NEWS

Agent u staklu

Kako zaslon koji govori i djeluje konkretno koristi vlasnicima trgovina i njihovim kupcima te zašto je pritom povjerenje presudan čimbenik.

22. lipnja 2026., Tobias Engl



Petnaest godina zaslon u trgovini radio je ponajprije jedno: prikazivao ono što je netko prethodno isplanirao. To se upravo iz temelja mijenja. Zaslon počinje razumjeti, odgovarati i djelovati. Od izloga postaje sugovornik. Za vlasnike trgovina to nije igračka, nego konkretna poluga za promet, troškove i doživljaj kupaca. A za kupce to znači pomoć upravo onda kad je potrebna.

ŠTO JE TO

Od zaslona do sugovornika

„Agent u staklu“ spaja tri stvari: 1. anonimno opaža svoj kontekst (koliko ljudi stoji pred njim, koliko dugo, u koje doba dana), 2. odgovara na pitanja na prirodnom jeziku, glasom ili tipkanjem, i 3. sve češće sam stvara svoje sadržaje iz podataka uživo ... asortimana, cijena, termina, putova. Gdje ima smisla, čak pokreće postupke: rezervira termin, navodi do prave police. Beskonačna petlja postaje dijalog.

PERSPEKTIVA 1

Iz perspektive vlasnika trgovine

Kraj vrtnje u kotaču sadržaja. Održavanje svježih sadržaja dosad je bio posao bez kraja. Agent sam povlači akcije, cijene i dostupnost te od njih oblikuje skladne poruke, a da nitko svakodnevno ne mora dirati datoteke.

Veća relevantnost, veća konverzija. Umjesto jedne poruke za sve, agent prikazuje odgovarajuću u pravom trenutku – ovisno o dobu dana, zalihama i kontekstu. Relevantno obraćanje na mjestu odluke izravno se odražava na račun.

Rasterećenje osoblja. Na pitanja koja se ponavljaju – Gdje mogu naći …? Koliko stoji …? Kada je …? – agent odgovara danonoćno. Tim dobiva vrijeme za ono što ljudi rade bolje: savjetovanje i brigu o kupcima.

Napokon pouzdana mjerljivost. Agent anonimno zna koliko ga je ljudi vidjelo i upotrijebilo te koji sadržaji djeluju. Osjećaj postaje dokaz; temelj za bolje odluke i, gdje je prikladno, za prihode od oglašavanja na vlastitom prostoru.

PERSPEKTIVA 2

Iz perspektive kupaca

Odgovor odmah, bez aplikacije, bez reda. Pitate i dobijete jasnu informaciju na svojem jeziku: pravi proizvod, najkraći put, sljedeći slobodni termin. Bez preuzimanja, bez čekanja za pultom.

Osobno, ali ne nametljivo. Pomoć djeluje susretljivo, a da nitko nije prepoznat ni izmjeren. Agent reagira na pitanje, ne na lice.

Dostupno svima. Velika slova, funkcija čitanja naglas, visoki kontrast i mnogo jezika na jednom uređaju čine informaciju pristupačnijom od bilo kojeg tiskanog natpisa i istodobno ispunjavaju zahtjeve pristupačnosti.

Korisno, a ne reklamno. Budući da agent najprije rješava pitanje, nastaje povjerenje, a upravo to povjerenje tek čini popratnu preporuku djelotvornom.

KLJUČNA TOČKA

Povjerenje je presudan čimbenik

Što zaslon više sam govori i djeluje, to je važnije može li mu se vjerovati. U Europi to nije sporedna tema. Agent u staklu smije biti znatiželjan u pogledu pitanja, ali ne i osobe. Mjeri se anonimno i zbirno. Kontakti pogledom i vrijeme zadržavanja, bez tumačenja demografije ili emocija, kako to zahtijevaju EU AI Act i GDPR. Generirani sadržaji ostaju sljedivi i označeni, a podaci se obrađuju lokalno i u EU-u. Tako zaštita podataka ne postaje kočnica, nego prodajni argument.

Upravo je tu snaga ScreenWaya! Obrazac na kojem počiva zaslon koji govori – izolirani agenti pod kontrolom, lokalna obrada, europski suverenitet nad podacima – već je ugrađen u arhitekturu zamišljenu po načelu local-first. Agent u staklu nije promjena platforme, nego logičan sljedeći korak.

Bergx2 od 1998. gradi upravo te temelje: local-first, u skladu s GDPR-om i na zahtjev on-premises. U besplatnom demo prikazu pogledajte kako vaši prostori postaju sugovornik: **screenway.com** · **vertrieb@screenway.com**.

IZVORI

ISE 2026 / invidis – agentska UI u CMS-u, MCP asistenti. – spatialagents – zaslon kao sugovornik koji govori, voice-first. – blinksigns – autonomni sustavi. – Nento – hiperpersonalizirani, generativni sadržaji.

Uredba (EU) 2024/1689 (EU AI Act, Akt o umjetnoj inteligenciji), čl. 5. – ograničenje prepoznavanja emocija / biometrijske kategorizacije; GDPR – smanjenje količine podataka, transparentnost, privola.