

חנוכה, חנוכה, חג יפה כל-כך

חס ערך מותג

אסף שטרנברג
חנהל מותג 'רנו' ב'קרס'



סביבון לחתונה

'הצורפים' מעניקים הנחה, מתנה וגם 'סדרת חתנים' וחיי תשלומים. תשאלו את 'ברלסון פוטנציאל' שחתומים על מודעה ש'כבוד לתת ועונג לקבל'.

מוסיף ותופח

'שמרים' כמו תמיד. לקראת החג במתקן אקטואלי. מודעה תופחת מבית היוצר של 'קרמילובסקי'. רק להוסיף את השמרים ולקשט.

המלצה עם ויטמין

ב'B&B' מפרסמים מודעה לסדרת הממרחים, אבל המודע לא מבין איך להתגבר למודעה שתי שורות לחנוכה. הקרדיט ל'דמיון', והטעם? תעמנו, תרעו.

ולירושלים עירך

גם 'בנק ירושלים' מנצל את הגרות הללו שאנו מפקידים ומציע את "ההטבות הללו" במודעה מבית היוצר של 'מותג בפרסום'. כבר פתחתם חשבון?

אמא!!!!!!

ושוב האמא מגיסת תרומות. הפעם 'בית התבשיל' למען היתומים והאלמנות. בקליעה למטרה' ממישיכים למחוט דמעות ותרומות. איי מאמע!

כמשרי הפרסום כנראה אוהבים את לוח השנה. מארז אוהבים. אחרת קשה להסביר את מבול המודעות העונתיות והמוצרים שמצליחים להתחבר לרוח החג. לצורך העניין ליקט המדור שמונה מודעות כנגד שמנת ימי החג, המחוות מדגם מייצג של מודעות חנוכה. בחלקן בוצע קישור מוצדק ונכון לחג הבא עלינו לטובה ובחלקן, אפסע, הכריחו את המכבים להצטרף לקמפיין. עזבו. תראו ותשפטו. המדור מאחל לכלכם חג חנוכה שמח ומאיר.

היסופניה

לא, זו לא טעות בכותרת. זו הפרסומת לנייר הסופג של סנו. ב'עמוד' מנצלים את החג למכור לכם את מגבות הנייר 'סנו שושי'. השתכנעתם?

חטיפים וחוטפים

'אסם' מעניקה לכם 'דמי חנוכה'. בואו לחטוף. ב'אפיקים' מצאו אפיק פרסום נוסף. ככה זה כשארויות החטוף שווה 50 שקל. נו, מה אתם אוהבים?

נר חנוכה בשלח רחוק

ב'טרידן' מיקמו את השמש בירושלים ואת הגרות בלונדון. ב'מגורים' עושים שימוש ב'תמונות מדוברות' על מנת להמחיש לכם עד כמה זול המרחק בין לונדון לירושלים. התקשרו?

ה לא קורה לעיתים קרובות. יריד רכב שמועד ישרות למגור החרדי ונחל הצלחה מסחררת. שבוע שעבר קיימה 'בואנת הרכב' 'קרסו מוטורס' יריד רכב ייחודי לציבור החרדי בקניון 'רב שפע' בירושלים. היריד נחל הצלחה רבה, הרבה מעבר לציפיות שתלו בו מארגניו. ביקשנו לשמוע ממנהל מותג 'רנו' מה יש לו לומר על היריד, על הירושלמים ועל ההצלחה. רשות הדיבור לאסף שטרנברג.

איך היית מגדיר את שבוע המכירות לציבור החרדי שערבכם בשבוע שעבר בירושלים?

"מבחינתנו זה היה מאוד מוצלח. הציבור מאוד התלהב מהרכב. המכירות היו מאוד גבוהות וגם אנשים שלא קנו באותו שבוע, הביעו רצון לרכוש את הרכב בשבוע הבא או בחודש הבא. אנחנו מגדירים את זה כהצלחה ואנחנו מאמינים שיעקב זה נמשך לעשות ימי מכירות או שבוע מכירות מרוכזים למגור".

במה באה לידי ביטוי ההצלחה?

"אז כמו שאמרתי, ההצלחה קודם כל נמדדת במספרים באמת שאנחנו מכרנו אפילו יותר ממה שציפינו. כמו שאמרתי, אנחנו ממשכים לקבל פניות. אנשים שראו את הרכב מתקשרים לסוכנות בירושלים ומבררים האם עדיין ניתן לקבל את ההנחה שהייתה ב'יריד'".

מה עומד מאחורי הרעיון של 'יריד מכירות לציבור החרדי'?

"בעצם מה שעומד מאחורי הרעיון היה שאנחנו נגיע לציבור החרדי ולא שהם יצטרכו להגיע אלינו לסוכנות. רצינו להגיע למקום שהם מכירים, מקום המוני. קניון רב-שפע זה קניון פופולארי ורצינו להציג שם את הרכב שלנו שיהיה להם הכי נגיש. במקום שהם יגיעו לאזור התעשייה ששם נמצאת הסוכנות שלנו עשינו את זה במרכז חרדי שיהיה להם יותר נגיש".

מודע בהרתם בירושלים ולא בבני ברק או באשדוד נניח, גם שם קיימים ריכוזים חרדיים משמעותיים ובעלי כוח קנייה.

"היה לנו ברור שאנחנו רוצים להתחיל בירושלים. ירושלים היא עיר אסטרטגית עבורנו ורצינו דווקא שם להציג רכב שמתאים לציבור הזה. אנחנו יודעים שירושלים יש בה כל מיני קבוצות וחוגים וזה הריכוז החרדי הכי גדול בארץ. הצענו רכב של שבעה מקומות במחיר הכי זול שיש בקטגוריה הזו, אבל אנחנו בהחלט מתכוונים לעשות בעתיד הקרוב ירידים במקומות נוספים".



צא ולמד

סליחה, יש לך עודף מקוטג'?

תנובה פותחת חנויות קונספט ייחודיות במגזר החרדי. בציבור הכללי נרשמת התפעלות מהמיזם החדשני שהגו ב'גל אורן' ללקוחה הבכירה

הרעיון המקורי והמבריק שייך דווקא למשרד פרסום ולא לחברה מתמחה בקד"מ (קידום מכירות). חברות הקד"מ הגדולות בארץ יגיעו עוקבות בניין אחרי המיזם החדש שאם יצליח יהפוך לתקרים בתחום קידום המכירות בארץ. גם אנחנו נעקוב. מבטיחים. בואו נראה כמה מכסים וארייות יגיעו למחזור. בואו נראה בכמה תגדל עקומת המכירות של תנובה. והכי חשוב, בואו נראה מה זה יעשה לנתח השוק ששטראוס מנסה לרכוש לעצמה בקטגוריית הגבינות. הבטחנו לכם שיהיה מעניין. חכו, תהיו בטוחים שיהיה המשך.



עוד לא היה רכב כזה במגזר החרדי והמדור מוכן לאכול את הכובע אם תצליחו להפריך את הקביעה הזו. תנובה פותחת חנויות קונספט ייעודיות למגזר החרדי בירושלים ובבני ברק. בחנויות ניתן יהיה לרכוש מוצרים רבים לבית באמצעות מכסים וארייות של מוצרי תנובה. החנויות מרשימות למדי וטכילות מגוון גדול של כלי בית ומתנות שונות. יש אפילו קופה רושמת ותוכלו לקבל 'סרט קופה', אבל כנראה שלא תוכלו לקבל ערף.

שמץ של מושג

לומדים פרסום. כל שבוע מושג חדש מעולם הפרסום

איי/איר קטצ'ד (Eye/ Ear catcher)

במודעה מודפסת ניתן לעשות שימוש מרדחים באלמנטים שיגרו את העין להתעכל על המודעה. קחו לדוגמה מודעה של קניון רב-שפע ריקה לחלוטין שבתחתיתה מופיע בקטן הלוגו של הקניון והכיתוב "כשיש הנחות גדולות, אפשר להסתפק במודעה קטנה". ברור שעמוד לבן בעיתון מושך את העין ולא ניתן להתעלם ממנו.

אם ננסה להמיר זאת לעברית, נוכל לקרוא לזה "תופס איון" / "לובד עין". וזו אלמנט ריז'ואלי או שמיעתי כלשהו שמטרתו ללכוד את עינו או אתו של הצופה או המאזין, כך שתשומת לבו תוסב לפרסום. וזכרים את צליל הנוכחיות הגשברות בתשרי של 'אופטיקה הלפרין'? הצליל שמחלחל את הפרסומת עונה לשם 'איר קטצ'ד' שכן הוא תופס את האזן וגורם למאזין לחדר לרגע את שמיעתו.



כך עשו פרסום בעולם הישן

"הנה, כך תקבל את תמונת הפורד החדש שלך" כמו בשבוע שעבר, גם הפעם אנחנו עם מכונת מודעה של פורד משנות ה-40 של המאה הקודמת