

ושהטוב ביותר ינצח

וינילוור עלו לפרסום חוצות עם מודעות שנרקחו ב'מימד'



מהקריאייטיב ובמקום שיגרו בקשה לאנשי מימד לקחת את העיצוב לורסיה אחרת ולעצב סדרת מודעות רחוב שיתפרסמו בכל רחבי הארץ למוצר שבכשרות רבנות. את התוצאה ניתן לראות בתמונות המצורפות. לסיכום בשתי מילים: כבוד למגור.

חדש - מיקספלקס שמו. המוצר בכשרות רבנות ומיועד לציבור הכללי (להבדיל מהמוצר למהדרין בכשרות ב"ץ). ביני ובני הגיעו למטה החברה מודעות חדשות לעיתונות שהכינו ב'מימד' עבור המגור החדרי, מודעות שעדיין לא תפרסמו. אנשי השיווק של וינילוור התפעלו

דיס אדפטציה במגור. בימים שבשגרה אנו רגילים לראות במדיית המגוריות מודעות רבות שנלקחו מהמגור הכללי, שינו את הקרדיט בצד והופ מודעה חדשה עוצבה. הפעם אנו מודווחים על ענקית צריכה מכובדת כחברת וינילוור שחפצה לעלות עם קמפיין שילוט חוצות ברחבי הארץ למוצר

טור אורח/ ירח טוקר

כששליט שלט בתקשורת

שחרורו של גלעד שליט בעסקה שנויה במחלוקת היא תולדה של יחסי ציבור ופרסום מהטובים שנעשו בארץ • ירח טוקר בודק מה אנו יכולים ללמוד מקמפיין שליט כדי להצליח בעסקים אחרים

האויב, וכך, באמצעות הלהבה התקשורתית שלא כתבה לרגע, הם לחצו אל הקיר את אלו שיצטרכו להצביע בעד או נגד העסקה. אין עסק, חברה או מותג שיוכל לשרוד בצורה ראויה ללא שיוכר שוב ושוב את דבר קיומו אף לפני קהל לקוחותיו הנאמנים ביותר. ההוכחה הטובה ביותר לכך היא התקציב הפרסום של החברות הבלוטות והמוכרות בעולם. למרות היותם מותגים בינלאומיים, תקציבי הפרסום שלהם עצומים ונועדו לשמר את דעת הקהל, יום יום, שעה

שקרים וראיונות בלעדיים אשר נועדו ליצור דעת קהל חיובית אשר תתמוך בבוא העת בעסקת שחרור השבויים במטרה לשחרר את החייל החטוף. גם ההורים המסורים אשר עמדו כבולים בשרשראות מול משרד ראש הממשלה, גם ראשי המחאה שיצאו להתלווה ארוכה ממצפה הילה ועד ירושלים, ואף אחיו של החטוף שהחליט לפוצץ טקס ממלכתי רשמי, ידעו כי השחרור לא יתבצע מיידית וכי כל אותם מהלכים שזכו להשיפות רבות בתקשורת נועדו ליצור את התהודה הציבורית, את הלחץ, האהדה, והשיח שיובייל לבסוף לשחרורו של גלעד שליט.

גימיקים, ספינים, קמפינים, סיסמאות, סקרים, ראיונות בלעדיים, כל אלו ועוד הם מנת חלקם היומיומית של הפרסומאים ואנשי יחסי הציבור העוסקים בכל ימות השנה בעיצוב דעת קהל ובמיתוג לקוחותיהם בקרב הציבור. אין עסק משמעותי, חברה, או מותג מסחרי אשר איננו מעסיק איש מקצוע מעולם השיווק והפרסום אשר יעשה בעבורו את עבודת המיתוג ויחסי הציבור אל מול התקשורת המשפיעה בצורה המשמעותית ביותר על דעת הקהל.

אם כך בעסקים ובשיווק מוצרים או חברות מסחריות, על אחת כמה וכמה כאשר מדובר על מאבק ציבורי להצלת חיי אדם, על הזכות של הורה לקבל את ילדו בחזרה חי, בריא ושלם. אילולא נטלו גורמי המקצוע התקשורתיים את המשכונות לידיהם וללא כל אותם מהלכים ציבוריים אשר נראו לעיתים ציבורי או לובינג אשר יעצו לבני המשפחה, קשה להאמין כי שחרורו של שליט אכן היה מגיע לכלל מעשה.

בניגוד למשפחות אחרות של חטופים אשר הודו בטעותן כאשר שמרו על שתיקה והותירו את הזירה התקשורתית ברמה מוחלטת, משפחת שליט בחרה בדרך אחרת. לאחר שנתיים תמימות בהן חיכו לבשורה בשקט מופתי, וכמעט ללא חשיפה תקשורתית, הבינו הוריו של גלעד שליט, כי הסיכוי לראות את בנם, רק מתרחק מהם. המשפחה החליטה להפעיל גורמים מקצועיים שמאו שנכנסו לתמונה, שמרו לאורך כל השנים האחרונות על להבת האש התקשורתית דלוקה. הם הובילו מהלכים, יזמו רעיונות וראיונות, יצרו סיסמאות, מדבקות ותהלוכות, גרמו לציבור לדון, לדבר, לבקש, לשאול. הם מחו, אגיטו, לא נחו, וגרמו לדעת קהל לדרוש את סיום הפרשה הכואבת.

המסע לשחרורו של גלעד שליט אשר נווט ונהל על ידי אנשי קמפיין ויחצנים מבריקים, מוכיח יותר מכל את עוצמת פעילותם, רמת השפעתם ויכולותיהם של אנשי המקצוע בעולם התקשורת, אך הדבר מוכיח לא פחות כי אם מיישור חשב שעבודת היח"צ, הפרסום והשיווק הייתה ונותרה שיווק "במבנה" או "קוללה", הרי שהימים הללו חלפו מן העולם, ואין מערכה, התמודדות ציבורית או התנהלות תקשורתית אשר איננה מלווה באנשי מקצוע מיומנים.

מבלי ששמו של גלעד שליט שלט בתקשורת בשנים האחרונות, ואילולא המשפחה הייתה מפעילה את כל כובד המשקל התקשורתי שהפעילה, התמונה הייתה בחלט אחרת וספק רב אם היה היום בבית. התקשורת היא המשפיעה העיקרית על דעת הקהל ויש לנצל אותה בכל מערכה ציבורית, בצורה נכונה ומקצועית לטובת המטרה.

באמצעות הלחץ הציבורי שיצרו גורמי המקצוע, אנשי מפתח ביטחוניים בולטים ואישים פוליטיים רבים התייצבו לצידם. הם רתמו עיתונאים רבים וכלי תקשורת שיוכרו שוב ושוב כמה ימים גלעד נמצא בשבי

כפי שהמנתח הוא המתמחה בעולם הניתוחים, והרופא בהכונה הרפואית, וכפי שכל גורם מקצועי מטפל בתחומו הוא, במערכה או התמודדות הכרוכה במעורבות של כלי התקשורת, יש צורך באיש יחסי הציבור ובגורם מקצועי אשר זהו עיסוקו- עולם התקשורת. באמצעותו ניתן יהיה לפעול על מנת לעורר דעת קהל חיובית אשר תסייע ללקוח.

במערכה להשבתו של גלעד שליט נחשפו בשנים האחרונות שוב ושוב לכל אותם גימיקים, ספינים, קמפינים, סיסמאות,

הכותב הוא איש יחסי ציבור ויועץ התקשורת ליו"ר ועדת הכספים.

מבזקים

בהיקף של 30 מיליון דולר על פי נתוני מחירי המחירון של יפעת בקרת פרסום. בפועל מדובר בתקציבים הנעים בין 10 ל-12 מיליון שקל. כ-2010 עמד תקציב הפרסום של מאוחדת על כ-4.7 מיליון דולר במחירי מחירון, בפועל מדובר בכ-8 מיליון שקלים, ע"פ דיווח איסי. נכון להיום תקציבי מאוחדת המגוריים אינם בכמכור.

שונות ומגיש מספר עבודות בוריאציות שונות כאשר כולן מאותה הסדרה.

קופה במכרז

תקציב הפרסום של קופת חולים מאוחדת יצא למכרז. בעשור האחרון טופל תקציב 'מאוחדת' ב-JWT. על פי נתני המכרז, הוא פתוח למשרדים אשר טיפלו בשנתיים האחרונות בתקציבים

קקטוס מופחת מדליות

תחרות הקריאייטיב של ענף הפרסום בישראל 'קקטוס הזהב' תחלק פחות מדליות ב-2012. ההחלטה שתוביל לחלוקת מדליות נמוכה קשורה לשינוי של סעיף חשבות בתקנון התחרות. הוחלט כי סדרת עבודות מאותו קמפיין תוכה לפרס אחז בלבד. ולא כפי שהיה עד היום כאשר משרד היה מתמודד בתחרות עם קמפיין בקטגוריית



יש לי מושג

דד ליין

הביטוי דד ליין נכון לכל תחום בחיים. שעת הש', שעת ה-0 ועוד הינן מילים נרדפות למושג האוניברסאלי דד ליין. מקורו של הביטוי מרחיק עד למלחמת האזרחים בארה"ב. בית הסוהר הצבאי ומחנה השבויים הגדול ביותר בו הוחזקו שבויים של האויב הצפוני על ידי הקונפדרציה הדרומית היה בכלא אנדרסוניל. שם בכלא המפחד היה קו שמי שעבר אותו נורה למוות. כיום משמש הדרד ליין כביטוי מפלט לכל כתב/עורך/פרסומאי ועוד.



יבוא אישי



פרסומת גרילה לחברת מנעולים עולמית ומובילה

תוצרת הארץ



דווקא היה מרכז טוב. גולן נוחיין בקמפיין חוצות טיורי למרכז הכוכביות הארצי

העבר עין



זה לא המסוק שהשיב את גלעד. זו פרסומת לחברת התעופה ההולנדית המעופפת KLM