



Αυτός είναι ο Ηλείος επιτυχημένος επιχειρηματίας, Θανάσης Σοφιανός, που κατόφερε να φέρει την εταιρία του στην πρώτη θέση στον online marketing διαγωνισμό «Ready to Rock».

«**Μ**α τι εννοείς; Σε λίγο καιρό όλα θα είναι ψηφιακά, οτιδήποτε δημιουργείται στο ίντερνετ έχει μέλλον», περιγράφει με περισσή βεβαιότητα ο νεαρός, υποσχόμενος επιχειρηματίας Θανάσης Σοφιανός, μιλώντας για το αντικείμενο της επιχειρηματικής του δρα-

στηριότητας. Ο Θανάσης, κατάγεται από την Ηλεία και πιο συγκεκριμένα, από τα Άσπρα Σπίτια, με την οικογένειά του να διατηρεί ισχυρούς δεσμούς με τη γενέτειρα, την οποία και επισκέπτονται συχνά, αφού και ο ίδιος λατρεύει την Ηλεία. Κι αυτό, δεν είναι υπερβολή...

Ο ΘΑΝΑΣΗΣ ΣΟΦΙΑΝΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΑΣΠΡΑ ΣΠΙΤΙΑ

Ο «μάγος» του ψηφιακού εμπορίου

Η εταιρεία του, με όνομα «Relevance» διακρίθηκε στην Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική

Πρόσφατα, η εταιρία «Relevance», σημείωσε μια εξαιρετικά σημαντική επιτυχία. Διακρίθηκε στον online marketing διαγωνισμό «Ready to Rock», καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση στην Ελλάδα, ενώ ταυτόχρονα βραβεύτηκε στο Βερολίνο από την Google ως μία από τις 150 εταιρείες με την υψηλότερη απόδοση σε όλη την Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική.

Τι κάνει η Relevance

Αν έχετε μπει σε μια σελίδα π.χ. αναζήτησης ξενοδοχείων ή αγοράς διαφόρων ειδών και μετά η συγκεκριμένη σελίδα να σας «ακολουθεί» για εβδομάδες, σε διαφημιστικά μηνύματα κατά την περιήγησή σας από ιστοσελίδα σε ιστοσελίδα, γι' αυτό ευθύνονται οι εταιρείες σαν την Relevance, οι οποίες συλλέγουν από τους χρήστες τις επιθυμίες τους και τις ταιριάζουν με τα προϊόντα πελατών τους. Περιγράφοντας το πώς μπορεί να γίνει αυτό, ο Θανάσης, εξηγεί, παρουσιάζοντας συγκεκριμένο παράδειγμα: «Ο πελάτης έχει καταχωρήσει τη διαφήμισή του τον τελευταίο μήνα, δαπανώντας 30.000 ευρώ. Τα έσοδα είναι 800.000 ευρώ τζίρος από τις παραγγελίες». Το μέγεθος της αναλογίας

είναι... τρομακτικό, και συνάμα όχι και τόσο εύκολο να επιτευχθεί. «Δεν είναι εύκολο. Χρησιμοποιούμε πολλές τεχνικές, για να μπορέσουμε να προωθήσουμε σωστά στις μηχανές αναζήτησης τις καταχωρήσεις των πελατών. Για τη συγκεκριμένη καμπάνια χρησιμοποιήσαμε 1,5 εκατ. λέξεις-κλειδιά, ενώ στοχεύσαμε σε πολύ συγκεκριμένα κοινά. Το online μάρκετινγκ είναι πιο σέξι από ποτέ, γιατί είναι μετρήσιμο και αποτελεσματικό - βάζεις ένα ευρώ και ξέρεις πού πάει, σε αντίθεση με άλλα μέσα διαφήμισης, όπως η τηλεόραση, η οποία εκτός από πολύ ακριβή, δεν μπορεί να μετρηθεί και την εμπορική της απόδοση», εξηγεί ο Θανάσης Σοφιανός.

Η οικονομική κρίση και η ψηφιακή εποχή

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η ταχύτατη μετάβαση στην ψηφιακή εποχή σαρώνει κάθε τι συννηθισμένο στην καθημερινότητά μας. Οι διαδικτυακές αγορές δεν λείπουν από την μετάβαση αυτή και μάλιστα με ευθύνη της οικονομικής κρίσης. «Οι εταιρείες - σχολιάζει ο mr Relevance - έβλεπαν τον τζίρο τους να συρρικνώνεται και έψαχναν οικονομικές και αποτελεσματικές λύσεις. Από την άλλη, ο κόσμος περνά περισσότερες ώρες οπ-

Ποιος είναι ο Ηλείος, Θανάσης Σοφιανός

Ο Θανάσης Σοφιανός γεννήθηκε και μεγάλωσε στην Αθήνα. Αποφοίτησε από το Κολέγιο Αθηνών κι αφού ολοκλήρωσε τις σπουδές τους στις Διεθνείς Σχέσεις, στο Πολιτικό Τμήμα της Νομικής Αθηνών, και το Μεταπτυχιακό του στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (πρώην ΑΣΟΕΕ), μετέβη στην Αμερική. Με δυο «ζηλευτά» μεταπτυχιακά στην Μικροοικονομία και στην Μακροοικονομία από το Πανεπιστήμιο της Columbia και στο Διεθνές



Ο Θανάσης Σοφιανός και η ομάδα της Relevance επί τω έργω (Φωτο: Βαγγέλης Ζαβός)

line απ' ό,τι στην αγορά, ενώ το ίντερνετ έχει συνδέσει το όνομά του με τα οικονομικά προϊόντα, πράγμα που ενισχύει την αγορά. Όλοι οι δείκτες κινούνται ανοδικά σε σύγκριση με δύο χρόνια πριν. Αυτό βλέπουν οι εταιρείες, και επενδύουν ολοένα και περισσότερο στις διαδικτυακές πωλήσεις».

Γιατί Relevance;

Το όνομα της εταιρείας, το «**Relevance**» σημαίνει «**Συνάφεια**». Γιατί επέλεξε αυτό το όνομα; «**Στην αγορά υπάρχουν σοβαροί επαγγελματίες, που αντιμετωπίζουν με ευθύνη και σεβασμό τους πελάτες. Υπάρχουν όμως και πολλοί που βλέπουν την αγορά ευκαιριακά, χωρίς να έχουν σχέση με το αντικείμενο, οι οποίοι κάνουν αρπαχτές. Αποφασίσαμε να ονομάσουμε έτσι την εταιρεία, γιατί ο κάθε ένας που εργάζεται εδώ, εκτός από άψογο επαγγελματία, είναι και απολύτως σχετικός με τις ανάγκες του σύγχρονου μάρκετινγκ**», απαντά ο κ.

Σοφιανός.

Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν μεγάλη ευκαιρία για τις μικρές επιχειρήσεις που διαθέτουν περιορισμένους πόρους, σύμφωνα με τον ιδρυτή της Relevance. «**Στο Facebook ή το Instagram μπορεί κανείς εύκολα να προωθήσει τον εαυτό του ή το προϊόν του με ελάχιστα χρήματα, κάνοντας σωστή στόχευση στο κοινό που τον ενδιαφέρει**». Το 2016 τα έσοδα από πληρωμένη αναζήτηση ξεπέρασαν τα 75 δισ. δολάρια, ενώ τα social media έλαβαν κάτι λιγότερο από 30 δισ.

Η σχέση του με την Ηλεία

Ο Θανάσης Σοφιανός, μπορεί να γεννήθηκε στην Αθήνα, αλλά μέσα του νιώθει και είναι Ηλείος. Οι γονείς του, γεννήθηκαν και μεγάλωσαν εδώ (ο.σ.σ. στα Άσπρα Σπίτια ο πατέρα του, κοντά στην Καλλιθέα η μητέρα του). Η αγάπη των ιδίων για τον τόπο τους έκαναν και τα παιδιά τους – τον Θανάση και την

αδελφή του – να αγαπήσουν την Ηλεία. Ως παιδί, πέρασε όλα του τα καλοκαίρια εδώ και μεγαλώνοντας, παρά τις αυξημένες του υποχρεώσεις, μεταξύ Ελλάδας και εξωτερικού, πάντα βρίσκει χρόνο για να επισκέπτεται τον τόπο του. Λατρεύει την Ηλεία και πολύ συχνά θα τον συναντήσει κανείς να περπατά στους δρόμους της Αρχαίας Ολυμπίας, να απολαμβάνει το φαγητό του με φίλους στο Κατάκολο και τα μπάνια του στον Μπισχινοκάμπο της Ζαχάρως, στην παραθεριστική κατοικία της οικογένειας, το ψαυαστήριό του.

Ο Θανάσης Σοφιανός, είναι άνθρωπος χαμηλών τόνων. Η επιτυχία, δεν τον έχει «μεθύσει» και μάλιστα, μοιλονότι η εταιρία του ανεβαίνει διαρκώς, ο ίδιος εξακολουθεί να εργάζεται σκληρά. Αυτή η σκληρή δουλειά άλλωστε, έφερε την επιτυχία. Κι αυτό είναι το μήνυμα προς όλους.

Επιμέλεια Νάνσυ Σπυροπούλου
(n_spyropoulou@yahoo.gr)

(Από το αφιέρωμα της εφημ. «Καθημερινή»)

Εμπόριο από το Harvard University, αλλά και σημαντικά σεμινάρια στις Διεθνείς Σχέσεις και στο Διεθνές Εμπόριο, στην Ευρώπη, επιστρέφει – όπως πάντα ήθελε – στην Ελλάδα. Για πέντε ολόκληρα χρόνια εργάστηκε ως υψηλόβαθμο στέλεχος της ICAP, (ο.σ.σ. της μεγαλύτερης Ελληνικής εταιρείας παροχής εμπορικών και οικονομικών πληροφοριών, ερευνών αγοράς και

συμβούλων επιχειρήσεων στην Ελλάδα). Μαζί με την δημιουργία της online πλατφόρμας «**We Create Harmony**», η οποία προωθεί νέους σχεδιαστές μόδας σε διεθνές επίπεδο (που δημιούργησε με ένα ακόμα φίλο του), το 2013, ήρθε η «**Relevance**», με την διεθνή της διάκριση να αποτελεί φυσική συνέχεια και συνέπεια της σκληρής δουλειάς και προσπάθειας.

