**לראשונה בישראל:**

**המותג זוכה מדליית הזהב בתחרות האפי לקמפיין האפקטיבי של השנה יימכר לכל המרבה ב...פרסומו**

**שפ"מ מוציאה את "פלאפל מוסקו"**

**למכרז פומבי בין המפרסמים**

**שפ"מ מוציאה את "פלאפל מוסקו" - המותג הווירטואלי שהמציאה כדי להוכיח את אפקטיביות הפרסום ברשתות הרדיו של קול ישראל**

**למכרז פומבי בין המפרסמים**

שפ"מ, זכיינית שידורי הפרסום ברשתות הרדיו של קול ישראל, לא מפסיקה לחדש. אחרי שזכתה באחרונה במדליית הזהב בתחרות האפי לבחינת המהלך השיווקי האפקטיבי של השנה בתקציבים קטנים, מוציאה החברה את המותג הווירטואלי שהמציאה – "פלאפל מוסקו" למכרז פומבי בין המפרסמים.

**מנכ"ל שפ"מ, אברהם פרחי,** מדגיש כי בניגוד למכרזים רגילים, שפ"מ לא תמכור את המותג לכל המרבה במחיר אלא למי שיתחייב לרכוש עבור המוצר החדש את המספר הגדול ביותר של חבילות "מוסקו" – חבילת פרסום עוצמתית ברשתות קול ישראל - ב' ג' ו-88FM - במתכונת שזיכתה את שפ"מ בפרס האפי זהב לתקציבים קטנים."

"הזכייה שלנו באפי הוכיחה כי הרדיו של קול ישראל הוא המדיום הנכון לייצר מהלך שיווקי אפקטיבי – עם תוצאות מדידות ואובייקטיביות מוכחות – גם כאשר לא רוצים או לא יכולים להוציא סכומי עתק על פרסום" אומר פרחי ומציין, כי נתוני TGI האחרונים, המצביעים על גידול ניכר בשיעורי ההאזנה של צעירים בני 18-29 לתוכניות האקטואליה של רשת ב' אף מגבירות ומרחיבות את אפקטיביות הפרסום ברדיו של קול ישראל לציבורים נוספים.

המכרז שייפתח ביום שלישי לציבור המפרסמים יינעל בתאריך ה7.9 ב 13:00

לפרטים נוספים: טל רבינא, יועץ תקשורת לשפ"מ, 035351234