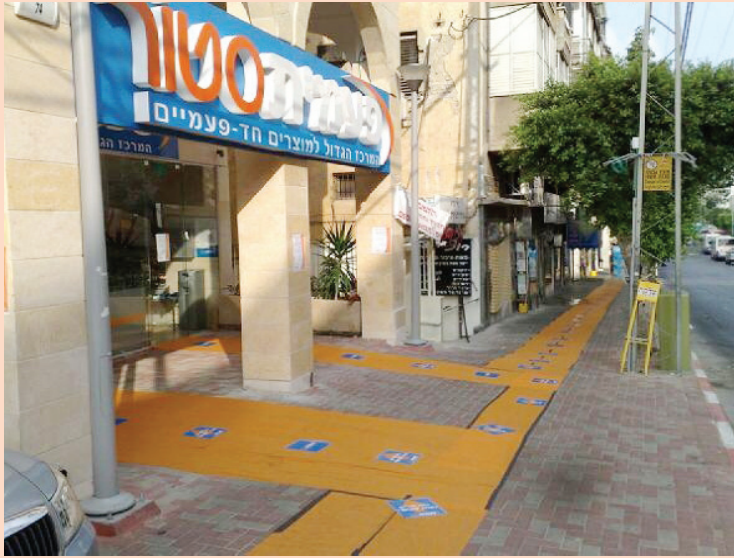


מוטי רובינשטיין

תקציבים חדשים ותזוזות בענף

השבוע התבשרנו על מספר תקציבים חדשים במגזר החרדי ואחרים שעברו בין המשרדים • המשרד שבלט בפעילותו לאחרונה: 'מקאן אריקסון' - המחלקה החרדית, שקיבל מספר תקציבי פרסום וערך פעילות קד"מ מיוחדת • כל הפרטים



חיצים לכוון החנות. השטיח הממותג של 'פעמית סטור'

משמעותית את מספר הסניפים בריכוזים החרדים, בעיקר בערים הצעירות, כמו אלעד, בית שמש ועוד. מנהלי המחלקה החרדית בחרו שלא להגיב לידיעות. "אין הברכה שורה אלא על דבר הסמוי מן העין", אמרו.

'טריו' חונך תקציב חדש - 'יקבי תשבי'. הכניסה השיווקית למגזר החרדי של היקב מסתמנת בעקבות חגיגות ה-25 שערכו לאחרונה.

יונתן תשבי, דור שלישי למשפחת כורמים, ייסד את 'יקבי תשבי' לפני 25 שנים והיה ליקב הבוטיק הראשון בישראל. היקב מפיק היום כמיליון בקבוקי יין בשנה, חלקם הגדול לייצוא בארצות הברית, וכן ריבות יין ייחודיות. היינות וריבות היין של 'תשבי' זוכים לפרסים ומדליות בתחרויות יוקרה בעולם.

אנו מקווים כי גם הפרסום של 'טריו' במגזר יביא לזכיית פרסים ומדליות, כמו שרק הם יודעים. לחיים!

אחרון חביב, התקציב הצבעוני ביותר: לאחר אין ספור דיונים ובדיקות איכות, אחרי שבועות ארוכים של ציפייה דרוכה, סופסוף אנו יכולים לפרסם כי תקציב הפרסום של 'מבוק' למגזר החרדי הופקד במשרד הפרסום 'מימד'.

אנו מאחלים המון הצלחה ומתחילים כבר עכשיו לחכות ל'דאבל' הצבעוני הבא.

של 'מקאן'. לאחרונה יצאה 'תדיראן' עם קמפיין ממוקד לציבור החרדי, שזכה לתגובות מעולות ולעליה משמעותית במכירות החברה במגזר. ממוצרים לבית, לג'אנק פוד: רשת ההמבורגר 'בורגראנץ' מתחילה לפרסם במדיה החרדית, גם היא באמצעות המחלקה החרדית של 'מקאן'. הפעילות השיווקית של 'בורגראנץ' תתמקד בציבור הספרדי, זאת משום שהרשת זוכה לכשרות של 'בר"ץ בית יוסף'.

נכון להיום, קיימים חמישה סניפי מהדרין, ובכוונת החברה, עם כניסתה במישור השיווקי למגזר, להגדיל

מחד פעמי, נעבור לתקציב מחשמל במיוחד: חברת 'קריסטל' (מוצרי חשמל לבית) מעבירה את תקציב הפרסום שלה במגזר הכללי ל'מקאן אריקסון'. צעד זה מיטיב עם המחלקה החרדית, משום שהתקציב החרדי שהופקד עד כה ב'בולטון פוטנציאל' עובר אף הוא למחלקה החרדית של 'מקאן אריקסון'. תקציב הפרסום של 'קריסטל' במגזר החרדי נאמד בכמיליון שקלים לשנה. יצוין, כי חברת 'קריסטל' רכשה בשנה האחרונה את 'תדיראן'. תקציב הפרסום החרדי של 'תדיראן' מופקד מאז תחילת השנה במחלקה החרדית

המחלקה החרדית של 'מקאן אריקסון' עבדה בחודשים האחרונים בשקט-בשקט, ובפעילות סמויה מן העין הצליחה לגייס לשרותיה מספר תקציבים מעניינים במיוחד. 'מדיה' מתכבד להגיש בפניכם את התזוזות האחרונות בענף:

חברת 'פעמית' מתמחה בייצור ושיווק כלים חד פעמיים ומוצרים מתכלים משלימים. החברה מפעילה את רשת הקונספט הקמעונאית 'פעמית סטור', ובחירה לחדור לשוק החרדי באמצעות המחלקה החרדית של 'מקאן אריקסון'.

תקציב הפרסום הייעודי עומד על כ-800 אלף שקלים לשנה הקרובה, מה שאומר שהקמפיין הקרוב לא יהיה 'חד פעמי'.

אמש (א') נחנך הסניף המרכזי בכני ברק, ברחוב רבי עקיבא. בהשקעה שנערכה בשעות אחר הצהריים השתתפו אישי ציבור ורכני השכונה. מוקדם יותר, בשעות הבוקר המוקדמות, התעוררו תושבי הסביבה לבוקר חדש, כאשר שטיח פרוס לרגלם. מדובר בפעילות קד"מ יצירתית, פרי עבודתם של אנשי המחלקה החרדית. לאורך המדרכות באזור החנות, נפרס שטיח כתום ממותג בצבעי רשת 'פעמית סטור', עם חיצים לכיוון החנות החדשה של הרשת, שהושקה, כאמור, בשעות המאוחרות יותר של יום ראשון. ברכותינו!

המצעד החרדי

5.8-11.8

המפרסמים

| | |
|-------------|-----------|
| יוניליוור | \$231,230 |
| שטראוס | \$91,367 |
| טרקלין חשמל | \$63,966 |
| אסם | \$58,330 |
| מאוחדת | \$57,661 |

העיתונים

| | |
|----------|--------|
| המודיע | 64 עמ' |
| משפחה | 63 עמ' |
| יתד נאמן | 57 עמ' |
| המבשר | 50 עמ' |
| בקהילה | 26 עמ' |

יפעת בקרת פרסום

לשומות לב!

הנתונים מבוססים על פי מחירי מחירון של כל מודעות הפרסום שהתפרסמו בעיתונים המודיע, יתד, משפחה ובקהילה. המחיר הריאלי נמוך בכ-60% ט.ל.ח.

לומדים לקרוא

משרד הפרסום 'מימד' ממשיך לפרסם את 'יוניליוור' בתקציב ענק. הפעם, הגיע תורה של משפחת 'פינוק' להתפרסם ולהתרווח על ארבעה עמודי כרומו משובחים, עם ההשקעה של תחליבי הרחצה של המותג. זה חודש וחצי מופיע 'יוניליוור' במקום הראשון בטבלת המפרסמים הבולטים של השבוע.

'תנובה' נעלמת ו'שטראוס' קופצת למקום השני. 'כללית' כבר לא מופיעה ו'מאוחדת' נכנסת במקומה.

במסגרת העיתונים ניתן לראות את 'המודיע' במקום הראשון, 'משפחה' אחריו עם עמוד אחד פחות בסך הכל וגם את 'המבשר' שבמאמץ לא מבוטל מצליח להמציא את עצמו כל פעם מחדש ומספר עמודיו מתקרב בצעדי ענק לזה של המתחרים.

רואים עולם

כך מפרסם משרד פרסום מונצאלה חברת פנסים מוכרת. "פנס עוצמתי" הוא הסלוגן שנבחר, ובויזיואל ניתן לראות גנב שנבהל מהכלב המפחיד המשתקף בצלליות האלומה העוצמתית של הפנס.



יחסי ציבור במגמת עלייה

משרדי ממשלה וחברות גדולות במשק עושים שימוש נרחב במחלקות יחסי ציבור, הסברה ואסטרטגיה • 'מסמך גלנט' הוא סממן קטן של פעילות ענפה המתבצעת מאחורי הקלעים, שנחשפה - לגמרי בטעות (או שלא) - במלוא מערומיה • זה הזמן ללקט מספר מבזקים מחדשות הענף המתפתח

עורך שוק ההון ב'מעריב' וג'לובס (אינטרנט), החלו לעבוד במשרד יחסי הציבור של ארנה פרי. אמיר כידן ישמש במשרד כעורך כלכלי ורכז מחלקת שוק ההון. איתמר סיידא ישמש כתקציבאי בכיר במחלקת הנדל"ן.

לדברי גלית סער-קמיאל (שותפה ומנהלת תיקי הלקוחות), ההחלטה לקלוט למשרד את אמיר כידן ואיתמר סיידא נבעה בעיקר בשל היכרותם את שוק ההון ואת תחום הנדל"ן, הן מההיבט המקצועי והן מההיבט התקשורתי.

מינויים חדשים

שמעון מלכה, מי שיהיה הדובר של בית החולים 'ביקור חולים', זכה במרכז הדוברים לועדת הכנסת ובקרום יכנס לתפקידו כדובר אחת הועדות. ירוחם אסטרייכה, מי שהיה תקציבאי ב'מקאן' מונה למנהל השיווק של 'פונטייפ'

אינפורמציה חשובה לציבור. אני בטוח שבתקופה הקרובה, העשייה הרבה במשרד תתורגם גם להתעניינות תקשורתית ענפה", אמר.

זוכים במרכז היח"צ של רשות ההגירה

רשות האוכלוסין, ההגירה ומעברי הגבול, גם זקוקים לקצת יחסי ציבור. מאז הוקמה הרשות בשנת 2008, לא היו נושאים בוועדים יותר לטפל בהם כמו היום: יישום החלטות הממשלה בתחום הטיפול בעובדים זרים, יישום החוק הביומטרי, העברת מערך בקורת הגבולות ונושאים נוספים.

אין ספק, מוכרחים יח"צ. לצורך כך, נשכרו שירותי היח"צ של 'קבוצת וילנאי לשיווק' ו'רובינס שטיינמץ יחסי ציבור וייעוץ אסטרטגי', שאמורים לספק לרשות שירותי ייעוץ אסטרטגי והסברה, כולל רעיונות יצירתיים וחדשניים באשר למיצוב, מיתוג, פרסום ושיווק תחומי פעילותה של הרשות.

עוברים צד: העורכים עברו ליח"צ

שני העורכים הבכירים, איתמר סיידא (3 שנים עורך נדל"ן יומי ב'גלובס') ואמיר כידן (5 שנים

הסיוע שלו לחלק גדול יותר מהציבור מכפי שהוא נראה כיום. חברת GCS נבחרה מתוך 11 חברות שהתמודדו במכרז. ההתקשרות בין הצדדים תבצע על פי תעריף יועצים של החשב הכללי.

רשות החשמל בוחרת משרד

חברת הייעוץ האסטרטגי-תקשורתית 'בן-חורין אלכסנדרוביץ', בראשות עו"ד איתי בן חורין וטל אלכסנדרוביץ, נבחרה למתן ייעוץ אסטרטגי תקשורת לרשות החשמל בתום מכרז פומבי. החברה תסייע, בין היתר, להעמקת המידע לציבור בנושאי הסדרות צרכניות, זכויות צרכני החשמל כגון יזמות פרטית, מגזרי צרכנות, צרכנות ביתית ועוד, ובהחלטות הרשות במשק החשמל.

גם משרד התרבות והספורט יטופל

משרד התרבות והספורט בחר במשרד 'בן חורין אלכסנדרוביץ' לייעוץ תקשורת ויחסי ציבור. לדברי בן חורין, משרד התרבות והספורט נמצא בתקופה של תנופה מרשימה. "אנו שמחים על הבחירה שתאפשר לנו להשתלב בהעברת

העיתונות המודפסת של סוף שבוע זה - הכללית, הדתית והחרדית כאחת - עסקה בפרשת 'המסמך' (שם קוד), כאשר הפרטניים יותר, הכותבים האמיצים, הוסיפו את התיאור כולו: 'מסמך גלנט'.

בכל מקרה, לא התכנסנו כדי לדון ב'פרשת גלנט', אלא כדי לקבץ באיטם אחד מספר מבזקים מחדשות הענף המתפתח:

התמ"ת ימותג כמשרד כלכלי-חברתי

חברת GCS זכתה בימים אלה במכרז של משרד התמ"ת, למיתוגו לראשונה כמשרד כלכלי-חברתי, המוביל מגוון כלים ושירותים למען ציבור העובדים, המעסיקים, הצרכנים, הסוחרים והתעשיינים, תוך סיוע לצמיחת המשק ולקידומו.

מבדיקות שנערכו בתקופה האחרונה, הסתבר להנהלת המשרד כי חלק מציבור האזרחים הנמנה על קהל היעד של המשרד, אינו מודע למגוון תפקידיו וכליו של המשרד. לפיכך, הוחלט לצאת במהלך המיתוג, שאמור להגביר את מודעות הציבור כלפי המשרד ויתרום לחשיפת כלי