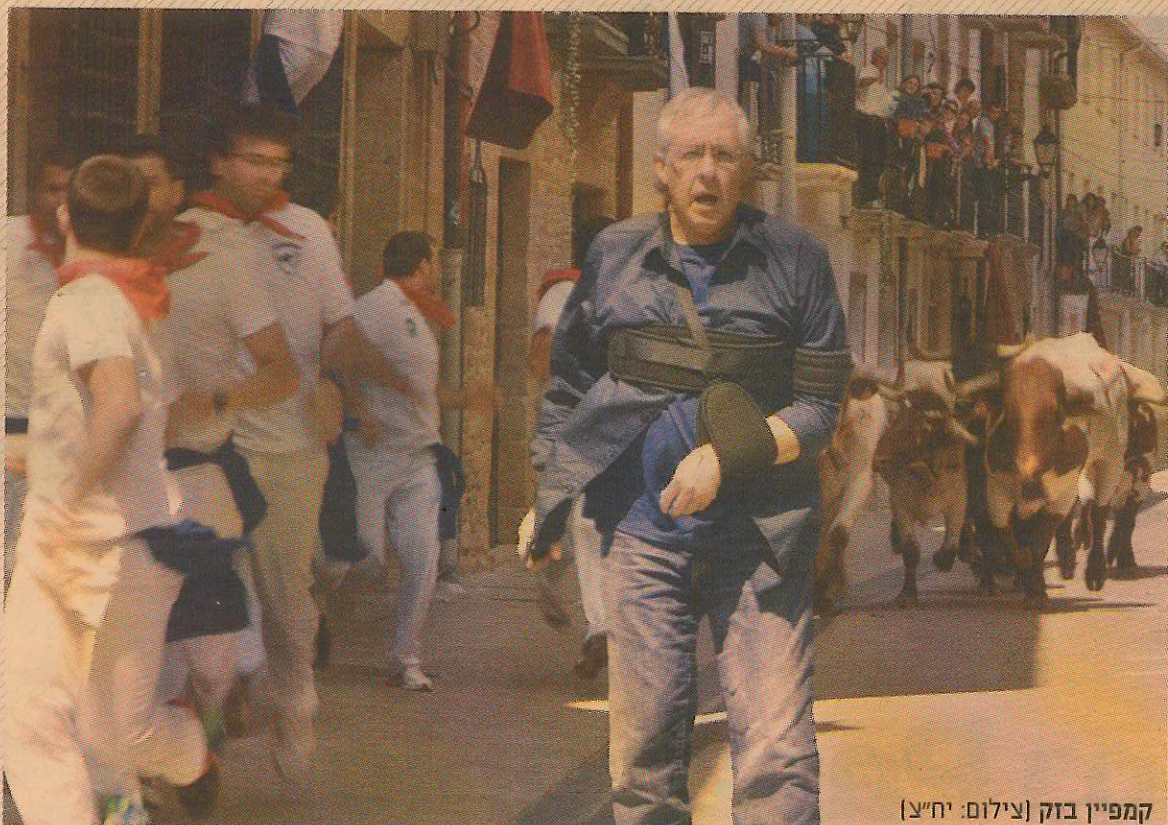


הזכורה והאהובה: הפרסומת של בזק

גיאוקרטוגרפיה: שיעורי הזכירה של הפרסומת גבוהים משמעותית בהשוואה לממוצע הפרסומות הזכורות



קמפיין בזק (צילום: יח"צ)

הפרסומת של בזק, באמצעות משרד הפרסום אדלר־חומסקי & ורשבסקי, שבה גידי גוב בורח משוררים ברחובות ספרד, מדורגת זה השבוע השני ברציפות בראש טבלת הפרסומות הזכורות ביותר, כאשר השבוע היא מתברגת גם לראש טבלת הפרסומות האהובות ביותר.

שיעורי האהדה לפרסומת דומים לממוצע החצי שנתי של הפרסומות המובילות העומד על 20.3%, ואילו שיעורי הזכירה לפרסומת גבוהים משמעותית בהשוואה לממוצע החצי שנתי של הפרסומות המובילות, העומד על 9.5%, עם עוצמת זכירה הגבוהה ב-30% מהממוצע.

בזק מכניסה לטבלת השבועית פרסומת נוספת – קמפיין החסויות של החברה, גם היא בכיכובו של גוב, שמתחפש לדמויות שונות.

727
אלף דולר

ההשקעה
השבועית
בקמפיין בזק

*במחירי מחירון.
מקור: יפעת בקרת פרסום

הפרסומות של ישראל, באמצעות משרד הפרסום באומן־ברדיבנאי, היא המושקעת ביותר מבחינה תקציבית מבין כל הקמפיינים, הפרסומות והחסויות ששודרו במהלך

השבוע האחרון, עם סך השקעה העומד על כ-1.3 מיליון דולר (לפי נתוני יפעת בקרת פרסום). בשבוע שעבר הפרסומת המושקעת ביותר הייתה של חברת בזק, עם סך השקעה גבוה יותר באופן משמעותי (2.5 מיליון דולר).

ירידה בהשקעה השבועית

מנתוני יפעת בקרת פרסום עולה, כי מספר הפרסומות והחסויות אשר שודרו השבוע נמוך בהשוואה לשבוע שעבר, ועומד על 514 (לעומת 542 בשבוע שעבר), כאשר גם סך התקציבים שמושקעים כל שבוע בקמפיינים הפרסומיים נמוך בהשוואה לשבוע שעבר, ועומד על כ-43.5 מיליון דולר – ירידה של 8% לעומת השבוע שעבר. עוד עולה מנתוני יפעת בקרת פרסום כי שלוש הפרסומות: הפרסומת המשותפת של לאומי קארד ופלאפון, הפרסומת של סלקום והפרסומת של בזק בינלאומי – כלל לא שודרו במהלך השבוע האחרון, ובכל זאת דורגו בטבלת הפרסומות הזכורות והאהובות.

• ענת בייך־לובוביץ'

זכורות

אהובות

12.1	בזק אדלר־חומסקי & ורשבסקי	19.6
3.0	סופר קרמיק אדלר־חומסקי & ורשבסקי	12.7
3.7	בזק (חסויות) אדלר־חומסקי & ורשבסקי	11.8
7.5	לאומי קארד ופלאפון מקאן אריקסון	8.8
3.4	יטבתה Y&R	8.8
2.7	סלקום גיתם BBDO	8.8
2.5	בזק בינלאומי אדלר־חומסקי & ורשבסקי	8.8
3.2	ביטוח 9 מיליון גליקמן־נטלר־סמסנוב	7.8
2.8	קוקה־קולה קבוצת דחף	6.9
1.9	ספרייט באומן־ברדיבנאי	5.9

באחוזים, 11-14 באוגוסט 2013

רשת TO GO נכנסת לתחום הנעלת הגברים

רשת הנעלה TO GO משיקה ליין של קולקציית גברים. ההשקעה במהלך, שמכניס את הרשת לראשונה לעולם הגברים, עומדת על כמיליון שקל. החברה לא תשיק בשלב זה חנויות נפרדות או תשיק את הקולקציה בכ-40 סניפים במסגרת החנויות הקיימות. תחזיות החברה הן כי הקטגוריה החדשה תניב בשנה הראשונה מכירות בהיקף 15 מיליון שקל.

שלי שליט־שובל תחונה לחנכ"לית סברה־אובלה

שלי שליט־שובל, מנכ"לית שטראוס־פריטו ליי מלוחים (השותפות בישראל בין קבוצת שטראוס לחברת פפסיקו) מונתה לתפקיד מנכ"לית החברות סברה־אובלה – חברות הממרחים והמטבלים הבינלאומיות. שליט־שובל, מילאה שורה של תפקידים מרכזיים בקבוצת שטראוס ובכללם סמנכ"לית בכירה לשיווק, מנכ"לית קפה עלית ומנהלת מפעל אקסלה לממתקים בצרפת. •

חברת קודקס: עלייה בהיקף המשרות בתחום השיווק

חברת קודקס, המתמחה בהשמה בתחום השיווק, מדווחת על עלייה של 22% בהיקף משרות השיווק, הפרסום והדיגיטל שהוצעו בחודש שעבר. מנתוני החברה עולה, כי 20% מהמשרות שנפתחו יועדו למנהלי שיווק בדרגים ביניים וברגים בכירים, ו-15% מהמשרות יועדו למנהלי דיגיטל. •

