

# יש לכם מזל?

## קמפיין אדיר למען ארגון החסד עזרה למרפא שוטף את המדינה בימים האחרונים • השיא ביום התרמה ארצי בשבוע הבא • מי משרד הפרסום שעומד מאחורי הקמפיין וכמה הוא לקח על הביצוע?

ייער יום התרמה גדול כאשר כל תחנות הרדיו האזוריות משתפות פעולה ומטות שכם למען הארגון, על מנת שכלל הארץ יהיה ניתן להתקשר ולתרום.

איסוף הכסף בקמפיין זה, אומר לנו שרייבר הוא למען תפעול מרכז יום ושיקומו של אגודת עזרה למרפא. מי שעומד מאחורי כל הפרסום והמוצלח הזה הם החברה 'פרסום אולד חומסקי' שעשו את כל העבודה מראשיתה ועד סופה - חובה להרגיש - בהתנדבות מלאה.



שיא הקמפיין יהיה בשבוע הבא ביום ג' כאשר

קמפיין ייחודי עלה בימים הקרובים בשלטי החוצות, בעיתונות הכתובה ובערוצי הרדיו. מורכב בקמפיין מודעות והכנה ליום התרמה הגדול למען ארגון החסד 'עזרה למרפא'. הארגון שזוכה להכרה ולהוקרה מקיף לקיד לא מעט בשל העומד בראשותו - הרב אלימלך פירד.

'זירת פרסום' שוחח השבוע עם קלמן שרייבר, מנהל יחסי הציבור של אגודת עזרה למרפא, ממנו שמע מעט על הקמפיין שעלה לאוויר למשך עשרה ימים בכלל הארץ מדן ועד אילת.

# חדש על המדף - מיתוג קולי

## מיתוג הוא לא רק גרפי • חברה מיוחדת מפיקה מיתוג קולי לחברות וארגונים • צליל מסוים שיישמע בבית העסק יקשר אסוציאטיבית את האדם לחברה • בצלילי שמע

ממתנים ברקע של הודעות מערכת יבשות או פרסומות מיושנות.

המיתוג כולל בעקרון סיסמא ושם כאשר הם מלווים במוזיקה מתאימה לעקרונות החברה. המסרים שנשמעים הינם תרמיתיים, וכן אינפורמציה בסיסית על העסק. המרכיב עצמה בנויה כעץ מסרים, כאשר כל מחלקה משמיעה את המסרים המתאימים. הנושא בארץ מפותח מאוד, ולדברי ילון הוא מפותח יותר ממה שקורה בתחום בחו"ל.

נאמנות לקיימנים מסוימים ולמוזיקה הפרטית מה שממגת ומכניס את המנגינה והצליל באופן חושי למוח האדם.

החברה בוחרת גינג'ל המתנה גם לזה שמתקשר לעסק. בחברה טוענים שאם יש תוכן מספק ומעניין אנשים יכעסו פחות בזמן ההמתנה הארוכה כל זמן שהם ממתנים לנציגי השירות. שמיעת אינפורמציה חשובה בליווי נעים לאוזן ההמתנה המעצבנת תכאב פחות מאשר אם

אנו רגילים למיתוג של גריד, מיתוג אחיד לפרסומי חברות שמהווה עיצוב גרפי אחיד אבל על מיתוג קולי עדיין לא שמענו עד שנתקלנו בחברת אודיו ID של אמנון ילון שמספק זהות קולית מקורינית אחידה. זהות משרדת בכל המדיות, וכמובן בטלפונים לחברות. חברות, מוקדי שירות וגופים עסקיים משקיעים ממון רב במיתוג קולי פרטי כולל תשדירים מוזיקליים ייחודיים להם. החברות נשארות

## יש לי מושג

### מחקר איכותני

מחקר המאפשר להתבונן בהתנהגות האנושית במטרה להבין אותה. ועל דרך השלילה הוא כינוי לכל סוגי המחקר שאינם משתמשים בנתונים מספריים ובניתוחים סטטיסטיים של אותם הנתונים, זאת בניגוד לשיטות מחקר כמותיות. מחקר איכותני נערך בקבוצות של כ-10 אנשים המתכנסים בחדר לשיחה פתוחה אך מונחית על הנושא הנבדק. תוצאות מחקרי איכותני הן התרשמותיות ואין להן תוקף סטטיסטי. יתרונם של מחקרים איכותניים הוא באפשרות להעמיק בהבנה של התופעה הנמדדת כתוצאה מיכולת הדיבור הבילתי אמצעית ובטכניקות ההשלכות שניתן להשתמש בהן במתודולוגיה זו.

## יבוא אישי

פרסומת למבריק לרציפות. ההשתקפות אומרת הכל

## תוצרת הארץ

מורה של אסם לביגלה שטוחים שנחטף על המדף. את הסיבות תמצאו במבזקים.

## העבר עין

סאגת מחירי הדלק לא מפסיקה. את אשר הוידר נבנית העלה קדאפי תזכורת מחיים זולים יותר- דלק 83 אוקטן-17.30 ל"י

## מבזקים

העירייה מתיהו רונצוויי. כחברי הוועדה מונו אנשי מקצוע מהשורה הראשונה בתחום העיצוב הגרפי: מר איתמר גור מרצה ותיק במכונים הגבוהים ללימוד עיצוב, בצלאל, פרוג ומנטור, צביקה סלומון מעצב על במגור החרדי שעיצב את מרבית הסמלים המוכרים בציבור החרדי, נחום ברוסקי אסטרטג ומרצה לפרסום וחיים דיקמן מנכ"ל פרוג.



"בואו להיות חלק משטראוס". הקמפיין הענק מופיע בכל המגורים. הביצוע של 'שלמור' אבנן עמיחי.



ממשיכה. חגיגות 60 שנה לבית שמש ממשיכות. לאחר שנבחר סלוגן יזמו בעירייה חרות המשך שיעור למעצבים גרפיים, על עיצוב לוגו לשנת השישים, התקבלו מספר שיא של הצעות, ולמעלה מ-300 סמלים הגיעו לשולחן דובר עיריית בית שמש.

מתוך 300 הסמלים שנשלחו, עלו לשלב הגמר 15 סמלים מובילים, אשר נבחרו ע"י ועדה מקצועית משותפת לעיריית בית שמש ומרכז ההדרכה פרוג, בראשות רובר

חדשות בעולם הנייעס. משרד הפרסום גל ארון BSD מצטרף כשותף למשרד הייעוץ התקשורתי של האחים יענקי יום טוב ביכלר הפועל בתחום יחסי הציבור. בגל ארון אומרים כי הכניסה לשותפות במשרד של ביכלר אינה קשורה ולא תהיה קשורה בעתיד לפעילות המשרד גל ארון BSD. "אלו תחומים תקשורתיים הדורשים התמחות ספציפית ומשרדי הפרסום אינם עוסקים בהם ואינם מרכז התמחותם, ואנו גם לא מתכוונים לקחת חלק פעיל בהגדרת המשרד".

המכרז השטוח. אחד מהמוצרים הבולטים שיצאו בתקופה האחרונה הוא בייגלה שטוחים, שלדברי אסם פשוט נחטף מהמדפים. גלר נסים ואדיאלוגיק ניצלו את העובדה הזו להברקה נחמדה. יצירת 'מכירה פומבית' מיוחדת של המוצר הנדיר הזה - 'שטוחים', ברשת. המחיר שם אגב, עולה מיום ליום.