

לפ"נ מקפחים את המגזר

יו"ר הוועדה לפניות הציבור ח"כ אורי מקלב מאשים: "היה קמפיין שלם של רכבת ישראל על חשיבות הזהירות במפגשי הרכבת, אך מודעה כזו לא פורסמה בעיתונות החרדית"



כעת זה רשמי. קיים קיפוח ממשלתי בתחום הפרסום למגזר החרדי. בשאלתה שהגיש יו"ר הוועדה לפניות הציבור ח"כ אורי מקלב בנושא מודע מקופח הציבור החרדי בקמפיינים השונים של לשכת העיתונות הממשלתית, כשלעיתים מדובר על קמפיינים המתריעים על סכנות שונות, כמו נהיגה בטוחה וכדומה. האם הציבור החרדי אינו אמור להיות מודע לסכנות. את תשובת הממשלה הגיש שר הדתות יעקב מרגי, שאמר: "נעשה מאמץ מתמיד להביא את המידע הממשלתי לידיעת הציבור החרדי. בעת הכנת הצעה לפריסת מדיה נשקל הנושא על ידי אנשי המקצוע של לפ"מ – לשכת הפרסום הממשלתית ומוצג גם לנציגי משרדים". הוא גם רמז על קשיים פנים חרדיים: "לעיתים נתקל הדבר בקשיים הן מצד המשרדים שאין בידם מקורות תקציבים מתאימים והן מצד קשיים במדיה החרדית. צריכת המדיה בציבור מוגבלת. בעיתונות ישנם מספר רב של ביטאונים כשכל קבוצה קוראת בדרך כלל את כתב העת שלה. לדוגמה הליטאים קוראים את 'יתד נאמן', החסידיים 'המודיע' או 'המבשר', הספרדים

'יום ליום' וכך הלאה 'בקהילה', 'כפר חב"ד', 'קו עיתונות דתית', 'משפחה', 'עולם החסידות' וכו'. מעבר לכך, לא כל המודעות מתאימות לציבור החרדי ורק את חלקן ניתן לעבר ולשכתב". עם זאת הודה השר מרגי, כי היקף הפרסום הממשלתי הנוכחי בעיתונות החרדית אינו מספיק וצוין כי הממשלה עושה מאמץ ותמשיך לשיפור הקשר עם האוכלוסייה החרדית. בתגובה צוין ח"כ מקלב כי לא ייתכן שהציבור החרדי לא ייחשף לסכנות. "לפני מספר חודשים התרחשה התאונה הקטלנית בה נהרגו שבעה בני משפחה חרדית במפגש עם מסילת רכבת", הוסיף מקלב. "באותה תקופה היה קמפיין שלם של רכבת ישראל על חשיבות הזהירות במפגשי הרכבת, אך מודעה כזו לא פורסמה בעיתונות החרדית".

לא מפרסמים במגזר. מקלב

המפרסמים הבולטים: ספרים וקופות חולים

עוד עולה כי המגזר הדתי הפך ליעד אסטרטגי לפרסום קופות החולים בשל משפחות מרובות ילדים. בנוסף, פרסום קטגוריית הביגור גבוהה מהמגזר הכללי עקב מספר גדול של תחנות ואירועים וחברות הסלולר אינן רואות פוטנציאל עסקי באוכלוסייה הדתית בשל הגבלות רוחניות על צריכת תוכן סלולארי.

שופרסל, 'טרקלין יאקב חשמל' מבית טרקלין חשמל ו'ברכת הארץ', המתאימות את שם המותג לאוכלוסייה הדתית, הן המפרסמות הגדולות ביותר בקטגוריית הצרכנות והחשמל במגזר הדתי. בנוסף נמצא כי 'תנובה' 'שטראוס' ו'טרה' מפרסמות במגזר הדתי יותר מבמגזר הערבי.

מחקר מיוחד שערכה חברת "פעת- בקרת פרסום" לבדיקת תחומי הפרסום המרכזיים במגזר הדתי והחרדי, דירג את הקטגוריות המרכזיות בהן משקיעים מפרסמים במגזר זה. תחום הספרים וקופות החולים בולטים ומייחדים את טבלת תחומי הפרסום של המגזר. המחקר מגלה כי רשתות השיווק, "יש" של

אדלר יצא, שלמור נכנס

טריו נסגר: השבוע בתחילת השנה האזרחית חדל מלהתקיים משרד הפרסום 'טריו' שהיווה משרד למגזרים של קבוצת אדלר חומסקי& ורשבסקי.

אנד גמבל, לקוח גדול שמשווק מגוון ענק של מוצרי צריכה (פמפרס, פיירי, אריאל, פנטן, פרינגלס, H&S, ביומט, לנור ועוד). לדברי בכירים בענף הפרסום, החליטה פרוקטל לחזול מפרסום במגזר ולעשות רק קד"מ ופרסומות רדיו. מפתיע מאוד, אבל ימים יגידו. ומאדלר לשלמור. קבוצת שלמור-אבנון-עמיחי מתכוונת להיכנס לשיתוף פעולה עם אחד מהמשרדים במגזר החרדי, מהלך שעשוי להוסיף עמודים רבים של פרסום והחדרת מותגים ועסקים חדשים לציבור החרדי. המשרד המעורב ביקש שלא לפרסם שמות עד לסגירת כל הקצוות ואנו מכבירים זאת.

שעוד לא מצאו בית. הרץ השכרת רכב עברו למקאן אריקסון המחלקה החרדית. נכון לעכשיו, שניים מהתקציבים הבולטים של טריו עדיין לא עברו לשום גורם, מדובר בתקציב קופת חולים לאומית, שאת המודעות בשבוע האחרון עשו במשרד החיפאי 'לם מרגלית'- משרד מקומי שמלווה את הקופה באזור הצפון, והוא אף רכש עבורם את המדיה. הקופה מתעתדת לצאת למכרז בקרוב ממש. אחד מארבעת המשרדים הגדולים לוטש עיניים לתקציב (ותנחשו לבר מי האפשרות היחידה שם), גם משרד נוסף מהרביעייה השניה יתמודד כנראה בבוא המכרז. הנעלם הגדול ביותר הוא תקציב פרוקטר

יש לי מושג

שיווק ירוק

תוכנית שיווק שמשלבת בתוכה דאגה לסביבה וניסיון לפגוע בצורה המינימאלית בטבע ובסביבה. החל משימוש באריוות ממוחזרות ועוד. העלייה בחשיפת הציבור לבעיותיו האקולוגיות של כדור הארץ העלתה את ההכרה בחשיבות נקיטת אחריות חברתית וסביבתית בקרב עסקים וחברות. חברות רבות מתייעלות מבחינה אקולוגית, מפתחות מוצרים ירוקים ומיחסות לעצמן תרמית ירוקה. עולם השיווק מצגי את תחום השיווק הירוק כמגמה צרכנית אשר תלך ותתחזק.

יבוא אישי



למה לספר כמה המזון לציפורים טעים אם אפשר להוכיח קבל עם ועדה?! פרסומת למזון עופות עם תוספת.

תוצרת הארץ



הכתם הבא כבר מחכה לך. באומן בר ריבנאי בפרינט למסר הכתמים אריאל גל.

העבר עין

פרסומת ישנה נושנה של כרמל מזרחי (כיום יקבי כרמל). תודה לפ.



תגובות, הארות, סקופים ואייטמים יתקבלו ביותר מברכה ב: ytz100@gmail.com

חבזקים



יזכה בפרס כספי נאה של 2000 ₪ ויקבל תעודת הוקרה מכובדת בטקס רשמי של חגיגות השישים לבית שמש.

א פרסומאים נולדו: בתום שבעה חודשי לימוד, הגיע לסימוו קורס יחסי ציבור ודוברות לגברים, בשלוחה החרדית של הבצפר בבני ברק. במהלך חודשי הלימוד למדו התלמידים את יסודות ורזי מקצוע יחסי הציבור וביצעו תרגולים המרמים עבודה בזמן אמת כהכנה להשתלבות בשוק העבודה החרדי בתחום זה. בסיום הקורס הציגו התלמידים את עבודות הגמר לעיריית בית שמש, ארגון "מפתח" ועמותת "עלה". העבודות שהוצגו כללו ניתוח השוק, גיבוש אסטרטגיה תקשורתית והכנה למשבר תקשורת.

איתן דובקין, מנהל השלוחה החרדית של "הבצפר", אמר, כי סיום קורס הוא מרגש בכול פעם מחדש. הנכונות החריצות והכישורין שהפגינו הסטודנטים במהלך הקורס מעידים על כך כי הם יכולים להצליח בתחום ואני מאחל להם הצלחה".

א בימים אלה נפתח מחזור לימודים נוסף בשלוחה החרדית של הבצפר, של קורס פרסום, שיווק, יחסי ציבור ודוברות. קורס הנשים השני יצא לדרך לפני כשבוע ומחזור הגברים השני ייפתח בעז"ה בימים הקרובים.

א שחקן חדש נכנס למגזר החרדי. מדובר בקבוצת קמור יבואני רכב B.M.W שמתחילים לפרסם למגזר החרדי. תקציב הפרסום ניתן לגל אורן. שיהיה בהצלחה.