

**מוטי רובינשטיין**

**משרד פרסום חרדי זכה לראשונה במקום הראשון בתחרות מקצועית**

# תחרות השיווק האפקטיבי - 'טריו' זכה במקום הראשון



הוא "הכביסה כבר נקיה ומגוהצת. אנחנו מוכנים לטקס. תודה לאפי". 'טריו' זכו גם בשנה שעברה באותה קטגוריה במקום השלישי, כאשר לצידם זכו מהלכים פרסומיים במגזר הערבי והרוסי. בשנה הבאה, אם לא בירושלים, אולי שאר המשרדים יתמודדו על מהלכים נחשבים, ויעשו כבוד לפרסום החרדי. מדור 'מדיה' של 'מרכז העניינים' מאחל הרבה הצלחה למשרד הזוכה. ו... ניפגש בשנה הבאה.

את המהלך השיווקי הצגנו בפניכם לפני שבועיים כאן במדור. מה שנותר זה להציג כעת את התוצאות המרשימות שהביאו לזכייה המכובדת: "נתח השוק של אבקת הכביסה אריאל עלה כ-20% לאחר ההשקה, והפער מול המתחרים עלה מ-5% ל-11%. כמו כן, אחוז משקי הבית שניסו את אריאל עלה מ-24% ל-40% מכלל משקי הבית במגזר החרדי, נתון חסר תקדים בקטגוריית הכביסה במגזר זה". בחוברת הזוכים שחילקו לכאי הכנס, טריו הציגו מודעה עם חולצות מקופלות כאשר הכיתוב

משיקה נוסחה חדשנית באמצעות מדיה חדשנית וסוחפת אחריה את המגזר החרדי. משרד הפרסום: 'טריו'. מנימוקי השופטים: "במגזר בו חיסכון, אפקטיביות ויעילות הם ערכים בולטים, הצליחה 'אריאל' להוביל מהלך יצירתי ומרשים שהשכיל לכוון במדויק את המסרים השיווקיים, המעניקים יתרון בולט למוצר. בחירה מדויקת של זמן ומיקום להעברת המסרים ויצירתיות בבניית תמהיל המדיה הרלוונטי למגזר, הובילו להיענות מרשימה כמונחי התנסות וקנייה תוך גביית פרמיה גבוהה".

מתח רב שרר אמש (א') בשעות אחה"צ באולמי 'אוניו' הסמוך לשדה התעופה, במהלך טקס הענקת פרסים לקמפיינים האפקטיביים של השנה. אנשי 'טריו', המשרד החרדי היחיד שעלה לשלב הגמר, ישבו סביב שולחן אחד והמתינו בדריכות לתוצאות התחרות. קטגוריית מגזרים התמהמהה להגיע אך בסופו של ערב יכלו כולם לחייך. ואם לא התזמון הלא מוצלח, ראש חודש אב, היו פותחים שמפניה במשרד ומצטלמים עם פסלון הזהב שנחת לידיהם כאילו משום מקום. המהלך השיווקי-עסקי: 'אריאל'

## המצעד החרדי

07.07 - 01.07

### המפרסמים

\$164,260	אסם
\$133,690	שטראוס
\$106,344	כללית
\$84,931	יוניליוור
\$73,574	איילון חברה לביטוח

### העיתונים

91 עמ'	משפחה
75 עמ'	יתד נאמן
65 עמ'	המודיע
42 עמ'	המבשר
31 עמ'	בקהילה



#### לתשומת 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.

## וקסברגר בתלת מימד: "נצלם מגדלים ממסוק"

- יואל וקסברגר לא מאכזב ושיטת השיווק המעולה שלו מביאה אותו לגבהים חדשים ולמימדים שלא הכרתם
- אחרי הספר 'נפלאות הבריאה' בתלת מימד, הוא משווק את 'ירושלים' ועובד בימים אלו על 'מסע מסביב לעולם' לצורך הצילומים ישכור מסוק ויטוס סביב העולם ● ואיזה ספר יודפס בשפה הערבית?

הברית, אירופה ואפילו ישראל. הכל יהיה שם. בעיקר צילומי אוויר של מגדלי מנהטן ואתרים מפורסמים אחרים. גם בישראל, עבודת הצילום צפויה להתבצע באמצעות טיסות מיוחדות במסוק שנשכר לצורך הצילומים. "הקוראים יוכלו לראות את הבניינים והשכונות ממעוף הציפור, וירצו להיכנס לעשות סיבוב ברחובות הערים הגדולות בעולם", אומר יואל בחיך.

עוד מוסיף וקסברגר כי ההשקעה הפעם היא גדולה במיוחד. "הסיוור הולך להיות מעניין במיוחד גם לצוות הצלמים, גם לצוות 'מלכות' וגם לקוראים". עוד מגלה וקסברגר כי לאחר פניות מצד מפיצים ערבים, שהתלהבו מהרעיון של הספר על ירושלים, עובדים בימים אלו על גרסה בשפה הערבית. "המהדורה האנגלית תצא ממש בקרוב והתיירים יוכלו ליהנות גם מהבית ממקומות הנפלאים שרק ירושלים מעניקה".

הסקרנים שהתגודדו סביב המודעות והביטו בעיניים אדומות. וכחולות. אנו מצידנו, הפסקנו להתפעל מחירושי של יואל וקסברגר, ורק מחכים להברקה הבאה. יואל לא מאכזב, וחושף את הצעד הבא. הספר הבא עליו עובדים בימים אלו עוסק במסע מסביב לעולם. ארצות



מחכים להברקה הבאה. וקסברגר

והנהירה של האנשים היתה גדולה במיוחד. הבשורה עשתה לה כנפיים ואלפי הצופים ביקשו להתרשם לא רק ממודעת הפרסום, אלא גם מהספר עצמו, שנמכר בכמויות. התקשרות הכללית, שראתה את אופן השיווק בעין יפה, החליטה לשגר למקום צוות צילום כדי לתעד את לוחות המודעות ואת מאות

הפרסום החרדי עובר שדרוגים רבים לאחרונה והעובדות נראות לא רק על גבי העיתונים. מודעת פרסום מקורית במיוחד היא זו של 'מלכות וקסברגר', המתנוססת על לוחות המודעות ברחובות בני ברק בסמיכות לחנויות המפעל. מדובר במודעת פרסום לספר תלת מימד החדש, סיוור וירטואלי והיסטורי בסמטאות ירושלים עם ישראל גלים. ספרם הראשון של 'וקסברגר', הלא הוא 'נפלאות הבריאה', זכה לשבחים רבים לאחר שהבשורה התלת מימדית פורסמה לראשונה כאן במדור.

הפעם, החליט יואל וקסברגר ללכת צעד אחד קדימה ולבדוק את הדופק בקרב הולכי הרגל העוברים ושבים ליד לוחות המודעות הבנאליים, בדרך כלל. ממחשבה למעשה, הדפיס מודעות תלת מימד והדביק אותם באופן מיוחד, כך שהצבע לא ייפגם. לצד המודעות נתלה כיס עם משקפיים מיוחדים לצפייה בתלת מימד

## לומדים לקרוא

המפרסמים הגדולים עולים על סכום של מאה אלף דולר כל אחד ולמרות המלחמה הניכרת בעיתונים על מבוטחי קופות החולים, רק 'כללית' זוכה להיכנס לטבלת המפרסמים המובילים של השבוע. במסגרת העיתונים, 'משפחה' מוביל במקום הראשון בזכות מוסף התיירות המעודכן ו'יתד נאמן' עוקף בעשרה עמודים את 'המודיע', שבוע בלבד אחרי 'פורום מנהלים'.

## רואים עולם

חברת שואבי אבק מפרסמת בדרך מקורית במיוחד: מדבקות שקופות בחלונות המטוסים, עם הכיתוב הבא: 'שואב אבק החזק בעולם. שברו את הזכוכית להדגמה'. רק מקום קטן השאירו למטה להצגת לוגו החברה. מקורי, מפתיע ומרענן.



## ביום רביעי: תערוכת ענק של 'סיעור מוחות'

במסגרת התערוכה יערך פאנל חינוכי ומקצועי בהשתתפות רבנים ואנשי מקצוע בנושא 'סביבת עבודה נקייה למעצבות' ● כל הפרטים

יופיעו המרצה הרב מנחם שטיין ואנשי מקצוע, אשר ידונו באפשרויות של עבודה למעצבות חרדיות, תוך שמירה על ערכים וסביבת עבודה נקייה בתחום תקשורת המחשבים. ב'סיעור מוחות', כאמור, נערכים לאירוע הענק, בו יעמידו לרשות המבקרות, בין השאר, דוכני מזון והגרלות ייחודיות אשר יערכו בין המשתתפות.

מודעה מצורפת), 'נתיב', 'קניון רפאלי', 'פנטג' כל', הצלם 'רוני מתתיהו', רשת 'נעלי פמילי שו'ז' ועוד. כפי שכבר פורסם, במסגרת יום העיון יופיעו מר יורם לוי, סמנכ"ל קרייאטיב במשרד הפרסום 'באומן בר ריבנא', אשר יעביר הרצאה מקצועית בנושא 'כוחו של קרייאטיב'; המעצב הידוע מר עמרם פרת וכן המעצב מר פיני מזרחי. במסגרת הפאנל החינוכי,

במקום יוצגו ביתנים עם עשרות מותגים, שנבנו על ידי התלמידות עבור מגוון לקוחות מתחומים שונים. המותגים נבנו ללקוחות אשר נתנו אימון רב בבית הספר והביעו את רצונם בכך שתלמידות המגמות יבנו עבורם תהליך מיתוגי למוצרי החברה. בין החברות שיופיעו באירוע: חברת המזון 'מתבל', הוצאת הספרים 'טללים', חברת 'גלאט ג'ובס' (ראו

כפי שדיווחנו כאן בשבוע שעבר, ביום רביעי הקרוב תיערך תערוכה ענקית באולמי 'האחוזה' בירושלים. התערוכה, מבית 'סיעור מוחות', תשלב הרצאות בנושאי עיצוב מתקדם ופרסום, לצד פאנל חינוכי מיוחד בנושא סביבת עבודה נקייה למעצבות. מ'סיעור מוחות' נמסר כי הושלמו ההכנות לקראת האירוע השנתי וכי