



30. siječnja 11:18:47

IAB Croatia objavio Digital Trends Forecast 2026: sedam trendova koji će oblikovati digitalnu industriju - Mediakit

Mediakit.hr

Digital Trends Forecast 2026, novi dokument u izdanju IAB Croatia, donosi pregled sedam ključnih trendova za koje se očekuje da će u 2026. godini imati stvarnu tržišnu i poslovnu vrijednost na hrvatskom digitalnom tržištu. Riječ je o godišnjoj stručnoj procjeni trendova koju je izradila Radna skupina za Predictions & Trends, a u kojoj su sudjelovali [...]

IAB CROATIA DIGITAL TRENDS FORECAST 2026

Digital Trends Forecast 2026, novi dokument u izdanju **IAB Croatia**, donosi pregled **sedam ključnih trendova** za koje se očekuje da će u 2026. godini imati **stvarnu tržišnu i poslovnu vrijednost** na hrvatskom digitalnom tržištu.

Riječ je o godišnjoj stručnoj procjeni trendova koju je izradila **Radna skupina za Predictions & Trends**, a u kojoj su sudjelovali Katarina Exle (Cvoke), Antonio Karlović (WPP Media Croatia), Marko Mikeš (Aleph), Lara Stolnik (Selotejp) i Boris Vukić (404). Dokument je rezultat cjelogodišnjeg rada i analize razvoja digitalnog ekosustava u Hrvatskoj i šire.

U industriji koja je kontinuirano izložena novim tehnologijama, platformama i pojmovima, sve je važnije razlikovati trendove s **realnim poslovnim potencijalom** od onih koji predstavljaju kratkoročni hype. Upravo zato IAB Croatia je krajem 2025. predstavio metodologiju **„Prilika ili hype?“**, kojom se trendovi evaluiraju prema pet kriterija: poslovna vrijednost, razina razumijevanja, stupanj usvajanja, primjenjivost na lokalnom tržištu te ograničenja i rizici. Time

Digital Trends Forecast postaje **alat za donošenje informiranih poslovnih odluka**, a ne samo popis aktualnih buzzworda.

Sedam digitalnih trendova s tržišnim potencijalom u 2026.

Prema procjeni radne skupine, sljedećih **sedam trendova** imat će mjerljiv utjecaj na domaće digitalno tržište kroz učinkovitije oglašavanje, bolju atribuciju, optimizaciju budžeta i razvoj novih digitalnih modela.

Attention Optimization

Uvođenje metrika pažnje kao nove razine vrednovanja medijske isporuke omogućuje preciznije mjerenje stvarnog učinka kampanja, izvan klasičnih pokazatelja poput viewabilityja.

Incrementality

Trend koji pomaže brendovima razumjeti stvarni doprinos kampanja, objektivnije alocirati budžete i dokazivati učinak marketinških aktivnosti, posebno u kombinaciji brand i performance ciljeva.

AI Creative Fatigue

Zasićenje generičkim AI sadržajem vraća fokus na ljudsku kreativnost, autentičan copy i jasan glas brenda. AI ostaje važan alat, ali ključne poruke ponovno zahtijevaju ljudsku intervenciju.

Retail Media

Retail Media izlazi iz okvira e-commercea i razvija se u omnichannel model temeljen na first-party podacima trgovaca. Ovaj najbrže rastući segment digitalnog oglašavanja donosi jasne ROI modele i nove izvore prihoda.

Generative Engine Optimization (GEO)

Evolucija SEO-a prilagođena AI pretraživanju i zero-click ponašanju korisnika. Brendovi optimiziraju sadržaj kako bi postali dio AI odgovora, a ne samo liste rezultata.

AI-Powered Ad Targeting

Napredni modeli targetiranja omogućuju veću personalizaciju i učinkovitiju potrošnju budžeta, uz istovremeno otvaranje pitanja privatnosti, kvalitete podataka i transparentnosti algoritama.

Connected TV (CTV)

CTV se sve više pozicionira kao digitalni inventory, omogućujući inkrementalni TV doseg, fleksibilnije budžete i pristup premium publici koja se udaljava od linearne televizije.

Objavom **Digital Trends Forecasts 2026**, IAB Croatia dodatno učvršćuje svoju ulogu u **edukaciji, standardizaciji i razvoju digitalne industrije u Hrvatskoj**. Dokument služi kao relevantna referenca za brendove, agencije, medije i ostale digitalne aktere u godini obilježenoj ubrzanim tehnološkim promjenama, fragmentacijom kanala i rastućim fokusom na učinkovitost.

Mediakit.hr