

[www.netokracija.com](http://www.netokracija.com)

13. svibnja 08:17:59

## Postojat će dva interneta: jedan za ljude, drugi za AI agente

Anastasija Uspenski

*Ako već niste, odmah počnite učiti o AI agentima, jer to je jedini način da opstanete u suvremenom poslovanju, zaključak je CroAI panela na ovogodišnjim [Danima komunikacija](#).*



Umjetna inteligencija sve češće postaje korisnik, kupac i posrednik između brendova i ljudi. Upravo o toj promjeni razgovaralo se na panelu *Your Customer Isn't Human Anymore*, koji je Netokracijin tim pratio na [Danima komunikacija](#) u Rovinju.

Kao tehnološki medij kojem se pali lampica na svaki spomen [umjetne inteligencije](#), s posebnom smo pažnjom pratili raspravu o AI agentima, **budućnosti interneta i odnosu brendova s „ne-ljudskim“ korisnicima**.

Panel je organizirala [udrugica CroAI](#), a prve uvide u to koliko je koncept AI agenata poznat široj javnosti dobili smo na samom početku. Moderator panela **Stefan Martinić**, inače odvjetnik s magistarskom diplomom tehnološkog prava s Harvarda, postavio je publici pitanje: „**Tko je od vas čuo za AI agente?**“

Polovica prisutnih odgovorila je potvrdno. Na pitanje koliko bi ih znalo objasniti što su [AI agenti](#), samo su tri osobe podigle ruku, dvije od njih bile su iz naše redakcije.



*Davor Aničić na CroAI panelu CroAI Croatian AI Association/Facebook*

To pokazuje da **većina ljudi izvan tehnološke industrije** ili onih koji su s **ICT sektorom** povezani tek posredno, još uvijek **nema dovoljno doticaja s umjetnom inteligencijom**. Iako bi već sada trebali razvijati interes za učenje o tim tehnologijama. Pogotovo jer one sve više postaju dio suvremenih poslovnih procesa

Upravo zato ovaj je panel bio idealna prilika za isticanje važnosti **znanja o umjetnoj inteligenciji** kroz primjere iz svakodnevnog i poslovnog života.

*[Antonija Mršić Radas, nova direktorica CroAI: AI se ne razvija u izolaciji, već sustavno](#)*

Kako bi tema panela bila što jasnija publici, izvršni direktor i suosnivač tvrtke Velebit AI te član Upravnog odbora CroAI-ja **Davor Aničić** objasnio je što su AI agenti usporedivši ih s najraširenijim oblikom umjetne inteligencije, ChatGPT-jem:

*[ChatGPT](#) zasad samo odgovara na pitanja, ali ne obavlja konkretne zadatke. AI agent, kada mu se zada zadatak, može obaviti posao umjesto vas, primjerice rezervirati kartu koristeći sredstva koja ste mu osigurali. Sve to radi pretraživanjem interneta.*

Međutim, kako ističe Davor, **to nije bez rizika**. Današnji AI agenti pretražuju internet koji je namijenjen ljudima. Time se otvara pitanje hoće li se internet mijenjati na način koji odgovara agentima i kako će taj proces izgledati. Njegovo je predviđanje da će postojati **dva odvojena interneta** – jedan za agente i drugi koji neće ugrožavati integritet korisnika.

*[Je li medeni mjesec završio? Postaje li ChatGPT sve lošiji i lošiji?](#)*

## AI promet eksplozivno raste

Iako je sve još uvijek neizvjesno i razvija se u hodu, [Andrej Tonković](#), voditelj prodaje i *account* menadžer u [Arboni](#) te član [HURA](#)-e i [IAB Croatia](#), primjećuje da čak **milijarda ljudi koristi AI alate**.

Kada je riječ o internetskom prometu, dolasci koji potječu od AI alata porasli su za čak 400 posto, dok je broj **korisnika koji su putem ChatGPT-ja došli na web-trgovine** i obavili kupnju **porastao za 1.200 posto**.

Ipak, to je i dalje svega oko 1 posto u apsolutnim brojkama, no trendovi su značajni:

*To bih usporedio s 2008. godinom, kada smo u analitici bilježili manje od 1 posto dolazaka s mobilnih uređaja. Zatim je Google počeo inzistirati na [mobile-first pristupu](#). Danas promet s mobilnih uređaja čini oko 60 posto, a kod pojedinih web-trgovina i 80–90 posto.*

Andrej smatra da će se sličan scenarij dogoditi i s umjetnom inteligencijom, koja će s vremenom zauzimati sve veći udio internetskog prometa, kao i da će **svatko imati vlastitog AI agenta koji će pretraživati internet umjesto njega**.

*[Je li ChatGPT dovoljno dobar trgovac... da ubije hrvatske webshopove?](#)*

## Optimizacija za AI

Na Stefanovo pitanje kako se radi optimizacija za AI, Andrej je odgovorio da će oni koji su **kvalitetno odradili optimizaciju za tražilice (SEO) biti u dobroj poziciji** i kada je riječ o AI alatima.

Najjednostavniji korak koji kompanije mogu napraviti jest pitati [velike jezične modele](#) što znaju o njihovu poslovanju i provjeriti koliko ih AI sustavi prepoznaju i spominju.

Također preporučuje **otvaranje posebnog AI kanala u Google Analyticsu** kako bi se pratilo koliko posjeta dolazi iz AI izvora. Uz to, kompanije mogu surađivati sa SEO ili web-agencijama koje omogućuju uvid u to koliko ih AI sustavi spominju i kako stoje u odnosu na konkurenciju.

Na pitanje može li se AI „prevariti“ kako bi favorizirao određeni biznis, Davor odgovara da se ne radi o prevari, već o ulaganju truda u davanje odgovora na što specifičnije upite vezane uz određenu poslovnu domenu. Time se **povećavaju šanse da AI sustavi prepoznaju i preporuče određeni sadržaj**.

To je, kaže, vrijedilo i za SEO, samo je sada podignuto na znatno višu razinu.

*[ChatGPT uvodi oglase: Jeste pripremili budžete?](#)*

## Jača emocionalna povezanost s brendom

Marketing project menadžerica u Solflareu **Tena Turčinović Barukčić** smatra da je za AI modele iznimno važno na kojim su podacima trenirani, kakav su kontekst dobili i koliko su ti konteksti kvalitetni, jer upravo o tome ovisi kako će model odgovarati.

Unatoč težnji prema strojno čitljivim principima u marketingu, Tena ističe da je **emocionalni odnos s klijentima i dalje od presudne važnosti**. Iz bogatog iskustva rada s brendovima

primjećuje da AI korisnicima olakšava interakciju s brendom:

*Ono što se pokazuje ključnim jest završna razina povezivanja, koja se može ostvariti isključivo kroz emocionalnu povezanost s brendom.*

S obzirom na to da **AI olakšava povezivanje korisnika s brendovima** i na emocionalnoj razini, Tena poručuje da kompanije koje još nisu započele s integracijom AI alata to svakako moraju učiniti.



*Tena Turčinović Barukčić i Andrej Tonković na CroAI panelu CroAI Croatian AI Association/Facebook*

## Tisuću puta napredniji AI

Za kraj, Andrej je prenio riječi izvršnog direktora OpenAI-ja [Sama Altmana](#) da **AI svakih šest mjeseci postaje dvostruko bolji**.

To bi značilo, dodao je, da će **za pet godina biti i do tisuću puta napredniji**. Prema njegovu mišljenju, ponavljajuće zadatke u budućnosti će gotovo u potpunosti obavljati AI agenti, zbog čega naglašava važnost učenja o agentima i njihove šire primjene.

Tena dodaje da danas postoje **dva smjera** kojima kompanije idu.

Prvi podrazumijeva **potpunu automatizaciju i otpuštanje zaposlenika**, navodeći primjer Disneyja koji je otpustio čak 1.000 kreativaca. Drugi smjer podrazumijeva **korištenje AI tehnologija za osnaživanje zaposlenika** i unapređenje njihova rada, rasterećenje od repetitivnih zadataka i stvaranje prostora za razvoj poslovanja.

*[Što stoji iza otkaza u Googleu Hrvatska i zašto je Zuckerberg opet na sudu?](#)*

## Budućnost medija

Na pitanje **Mije Biberović**, glavne urednice i operativne direktorice Netokracije, o tome što će biti s medijima, monetizacijom i [njihovom budućnošću](#), Davor odgovara da rješenje vidi upravo u promjenama koje će zahvatiti internet o kojima je govorio na početku razgovora.

Iako smatra da je prijetnja velika, vjeruje da **za budućnost čovječanstva nije dobro da novinarstvo prestane postojati** te da će potreba za zaštitom [medija](#) od negativnih posljedica umjetne inteligencije postajati sve izraženija.

**Netokracija u tvom inboxu.  
Svako utorka.**

Prijavi se na  
tjedni newsletter!

---

Anastasija Uspenski