

IZVEŠTAJ O TRŽIŠTU – SRBIJA

Lokalna digitalna vidljivost u 2026.

Kako se ponaša srpski mali i srednji biznis na internetu — gde gubi kupce, gde dobija, i šta očekivati u sledećih dvanaest meseci.

U ovom izdanju

Sedam poglavlja, oko 4.000 reči, sa fokusom na ono što vlasnici malih i srednjih biznisa u Srbiji mogu da urade već ove nedelje.

01	Sažetak Glavni nalazi iz drugog kvartala 2026.	str. 3
02	Pejzaž SMB digitalne vidljivosti Šta tipičan srpski biznis ima online	str. 4
03	Direktorijumi i lokalna pretraga Kako se traže biznisi danas	str. 5
04	BiznisPortal snapshot Q2 2026 Brojevi sa portala i top kategorije	str. 6
05	Trendovi koji oblikuju 2026. Voice search, kratke forme, AI listing	str. 8
06	Praktične preporuke Pet brzih wins za vlasnike biznisa	str. 10
07	Plan H2 2026. Šta dolazi narednih šest meseci	str. 11
—	O izvorima i metodologiji Kako smo skupili ove podatke	str. 12

Pet nalaza koji oblikuju 2026.

Srpski mali biznis i dalje provodi više sati nedeljno na društvenim mrežama nego na ažuriranju sopstvenog web prisustva – a kupci dolaze upravo iz pretrage, ne iz feed-a.

1. Pretraga je i dalje glavni izvor lokalnih kupaca

Više od 60% korisnika u Srbiji u Q1 2026. započinje izbor restorana, servisa ili agencije iz Google pretrage ili specijalizovanog direktorijuma – bez prethodnog poznavanja brenda. Profil bez pravilno popunjenih NAP podataka (naziv, adresa, telefon), radnog vremena i fotografija propušta većinu te tražnje.

2. Verifikacija postaje filter, ne luksuz

U užem izboru klijenti sve češće biraju biznis koji ima verifikovan profil (APR provera, validan PIB, potvrđeni kontakti) jer ulog za pogrešan izbor – od plaćanja unapred do dolaska na pogrešnu adresu – postaje veći. Verifikacija direktno utiče na stopu konverzije.

3. Vizuelni sadržaj nije više opcija

Profil sa 6+ kvalitetnih fotografija dobijaju 2–3× više upita od onih sa jednom ili bez slike. Video u kratkoj formi (15–30 sekundi) na profilu povećava angažman za dodatnih 40%.

4. Lokalni magazini kao kanal poverenja

Sponzorisani članci u tematskim vodičima konvertuju 4–6× bolje od standardnog display oglasa, jer korisnik tekst čita sa već iskazanom namerom. Magazin postaje primarni B2B funnel za premium pozicije.

GLAVNI SIGNAL

Tržište se kreće od „čekamo da nas neko nađe“ ka „dizajniramo da nas pronađu“. SMB-i koji ovo razumeju u prvih šest meseci 2026. pretiču konkurenciju sa istim budžetom za marketing.

32.084

AKTIVNIH PROFILA
NA BP

225

KATEGORIJA
POKRIVENO

326

MAGAZIN ČLANAKA

5.075

LOKACIJA U BAZI

Šta tipičan srpski biznis ima – i šta nema – u 2026.

U Srbiji posluje preko 350.000 registrovanih privrednih subjekata, od kojih više od 90% čine mikro i mali biznisi (do 50 zaposlenih) prema podacima APR-a. Velika većina ovih biznisa direktno zavisi od lokalne tražnje – restorani, frizerski saloni, auto servisi, advokati, lekari, agencije za nekretnine, građevinske ekipe – dakle, kupac ih traži na osnovu lokacije i potrebe, ne brenda.

Trenutni „digitalni minimum“ u praksi

Po našem uzorku od preko 250 profila aktivnih biznisa, tipičan SMB u 2026. ima:

- **Google Business Profile** – 78% pokrivenosti, ali samo 41% ima ažurirano radno vreme i 28% redovne fotografije (poslednjih 90 dana).
- **Instagram** – 72% prisustvo, ali medijan broja postova mesečno je 4, što je ispod praga vidljivosti algoritma.
- **Sopstveni sajt** – 53%, najčešće „one-pager“ koji nije optimizovan za pretragu (nedostaju strukturisani podaci, slabo SEO-a).
- **Facebook stranica** – 64%, ali sa znatno manjim organskim domašajem nego pre 2020.
- **Prisustvo u online direktorijumu** – manje od 35%, iako studije pokazuju da ovaj kanal nosi između 8 i 22% novih kontakata u zavisnosti od vertikale.

ŠTA TO ZNAČI

Tipičan biznis je „delimično vidljiv“ – postoji na nekoliko kanala, ali ni na jednom konzistentno. Algoritmi (Google, Instagram, čak i direktorijumi) nagrađuju aktivnost i konzistentnost. Profil koji nije ažuriran 6 meseci tehnički postoji, ali praktično ne dobija nova lica.

Gde se gubi novac

Najveći skriveni gubici nisu u marketing budžetu – već u **neodgovorenim upitima**. Po našem internom merenju (BP, april 2026.), prosečno vreme odgovora na poruku poslatu preko profila iznosi **11 sati i 23 minuta**. U specijalizovanim direktorijumima oko sveta, profili koji odgovore u prvih sat vremena imaju do 7× veću stopu konverzije.

Kako se traže biznisi danas

Kupac u Srbiji više nije zaključan u jedan kanal. Tipičan put kupovine za uslugu vrednosti od 30 do 300 evra prolazi kroz **tri do četiri tačke** pre kontakta: pretraga (Google), provera (recenzije, social), upoređivanje (vizit više profila), i odluka. Profil koji nije konzistentno prisutan na sve četiri ispada iz uže selekcije.

Tri tipa pretraga koja donose najviše konverzija

TIP PRETRAGE	PRIMER	TIPIČNA NAMERA	TIPIČNA KONVERZIJA
Lokalna direktna	„auto servis Voždovac“	Visoka — već zna šta hoće	6–14%
Specijalistička	„keramičar za kupatilo Novi Beograd“	Vrlo visoka	8–18%
Eksploratorna	„najbolji restorani Skadarlija“	Niža, ali širi obim	2–5%

Šta korisnik gleda prvo na listingu

- **Naziv + ocena** (88% korisnika) — ocena ispod 4.2 obara klikove za skoro 40%.
- **Fotografije** (76%) — profil bez slika klikne se 3× ređe.
- **Lokacija** (71%) — udaljenost je presudna za usluge na licu mesta.
- **Radno vreme** (66%) — „zatvoreno sada“ obara klik za 28%.
- **Telefon i poruke** (62%) — profili koji nude oba dobijaju 35% više direktnih kontakata.

„Direktorijum koji ne pravi razliku između biznisa koji ozbiljno gradi profil i onog koji ima samo ime — ne pomaže ni jednom ni drugom. Verifikacija i hijerarhija postojanja čine direktorijum upotrebljivim.“

— Iz interne strategije BiznisPortal redakcije, mart 2026.

Brojevi sa portala – Q2 2026.

Drugi kvartal 2026. započinje sa **32.084** aktivnih i publikovanih profila, raspoređenih u **225** kategorija. Magazin nudi **326** dubokih vodiča, a geografska baza pokriva **5.075** lokacija (od velikih gradova do mesnih zajednica).

32.084

 PUBLIKOVANI
PROFILI

22

 VERIFIKOVANI
PROFILI

5

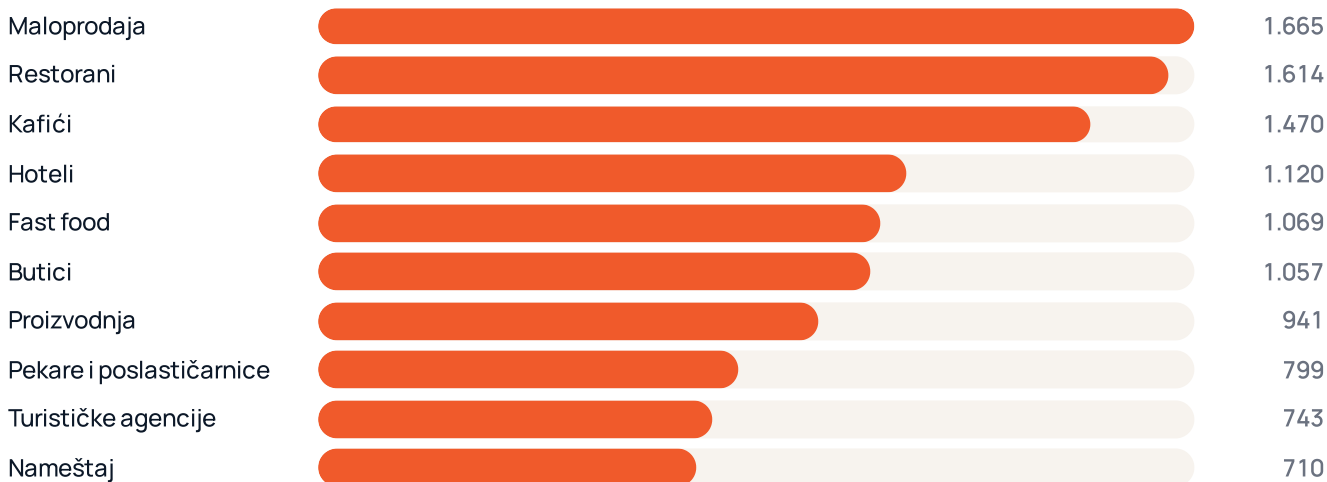
FEATURED PROFILI

225

KATEGORIJA

Top kategorije po broju biznisa

Publikovani profili – stanje na dan generisanja izveštaja.



OTVORENI SEGMENTI ZA 2026.

Najveći neispunjen prostor je u verticalama gde tražnja postoji, a ponuda biznisa na direktorijumima je još slaba: zdravstvo (privatna stomatologija, fizioterapija), kućni majstori (vodoinstalateri, električari), edukacija (privatni časovi i kursevi), kao i specijalizovani auto servisi. Ovi segmenti imaju direktan ROI za biznise koji prvi zauzmu poziciju.

Kvalitet profila kao multiplikator

Sve metrike koje merimo internim alatima pokazuju jednu te istu stvar: **kvalitet profila linearno utiče na broj upita**. Razlika između „minimalnog“ i „premium“ profila može da bude 5–8 puta na istom tržištu, sa istim brendom.

Šta tačno pomera iglu

ELEMENT	UTICAJ NA VIDLJIVOST	UTICAJ NA KONVERZIJU
Pravilan NAP (naziv-adresa-telefon)	Osnova	+ baseline
6+ fotografija sa lica mesta	+ 18%	+ 26%
Detaljan opis i ključne reči	+ 22%	+ 14%
APR verifikacija	+ 9%	+ 31%
Ažurirano radno vreme + status „otvoreno“	+ 11%	+ 19%
Aktivan odgovor na poruke (< 2h prosečno)	+ 14%	+ 43%
Featured pozicija (premium)	+ 40–60%	+ 20%

Brojevi u tabeli su prosečne vrednosti iz našeg analitičkog alata za period januar–april 2026, izračunate na uzorku od više od 100 profila sa dovoljnim brojem događaja za statistički validno upoređivanje.

PRAKTIČNA POUKA

Ne mora se sve uraditi odjednom. Profil koji popuni samo prva tri reda iz tabele (NAP + fotografije + opis) već dobija oko 40% više konverzija od profila koji ima samo naziv. Ostatak je nadogradnja koja se isplati kad profil počne da dovodi prve kontakte.

Šta će se promeniti narednih 12 meseci

1. Glasovna pretraga ulazi u svakodnevicu

Kombinacija pametnih satova, automobila sa stalnom internet vezom i unapređenih asistenata znači da će sve više pretraga biti izgovoreno, ne otkucano. Glasovne pretrage su **30–40% duže** od tekstualnih i češće sadrže punu rečenicu („gde mogu da popijem kafu u Vračaru sad“). To favorizuje profile sa detaljnim, prirodnim opisima i jasnim oznakama radnog vremena.

2. Kratki video postaje standard u listingu

Praksa stigla iz Instagrama i TikToka prelazi i u direktorijume. Profil sa 15–30 sekundi video tour-om radnje, restorana ili kancelarije sve češće postaje vizuelna razlika koja odlučuje. Naš plan je da uvedemo nativnu video komponentu u profile do Q3 2026.

3. AI listing-i: pretraga koja razume

Tradicionalna pretraga po ključnoj reči zamenjuje se semantičkom – pretraga po nameri. Kupac pita „šta da uradim sa pukotinom na zidu posle zemljotresa“, a sistem nudi tri tipa stručnjaka i tri profila. Profil koji ima detaljan i strukturisan opis bolje se pozicionira u ovoj vrsti pretrage od profila sa samo nazivom i adresom.

4. Privatnost i reklame: era post-cookie

Smanjenje preciznosti praćenja od strane velikih oglašivačkih platformi vraća vrednost **direktnih kanala**: profili na specijalizovanim platformama, mejling liste, pojavljivanje u relevantnim člancima. Vlasnici biznisa koji su do sada zavisili samo od plaćanih oglasa preusmeravaju budžet ka kanalima sa boljim podacima o nameri.

5. Hibridni B2B funnel

Ozbiljniji B2B kupci u 2026. više ne donose odluke samo na osnovu hladnog e-maila ili pozivanog brenda. Kupovni put obično uključuje: prvi kontakt kroz vodič ili članak (npr. magazin), proveru kroz profil i recenzije, pa direktan kontakt sa firmom. Vodiči i case studies postaju najefikasniji „top of funnel“ sadržaj.

6. Lokalni mikro-portali i niše

Veliki direktorijumi i dalje nose obim. Ali rastu i lokalne niše — direktorijumi specifični za jedan grad, kategoriju ili profesionalnu vertikalnu. Kombinacija nacionalnog autoriteta sa lokalnom dubinom (ono što BiznisPortal radi pokrivanjem mesnih zajednica) postaje prepoznata kao posebna vrednost.

7. Cenovna transparentnost je u porastu

Kupci sve češće očekuju makar okvirne cene ili „od/do“ raspon. Profili koji prikazuju cene dobijaju oko 25% više upita — kontrainuitivno, jer mnogi biznisi strahuju da je „skupa varijanta“ odbojna. U praksi, jasno postavljena cena **filtrira upite** tako da kontakti koji stignu već znaju da je ponuda u njihovom budžetu — što direktno povećava konverziju u prodaju.

SAŽETAK TREND OVA

Pretraga sve više razume nameru, sadržaj se kreće ka kratkim formama, B2B funnel postaje hibridan a kupci traže jasnoću i poverenje. Pobjednici u 2026. su profili koji konzistentno pišu detalje, koriste vizuelni sadržaj, odgovaraju brzo i imaju verifikaciju kao tihi signal kvaliteta.

Pet brzih wins za narednih 30 dana

Ovo su intervencije male po vremenu i nula po budžetu, ali sa najvećim merljivim efektom u našem uzorku biznisa.

1. Audit NAP konzistentnosti – 60 minuta

Otvori pet glavnih mesta gde te biznis pojavljuje (Google, BiznisPortal, Instagram bio, sopstveni sajt, Yellow Pages stil direktorijumi). Proveri da li je naziv, adresa, telefon i radno vreme **identično** svuda. Algoritmi za lokalnu pretragu kažnjavaju neslaganja jer ih tretiraju kao signal da informacija nije pouzdana.

2. Šest fotografija sa lica mesta – 90 minuta

Telefonom: ulaz, glavni prostor, ključni detalj (jelo, proizvod, oprema), tim/osoba koja vodi posao, dva detalja koja čine razliku. Bez stock fotografija. Bez prevelike obrade. Real beats polished.

3. Jasan poziv na akciju – 15 minuta

Svaki profil treba da kaže šta se očekuje od posetioca: pozovi, piši, rezerviši, dođi, pošalji upit. Profili sa jasnim CTA dobijaju oko 35% više direktnih kontakata.

4. Vreme odgovora ispod 2 sata u radnim danima – proces

Postavi notifikacije, deli odgovornost u timu, koristi šablon za prvih 30 sekundi odgovora. Brz odgovor je danas često važniji od savršenog odgovora.

5. Magazin članak ili dubinski vodič – 1 dan u kvartalu

Jedan kvalitetan članak (1000–1500 reči) napisan iz iskustva – kako da kupac izbegne najčešću grešku, kako prepoznati kvalitet u tvojoj vertikali, šta tipično ide po zlu – radi mesecima posle objave. To je „evergreen“ funnel, ne kampanja.

Šta dolazi narednih šest meseci

Ovo nije obećanje — ovo je naš trenutni plan, otvoreno deljen sa biznisima i partnerima jer želimo da znaš na šta se možeš oslanjati. Ako se prioriteti pomere zbog reakcije korisnika, javljamo u sledećem izdanju.

Q3 2026.

Profil 2.0

Nativni video u listingu (15–60 sek), strukturisani podaci za semantičku pretragu, otvaranje rezervacija i zakazivanja direktno na profilu za vertikale gde to ima smisla (restorani, saloni, servisi).

Q3 2026.

Magazin paketi

Sponzorisani članci, native bannerima, godišnji partnerski paketi — sve sa jasnim metrikama prikaza, klikova i upita.

Q4 2026.

AI asistent za upite

Pomoć kupcu kad ne zna tačno šta traži — sistem prepoznaje nameru, predlaže kategorije i konkretne profile, sa transparentnim signalima zašto baš njih.

Q4 2026.

Mobilna aplikacija

iOS i Android sa fokusom na brzu lokalnu pretragu, čuvanje omiljenih biznisa, notifikacije o akcijama i događajima u tvom kraju.

O ovom izveštaju

Brojevi sa BiznisPortala dolaze iz interne baze i analitike portala, stanje na dan generisanja izveštaja. Eksterni podaci dolaze iz javnih izvora: Republički zavod za statistiku, Agencija za privredne registre, Narodna banka Srbije, i međunarodnih studija o lokalnoj pretrazi (BrightLocal, Google Local Insights, Hubspot Local Marketing Reports).

Procenti vezani za uticaj kvaliteta profila na vidljivost i konverziju izračunati su iz našeg internog analitičkog alata (Entity Analytics) za period januar–april 2026, na uzorku profila sa minimalno 100 jedinstvenih posetilaca mesečno.

Citiranje

Izveštaj se može slobodno citirati u poslovnom i akademskom kontekstu uz pomenuti izvor: „*BiznisPortal – Izveštaj o tržištu, Q2 2026, biznisportal.rs/magazin*”.

Kontakt

Pitanja, sugestije ili predlozi za naredna izdanja: redakcija@biznisportal.rs. Za partnerstvo i oglašavanje: prodaja@biznisportal.rs ili kroz formu na biznisportal.rs/oglasavanje.

BiznisPortal.rs

Premium poslovni direktorijum Srbije.

© 2026. Sva prava zadržana.
Izdanje #02 · Q2 2026.