



תרשומת שיחה

עורך התרשומות: ליאור קרול

נושא: מיזוג ישראל היום – מקור ראשון

תאריך השיחה: 06/04/14

שעת השיחה: 10:30

שוחחתי עמו:

חברה:

טלפון:

תואם דרך תדמור

— מה סטטוס הבדיקה? תוכל לתת עדכון לגבי הלויין?

הפניו אותו ליוונתן צויקל

— גם ב Mizog זהה אתם מכירים את השוק, מה שטריד אותנו שהבדיקה מתנהלת מאפס,

אבל אתם מכירים את השוק וחתורה במצב המצב מאד קשה.

למהחרים יש אינטראס למשך את הזמן. גם דרישות הנזונים, אבל לקיים בדיקה מאפס,

כשלצדדים האחרים יש אינטראס לעכב את המענה,

1. מה פעילויות החברה?

■ ■ ■ ישראל היום – עיתון שמופץ בכ-275 אלף עותקים ברמה היומית, לפחות מעבר

לו. בסוף שבוע מדפסים כ-400 אי עותקים, לפחות קצת יותר.

ומקבילים העיתון מוחולק לחינוך, ■ ■ ■

הביתה את העיתון. כל היתר מופץ בהפצה ציבורית.

■ ■ ■ – ביחס לעיתונים שנמכרים – ויש תאימות בין הנמכר לנראה, צריך לנקוט בחשבון שלא

כל מה שמודפס באמת נקרא.

■ ■ ■ – מספר העותקים מודפס על הגילונות ומושר על ידי רואה חשבון.

עיתון ישראל היום

3. איך אתם מדפיסים את העיתונים?



*

4. איך מתבצעת הפצת העיתון ביום חול ובסיופי שבוע?

ההפצה מתבצעת באוטוסורס עי שתי חברות – הפצה לבטים מתבצעת על ידי [REDACTED] וההפצה לרוחבות נעשית על ידי [REDACTED]. שעובדת איתנו החל מיום הראשון של העיתון.

5. איך בוחרים נקודות חלוקה?

*

6. אתם מדפיסים גיליונות שונים לאזוריים שונים בארץ כדי להתאים את הפריטות?

* - לא, החלוקת של העיתון היא זהה בכל חלקי הארץ.

7. פרוו לגביה המנוויים לעיתון – על מה הם משלימים?

מנוי משלם על משלוח בלבד, הוא יכול לעשות מנוי לכל השבוע", יוכל רק לגילוון של סוף שבוע.

אנחנו כמוון לא משווקים את המינוי, לרוב זו דרישת הלוקוח.

8. איך תאפיין את קהל הקוראים של ישראל היום?

* - קהל הקוראים שלנו הוא עם ישראל, הקמפיין שלנו זה הבי ישראלי. פונים לכל הקשת.

9. ומה קהל הקוראים של ישראל היום שונה מזה של מקור ראשון?

* - אני אנסה את השאלה שלך, כי קהל הקוראים של ישראל היום פונה לכל העם. יותר נכון להגיד – קהל הקוראים של מקור ראשון שונה משלהי העיתונים האחרים, הוא מאוד מודחן. זה קהל שכמעט לא מכenis עיתונים אחרים הבויה, מטעמים שונים – ערניות, דת, מצפון תוכן וצדומה. זה קהל שונה מכל קהל אחר, ולכן קהל הקוראים של מקור ראשון שונה מזה של ישראל היום.

10. מי המתחרה העיקרי שלכם? איך אתם רואים את ידיעות? מעריב? מקור ראשון? בשבוע?

* - בוא נחלק את המתחרים לשתי קטגוריות – תחרות על מפרסמים וקוראים.

מבחןת מפרסמים כל העיתונים מתחרים בי – ידיעות אחרונות, מעריב, פост, הארץ, גLOBס.



מקור ראשון לא ממש מתחורה, בגלל הקטע הערכי אידיאולוגי והתרבותי. זה משפיע על עולם הפרטום לקהילתו, ועל מאפייני התרבות השונים שלו, וכן הממשק שלהם עם המפרסמים הוא לא כמו האחרים. מבחינת הקוראים – כולם מתחרים בי. ידיעות, מעריב, פוסט, אפילו הארץ.

■ – אתה יכול לראות בפירותו במכtab הנלווה לגבי המתחרים. מצד המפרסמים – החיתוך ההיסטורי של הרשות הסתכל רק על העיתונות היומית. היום ישנה תחרות גדולה עם האינטרנט על פרסום, גםatri מידה משחקים על משכנת המפרסמים, אין חינה בין עיתונות יומית ללא יומית. מקור ראשון פונה לקהילתי לאומי, אין לו שאיפה לפנות לקוראים שונים. ישראל היום היפק – לא מעוניין אותם קהילתי – ורוצים קהיל כמה שיוטר רחב.

בפרסום – הספקטים רחבי וכולל את האינטרנט. מבחינת קוראים – רואים מעט מאוד חפיפה ביניהם. הם יכולים להיות מתחרים תחת עיתונות יומית בשפה העברית. לא בטוח שהיה מכניס אותם להגדלת שוק זהה.

* – בעיתון היומי יש להם פעילות זניחה, עיקר הפעולות הוא עיתון סוף השבוע.

* – אנחנו בסוף השבוע מדפיסים 400 אלף עותקים,

11. האם יש חזרות של עיתונים שלא חולקו?

*

12. אז איך מעריכים אחוז חשיפה באחיזות ?

*

13. יש לכם מפתח של כמה חולק מול כמה הודפס או יכולת להעריך כמה קראו מתוך מה שהדפסתם ?

*

14. אז אתם גובים את הפרסום על סמך מה שהודפס ?

*

עשוה את הפרסום בהתאם לניסיון שלו. אם הפרסום עובד הוא י חוזר עוד פעם – אם לא, הוא לא יפרסם שוב. ככמה כוחות השוק עובדים. לכן זה לא רק חשיפה – זה גם קהיל, אזורים, נישות שונות ומאפיינים שונים.

פרסום

15. פרטו לגבי כל נושא הפרסום בעיתונות ?

*

– יש לנו צוות של מנהלי לקוחות – הרבה מאוד עבודה נעשית מול משרדי פרסום שמארגנים לקוחות.



בדרכם כל כשה מפרסם החלטת לפרסם אצלנו – הצד התפעולי מתבצע דרך משרד הפרסום. לא תמיד העבודה מתבצעת דרך המשרד. רשות המדיה, הנדלין, מעשה דרך משרד הפרסום. יש לנו מודעות של עמוד, חצי עמוד, רביע, אינטשיס. כמו בכל מדינת העיתונות.

16. האם יש תקציבי פרסום שונים לעיתונים לאינטרנט?
– יש לפרסום חלוקה לפי מדיה, ותחום העיתונות יש חלוקה לפי עיתונים – ופה הקרב groot שלנו. אנחנו נלחמים על נתוח השוק בפרסום ובchina.

17. האם עיתון כמו מקור ראשון, לציבור הדתיים – האינטרנט לא מתרחשה בו כי קוראים אותו בשבת?

* – אנחנו מכירים את מקור ראשון 3 שבועות בלבד. לכונס בקשר היה נתוניים, אז בקשר יש לנו תשובה על זה. עדין שתשאל את מקור ראשון.

אינטרנט

18. מה פעילות האינטרנט של ישראל היום? יש פרסום? متى התחיל לפעול?
* – זה אתר חדשני בלבד, שלא כמו האתרים המוביילים שיש בהם גם פורטלים, פורומים ותכנים נוספים.

אני חושבת שהוא היה במקום טוב בראשינה והוא צונת למטה בגלל כל המשברים שלו. אולי נצליח לשפר את התחרויות ואת החדרה שלו עם גזע.

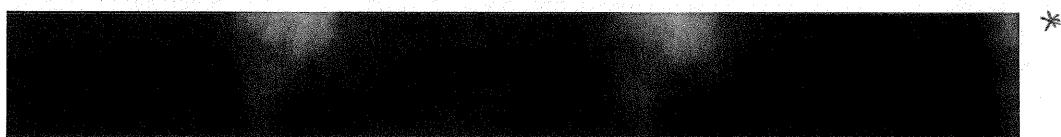
19. מה מודל הפעילות האתר של ישראל היום?
* – כי הגודלים חוקים, והמרקם בינינו בין הגודלים הוא עצום. עליות הפרסום באינטרנט זעומה, וזה רוחקות מאוד מהפרינט.

20. מה הסיבה לדיפה של nrg?
* – בדיק מה אמרנו –
– גזע הוא מותג טוב עם קוראים שהיו נאמנים – וזה פועל חיזוק.

21. מה הסיבה לדיפה של מקור ראשון?
* – מקבלים כל בוקר לקט עיתונות. מקור ראשון לא בלקט. ופתאום ראיינו שיש לנו שרצו למכור את מקור ראשון, מעריב, ו-NRG. אז נתנו הצעה מהירה.



22. יש יעילות במיזוג?



* 23. מה התוכניות העסקיות למקור ראשון?



*

יכלנו להעריך את העליות – יודעים מモצע שכר עובד, הדפסה, נייר. קשה להעריך את הרכנות. יודעים כמה מניין משלם כי התקשרנו למועד, וקיילנו מספר כללי מהנאמן – כמה מניינים יש. עשינו הערכה כללית לאיו חשיפה וסבירו אנחנו נכנסים.

24. איך העריכתם את המחיר ששולט?



*

- אנחנו הצענו 12.5 מיליון. הייתה התמחרות ועלינו ל-14.

*

* 25. האם מקור ראשון ימשיך להיות למניינים בכספי?



*

- יש עובדים שלא קיבלו משכורת חודשיים, ועוד מעט עבר חג. הם צריכים לקח שכר ונחנו מבקשים שהבדיקה תבוצע בהקדם.