

DIGITALNI TRENDОВИ:

PRILIKA ILI HYPE?

**PRAKTIČNI ALAT ZA LAKŠE RAZLIKOVANJE
PRILIKA KOJE DONOSE PRAVU VRIJEDNOST OD
PROLAZNIH TRENDOVA U DIGITALNIM
KOMUNIKACIJAMA**

1. ŠIRINA USVAJANJA

PITANJA ZA PROVJERU	DA/NE
Postoji li trenutno dovoljno korisnika, i ukupno i unutar naše ciljane skupine?	
Postoji li rast korisničke baze u posljednjih 6–12 mjeseci, što bi ukazivalo na potencijal i održivost trenda?	
Postoji li kritična masa na lokalnom tržištu te je li ulaganje u razvoj infrastrukture isplativo?	
Postoje li industrije u kojima je trend već dao mjerljive rezultate?	
Postoji li dovoljan broj dobavljača i partnera, uključujući agencije, kreatore i tech aktere, koji to mogu isporučiti danas?	

ISPUNJAVA KRITERIJ?

2. DOSTUPNOST I POTENCIJAL RAZVOJA NA LOKALNOM TRŽIŠTU

PITANJA ZA PROVJERU	DA/NE
Postoje li već dostupna rješenja na lokalnom tržištu?	
Postoji li interes ključnih dionika na tržištu za implementaciju i razvoj rješenja?	
Jesu li domaći korisnici spremni usvojiti nova rješenja?	

ISPUNJAVA KRITERIJ?

3. JASNA DODATNA VRIJEDNOST

PITANJA ZA PROVJERU	DA/NE
Donosi li trend mjerljiv financijski uplift u odnosu na postojeće rješenje, kroz efektivnije kampanje, kvalitetnije insighte te efikasniji proces izrade i isporuke?	
Donosi li trend mjerljiv nefinancijski uplift u odnosu na postojeće rješenje, primjerice kroz višu kvalitetu publike i poboljšan korisnički doživljaj?	

ISPUNJAVA KRITERIJ?

4. OGRANIČENJA I RIZICI

PITANJA ZA PROVJERU	DA/NE
Postoje li zakonske prepreke?	
Postoje li reputacijski ili etički rizici?	
Postoje li tehničke prepreke ili ovisnost o jednoj platformi?	

ISPUNJAVA KRITERIJ?

5. RAZUMIJEVANJE

PITANJA ZA PROVJERU	DA/NE
Razumiju li klijenti koncept i njegovu vrijednost?	
Je li ideju lako objasniti i prodati?	
Postoji li edukacija tržišta?	

ISPUNJAVA KRITERIJ?

DIGITALNI TREND OVI: PRILIKA ILI HYPE?

KRITERIJ

ISPUNJAVA KRITERIJ (DA/NE)

1. ŠIRINA USVAJANJA

2. DOSTUPNOST I
POTENCIJAL RAZVOJA
NA LOKALNOM
TRŽIŠTU

3. JASNA DODATNA
VRIJEDNOST

4. OGRANIČENJA I
RIZICI

5. RAZUMIJEVANJE

Finalno, ovaj pregled 5 kriterija i odgovarajućih pitanja za provjeru svakog od njih predstavlja sukus smjernica, kao praktični je alat za lakše razlikovanje prilike od hypea. Iako navodi na potvrdu ili negativnu ocjenu svakog od kriterija - je li kriterij ispunjen ili ne - ukupnu ocjenu nije moguće donijeti kvantitativno, matematički. Idealtipski prilika mora zadovoljiti kriterije asolutno - mora ispuniti svih 5 kriterija. Međutim, konačna procjena donosi se nužno kvalitativno, razmatrajući kontekst, okolnosti i specifičnost brenda za koji se promišlja. To znači da se iznimno vrijednost može kriti i u trendu koji ne ispunjava neki od kriterija.