

# הקרב על המודי

## משרדי הפרסום 'אפיקים', השלוחה החרדית ב'מקאן אריקסון' ו'תוצאות' הציגו פרזנטציות בהתמודדות על תקציב המיליונים של 'כללית' פרסום 'מימד' פרש ברגע האחרון מהמירוץ

תקציב גדול מאוד ומכובד בהיקף של כמה מיליוני שקלים בשנה.

יגאל רווח, הם מטעימים, הוכיח את עצמו במיתוג של 'כללית' לציבור. הוא הצליח להציע את הקופה עם 'חמודי', ועוד שאר פעילויות שיווקיות. "חשוב לזכור שכל המכרז יצא לדרך בשל אילוצים חוקיים בלבד, ולא בשל אכזבה מפועלו", הם אומרים. התוצאות הרשמיות אמורות להתפרסם רק בעוד כמה שבועות. אם לא יחול שינוי של הרגע האחרון. אולם כבר בסוף השבוע אמור הצוות שייצג את 'שירותי בריאות כללית' במכרז, לסיים את הדירוג האישי שהם מעניקים לכל משרד ומשרד לפי פרמטרים ותחומים. צפוי לנו אם כן החל מסוף שבוע זה ים של דים אינפורמציה ושמועות שונות, אלא אם כן יחליטו ב'כללית' להפתיע ולצאת בהודעה רשמית ממש בקרוב.



הבעלים של משרד הפרסום מקאן אריקסון, שהוא (ראו במבוקים) משרד הפרסום הגדול ביותר בארץ. בואו של שילוח וכן נאומו בעת המצגת הוכיחו שהוא לא קפץ לבקר על תקן שחקן חיוזק, אלא הוא בקי בכל הפרטים הקטנים של החומר. יש מי שרואים בכך התמודדות על כל הקופה, תרתי משמע.

מאידך ישנם כאלו שאינם מתרשמים מבואו של שילוח לפרזנטציה, הם מסבירים לנו שבשורה התחתונה השלוחות המגזריות לא הוכיחו עצמם יותר מדי היום. אין תחליף לפרסום המגזרי הם בטוחים ולכן הם מהמרים ש'אפיקים' ימשיך להחזיק בתקציב החרדי של הכללית, שהוא אגב

המכרז הגדול של שירותי בריאות כללית הגיע לשלבים המכריעים שלו, לאחר חודשים ארוכים שהנושא העסיק את עולם הפרסום החרדי.

הצגת הפרזנטציות החלה ביום רביעי לפני שבוע כאשר משרד 'אפיקים' שמחזיק היום בתיק הציג את מרכולתו - מצגת מיוחדת ומושקעת ביותר עליה עבדו רבים וטובים מהמשרד ומחוצה לו. במצגת הציג יגאל רווח הבעלים והעומד בראש המשרד, את חזונו לשנים הבאות לקידום המותג כללית במגזר החרדי. באותו היום הציגו גם ישעיה איצקוביץ וצוות 'תוצאות אפקטיביות' את מרכולתם בפני מנהלי כללית, גם הוא כקודמו הציג את השקפתו על המותג כללית. משרד נוסף שהיה אמור להציג באותו יום, הלא הוא 'מימד', פרש בהפתעה רגע לפני המכרז. ביום ראשון הוצגה הפרזנטציה של השלוחה החרדית של 'מקאן אריקסון'. למקאן יש עניין רב בזכייה במכרז לאור העובדה שתקציב 'כללית' במגזר הכללי והערבי נמצא אצלה והם היו רוצים מאוד לזכות גם בפלח החרדי. בראש משלחת 'מקאן' למצגת לא עמדה מנהלת המגזר החרדי הגב' צביה שוהם, אלא לא אחר מאשר אילן שילוח, המייסד



### יש לי חושג

#### אדפטציה

התאמה. התאמה או עיבוד של מודעה ויצירה לסקטור חדש. פעמים רבות מעבדים במשרדי הפרסום החרדיים מודעת מכירה שהתפרסמה בתקשורת הכללית ומתאימים אותה לצרכי המגזר ואז חותמים את שמם לצד המודעה. זוהי אדפטציה.



### יבוא אישי

רגע לפני שהחורף מגיע, זה הזמן להיפרד מהמזגן שליווה אותנו בנאמנות כל החודשים האחרונים מסביב לשעון עם פרינט יפהפה למזגני voltas ולתחושת הרעננות שהוא מייצר.



### תוצרת הארץ

פרסום בריקמן בפרינט קהילתי לקידום שיחוררו של החייל גלעד שליט, הנמצא למעלה מ-1550 ימים ולילות בשבי החמאס. הפרינט פורסם בעיתון בזמן הסיקור התקשורתי סביב חילוץ הכורים בצ'ילה.



ומי יחלץ את גלעד?

# פרסום 'גל' זכה בתקציב טעמן

יאלצו להפעיל שיקול דעת איזה תקציב להעדיף. תודה למתקנים. תחת הכותרת 'קורס מגזרים 2020' מארגנים באיגוד השיווק הישראלי חמישה מפגשים להכיר את פלחי המגזרים בישראל. בדברי ההסבר מפורט הנתון הבא, לא נגענו: "מחקרים מוכיחים כי הפלח היחיד שנמצא במגמת צמיחה הוא מה שנהוג לכנות מגזרים: ערבים, חרדים, דתיים לאומיים ורוסים. הם מהווים 53% מהאוכלוסיה ו-70% מהלידות בכל שנה... בקורס נלמד להכיר אותם טוב יותר ובעיקר, איך לא לפספס אותם. בשלושה מפגשים אנו פוגשים את מנחם אייכלר מ'מקאן' כנציג המגזר החרדי, במפגש הרביעי ידבר אבי קורנס, ובמפגש האחרון ישבו ציפי רוטלוי (יתד נאמן) ומרדכי לביא (קול חי).

שבוע שעבר חשפנו ב'זירת הפרסום', כי שלושה משרדים מתמודדים על תקציב 'טעמן' שהיה עד לאחרונה בתוצאות אפקטיביות. שעות ספורות לאחר שירד המורד לדפוס קיבלנו ידיעה כי משרד הפרסום 'גל' זכה בתקציב 'טעמן' שנאמד על פי מקורות זרים בכחצי מליון שקלים. ב'טעמן' וב'גל' לא אישרו ולא הכחישו את הידיעה. עוד פרסמנו בשבוע שעבר במדור, על השלמת רכישת גלילות שטראוס ע"י יוניליוור ותהינו מאיזה משרד ינהל תקציב הפרסום, האם ימשיך ב'בולטון' שם נמצא כיום, או שמא יעבור ל'מימד' שם מחזיקים את שאר תקציבי יוניליוור. רעננו את ידיעותינו השבוע, כי ב'מימד' כבר מטפלים בתקציב הפרסום של גלילות נסטלה. כך שהם

### הבוגר הופך למנהל

מייקל אמיר מונה למנהל מקצועי של בית הספר לקריאטיב ולקופירייטינג ACC ע"ש תרצה גרנות. במסגרת תפקידו החדש ירכו אמיר את כל הפעילות המקצועית של בית הספר. לפני כניסתו לתפקיד שימש אמיר כמרצה בכיר, חבר בוועדות הקבלה, ורכז תחום האינטראקטיב של בית הספר. אמיר בעל ניסיון של למעלה מעשר שנים בפרסום ושיווק. בעבר סיים בהצטיינות לימודי קופירייטינג ב-ACC תרצה גרנות, עבד כקופירייטר באדלר-חומסקי, ניהל את מחלקת הקופי באידיאלוג'יק וכן, עבד כעצמאי עם משרדי האינטראקטיב הבולטים בישראל, כמו גם עם לקוחות פרטיים. מה יעלה בגורל הקורסים הייעודיים למגזר החרדי? שאל נציג 'זירת הפרסום' את מייקל אמיר, שהשיב: "ימשיכו. בימים אלה נפתחה ההרשמה למחזוריים הבאים של קורס הפרסום למגזר החרדי בהפרדה מלאה."

הפרסום של השנה" במגזין "פירמה". למקום השני הגיע 'באומן-בר-ריבנאי', ולמקום השלישי - 'שלמור-אבנון-עמיחי'.

### מעצבים את הזיכרון



יד ושם ומשרד ההסברה והתפוצות הודיעו על תחרות לעיצוב הכרזה ממלכתית לציון יום הזיכרון לשואה ולגבורה תשע"א.

### מפרסמים את ההסתדרות

ההסתדרות החלה בתהליך מיתוג ופרסום. גודלו של המהלך הכולל טרם נקבע, אבל ההסתדרות כבר פנתה למספר משרדי מיתוג עם בקשה לקבל מידע והצעות מחיר לבניית השפה התקשורתית החדשה שלה - עיצוב לוגו, סיסמה ומסרים. המשרד שייבחר יתבקש לעצב את השפה התקשורתית לפי המסרים שאותם תקבע ההסתדרות. המסרים העיקריים יהיו על כוחה של ההסתדרות בקבלת ההחלטות עובדים מהמגזר הפרטי ומיקוד בהישגים האחרונים, כמו הסכם פנסיה חובה עם המעסיקים וחוקי העבודה שיזם יו"ר ההסתדרות עופר עיני.

### במקום הראשון בפרסום

בעולם משרדי הפרסום הכלליים, 'מקאן אריקסון' הוא הזוכה בתואר 'משרד



### העבר עין

מודעה חמודה, חיובית ומפרגנת של מפעל הפיס.

