

 profitiraj.hr

02. veljače 06:35:00

IAB Croatia objavio Digital Trends Forecast 2026 s pregledom trendova koji će oblikovati digitalnu industriju

Profitiraj.hr press

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.

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.

SEDMAM TRENDOVA S POTENCIJALOM STVARNE VRIJEDNOSTI U 2026. GODINI

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](#).

1. **Attention Optimization** uvodi metrike pažnje kao novu razinu kvalitete medijske isporuke te omogućuje preciznije vrednovanje brend učinka u odnosu na klasične metrike poput viewabilityja.
2. **Incrementality** omogućuje brendovima točnije razumijevanje stvarnog doprinosa kampanja, objektivniju alokaciju budžeta i dokazivanje učinka, osobito u kontekstu brend ulaganja i performance ciljeva.
3. **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.
4. **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.
5. **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.
6. **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.
7. **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.

Profitiraj.hr press