



[\(https://biramdobro.com/\)](https://biramdobro.com/)

[\(https://biramdobro.com/ivo-kristic-stop-reklami-od-glamura-do-prikrivenog-oglasavanja/\)](https://biramdobro.com/ivo-kristic-stop-reklami-od-glamura-do-prikrivenog-oglasavanja/)

[HOMEPAGE \(HTTPS://BIRAMDOBRO.COM\)](https://BIRAMDOBRO.COM) /

[PSIHOLOGIJA \(HTTPS://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/BUDUCNOST/PSIHOLOGIJA/\)](https://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/BUDUCNOST/PSIHOLOGIJA/) /

[IVO KRIŠTIĆ: STOP REKLAMI - OD GLAMURA DO PRIKRIVENOG OGLAŠAVANJA](#)

[PSIHOLOGIJA \(HTTPS://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/BUDUCNOST/PSIHOLOGIJA/\)](https://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/BUDUCNOST/PSIHOLOGIJA/)

[ZDRAVLJE \(HTTPS://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/SADASNJOST/ZDRAVLJE/\)](https://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/SADASNJOST/ZDRAVLJE/)

Ivo KRIŠTIĆ: Stop reklami - od glamura do prikrivenog oglašavanja

Sjaj, glamur, brza zarada i adrenalin – slike su to koje nam industrija igara na sreću svakodnevno servira. No, što se krije iza kulisa blještavih reklama i primamljivih bonusa? Razgovarali smo s Anastazijom, marketinškom stručnjakinjom s dugogodišnjim iskustvom rada za velika online kasina, koja nam je otkrila složenu mrežu strategija kojima se privlače i zadržavaju igrači

Od psiholoških trikova do zaobilaženja strogih pravila oglašavanja na društvenim mrežama, njezina priča daje potpuno novu perspektivu na svijet koji se na prvi pogled čini kao bezbrižna zabava. U nastavku donosimo detaljan pregled metoda o kojima nam je govorila

Kako kasina i kladionice osvajaju igrače

Industrija igara na sreću i sportskog klađenja nezaustavljivo raste, kako globalno, tako i u Hrvatskoj. Konkurencija je velika pa brendovi ulažu sve više u marketing. Ipak, dok reklame obećavaju luksuz, zabavu i dobitke, stvarnost je često puno drugačija. Pogledajmo kako kasina i kladionice privlače igrače i koje se taktike kriju iza njihovih kampanja.

Tradicionalne metode još uvijek rade

Unatoč digitalizaciji, tradicionalni kanali i dalje imaju važnu ulogu. Sponzorstva sportskih klubova i turnira, logotipi na dresovima i billboardi u blizini stadiona i prometnih pravaca ostaju nezaobilazni. TV i radio reklame, iako pod sve strožim zakonskim ograničenjima, i dalje pronalaze put do sportskih prijenosa i masovne publike.

Digitalni svijet – glavno bojište

Prava borba za korisnike odvija se online. Optimizacija web stranica za ključne pojmove poput “najbolje kvote” i agresivni oglasi na Googleu samo su početak, dok se na društvenim mrežama grade zajednice navijača, organiziraju nagradne igre i nudi sadržaj tipa “pogodi rezultat”.

Sve veći prostor u promociji dobivaju influenceri, posebno na TikToku i Instagramu. Iako je na Meta platformama (Facebook i Instagram) oglašavanje kocke i klađenja službeno zabranjeno, osim u posebnim slučajevima uz dozvolu, brendovi i influenceri pronalaze načine da to zaobiđu. Jedna od najčešćih taktika je dijeljenje linkova koji izgledaju kao obični Google search rezultati, primjerice

<https://www.google.com/search?>

[q=casino&sca_esv=d2ab6361f8823ac8&source=hp&ei=F37VaMuEHart7_UPIPiUqA4&iflsig=AOw_wiz](https://www.google.com/search?q=casino&sca_esv=d2ab6361f8823ac8&source=hp&ei=F37VaMuEHart7_UPIPiUqA4&iflsig=AOw_wiz) (https://www.google.com/search?

[q=casino&sca_esv=d2ab6361f8823ac8&source=hp&ei=F37VaMuEHart7_UPIPiUqA4&iflsig=AOw_wiz](https://www.google.com/search?q=casino&sca_esv=d2ab6361f8823ac8&source=hp&ei=F37VaMuEHart7_UPIPiUqA4&iflsig=AOw_wiz))

A u stvarnosti vode na klik od stranice kladionice ili casina. Na prvi pogled publika misli da je riječ o neutralnoj pretrazi, no radi se o obliku prikriivenog oglašavanja koji zaobilazi algoritme, stvara povjerenje jer link dolazi od Googlea i prikriiva činjenicu da se radi o plaćenju promociji. Na isti način su različita online kasina pokušavala prevariti Metu.

Bonusi, prijatelji i nagrade

Promocije su jedno od najjačih oružja industrije. Bonusi dobrodošlice, besplatne oklade i free spinovi postali su standard, dok referral programi funkcioniraju po principu “pozovi prijatelja i osvoji kredite”. Na taj način sami korisnici postaju promotori, a brendovi dolaze do novih igrača bez velikih ulaganja. Gamifikacija je također sve prisutnija jer izazovi, skupljanje bodova i leaderboardi pretvaraju klađenje u igru unutar igre.

Igranje na emocije

Marketinške poruke redovito ciljaju na emocije. Najčešće se koristi FOMO, odnosno strah od propuštanja, kroz poruke poput “ponuda vrijedi još 24 sata” ili “samo danas kvote 3.00 na pobjedu Hrvatske”. Kasina pritom grade sliku glamura i luksuza, dok kladionice naglašavaju adrenalin i navijački duh, a cijeli vizualni identitet pažljivo se gradi oko te atmosfere – crno-zlatna elegancija nasuprot sportskim bojama koje bude dinamiku i osjećaj pripadnosti.

Marketinški mitovi i stvarnost

Reklame i stvarni doživljaj kasina i kladionica često su dva potpuno različita svijeta. Marketing obećava VIP tretman i ekskluzivnu uslugu, no u praksi se to često svodi na istu prostoriju s besplatnom kavom i nešto udobnijim stolicama. Adrenalin i uzbuđenje, koje vidimo u reklamama, u stvarnosti zamjenjuju dugi sati pritiskanja iste tipke na slot aparatu. Luksuz i sjaj koji se prikazuju na ekranima nerijetko se u stvarnosti svode na zadimljene prostorije i fluorescentna svjetla, dok obećanje velike pobjede kao ulaznice u bolji život zamjenjuje statistika koja pokazuje da većina igrača gubi, a veliki dobitnici ostaju rijetki izuzetak.

Regulativa (ne)prati trendove

Iako su zakoni jasni po pitanju zaštite maloljetnika i obaveznih upozorenja poput “Igraj odgovorno”, regulativa teško prati brzi razvoj digitalnog marketinga. Prikriiveno oglašavanje preko influencera ostaje u sivoj zoni, a zabrana na Meti često se zaobilazi “kreativnim” metodama. Granica između promocije i manipulacije sve je tanja, a pitanje etike i zaštite korisnika sve važnije.

Što donosi budućnost?

Esports klađenje, mobilne aplikacije s push notifikacijama i AR/VR kasina otvaraju nova tržišta. Brendovi sve češće ulaze u dublje partnerstvo sa sportskim klubovima kroz fan zone i digitalne sadržaje, dok umjetna inteligencija omogućuje personalizirane ponude u stvarnom vremenu. No, s rastom industrije raste i odgovornost – kako prema igračima, tako i prema društvu.

Kasina i kladionice ulažu u sofisticirane marketinške strategije koje spajaju emociju, glamur i tehnologiju. Ipak, iza reklama često se kriju sive zone poput prikrivenog oglašavanja i zaobilaženja zabrana na društvenim mrežama. Dok brendovi grade sliku luksuza i uzbuđenja, stvarnost je mnogo skromnija. Budućnost industrije oblikovat će digitalizacija, personalizacija i, sve više, etička pitanja – jer ono što danas izgleda kao kreativna kampanja, sutra može postati predmet ozbiljnih regulatornih rasprava.

Ivo KRIŠTIĆ

Tekst je financiran sredstvima Agencije za elektroničke medije iz programa poticanja novinarske izvrsnosti

LEAVE A RESPONSE

Vaša adresa e-pošte neće biti objavljena. Obavezna polja su označena sa *

Komentar

Ime *

[Privacy & Cookies Policy](#)

E-pošta *

Web-stranica

[Objavi komentar](#)

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed. \(https://akismet.com/privacy/\)](https://akismet.com/privacy/)



[Biram DOBRO](#)

[\(https://biramdobro.com/author/aaa/\)](https://biramdobro.com/author/aaa/)

Tekstovi Uredništva, gostujućih autora ili iz drugih medija.

[View all posts](#)

< [U Zagrebu donacijski koncert AnnaDel "SLOBODNA"](https://biramdobro.com/u-zagrebu-donacijski-koncert-annadel-slobodna/)

[Promisljati Božje milosrđe](https://biramdobro.com/promisljati-bozje-milosrde/) >

[\(https://biramdobro.com/promisljati-bozje-milosrde/\)](https://biramdobro.com/promisljati-bozje-milosrde/)

YOU MIGHT ALSO LIKE



PSIHOLOGIJA ([HTTPS://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/BUDUCNOST/PSIHOLOGIJA/](https://biramdobro.com/category/buducnost/psihologija/))

pater Mijo Nikić: PSIHOLOŠKO-DUHOVNI SAVJETI U SUOČAVANJU S KRIZOM

(<https://biramdobro.com/pater-mijo-nikic-psiholosko-duhovni-savjeti-u-suocavanju-s-krizom/>)

Biram DOBRO (<https://biramdobro.com/author/aaa/>)
psiholosko-duhovni-savjeti-u-suocavanju-s-krizom/)
6. travnja 2020.



Gordan Lauc: Panika, strah i raftno profiterstvo – razarajući asimptomatski učinci covid-19 na ljudski kardiovaskularni sustav

(<https://biramdobro.com/gordan-lauc-panika-strah-i-raftno-profiterstvo-razarajuci-asimptomatski-ucinci-covid-19-na-ljudski-kardiovaskularni-sustav/>)
Biram DOBRO (<https://biramdobro.com/author/aaa/>)
18. travnja 2021.

OBITELJ ([HTTPS://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/SADASNJOST/OBITELJ/](https://biramdobro.com/category/sadasnjost/obitelj/))

Noćno mokrenje kod djece **(<https://biramdobro.com/nocno-mokrenje-kod-djece/>)**

Verica Jačmenica Jazbec (<https://biramdobro.com/author/verica/>) 24. svibnja 2016.

ZDRAVLJE ([HTTPS://BIRAMDOBRO.COM/CATEGORY/SADASNJOST/ZDRAVLJE/](https://biramdobro.com/category/sadasnjost/zdravlje/))

Je li dr. Nogalo nova žrtva Bandićevih spletki? **(<https://biramdobro.com/je-li-dr-nogalo-nova-zrtva-bandicevih-spletki/>)**

Biram DOBRO (<https://biramdobro.com/author/aaa/>)
<https://biramdobro.com/je-li-dr-nogalo-nova-zrtva-bandicevih-spletki/>)
6. prosinca 2019.

[Theme by Silk Themes \(https://silkthemes.com/\)](https://silkthemes.com/)