

ΥΓΕΙΑ

ΣΠΥΡΟΣ ΤΕΡΖΟΠΟΥΛΟΣ

Πρωτοπορεί εδώ και 35 χρόνια!

Ο ΣΠΥΡΟΣ ΤΕΡΖΟΠΟΥΛΟΣ έχει συνδέσει το όνομά του με το άνοιγμα της αγοράς των συμπληρωμάτων διατροφής στα ελληνικά φαρμακεία, κλείνοντας φέτος 35 χρόνια παρουσίας στον κλάδο, που είναι μόνιμα συνδεδεμένη με διαρκή ανάπτυξη και επίτευξη νέων στόχων.

Έχει μακροχρόνια εμπειρία στην αγορά των OTC και είναι ο άνθρωπος που πιστεύει ακράδαντα στην αναγκαιότητα των φυτικών διατροφικών προϊόντων και που παρακίνησε τον φαρμακοποιό να οργανώσει και να προωθήσει ο ίδιος τα φυσικά σκευάσματα, όταν ακόμη ήταν άγνωστα στο ευρύ κοινό, καλύπτοντας τις πραγματικές ανάγκες του πελάτη-καταναλωτή του φαρμακείου.

Το 1982 ξεκίνησε με την εταιρεία LOBELIN HEALTH PRODUCTS, δρώντας πρωτοποριακά, αλλάζοντας τη φιλοσοφία



των διατροφικών προϊόντων, σε μια Ελλάδα όπου έπρεπε να γίνει κατανοητή η αρχή ότι «η πρόληψη είναι καλύτερη από τη θεραπεία» και μετά να ακολουθήσει η χρήση των φυσικών βιταμινών με στόχο την προστασία της υγείας.

Το 2003 συνέχισε με την εταιρεία PHARMA CENTER A.E., αναπτύσσοντας περαιτέρω την κατηγορία με τα Συμπληρώματα Υγείας Νέας Γενιάς της σειράς HEALTH AID - VITAMIN SUPPLEMENTS, ακολουθώντας αργά αλλά σταθερά βήματα, έτσι ώστε να αποτελέσει αντικείμενο ενδιαφέροντος στη συνείδηση του Έλληνα καταναλωτή, δηλαδή να εδραιώσει την πεποίθηση ότι τα συμπληρώματα διατροφής αποτελούν βασικό μέρος της καθημερινότητάς του.

Η ταχεία ανάπτυξη που ακολούθησε οφείλεται στην εφαρμογή των αρχών του σύγχρονου marketing στον χώρο των OTC φαρμακείων και στη διαπίστωση των πραγματικών αναγκών της ελληνικής αγοράς, κατά τα πρότυπα των health products της Αγγλίας, που αποτελεί τη Μέκκα των συμπληρωμάτων διατροφής και πρωταγωνιστεί στις διεθνείς εξελίξεις.

Δύο χρυσά βραβεία για τη PHARMA CENTER!

Η κορυφαία εταιρεία συμπληρωμάτων διατροφής, με τα προϊόντα Health Aid, συμπληρώνει φέτος 15 χρόνια στην Ελλάδα

Η PHARMA CENTER, μία από τις κορυφαίες εταιρείες συμπληρωμάτων διατροφής με τα προϊόντα Health Aid, που συμπληρώνει φέτος 15 χρόνια στην Ελλάδα, απέσπασε δύο χρυσά βραβεία στα ΑΡΙΣΤΕΙΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ 2018, στο πλαίσιο του Συνεδρίου HELLAS PHARM στις 10 Μαρτίου 2018, όπου έλαβαν μέρος εταιρείες και φορείς της φαρμακευτικής αγοράς.

Τα δύο χρυσά βραβεία παρέλαβε στην ξεχωριστή εκδήλωση ο πρόεδρος της εταιρείας, **Σπύρος Τερζόπουλος**, δηλώνοντας την ικανοποίησή του για τις βραβεύσεις, που συμπιπτουν με τα 35 χρόνια της επιτυχημένης παρουσίας του και της προσωπικής του ενασχόλησης με τα συμπληρώματα υγείας, εκφράζοντας και τις ευχαριστίες του στους οργανωτές, αλλά και τη βαθιά πεποίθηση για το αισιόδοξο μέλλον των φαρμακείων.

Α) ΧΡΥΣΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ»

Η εταιρεία έχει διευρύνει το ενδιαφέρον των καταναλωτών για την κατηγορία των συμπληρωμάτων διατροφής με τα σκευάσματα Υγείας Νέας Γενιάς της σειράς HEALTH AID - VITAMIN SUPPLEMENTS, και συνεργάζεται στενά με την Αγγλία χρησιμοποιώντας το διεθνές know how για την εισαγωγή νέων κωδικών, αλλά και τη δημιουργία ειδικών συνθέσεων για την Ελλάδα.

Πρωταγωνιστεί στις εξελίξεις της αγοράς, γιατί τα συμπληρώματα υγείας έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού, και συνεργάζεται με ειδικούς επιστήμονες, συμβάλλοντας στη στρατηγική επέκταση των δραστηριοτήτων της και στην αύξηση των πωλήσεων, διαθέτοντας σε ετήσια βάση στα φαρμακεία 1.000.000 τεμάχια φυσικών σκευασμάτων σε τιμές καταναλωτών 15.000.000 ευρώ, κατέχοντας το 10% της συνολικής αγοράς.

Έχει οριοθετήσει την επιχειρηματική της δράση αποκλειστικά στα φαρμακεία, έχοντας συμμαχήσει με τους φαρμακοποιούς, που θεωρεί ότι είναι στρατηγικοί συνεργάτες, γιατί η φιλοσοφία και η επιστημοσύνη τους ταιριάζουν απόλυτα στα προϊόντα της, που αποτελούν πλέον τρόπο ζωής και μέρος της καθημερινότητας για μεγάλη κατηγορία καταναλωτών.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα μηνύματα των καιρών, δηλαδή μειωμένα εισοδήματα, περιορισμός των περιπτώσεων αγορών και ανταπόκριση μόνο σε αποτελεσματικά προϊόντα, προχώρησε σε άμεσες κινήσεις οι οποίες επέφεραν τα εξής αποτελέσματα:

➤ Συντονισμός των επικοινωνιακών ενεργειών του brand Health Aid για αύξηση της αναγνωρισιμότητας (awareness).

➤ Καθιέρωση του όρου «συμπληρώματα υγείας», που δίνει το στίγμα σε όλους ότι τα συμπληρώματα δεν λαμβάνονται σαν τροφή, αλλά για τα διάφορα προβλήματα υγείας.



Η εταιρεία συνεργάζεται στενά με την Αγγλία, χρησιμοποιώντας το διεθνές know how για τη δημιουργία ειδικών συνθέσεων για την Ελλάδα

➤ Συνέχιση και ταύτιση της προβολής της Health Aid ως δημιουργού των προϊόντων και της PHARMA CENTER ως εισαγωγικής και διανεμητικής μονάδας, ολοκληρώνοντας την εικόνα «με κέντρο το φαρμακείο».

Β) ΧΡΥΣΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ «ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ & ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΟΙΝΟΥ»

Η PHARMA CENTER, με διάρκεια ζωής 15 χρόνων (2003-2018) και αντικείμενο την αποκλειστική εισαγωγή αγγλικής σειράς Health Aid - The word of well being, έχει παρουσία σε όλες τις κατηγορίες συμπληρωμάτων διατροφής, με ειδικές λειτουργικές φόρμουλες που δρουν συνεργιστικά, βελτιώνοντας την καθημερινότητα και επενδύοντας στον σύγχρονο τρόπο ζωής (lifestyle).

Η εταιρεία ακολούθησε επιλεκτικούς τρόπους επικοινωνίας, όπως αρμόζει στα συμπληρώματα υγείας, με στόχο την ειλικρινή και ορθολογική ενημέρωση του κοινού, με εξειδικευμένες διαφημιστικές καμπάνιες που προσέλκυαν το ενδιαφέρον λόγω της ευρηματικότητας και της εξειδίκευσης των προϊόντων.

Οι ενέργειες που εφαρμόστηκαν είχαν στόχο: α) τον φαρμακοποιό, ο οποίος καλείται να ενεργοποιήσει τις γνώσεις του, ώστε να δράσει ως επιστημονικός σύμβουλος υγείας, και β) το καταναλωτικό κοινό, που είναι ο τελικός δέκτης των μηνυμάτων της επικοινωνίας.

Επιλέγοντας τους leaders από τις διαφορετικές κατηγορίες της Health Aid, προχώρησε στη σύνθεση ενός τηλεοπτικού εταιρικού σποτ CORPORATE, το οποίο ανέλαβε να αναδείξει τα πλεονεκτήματα της σειράς, δηλαδή, ΕΥ ΑΡΘΡΩΝΕΙΝ (Osteoflex), ΕΥ ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙΝ (Omegazon), ΕΥ ΜΕΤΑΒΟΛΙΖΕΙΝ (Livercare), ΕΥ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΕΙΝ (Prostavital) & ΕΥ ΗΡΕΜΕΙΝ (Di-stress), στο πλαίσιο της φιλοσοφίας του ΕΥ ΖΗΝ.

Μέσω σεμιναρίων και στοχευμένων αναλύσεων, ειδικών προβολών με έμφαση και άμεση επικοινωνία προς το κοινό, η εταιρεία κατάφερε να προβάλει δυναμικά τη σειρά Health Aid και να προσελκύσει νέους σε ηλικία καταναλωτές, οδηγώντας τους στον χώρο του φαρμακείου.