

המצעד החרדי

3.12.09-9.12.09

המפרסמים

\$114,913	יוניליוור
\$67,966	שופרסל
\$53,516	תנובה
\$53,161	שטראוס
\$49,667	סנו

העיתונים

66 עמי	יתד נאמן
52 עמי	משפחה
49 עמי	המודיע
22 עמי	בקהילה

לתשומת לב!

הנתונים מבוססים על פי מחירי מחירון של כל מודעות הפרסום שהתפרסמו בעיתונים המודיע, יתד, משפחה ובקהילה. המחיר הריאלי נמוך בכ-60% ח.ל.



לומדים לקרוא

תנובה ושטראוס במקום השלישי והרביעי, עם הבדל של פחות מ-400 דולר. שוב נדמה כי יש התאמה ביניהם והם יודעים בדיוק כמה כל אחד יפרסם ואיפה.

חננויות הבית של תנובה, יש לצייץ, הברקה גאונית. לראשונה בארץ נעשה שימוש בסוג כזה של מבצע.

רואים עולם

עיוור קורא ספר בשיטת ברייל עם כפפות לשיטפת כלים, אבל זה לא מפריע לו להבין כל מילה. תחת הסלוגן 'מקסימום רגישות' עושה החברה שימוש מצויץ בתמונה נהדרת ומעבירה את המסר בצורה מעולה.



יוצאים למכרז?

איפה הכסף של חדר

חיפשו את החנוכיות של האחים חדר בעיתונות החרדית ובקושי מצאנו - תקציב הפרסום הושקע במדיות אחרות ופחות בעיתונות החרדית

למרות הדעה הרווחת כי המיתון לא הורגש בישראל וכי תקציבי פרסום רק התחזקו - במיוחד במגזר החרדי, ולמרות שהציבור החרדי משקיע בדבר מצווה ובתשמישי קדושה את מיטב כספו - תקציבי הפרסום של הצורפים וחדד לקראת ימי החנוכה ירדו. אולי בגלל שהמיתון בכל זאת עשה את שלו ומחלקת השיווק החליטה

אוהבים טיזרים, במידה:

כשמשאית ושאלטר במסלול התנגשות

ב'הידברות' מחכים לפול-טריילר? ומה הקשר בין חסדי נעמי לקמפיין השאלטר? טיזר הוא דבר טוב כשהוא תופס את השיח הציבורי, ולא כשיש עשרה כמותו בלוח מודעות אחד

השבוע החולף הוכתר כ"שבוע הטיזרים" של השנה. לו רק נדרשנו להרים את השאלטר דיין, אך מלבד אותו קמפיין של הידברות, הלווחות כוסו במודעות תמוהות רבות ומגוונות. 'בקרוב תגלו', 'לך נשאר רק לחתום', 'מחכים לפול-טריילר', 'בקרוב תדעו', 'לא תרצי לחזור לזה', 'מי לה' אלי', 'פירותיהם זה רק פירותיהם' ועוד כהנה ואחרים.

השבוע, פרסומי ניסא, חג. משום מה, כשמדובר בפרסום ושיווק חברות מסחריות, ארגונים או הגרלות, הכללים לא נהירים, ערבוביית השיטות מסנוורת, והמפרסמים עושים ככל העולה על רוחם ועל מצפונם. טיזר נועד והומצא כדי ליצור התעניינות בקרב צרכנים, ושח ציבורי. כאשר הטיזר נגלה והשאלות מקבלות תשובות סבירות, יש

החרם נגד האינטרנט ה'חרדי':

המרוויחים הגדולים: העיתונים

העיתונות המודפסת תרוויח מהחרם הזה, ובגדול

ימים ספורים לפני ראש השנה תש"ע, בדקנו במדור זה מה הצפי של מנהלי משרדי הפרסום לגבי תקציבים לאתרי אינטרנט חרדיים. שאלנו האם העונה תתחלק ליותר חלקים או אולי התקציבים יגדלו. חלקם ענו כי התקציבים יגדלו בהתאם לגידול הטבעי של המגזר והיה מי שהעז אף לנבא, כי התקציב יחולק לפרוסות יותר קטנות וגם התקשורת המקוונת תזכה להתחלק בתקציבי הפרסום הגדולים.

החדשים ספורים חלפו מאז, והקערה התהפכה על פיה. ערב שבת חנוכה, היומונים פורסמו ואיתם מכתב של גדולי ישראל מכל החוגים והעדות, הקוראים לא לשתף פעולה עם "תחנות האינטרנט החרדיות". לא לשתף פעולה ובודאי שלא לפרסם בהן.

מהומה רבה נרשמה בקרב העוסקים בתקשורת המקוונת, טלפונים לכאן ולשם, פגישות דחופות עם אנשים מגוונים, כולם ביקשו לטכס עצה. לדעת כיצד ואיך להגיב. השקט שלפני הסערה נשבר, הסערה בעיצומה, והשקט יחזור אל כנו עוד ימים רבים - אם בכלל.

מי שירויח מהחרם הזה, ובגדול, יהיו

דעת תורה ואזהרה חמורה
אודות סכנות תחנות אינטרנט "חרדיות"

כבר נודע וידוע שכל תחנות האינטרנט אשר לא שייכות ופולו במסגרת נפשית רבת ישראל, וכן נאסר האינטרנט באוסר מפורש לשימוש בכל בית (וכפי שהתפרסם במכתב גדולי ישראל שנת תש"ט והש"ס), גם כשקורא עובד מוזן לכת שמכוננים אינטרנט חל האיסור ת"ל להשתמש באינטרנט שאינו חסום באופן מוחלט כהלכה. ככל דבר ומראה האסור, ומתרחשת החרדות כהלכה.

והנה לאחריה העולה לעשות תחנות (אתרי) אינטרנט "חרדיות" שנושאים לחזן כל מיני חרשות והחליות והצאת סכר על עניני חרדי, ומשעבד אופייני לרוב חרדות, וישלח יסודות ברום חרדיים ויחייב נזירה על ענינים תלמידי וליבנים, ומביא להריון רבנים מפורסם מחולקת גיטת חרדי נעשה בחסות נפש, ונלמדים גם באוסר יחיד חרדי לרוב אשר הנעשה יסוד חלם. איתם אלו אפילו חזק נקיים מכל האיסורים ת"ל, באים על דם להשתמש באינטרנט ומטא שיחיל נפשות רבות בישראל.

ולאחר ימים אנשים שנמשלים במסגרות ומשתפים נעם פעולה, באו בזה לחזור באזהרה המורה שלא להשתמש בתחנות אלו, ולא לשתף אתם שום פעולה, ושלא יסויסו ברום חרדיים אינטרנט חרדות שום מופתות, וכל האיסורים החרדיים שספסו נודעו ישראל על התחלופות, חל בכל חקיקה על תחנות אינטרנט אלו.

חייבים להחזיק תחנות אלו ולשרש אותם מוחלט

והי' וידע כבוד חרדי ורבים נרשמו בכל ישראל כמסארי בהקדמת רבים חרדיים וימים בספרו מחולקת פיר שודר, וכל מה שמנסות ומנסות ומנסות עמו בקרב נעלה לאחלה קרובה במהרה. חרדי ימים חרדיים על עניני חרדיים שבת עמו בקרב נעלה לאחלה קרובה במהרה.

וגם באנו על התחנות ככלל תש"ע לסיק

איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב
איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב	איתר ודא ליב

קוראים לא לשת"פ - מכתב גדולי ישראל

15,000,000 יורו = 400 תחנות אוטובוס ו-350 מכווני תנועה



Jcdeaux היא החברה הבינלאומית היחידה המתמקדת בפרסום חוצות בארץ. החברה נוסדה בצרפת בשנת 1964 על-ידי ז'ן-קלוד דקן, וכיום היא פעילה ב-55 מדינות, עם נוכחות ביותר מ-3418 ערים ונראית לעיניהם של כ-293 מיליוני בני אדם בכל רחבי העולם בכל יום. החברה מושתתת על שלושה תחומי פעילות עסקית המשלימים אלה את אלה: מקום ראשון בעולם בריווט רחוב: 378,000 פני פרסום, מקום ראשון בעולם בפרסום בתחבורה הציבורית: 330,000 פני פרסום ומקום ראשון באירופה בשילוט חוצות: 228,500 פני פרסום.

בעבודה וכיום כמחצית מתחנות האוטובוס השונים ומכווני התנועה, מוצגים מחדש באיכות גבוהה יותר ונראות שלא היתה כמותה בארץ, שמשרתת היטב את תושבי ת"א-יפו ומושכת את תשומת הלב של הציבור הרחב. על עיצוב תחנות האוטובוס אחראי נורמן פוסטר, אדריכל בריטי אשר זכה בפרס סטירלינג פעמיים: פעם אחת על ההאנגר האמריקאי ומוזיאון המלחמה הקיסרי בדקספורד בשנת 1998 ובשנית על "המלפפון החמוץ" בשנת 2004. פוסטר גם זכה בפרס פריצקר לאדריכלות בשנת 1999.

הגיעה לישראל. לאחר שזכתה במכרז של עיריית תל אביב-יפו המעניק לה את הזכות הבלעדית לפרסום לשילוט תחנות האוטובוס ומכווני התנועה בת"א-יפו, החלה החברה בשינוי פני העיר הכולל בין היתר עיצוב ובניית תחנות אוטובוס חדשות, יפות ומאורות. האיכות שמביאה עמה חברת JCDecaux בסטנדרטים החדשים הבינלאומיים. ההשקעה הכוללת של JCDecaux בת"א מוערכת בכ-15 מיליון יורו. כיום, בתל אביב-יפו קיימות כ-800 תחנות אוטובוס וכ-700 מכווני תנועה. לאחר שזכתה במכרז, החלה JCDecaux

עד כה היינו רגילים לראות ברחובות הערים תחנות אוטובוס ישנות ללא תאורה, שלטי פרסום חיוורים ולא ברורים לעין. פתאום, בעיקר בערים הגדולות כת"א ובקרוב בערים נוספות, בכל פינת רחוב ובתחנות האוטובוסים השונות מופיעים שלטים איכותיים שנראים כל כך חיים עד שזה נראה כי המוצר או האדם שמופיע על גבי השלט ניצבים לידך. כמעט מחצית מכל תחנות האוטובוס ומכווני התנועה בת"א הפכו עורם. מי אחראי לכל זה? חברת הפרסום העולמית JCDecaux הפעילה ב-55 מדינות ברחבי העולם