



חשוננס אדר מרנים במידע

תקציבים מסתובבים, מכרזים מעניינים ומשרדים חדשים מזעזעים את עולם הפרסום החרדי • זירת פרסום פורס בפניכם תמונה מלאה של החדשות האחרונות בענף הפרסום החרדי

של תקציבים חדשים שמפארים את המשרד. מתגאים בשלל אבל לפרסום הותר לנו לספר רק על בית החולים השיקומי אלי"ן שמצטרף לרשימת המטופלים של המשרד.

המשרד הצעיר והדינמי - 'מנטה', עלה עם קמפיין פורים לאהרן רובינשטיין מתנות ומזכרות. ב'מנטה' מקווים כי זו התחלה של שיתוף פעולה פורה. תקציב חדש נוסף ב'מנטה' הוא 'קשר' - חברה לניהול הוראות קבע לארגונים ומוסדות.

משרד היח"צ, קובי סלע - יחסי ציבור כהלכה, בבעלותו של איש התקשורת קובי סלע, צירף לרשימה הארוכה של לקוחותיו, שלושה תקציבים חדשים: תקציב היח"צ של מוסדות 'עלי שח', תקציב היח"צ של יקב הרי גליל ותקציב היח"צ של א.א. פיופ, סנטר היין הגדול ליינ כשר.

נחום ברזסקי, שחתום על מספר קמפיינים בולטים בציבור החרדי, בוגר הבצפר בנמל תל אביב ואיש פרסום במלוא המובן של המילה, פתח בשבוע האחרון משרד פרסום חדש בעיר מגוריו. גם ישראל פלר, איש היח"צ של 'אגס' פתח משרד יח"צ משלו אשר בשם 'פלחים' יכונה.

קמפיין פורים של חסדי נעמי שיושב כל השנה בבטחה ב'מקאן אריקסון' יופק השנה על ידי משרד הפרסום אפיקים.

חדש במגזרים. משרד פרסום מגזרים, בבעלותו של רוני אריאלי, הודיע כי הרצל אריב, אשר פרש באוקטובר האחרון מתפקידו כמנכ"ל מוטורולה, ימונה ליו"ר פעיל בחברה ויעבוד בצמידות עם המנכ"ל אבשה שילין.

השבוע נפתח בשעה טובה המחזור השני לגברים בשלוחה החרדית של הבצפר. בקורס משתלמים 20 תלמידים במקצועות הפרסום והשיווק. בוגרי הקורס הראשון, הן גברים והן נשים, כבר השתלבו במשרדי הפרסום ובמערכות העיתונות בארץ. שיהיה בהצלחה.

לפרסום, תרתי משמע:

את זה שבגלל אורן התחדשו בתקציב יקבי טפרברג סיפרנו כבר בשבוע שעבר. אבל השבוע אנו אנשי בשורה לדווח כי שוק הגלילות הצטנן עם הצטרפות גלילות שטראוס שנרכשו ע"י יוניליוור, למשרד הפרסום 'מימד'. במקביל ג'בולטון פוטנציאל' החלו לטפל בגלילות נסטלה.

משרד הפרסום בראשית, עם ארבעה תקציבים יפים נאים ומקובלים. הראשון הוא 'נקה 7', לקוח שנמצא בבראשית כבר תקופה לא קצרה. הפרסום הראשון בעיתונים היה ללא קרדיט. בשבוע האחרון הופיעה הפרסומת בתוספת הקרדיט וזה הזמן לאחל בהצלחה.

התקציב החדש השני שהצטרף הוא תקציב הפרסום של חברת אורנג'. אורנג' שנוהלה במשך שנים ארוכות ביד רמה ע"י משרד הפרסום 'מימד', נכנסת בצעדים מאושרים ל'בראשית'. התקציב השלישי הוא תקציב חברת ARCOR שמתעסקת בייבוא ממתקים משלל מינים וגוונים. המפורסם שבהם הוא הבון בון. כבר בסוף השבוע פורסמו המודעות הראשונות, בלי הקרדיט של בראשית.

התקציב הרביעי הוא תקציב הפרסום של חברת חי"ש נופי ישראל. בשבועיים האחרונים כבר הגיעו ידיעות יח"צ למערכות העיתונים תחת הלוגו של 'בראשית'. האם מודעות הפרסום בדרך?!. תקציב הפרסום של חי"ש טופל מיומו הראשון ב'תוצאות אפקטיביות' שם אומרים לנו כי הם גאים שהיו שותפים מלאים בהקמת הפרויקט עד לסיומו כולל פעילות לובינג להסרת ההקפאה שמנעה את בניית הפרויקט בימי אולמרט, ייזום כל האירועים שחשפו את הפרויקט לקהל הרחב ומחלוקת יח"צ שנתנה תמיכה אקטיבית ביותר לכל התפתחות שאירעה במקום. אנו מאחלים להנהלה החדשה של הפרויקט הצלחה בהמשך. מבראשית אנו עוברים למחלקה החרדית של מקאן אריקסון שם מתגאים בשורה ארוכה

החיים אינם הוגנים. כמות החשיפות שהגיעה לשולחננו בשבוע האחרון מרשימה ומעוררת תיאבון מחד ומעציבה מאידך. למה מעציבה?! משום שמכמויות התקציבים החדשים שנסגרו בשבועות האחרונים במשרדים אפשר לפרנס עשרה מדורי פרסום ולא לדחוף הכל במדור אחד.

אבל כוחו של ראש חודש אדר גבר ומספר משרדי פרסום התעקשו לבל נחשוף את התקציבים החדשים כעת ונמתין עם זה לאחרי פורים (או כלשון הזהב של אחד מהנהלים "אחרי פסח שבועות סוכות"). אשר על כן הננו מתכבדים להגיש השבוע סיקור חלקי של תקציבים חדשים שמסתובבים בין משרדי הפרסום החרדיים, וכן סקירה על מכרזים חדשים שגורמים לכמה מנהלים להשחית ציפורניים ולחדר את מנגנון החשיבה שלהם.

נתחיל מהמכרזים. תקציב הפרסום של חברת ד"ר פיישר יצא למכרז, התקציב היה עד עתה בידי המחלקה החרדית ב'מקאן' וכעת הוא פנוי להצעות. גם בקריה האקדמית אנו יצאו למכרז אודות התקציב לקמפוס החרדי. 'לאומי משכנתאות' נמצא אף הוא במכרז בימים אלה. ומכרז בנייה שעושה הרבה רוח הוא מכרז הבנייה במתחם שנלך בירושלים.

מעניין לראות שבמספר מכרזים אנו רואים את אותם שמות של מתמודדים, מה שמעיד על התיאבון המוגבר של המשרדים - בינוניים כגדולים - להוסיף עוד ועוד לקוחות למשרדם. מטעמי אתיקה לא נדווח על זהותם של המתמודדים, מה שכן נאמר - הולך להיות מעניין מאוד.

עקב האכילס שלנו זה תת ענף התקציבים. לא את כל התקציבים ניתן לכתוב מטעמי בקשות אישיות של הנוגעים בדבר, שמסיבות השמורות עימם (ועם עוד 100 יודעי סוד), הם מבקשים/דורשים שהנושא לא יאוזכר במדור. אבל פטור בלא כלום אי אפשר, ולהלן הדברים שהותרו



יש לי מושג

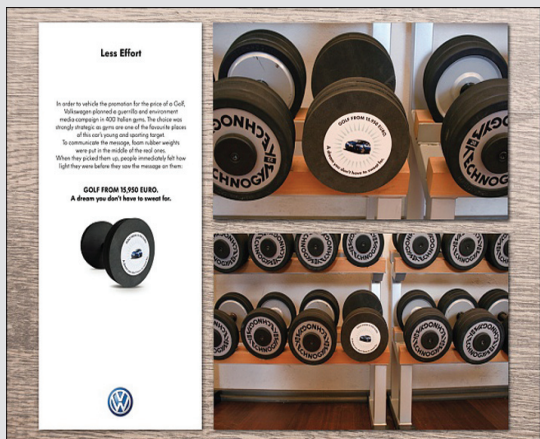
אינסטרט

דבר דפוס מצורף לפרט אחר, לפרט העיקרי. למשל עלון הנתחב לעיתון, דבר דפוס המצורף למעטפה על נושא אחר וכדומה. גם באינסטרטים ישנם תת ענפים, מהודק, מקופל, בעל כנפיים, ועוד. בעברית השם הנכון הוא 'עלון תותב'.

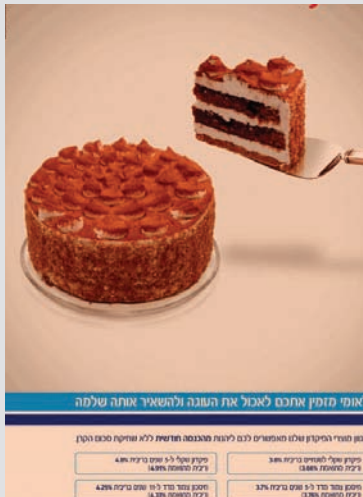


יבוא אישי

לא צריך להזיע בשביל לרכוש מכונת גולף. גרילה בחרר כושר.



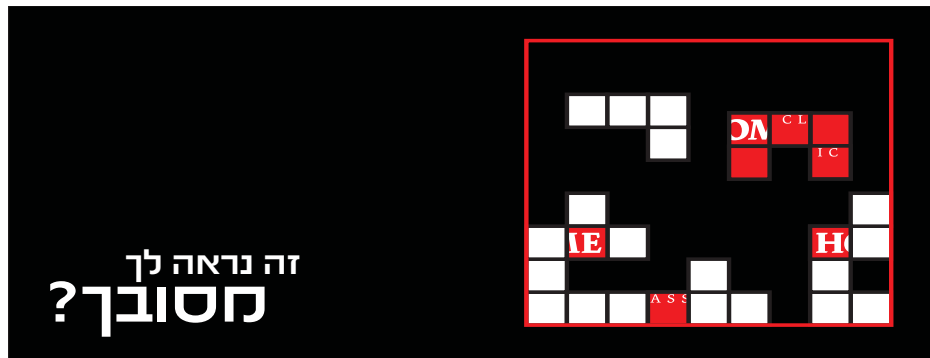
תוצרת הארץ



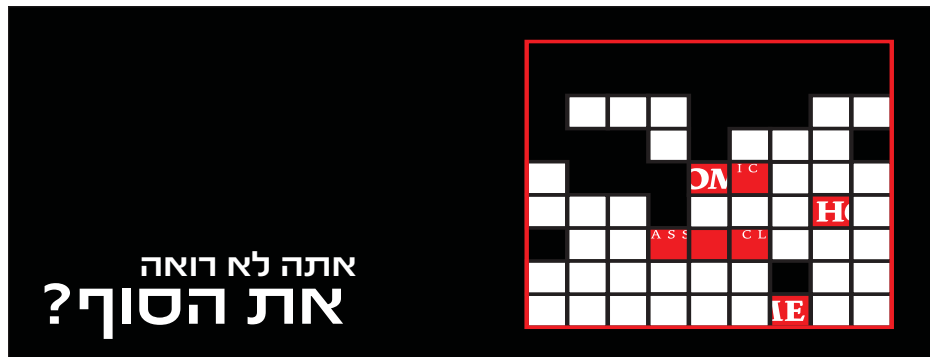
לאומי מוזמין אתכם לאכול את העוגה ולהאריך אותה שלמה

של מי הטיזר הזה?

שני טיזרים שאולי חושפים את הרעיון שמאחורי הקמפיין, אבל נראה אם תצליחו לזהות את החברה שעומדת מאחורי שני הטיזרים שמתפרסמים בשבוע האחרון



זה נראה לך חסובך?



אתה לא רואה את הסוף?

אם נתקלתם בטיזרים המצורפים לידעה הוזה שלא טענו לחשוב שמדובר בקמפיין חדש למשחק סודיקו צבעים או לצעצוע טכנולוגי חדש.

ל'זירת פרסום' נודע כי הטיזרים החדשים הם רק הקדימון (פרומו בלע"ז) למודעות הפרינט שיפורסמו א"ה בשבוע הבא. הטיזרים יפורסמו השבוע בכל העיתונים. בשבוע הבא יחל הקמפיין המלא, מבית היוצר של 'עופרה שמעוני'.

טוב, אנחנו לא באמת מתכוונים לחשוף בפניכם מהו הקמפיין, אנחנו יכולים רק לתת לכם כמה רמזים. זהו קמפיין שנוגע לבית של כל אחד מכם. זה אפילו קשור לחג הפסח המתקרב, אבל הוא רלוונטי בכל ימות השנה. זה משהו שאם אתם עוברים על ציר ז'בוטינסקי בבני ברק, אין סיכוי שתפספסו את שלט הענק של המקום, ואם אתם ממש מתעקשים, אתם יכולים לקחת את חלקי הפאזל שבטיזר ולהרכיב ממנו את לוגו החברה. אם יש לכם סבלנות - בעצם, גם אם לא - תיאלצו להמתין לשבוע הבא.



העבר עין

ברוח הימים. תחרות תחפושות ישנה. כחול לבן.



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