

מוטי רבינשטיין

כללית שירותי בריאות יוצאת למכרז

כללית יוצאת למכרז על תקציב הפרסום במגזר החרדי • 'מקאן אריקסון' תתמודד ככל הנראה מול 'אפיקים' ומשרדים גדולים אחרים • התגובה הפופולרית ביותר: "נבחן את התנאים ונחליט האם להתמודד" • התגובה שלא נאמרה: "הכסף לא חשוב, העיקר הבריאות"

מנהלי המשרדים ביקשו לשמור על דיסקרטיות והגיבו ל'מרכז העניינים' שלא לציטוט. חלקם אופטימיים, אחרים התחמקו ואמרו כי "נלמד את תנאי המכרז ונחליט האם לגשת אליו". פרטים נוספים והרחבה בנושא, במדור הבא בע"ה.

החרדי ייפול לידיהם של 'מקאן אריקסון' גם במגזר החרדי, אך מוקדם להכריז על כך, טרם ניגשו המשרדים לפרזנטציות. 'מקאן אריקסון' תתמודד מול 'אפיקים', שמחזיק בינתיים בתקציב, וגדולים אחרים כמו 'מימד', 'מגזרים' ו'תוצאות אפקטיביות'.

פרסום חרדי. התקציב טופל בשנים האחרונות במשרדי 'אפיקים'. לאחרונה יצאה 'כללית' במכרז על התקציב במגזר הערבי ו'מקאן אריקסון' זכה בתקציב, למרות שהכרת בת מטפלת בתקציב של המתחרה 'מכבי שירותי בריאות'. גורמים בענף סבורים כי התקציב

עיתוי גרוע לפרסום הודעה ברבר יציאה למכרז, הוא יום השבת. אם לא די בזה, הרי שמיקום המודעה לא יכול היה להיות טוב יותר, בהתחשב בנסיבות. והרי החדשות, אליבא דעיתון 'המודיע': 'כללית שירותי בריאות' מודיעה על מכרז פתוח לבחירת משרד

13.5 - 19.5

המפרסמים

החברה המרכזית למשקאות	
\$165,953	
\$71,253	פלאפון
\$67,487	אסם
\$66,545	יוניליוור
\$50,398	גמבל אנד פרוקטר

העיתונים

משפחה	92 עמ'
המודיע	77 עמ'
יתד נאמן	69 עמ'
המבשר	58 עמ'
בקהילה	35 עמ'



לתשומת לב!

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

לומדים לקרוא

אחרי קמפיין ההשקה של RC קולה, החברה המרכזית למשקאות יוצאת בקמפיין ענק, ומצליחה להכפיל את התקציב מהמפרסם המדורג אחריו ברשימה. פלאפון יוצאת בקמפיין "פלאפון לקהילה", ואסם תופס את המקום השלישי ברשימה. עיתוני החג עשו את שלהם. 'משפחה' לא מפתיע עם כמות עמודי הפרסום (92), 'המודיע' עוקף את 'יתד נאמן' ו'המבשר' נכנס לליגה של הגדולים. הקיץ בעיצומו, הציבור מתכוון לרכוש מזגנים, אך נתקל בחוסר פרסום. הם לא יודעים מה כדאי. אלקטרה הכי טובים? ואולי טורנרדו עדיף? ואיפה תדיראן? יש מזגן כזה בכלל?

האם 'טריו' יזכו גם השנה בתחרות האפ"י?



אפ"י דאשתקד. התחרות בשלבי טגור המהלך "השקת מכשיר נוקיה כשר במגזר החרדי". לאחרונה, כאשר דיווחנו על התחרות הנוכחית, שאלנו את אנשי 'בולטון פוטנציאל', בין השאר, מדוע לא הגישו מועמדות בתחרות האפ"י השנה. את דבריהם הבאנו כאן: "בעבר התמודדנו ואף זכינו באפ"י על מהלך שהובלנו. השנה המחויבות ללקוחות הכתיבה לנו סדרי עדיפויות שלא הותירו זמן לעסוק בהתמודדות לאפ"י. אנו מאמינים כי בעתיד עוד נשוב לעסוק בכך". בקטגוריית מלכ"רים, מגזר ציבורי ואחריות חברתית מצאנו בתחרות דאשתקד את העמותה החרדית 'עזר מציון', שזכתה במקום השני השנה, אין עמותות חרדיות המתמודדות בתחרות.

תחרות השיווק השנתית מבית המ"ל, הנקראת אפ"י אווארדס, נמצאת בשלבי סגירה. רשימת המועמדים נסגרה ולמרות שטרם נקבע תאריך סופי, טקס הסיום צפוי להיערך בעוד כחודש וחצי.

על פי לוח הזמנים שמפרסם המ"ל, היום (שני) מסתיים שלב נוסף בתהליך ההרשמה וכבר אי אפשר להגיש את החומר הקריאתיבי על ידי החברות העולות לשלב הגמר. בעוד כשבועיים החברות יצטרפו להגיש את הסרטונים שיוקרנו במהלך טקס הסיום. משרדי הפרסום החרדיים שהגישו מועמדות השנה, עולים לשלב הגמר. 'מקאן אריקסון' עם פעילות למרכז הרפואי 'מעייני הישועה'; 'טריו' עם השקת כרטיס אשראי 'יש' (שופרסל פיננסים) והשקת נוסחה חדשנית של 'אריאל' (פרוקטר אנד גמבל).

כזכור, בתחרות דאשתקד (2009) התמודדו 'טריו' ו'בולטון פוטנציאל'. 'בולטון פוטנציאל' ניגשו עם פעילות שעשו עבור קבוצת שטראוס, כאשר תחום הפעילות הייתה "השקת קפה נמס בטעם וניל במגזר החרדי". מהלך זה לא זכה להגיע לגמר, ורק 'טריו' הראו נוכחות בטקס הסיום, עם

המדיה המודפסת גרסת 2010

המשבר הכלכלי גרם לפיטורים רבים, העסקת עיתונאים לא מנוסים (וזולים) שהחליפו עיתונאים וותיקים (ויקרים), ויותר על כתבי פרילאנס ועוד • מהי הסכנה הגדולה ביותר? האינטרנט או ריבוי המשימות המוטלות על העיתונאים?

שבו הם עובדים. 22% מהעיתונאים שהשתתפו בסקר אמרו כי פוטרו עובדים במערכת שלהם ו-18% ציינו כי צומצם השימוש בסוכנויות ידיעות וברכישת הצלומים ממקורות חיצוניים. במקרים רבים אמרו המרואיינים כי העובדים שפוטרו היו הוותיקים יותר ובעלי השכר הגבוה יותר, כשבמקומם גויסו עובדים צעירים ומנוסים פחות.

גידול בעומס העבודה

47% מהנשאלים העידו כי הם נדרשים לבצע כמה משימות במקביל ו-41% אמרו כי הם נדרשים להעביר למערכת ידיעות רבות יותר. 11% מהנשאלים אמרו כי לא חל שינוי בעומס העבודה, ורק 1% העידו כי כמות העבודה דווקא פחתה.

איך זה משפיע על העבודה בפועל?

13% מהמרואיינים אמרו כי בגלל ריבוי המשימות אין להם זמן להגיע למסיבות עיתונאים, 20% ציינו שהקדישו פחות זמן למחקר ולבדיקת עובדות ושיעור דומה אמרו כי יש להם הרבה פחות זמן לפגישות פנים-אל-פנים עם מקורות. שורה מסכמת: שלישי מהמרואיינים העידו כי עומס העבודה גבר באופן משמעותי.

מהי הסכנה הגדולה ביותר שאורכת לעיתונות האיכותית?

40% השיבו כי גיוס עובדים מנוסים פחות בשכר נמוך הוא האיום העיקרי, 34% אמרו כי קיצוצים פנימיים הם הבעייתיים ביותר לעתיד הענף. 17% ציינו את עליית קרנה של המדיה הדיגיטלית כסכנה העיקרית שמרחפת מעל לענף, ו-2% חושבים שלא צפויה סכנה לעיתונות האיכותית. 7% ציינו סיבות שונות אחרות.

נעשית על ידי אחרים

תפקידם של אנשי היח"צ ו'דוחפי הידיעות מטעם' היה ונותר משמעותי. 83% ממשתתפי הסקר אמרו כי יח"צנים הם גורם משמעותי בעבודתם.

העיתונות המודפסת העולמית בצניחה? בידיעה שלפניכם, תוכלו להבחין במגמות העיתונות בעולם. הנתונים שאנו מפרסמים כאן נלקחו מסקר שביצעה חברת יחסי הציבור הגדולה בעולם, ברסון-מרסטלה, שבבעלות קבוצת הפרסום הבינלאומית WPP. הסקר נערך בתחילת השנה הנוכחית בקרב 115 עיתונאים בכירים מ-27 מדינות באירופה, במזרח התיכון (גם ישראל על המפה) ובאפריקה.

הסקר מצביע על אובדן מקומות עבודה, על חוסר ודאות, על ריבוי פלטפורמות ועל עומס העבודה בקרב העיתונאים. עיתונאי ניגרי שהשתתף בסקר, אמר למשל כי "המשמעות של התפתחות טכנולוגיות החיפוש היא שפחות אנשים שקונים עיתונים".

בעקבות המשבר הכלכלי העולמי, שוק הפרסום התכווץ, עובדה שפגעה בהכנסות העיתונות. התחרות הגוברת מצד אתרי האינטרנט, הביאו לריבוי משימות ולייעול השימוש בכוח אדם ובאמצעים אחרים.

עיתונאי בריטי העיד על עצמו: "בעבר היינו מסתמכים על סוכנויות כמו רויטרס ו-AP להשגת צילומים, אבל הגישה כיום היא לנסות להשיג ולעשות כמה שיותר בעצמנו, כדי לחסוך בהוצאות". משתתפים רבים בסקר אף סיפרו על עיתונאים שפוטרו בשל המשבר, ועל אחרים שנותרו במערכת וממלאים גם את תפקידיהם של המפוטרים.

הצעירים מאיימים

מתוך הסקר עולה נתון מעניין, לפיו מרבית המשתתפים לא רואים בהוספת המטלות או באינטרנט איום על העיתונות המודפסת. מה שמטריד את הוותיקים, בעיקר, זו העובדה שמערכות העיתונות מגייסים עיתונאים מנוסים פחות, ששכרם נמוך יותר. "הצעירים - הם הסכנה העיקרית", פסקו וותיקי העיתונאים. 81% מהעיתונאים שהשתתפו בסקר העידו כי חוו קיצוץ בצוות המערכת

מחר: פסטיבל הקקטוס לקריאייטיב והענקת פרסים לזוכים

תיערך הופעה והרמת כוסית לכל תעשיית הפרסום והשיווק. לפסטיבל צפויים להגיע אנשי שיווק, פרסום, מדיה ותקשורת. חידוש נוסף שהוכנס באירוע השנה הוא תחרות סטודנטים. תחרות הקקטוס הזמינה את כל הסטודנטים הלומדים בפועל בבתי ספר לפרסום כגון "בצלאל", "הבצפר" ואחרים, להגיש מודעת פרינט שהוכנה במהלך הלימודים. העבודות ישפטו ע"י צוות שופטים נבחר מתוך שופטי הקקטוס, ולשלושת המקומות הראשונים יוענקו קקטוס סטודנטים מיוחד.

לפסטיבל קריאייטיב שיערך מחר ויימשך יום שלם, כמלון הילטון תל אביב. הפסטיבל יעסוק כולו בנושאי קריאייטיב ובמהלכו יערכו פאנלים בתחומי הקריאייטיב. בטקס יופיעו מרצים מהעולם, ביניהם המעצב פיליפ סטארק ואלן רוונשטיין נשיא BBDO לשעבר. במהלך היום יערכו טקסי הענקות פרסים לזוכים בתחרות קקטוס הזהב בתחומי הרדיו, טלוויזיה, אינטרנט, שילוט חוצות, עיתונות, ומדיה אחרת. טקס הענקת פרסי גראנד קקטוס יחתום את היום ולאחריו

תחרות הקריאייטיב היוקרתית 'קקטוס' תיערך מחר, לאחר ש-275 עבודות עלו לשלב הגמר. כ-40 שופטים, מנהלי קריאייטיב ממשרדי הפרסום ומנהלי קריאייטיב עצמאיים, שפטו 695 עבודות שהוגשו לתחרות קקטוס הזהב 2010. הדירוג נמשך יומיים, כאשר ביום הראשון דירגו השופטים את העבודות שעלו לשלב הבא (275 עבודות), וביום השני נבחרו מתוכן העבודות שיקבלו פסלוני זהב, כסף וארד באירוע קקטוס הזהב 2010. אירוע הענקת הפרסים יערך השנה במתכונת חדשה ויהפוך מטקס ערב