overiť, pretože platformy blokujú priamy prístup. Klient by mal interne skontrolovať, že link v bio na IG a tlačidlo 'Website' na FB stránke reálne smerujú na aktuálnu doménu.

Použiteľnosť

Položka	Stav	Zistený stav	Odporúčanie
Navigácia	V poriadku	Hlavné menu (Denné menu, Bistro, Market, Spoločenská miestnosť, Menu, Podujatia, Kontakt) je krátke, zrozumiteľné a identické na všetkých podstránkach, vrátane pätičky, kde sa opakuje pre rýchly prístup zdola stránky.	Navigácia je funkčná a intuitívna, nie je potrebný zásah. Prípadne zvážiť doplnenie odkazu 'Aktuality/Novinky', ak plánujú publikovať pravidelný obsah.
Kontaktné údaje	V poriadku	Stránka /kontakt/ obsahuje presnú adresu (Sobotské námestie 1743/36, Poprad-Spišská Sobota), telefón na prevádzku a osobitne na manažéra, e-mail, fakturačné údaje (jemslovenske s.r.o., IČO, IČ DPH), vložení Google mapu a otváracie hodiny osobitne pre market a bistro podľa dní.	Kontaktné informácie sú vzorovo kompletne. Jediné doplnenie by mohlo byť tlačidlo 'Zavolať' pre mobilných používateľov priamo pri telefónnom čísle (click-to-call), ak ešte nie je implementované.
Mobilná verzia	Neoverené	Všetky testované stránky obsahujú responzívny viewport meta tag (width=device-width, initial-scale=1) a web beží na modernom WordPress theme s cache pluginom WP Rocket, čo sú pozitívne technické signály pre mobilné zobrazenie. Reálne vizuálne správanie na mobilných zariadeniach však nebolo možné automatizovane odsledovať (nástroj neumožňuje renderovanie/screenshot stránky).	Klient by mal interne otestovať web na reálnom mobilnom telefóne a v nástroji Google PageSpeed Insights / Mobile-Friendly Test, aby sa potvrdila plynulosť skrolovania, veľkosť fontov a funkčnosť menu na malých obrazovkách.