

יש לי חושג

עיתונאי

עיתונאי הוא יצור מוזר. כבר בגיל שמונה שכל חבריו שיחקו שוטרים וגנבים הוא העדיף לערוך את עיתון הכיתה המורכב מדף A5 דו צדדי בכתב יד. בישיבה הוא כתב פשקווילים בפורים ואחרי החתונה, בדרך כלל, הוא העביר משמרות בעוז והדר.

כיום הוא כותב במשכורת עתק, במונחים אריאריים, תחת ארבעה שמות עט בממוצע. הוא חי מהפצה להפצה, והוא יוצא לחופש בחול המועד. אם הוא עובד ביומון, יש סיכוי שהוא יועסק גם בחול המועד, ולכן הוא מקבל חופשה שבועית. בכל שבוע ביום שיש הוא בחופש. בשבת הוא מועסק במתכונת שבת. כלומר, הוא שוכת באופן פיזי, אבל הוא עסוק לענות בבית הכנסת לכל השואלים. בגלל שהתור אף פעם לא מסתיים הוא גם ממציא תשובות. ראו הוזהרתם.

תוצרת הארץ



סופר פארם
התחפשו
לכבוד פורים
לגיבור העל

העבר עין



בונבונירה
בטעם של
פעם

פנינת המתכון

מדורנו הצנוע הפך לתל תלפיות בכל הקשור לפרסום, שיווק וצרכנות. לרגל חג הפורים הממשמש ובא, החלטנו לפתוח בפנינה חדשה ומשתנה שתעסוק בעיניני דיומא. והפעם, פינת המתכון.

ביקשנו מידידינו ומכרינו לשלוח מתכון לעוגיות וזה המתכון הנבחר.

פורים שמח ובתאבון



אפשרויות להתמודד עם ירידה ב'יפעת'

סוף ינואר הגיע ואתה מגלה שצנחת במדד 'יפעת', אולי נפלטת מהרשימה המדריך המלא

זה קורה לכל אחד בתחילת השנה האזרחית. הטלפונים מתחילים לצלצל, שרת הדוא"ל עובד שעות נוספות והכל סביב שאלה אחד ויחידה אך נחוצה: יש מידע מה קורה עם יפעת?

אחרי כמה שבועות הבשורה המרה נוחתת באחת. ירדת בדירוג, או לחילופין לא נכנסת גם השנה לדירוג, והכי גרוע - נפלטת מהדירוג. א'ברוך. מה עושים?

להלן חמשת האפשרויות שיאפשרו לך לחזור הביתה בשלום ולצאת גדול מכל העניין. באדיבות מומחי 'זירת פרסום'.

אפשרות ראשונה: להתקשר לעיתונאי החביב עליך, לשאול אותו מה נשמע, מה קורה, מה מזג האוויר, מה שלום הילדים, מה הוא חושב על הקמפיין הגרוע של המתחרה ומתי הוא בא לבקר, וכי מזמן (שבוע וחצי) לא שיתם קפה יחד.

כשהוא מפסיק את הסחרחרה ושואל בעדינות מה דעתך על יפעת, תזיף צחוק ארוך ומשכנע ותאמר בזה הלשון: "יפעת? פחחח. לא שמחנו כשהצלחנו שם, ואנו לא עצובים כשהפסדנו שם". מיד כשאתה מסיים את המשפט, תוסיף את משפט המחץ "ואתה יודע שזו האמת". עיתונאי חרדי ממוצע שלמד כמה ספרי מוסר בחייו, יהיה עדין. הוא לא יזכיר לך איך בשנה שעברה, כשהצלחת לשמור על המקום שלך, שלחת באגרים לכולם, דוא"ל בתפוצת נאט"ו וכמעט העלית מסוק משולט למתחם הבורסה.

אפשרות שנייה: להרים טלפון ל'יפעת' ולבטל את המנוי. תסביר למזכירה שבמקרה גילית שהם לא יודעים לספור, אז חבל על הכסף. גם אם לא תצליח לסגור 'דיל' על שנה הבאה, תקבל הנחה. זה גם משהו.

בכסף שאתה עתיד לחסוך כמנוי שנה קדימה, אתה נוסע לסופשבוע בגליל. שוכח מהכל וחוזר כמו חדש.

אפשרות שלישית: להסתגר במשרד, לשתות ארבע כוסות קפה. לזרוק על הריצפה בעצבים את המתנה האחרונה מ'פורום מנהלים'. לגלות שזה מפלסטיק (חסכו עליך), לעשן בשרשרת ואז לצאת מהמשרד.

אתה יוצא למסדרון מחויך. כל העובדים שלא מפסיקים לזמזם כמו עדת דבורים משתתקים, ואז אתה מורה על שפתין את החיך הכי מזעזע ואומר בטון מקפא: "לפי נתוני 'יפעת' אנחנו קטנו השנה. הווי אומר שצריך להצמצם בעובדים, אז בבקשה אני מתחיל לראות מי נטל על המערכת. כולם לעבודה, להתחיל לטקבק תגובות".

אפשרות רביעית: תתראיין לעיתונאי החצר שלך ותסביר לו עד כמה יפעת היא לא מדד לשום דבר. אל תוותר על ארטילריה. תזכיר את המכוונים (פרסמת 10 בשנה האחרונה). אל תשכח את מודעות הרחוב (במקרה השנה לא תלית), הדיוור הישיר (פתחת מועדון למכולת שכונתית) והמקומון בדימונה שהוא לא סופר.

כשזה לא יעבוד תזכיר את תקציבי הרייטינג (ותתעלם מזה שלך יש רק תקציבים כאלה). לסיום, תזכיר שפעם הגישו נגד 'יפעת' תביעה במגזר הכללי, ותקנה במשפט: "אחד משני המשרדים הגדולים במגזר רצה להתאחד איתי. כשפתחנו את הדר'חות הכספיים, הייתי בהלם שאני יותר גדול ממנו" (כן בטח).

אפשרות חמישית: שלח שדכנים לבדוק אם אתה יכול לשדך בין קרובי משפחה שלך ושל נתי יעקובי. אם השידוך עולה יפה תפעיל את קשריך להכניס את המשותף כעובד בבקרת הפרסום. כעת באמת מגיע לך מזל טוב.

הצעדים להתמודדות עם ירידה בטי.ג'י.איי

אתה מו"ל של עיתון ידוע, הכל זורם על מי מנוחות חוץ מהפרעה טורדנית פעמיים בשנה ■ סקר טי.ג'י.איי שמגלה שהתפוצה שלך בירידה ■ מומחי זירת פרסום מגישים לך את שמונת התירוצים הטובים ביותר להתמודדות עם קריסה בטי.ג'י.איי

1. "העיתון שלנו קיים רק חמש שנים. זה לא מספיק זמן כדי שטי.ג'י.איי יידעו לסקור אותו כיאות. הנה לדוגמא 'המודיע' רק אחרי 50 שנה התחילו לסקור אותו בסקר".

2. "בדקתי את שמות הנסקרים. כולם אשכנזים. העיתון שלנו חזק מאוד אצל הספרדים. מה רצית שייצא? ככה עושים סקר? מה זה הצחוק הזה".

3. "בסקר פנימי שעשינו בשלוש דוכני פיס שליד בית הרפוס שלנו בתל אביב, גילינו שיש לנו 89% אחוזי חשיפה. ה-11% הנותרים זה עובדים סודנים שרק מסתכלים בתמונות. אז מה אתה מקשקש לי עם סקר לא ברור".

4. "את מי מעניין סקר של אנשים פשוטים, כשאנחנו פיתחנו מדר משלנו לבדוק את איכות החשיפה, שם אנחנו מובילים. אתה יודע כמה כסף עלה לנו להמציא את הרעיון הזה".

5. "ראינו את הסקר. גם כן, ממתי עושים מדגם בבני ברק וירושלים? מה אתם לא מכירים ערים נוספות. לא חסר.. לדוגמא, לדוגמא אשדוד. מה רע לעשות שמה סקר".

6. "הסקר הזה כל כך משעמם שאנחנו אפילו לא פותחים אותו. עזוב, רק מלדבר על זה אני מפהק. אנחנו מובילים שם וזה מה שחשוב. לא ירדנו, מה ירדנו, על טווח טעות דגימה לא שמעת. כן, כמה שנים יש לנו ירידה בטווח טעות דגימה. מה, מה אמרת? נרדמתי פתאום".

7. "עוד שאלה אחת על הסקר המטופש הזה ואני מוציא נגד החברה הזו מכתב מפוסקי הדור".

8. "איזה שטויות כתובות שם. אפילו שגיאת כתיב מצאתי בטבלה. הם לא רציניים האנשים האלו, בדוק. יש שם גם סתירות מיניה וביה. איך יכול להיות שאנחנו בסופשבוע חלשים מאמצע השבוע, שכבר שנים כולם יודעים שאנחנו העיתון שמוכר הכי הרבה בסופשבוע. מה זאת אומרת כולם יודעים?! הרי אנחנו כותבים את זה תמיד".

