

## משרדי הפרסום סוגרים שנה

על קו התפר העדין שבין תש"ט לתש"ע, הושבנו את משרדי הפרסום החדשים, תריסר המובילים שבהם, לסיכומים אחרונים. אפשרנו להם להתענג על הרגעים הגדולים, הבכנו אותנו עם בקשות סליחה נגד הכללים ולבסוף אילצנו אותם לשגר לקולגות איחולים. היה מתיש (בשבילנו) אבל גם מאתגר (בשבילם). לפניכם המסלול הבטוח לעקיפת מכשולים. תן למעשים לדבר במקומך... ■

### פכוויקט חיוג

1. מה הדבר הכי טוב שקרה למשרד פרסום שלכם השנה?
2. ממי אתם מרגישים שאתם צריכים לבקש סליחה?
3. מה הייתם מאחלים למשרדים המתחרים לקראת השנה החדשה?



אנחנו מאחלים להם שימשיכו לעשות חייל ויאמצו סטנדרטים מקצועיים גבוהים יותר לטובת הענף כולו.

#### מגזרים:

#### צמחנו עם הלקוחות

1. למרות המיתון, גדלנו וצמחנו ביחד עם הלקוחות הוותיקים והחדשים והכול בזכות העבודה האיכותית והמקצועית שאנו עושים עבורם.
2. סליחה מעקרת הבית, על כל הלילות שנשארנו עד השעות הקטנות של הלילה בשביל לקוחותינו ועל כל המשאבים והאנרגיות שהשקענו למענם כשלעיתים זה נעשה על חשבון הבית.

#### דמיון:

#### שנהיה כולנו לראש



אנחנו מאחלים שנהיה כולנו לראש אבל נכניס גם את הלב. שנצליח להתרומם מהשגרה ולו טפח אחד, שתמיד נלקק דבש ולא רק עם תפוח, שנהיה ראויים לסיעתא דשמ"א. ובעיקר, שתמיד נראה את הדברים האמיתיים בכל דבר, משם ומכאן.

לתת דגש על משהו מסוים, הוא יהיה במחלקת יחסי הציבור שלנו, שקיבלה כוחות חדשים. מחלקה מקצועית, עניינית עם הרבה רצון לפרוץ את הגבולות הקיימים בתחום.

2. "עניי עירך קודמים". לפני שאנחנו מבקשים סליחה מהרדיוס המרוחק יותר, החלטנו לבקש סליחה מעצמנו. זה לא סוד שבדמיון דוגלים בפרפקציוניזם. אין עבודות שיוצאות "כמעט", הכל חייב לתקן ולהיות מושלם ומבריק. היתרון הזה, הוא גם חסרון לפעמים, כי הנתינה הטוטאלית לאחרים כרוכה במאמצים גדולים. אז סליחה, סליחה מעצמנו.

#### קרימלובסקי כהן:

#### שתהא שנת תחרות בריאה

1. השנה הנוכחית התבררה כשנה טובה. העמקנו את פעילותינו בתחום פרסום, יח"צ ותקשורת השיווקית וראינו הרבה ברכה לעמלנו. כמו כן, המשרד עסק בייעוץ מגזרי למספר לקוחות חדשים וסייע ללקוחות ברזי ההתנהלות החרדית. מעבר לפעילות העסקית, היה בכך אתגר ועניין רב ועל כך אנו שמחים.

2. במקרים בהם חשבנו שיש צורך להתנצל ולבקש סליחה, עשינו זאת בזמן ולא חיכינו עד ליום כיפור. במקרים בהם היה עלינו לבקש סליחה או להתנצל, בקשתנו התקבלה, כך שמבחינה עסקית המשרד מגיע לתחילתה של שנה "עם נקודות בינוס..."

#### פרסום חן:

#### איזהו עשיר השמח בחלקו

1. שנת מיתון - עם עליה במחזור ב"ה וללא פיטורי עובדים.
2. סליחה ממאות קו"ח של מבקשי עבודה שלא יכולנו להיענות אליהן.

#### מותג בפרסום

#### מתנה ושמה מיתון

1. המיתון! קיבלנו זמן להיערך לצמיחה ולשפר עמדות.
2. סליחה מכל אלו שלא האמינו בנו על שגרמנו להם להתברות ואנחנו דווקא בוחרים להגיד תודה לכל הלקוחות שלנו על האמון שנותנים בנו.



#### מימד:

#### נמשיך להיות נאמנים לעצמנו

1. השנה הרחבנו את הפעילות שלנו עם לקוחות חדשים כמו נביעות, ביניהם אף לקוחות מתחומים חדשים ים שטרם נגענו בהם בעבר. בעז"ה תוכלו לראות במהלך השנה הבע"ל"ט שמות חדשים שיצטרפו למשפחת הלקוחות שלנו.

2. בתור משרד שמקפיד על אמת בפרסום, ומשתדל לספק לצרכן אינפורמציה מדויקת ככל האפשר, עשינו הכל כדי לפרסם את הלקוחות שלנו בצורה האמיתית והמציאותית ביותר. מאחר ואנחנו רק בני אדם, אנחנו מבקשים סליחה אם נסחפנו מטעמי קריאטיביות או שכונתנו לא הובנה כראוי. גם בעתיד, נמשיך להיות נאמנים לעצמנו ולצרכנים ולהעניק פרסום והגון ואמיתי.

#### תוצאות אפקטיביות: שתהא שנת שגשוג בקריאטיב

1. לאחר פעילות אינטנסיבית סביב שנת השמיטה להחדרת "קרן השביעית" - פרי טיפוחם של גדולי ישראל שליט"א - לכל שכבות הציבור, בסיום שנת השבע חשנו במשרד צורך עז להתחבר למוסד פילנתרופי אחר שיתן לנו מוטיבציה לעשות בשביל הנשמה וערכי הרוח שלנו, ואכן בימים אלו התחלנו בפעילות דומה עם מעצמת החסד "חסדי נעמי" - מארגוני החסד הבולטים במעשים כבירים לאלפי נזקקים, אלמנות ויתומים. אנו תפילה שנוכה לנתב כישורים ויכולות למטרה נעלה זו.



2. משרד פרסום הוא מעין חפ"ק תמידי הפעיל אינטנסיבית. מטבע הדברים בשעות לחץ ושעות "שין" אקוטיות הקולות רמים יותר ולעיתים ה"בין אדם לחברו" נדחק קמעה. למרות אחוות הלוחמים אנו מרגישים צורך לבקש זה מזה סליחה ומחילה, בסיום הקרב ולקראת זה שבא אחריו.

#### מקאן אריקסון:

#### שנה מחשמלת

1. התחשמלנו. הדבר הכי טוב שקרה למשרד שלנו השנה, הוא שהמשכנו לצמחה, השנה כמו כל שנה גייסנו לקוח אסטרטגי למשרדנו, השנה התחלנו לעבוד עם חברת חשמל.

2. סליחה מדפי העיתון שמרחנו במודעות, מלוחות המודעות שהצפנו בכרזות, מתיבות הדואר שלא עמדו בעומס הדיוור ומהרחוב שהפתענו בכל מיני פעילויות קידום מכירות מדליקות שתפסו אנשים סתם כך באמצע הרחוב.

#### טריו:

#### וסליחה אם לא זכיתם להכיר אותנו...

1. הדבר הכי טוב שקרה לנו השנה היו רמות הקריאטיביות והיצירתיות שהצלחנו בס"ד להגיע אליהן.
2. סליחה מהלקוחות שעדיין לא נחשפו אלינו.

#### בולטון פוטנציאל:

#### להעביר את עוצמת הפרסום לקהל החרדי

1. כתוצאה מהמיתון שנתן אותותיו, הצלחנו ב"ה להגיע לשיאים חדשים ביצירתיות, במינוף וניצול משאבים תוך מקצועיות מדהימה. גילינו יכולות שלא ידענו על קיומן... סליחה מחברות שעדיין לא הפנימו את גודל ההזדמנות שטמונה במגזר החרדי, ביצירת דיאלוג אמיתי איתו והתאמה שיווקית עבודה. כנראה שאנחנו לא הצלחנו להעביר להם את המסר עד כמה הפוטנציאל של המגזר גדול.



#### אפיקים:

#### שנרבה בפרגון זה לזה

1. מה שייחד אותנו בצורה הכי משמעותית השנה היה שהשכלנו להפוך "משבר" ל"אתגר". כשכולם צפו שנה כלכלית קשה ובמיוחד לענף הפרסום, אנחנו השכלנו, בס"ד, לראות זאת כאתגר ואף להציג זאת כך בפני הלקוחות שלנו. ואכן, דווקא בשנה זו, שהינה שנת מיתון בעולם כולו, הלקוחות שלנו עברו באופן מאד ממוקד והשקיעו משאבים במגזר החרדי. אנחנו מצידנו התאמצנו יותר להגיע לתוצאות ואפקטיביות עבור הלקוחות שלנו, מה שבעיני הצרכן בא לידי ביטוי, למשל, בהשקעה המאסיבית שלנו השנה בקריאטיב-פלינג. מרבית לקוחותינו זכו השנה לקבל חשיפה באמצעות קריאטיב, שהושקעה בו מחשבה רבה והוא ייחודי ומרענן - ספרינג עם הדרכון לעולמות אחרים שהפקנו, RC עם קמפיין ייחודי המורכב מפנים של אנשים, סנו ואסס עם שפה פרסומית חדשה וכללית עם מגוון רחב של אלמנטים ייחודיים כגון משחק סולמות וחבלים שצירפנו לעיתונים, עיטוף ובו כרטיסי ברכה לשנה החדשה, מד גובה של ויטמינצ'יק ועוד.



2. סליחה מצוות העובדים באפיקים שלא פעם נשארו בעבודה בשעות לא שעות כדי לתת ללקוחות שלנו את השירות על הצד הטוב ביותר וכמובן מבני המשפחה שלהם שתמכו בהם....

#### גל BSD:

#### שתזכו למתחרה חזק...



1. המיתון. הוא מזכיר להרבה חברות במשק שיש שוק לא מנוצל, לא מטופל מספיק ולכן לא ממומש. ולנו הוא מזכיר שלא לעולם חוסן ושאינו דבר כזה מובן מאליו. שצריך להודות ולאחוב את מה שיש.

2. סליחה מכל מי שלא הצלחנו לעזור לו השנה. הקייטנות, העמותות, הארגונים, הגנים והשאר. אנו מצטערים שאין באפשרותנו לעזור לכולם ומקווים שנוכל לעזור יותר בשנה החדשה.