



יח"צ כהלכה מתמזג לגל אורן

קובי סלע יהפוך להיות מנהל חטיבת יחסי ציבור במשרד הפרסום גל אורן • תזוזה שניה בחודש האחרון לאחר שמאיר גל עזב את ניהול המשרד השוטף • כל הפרטים



מתמזג. קובי סלע
השתנה בגלל הצעד הזה.

כי בכוחות משותפים נמשיך להוביל, לחדש ולהפתיע..."

אורן אלימלך, מנכ"ל משרד הפרסום גל-אורן BSD אומר ל'זירת פרסום' כי הצעד שנעשה יזניק את עולם יחסי הציבור במגזר החרדי. בנוגע לאריה פרנקל מנהל יחסי הציבור כיום, אומר לנו אורן כי אריה הוא חלק בלתי נפרד ממשרד הפרסום, יהודי מלא נסיון כמוהו, כמעט ואין במגזר החרדי. פרנקל יתעסק בטיפול אסטרטגי בלקוחות.

המשרד של סלע בפ"ת נסגר, וחטיבת יחסי הציבור שתקרא אגב: חטיבת גל אורן | BSD יחסי ציבור כהלכה, תפעל מבית גל אורן ברמת גן. אין ספק כי האירוע הזה יירשם בספר דברי הימים לתולדות הפרסום והיח"צ החרדי, רק בעוד תקופה ארוכה נוכל לחזות ולהבין כמה ומה

גל אורן מיזגו השבוע לתוכם את חברת יח"צ כהלכה של קובי סלע. "מיזוג קובי סלע וחברת הפרסום גל אורן BSD הוא בשורה חשובה לעולם יחסי הציבור במגזר החרדי והדתי. החטיבה החדשה תספק למגזר מענה נכון, מקצועי ויצירתי, כמו שקובי יודע לתת..." אומר אורן אלימלך, המנכ"ל.

"לאחר חמש שנים של הובלת משרד יחסי הציבור היצירתי ביותר במגזר ובסיכום 20 שנות עבודה אינטנסיביות בעולם התקשורת החרדי דתי", מסביר סלע, "מצאתי לנכון להצטרף לחברת הפרסום גל אורן BSD, החברה המובילה כיום במגזר החרדי דתי. אני גאה להצטרף לחברת הפרסום החרדית-דתית היחידה ברשימת 30 משרדי הפרסום הגדולים בישראל. כבוד לי להיות חלק ממשפחת גל אורן ואני תפילה

טור אורח / אריה פרנקל

אמות - הבסיס ליחסי ציבור והסברה

האמת השורשית שלנו ללא כחל וסרק - גדולה יותר מאשר ל"תירוצים", שאין מאחוריהם דבר.

■ במיתקפה הקודמת, לפני כחצי שנה, סייעתי בידיה של שושנה חן (אשה חרדית מהכותבות המוערכות ביותר ב"דיעות אחרונות") בארגון ביקור היכרות בבני ברק של סבר פלוצקר, מבכירי העורכים הכלכליים בישראל. התלוויתי לאורה בשיחותיו עם הרבנים וגדולי התורה. פלוצקר הציג לבני שיחו שאלות לא פשוטות, לעיתים מביכות את האוזן החרדית, אך התרשם מאוד מהתשובות הכנות, גם אם נגדו את השקפת עולמו. ביטוי לכך נתן במאמר מקיף שפרסם בעיתונו בעקבות הביקור, שהיה בבחינת "גילוי" ופתיחת צהר לעולם קסום, בלתי ידוע.

■ בויכוחים אידיאולוגיים, בעניינים שבאמונה - האמת חייבת להיות נר לרגלנו. אין כמו אמת הפורצת כל אטימות. האמת היא לא ביישנות.

■ ומכאן בקשה ופניה לח"כינו המייצגים אותנו בכנסת, למסכירנים למיניהם, אנא דאו גם באמת אופציה סבירה לשמש "נשק יום הדין" בשלל בהתמודדות על נפש העם ועל מקומה של הציבוריות החרדית במרחב הציבורי.

הוא תפקיד ציבורי-ערכי, חשוב מאין כמוהו, אף נתן בקולו הסבר מלומד. מנסינו אני יודע, אמר אותו בעל תפקיד בכיר, שהפעם עטה עליו את איצטלת "סניגורם של ישראל", שכאיש ציבור אינני יכול להישאר בכל אירוע עד סופו. פעמים רבות יש התחייבויות או שיחות טלפוניות דחופות המחייבות את יציאתי מהאירוע. זה מה שקרה להרב ליצמן, שהיה צריך לצאת בדחיפות מהאירוע. למותר לציין, כי דבריו התקבלו בחוסר אימון ובגיחוך.

■ לא היה קורה דבר, אם אותו בעל תפקיד ציבורי-ערכי סמכותי, היה מציג את האמת הפשוטה: אכן, הרב ליצמן יצא בשירת נשים כי על-פי ההלכה הוא מגזר מלשמוע שירת נשים. כיהודי שומר תורה ומצוות וכחסיד - הרב ליצמן נהג כפי שההלכה מחייבת. הסבר כזה אין מי שיכול שלא לקבל. זאת האמת הצרופה. הצהרות האמונים של הרב ליצמן, או כל ח"כ שומר מצוות אחר, לא כוללת התחייבות להפר את כללי ההלכה.

■ גם היהודי הלא דתי, שאיננו מחוייב לשמירת תו"מ, יודע להעריך את מי שחי ורבק בעקרונותיו. שום תרגילי יח"צ, ספינים וכו' לא יסייעו בטשטוש האמת הפשוטה: כיהודים שומרי מצוות יש עלינו סייגים ותבניות אותן אי אפשר לפרוץ. הערכה לטיעוני אמת, להצגת

■ המתקפה בה נתון הציבור החרדי בשבועות האחרונים - העלתה שוב ושוב את המודעות לחשיבותם של יחסי ציבור, כמקצוע המחייב ידע, מיומנות, מחוייבות והרבה מאוד סייעתא דשמיא. יש רבים הטועים, שיחסי ציבור מתבטאים בפעילות של זבנג וגמרנו: הברקה חד-פעמית, ספין הסמוך לשקר, כותרת, קשרים במקומות הנכונים וכו'. תהום של ממש פעורה בין מאכעריי לבין יחסי ציבור. אלה שני עולמות נפרדים לחלוטין. מי שאינו יודע להבדיל ולהבחין בין שני התחומים - טועה ומטעה וחמור מזה - זורה חול בעיני לקוחותיו.

■ מומחים להסברה, בעיני עצמם, שהוכתרו בציבורינו כ"דוברי היהדות החרדית", התגלו בשבועות האחרונים במלוא חדלונם. הדרך להלחם ברשע אינה בגיוס הרשע והשקר לצידך. הסברה המבוססת על חצאי אמיתות איננה אלא הסבר רע, רע מאוד, ברוב המקרים. האמת איננה ביישנות. אין מה להתבייש באמת שלנו.

■ כאשר היו כתבים בתקשורת הכללית שתקפו את סגן השר הרב ליצמן על ש"העז" לצאת בשירת נשים במהלכו של טקס, היו שביקשו לסנגר על מעשיו בשלל הסברים "מלומדים". אחד המסבירים, הממלא אף



יש לי מושג

TRI*M מודל לבחינת שביעות רצון

מקומו של המותג בשוק בו הוא פועל ברמות השונות בהן הצרכן פוגש בו: באיזו מידה הצרכן מודע ומכיר את המותג, האם הוא רלוונטי לצרכן, המידה בה המותג נמצא במגוון המוצרים שהוא קונה, תרמיתו, שביעות הרצון ממנו וכו'. היכולת לחזות את מעמדו של המותג היא המבחינה בין המודלים השגריים למתקדמים יותר לבחינת מעמד מותג/ נכסיות מותג. מחקרי מעמד מותג צריכים לחזור על עצמם אחת לתקופה על מנת לאתר את הדינמיקה של השוק. (מנכ"ל איגוד השיווק. באדיבות: TNS ישראל)



יבוא אישי



פרסומת להעלאת המודעות לכושר ובריאות. מעלית או מדרגות? תחליטו אתם.



תוצרת הארץ



תתמקד בעיקר. פוקס גורן גלעדי בפרוינט לרשת הצמיגיות טייר קלאב מתוך מרד המותגים 2010 של גלובס.



העבר עין



מזומן כל הזמן. חוכמה גדולה. מי הכיר אז את ההאקר הסעודי

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

מבזקים

'נקודות' היא חברת מדיה האחראית על השלטים בכניסה למכולות בערים החרדיות הגדולות. שלטים אלו מיועדים בעיקר עבור חברות המזון, אך לא רק, וחברות רבות המעוניינות לקבל חשיפה איכותית בציבור החרדי מפרסמות בשלטי המדיה של 'נקודות'. יועצים רבים לניהול כלכלת המשפחה ממליצים לרכוש את הקניות במכולות - ככה קונים רק מה שצריך. כחלק ממגמת החיסכון שהתעצמה בעקבות המחאה החברתית של הקיץ האחרון, אנו יוצאים בתחרות עיצוב פרסומת שמסבירה מדוע כדאי לקנות דווקא במכולת.

העיצוב הזוכה יתפרסם בקמפיין רחב היקף בשלטי 'נקודות' ובמדיות נוספות. המעצב הזוכה יקבל קמפיין חינם של 40 שלטים לאחד מלקוחותיו. אתם מוזמנים להצטרף.

בשלושה החרדית של הבצפר, אותה העביר יגאל בראון, מנכ"ל איגוד חברות הפרסום, התבקשו כל אחת מהבנות להכין מצגת קצרה על נושא שיבחרו. אחת הבנות הכינה מצגת על אגודת אפרת בנושא עידוד ילודה, בסיום המצגת חילקה המציגה הדמיה של סטיקר, עליו כתוב "אמא, היית מוותרת עלי?! ועל כל אחד מהסטיקרים היתה תמונה של הבן או הבת של מקבלת הסטיקר. מסתבר שהמציגה אספה במהלך השבוע תמונות של כל הילדים ללא ידיעת הלומודות והפתיעה אותן במהלך המצגת בגימיק שלא ישכחו.

חכם, איפה קונה

תחרות עיצוב חדשה יצאה לדרך במסגרת שת"פ בין בלוג 'פשקוויל' וחברת 'נקודות' תחת הכותרת: "חכם קונה במכולת".

שת"פ דמותגי



שיתופי פעולה של שני דמותגים אינה דבר שקורה בכל יום. בימים אלה יוצאת לשוק אריזה חדשה של במבה אסם, בשיתוף פעולה עם דן חסכן. האריזה החדשה, הינה אריזה חסכון במשקל 200 גר' המתאימה במיוחד למשפחות המבורכות בילדים. על גבי האריזה ישנם טיפים לחסכון של דן חסכן ובמבה.

מי יוותר עלי

במסגרת סדנת פרונטציה שהתקיימה