

כותרת המהלך:

העיקר ההשתתפות, עאלק...

איך הפכנו אכזבה לאומית – להצלחה עסקית.

שם החברה המשוקת: מגדל חברה לביטוח בע"מ

משרד הפרסום: ברוקנר/יער/לוי

קטגוריה: ביטוח ופיננסים

הנחיות כלליות:

1. יש לספק דוגמא אחת בלבד לכל אחד מהאפיקים שציינתם בסעיף 13 בעבודה (מדיניות תקשורתית).
2. לגבי כל פריט, יש למלא את הפרטים המופיעים בשקף בלבד. אין לספק הסברים או מידע נוסף מעבר לנכתב בגוף ההגשה.
3. ניתן לצרף לינקים לסרטונים כפי שהוצגו במהלך עצמו. צירוף של סרטון קייס או כל מידע נוסף יוביל לפסילת העבודה.

תוצר קריאייטיב 1



מועד עלייה לאוויר: 13.11.22

מועד ירידה מהאוויר: 18.12.22

ערוצי מדיה: TV

תקציב מדיה: 3,780,000

תוצר קריאייטיב 2



מועד עלייה לאוויר: 13.11.22

מועד ירידה מהאוויר: 25.12.22

ערוצי מדיה: דיגיטל

תקציב מדיה: 1,320,000

תוצר קריאייטיב 3



מועד עלייה לאוויר: 13.11.22

מועד ירידה מהאוויר: 18.12.22

ערוצי מדיה: שילוט חוצות

תקציב מדיה: 780,000

תוצר קריאייטיב 4



מועד עלייה לאוויר: 4.12.22

מועד ירידה מהאוויר: 16.12.22

ערוצי מדיה: רדיו

תקציב מדיה: 120,000

[קישור לשמיעת הרדיו](#)