



אפיקים עלה לגמר האפי בקטגוריית המגזרים

מקאן שהתמודדו עם עבודה ל'מעני הישועה' לא עלו • עבודה של אפאק למגזר הערבי עלתה אף היא לגמר האפי • רווח מתרווח



לעצמו לחייך עוד חיוך קטן בדרך לעבודה המתשה. ביזרת פרסום נמשיך לעקוב ולדווח על כל ההתרחשויות בתחרות 'הקטוס' וה'אפי'. כזכור בעוד שבוע מתקיים וקס חלוקת פרסי 'הקטוס' בו לא משתתף אף משרד במגזר החרדי.

מדוע הוגשו רק שתי עבודות? למנהלי המשרדים פתונים. עובדה שיווקית היא גורם מרכזי בענף הפרסום החרדי, וכל משרד מתהדר בידע הרחב שלו ובהצלחות הסוחפות של לקוחותיו. פלא הדבר שהיחידים שמעזים ומתמודדים הם שני משרדים בלבד. למעשה, אף אם שום עבודה לא היתה ממושיכה לגמר בשבילנו הם היו זוכים, על עצם התעוזה והיצאה מהריבוע. להתמודד, להציג, להרשים. מרשימת העבודות שעולות לגמר עולה כי שלוש עבודות עלו לגמר בקטגוריית המגזרים. במגזר החרדי עבודה אחת של אפיקים לבזק ושמירת הלשון, ועוד שתיים במגזר הערבי, אחת עבודה לאיקאה עבודה שהוגשה ע"י המחלקה הערבית במקאן אריקסון, והשניה אף היא של קבוצת אפיקים, עבודה לפלאפון תקשורת מהלך חיווק הקשר עם הצעירים במגזר הערבי של אפאק טרוי. כך שבשבוע זה יכול יגאל רווח להרשות

תחרות האפי למדידת אפקטיביות השיווק 2011 מתחממת. השבוע ביום שלישי פורסמה רשימת העבודות העולות לגמר האפי. תחרות האפי מתקיימת על ידי המ"ל- המרכז הישראלי לניהול, איגוד השיווק הישראלי, איגוד חברות הפרסום, והשיתוף עם קבוצת 'הארץ'. שלא כבתחרות 'קטוס' הזוהב המציינת לשכה עבודות קריאטיביות גרידא, הרי שבתחרות האפי יש להציג נתונים ומשוואות, גרפים ומצגות על המותג שגדל והתפתח בזכות השיווק שעשה לו משרד הפרסום. במגזר החרדי הוגשו השנה שתי עבודות לשיפוט, האחת - בזק חידון שמירת הלשון הגדול: פעילות פורצת דרך לחיווק הקשר בין בזק למגזר החרדי של משרד אפיקים, והשניה מעיני הישועה, הגידול הגדול בנפח פעילות בית החולים בזכות המחלקה החרדית של מקאן אריקסון.



יש לי מושג

מפה תפיסתית

מפה המתארת את מרחב המוצר שעליה מפורזים סימני המותגים האחרים של הפירמה וכן מותגי המתחרים, על רקע התפיסה של הקונים את הסגולות המגדירות את המרחב יחסית למוצרים ומותגים אחרים יחסית למוצר אידיאלי. סימון של מוצרי החברה לצד מוצרי המתחרים על גבי המפה, בהתאם לתפיסת הלקוחות את המוצרים על גבי הצירים שיוצרים את המרחב מאפשר לזהות את המיקום היחסי של המוצר או השירות ביחס למוצרים האחרים וביחס למוצר האידיאלי.



יבוא אישי



פרסום בחו"ל לקטשופ החרדי היינץ. הנקניקיה נשרפה.

אפיקים חדשים לירושלים

משרד הפרסום אפיקים זכה בתקציב עיריית ירושלים • שוק מוניציפאלי נשלט היום על ידי קבוצת אפיקים • רווח ל'זירת פרסום': אין ספק כי באפיקים מובילים במסה של ידע חרדי גם חוץ לנושאי צריכה ומזון

לסיכום, מסיים רווח את שיחתו: "ב"ה כל זכיה נוספת רק משכיחה ומעצימה את הידע. ההבנות נודדות מעיר לעיר וכולם מרצים. תפקידנו הוא למכור את העיריה לציבור המקומי. לא מדובר במלחמת הגירה בין עיריות, כך שכל זכיה נוספת רק מסייעת להצלחה".



ביטוי משלנו. יגאל רווח

את העבודה הטובה זכה בה. המכרז היה לא פשוט וארוך. איך אתה מסביר את העובדה שאפיקים שולט בכיפה ביזרה המוניציפאלית? "יש לנו בס"ד באפיקים ביטוי משלנו להבנה המוניציפאלית והידע לצרכים החרדיים. חשוב להבין שהמגזר החרדי כבר אינו אותו סוג של צרכן כבעבר. אם פעם עיקר הפלינג וההבנה היתה בעולם של צריכה, מזון או הלבשה. הרי שבעולם מוניציפאלי מדובר על סוג אחר של צרכים, לא רק תברואה וחינוך, אלא גם עולם תרבות. באפיקים הצטברה מסה של ידע גם בעולמות אחרים. אם נחדד נראה שהמכרז בעיריית ירושלים היה בעיקר על התרבות החרדית".

היכן בא לידי ביטוי במהלך השנה הידע המקיף? "קח לדוגמא את מפעל הפיס, לא מפרסם שגרתי בעולם החרדי. מחברים אותו עם חיבורים תורניים. כנ"ל לגבי בזק ושמירת הלשון (עי' ידיעה ראשית). הכל נובע מאותו מקום".

לאחר חודשים ארוכים של שמועות, ספקות, והפצת דיס אינפורמציה הגיע הפקס המיוחל לרחוב בן גוריון 17 בני ברק. במסמך המיוחל שמוען ליו"ד קבוצת אפיקים יגאל רווח, כותבת אורית ניר מנהלת הפרסום של העיריה על זכייתה של קבוצת אפיקים בתקציב הפרסום של המגזר החרדי של העיריה. בכך הופכת קבוצת אפיקים לנותנת הטון בכל הקשור לפרסום ערים ומועצות. כידוע מחזיקים באפיקים גם בתקציבי הפרסום של עיריית בני ברק, עיריית בית שמש. המכרז המדובר היכה גלים לאחר שהיועץ המשפטי של עיריית ירושלים לשעבר, יוסי חביליו, ביטל את החלטות הוועדה הראשונה וגרר למעשה את המשתתפים לסיבוב שני. כזכור, כפי שחשפנו אז ביזרת פרסום, בולטון פוטנציאל החליטו לפרוש מהמכרז המחורש. יגאל רווח יו"ד קבוצת אפיקים אומר בשיחה ל'זירת פרסום', כי מעבר לעובדה הפשוטה שאפיקים הוא הכתובת לכל התמחות בלקוחות מוניציפאליים חרדיים, הרי שברור כי מי שעשה



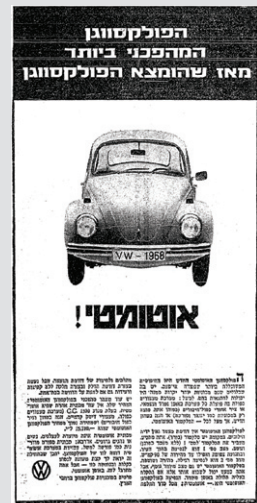
תוצרת הארץ



רוכבים על הרגע. פרסום נוחיאן גולן Believe במודעת יום העצמאים למרכז הכוכביות הארצי



העבר עין



מהו הפולקסווגן מההפכני ביותר? פרסום משנת 67

תגובות, ארות, סקופים ואיטמים יתקבלו ביותר מברכה ב: ytz100@gmail.com

מבזקים

שיעשה הרבה רעש. תחת הכותרת המפתח להצלחה של המכרזים כבר פרוסות בחנות בראשון לציון. המבצע יעלה ממש בקרוב.

המהפכה החלבת מהפכה של ממש חוללו השבוע מחלבות שטראוס וויטבתה עם השקתם של 24 מוצרי חלב ומעדנים חדשים בכשרות מהדרין. בין המוצרים החדשים מעדן הגולן, מילקי בשלל מינים וגוונים ועוד. בבולטון פוטנציאל עמלו קשות על מסע פרסום שיכניס אותנו לאקסטזה. בשבוע הבא יעלו הטיזרים ובשבוע שלאחר מכן מודעות הפרסום. עקבו ותראו.

כיום את כל השוק. המפתח של איקאה



איקאה חוגגים עשור מאז פתיחת הסניף בנתניה לרפ"ש. כעת שוקדים משרדי הפרסום של החברה על מבצע גדול מימדים

לראשונה בעולם? פרסום מימד צרפו לעיתוני סוף השבוע אינסטר מהודק. תאמרו, מה החדוש, והלא כל תקציב חדש ב'מימד' מקבל אינסטר צבעוני על דף כרומו מבריק. אלא שהפעם הפיקו במימד אינסטר מתקפל שנפתח ומכפיל את גודל העיתון. משיחה עם מנהלי המשרד סיפרו לנו האחרונים כי מדובר במשהו חריג וראשון בארץ ואולי גם בעולם. כל זה בא לתת לנו הלקוחות קצת הבנה עד כמה חשוב והכרחי הוא כניסתה של חברת סימילאק לתחום מזון התינוקות הכשר ולפתוח בקרב עם מטרה שמחזיקה