

הרוצה להחכים ידרים

לאחר שהשלים את פריסת ההפצה והוסיף מהדורה דרומית לעיתון, מנכ"ל 'מרכז העניינים' מספר על התוכניות לעתיד

גת, נתיבות, אופקים, באר שבע, אשקלון וכן בכל יישובי נחל שורק בהם מתגוררות משפחות חרדיות: בית חלקיה, יד בנימין, יסודות, קוממיות, בני ראם, חפץ חיים ועוד. שאלנו את חנוך רפפורט, מנכ"ל העיתון, מהו הצעד הבא? "לא הכול אנחנו יכולים לחשוף", אמר רפפורט בחיוך, והוסיף: "הגענו לפריסה מלאה מבחינת שטח גיאוגרפי, עם 135,000 עותקים. המטרה כעת היא להמשיך להתרחב במקומות שאנחנו כבר נמצאים בהם, להוסיף הפצה באזורים 'מתחרדים' ולעדכן את הפריסות בהתאם לגידול האוכלוסייה ולאזורי מגורים חדשים. כמו כן, כוונתנו להוסיף מקומונים בתוך המהדורות האזוריות אבל עוד חזון למועד".

בשבוע שעבר דווח כאן בעיתון על מהלך אסטרטגי נוסף מבית 'מרכז העניינים' במסגרתו השלים את הפצתו וכיסה את השטח הגיאוגרפי של המגזר החרדי בישראל, עם הוספת הצלע הרביעית: 'מרכז העניינים - דרום'. "התשתית למהדורת הדרום של 'מרכז העניינים' הונחה לפני מספר חודשים בעיתון המיוחד שפנה אל תושבי אשדוד", כתב העורך הראשי בפתח הגיליון הקודם ובישר על אודות החידוש המרענן. "לאור ההצלחה הרבה שהשיג, בתקופה קצרה יחסית, החלטנו להרחיב אותו לכל יישובי הדרום שבהם ריכוז חרדי מתרחב ומעמיק". כבר בשבוע שעבר הופצה המהדורה הדרומית בערים אשדוד, רחובות, קריית מלאכי, קריית

הפרסום בעיתון עובד

נתי גמליאל, מנהל השיווק של קניון רמות, מספר על ההצלחה המסחררת של המבצע המיוחד לקוראי 'מרכז העניינים', וחושף אלו חנויות צפויות להגיע לקניון אחרי החגים



ביום שלישי שעבר נערך הפגנה ענק בקניון רמות בירושלים, בשיתוף 'מרכז העניינים', במסגרתו הגיעו אלפי קוראי העיתון עם קופונים אטרקטיביים למימוש בחנויות הקניון. המבצע הוכתר בהצלחה גדולה לאחר שאלפי אנשים הגיעו מכל קצוות העיר ואף מגלילותיה על מנת לממש את ההטבות ולהשתתף בהגרלה הגדולה שנערכה בסוף היום.

שמישי שפירא, מנהל אזור ירושלים של 'מרכז העניינים', סיפר ל'פאשקעוויל' על הצלחת המבצע: "אלפי אנשים הגיעו עם הקטלוג שלנו, גם מהשכונות המרוחקות ומהערים הסמוכות - ביתר עילית, בית שמש, טלזסטון - ומימשו את הקופונים במגוון חנויות. המטרה שלנו הייתה להציג את מגוון החנויות שיש בקניון, לכל המשפחה. בסוף היריד הגרלנו עשרות פרסים יקרי ערך לכל מי שרכש בחנויות הקניון במהלך היריד. אפשר לומר שזה היה מבצע מדהים שהוכתר בהצלחה מסחררת".

נתי גמליאל, מנהל השיווק של הקניון, הופתע מכמות האנשים שהגיעו לממש את הקופונים. "מדובר ביוזמה מצוינת של 'מרכז העניינים' ששמחננו לקחת בה חלק ולפרוס עליה חסות. בעלי החנויות לקחו על עצמם להשתתף במימון ההטבות המיוחדות וזכו לעלייה

משמעותית בפדיון היומי. גם בעלי עסקים שלא השתתפו במבצע ולא הציגו הנחות לבאי היריד, דיווחו לנו על עלייה בפדיונות".

עוד מוסיף גמליאל: "מדובר בצעד נוסף מתוך מהלך שיווקי רחב היקף שהקניון מוביל בימים אלו לקראת פתיחת הקומה השלישית בחודשים הקרובים. כבר אחרי החגים נתחיל לאכלס את הקומה השלישית עם מיטב המותגים בתחום האופנה והמוזון, ובין היתר באי הקניון יוכלו למצוא סניפים של פיצה האט מהדרין, סושי מהדרין, ופול בר בכשרות של הרב רובין ועוד מגוון חנויות מבין רשתות האופנה הארציות כמו מנגו, תמנון, גולף, פוט לוקר ועוד, בנוסף לחנויות מצליחות במגזר החרדי".

קמפיין חרדי זכה בפרס בינלאומי

בקטגוריית מוצרי צריכה.

הקמפיין הזוכה לדאודורנט ג'ילט, שהופק במגזר החרדי, הוא קמפיין גרילה תחת הקונספט "לכבד את השבת, לכבד את הבריות", אשר כלל פעילויות רבות סביב כניסת השבת.

אופיר גוטמן, מנכ"ל פרוקטר אנד גמבל ישראל: "אני שמח שמבין עשרות מדינות משתתפות, דווקא מישראל יוצאים מהלכים פורצי דרך בתחום השיווק והפרסום, הזוכים להכרה ולהערכה בין לאומית".

הישג ישראלי (וחרדי) בתחרות הפרסום של קאן ליונס העולמית: חברת 'מדיה קום' ישראל המובילה את אסטרטגיית המדיה של פרוקטר אנד גמבל בישראל וחברת יחסי הציבור 'שטרן אריאלי סער', זכו בפסטיבל קאן, עם שני קמפיילים שונים עבור המותג ג'ילט, בהובלת מנהלת חטיבת המגורים, מיכל בר-טל, בשיתוף עם מנהל ההפקה מוטי בוקצ'ין. הפרסים: אריה כסף עבור המותג ג'ילט בקטגוריית הנחשבת "מצוינות בתוכנות ואסטרטגיה תקשורתית" ואריה ברונזה

בהסתרה



מתנות חינם?

נתחיל כמדי שבוע עם הפתרון לציור הקודם. הפתרון היצירתי נשלח על ידי גילה לדרמן, וכך היא כותבת:

"מותגים בצורה הנמל- על הקופסא של החד פעמי. עינית - אברך מחזיק שקית. מילר- חר רקומה על תיק. מכסה ביוב - עיריית בני ברק. עילית - שקית על השולחן. אוסם - שקית על הרצפה. סיטרואן - על הרכב. דרינקי - מותג חדש שלקח חסות.

"מה לא נכון בצורה: א. אם הציולנט ניתן בחינם, אז כיצד יושב הבחור וסופר כסף שקיבל מהלקוח? ב. כפי שנטען בפתק שעל הקיר, על פי שעון קיץ כאשר שחרית בשעה חמש ועשרה, מנחה צריכה להיות רק אחרי אחת ועשרים, ותפילת ערבית אמורה להיות לפחות בשמונה ועשרה (אלא אם כן התפללו קורבונעס באורך שעה). ג. לא יתכן שיש לקוחות כה מועטים לציולנט בחינם כליל שישו בכל אופן שיהיה בתיאבון!".

גם השבוע הפרס יהיה בחסות "בית מילר" - גיפט כארד בשווי 200 שקלים לרכישה בכל אחד מסניפי הרשת.

השבוע, אתם מוזמנים לספור כמה מותגים מסתתרים בצורה, וכן לכתוב לנו איזו מתנה מבית מילר הייתם רוצים לקבל או לתת, ומדוע, ואחד מכם יזכה בשובר מתנה בשווי 200 שקלים.



לשליחת פתרונות, הערות והארות

מיל: media@pashkevil.co.il
 03-6150001:קטפ