



Influencer Data Study

Instagram CZ+SK

11/2024 + 6/2025

Lafluence + trendin =





KDO JE LAFLUENCE?

trendin

NAŠE VLASTNÍ TECHNOLOGIE

Data a automatizace influencer marketingu

Databáze 40 000+ profilů influencerů
na Instagramu, TikTok, YouTube v CZ&SK

→ Překryv publika mezi influencery

→ Analýza konkurence

→ Analýza obsahu

→ Automatizované reporty



Od 1/2025 **Globální databáze 300M+ profilů**
influencerů z celého světa

Lafluence
agency

AGENTURA

Influencer 360° marketing na základě dat
a zkušeností z více jak 4 000 spoluprací

Správa sociálních sítí, Community
Management, Produkce, Eventy, CSR,
PPC...

**Spolupracujeme s klienty a influencery
na základě sdílených HODNOT.**



NESPOLUPRACUJEME S:

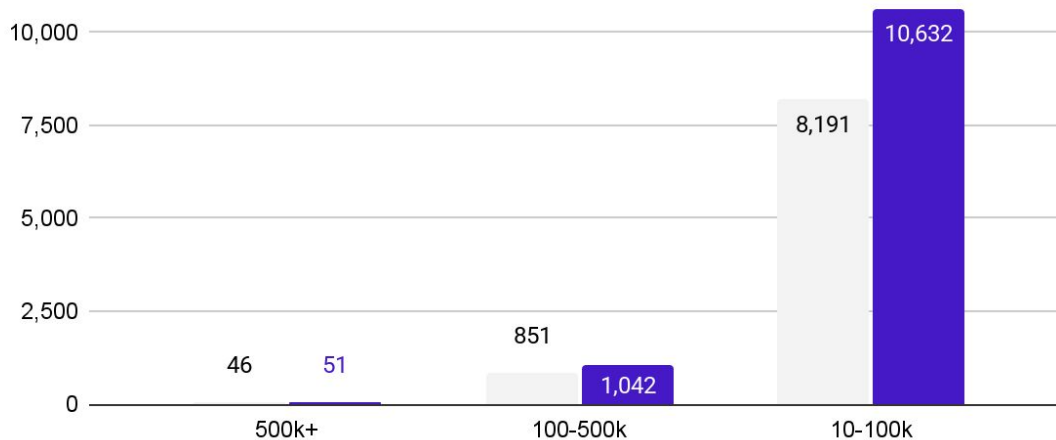
- Produkty s nikotinem, hazardem, tvrdým alkoholem
- Politickými stranami, nebankovními půjčkami
- Značkami jako Temu, Shein, Trendyol...
- Influencery bez kredibility sledujících



VÝVOJ POČTU INFLUENCERŮ

Počet influencerů

11/2024 6/2025



Počet sledujících



Zdroj: Lafluence Agency,
[Trendin.io](https://trendin.io), Instagram, sledující
CZ ≥15 %
a nebo SK ≥15 %, 11/2024,
6/2025.



VÝVOJ POČTU INFLUENCERŮ



ZAJÍMAVOSTI



Noví v klubu 500k+*

[cikindeles](#)

[ifbb_pro_michalkrizokrizanek](#)

[tehotnejkuchar](#)

[evabureshsalvatore](#)

[domialagia](#)

[separ_dms](#)



Vypadlí z klubu 500k+

[bara_vot](#)



V této CZ & SK studii není například **Petr Čech** ([petrcech](#)), který je světová celebrita a má **z CZ pouze 3,5 %** sledujících.

Počet sledujících	Počet influencerů		Rozdíl počet	Rozdíl %
	11/2024	6/2025		
500k+	46	51	5	11%
100-500k	851	1,042	191	22%
10-100k	8,191	10,632	2,441	30%
TOTAL	9,088	11,725	2,637	29%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 %+ a nebo SK ≥15 %, 11/2024, 6/2025. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



CO SI Z TOHO ODNĚŠT?

Ve sledovaném období se zvedl celkový počet influencerů o **29 %**. Nejvíce rostl segment **10-100k sledujících**.

*Neuvádíme influencerů s kredibilitou sledujících pod 60 %, tzn. ty, kteří s velkou pravděpodobností mají část nakoupených sledujících.



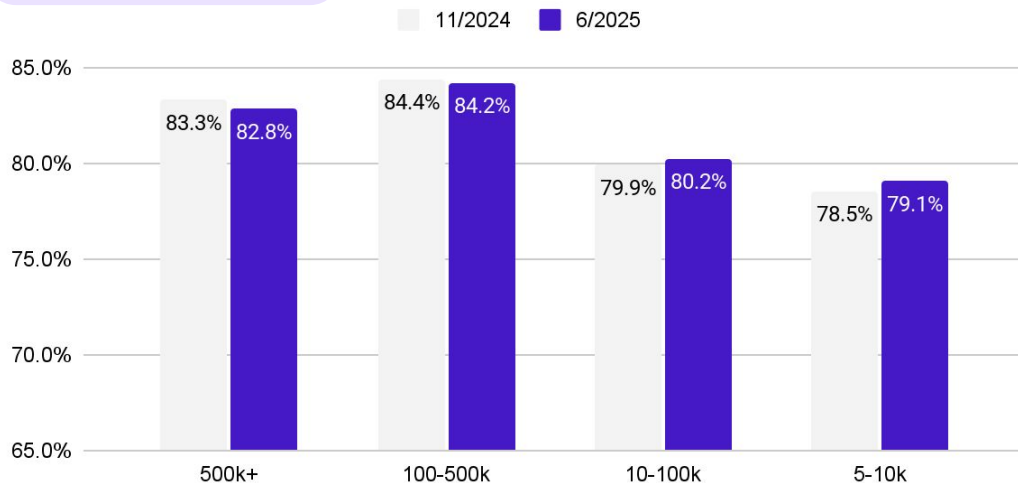
KPIs

Lafluence
agency + trendin = 



VÝVOJ KREDIBILITY SLEDUJÍCÍCH

Kredibilita sledujících



Zdroj: Lafuence Agency,
[Trendin.io](https://trendin.io), Instagram, sledující
CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %;
11/2024 N: 13 460; 6/2025 N:
22 104.
Definice pojmů, viz [Appendix](#).



VÝVOJ KREDIBILITY SLEDUJÍCÍCH



ZAJÍMAVOSTI



18 % influencerů na trhu má
kredibilitu sledujících pod **60 %**.
Kredibilitu sledujících **nad 95 %**
mají pouze **3 “influenceri”**:



[prezident_pavel](#)

98,9%



[human.oddity](#)

96,3%



[michaelapetrekova](#)

96,3%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 %
a nebo SK ≥15 %; 6/2025 N: 22 104.

Počet sledujících	Kredibilita sledujících		Rozdíl procentní body	Rozdíl %
	11/2024	6/2025		
500k+	83.3%	82.8%	-0.5	-0.6%
100-500k	84.4%	84.2%	-0.2	-0.2%
10-100k	79.9%	80.2%	0.3	0.4%
5-10k	78.5%	79.1%	0.6	0.7%
TOTAL	79.9%	79.9%	0.0	0.0%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %;
11/2024 N: 13 460; 6/2025 N: 22 104. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



NA CO JE TO DOBRÉ?

Slouží k identifikaci influencerů, kteří **nemají nakoupené nebo neaktivní sledující**. Vybraní influenceri do kampaně, kteří mají vysokou kredibilitu sledujících, **zasáhnou kampaní reálné lidi**.



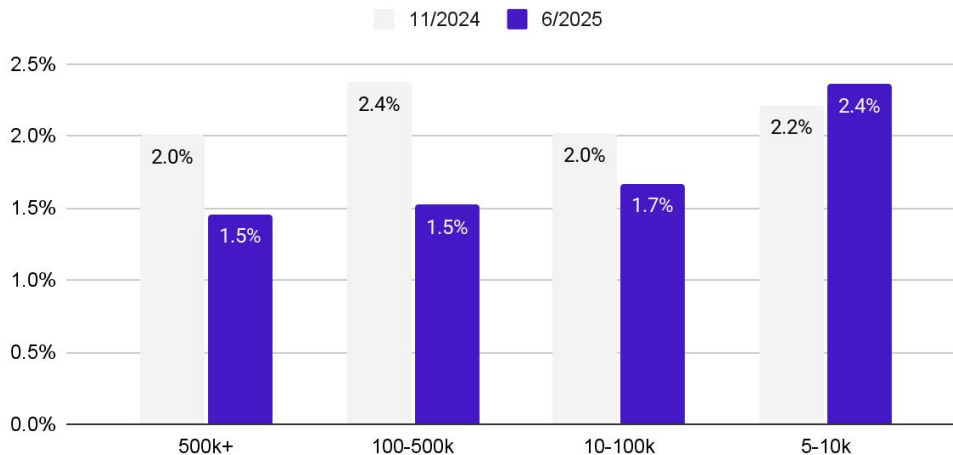
CO SI Z TOHO ODNĚT?

Kredibilita sledujících je mírně vyšší u větších influencerů. Ve sledovaném období se kredibilita sledujících v podstatě nezměnila ve všech segmentech.



VÝVOJ ENGAGEMENT RATE

Engagement rate



Počet sledujících



Zdroj: Lafuence Agency, [Trendin.io](https://trendin.io);
Instagram, sledující CZ ≥15 % a
nebo SK ≥15 %; 11/2024 N: 13 460;
6/2025 N: 22 104; median za
poslední 2 měsíce od data exportu.
Definice pojmů, viz [Appendix](#).



VÝVOJ ENGAGEMENT RATE



ZAJÍMAVOSTI



17 % influencerů na trhu má median Engagement Rate **pod 0,3 %**.

13 % influencerů na trhu má median Engagement Rate **nad 10 %**.

64 influencerů má median Engagement Rate **nad 100 %**, protože na ně reagovalo více uživatelů, než je sleduje.



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %, median za poslední 2 měsíce od data exportu 6/2025; N: 22 104.



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %, 11/2024 N: 13 460; 6/2025 N: 22 104; median za poslední 2 měsíce od data exportu. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



NA CO JE TO DOBRÉ?

K hodnocení **atraktivity obsahu** influencerů z pohledu aktivity sledujících.



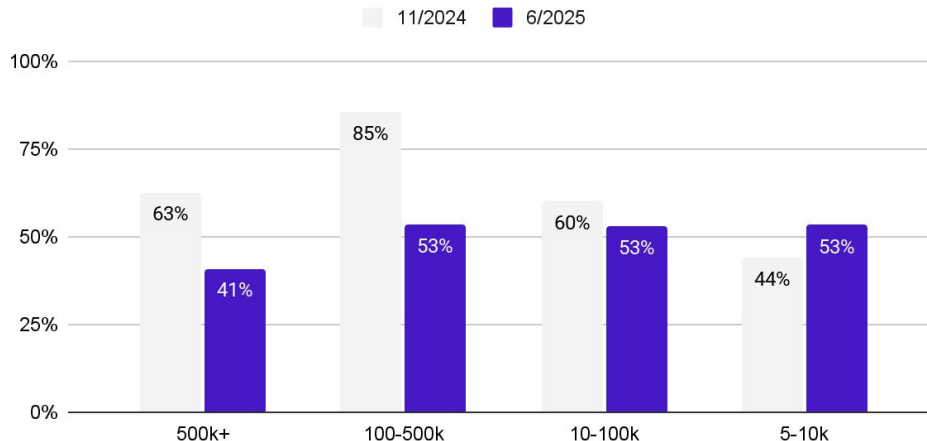
CO SI Z TOHO ODNĚT?

Median Engagement Rate ve sledovaném období výrazně klesl u influencerů nad 10k sledujících. Atraktivita obsahu naopak vzrostla u influencerů 5-10k.



VÝVOJ VIEWS VS. POČET SLEDUJÍCÍCH

Views vs. Počet sledujících



Počet sledujících



Zdroj: Lafuence Agency, [Trends.io](https://trends.io);
Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo
SK ≥15 %; 11/2024 N: 13 460; 6/2025
N: 22 104; median views za poslední
2 měsíce od data exportu.
Definice pojmů, viz [Appendix](#).



VÝVOJ VIEWS VS. POČET SLEDUJÍCÍCH



ZAJÍMAVOSTI

Počet sledujících	Views vs. Followers median		Rozdíl procentní body	Rozdíl %
	11/2024	6/2025		
500k+	63%	41%	-22	-35%
100-500k	85%	53%	-32	-37%
10-100k	60%	53%	-7	-12%
5-10k	44%	53%	9	21%
TOTAL	56%	53%	-3	-6%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trends.io); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %; 11/2024 N: 13 460; 6/2025 N: 22 104; median views za poslední 2 měsíce od data exportu. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



NA CO JE TO DOBRÉ?

K hodnocení **atraktivitu obsahu influencerů** z pohledu počtu views a jeho velikosti.



CO SI Z TOHO ODNĚST?

Ve sledovaném období ukazatel rostl jen u segmentu 5-10k. Jinak výrazně klesal.



32 % influencerů má median míry views vs. počet sledujících více jak **100 %**. Dokáží tedy vygenerovat **více views, než mají počet sledujících.**



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trends.io); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %, median views za poslední 2 měsíce od data exportu 6/2025, N: 22 104.



OBSAH

Lafluence
agency + trendin = 

REACH V JEDNOTLIVÝCH DNECH OD PUBLIKACE

Dny od publikace

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
42%	59%	68%	73%	76%	79%	81%	83%	85%	86%	87%	88%	89%	90%	91%	92%	92%	93%	93%	94%	95%	95%	96%	96%	96%	97%	97%	98%	98%	98%	98%	99%	99%	99%	99%	100%	100%

Agregovaný reach



CO SI Z TOHO ODNĚST?

100 % reache limitně dosáhnete až **35. den od publikace**. Pokud děláte report dříve než 35. den od publikace, je možné, že v něm **nebudete mít všechna data**.

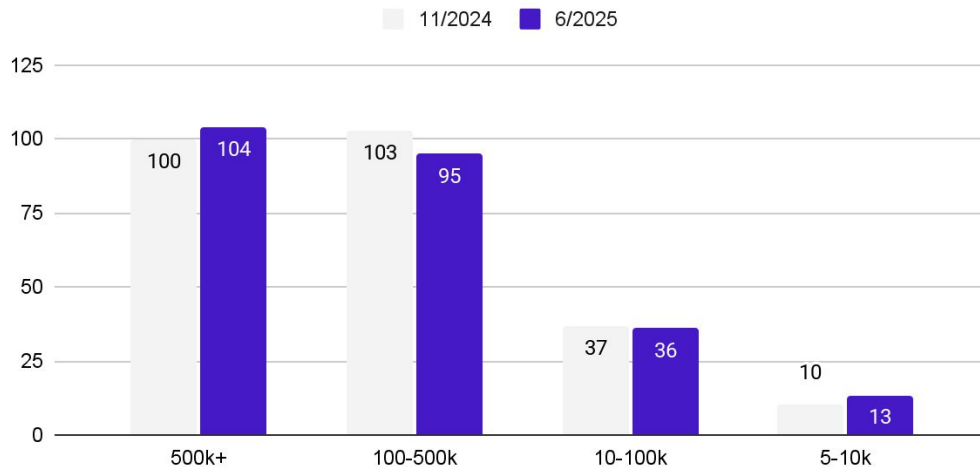


Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trendin.io); Instagram, sledující CZ ≥15 %+ a nebo SK ≥15 %; 11/2024, N: 500 profilů influencerů. Definice pojmů, viz [Appendix](#)



VÝVOJ POČTU POSTŮ/REELS

Počet Postů/Reels za posledních 12 měsíců



Počet sledujících



Zdroj: Lafuence Agency, [Trendin.io](https://trendin.io);
Instagram, sledující CZ $\geq 15\%$
a nebo SK $\geq 15\%$; 11/2024 N: 13 460;
6/2025 N: 22 104; median posledních
12 měsíců od data exportu.
Definice pojmů, viz [Appendix](#).



VÝVOJ POČTU POSTŮ/REELS



ZAJÍMAVOSTI

Počet sledujících	Počet Postů/Reels median		Rozdíl počet	Rozdíl %
	11/2024	6/2025		
500k+	100	104	4	4%
100-500k	103	95	-8	-8%
10-100k	37	36	-1	-3%
5-10k	10	13	3	30%
TOTAL	27	23	4	-15%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trends.google.com/trends/); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 % ; 11/2024 N: 13 460; 6/2025 N: 22 104; posledních 12 měsíců od data exportu. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



Zdá se, že pokud chcete patřit mezi velké influencery, musíte i často postovat.



CO SI Z TOHO ODNĚT?

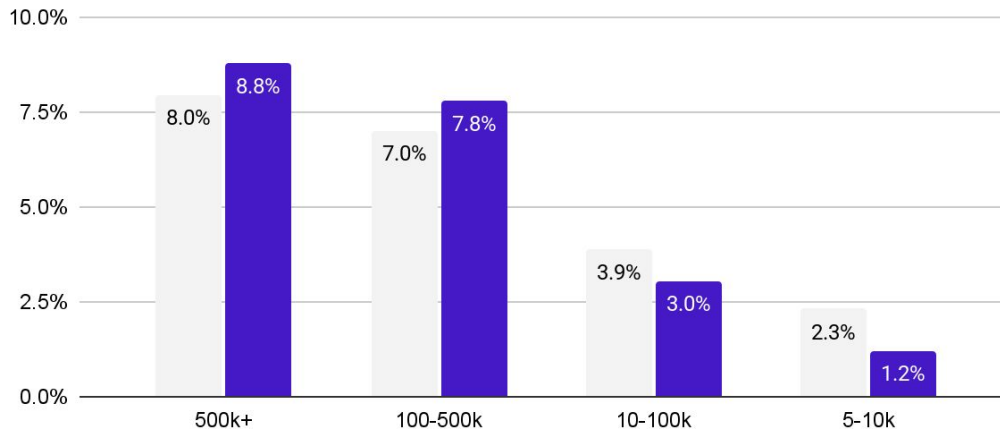
Velcí influenceři postují **výrazně více**.



VÝVOJ PLACENÝCH SPOLUPRACÍ

Označení vs. Organický obsah

11/2024 6/2025



Počet sledujících



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trends.io);
Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo
SK ≥15 %; 11/2024 N: 13 460; 6/2025 N:
22 104; průměr za posledních
12 měsíců od data exportu.
Definice pojmů, viz [Appendix](#).



VÝVOJ PLACENÝCH SPOLUPRACÍ



ZAJÍMAVOSTI

Počet sledujících	% Označení vs. Organic průměr		Rozdíl procentní body	Rozdíl %
	11/2024	6/2025		
500k+	8.0%	8.8%	0.8	11%
100-500k	7.0%	7.8%	0.8	11%
10-100k	3.9%	3.0%	-0.8	-21%
5-10k	2.3%	1.2%	-1.1	-47%
TOTAL	3.7%	2.4%	-1.3	-34%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %; 11/2024 N: 13 460; 6/2025 N: 22 104; průměr za posledních 12 měsíců od data exportu. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



Hodnoty v tabulce ukazují průměr, zatímco Median (tedy “typická hodnota”) je pro segmenty 5-10k a 10k-100k **0 %**.



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %; 6/2025 N: 22 104; median za posledních 12 měsíců od data exportu.



CO SI Z TOHO ODNĚŠT?

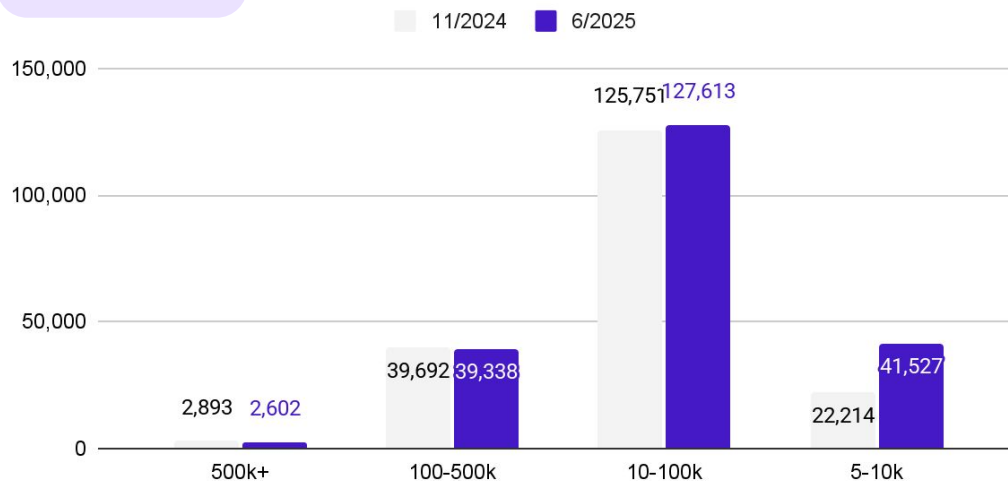
Influencerům nad 100k sledujících vzrostlo % nějakého typu označené placené spolupráce vůči organickému obsahu.



VÝVOJ OZNAČENÍ

Brand @mention, paid hashtag, paid partnership

Počet označení



Počet sledujících



Zdroj: Lafluence Agency,
[Trendin.io](https://trendin.io); Instagram, sledující CZ
 ≥15 % a nebo SK ≥15 %; Reels,
 Posts; deduplikované; 11/2024 N: 13
 460; 9/2025 N: 22 512; posledních
 12 měsíců od data exportu.
 Definice pojmů, viz [Appendix](#).



VÝVOJ OZNAČENÍ



ZAJÍMAVOSTI

Počet sledujících	Brand @mention, nebo paid hashtag, nebo paid partnership		Rozdíl počet	Rozdíl %
	11/2024	6/2025		
500k+	2,893	2,602	-291	-10%
100-500k	39,692	39,338	-354	-1%
10-100k	125,751	127,613	1,862	1%
5-10k	22,214	41,527	19,313	87%
TOTAL	190,550	211,080	20,530	11%



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %; Reels, Posts; deduplikované; 11/2024 N: 13 460; 9/2025 N: 22 512; posledních 12 měsíců od data exportu. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



CO SI Z TOHO ODNĚŠT?

Největší nárůst označení zaznamenal segment influencerů s 5-10k sledujícími.



49 % influencerů v období 6/2024-6/2025 **nepoužilo** ani brand @mention, ani paid hashtag, ani paid partnership. Znamená to, že buď **spolupráce neměli, nebo je neoznačovali.**



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](#); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %, posledních 12 měsíců od data exportu 9/2025; N: 22 512.



JAK VELKÝ JE TRH?

Lafluence
agency + trendin = 



3,5 mld. Kč

odhadovaná hodnota označeného mediálního prostoru



ODHAD HODNOTY OZNAČENÉHO MEDIÁLNÍHO PROSTORU



Typ označení	Kč
Brand @mention	2,507,434,726
Paid Hashtag	534,995,655
Paid Partnership	491,234,079
TOTAL	3,533,664,459



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trendin.io); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %; Reels, Posts; deduplikované; posledních 12 měsíců od data exportu 9/2025; N: 22 512. Definice pojmů, viz [Appendix](#).



ZAJÍMAVOSTI



Jen **30 %** obsahu influencerů, který měl Brand @mention, bylo označeno Paid Hashtagem, nebo Paid Partnership.

Nemuselo se jednat o placené spolupráce, ovšem byl to mediální prostor pro daný brand.

Tzn. až **70 %** označení Brand @mention **mohl být** mediální prostor pro brandy od influencerů **zdarma**.



Zdroj: Lafluence Agency, [Trendin.io](https://trendin.io); Instagram, sledující CZ ≥15 % a nebo SK ≥15 %, posledních 12 měsíců od data exportu 9/2025; N: 22 512.



CO SI Z TOHO ODNĚST?

Odhadovaná hodnota mediálního prostoru, který byl nějakým způsobem označený na Instagramu v CZ a SK, je **3,5 mld. Kč**. Čistě placené označené spolupráce odhadujeme na **1 mld. Kč**.



Děkujeme za pozornost

V případě dotazů nás
neváhejte kontaktovat.



Martin Kyncl
Managing Director
martin.kyncl@lafluence.com
+420 724 602 634

save me





APPENDIX

Lafluence
agency + trendin = 



Definice pojmů pro účely Data Study

Influencer = Profil na sociální síti (Instagram) s počtem sledujících nad 5 000.

Počet influencerů = Jedná se o počet profilů (handles) influencerů na sociální síti (Instagram).

Median = **statistická hodnota**, která rozděluje uspořádaný soubor dat na dvě stejně velké části.

Polovina hodnot je **menší nebo rovna mediánu** a druhá polovina je **větší nebo rovna mediánu**.

Pokud je počet hodnot lichý, medián je prostřední hodnota po seřazení dat.

Pokud je počet hodnot sudý, medián se vypočítá jako průměr dvou prostředních hodnot.

Medián se často používá jako ukazatel **"typické" hodnoty**, protože není tolik ovlivněn extrémně velkými nebo malými hodnotami jako průměr.

KPIs = Key Performance Indicator (klíčové ukazatele výkonu). Používá se pro určení, "co je dobré a co špatné".

Kredibilita sledujících = Procento věrohodných sledujících značí podíl sledujících, kteří jsou s velkou pravděpodobností reální lidé (tedy ne falešné účty nebo neaktivní účty nebo roboti).

Engagement Rate = Míra zapojení uživatele (kolik % sledujících influencera reagovalo na Post/Reel lajkem, komentářem nebo sdílením).



Definice pojmů pro účely Data Study

Views = Počet započatého zhlédnutí obsahu od alespoň **třetí vteřiny**.

Views vs. Počet sledujících = Ukazuje, kolik % sledujících **mohl** influencer zasáhnout svými views. **Příklad:** Influencer má 100 000 sledujících a jeho median Views vs. Počet sledujících je 53 %. Typicky tedy svými views **může** zasáhnout **až** 53 000 sledujících.

Disclaimer: 1 view nemusí znamenat a **neznamená zásah** 1 sledujícího. 1 sledující může udělat i více views. Zároveň influencer může zasáhnout svými views i jiné uživatele než svoje sledující.

Reach = Zásah jednoho uživatele.

Reels = Vídea na Instagramu.

Označení = Označení obsahu influencera pomocí Brand @mention, nebo Paid hashtag, nebo funkce Paid partnership. Deduplikované.

Placená spolupráce = Obsah influencera označený jako Paid Hashtag, nebo Paid Partnership.

Brand @mention = Influencer zmíní @mention brandu, např. @ceskasporitelna, ve svém obsahu. **Disclaimer:** Nemusí se vždy jednat o placenou reklamu, ovšem je to způsob mediálního prostoru pro brand, proto je v Data Study zahrnutý.



Definice pojmů pro účely Data Study

Paid Hashtag = Influencer zmíní alespoň jeden z hashtagů: *ad, affiliate, affiliatespoluprace, ambassador, ambassadorství, ambassador, barter, barterovaspoluprace, bartrovaspoluprace, brandambassador, dlouhodobaspoluprace, endorsement, gifted, paidpartnership, paidpromote, paidpromotion, placenaspoluprace, placenepartnerství, promotion, reklama, sleva, slevovekody, slevovekupony, slevovykod, slevovykupon, slevy, spolupraca, spoluprace, sponsored, sponsoredpost, sponsorship, zlavovykod* **Disclaimer:** Nemusí se vždy jednat o placenou reklamu, ovšem všechny výše zmíněné hashtagy jsou nějakým způsobem spojeny s propagací, proto jsou v Data Study zahrnuty. Např. *barter* je jen jiný způsob platby za reklamu a je to mediální prostor pro produkt/službu. Např. *sleva* může být také jen jiný způsob platby, je vždy u nějakého produktu/služby a je to mediální prostor pro tento produkt/službu.

Paid Partnership = Funkce paid partnership, kterou nabízí Instagram na označování placených reklam.

Velikost trhu = Jedná se o **odhadovanou hodnotu označeného mediálního prostoru** pro CZ+SK influencery, kteří označili Brand @mention, nebo Paid Hashtag, nebo Paid Partnership (deduplikovaně) na Instagramu. Spočítali jsme počet těchto postů/reels, aplikovali na ně median impresí/views daného influencera a CPM 390 Kč, které vychází jako median monitorovaných kampaní.

CPM = Cost per Mille (cena za tisíc zobrazení obsahu).