

סבתא בישלה הצלחה: איקאה חוגגת את הגיל השלישי החדש ומקפיצה את תדירות הביקורים בסניפים

שם החברה המשווקת: **IKEA**
משרד הפרסום: **קבוצת McCann**
קטגוריה: **קמעונאות**

TV | גל ראשון

הצפת הדיסוננס: בני הגיל השלישי הם ממש לא מי שהם היו פעם



<https://www.youtube.com/watch?v=rlqYcz6JzUs>

מועד עלייה לאוויר: 24.01.22

מועד ירידה מהאוויר: 12.09.22

ערוצי מדיה: קשת 12, רשת 13

תקציב TV כולל: 4.9 מיליון ש"ח

TV | גל שני

חיבור לחיי הצרכן תוך שימוש בסיטואציה מהחיים הישראליים



<https://www.youtube.com/watch?v=eaRj7KjTkfQ>

מועד עלייה לאוויר: 24.01.22

מועד ירידה מהאוויר: 12.09.22

ערוצי מדיה: קשת 12, רשת 13

תקציב TV כולל: 4.9 מיליון ש"ח

רדיו | תשדירים שמהדהדים את המסר עם סיטואציות משעשעות של הגיל השלישי שכולנו מכירים



מועד עלייה לאוויר:
17.02.22

ערוצי מדיה:
מגוון תחנות רדיו

תקציב:
כ-1 מיליון ₪

<https://youtu.be/rsYVhTjz6XM>

TV | גל שלישי

העמקה והרחבה את המסר עם סיטואציה רווחת בחיי הישראלים



https://www.youtube.com/watch?v=P5WBhfKkU_w

מועד עלייה לאוויר: 24.01.22

מועד ירידה מהאוויר: 12.09.22

ערוצי מדיה: קשת 12, רשת 13

תקציב TV כולל: 4.9 מיליון ש"ח

דיגיטל | פרסומים שמתכתבים ומעמיקים את המסרים בשלושת גלי הסרטים

דיספליי



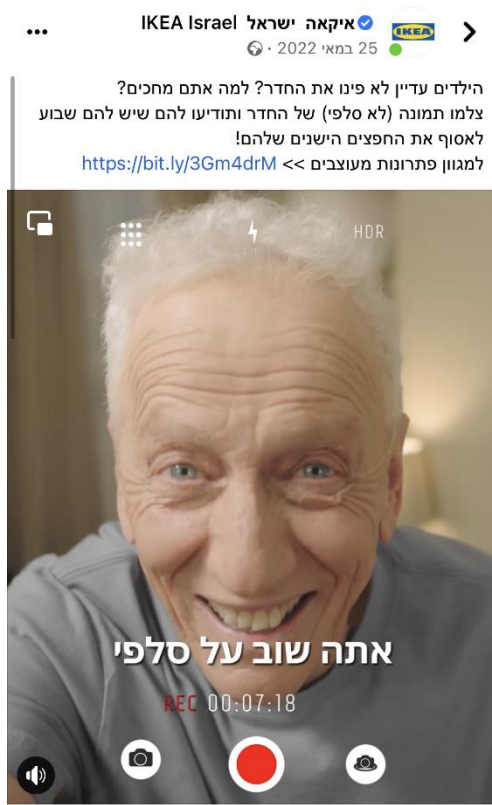
מועד עלייה לאוויר:
24.1.22

מועד ירידה מהאוויר:
12.09.22

ערוצי מדיה:
אתרי אינטרנט (כלכליים, חדשות,
ספורט וכלליים)

תקציב דיגיטל כולל:
₪ 39K

דיגיטל | פרסומים שמתכתבים ומעמיקים את המסרים בשלושת גלי הסרטים



מועד עלייה לאוויר:

24.1.22

מועד ירידה מהאוויר:

12.09.22

ערוצי מדיה:

פייסבוק

תקציב דיגיטל כולל:

₪ 39K

עיתונות | התאמה והרחבת המסר למגזר החרדי

מודעה לקהל הכללי



IKEA פתרונות לחיים

מועד עלייה לאוויר:
17.02.22

ערוצי מדיה:
גלובס, הארץ, שבועון "בקהילה",
המבשר, המודיע, ידיעות אחרונות,
ישראל היום, יתד נאמן, מעריב

תקציב:
₪ 450,000

עיתונות | התאמה והרחבת המסר למגזר החרדי

מודעה לקהל הדתי



מועד עלייה לאוויר:
17.02.22

ערוצי מדיה:
גלובס, הארץ, שבועון "בקהילה",
המבשר, המודיע, ידיעות אחרונות,
ישראל היום, יתד נאמן, מעריב

תקציב:
₪ 450,000