

ריגול תעשייתי? הכי קרוב לחלב אם

מטרנה ו'סימילאק' העלו קמפיין דומה במגזר הכללי בהשקעה של מיליוני שקלים. איך זה קורה?



שלנו, כך שלהשיג מידע מאתנו זה כמו להשיג מידע מהם. הלקוח חייב לשתף אותנו במידע הרבה זמן לפני שהוא בשל לפרסום, כדי שנוכל להיערך ולהכין את הקמפיינים. אנחנו גם חשופים למידע שאינו אמור להתפרסם כלל, כדי להבין את הלקוחות ואת האינטרסים שלהם. ללקוחות אין אינטרס ואין אפשרות למדור מאתנו מידע".

לשאלה האם משרדי הפרסום חשופים למודיעין עסקי, השיב סעד: "אנחנו נמצאים בעיקר במגננה. אנחנו דואגים שאנשים לא מוכרים לא יכנסו למשרד. אנחנו מעסיקים חברות שמטפלות לנו במערכת המחשבים, ומוודאות שאין כניסות מדאגיות. אנחנו מקפידים על ניהול גריסה חמורים של הזבל".

כדי למצוא מסמכים, ואנשים העוסקים במודיעין עסקי עושים זאת לעתים קרובות. אנשי מודיעין עסקי גם מתקשרים למשרדי חברות ושואלים 'שאלות תם', וגם נפגשים עם אנשים כדי לפטפט, ושואבים מידע תוך כדי כך. אנשים מפטפטים. כולם אוהבים לדבר, והמידע זורם. "קיימות גם שיטות לא-חוקיות שונות, רובן פשוטות. פריצה למשרדים, למשל, עשויה להיות חלק מריגול תעשייתי. אם הייתי מגיע למשרד בבוקר, ורואה שמישהו הזיז את המחשבים, זה היה מדליק לי את כל הנורות האדומות".

כאשר נשאל סעד מה האינטרס של המודיעין העסקי לחדור למשרדי פרסום, השיב: "אנחנו נחשפים לכל המידע שקיים אצל הלקוחות

לשמירה על מידע עסקי אך לא לעולם חוסן", הוא אומר, "במקרה שאחת החברות הייתה משיקה את המוצר החדש בבלעדיות, ייתכן שהייתה מצליחה לנגוס בנתח המכירות של המתחרה, אך ההשקעה המקבילה בשתי החברות, ככל הנראה, תשאיר את הלקוחות עם הרגלי הצריכה הקיימים שלהם. מי שהיה רגיל לרכוש 'מטרנה' ימשיך לרכוש מאותה חברה, וכן להיפך".

לפני שנים אחדות, רענן סעד, מנכ"ל משרד הפרסום פוגל אוגילבי לשעבר, סיפר על הטכניקות הקיימות לריגול עסקי: "קיימות שיטות וטכניקות רבות לריגול עסקי חוקי ולגיטימי, שמופעלות בכל המגזרים והענפים. מותר, למשל, לחטט בפחי האשפה הסמוכים למשרדי החברות

לאחרונה עלו שני קמפיינים במגזר הכללי, בהשקעה של מיליוני שקלים, של שתי חברות מתחרות, תחת אותו מסר, בעיצוב זהה ובתזמון מפתיע. אם תהיתם, מדובר במסעי הפרסום החדשים של 'מטרנה' ו'סימילאק', המבשרים על מהפכה בענף תרכובת המזון לתינוקות, הכוללת תוספת של רכיב מיוחד הנמצא בחלב אם ומסייע בהגנה על התינוק. המוצר של שתי החברות הושק תחת שם זהה: 'מטרנה גולד' ו'סימילאק גולד'. לעת עתה, החברות לא צפויות לפרסם במגזר החרדי משום שהמוצר אינו 'מהדרין'.

גורם בענף הפרסום איתו שוחחנו אמר כי לכאורה מדובר במהלך קלאסי של ריגול תעשייתי. "חברות גדולות משקיעות משאבים רבים

השבוע: אירוע לפרסומאים בלבד

ביוזמת 'פאשקעוויל', ביום חמישי הקרוב ייערך אירוע עסקים מיוחד, בו צפויים להשתתף כ-200 אנשי מקצוע בתחומי הפרסום והמדיה. כל הפרטים

כ-200 אנשי פרסום ומדיה צפויים להשתתף בסוף שבוע זה באירוע עסקים מיוחד הנערך ביוזמת 'פאשקעוויל', לצורך הידוק ושיפור קשרים עסקיים ומסחריים בין פרסומאים ואנשי מדיה לספקי שירותים מקצועיים. קבוצת 'פאשקעוויל', המפיקה בין השאר את המדור שאתם קוראים כעת, מרכזת פעילות של פרסומאים, אנשי מדיה וספקי שירותים מקצועיים במגוון תחומים ועוסקת בימים אלו בקידום יוזמות ופרויקטים שיסייעו לענף הפרסום במגזר החרדי.

האירוע ייערך בסופשבוע זה במתחם העסקים החדש והמפואר בבני ברק 'אמפרסנר'. לפני כשלוש שנים וחצי נערך אירוע דומה, במתכונת מצומצמת, בו השתתפו כ-50 אנשי מקצוע לערב חווייתי ומעצים, במהלכו נרקמו קשרים עסקיים חדשים המניבים פירות עד היום.

מדור 'מדיה' המשודרג אשר חזר להתפרסם בעיתון זה לאחר פסק-זמן של מספר שנים, היווה יריית פתיחה לסדרת יוזמות ופעילויות מבית 'פאשקעוויל', שתאפשר להוביל סדר יום בענף הפרסום ולקדם מהלכים ופרויקטים מיוחדים. מהנהלת 'פאשקעוויל' נמסר כי בקרוב יושקו מוצרים נוספים שייתנו מענה מקצועי לפרסומאים, מנהלי מדיה ואנשי שיווק.

בהסתרה

בימים ההם בזמן הזה

הפתרונות לשאלות מהציור הקודם, נכתבו על ידי הזוכה השבועי (ברכות!) משפחת מוטולה מבני ברק:

"שבע המותגים הם: יש חסד (מעל החנות), הצורפים (מעל השלט של יש), סיטי קאר (על המכונית הכחולה), אגד (על האוטובוס), המסעדה היהודית (שלט תלוי), פוקס (על הבניין), קולגייט (על הבניין הצהוב בקצה השמאלי של הציור).

"ולעצם השאלות: הסיפור מתרחש בסביבות השעה 6 בבוקר, בזמן בו כבר השמש זורחת, אבל הסניף של יש חסד שנפתח בדרך כלל בשעה 7 בבוקר עדיין סגור. החדוש הוא סוף חודש כסלו. וליתר דיוק כ"ח בכסלו. נר רביעי של חנוכה, כפי שמראה החנוכיה שעל בית הכנסת, שרק 4 מנרותיה והשמש שבה דולקים".

חלק מהקוראים השיבו כי מדובר בחודש סיוון בגלל המודעה "מזל טוב ליוסי לרגל לידת הבת", ובעמוד אחר בעיתון יש מודעת מזל טוב ליוסי ברויער לרגל הולדת הבת. התשובה מעניינת, וייתכן שזה היה הרמז השתול אילו לא היינו מפרסמים את החנוכיה כרמז בולט. תמשיכו להבריך!

והשבוע: מצאו 9 מותגים וענו על השאלה הבאה: מה לא נכון בציור?

