

'כובעי פרסטר': לא עזבנו את 'גל-אורן'

בעלי 'פרסטר' מכחישים: לא עזבנו את 'גל-אורן' ולא חשבנו לעזוב ■ שמועה שהופצה על ידי גורם בלתי ידוע, גרסה כי בעקבות פרסומת שהונססה על ידי 'גל אורן' לעיתון 'המבשר', רשת כובעי 'פרסטר' החליטו לנתק מגעים ■ הכובע בוער ■ הכחשה גורפת

עניין בפרסום המצעד החרדי

21.05.09-27.05.09

המפרסמים

\$153,244	קבוצת שטראוס
\$80,783	ספרי אור החיים
\$69,241	שירותי בריאות כללית
\$62,216	עוז והדר
\$49,808	מחלבות גד
\$46,000	יוחאי LUBIN - ייצוג אמנים
\$44,058	רהיטי IKEA

העיתונים

169 עמי	משפחה
71 עמי	יתד נאמן
68 עמי	המודיע
44 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%. ט.ל.ח.



עניין בפרסום רואים עולם

השבוע אנו שוב מגישים לכם קריאייטיב ישראלי. מודעה זו של 'ניקול' נרקחה על ידי משרד הפרסום 'גיתם'. באמצעות קריאייטיב מנצח, לא נותר להם אלא להדגיש בשתי מילים: "ספיגה מקסימלית". המודעה זכתה בפרס 'גרנד קקטוס' בטקס 'קקטוס הזהב' שנערך בשבוע שעבר. זאת בהחלט מודעה ראויה לפרס.



למעשה, תמשיכו עם 'גל-אורן'?

"ראה, אולי חתמנו חוזה, אבל לא נשבעתי להם אמונים. זו לא חתונה קתולית. לא ישבתי איתם ולא דנתי איתם על הנושא. ההתקשרות בינינו החלה לפני שלושה חודשים ואין סיבה הגיונית שאעזוב אותם בקרוב."

העגלה תמשיך לנסוע...

"ראה, אינני מהאנשים שפותרים חנות גדולה ברחוב רבי עקיבא בכני ברק, או בגאולה, וסוגרים אותה אחרי שלושה חודשים כי 'לא הלך'. מצחק אותי לשמוע את כל הסיפורים. אומרים לי: 'היה כתוב'. אמרתי? לא אמרתי. אנחנו לא עוסקים בפוליטיקה, כבר אמרתי לך, זה ביוזם נטו. כל עוד הפרסום איתם יעבוד ויוכיח את עצמו, לא נעזוב אותם."

או הנה, אתה יכול להכחיש עכשיו, לספר לעולם שאחיה לא איש של פוליטיקה...

"אני איש של פוליטיקה? אין לי שום עניין בפוליטיקה, אני רוצה רק לחם לילדים שלי ואולי גם קצת חמאה ושוקלה. שלא יהיו אי הבנות חס וחלילה, אני לא רוצה לפגוע במגזר אליו אני משוייך, ודברים נעשו ללא ידיעתנו. ושוב, ייתכן בתום לב, אבל יש תמיד מי שמחפש להדליק מדורות, אז שולחים כל מיני 'ידיעות' לתקשורת ואז, כבר אינני יכול להכחיש. אומר לך את האמת, לא דיברתי עם אף נציג מ-'גל-אורן' בנוגע לתקרת שהייתה, ובודאי שלא החלטתי לעזוב אותם בגללה. פרסומאים אחרים כבר פנו אלי וביקשו לעבוד איתנו, אתה מבין? הם יודעים שעזבתי את גל אורן עוד לפני שחשבתי על זה. איך מגיעים למצב כזה?"

בעניין הזה כלל וכלל, ואני לא מבין למה עשו מהעניין הזה סיפור. זה נראה כאילו משווים אותנו לקואליציה, הפכו את "התקריט" לסוג של בחירות גורליות? עזבו, לא עזבו, מה זה כל הדרמות, הסערות, המשברים האלה? אם אני צריך לברר מה קורה אצלי אני צריך להיות מנוי לעיתון כזה או אחר? לא ידוע לי על דבר כזה..."

או לא אתה יזמת את ה'סערה'?

"יכול להיות שהדברים נעשו בתום לב. לא דנתי על עזיבה של משרד הפרסום. לא התקוטטתי איתם (במובן המילולי), ואפילו לא שוחחתי איתם בשבוע האחרון. אם תפרסם שמועה שהתקוטטתי איתך, למרות שזה לא נכון (צחק), ומוודא שזה אכן לא נכון) לא אוכל להכחיש זאת, כי "זה היה כתוב", וכולם מדברים על זה."

אייל ארד וליאור חורב לא מתנדבים:

'איחוד הצלה' שוכרים שירותי ייעוץ אסטרטגי

צעד חריף במאבק בין מד"א לבין ארגוני ההצלה החרדיים ■ במסגרת המאבק במד"א, 'איחוד הצלה' שכרו את שירותיהם של אייל ארד וליאור חורב ■ ארגוני ההצלה יוצאים לדרך חדשה, עם מד"א או בלעדיו ■ יהיו נפגעים? אר"מ (ארוע רב מטפלים) או חזל"ש (חזרה לשגרה)? נחיה (הלואי) ונראה

שונים. שכרנו את שירותיהם של אייל ארד וליאור חורב והם בוחנים את כל החלופות."

ובקרוב, תתכנסו?

"רבני הארגון וגדולי ישראל יבואו למעמד מיוחד כדי לחזק את המתנדבים ולומר את החלטתם בנוגע להמשך קיומם של ארגוני ההצלה. נשמע בהזדמנות זו מה יש למשרד הבריאות לומר ואם דבר לא ישתנה נפנה למבקר המדינה בבקשה לשינוי החוקה בישראל."

לליצמן קשרים טובים עם בכירים במד"א?

"ספינים תקשורתיים של מד"א". בקיצור, אם חשבתם שארגוני ההצלה בגסיסה ובסכנת חיים, ואין מי שיציל אותם מלבד מד"א, אינכם אלא טועים. מצבם בהחלט יציב."

הקריאות אך ורק באמצעות מכשירי מירס שהיא תחלק. הבעיה: רבני הצלה אסרו על הארגון לקחת מכשירים אלה, עקב בעיות הלכתיות שונות.

מעשה, מתנדבים בארגוני הצלה לא יוכלו לקבל קריאות בזמן אמת. ולא זו בלבד. הם טוענים למסע ארוך של התנכלויות למתנדבים מצד מד"א, כשלאחרונה, מנהלי מד"א באזורים מסוימים אף איימו על מתנדבים כי אם לא יפסיקו לקחת חלק בארגוני ההצלה, לא ימצאו את מקומם במד"א.

זאבי קשש, יו"ר איחוד הצלה, הכל יח"צ?

"אין לנו בעיה ליחצן אותם. זו גם ההנחיה שלנו במוקד, לשלב את מד"א בכל ידיעה. אבל הם לא מסתפקים בזה, הם רוצים שיראו בשטח רק אותם. אנו בוחנים אופציות חלופיות עם גופים

משרדם של אייל ארד וליאור חורב מתמחה במתן שירותי אסטרטגיה, ובארגון "איחוד הצלה" שכרו אותו כדי לבחון את המשך הדרך של ארגוני ההצלה מבחינה מקצועית, חוקתית, כלכלית ואסטרטגית, יחד עם מד"א ישראל, או בלעדיו.

הבעיות בין הגופים לא החלו היום, אבל לאחרונה, כך נראה, הדברים יצאו מכלל שליטה. מסתבר שמד"א לא מוכנה להכיר בעובדה שיש למתנדבי הצלה מסגרת שכפופה לרבנים ופוסקי הלכה.

הסיפור האחרון, בעטיו הבעיה התפוצצה, זה העניין שבמד"א רוצים לנתק את מערכת הביטחון שעזר לארגון להזניק את המתנדבים בזמן אמת, ואם מערכת זו תנותק, לא יוכלו לדווח למתנדבים בזמן אמת. במד"א מתכננים להעביר את כל

המצעד השבועי: לומדים לקרוא

'משפחה' מוביל אך לא לזמן ארוך ■ 'המודיע' יוביל ככל הנראה בשבוע הבא

הנתונים במצעד החרדי מפתיעים השבוע. בדרך כלל, אנו רגילים לראות את יתד נאמן בראש טבלת העיתונים, כאשר המודיע נשרך אחריו ומשפחה רק במקום השלישי. השבוע 'משפחה' קפץ לראש הטבלה והותיר שובל ארוך אחריו. אל תתפלאו. מגזין 'כלולות' שיצא לאור על ידי 'משפחה' הוסיף לחשבון המצעד מעל מאה עמודי פרסום.

עוד נתון מפתיע ברשימת המצעד, הוא כניסתם של 'יוחאי LUBIN - ייצוג אמנים' לרשימת המפרסמים המובילים (לראשונה). הסיבה היא העלאה של 8 עמודי פרסום רצופים במגזין 'כלולות', באמצעות משרד הפרסום 'מנטה'. גם עיתון 'המודיע' הוציא לאור מוסף פרסומי, מוסף הספרים, וככל הנראה העמודים ייספרו במצעד השבועי הבא. שוב נראה נתון מפתיע של מספר עמודים לא רגיל, אך נדע את הסיבה המיוחדת, ונמתין שבוע נוסף כדי לחזור לנתונים שפויים.

עניין בפרסום סיור מוחות

דרוש: פרסומי עם אומץ

"אדוני טועה", היא כנראה אחת האמירות המסובכות ביותר שאדם יכול להוציא מבין שפתיו. הדבר נכון במיוחד, כאשר אותו "אדוני" גם משלם כמה עשרות או מאות אלפי דולר בשנה.

אז אולי לא צריך להאשים את הוגי הדעות המשתכנים במשרדי הפרסום ומאכלסים את שולחן יחסי הציבור. כי אחרי הכל, אותו "אדוני" הוא מנכ"ל חברה מצליחה או לכל הפחות סמנכ"ל שיווק מוערך, ואך לפני חודשים מועטים, כל משאבי המשרד היו נתונים באריגת הרשת סביב 'אדוני' וסביב תקציב הפרסום הנערך.

ללקוח קצת יותר ממודעה קולעת או רעיון מבריק. הוא יכוון אותו למבט ממוקד יותר על תהליך הפרסום בו הוא משקיע, יציף בו אבחנות על חוזקות החברה אותה הוא מייצג, ויגרום לו להעריך את העבודה הצפופה הנעשית מאחורי דלת משרד הפרסום או שולחן יחסי הציבור.

מסקנה:

אם אתה מנכ"ל או סמנכ"ל: תן להם לעבוד כמו שצריך. תתערב כמה שפחות. אם אתה פרסומאי: בשביל כבוד צריך לעבוד. בשביל לעבוד צריך אומץ. ועוד מילה. מאמר זה שייך לקטגוריה: גזור ושמו

גורנישט. מנהל טוב זוכר שעשרת הקבין של חכמה שירדו לעולם התחלקו טיפין-טיפין. כשם שהוא יודע לסמוך על היועצים המשפטיים, להיוועץ במנהל החשבונות ולהותיר את ניסוח החוזים לעורך הדין, כי ברור לו שלעיתים דעתם חשובה מדעתו, כך גם איש תקשורת ופרסום צריך לשאוף למצב את עצמו ומקצועו כחלק קשית מאחת הגילדות המקצועיות הבלתי מעוררות. ומאידך, מנהל טוב צריך להרשות למשרד הפרסום ויחסי הציבור ששכרו להעניק לו שרותי ייעוץ מקצועיים ולעיתים אף להחליט עבורו. כל פרסומאי שניקוט בטקטיקת 'אדוני טועה' יתרום

בפגישה המקדימה, הסמנכ"ל רב הרושם הרצה בהתלהבות את תורות הארגון, את חזונו והערכים המובילים אותו. הוא הדגים והמחיש, ציטט אילי הון ותמך את דברו באסמכתאות מדעיות ופילוסופיות. מול כל אלו, המשפט הקצר "אדוני טועה" נהפך לאבן גנף חסרת חן. יועץ התקשורת, בין אם בעל משרד ידוע או שכיר צעיר ומפוחה, חייב לזכור תמיד כי הסמנכ"ל הכל-כך סמכותי שעומד מולו, מבין אולי טוב בטיטולים, דגני בוקר או נדל"ן, אך אין לו ולא כלום עם תחום התקשורת. הידע שלו בפרסום שואף לאפס. אין לו שביב מידע בכל הנוגע לשרשרת קבלת ההחלטות במערכת עיתון אחד.