

שולי מהרשק ואיתי הופר
נפגשו במקרה ודי מהר הבינו
שבבעבודה משותפת הן יכולות
ליצור דברים נפלאים. הן הקימו
את משרד הפרסום "SP" ויחד
הן גם עומדות בראשו. העובדה
שהן באות ממגזרים שונים
תורמת להצלחתן

שתיים זה תמיד ביחד

הוני כאן

שולי: "שתינו נמשכנו לתחום מגיל צעיר. זה מסוג המקצועות שניתן לומר שנולדים אליהם, וכך אנחנו מרגישות. כדי להצליח בתחום הפרסום חייבים לאהוב אותו ולחיות אותו יום יום שעה שעה. "המשרד שלנו משלב את תחום העסקים ואת תחום התקשורת. קודם לכן עברתי ב'דיעו'ת אחרונות' וברדיו בתחומי המכירות, ואיתי עבדה במשרדי פרסום מגזריים. כשנפגשנו לראשונה במפגש אקראי מיד ידענו שנוכל להקים משרד משותף שלנו, ומאז הכל היסטוריה. זה המקום שבו מצאנו את הבית שלנו. השילוב בין שני העולמות שמהם הגענו, הדתי והחילוני, יצר את המשרד המיוחד מתוך הבנה לכלל המגזרים."

סיפור הזוי

איתי: "שבועות רבים ניסינו להשיג את אחת ממנהלות השיווק של חברה ידועה שרצינו לעבוד איתה, ללא הצלחה. באחד הערבים יצאנו בעלי ואני להצגה בתל אביב. ביציאה מההצגה פתחתי בשיחה על המשחק והעלילה עם האישה שישבה לידי. במהלך השיחה הבנתי שזו אותה סמנכ"לית שיווק שאני מנסה להשיג כבר תקופה. מאז אנחנו חברות טובות, וכמובן היא לקוחה של המשרד."

סיפור מרגש

איתי: "ממש לאחרונה פרסמנו קמפיין לתרומת כליה בהתנדבות. זו יוזמה שלנו במשרד לטובת משפחה שפנתה אלינו. היה צורך לייצר קמפיין שלם חוצה מדיות במהירות. כל המשרד עבד במהירות ובנחישות, גם בלילות, לצורך העלאת הקמפיין בזמן לעיתונים, למדיות הדיגיטליות, לרשתות החברתיות, ולהוציא אייטמים ליח"צ. הכל היה

בהתנדבות מלאה של כל הצוות שלנו וההתרגשות הייתה רבה. הצלחנו לשכנע גם את המדיות להתגייס לטובת המטרה החשובה הזו וכך נוצר קמפיין מסיבי ועוטף בתוך יומיים בלבד."

קו אדום

שולי: "מה שמעודד אלימות מכל סוג שהוא, ובייחוד אנחנו זהירות בכל מה שקשור לפרסום שפונה לילדים ולבני נוער."

"אין פרסום רע"

איתי: "פרסום טוב או רע הוא בעיני המתבונן. ברגע שהעניין עולה למודעות הוא מייצר שיח וגורם לקהל להתעניין במוצר. צריך לזכור שעדיין יש פרסום מתאים ויש כזה שלא מתאים, וכאן אנחנו נכנסות לתמונה ולתפירת הפתרון."

"פרסום טוב או רע הוא בעיני המתבונן. ברגע שהעניין עולה למודעות הוא מייצר שיח וגורם לקהל להתעניין במוצר. צריך לזכור שעדיין יש פרסום מתאים ויש כזה שלא מתאים, וכאן אנחנו נכנסות לתמונה ולתפירת הפתרון"



חיבור למוצר

שולי: "יכול להיות מוצר שאנחנו פחות מתחברות אליו אבל הקהל כן מתחבר. במצב כזה נמצא את האדם הנכון בצוות שיכול להתחבר למוצר הזה ואז נפרסם. אנחנו מאמינות שכדי לפרסם מוצר באופן מיטבי המפרסם צריך לחוש תשוקה כלפיו."

יצירתיות

שולי: "המוצרים שאותם אנחנו מפרסמות מגוונים מאוד. הלקוחות שונים ולכל אחד מהם צריך לייצר פתרונות שונים. המגוון הזה יוצר חיוניות, רעננות ודינמיות, שהן המנוע של היצירתיות. גם העובדה שבראש המשרד הזה עומדות שתי נשים היא יתרון לטובת היצירתיות, כי יש סוג של קרבה והזדהות שאופייניות לנשים ומאפשרות הפריה יצירתית."

מקורות השראה

שולי: "אנחנו שואבות השראה זו מזו. השילוב של שתינו נותן לנו את הכוח המניע ואת הרצון לפעול יחד ליצירת קמפיינים מוצלחים ולהוביל המשרד בכל יום. אני שואבת השראה מהאנרגיות של איתי, מהמרץ, מההתלהבות, האופטימיות ומציאת פתרונות גם כשנראה שהמצב אבוד". איתי: "ואני שואבת השראה משולי, מהאופן שבו היא מנתחת מצבים וסיטואציות, מהרוגע והשליטה שלה בזמן משבר, מכוסר הניתוח האסטרטגי ומההסתכלות על הפרטים הקטנים."

כוח הפרסום

איתי: "אנחנו פועלות ללא אגו. לפרסום יש הרבה כוח, ואנחנו מנסות לנתב את הכוח הזה למקומות חיוביים ולפרסם דברים חיוביים שעושים טוב לעולם."

פרסום בימי הקורונה

איתי: "זו תקופה מאתגרת בכל התחומים וגם בתחום שלנו. מצד שני, אנחנו חושבות שהיא נותנת הזדמנויות חדשות וגם הלקוחות ממציאים את עצמם מחדש". שולי: "אנחנו עובדות יד ביד עם הלקוחות: מחפשות פתרונות חדשים ומכוונות אותם בייחוד עכשיו לפרסום היעיל ביותר". ●



משרד פרסום:
SP
צוות: 8 עובדים
מיקום: מודיעין
ותק: 14 שנים

מוטו מרכזי:
משרד בוטיק,
שפועל במקצוענות,
שירותיות, נחישות,
התמדה ודבקות,
כדי להשיג
תוצאות פרקטיות
ואפקטיביות

"לפרסום יש הרבה כוח, ואנחנו מנסות לנתב את הכוח הזה למקומות חיוביים ולפרסם דברים שעושים טוב לעולם". שולי מהרשק (מימין) ואיתי הופר

צילום: רמי זונגר