

# תוכן עניינים

**הקדמה** / דילמת הביצה והתרנגולת וכל שאר הדילמות שמלוות את מי שנדרש לנושא הפרסום

**דבר העורך** / בלי דילמות. בלי למה ומדוע. ככה זה עובד. נקודה

**אודות 'פרסום גילי'** / כמה מילים על בית הגידול של המחבר – 'פרסום גילי בע"מ'

## חלק ראשון דע את המגזר

**העולם החרדי** / המונח 'עולם' הפך למטבע לשון שזוק. אולם אחרי שתקראו את הפרק הזה, הסוקר את החברה החרדית במניפת צבעים רחבה – תסכימו שהמגזר הזה וחיינו בהחלט ראויים להגדרה 'עולם'

**הצרכן החרדי** / כל מה שצריך לדעת על הצרכנות החרדית ועל המשק החרדי ההולך ומתרחב. וגם, על זוויות חדשות ומפתיעות בחברה החרדית המשנות את כללי המשחק

**פרסום לחרדים** / פרק קריטי שיגלה לכם תכלס' איך מפרסמים למגזר החרדי נכון, אפקטיבי ומדויק, וילמד אתכם כיצד לעקוף את כל המוקשים שבדרך

## חלק שני סודות המקצוע

**היסטוריה, ההורים הגאים** / לעולם הפרסום החרדי יש אבא ואימא. כן. ממש כך. אבא ואימא. בואו להכיר אותם בפרק שכולו נוסטלגיה

**בריף שמיה** / הנייר או הגיליון בתוכנה שבלעדיו אין תקומה למשרד הפרסום. איך קוראים לו ומה הקשר בינו לבין תבנית אפיה

## אי ש המילה

/הכירו את אי ש המילה הכתובה. הרעיונאי ומי  
שעומד מאחורי הטקסטים שגורמים לכם לשלוח יד אל  
הארנק או להרים את הפתק של המפלגה "הנכונה"

## אמנות הטוש

/מה יצא מהילד שניצל את זמן השיעורים לצייר את  
החומר הנלמד. היכרות עם האי ש אשר על הצבעים  
והמראות שבמודעות הפרסום

## עובר לביצוע

/במרפסת הוא המעצב ובמשרד הפרסום הוא אפילו לא  
גרפיקאי. הכירו את אנשי (ונשות) העיצוב הספונים  
בסטודיו ושולטים בחייכם

## נערי האוצר

/גם נערות יש לא מעט. העובדים שנמצאים בתחתית  
דירוג השכר של משרדי הפרסום מנהלים לעיתים  
קרובות תקציבי ענק

## מחלקת מדיה

/מדוע אין מדיות ברבים? כל מה שרציתם לדעת על  
תמהיל מדיה, על חולשותיה ועל כוחה הגדול, ועל  
השימוש המאסיבי שעושה בה הפרסום

## מוצר עם תג

/מהו מותג? ומה ההבדל בינו לבין המוצר? וכמה  
תסכימו לשלם עבורו, גם אם אין לכם מושג שאתם  
משלמים עבורו?

## תורת השיווק

/מי מסוגל לעשות ניתוח ללא אזמל ומי יכול לבנות  
בניין ללא תוכנית בנייה? ומה הקשר בין השיווק  
ועבודת הקודש הנעשית במשרד הפרסום?

## לא לפרסום

/ כן לקידום מכירות, לפעילות גרילה ולשורה ארוכה  
של פעילויות מכוונות פרסום שאינן מוגדרות פרסום.  
אל תשאלו למה, תשאלו איך

## יצרני תוכן

/המומחיות הגדולה של אנשי יחסי הציבור. הלחישה  
על אוזניהם של עורכי העיתונים והיכולת להמציא  
"חדשות" חדשות לבקרים

## סוד ההצלחה

/כדי שמשרד הפרסום שלכם יצליח, כדי שהעסק שלכם  
יצליח, אתם חייבים להכיר את שיטת "תן-קח". ככל  
שתתנו יותר, תיקחו עוד יותר...

## **לשבת, לקום**

/זוללי הזמן הגדולים ביותר במשרדי הפרסום בפרט  
ובעסקים בכלל, הן ישיבות ה"עבודה". כיצד תהפכו  
שעה אבודה לשעת עבודה?

## **עשרת הדברות**

/ הנה עשרת הכללים שאתם חייבים לדעת אם בכוונתכם  
לרכוש פרסום או לעסוק בו

## **סדר עבודה**

/בלי קשר ליום כיפור. זהו סדר העבודה הנהוג  
במשרדי פרסום משלב הקשר הראשוני עם הלקוח ועד  
לביצוע העבודה לשביעות רצונו

## **מקרה מבחן**

/על מנת להמחיש איך זה עובד באמת, הבאנו בפניכם  
מקרה מבחן אמיתי שממנו תוכלו ללמוד כיצד מתנהל  
משרד פרסום

## **חלק שלישי ארגז הכלים**

### **חדשות לבקרים**

יום יום (כולל בחולו של מועד), הם ממלאים את  
תיבות הדואר ואת דוכני העיתונים. מי הם העיתונים  
שבאמצעותם מוכרים המפרסמים את לקוחותיהם?

### **שבוע רודף שבוע**

/שבוע שבוע (חוץ מחולו של מועד), הם ממלאים  
את תיבות הדואר ואת דוכני העיתונים. מי הם  
השבועונים שבאמצעותם מוכרים המפרסמים את  
לקוחותיהם?

### **אוכלי חינם**

/הם מופצים חינם ומהווים את הערוץ המרכזי של  
התקשורת החרדית גם אם איש לא יודה בכך. רובם  
שורדים שנים ארוכות ותפוצתם גדלה משנה לשנה. מה  
סוד כוחם של החינמונים החרדיים והדתיים וכיצד הם  
משתלבים בשינוי המהותי שעובר על התקשורת בעולם  
המערבי?

### **תפילת מוסף**

/מה דינם של מוספי הנושא שמגיחים מעת לעת למרות  
עלותם הגבוהה וכיצד ניתן לנצל אותם בתבונה  
למטרות הפרסום?

**הם מדריכים** /הם הלכו לעולמם במגזר הכללי, אך במגזר החרדי הם  
עדיין קיימים ומשרתים ציבור עצום. קוראים להם  
"מדריכי טלפון". זוכרים? לא. לא קוראים להם  
'גוגל' או 'בינג'!

**פרסומי ניסא** /"ושים אותו על נס". הפרסום החרדי ושילוט  
החוצות. וגם על: שלטי מכולת, תחנות אוטובוס ומודעות ענק

**על גלגלים** /בצידי אוטובוסים, מאחוריהם, על גבי מוניות  
ורכבים ממותגים, כל מה שצריך לדעת על פרסום  
מתגלגל ומתגלגל ומתגלגל ומתגלגל

**מדברים מהקיר**/ערוץ המדיה החזק ביותר במגזר החרדי נמצא על  
הקירות. כל מה שאתם צריכים לדעת על מודעות רחוב  
שמשום מה נקראים פסקווילים בפייהם של לקוחות  
חילונים

**קהל שבוי וקדוש** /אין לך ערוץ בטוח יותר למודעות ומנשרים  
מאשר בית הכנסת. מסכנים הגבאים שנדרשים לנקות את  
כל הפליירים והחוברות

**בניין אב (ואם)** /כנראה שלוח המודעות התמים שבכניסה לבניין  
אינו מיועד לבייבי-סיטר ולהחלפת דירות בתקופת  
בין הזמנים. יש לו תפקיד הרבה יותר נאצל - לשמש  
במה ללקוחות קטנים...

**רווי או ממוקד?** /הדואר הולך ונעלם? לא אם תשאלו את משרדי  
הפרסום. כמויות הפליירים שמאכלסים את תיבות  
הדואר יעידו על כך. האם הגענו לרוויה או שיש  
מקום להתמקד?

**מפה לאוזן** /סוד כוחו המדהים של הרדיו וסקירה קצרה על הרדיו  
החרדי. והכי חשוב: מה עשתה התחרות הווקאלית לענף  
הפרסום החרדי?

**מרשתת משרתת** /לאט לאט גדל מספרם של משתמשי האינטרנט החרדים.  
המחקרים מאשרים זאת אך המפרסמים לא ממהרים לקנות  
את הנתונים. כל מה שריצתם לדעת על פרסום במרשתת  
ולא היה לכם את מי לשאול

## חלק רביעי העשרה למטיבי קרוא

**פרסום סרוג** / למרות שהספר מוקדש לפרסום במגזר החרדי, הנה פרק קצר למתעניינים במקף שמחבר את המגזר החרדי לזה הדתי (להמחשה: דתי-חרדי)

**דפוסי פעולה** / כל מה שרציתם לדעת על עולם הדפוס. המידע המקצועי תורגם לשפה שכל אחד יכול להבין. מיועד במיוחד לבעלי עסק שרוצים "לעשות זאת לבד"...

**איך אתה משלם?** / טיפ לבעלי מקצועות חופשיים, במיוחד אלה העוסקים בייעוץ. שיטת תגמול שעובדת לא רע בענף הפרסום וניתנת להעתקה לענפים אחרים

**בוא להתייעץ** / על חשיבותו של הייעוץ העסקי ועל תרומתו להצלחתו של כל עסק. מהו ייעוץ עסקי? מה מטרתו? מה תפקידו בחייו של עסק וכיצד יש לבחור יועץ עסקי?

**מתכננים ערב?** / מנהלים מוסד או ארגון? לפני שאתם עושים את הטעות של רבים אחרים, למדו מניסיונם של אחרים כיצד יש לתכנן ולבצע דינר לטובת הפעילות

## חלק חמישי פרסומית מדוברת

**מילון אבן-גיל** / המילון של חיים גיל לפרסומית מדוברת. כל הביטויים. כל המונחים. כל המושגים - בעיקר בלועזית. כדי שאיש לא יוכל "למכור" אתכם