

# Signature 40: brand és trade marketing menedzserek toplistája

Az idén először jelent meg a Signature 40, a brand és trade marketing menedzserek toplistája Vaszary Ádám és Nagy Márton ötlete alapján. A listára 158 ajánlás érkezett, akikből a legjobbakat találjuk a 40-es listán. Az idei díjátadás kapcsán beszélgettünk a két alapítóval. A projekt FMCG partnere és médiatámogatója a Trade magazin.

Az idei Signature 40 toplista résztvevőinek a szervezők az MMSZ Marketing Summiton gratuláltak és adták át az elismerő okleveleket. De kezdjük az alapoknál, ötlettől a megvalósulásig.

**Trade magazin** – *Mi adta az ötletet, hogy létrehozzátok a Signature 40 listát?*

**VÁ:** – Mi magunk is azt tapasztaljuk, hogy ebben a rendkívül izgalmas és változatos kihívásokban teli szakmában, amit marketingkommunikációnak hívunk, erőteljes igény van a sikerekre, visszacsatolásra a pozitív megerősítésekre. Gondoljunk csak arra, hányféle versenyen tudnak megmérkőzni évről évre a legjobb projektek. Ezek kiváló lehetőséget adnak az ünneplésre, de lássuk be, főként az ügynökségi oldal szereplőinek és egy-két jól forgó megbízói oldali szakembernek. És bár igaz, hogy van már elismerési platformja a marketing-döntéshozóknak, viszont már néhány éve bontakozik bennünk az a gondolat, hogy van egy meglehetősen masszív réteget képviselő szakemberkör, amelynek ez ritkán adatik meg. Pedig az operatív és taktikai sikerek pont hogy az ő munkájuktól



**Vaszary Ádám**  
ügyvezető  
Positive Adamsky

függ jelentős részben. Ezért hívtuk életre a platformot.

**Trade magazin** – *Mi a projekt célja rövid és hosszú távon?*

**NM:** – Nem titkolt szándékunk, hogy a Signature 40 egyfajta talentlistaként működjön a jövőben. Egy olyan hiteles platformként, ahol évről évre felbukkan az a szakemberek, akik előbb-utóbb marketing-döntéshozóként is emelhetik a szakma ázsíóját. Azonban nem szeretnénk mindenáron egy „utódlási rangsort” építeni. A Signature státuszban pontosan ugyanolyan fontos – és az idei évben hangsúlyosan így is jelent már meg –, hogy azok a szakemberek is rendszeres elismerésben részesüljenek, akiknek nincs ambíciójuk vagy akár lehetőségük vezető döntéshozói státuszba lépni, de tartósan magas szintű szakmai munkát tesznek le az asztalra.

**Trade magazin** – *Az ajánlási rendszer mennyire érte el a kívánt célt?*

**VÁ:** – Nem szeretnénk szerénytelennek tünni, de úgy látjuk, az ajánlási rendszerrel valami különleges szellemet engedünk ki a palackból. Hosszú ideig a megoldás egyfajta elegáns jogi és le-

2022



bonyolítási praktikumnak tűnt. Hiszen GDPR-oldalról is igazolnunk kell tudni a kapcsolatfelvételeket, de célja volt a tényleges szakemberek felkutatása is, mert sokkal könnyebb akár csak közösségimédia-oldalakon is egy-egy top szervezet marketing-döntéshozóját megtalálni, mint az osztályon munkát végző menedzsereket.

**NM:** – Mindez végül a gyakorlatban viszont azt jelentette, hogy már maga az ajánlás ténye is egyfajta kellemes elismeréssé és visszacsatolássá vált ajánló és ajánlott számára egyaránt. Nem túlzok, ha azt mondom extrém mennyiségű pozitív visszacsatolás jutott el hozzánk mindkét oldalról, hogy mennyire jól esett már csak ez a momentum a szakembereknek. Ez is mutatja, mennyire ki vagyunk éhezve az elismerésekre.

**Trade magazin** – *A zsűrizés menete elég komplex, mit emelnél ki belőle mint legfontosabb elemeket?*

**VÁ:** – Elsőre lehet, annak tűnik, de a valóságban mégsem érződött nehéznek. Már csak azért sem, mert kiválóan megugrották a jelöltek. Nagyon törekednünk kellett arra, hogy a lehető leginkább objektív elemek mentén döljön el

a rangsor és a talentlista mellett a szakemberlista státusz is le tudjon jönni belőle. Talán, amit kiemelnék, az a kreatív innováció szerepe a pontozásban. Itt ugyanis széles körben kaptunk és el is tudunk fogadni olyan megoldásokat is, amelyek például nem reklámversenyek eredményei, hanem egy szervezeten belül megvalósított belső projektek vagy sikeres kampányadaptációk voltak például.

**Trade magazin** – **A jelöltek mennyire adtak nehéz feladatot a zsűrinek, milyen szegmensekből érkeztek?**

**NM:** – Már ez az első, pilotnak is nevezhető év is kiemelkedő sikernek örvendett, ugyanis 95 szervezettől érkező 158 ajánlásból tudtuk kiválasztani a top 40-et. Nagy boldogsággal töltött el bennünket, hogy a telekommunikáció, a pharma és az építőipar mellett széles körben megjelent az FMCG-szektor is. Még okoz némi fennakadást, hogy marketingvezetőket nem listáz a platform, az előszűrés és a zsűrizés alatt is sajnos kellett kivenünk ilyen jelölteket, de bízunk benne, hogy az évek előrehaladtával ez teljesen

egyértelmű lesz majd a projekttel kapcsolatban.

**Trade magazin** – **Az idén induló tapasztalatok alapján a jövő évi verseny tartogat-e majd bármi újítást?**

**VÁ:** – Rengeteg újítással készülünk! A terveink között szektortematikus listák, többszörösen átgondolt kritériumrend-

szer és egy, a jelenlegi keretknél lényegesen nagyobb ívű díjátadó is szerepel. **NM:** – Fontos még, hogy az idén biztosított 1 hónapos ajánlási időszakot sokszorosára tervezzük bővíteni. Ezzel is segítve a lista szereplői körének tágítását és az ajánlottak számának növelését, mert megérésünk szerint jó sokan vannak még a piacon, akik elismerésre érdemesek. //

**Signature 40: Brand and trade marketing manager ranking**

*This year is the first that Signature 40, the ranking of brand and trade marketing managers is published, based on the idea of Ádám Vaszary and Márton Nagy. No less than 158 recommendations were sent in for the list, and the best ones made it to the top 40. Our magazine – the project's FMCG partner and media supporter – interviewed the two founders.*

*Mr Vaszary talked to us about the strong need for the feeling of success and feedback in general in the marketing communication profession – this is what gave the idea for the ranking. Mr Nagy said they*

*want Signature 40 to work as a ranking of talents in the future, being a credible platform where these professionals show up ever year who can soon become marketing decision-makers. Ádám Vaszary: "In its evaluation, the jury panel also focused on the role of creative innovation, as this made it possible to accept solutions that didn't win awards in competitions, but were good examples of successful in-house projects or campaign adaptations."*

*Márton Nagy: "We selected the top 40 from 158 managers nominated by 95 organizations. It was really great to see that besides the telecom-*

*munication, pharmaceutical and building sectors, the world of FMCG was also represented among them."*

*The organisers are preparing for next year's Signature 40 with many new features, such as sector-specific rankings, a reviewed set of criteria and a much bigger award ceremony – this year the winners received their awards at the Marketing Summit of the Hungarian Marketing Association (MMSZ). Another change will be that instead of this year's 1-month recommendation period, much more time will be available for entering next year's Signature 40. //*



Az első Signature 40 toplista dobogósainak gratulálnak a díjátadón az alapítók. Első helyezett Barna Péter (Magyar Telekom), második helyezett Salem Dániel (Heineken Hungária), harmadik helyezett Bölöni Olga (Yettel Magyarország). Gratulálunk!

**A 2023. ÉVI VERSENYBE MÁJUSTÓL LEHET MAJD AJÁNLÁSOKAT KÜLDENI, ÉS MEGNYÍLNAK A KATEGÓRIÁK IS:**

- Signature Trade (trade marketing menedzserek),
- Signature Brand (márkamenedzserek),
- Signature Telco (telekommunikáció),
- Signature Pharma (pharma szektor),
- Signature FMCG (fmcg lista),
- Signature PR (kimondottan kommunikációs szakemberek),
- Signature SME (KKV marketingszakemberek),
- Signature Hungary (kimondottan magyar márkákon dolgozó szakemberek).

A Signature 40 pedig ezen listákon abszolút legtöbb pontszámot kapó szakemberek rangsora lesz.

A díjátadó gálára a Marketing Summit keretein belül 2023 szeptemberében kerül majd sor.

**A Signature 40 és a Trade magazin 2023-ban is folytatja együttműködését!**

# Signature 40 kuratóriumi tagok



**Hermann Zsuzsanna**

ügyvezető-főszerkesztő  
Trade magazin  
Delegált Kuratórium tagja,  
Trade magazin-delegált



**Kovács András Péter**

segment marketing-  
communication lead  
Magyar Telekom  
Delegált Kuratórium tagja,  
MMSZ-delegált



**Nagy Márton**

creative managing  
partner  
Positive Adamsky  
Szakmai Kuratórium tagja,  
Signature 40 alapító



**Sztaniszláv András**

ügyvezető/MPRSZ elnök  
PersonaR  
Delegált Kuratórium tagja,  
Magyar PR Szövetség-delegált



**Vaszary Ádám**

ügyvezető  
Positive Adamsky  
Szakmai Kuratórium tagja,  
Signature 40 alapító



**Horváth Rita**

chief of media  
Publicis Groupe Hungary  
Delegált Kuratórium tagja,  
M+ Lista Top Médiaügynökség-  
delegált



**Kovács Levente**

kreatívigazgató / Reklám-  
történet, alapító  
White Rabbit  
Delegált Kuratórium tagja,  
M+ Lista Top Kampány-delegált



**Ritter Tamás**

tulajdonos  
Marketing & Media,  
Delegált Kuratórium tagja,  
Marketing & Media-delegált



**Törös Balázs**

kommunikációs  
tanácsadó és  
tartalomgyártó  
Szakmai Kuratórium tagja



**Klenovszki János**

ügyvezető  
NRC  
Szakmai Kuratórium  
tagja



**Marosi Gergő**

chief creative officer  
Mito  
Delegált Kuratórium tagja,  
M+ Lista Top Ügynökség-  
delegált



**Szalkai Réka**

marketingigazgató  
Mastercard  
Szakmai Kuratórium tagja



**Varga Gábor Zoltán**

chief client officer /  
MAKSZ alelnök  
Publicis Groupe Hungary  
Szakmai Kuratórium tagja

## Signature 40 nyertesei

	Név	Szervezet	Márka	Pozíció
1	<b>Barna Péter</b>	Magyar Telekom	Telekom	szegmenskommunikációs- vezető
2	<b>Salem Dániel</b>	Heineken Hungária Zrt.	Heineken (Original, 0,0%, Silver), Soproni (Klasszikus, Óvatos Duhaj, Radler), Gösser (Premium, NaturZitrone), Arany Fácán, Steffi, Desperados, Birra Moretti, Edelweiss, Mort Subite	national trade marketing manager
3	<b>Böloni Olga</b>	Yettel Magyarország Zrt.	Telenor/Yettel	brand group manager
4	<b>Kis Dániel</b>	Heinemann Testvérek Kft.	Jim Beam, Maker's Mark, Roku (Beam Suntory portfolio)	trade marketing manager (HoReCa&Retail)
5	<b>Metykó Zsófia</b>	Yettel Magyarország Zrt.	Yettel.	consumer mobile segment group manager



6	<b>Kiss Bettina</b>	Berlin-Chemie/ A. Menarini Kft.	Prostamol, Ketodex, Anaftin, Ibustar	senior brand manager
7	<b>Jakus Melinda</b>	Coca-Cola HBC	Monster Energy, Burn Energy	portfolio development lead
8	<b>Lénárt Mária</b>	SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.	SPAR	hűségpromóciók manager
9	<b>Füleki Erik</b>	Dreher Sörgyárak Zrt.	Asahi, Peroni, Viper	brand manager
10	<b>Dankó Áron</b>	Globus Konzervipari Zrt.	Globus	regionális márkamenedzser, Kelet-Közép-Európa
11	<b>Zahovay-Kovács Barbara</b>	Rossmann Magyarország Kft.	Rossmann	social media koordinátor
12	<b>Lovász Dóra</b>	Dreher Sörgyárak Zrt.	Pilsner Urquell, Kozel, Peroni, Asahi, ANTL, Viper, Dreher, Arany Ászok, Kőbányai	trade marketing manager
13	<b>Szabó Viktória</b>	Johnson & Johnson Kft.	o.b., Carefree, Neutrogena, Johnson's, bebe, Clean&Clear	senior brand & shopper activation manager
14	<b>Herenyik Györgyi</b>	KÉSZ Group	KÉSZ GROUP (KÉSZ Metaltech, bim.GROUP)	szegmensmarketing vezető
15	<b>Zámbó Szabina</b>	K&H Bank Zrt.	K&H	marketingkommunikációs menedzser
16	<b>Vorigin Dóra</b>	Auchan Magyarország Kft.	Auchan Magyarország	külső kommunikáció manager
17	<b>Pál Kinga</b>	SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.	INTERSPAR	POS manager
18	<b>Bérczi Boglárka</b>	Tesco	Tesco	brand&digital manager
19	<b>Fábián-Antal Annamária</b>	Budapest Airport Zrt	Budapest Airport	kereskedelmi és arculat marketing menedzser
20	<b>Csabai Tünde</b>	Szentkirályi Magyarország Kft.	Szentkirályi Ásványvíz	senior brand manager
21	<b>Halász Adrienn</b>	BioTechUSA	BioTechUSA	senior vállalati kommunikációs és CSR menedzser
22	<b>Pivarcsi Bianka</b>	Budapest Airport Zrt.	Budapest Airport	retail marketing menedzser
23	<b>Rosta Zita</b>	Henkel Magyarország Kft	Perwoll	jr. brand manager
24	<b>Barta Emese</b>	OTP Bank	OTP	vállalati és márka product owner
25	<b>Vecsei Márton</b>	HELL Energy	XIXO és SWISS Laboratory	senior brand manager
26	<b>Müller Zita</b>	Maresi Foodbroker Kft.	Bertolli, Tante Fanny, Tabasco, Maresi, Shan'shi, Knabber Nossi, Tetesept	brand manager
27	<b>Olvasztó Dóra</b>	Royal Canin (Mars Petcare)	Royal Canin	digital brand executive HU/ GR/BG
28	<b>Bogár Tünde</b>	FÁÜ Zrt.	Lay's és Cheetos	senior brand manager
29	<b>Draskovich Renáta</b>	ORBICO Hungary Kft.	Multiple ( többek között Braun, Lavazza, Lipton, Pringles, Kelloggs)	category manager team leader
30	<b>Budavári Csilla</b>	Szentkirályi Magyarország	Szentkirályi, Pepsi, Schweppes, Lipton, Theodora, San Pellegrino	trade marketing manager
31	<b>Kocsis Zita Brigitta</b>	Kéri Pharma Hungary Kft.	Dimotec, Movex, Fluimucil, MeteoSpasmyl	brand manager
32	<b>Bedő Hajni</b>	Cerbona Élelmiszeripari Kft.	Cerbona	marketing manager
33	<b>Köbli Hanna</b>	Patika Management Kft.	Alma Gyógyszertárak	online marketing manager
34	<b>Ádám Dóra</b>	Budapest Airport Zrt.	Budapest Airport Zrt.	retail marketing specialist
35	<b>Guba Eszter</b>	Henkel Magyarország Kft.	Bref	assistant brand manager
36	<b>Szajkó Csenge</b>	Egis Gyógyszergyár Zrt.	Reparon márkacsalád	brand manager
37	<b>Besznyák György</b>	Szerencsejatek Zrt.	Ötöslottó és lottótermékek	senior marketingszakértő
38	<b>Janositz Johanna</b>	CCC	CCC	marketing manager
39	<b>Kovács Barnabás</b>	Sandoz	Diclac Dolo	OTC product manager
40	<b>Rossi Claudia Maddaléna</b>	Henkel Magyarország Kft.	Ask Team Clean HU	digital marketing manager

# A 40-es lista FMCG résztvevői

## #2 Salem Dániel

Salem Dániel közel hét éve innovációs brand managerként kezdett a Heineken Hungária Zrt.-nél, ahol több kereskedelmi pozíció betöltése után, 2019 óta national trade marketing manager a cégnél. Olyan, hazai sörpiacot meghatározó márkákon dolgozik, mint a Heineken, Soproni, vagy éppen a Gösser. Csapatával a vállalat teljes portfóliójának retail és horeca csatorna stratégiájáért és aktivitásáért felel. Vezetésével az FMCG-piacon mérvadó, Advantage riport alapján az italos beszállítók rangsorában a Heineken 2021-ben első helyen végzett shopper/trade marketing kategóriában.

Munkájának egyik fontos eleme a fenntarthatóság, amelynek eredményeképpen a sörgyártók közül elsőként a törvényi szabályozás előtt hagyta el a műanyag poharak vendéglátóhelyekre való eljuttatását, több POS-anyagot 100%-ban újrahasznosított PET-ből készültre cserélt le a cég. //



### #2 Dániel Salem

*Dániel Salem has been national trade marketing manager of Heineken Hungária Zrt. since 2019. He works with top brand such as Heineken, Soproni and Gösser. Sustainability is an important element in his work. //*

## #4 Kis Dániel

Kis Dániel a Heinemann Tesvérek Kft. trade marketing managereként a Jim Beam, Maker's Mark, Roku márkák, vagyis a Beam Sunstory portfóliójáért felel. A Jim Beam évek óta az egyik legmeghatározóbb szereplője a magyarországi spiritpiacnak. Kiemelten fontos számára, hogy az általa gondozott márkával és kommunikációjával azonosulni tudjon, hiszen így tud a szakmai kihívásokkal elhivatottan szembenézni. Integrált kampányait évről évre rangos szervezetek díjazzák, retail és horeca kategóriákban. Számos elismerés mellett a Jim Beam & Tankcsapda promócióját a legjobb CSR-promóciónak járó különdíjjal is jutalmazta a Trade magazin 2021-ben. Az előző üzleti évben trade marketing manageri KPI terveit kiemelkedően megvalósította. //



### #4 Dániel Kis

*Dániel Kis works as trade marketing manager of Heinemann Tesvérek Kft., taking care of brands like Jim Beam, Maker's Mark, Roku or the Beam Sunstory portfolio. His integrated campaigns have won prestigious awards throughout the years, in the retail and HoReCa categories. //*

## #6 Kiss Bettina

Kiss Bettina, ahogy a gyógyszeripar különböző szektorában, úgy a marketing több területét érintve is letette már a védjegyet karrierje során. Jelenleg senior brand managerként a Berlin-Chemie három márkáján – Prostatamol Uno, Anaftin és Ketodex – dolgozik egyszerre. Az elmúlt évek számaival tekintve mindhárom márka népszerűsége és kereslete növekedett, sőt! A vállalat első számú, vény nélkül kapható terméke, a Prostatamol Uno kapcsán 2020-ban Marketing Diamond Awards díjat vehettek át (egy tematikus, apák napi aktivitás kapcsán).

Bettina motiváló hozzáállása és sokéves tapasztalata is hozzásegítette, hogy a Prostatamol Uno a top márkák között foglaljon helyet. //

### #6 Bettina Kis

*Senior brand manager Bettina Kiss works with three Berlin-Chemie brands at the moment: Prostatamol Uno, Anaftin and Ketodex. In 2020 she received the Marketing Diamond Award, for the campaign she had done for the OTC product Prostatamol Uno. //*



## #7 Jakus Melinda

Több betöltött pozíciója után Jakus Melinda jelenleg két, piacvezetői élményben lévő márka marketingjével foglalkozik a Coca-Cola HBC-nél. Az öt éve során számtalan márka (például Fanta, Fuzetea vagy éppen a Cappy) termékbevezetése és brandinnovációja tartozott a munkaköréhez. Jelenleg pedig portfolio development leadként – korábbi megnevezés szerint shopper marketing managerként – a Monster Energy és a Burn Energy energiaital kategóriák felelősévé vált.

A kimagasló alkalmazkodóképessége, valamint a fejlődés és tanulás iránti vágya miatt több sikeres promóció is Melinda nevéhez köthető – és alighanem lesz majd köthető a későbbiekben is. //

### #7 Melinda Jakus

*Currently Melinda Jakus is portfolio development lead (this position used to be called shopper marketing manager) at Coca-Cola HBC, doing the marketing for two leading energy drink brands, Monster Energy and Burn Energy. //*



## #8 Lénárt Mária

Jogfolytonosan a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.-nél dolgozó Lénárt Mária már több mint 20 éve csatlakozott a céghez. Ez alatt az idő alatt először asszisztensként, majd marketingmunkatársként helyezkedett el rendezvényszervezés, valamint in-store és outdoor területeken.

A hűségakciók szervezéséért és egyben lebonyolításáért 11 éve felel – kezdetben csoportvezetőként, majd az idei évtől a marketingosztályon történt szervezeti változásoknak köszönhetően hűségpromóció-menedzserként. Ezen időszak alatt több száz márkán volt lehetősége dolgozni. Mária menedzseri befolyása és egyben márkahűsége révén a SPAR – mint az egyik vezetői brand – pontosan ezek miatt is tekinthető sokszínűnek és egyben innovatívnak. //



### #8 Mária Lénárt

*Mária Lénárt joined the ranks of SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. more than 20 years ago. As loyalty promotions manager, she has been responsible for loyalty campaigns for 11 years. In this period she worked with several hundred brands. //*

## #9 Füleki Erik

Két éve már annak, hogy Füleki Erik a Dreher Sörgyárak brand marketing csapatát erősíti. Szaktudása és egyben talpraesettsége miatt nem kevesebb mint három márkáért is felelős. A Peroni és az Asahi, vagyis a nemzetközi sörök közkedvelt márkái, a cég szuperprémium portfóliójának kiemelt

fontosságú termékei. A Viper pedig az új, hard seltzer kategória éllovasává vált Magyarországon. Erik szakmai munkáját az innovatív gondolkodás, a megvalósítás, illetve a trendek folyamatos nyomon követése szövi át, aminek köszönhetően számos elismerést is szerzett az évek során. Brand manageri pozíciója alatt, az elmúlt évet tekintve, márkái jelentős növekedést értek el az előző időszakhoz képest. //

### #9 Erik Füleki

*Erik Füleki has been brand manager at Dreher Breweries for 2 years. Peroni and Asahi beers, plus hard seltzer brand Viper belong to him. Erik's work is characterised by innovative thinking and implementation, and the constant monitoring of the latest trends. //*





## #10 Dankó Áron

Dankó Áron csatlakozása a Globus Konzervipari Zrt.-hez egyszerre vonta magával a cég marketingkultúrájának újjáélesztését is. A 2017-ben márkame nedzserként, majd két évvel később már regionális márkame nedzserként dolgozó Áron 19 országot fed le munkája során – beleértve természetesen Magyarországot is.

Idehaza a Globus zöldségkonzervek évről évre nagyobb népszerűségnek örvendenek az eladási számokat tekintve. A cég egységesített márkakommunikációja és új, marketinges iránya nem csupán az árbevétel, hanem a márkaismertség alapján is több mint gyümölcsöző döntésnek bizonyult. Az olyan bevezető kam-



pányt látva, mint amilyen a Globus Vital kiterjesztett valóságú nyere ményjátéka is volt, kíváncsian várjuk az újabb, meglepő megoldásokat a márkával kapcsolatban. //

### #10 Áron Dankó

*Áron Dankó is regional brand manager of Globus Konzervipari Zrt., whose work covers no fewer than 19 countries. It was his idea to do an augmented reality prize game as part of the launch campaign for Globus Vital. //*

## #11 Zahovay-Kovács Barbara



Social media koordinátor szerepét tekintve Zahovay-Kovács Barbara minden lehetőséget megragad, hogy új és új ajtókat nyithasson a márka számára. A Rossmann Magyarország Kft. keretein belül nagy figyelmet fordít a blogfelületnek, valamint a közösségi média/YouTube platformoknak egyaránt. Barbara irányítása alatt a szakértői blogposztok – amelyek során külön kategóriákra lebontott beszámolókat olvashatunk például Stahl Judittól vagy éppen Lilutól – könnyen kezelhető, konverziós megoldásként jelennek meg a Rossmann márkafelületeit érintve. Az új trendek felé való nyitottság (kezdve a sort a Rossmann Magyarország TikTok csatornájával, ahol pár hónap alatt közel 30 ezer követőt számlál a csatorna) pedig egyszerre szólítja meg a

fatalabb közösséget és teremt új eléréseket is a cég számára. //

### #11 Barbara Zahovay-Kovács

*Rossmann Magyarország Kft.'s social media coordinator Barbara Zahovay-Kovács grabs every opportunity to open new doors for the brand. She is in touch with the latest trends: Rossmann Magyarország's TikTok channel acquired almost 30,000 followers in just a few months. //*

## #12 Lovász Dóra

A több mint 10 éve dreheres színekben dolgozó Lovász Dóra három éve került trade marketing manageri pozícióba. Jelenleg a Dreher Sörgyárak on-trade és egyben hagyományos, off-trade csatornáinak menedzselése tartozik a kiemelt feladatai közé. A jól ismert, klasszikus magyar márkák – mint a Dreher, a Kőbányai, az Arany Ászok vagy éppen az ANTL – mellett olyan világszerre közkedvelt brandek is a trade marketing felelősségi körébe tartoznak, mint a Pilsner Urquell, a Peroni, az Asahi avagy a Viper. Dórát többéves szakmai tapasztalata, az ügyfelek iránti és egyben a márkákhoz fűződő elhivatottsága is segíti abban, hogy értékteremtő és magas színvonalú promóciókat szervezzen, valamint hogy mindig nyitott legyen a folyamatos fejlődésre. //

### #12 Dóra Lovász

*Dóra Lovász has been trade marketing manager of Dreher Breweries for 3 years, but she is now a member of the Dreher team for more than 10 years. She manages the on-trade and off-trade channels of Dreher's Kőbányai, Arany Ászok, ANTL, Pilsner Urquell, Peroni, Asahi and Viper brands. //*



## #13 Szabó Viktória

Szabó Viktória többéves utat és több beosztási szintet is bejárt már a Johnson & Johnson Kft.-nél. A mostani pozícióját több mint 1 éve érte el, és azóta dolgozik senior brand és shopper activation managerként. Az elmúlt 6 évben a cég összes márkája megfordult már a keze alatt, kezdve az Imodiummal és Nicorette-tel, a Listerine-en, o.b.-n és a Carefree-n át, egészen a Neutrogenáig.

Az utóbbi brand amiatt is tekinthető fontosnak, mert egy külön nagyköveti program is kapcsolódik hozzá – Viktóriának köszönhetően. A program során sarkalatos szempont volt többek között a márkaismertség növelése, valamint a sztárok helyett a mindennapi ember középpontba helyezése. A fogyasztói visszajelzések és az elért számok alapján ez a Neutrogena nagyköveti program több mint sikeresnek könyvelhető el. //

### #13 Viktória Szabó

*Viktória Szabó has been with Johnson & Johnson Kft. for several years, and for more than 1 year as senior brand and shopper activation manager. She has created a highly successful ambassador programme for the company's Neutrogena brand. //*



## #16 Vorigin Dóra

Vorigin Dóra pályafutása során egyaránt kipróbálhatta magát az ügynökségi és az ügyféloldalon is. A kommunikációs szakmában eltöltött 8 éve után nemcsak a szektorok belső működési elveit látja át, hanem a munkafolyamatok milyenségét is ismeri. Két éve került az Auchan Magyarországhoz, ahol jelenleg külső kommunikációs managerként dolgozik. Munkája során elsősorban a sajtókommunikációs feladatokat látja el, kiemelt témaként kezelve a vállalat fenntarthatósági és CSR-tevékenységét. //



### #16 Dóra Vorigin

*Dóra Vorigin has been Auchan Magyarország's external communications manager for 2 years. She is primarily responsible for press communications, focusing on the company's sustainability and CSR work. //*

## #17 Pál Kinga

Pál Kinga 15 éven keresztül vezette sikerrel az egyik legnagyobb hazai kiskereskedelmi lánc, a SPAR cégcsoport in-store kommunikációs csapatát. Idén év elején új feladatot kapott: a 2022-ben különálló márkaként megjelenő INTERSPAR hálózat POS managerének nevezték ki. Munkáját évről évre díjakkal honorálják a szakmai szervezetek: tavaly például a 12. magyar POPAI Awards POP verseny „Speciális nem tartós” kategóriájának első két helyezését is begyűjtötték csapatával a „SPAR Szeretem tej – SR21 hűtős dekor”, valamint a „SPAR – SR21 almale polckapu padlómatricával” kreatív eladáshelyi reklámmegoldásokkal. //

### #17 Kinga Pál

*After 15 years, Kinga Pál was offered a new job by her employer, SPAR: she became POS manager of the INTERSPAR network. Last year she and her team won both the gold and the silver medals in the "special temporary" category of the POPAI Awards POP competition. //*





## #18 Bérczi Boglárka

Már közel két évtizede, hogy Bérczi Boglárka építeni kezdte karrierjét a Tesco kötelékében – hűsége mind a mai napig kitart. Az évek során folyamatosan haladt felfelé a vállalati ranglétrán, öt különböző beosztási szinten és hat év közép-európai brand, majd médiavezetői pozíciók után tért vissza 2021-ben a magyar márkakommunikáció élére. Az egyik leg-rangosabb magyar szakmai versenyen, az Arany Pengén több általa irányított kampány is kiemelkedő sikereket ért el, pl. 2014-ben a „Nézzén friss szemmel a Tescóra” promóciós film arany díját.

Jelenleg legnagyobb szakmai kihívásának azt tartja, hogyan lehet a hagyományos brand- és médiamegoldásokat új szintre emelni a digitális térben. //

### #18 Boglárka Bérczi

*Boglárka Bérczi has been loyal to Tesco for more than two decades. At the moment she works as country brand manager, and she considers it her biggest professional challenges to take traditional brand and media solutions to a new level in the digital domain. //*



## #20 Csabai Tünde



Tünde 1 éve dolgozik a Szentkirályinál senior brand managerként a cég abszolút zászlóshajó, piacvezető lovebrandjén, a Szentkirályi Ásványvízen. A szegmens nem ismeretlen számára, ugyanis előtte a DP Drinksnél építette karrierjét, ahol a Bacardi, Martini, Bombay, Grey Goose és Patrón márkákon dolgozott először brand managerként, majd group brand managerként. A „Bacardi X Elrow” Balaton Sound VIP megjelenésével 2019-ben aranyat is nyert az RGB designversenyen. //

### #20 Tünde Csabai

*Tünde Csabai has been senior brand manager of Szentkirályi's flagship product, Szentkirályi mineral water. In the past she used to work for DP Drinks, representing the Bacardi, Martini, Bombay, Grey Goose and Patrón brands. //*

## #21 Halász Adrienn



Adrienn közel 1 éve dolgozik a BioTechUSA-cégcsoportnál senior vállalati kommunikációs és CSR-menedzszerként. Munkája során nemcsak a cégcsoport számos külső kommunikációs kampányáért felel, de a BioTechUSA és a Scitec Nutrition márkák integrált imázsépítő projektjeiben is részt vesz.

A szakember ügynökségi oldalról érkezett, ahol közel 10 évet töltött menedzser és közpvezetői pozíciókban, így az ott megszerzett tapasztalatát és tudását ügyféloldalon is megfelelően kamatoztatni tudja. Ez azért is tökéletes mix and match, mivel a BioTechUSA-nál számos saját, in-house ügynökségi osztály dolgozik. A jó tapasztalat kifizetődő, ugyanis idén a BioTechUSA „Lifestyle Day – Együtt az endometriózisért!”, valamint „PR és hírnévmenedzsment CSR stratégia kialakításával” kampánya egyaránt döntőbe jutott a PREXA PR versenyen. //

### #21 Adrienn Halász

*Adrienn Halász has been senior corporate communications and CSR manager of the BioTechUSA group for nearly a year. She isn't just responsible for several external communication campaigns, but also for the integrated image building of the BioTechUSA and Scitec Nutrition brands. //*

## #23 Rosta Zita

Rosta Zita 3 év alatt járta be az utat a trade marketingtől a brand marketingig. Pályafutását a Reckitt Benckisernél kezdte, ahol sales assistant, brand & trade coordinator és junior trade manager pozíciókban építette márkáit és karrierjét, mielőtt átült volna a Henkel csapatába.

Jelenleg a Perwoll, Silan és K2r brandek tartoznak hozzá. Eddigi pályafutása során különösen büszke a 2021-es Perwoll kapszula bevezetésére: a 360°-os kampány, és számos extra támogatás eredményeképpen az új szegmens a márkán belül megközelíti a legfőbb versenytárs kapszuláinak piacrészsztintjét. //

### #23 Zita Rosta

*Zita Rosta went from being in trade marketing to brand marketing in just 3 years. At Henkel she takes care of the Perwoll, Silan and K2r brands. She is proud of the highly successful 360° launch campaign of the Perwoll capsule back in 2021. //*



## #25 Vecsei Márton

Mielőtt Vecsei Márton két éve megkapta volna a kinevezését a HELL Energy csapatában, öt évig a Heineken Hungáriánál, majd ezt követően a BMW Groupnál építette szakmai tudását, és fejlesztette magát senior brand managerre. 2020-ban felkérték a XIXO márka vezetésére, majd 2022-től a SWISS vitaminitalmárkát is a szárnya alá vette, ezzel pedig megalakult a soft drink brands csapat a HELL Energy cégcsoporton belül az irányítása alatt. Tevékenysége nem korlátozódik Magyarországra, feladatai közé tartozik a nemzetközi márkakoordináció is.

Vecsei Márton nevéhez kapcsolódik a XIXO márka újrapozicionálása, az Ice Tea portfólió redesign és relaunch kampányának megszervezése, amely jelentős volumen- és piacrésznövekedést is eredményezett a márka számára, valamint a XIXO Tutti Fruity termékbevezetése 2021-ben, amelylyel 2022-ben sikeresen megszorongatták a kiskiszereléses kategóriát vezető nemzetközi márkákat. //



### #25 Márton Vecsei

*In 2020 HELL Energy had asked Márton Vecsei to lead the XIXO brand, and in 2022 he also took the SWISS vitamin drink brand under his wings. His tasks include international brand communication. He has repositioned the XIXO brand and organised the redesign and relaunch campaign of the Ice Tea portfolio. //*

## #26 Müller Zita

Müller Zita az ország legsokoldalúbb márkaismerettel rendelkező brand managerei közé tartozik: a Maresi Foodbroker Kft. disztribútornál hozzá tartoznak a Bertolli, Tante Fanny, TABASCO®, Maresi, Shan'shi, Knabber Nossi és Tetesept márkák is. Pályafutását trade marketingesként kezdte a Zwack Unicum Nyrt.-nél, onnan ült át a Maresi Foodbroker Kft.-hez 2019-ben. A Bertolli, Tante Fanny, Maresi és Shan'shi márkákat kezdte őta menedzseli, utána került hozzá a TABASCO® és a Tetesept. A következő márka a már egyébként is széles portfólióban a Knabber Nossi volt, amelyet az ő irányításával vezettek be a piacra, végezetül pedig 2021-ben megkapta a Bertolli szószainak képviselőit is.

A Müller Zita által szervezett Shan'shi Expedíció kampány 2019-ben ezüstöt ért a Hipnózis versenyén, ezt követően pedig 2021-ben a márka fennállása óta először Magyarországon forgattak hozzá TV spotot. Említésre méltó eredménye még a Bertolli és Tefal immár második éve megrendezett promóciója, valamint az, hogy a Nők Lapja Food Awards 2022 szavazásán mind a Bertolli, mind a Tante Fanny első helyezett lett a saját kategóriájában. //

### #26 Zita Müller

*Brand manager Zita Müller has one of Hungary's most diverse brand knowledge. At Maresi Foodbroker Kft. she works with the Bertolli, Tante Fanny, TABASCO®, Maresi, Shan'shi, Knabber Nossi and Tetesept brands. In 2019 her Shan'shi Expedition campaign won silver medal in the Hipnózis competition. //*



## #27 Olvasztó Dóra

Olvasztó Dóra átfogó szakmai ismereteit széles körű tapasztalatának köszönheti. A Mars Inc. csoportjához tartozó Royal Caninhez 2015-ben csatlakozott. Először trade marketing specialistként tevékenykedett, majd digital & trade marketing specialist lett belőle, jelenlegi titulusa pedig brand executive. A magyar mellett a görög és a bolgár piac is alá tartozik.

Kreatív innováció szempontjából 2021 volt Olvasztó Dóra számára a legmozgalmasabb év. Munkája nyomán elindult a My Royal Canin digitális platformja hűségprogrammal, állat- és gazdiadatbázissal, amely mind elérés, mind konverzió tekintetében felülteljesítette a célokat. Szintén

abban az évben vezényeltte le a folyamatos élő jelentkezést az Európa Kutya kiállítás Budapestről, amely ismét csak felülteljesített a stream elérését, nézőszámát, és a közreműködő influencer, Stohl András elérését illetően. 2021-ben indult el a Royal Canin kölyökmacska- és kölyökkutya-kezdő-csomagja friss gazdiknak – mondanunk sem kell, az eladások itt is a vártnál jobb számokat hoztak. //



### #27 Dóra Olvasztó

*Dóra Olvasztó started working for Mars Inc. group member Royal Canin in 2015. She fills the brand executive position, covering the markets of Hungary, Greece and Bulgaria. In 2021 she launched the My Royal Canin digital loyalty platform. //*

## #28 Bogár Tünde



Bogár Tünde piacutató elemzőként kezdte karrierjét a Nielsennél, mielőtt átült a Storckhoz másfél évre export brand managernek. Innen ment át a Reckitt Benckiser „hygiene home” termékekkel foglalkozó divíziójához, ahol két évet töltött el. A Reckitt kötelékében Bogár Tünde tető alá

hozta a „Nincs tisztább a gyermeki örömnél” kampányt a Vanish számára, amelyet bronz díjjal jutalmazott az Effie zsűrije. Egy évvel később átigazolt a FÁÜ Zrt.-hez, ahol a Cheetos és Lay's márkák kerültek a hatáskörébe. Itt megkapta előléptetését, így a karrierje kezdetétől számítva három beosztási szint meglépésével elérte a senior brand manager pozíciót, amelyben ma is tevékenykedik.

Munkájának mércéje a nettó bevétel és a piaci részesedés, amelyeket tekintve a legutolsó üzleti év a KPI-ok felülteljesítésével zárult. //

### #28 Tünde Bogár

*Tünde Bogár works at FÁÜ Zrt. as senior brand manager, where the Cheetos and Lay's brands are under her leadership. She measures the success of her work by net sales revenue and market share, in terms of which the last financial year ended with surpassing the KPI goals. //*

## #29 Draskovich Renáta

Braun, Oral-B, Lavazza, Lipton, Pringles, Kelloggs, Jana. Ezek a legnagyobbak a számos közkezdvelt márka közül, amelyekért Draskovich Renáta felel.

Az Orbicónál eltöltött tíz év alatt számos beosztásban kipróbálta magát, régiós és lokális pozíciókban egyaránt. Tapasztalatai mellett a felelősségi köre is folyamatosan bővült, míg 2021-re a szervezetben három szint meglépésével eljutott a jelenlegi pozíciójáig, amelyben a vállalat teljes kategóriamenedzsment-csapatát irányítja. Míg korábban a háztartásikigép-márkák marketingjével foglalkozott, mára a teljes élelmiszer-portfólió is hozzá tartozik. Vezetésével a CEE régióban többször nyerték el a legjobb disztribútornak járó címet a Braun márkán, és az Oral-B elektromos fogkefékkel elért eredmények után is jelentős elismerésekkel jutalmazták a tevékenységét.

A kihívásokkal teli évek ellenére a képviselt márkák forgalma folyamatosan növekszik, és a hatékony kategóriamenedzsment eredményeképpen a vállalat jelentős mértékben teljesíti felül a kitűzött üzleti célokat. //

### #29 Renáta Draskovich

*Braun, Oral-B, Lavazza, Lipton, Pringles, Kelloggs, Jana – these are the biggest brands managed by Renáta Draskovich. During her 10 years at Orbico, she tried herself in several positions. Presently she is the leader of the company's category management team. //*





## #30 Budavári Csilla

A Fővárosi Ásványvíz- és Üdítőipari Zrt. és a Szentkirályi-Kékkúti Ásványvíz fúziójával létrejött két cég, a Magyarüdítő Forgalmazó és a Szentkirályi Magyarország esetében Budavári Csilla felel minden olyan márkáért trade oldalon, amelyet a két cég a horeca csatornában forgalmaz. Hozzá tartozik a Szentkirályi, a Pepsi, a Schweppes, a Lipton, a Theodora, Guarana, Magnesia és a San Pellegrino is. Bár az évek során nagy volt a mozgás a szervezeti felépítést illetően, a Pepsi és a többi PepsiCo alá tartozó márkák már 7 éve tartozik Budavári Csillához. Munkájának mérőszámai a kampányokhoz, programokhoz tartozó termékek értékesítési számai a horeca partnereknél, valamint a partnerszerzés és azok megtartása. A Szentkirályi csapatának oszlopos tagjaként a rá bízott márkák remek helyen vannak Budavári Csilla gondozása alatt – ezt bizonyítja a legutóbbi üzleti év KPI-jainak felülteljesítése is. //

### #30 Csilla Budavári

*Csilla Budavári is trade marketing manager at Magyarüdítő Forgalmazó and Szentkirályi Magyarország of every product the two companies distribute in the HoReCa channel. The Szentkirályi, Pepsi, Schweppes, Lipton, Theodora, Guarana, Magnesia and San Pellegrino brands all belong to her. //*



## #31 Kocsis Zita Brigitta

Három eltöltött év a Sanofi Aventisnél, szintén három a Procter & Gamble kötelékében, végül a Kéri Pharma: Kocsis Zita Brigitta 2022 januárjában került jelenlegi szervezetéhez. Itt a vállalat összes olyan márkája hozzá került, amit a Kéri Pharma kommunikál is: felügyelete alá tartozik a Dimotec, a Movex, a Fluimucil és a MeteoSpasmyl. Karrierjének több kiemelkedő innovációja és teljesítménye köthető a P&G Femibion 3 Szoptatás márkához és annak almárkáihoz: az egyébként is piacvezető szoptatásvitamin tovább erősítette a pozícióját az országban, és ennek a teljesítménynek köszönhetően Kocsis Zita Brigitta régiós szinten folytatta a munkát a lengyel, szlovák és cseh piacokon. Ennek hatására Lengyelországban sikeresen megállt a csökkenő trend a márká számára.

Jelenlegi szervezeténél eddigi legnagyobb büszkesége, hogy a Dimotec, az ország második legnépszerűbb szájon át szedhető visszér-gyulladás-csökkentője folyamatos két számjegyű növekedést mutat. //

### #31 Zita Brigitta Kocsis

*Kéri Pharma recruited Zita Brigitta Kocsis in January 2022. She works as brand manager and supervises the Dimotec, Movex, Fluimucil and MeteoSpasmyl brands. She is really proud of the continuous double-digit sales growth of Dimotec. //*



## #32 Bedő Hajni



A Cerbona által gyártott terjedelmes termékportfólió összesen több mint 100 SKU-t foglal magában, ezek belföldi piacra vonatkozó marketingfeladataiért jelenleg Bedő Hajni felel. Összesen 18 FMCG-marketinggel eltöltött év tapasztalata áll mögötte, amely során számos különböző

szervezetnél építette márkáit és karrierjét. Leghosszabb ideig a DunaPro Zrt.-nél és a Szamos Marcipánnál volt, 3-3 évet. A Cerbonához lassan két éve került, azóta felel a Cerbona termékcsaládjaiért trade és brand marketing feladatokat egyaránt intézve. Munkáját 2021-ben Inno d'Or díjjal jutalmazták a Cerbona Selection bevezető kampányáért, 2022-ben a Cerbona vegán termékcsalád bevezetőkampánya pedig szintén Inno d'Or díjat és SIAL Innovation Paris kiválasztást ért számára.

A legutóbbi évet Bedő Hajni a KPI-ok felülteljesítésével zárta: a vegán kampányban a megszokottnál erősebb kommunikáció valósult meg outdoor, rádió- és influencer támogatással, erős online lábbal és hírvélőkampánnyal, vonzó webshopajánlatokkal, rendezvény- és POS-megjelenésekkel. //

### #32 Hajni Bedő

*There are more than 100 SKUs in Cerbona's product portfolio. Marketing manager Hajni Bedő is responsible for the domestic marketing activities of these. She has been a member of the Cerbona team for nearly 2 years, and in 2021 she won the Inno d'Or for the launch campaign of Cerbona Selection. //*

## #33 Köbli Hanna

Köbli Hanna közel két éve dolgozik online marketing manageri pozícióban a Patika Management által jegyzett Alma és Gyöngy Patikák digitális kampányain. Előtte a Decathlonnál találhattuk meg hasonló területen, ahol egyik kampányukat („Wedze vloggerkihívás”) az MMSZ Sportmarketing Tagozata is díjazta.

Amellett, hogy digitális fronton erősíti a vásárlóterelést és gyártókkal közösen folytatott, online kampányokat fejleszt, Hannának tavaly év végén nem kisebb feladatra vállalkoztak, minthogy a Patika Management gyógyszerárainak kínálatát a foodpandával közösen országosan elérhetővé tegyék, és erre a felhasználók figyelmét is felhívják a „Megrendeled. Kivisszük. Ennyi.” elnevezésű bevezetőkampánnyal. //

### #33 Hanna Köbli

*Patika Management's online marketing manager Hanna Köbli has been working on the digital campaigns of Alma and Gyöngy pharmacies for nearly 2 years. At the end of last year she did the launch campaign for Patika Management pharmacies' joint service with foodpanda. //*



## #35 Guba Eszter

Eszter 3 éve dolgozik a Henkelnél, ahol gyakornoki pozícióban kezdett a Laundry & Home Care üzletágon, 1 éve viszont már a Bref, a Clin és a ProNatura márkákért felel. Gyakornoksága végén a Bref Brilliant Gel bevezetését segítette többek közt POS, TVC és digitális csatornákon, majd fél évvel később a Color Aktív relaunch-kampányát támogatta hasonló felületek igazgatásával.



Jelenleg a Bref Brilliant Gel a 3. legnagyobb forgalomgeneráló szegmense a márkaportfóliónak, így mondhatjuk, hogy igencsak határos belépő volt ez Esztertől. //

### #35 Eszter Guba

*Eszter Guba has been with Henkel for 3 years, and in the last year she took care of the Bref, Clin and ProNatura brands. The brand manager has turned Bref Brilliant Gel into the third best-selling product in the portfolio. //*

## #36 Szajkó Csenge



Csenge számára a pharma szegmens nem áll távol, hiszen a jelenlegi munkahelye előtt a Sanofinál töltött 5 évet, ahol a No-Spa márka felelőseként a „Magabiztos nő” kampányával egészen az Effie reklámverseny döntőjéig is eljutott. 1,5 évvel ezelőtt az Egishez igazolt, ahol jelenleg is a Reparon ter-

mékcsalád brand manager, ami jelentős részét teszi ki a cég OTC és Patikai Üzletág forgalmának. //

### #36 Csenge Szajkó

*Csenge Szajkó won a place in the final of the Effie competition with her No-Spa campaign at Sanofi, before joining the Egis team 1.5 years ago. She is now brand manager of the Reparon product range. //*





## #39 Kovács Barnabás

Több mint egy éve került Kovács Barnabás a Sandoz Hungáriához mint OTC product manager. Ezt megelőzőleg is különféle menedzseri pozíciókban próbálhatta ki magát, például Brand, CC vagy éppen regionális business development managerként. Több év FMCG-ben szerzett tapasztalattal váltott iparágat, és kezdett el a gyógyszeriparban dolgozni.

A magyarországi Sandoznál egyszerre több márkacsoportért is felelős – beleértve a cég probiotikum portfólióját és a topikális fájdalomcsillapítókat is. A termékek közül kiemelhető a Diclac Dolo fájdalomcsillapító gél. Barnabás koordinálása alatt a márka továbbra is nagy népszerűségnek örvend, köszönhetően a jól megválasztott márkastratégiának és a sokoldalú média-megjelenéseknek. //

### #39 Barnabás Kovács

*Barnabás Kovács started working as Sandoz Hungária's OTC product manager more than a year ago. He supervises several brand groups, including the company's probiotic portfolio and topical painkillers. //*

## #40 Rossi Claudia Maddaléna

A Henkel Magyarország Kft. digital marketing menedzserként Rossi Claudia Maddalénáról biztosan elmondható, hogy semmit sem bízott a véletlenre. Tanulmányai és önkéntes tapasztalatai alapján egyaránt jártas a marketing, az értékesítés vagy éppen a business planning területeken.

A képzettségét és tájékozottságát alapul véve a Henkel Magyarország mosó és tisztítószerosztály minden márkáján egyaránt dolgozik és alakítja a digitális stratégiát – viszont mind közül az Ask Team Clean HU-ra a legbüszkébb. A különféle takarítással kapcsolatos tanácsokkal, ajánlatokkal, valamint exkluzív nyereményjátékokkal rengeteg ember életét tudják közösen nap mint nap megkönnyíteni (mind Facebookon, mind pedig Instagramon több ezer követőt generálva). //

### #40 Claudia Maddaléna Rossi

*As Henkel Magyarország Kft.'s digital marketing manager, Claudia Maddaléna Rossi shapes the digital strategies of every brand under the company's laundry and home care division. From these she is the most proud of the Ask Team Clean HU project. //*



**Hermann Zsuzsanna**  
ügyvezető-főszerkesztő  
Trade magazin

## Gratulálunk!

A Trade magazin mindig is nagy hangsúlyt fektetett a brand és trade marketingesek elismerésére. A korábbiakban a Trade Marketing Klub által szervezett Év Trade Marketingese és Trade Marketinges Csapata elismerésekkel, idéntől a Signature 40 listára ajánlásokkal és a zsűriben való részvétellel is, illetve az FMCG-piachoz tartozó, a versenyben sikeresen szereplő brand- és trade marketing menedzserek mellékletben történő bemutatásával. Mint az FMCG-piacvezető, és egyetlen auditált 20 ezer példányos szaklapja, immár több mint 15 éve adunk lehetőséget számukra a Trade magazinban a rendszeres megszólalásokra, piaci aktivitásokról

történő beszámolóra, elemzések bemutatására, márkák értékelésére hónapról hónapra. **Jövőre ismét, minél több sikeres és szakmailag elismerendő brand és trade marketing menedzsert fogunk ajánlani a Signature 40 új kategórialistáira – hiszen csak ajánlással, majd az alapján történő meghívás után benyújtott pályázattal lehet bekerülni a versenybe!**

**Ezúton is szeretettel gratulálunk az idei 40-es listán szereplő nyerteseknek!**

