

Digital Trends Forecast 2026: Sedam trendova koji će oblikovati digitalnu industriju

Dokument IAB Digital Trends Forecast 2026 donosi procjene sedam trendova za koje se očekuje da će oblikovati digitalno tržište u nadolazećoj godini.

IAB CROATIA DIGITAL TRENDS FORECAST 2026

IAB Croatia objavio je dokument Digital Trends Forecast 2026, godišnju stručnu procjenu trendova za koje se očekuje da će u 2026. godini imati stvarnu tržišnu vrijednost u Hrvatskoj. Dokument je rezultat cjelogodišnjeg rada Radne skupine za Predictions & Trends, u kojoj sudjeluju Katarina Exle (Cvoke), Antonio Karlović (WPP Media Croatia), Marko Mikeš (Aleph), Lara Stolnik (Selotejp) i Boris Vukić (404). U digitalnoj industriji, koja je izložena konstantnom priljevu novih pojmova i tehnologija, postaje iznimno važno razlikovati trendove koji mogu donijeti poslovnu vrijednost od onih koji su samo kratkotrajni hype. Upravo zato je unutar IAB-a Croatia razvijena metodologija Prilika ili hype?, predstavljena krajem 2025., koja trendove procjenjuje kroz pet kriterija: poslovnu vrijednost, razumijevanje, stupanj usvajanja, primjenjivost na lokalnom tržištu i ograničenja i rizici. Time Digital Trends Forecast postaje više od popisa

trendova – postaje alat za donošenje informiranih odluka. Članovi radne skupine izdvojili su sedam trendova za koje se očekuje da će sljedeće godine imati mjerljiv učinak na domaćem tržištu – bilo kroz medijsku učinkovitost, unapređenje atribucije, diferencijaciju brendova, optimizaciju ulaganja ili rast digitalnih ekosustava. Pregled trendova pronađite u nastavku, a detaljnije o evaluaciji pronađite na poveznici. Attention Optimization uvodi metrike pažnje kao novu razinu kvalitete medijske isporuke te omogućuje preciznije vrednovanje brend učinka u odnosu na klasične metrike poput viewabilityja. Incrementality omogućuje brendovima točnije razumijevanje stvarnog doprinosa kampanja, objektivniju alokaciju budžeta i dokazivanje učinka, osobito u kontekstu brend ulaganja i performance ciljeva. AI Creative Fatigue, zasićenje generičkim AI sadržajem, dovodi do povratka ljudskom copyju i većem naglasku na autentičnost, glas brenda i diferencijaciju. AI ostaje alat za operativne zadatke, dok ključne poruke ponovno zahtijevaju ljudsku kreativnu intervenciju. Retail Media prelazi iz e-commerce niše u omnichannel format utemeljen na first-party podacima trgovaca, čineći mjesto kupnje ujedno i medijskim kanalom. Globalno najbrže rastući segment digitalnog oglašavanja donosi jasne ROI modele, inkrementalne efekte i nove izvore prihoda unutar retail ekosustava. Generative Engine Optimization (GEO) predstavlja evoluciju SEO-a prema optimizaciji za AI modele. Kako raste broj zero-click pretraga i korištenja AI-ja kao primarnog izvora informacija, brendovi počinju optimizirati sadržaj kako bi bili uključeni u same AI odgovore, a ne samo u listu rezultata. AI-Powered Ad Targeting trend omogućuje hiperpersonalizaciju, učinkovitiju potrošnju budžeta i rast ROI-ja, ali istovremeno otvara pitanja vezana uz privatnost, kvalitetu podataka i algoritamsku transparentnost. Connected TV (CTV) postaje digitalni inventory, što omogućuje inkrementalni TV doseg, fleksibilnije budžete te pristup premium publici koja se udaljava od linearne televizije. Objavom dokumenta Digital Trends Forecast 2026, **IAB Croatia** učvršćuje svoju ulogu u edukaciji, standardizaciji i razvoju digitalnog ekosustava u Hrvatskoj. Dokument služi kao referentna točka za brendove, agencije, medije i sve digitalne aktere u planiranju ulaganja i donošenju odluka u godini u kojoj je industrija suočena s ubrzanim tehnološkim ciklusima, fragmentacijom kanala i rastućim fokusom na učinkovitost. Pretplati se