

והרי החדשות

● ב'טמבור' החליטו לפצל את תקציב הפרסום. הפרסום יישאר אצל 'מימד'. עבודת הקודש הקרויה כפי כל בשם המקוצר 'יח"צ' תעבור למחלקת יחסי הציבור של המשרד שממוקם במקום השישי לפי נתוני יפעת לשנת 2010 - תוצאות אפקטיביות.

● תגובה ראשונה של הזוכה הגדול בדירוגי יפעת לשנת 2010. אברהם בריסק, יו"ר 'בולטון פוטנציאל' אומר למדור כי "חברות רבות 'גילו' את המגזר החרדי ואת הפוטנציאל העסקי הגלום בו ופועלות בהתאם. מדובר במגזר צעיר, שמחציתו מתחת לגיל 15, הצומח בקצב מהיר של כ-6% בשנה ומתפתח כלכלית, כך שאפשרות הצריכה שלו, גדלות".

● יהודית יפוח מ'מוגת' מגיבה לראשונה לרגל כניסתה לעשירייה הפותחת: "במילה אחת, עבודה. ובשתי מילים, עבודה קשה". יפוח מאחלת לעצמה טיפוס מתון מתוך כלפי מעלה. "אני מודה לה' על מה שהשגנו ומקווה להמשיך בדרך הזו", אומרת יפוח.



שוב במקום הראשון. בריסק

שווה ציטוט

"לכל עסק יש שתי מטרות בלבד - שיווק וחדשנות".

(מקור לא ידוע)

בלעדי ל'מרכז העניינים'

מי מעדיף את מי?

איזה עיתון מועדף על ידי רשת 'ברכל' ואיפה מעדיפה 'פרוקטר' לפרסם? ● התמונה המלאה של ענף הפרסום החרדי ללא כחל וסרק ● איזה משרד מעדיף את היומנים הוותיקים ואיזה משרד מעדיף את השבועונים? ● כל הנתונים

אם נלך הלאה עם ההיגיון הזה יקשה עלינו להבין מה אוכלים או יותר נכון היכן רוכשים קוראי בקהילה את מזונם. שלא לדבר על המסקנה המתבקשת שב'ברכל' מעדיפים את הפרסום ביתד נאמן, אולי בגלל הקרבה הפוליטית. מה שברור הוא, שקוראי כל העיתונים, למעט קוראי המבשר, רוכשים כפי הנראה הרבה ספרים.

'קבוצת הבינלאומי' ממוקמת רק במקום ה-9 בקרב המפרסמים הגדולים ביותר של עיתון 'המודיע' הגוראי, ו'מרכזתיל' סוגרת את רשימת המובילים ביתד נאמן הליטאי.

מעדיפים לרכוש ספרים... 'פרוקטר' מעדיפה משום מה את הפרסום בחינמון של יתד ביום ג' ורק שם היא מגיעה להיקף פרסום כה גדול הממקם אותה במקום השישי.

קוראי 'המבשר' מעדיפים אולי לרכוש מוצרי מזון. זו הסיבה אולי לכך שבראש רשימת המפרסמים של המבשר אנו מוצאים את רשתות המזון.

זה לא פלא כי גם בטבלת המפרסמים של יפעת וגם בסקר "המובילים" של המבשר, מוצאת את עצמה 'יש' במקום הראשון בקרב רשתות השיווק במגזר החרדי.

הוותיקים זוכים למקום של כבוד אצל 'גל אורן' הייתה די מפתיעה בלשון המעטה.

גם העובדה ש'מימד' מגלה אהדה מיוחדת לשבועונים, הייתה סוג של הפתעה. משרד הפרסום הזה משקיע לא מעט ב'בקהילה' וב'משפחה'. בראשון הוא רכש כמעט 20 אלף אינצ'ים ואילו בשני הוא רכש כמעט 30 אלף אינצ', לא מעט בשביל העיתונים האלו.

ואילו בהעדפות הפרסום של המפרסמים אנו מוצאים את רשת ספרי 'אור החיים' שמגלה עניין רב ביומנים הוותיקים ורוכשת מהם כמעט 40 אלף אינצ'. אולי קוראי העיתונים האלו

לצד נתוני 'יפעת בקרת פרסום' לענף הפרסום החרדי-דתי, החליט המדור לברוק לראשונה מי הם המפרסמים הבולטים בכל עיתון ועיתון. לצד הבדיקה הזו ביקש המדור לברוק איזה משרד מעדיף איזה עיתון מבלי לשאול למה.

שימו לב לנתונים, ככה זה כשהמפרסמים מספרים את הסיפור האמיתי.

לא הייתה זו הפתעה כאשר גילינו שהמשרד המוביל בכל העיתונים הוא 'בולטון פוטנציאל', זה מסביר את מיקומו בראש טבלת משרדי הפרסום החרדיים. אבל, העובדה שהיומנים

המודיע	יתד נאמן	משפחה	בקהילה	המבשר
מפרסם אינצ'	מפרסם אינצ'	מפרסם אינצ'	מפרסם אינצ'	מפרסם אינצ'
פלדהיים 17982	רשת אור החיים 16221	רשת אור החיים 8615	רשת אור החיים 7190	רשת שופרסל 7794
רשת אור החיים 17587	פלדהיים 13168	פלדהיים 5604	יוניליוור ישראל 7116	ברכת הארץ 6032
יוניליוור ישראל 8235	ברכת הארץ 10181	יוניליוור ישראל 5385	קבוצת אסם 5878	קניון רפאלי 5798
רשת שופרסל 8155	רשת שופרסל 8254	קבוצת אסם 4534	סנו 5591	טרקלין חשמל 5560
קבוצת אסם 6904	סנו 8044	קבוצת שטראוס 4341	קבוצת שטראוס 5492	סנו 4408
סנו 6593	פרוקטר & גמבל 7088	סנו 4268	החברה המרכזית 4528	יוניליוור ישראל 4287
טרקלין חשמל 6182	קבוצת אסם 6628	הריבוע הכחול 3358	תנובה 4391	תנובה 3651
ברכת הארץ 5995	קבוצת שטראוס 5936	החברה המרכזית 3249	הריבוע הכחול 4034	קבוצת אסם 3506
בנק הבינלאומי 5757	יוניליוור ישראל 5900	טרקלין חשמל 3207	טרקלין חשמל 3616	קבוצת שטראוס 3075
קבוצת שטראוס 5139	מרכזתיל דיסקונט 5828	פרוקטר & גמבל 3086	פרוקטר & גמבל 3284	החברה המרכזית 2443

המודיע	יתד נאמן	משפחה	בקהילה	המבשר
משרד פרסום אינצ'	משרד פרסום אינצ'	משרד פרסום אינצ'	משרד פרסום אינצ'	משרד פרסום אינצ'
בולטון פוטנציאל 50751	בולטון פוטנציאל 54711	בולטון פוטנציאל 29232	בולטון פוטנציאל 28289	בולטון פוטנציאל 26181
גל אורן BSD 38355	גל אורן BSD 30068	מימד 27423	מימד 19147	אפיקים 12227
אפיקים 23144	טריו 23386	אפיקים 18005	אפיקים 16167	מימד 11505
מימד 20608	אפיקים 23178	גל אורן BSD 17163	גל אורן BSD 13948	גל אורן BSD 10954
טריו 13954	מימד 16149	טריו 10020	טריו 10601	תוצאות אפקטיביות 7265
תוצאות אפקטיביות 9581	בראשית 12196	תוצאות אפקטיביות 8591	מקאן 7105	טריו 5705
מקאן 7715	תוצאות אפקטיביות 10841	מקאן 8350	תוצאות אפקטיביות 6177	מקאן 3868
בראשית 5750	מקאן 7838	פרסום חן 8173	בראשית 3108	בראשית 2916
קליעה למטרה 4479	מגזרים 6309	דמיון פרסומאים 4803	מוגת בפרסום 2866	פרסום חן 1882
לפם 3780	קליעה למטרה 2967	גימיק למהדרין M&G 3623	מגזרים 2580	מגזרים 1706

לומדים פרסום

כל שבוע מושג חדש מעולם הפרסום, השיווק והדפוס

'יפעת בקרת פרסום'

שיכולים להתעלם מנתוני החברה. במקביל מחזיקה קבוצת יפעת עוד חברות העוסקות באיסוף נתונים. הבולטת ביניהן היא 'יפעת מידע תקשורת' שיכולה לספק לכם כל אזכור שהופיע בכלי התקשורת כולל מספר הפעמים בהן הופיע, כולל ההקשרים בהם הופיע וכן הלאה. חברות ואישים רבים עושים שימוש בנתוני החברה הזו. ישנן חברות אחרות המספקות נתונים בתחום השיווק, הצריכה ונתחי שוק, ועל כך אי"ה בהודמנות אחרת.

זו המערכת שמספקת למדור את הנתונים מידי שבוע. אותם נתונים שמרתקים אתכם מידי יום שני מחדש. מדובר במערכת בקרת פרסום אובייקטיבית, המערכת את נתוני כל הפרסומים באמצעי המדיה המרכזיים לפי מחירי מחירון בדולרים. המערכת משמשת בעיקר למעקב אחר קמפיינים, מעקב פעילות מתחרים, וכמאגר קריאייטיב הכולל עשרות אלפי פרסומות. למרות שיש ויכוחים על המסקנות העולות מהנתונים, עוד לא נמצא משרד פרסום, מפרסם או מדיה

כך עושים פרסום בעולם הגדול



ברוח הימים האלו, קמפיין לשיווק פרויקט וילות יוקרתי בפאתי מרקש. "אלף שנות תרבות נמצאות מעבר לפינה. מרקש נמצאת במרחק 10-15 דקות נסיעה בלבד. שם תוכלו למצוא את השוק המדהים ביותר בצפון אפריקה. זמן איכות, בניינים יפים, צלילים אקזוטיים וריחות.

מושג בפרסום

צא ולמד