

מאיר גל, שופט בתחרות האפי של איגוד השיווק והחי"ל, בשיחה עם 'זירת פרסום'

"המודעות של המשרדים לאפ"י נמוכה, וחבל"

מנמק: הלקוחות אצלנו לא מוכנים להשתתף בתשלום ההוצאות • מזכיר: הבאנו את האפ"י למגזר עם זכיה ב-2003 • מבכה: אפ"י היא תחרות אידיאלית למגזר. אין סיבה שההשתתפות תהיה דלילה • יוצר: תכירו: 'המשרד' קונספט חדש, ללמוד פרסום בשטח • שותק: פרשת הקוטג'ג



לנו זה לא חשוב".
מעולם לא הגשת עבודה לאפ"י?
"בעבר הגשנו גם זכינה. אזכיר לקוראי המדור כי בשנת 2003 זכנו 'פרסום גל' ו'זול פה' באפ"י- לא מגורי על פריצת דרך מהפכנית. לראשונה חדר מותג מהמגזר החרדי לכללי, ולא ההיפך כמקובל. אפשר לומר שאנחנו הבאנו את האפ"י למגזר."



כבר כמה וכמה שנים שמאיר גל מכהן כשופט בתחרות האפ"י. תחרות האפ"י המשותפת לאיגוד השיווק, המי"ל, איגוד חברות הפרסום, והשנה- גם בצירוף חסות מדה-מרק, הינה תחרות שמודרת תוצאות ורלוונטיות של מסע פרסום.
לא מחפשים פה קריאייטיב מבטיח, לא אסטרטגיה שנונה ולא יח"צ מדהים. כאן מקבלים פרס על מבחן התוצאה: מכרת, נסעת. משרדים רבים מגישים יחד עם לקוחותיהם עבודות שעשו פריצת דרך שיווקית, השופטים מדרגים והפרסים ניתנים.
כמעט כמו בכל אירוע נחשב, המגזר החרדי מגיע לפה בטפטוף דליל. השנה הגישו שתי עבודות בלבד, 'בוק' עם 'אפיקים' ו'מעניני הישועה' עם 'מקאן אריקסון'. מביין שתייה בוק עלתה לגמר.

מה הפיתוח?
"הפיתוח הוא קונספט לימודים חדש שמשלב תיאוריה עם פרקטיקה, אנחנו לא מלמדים פרסום- אנו עושים פרסום. תוך כדי עשייה התלמידים לומדים את כל הצדדים המקצועיים. השיעורים בכיתה מתבצעים במתכונת של ישיבת צוות במשרד, ישנה חלוקת עבודה- משלוח, עמידה בזמנים, הכל כמו בחיים האמיתיים".

יש מודעות במשרדים לאפ"י?
"לא מספיק. המודעות של המשרדים בכל מה שקשור לגשת לתחרות היא נמוכה, וחבל. בקריאטיב זה קצת מורכב, אבל אפ"י היא תחרות אידיאלית למגזרים. יש כאן פספוס גדול שאני מקווה שיתנה עם הזמן".

מבחן ההשמה

לפני מספר חודשים פרסמנו במדור באגניות כי במספר משרדים התפנו משרות. קיבלנו בתמורה עשרות ק"ח ופניות של צעירים וצעירות שמעוניינים להצטרף לעולם הפרסום. עושה רושם שהתחום הפך להיות נחשק בתמרי. אמנם, עקב האכילס של הטריים הוא חוסר נסיונם. גם בזה יש לגל מה לכושר.
"לפני תקופה פנה אלי אחד מהמתעסקים בתחום לימוד הפרסום וביקש ממני למסור אצלו שיעורים. מסור באוויר מלל זה לא הקטע שלי. לקחת רעיון ששמעתי מאסף המר (לשעבר קופירייטר בגלף כיום בשלמור) ופיתחתי אותו. לקחנו את קבוצת התלמידים וחילקנו אותה לתפקידים מקצועיים, כל אחד לפי שאיפתו, נבנו צוותים ואני עושה את הברב היחיד שאני יודע- לנהל.."

ותקציבים מנלן?
"ישנו תקציב אחד אמיתי אותו השיגו התלמידים במשימה של השגת תקציב. מרוב בתקציב לא גדול של סוכנות ביטוח מקומית מתפתחת.

מלבד זאת לקחנו חלק מלקוחות גל-אורן והטלנו על התלמידים לבנות להם כל מה שצריך. בנינו גם בריפים דמיוניים שמטרתם לשפף ולעודר את הדמיון".

המוצלחים יקבלו קביעות ב-גל אורן?
"לא אמרנו ולא הבטחנו. אבל אם משוחחים על הנושא הרי שאנחנו מחפשים כעת גרפיקאים וגרפיקאיות חרדים, מי שמעוניין שיגיש קו"ח".
מילה לסיים על משבר החלב?
"אף לא הגה".



יש לי מושג

נקודת רווייה

נקודת רווייה הוא מצב שוק שבו מוצר מסוים או שירות נמצא בשפע משום שהוא נמכר בכמות כזו שהצרכן אינו רוצה עוד ממנו וניתן למכור בו תוספת מטה יחסית, לפחות בתקופת זמן מסוימת. 'נקודת הרווייה' (SATURATION POINT) הינה הזמן שבו ההיצע לאותו מוצר מתחיל לעלות על הביקוש לו מצד הציבור. בנוסף, במחזור חי מוצר זה השלב שבו השוק העיקרי למוצר הוא התחלופה; יש ייצוב מבחינת המתחרים; המכירות רגישות למצב הכלכלי והחרייה לשוק קשה. (עפ' מעות)



יבוא אישי



שושנה בין החוחים. פרסומת למגפיים איכותיות וחזקות שזכתה בשנה שעברה בפסטיבל קאן.



תוצרת הארץ



מודעה של יהושע למרכנתיל משכתאות. מתוך מרד המתוגים.

'עלו על הסוס'

שעה שהרכבת הקלה עודה מתמהמהת להסיע את תושבי ירשלים, יצאה כרכרה מפוארת וסוס לבן לשכונת העיר כדי לבשר על פתיחת "בית מילר" היוקרתית של ההוצאה הוותיקה לספרי קודש בעבודת עתיקים, המציינת מלאות 60 להיווסדה. עלולני הכרכרה המלכותית חילקו להפתעת התושבים הזמנות יוקרתיות לשבוע הפתיחה, מתנות חידון להגילה מלכותית. הכרכרה סובבה בשכונת העיר ובמאה שערים, שם נפתח בית מילר החדש.



חבזקים

התמונה לא כוללת את כל הפרוייקט, מה שנותן תחושה חלקית בלבד. תיקו.
חדש בשוק
פרסום 'נוחעם' מתהדר בתקציב חדש שהוביל לקמפיין קולע למשחטת 'גלאט עוף'. ב'בראשית' עלו עם לקוח החדש 'ביג ליס'. ב'אפיקים' נהנים מפירות הקשר עם 'ארלר חומסקי' והעלו פרינטיים של מאבק מפעלי ים המלח מותאמים לציבור החרדי.

מה שנותן צידוק למשפט של שעה איצקוביץ: 'מי שמתרגל לעבוד אתנו, לא יסתר עם אחרים' העלו בחי"ש נופי ישראל קמפיין תחת הכותרת טוב מראה עיניים. במודעה- צילום אוויר של חלק מהפרוייקט תוך כדי ציון בצד המודעה התמונה להמחשה בלבד.
הפרוייקט בגבעת זאב החדשה, שהוא אחד מהפרוייקטים היותר טובים שהוקמו במגזר החרדי בשנים האחרונות, היה נצרך כנראה לאיושהוא חיוק. מבריקת 'זירת פרסום' עולה כי במודעה שעלתה נסללו כבישים ונטעו עצים, מה שעריך לא קיים במציאות. מאידך,

עלו בפיס.
טקס חלוקת הפרסים למצטייני מבצע כתיבת חידושי תורה שע"י מפעל הפיס ומאורגן על ידי פרסום 'אפיקים' נרחה בשבוע עקב האבל על פטירת הגרמ"ל ליפקוביץ. הטקס יתקיים בשבוע הבא באולמי וויז'ני בני ברק.
מראה עיניים
בשבוע שעבר עלה לעיתונות קמפיין חדש של גבעת זאב החדשה. לאחר שנפרדו שם מתוצאות אפקטיביות' שליוו את הפרוייקט מראשיתו, ולאחר שמשרד נוסף שליווה את קמפיין פסח האחרון הודיע על הפסקת שיתוף פ



העבר עין



על הזמנה ללויה שמעתם? הנה הזמנה ללווייתו של הסופר ביאליק.

תגובות, הארות, סקופים ואישימים
ytz100@gmail.com