

לכבוד יורם הלוי
מנהל ועדת מכרזים

הנדון: בקשה להכיר במגזין "אטמוספירה" של אל על כספק יחיד

שלום רב,

כסמנכ"לית השיווק של איכילוב, אני נדרשת לקדם לא מעט פעילויות ושירותים של בית החולים במגוון מדיות. לפיכך, אני מחפשת כבר זמן רב פלטפורמה פרסומית קבועה שתענה על מספר קריטריונים:

1. קהל שבוי (ככל הניתן) – עם מינימום הפרעה סביבתית וגירויים חיצוניים כמו מסכים נוספים, ריבוי מסרים, זמינות, בעיות קליטה וכיו"ב.
2. קביעות – יכולת ליצור פינה קבועה, עקבית והמשכית למסרים של איכילוב.
3. חשיפה גבוהה – הגעה למקסימום צרכנים בכל זמן נתון.
4. מחיר – עלות הנמצאת ביכולות התקציביות של אגף השיווק.

לאחר סקר שוק מקיף, בחרתי במגזין "אטמוספירה" של אל על כפלטפורמה השיווקית הקבועה של איכילוב. בית החולים יפרסם כפולה קבועה במגזין, תחת הכותרת "איכילוב מציג: המדור לחיים בריאים", ושם יציג את מגוון החידושים והשירותים המוצעים כיום במרכז הרפואי.

מגזין "אטמוספירה" עונה בצורה מיטבית על הקריטריונים שציינו, ואני מבקשת להכיר בו כספק יחיד מהטעמים הבאים:

1. קהל שבוי – במהלך טיסה, נוסעים חשופים למינימום גירויים חיצוניים, באופן שאין דומה לו בחיי היום יום.
2. קביעות – אטמוספירה מאפשר לרכוש מדור קבוע, שתכניו מתחלפים מדי חודש.
3. חשיפה – בכל חודש נתון מאות אלפי נוסעים חשופים למגזין בטיסות אל על בכלל היעדים, בעברית ובאנגלית. זוהי הפלטפורמה החודשית היחידה שמאפשרת פרסום בשתי השפות באותו מקום, כך שפונה גם לתושבי ישראל וגם לתיירים.
4. מחיר – העלות החודשית ביחס לחשיפה נמוכה בעשרות אחוזים ביחס לכל אלטרנטיבה אחרת (טלוויזיה, רדיו, עיתונות כתובה, קמפיין דיגיטלי).

אני מבקשת מוועדת המכרזים לאפשר לי לבצע את ההתקשרות תחת כללי ספק יחיד.

בברכה

יעל דרומי

סמנכ"לית השיווק