ΤΟ NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ E-SHOPS

# E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 4 | 3 |2021

## MainSys: e-shop για τα 200 χρόνια

Η «Ελλάδα 2021» ανέθεσε στη MainSys την υλοποίηση του shop.greece2021.gr, με 14 συλλεκτικά νομίσματα για να χρηματοδοτήσει την επέτειο από το '21.

## Υπηρεσίες delivery, κούριερ και logistics από τη Lamda Development

Σε μια διαφορετική επένδυση προχώρησε η Lamda Development αποκτώντας ποσοστό της εφαρμογής stoferno.gr για να εισέλθει στην αγορά του delivery και Business Courier.

Η εταιρεία του ομίλου Λάτση συμμετέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της εφαρμογής με ποσοστό 27% έναντι 300.000 ευρώ.

## LAST MINUTE

**01** Οι Άγγλοι θα χρησιμοποιούν "e-λίρες" έως το 2024 καθώς η χώρα μεταβαίνει σε μια κοινωνία χωρίς μετρητά.

**02** Το «Mobile B2B», που απευθύνεται στην αγορά χονδρικής, οδήγησε σε +44% στον τζίρο της Softweb το 2020.

**03** Η Primark, σχεδιάζει την «απόβασή» της στην ελληνική αγορά με κατάστημα έκτασης 10.000 τ.μ. στο Ελληνικό.

**04** Με smartphone ψωνίζει το 62% των Ελλήνων καταναλωτών, σύμφωνα με την έρευνα της NielsenIQ για το e-commerce.

**05** Η Premia Properties εξαγόρασε αντί 2,52 εκατ. ευρώ ακίνητο στην Παιανία, μισθωμένο από την ΑΒ.

PROTOCOL

e-Commerce Development & Marketing

2001 - 2021

**ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ**

**για τους αναγνώστες του E-COMMERCE NEWS**

**Αξιολόγηση Αποτελεσματικότητας e-Shop και Προοπτική Βελτίωσης Online Πωλήσεων**

**Ανάλυση Ανταγωνισμού και Τάση Αγοράς**

CLICK ME

You Never Walk Alone

## Ενίσχυση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας ekiosky's

Τα Kiosky's Convenience Stores επεκτείνονται εκτός Αττικής, με στόχο τον διπλασιασμό του αριθμού καταστημάτων που λειτουργούν. Η εταιρεία βασίζεται στο εξής τρίπτυχο:

1. Διεύρυνση του δικτύου φυσικών καταστημάτων
2. Ενίσχυση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας ekiosky's
3. Ενδυνάμωση του καναλιού διανομών

Η ανάπτυξη του δικτύου καταστημάτων υποστηρίζεται από τη σύνδεσή τους με την ηλεκτρονική πλατφόρμα ekiosky's καθώς και από τη διανομή προϊόντων κατ΄ οίκον, δημιουργώντας ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τόσο για την εταιρεία όσο και για τους καταναλωτές, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους με τρεις τρόπους: Από το φυσικό κατάστημα, από την ηλεκτρονική πλατφόρμα αλλά και τηλεφωνικά, με διευρυμένο ωράριο, έως τις 23:00, καθημερινά αλλά και τις Κυριακές.

Σημειώνεται ότι η πλατφόρμα ekiosky's, ξεπέρασε σε ένα χρόνο από την έναρξη λειτουργίας της, τον στόχο των 300.000 παραγγελιών και των 2 εκατομμυρίων επισκεπτών, έχοντας στη διάθεση των καταναλωτών πάνω από 1000 κωδικούς για τα μικροψώνια τους που οφείλεται τόσο στη γενικότερη τάση απομακρυσμένων αγορών λόγω και της πανδημίας, όσο και στη δυνατότητα που παρέχεται στον καταναλωτή για διανομή κατ' οίκον.

## Industry Benchmarks 2020 Q4: Πάροχοι Ηλεκτρικής Ενέργειας

Σύμφωνα με την Protocol οι μέσες μηνιαίες επισκέψεις των Παρόχων Ηλεκτρικής Ενέργειας ήταν 48,200.

- Η πλειονότητα των επισκέψεων πραγματοποιήθηκαν μέσω Smartphone.
- Το Score σε κινητά σύμφωνα με το PageSpeed Insights είναι 39/100
- Το ποσοστό άμεσης εγκατάλειψης (Bounce Rate) στα sites ήταν 59%
- Η μέση διάρκεια παραμονής ήταν 3:30.

## E-coupons από τον Γρηγόρη

Η εταιρεία Γρηγόρης λανσάρει νέα υπηρεσία που αφορά στη δυνατότητα παροχής e-coupons για αγορά καφέ και φαγητού από το e-order του για όσους συμμετέχουν σε virtual meetings και online συνέδρια. Με τον τρόπο αυτό, οι διοργανώτριες εταιρείες μπορούν να προσφέρουν κέρασμα σε εργαζόμενους, στελέχη και συνέδρους κάνοντας χρήση των e-coupons, στο www.gregorys.gr ή στο Gregory's eorder app.

# NO FEAR

## ΔΑΜΑΖΟΥΜΕ ΤΟ E-COMMERCE

**Με την plushost.gr, δεν έχετε να φοβηθείτε τίποτα.**
Όσο πολύπλοκο ή τρομακτικό κι αν σας φαίνεται το e-commerce, εμείς το κάνουμε απλό & απίστευτα αποδοτικό. Είμαστε απόλυτα εξειδικευμένοι στο να «δαμάζουμε» όλες τις προκλήσεις ενός e-shop με το 360° e-commerce model που εφαρμόζουμε με τεράστια επιτυχία εδώ και χρόνια.
**Απόδειξη:** η κατάταξή μας στη 4η θέση ανάμεσα από 47 digital agencies στα e-volution AWARDS 2021, αποκλειστικά στους τομείς του hard-core e-commerce business.

Go Ahead. Be Fearless.

e-volution AWARDS 2021
GOLD x2 SILVER x3 BRONZE x9

plushost.gr
e-commerce goes 360°

## Νέες τροποποιήσεις της Οδηγίας του ΦΠΑ για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Από την 1η Ιουλίου 2021 αναμένεται να τεθούν σε εφαρμογή οι νέες τροποποιήσεις της Οδηγίας του ΦΠΑ που θα διευκολύνουν τις διασυνοριακές δραστηριότητες ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχείρησης και τελικού καταναλωτή - μη υποκείμενου στον φόρο (B2C).

Ειδικά για τις εξ αποστάσεως ενδοενωσιακές πωλήσεις αγαθών προς τελικούς καταναλωτές που βρίσκονται σε άλλα κράτη μέλη (distance sales), οι επιχειρήσεις της Ε.Ε. οφείλουν, με το ισχύον καθεστώς, να διαθέτουν αριθμό φορολογικού μητρώου ΦΠΑ και να αποδίδουν ΦΠΑ στο κράτος-μέλος του καταναλωτή, όταν οι πωλήσεις τους υπερβαίνουν το όριο της εξ αποστάσεως πώλησης που ορίζεται σε 35.000 ή 100.000 ευρώ ανάλογα με το κατώτατο όριο που ισχύει σε αυτό. Με το νέο πλαίσιο το όριο καταργείται και οι επιχειρήσεις θα μπορούν υπό προϋποθέσεις να διαθέτουν αριθμό φορολογικού μητρώου ΦΠΑ σε ένα μόνο κράτος - μέλος και να υποβάλλουν σε αυτό δηλώσεις ΦΠΑ καθώς και να καταβάλλουν τον ΦΠΑ που οφείλεται σε όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ. Η απόδοση του ΦΠΑ θα πραγματοποιείται με τη χρήση μιας «μεγαλύτερης» μονοαπευθυντικής θυρίδας που θα ονομάζεται One Stop Shop (OSS) και θα αποτελεί επέκταση της ήδη υπάρχουσας μικρής μονοαπευθυντικής θυρίδας ΦΠΑ (Mini One Stop Shop - MOSS) που χρησιμοποιείται επιτυχώς για την απόδοση ΦΠΑ σχετικά με τις τηλεπικοινωνιακές, ραδιοτηλεοπτικές και ηλεκτρονικά παρεχόμενες υπηρεσίες. Προς διευκόλυνση των πολύ μικρών επιχειρήσεων θα συνεχίσει να υφίσταται υπό προϋποθέσεις το κατώτατο ετήσιο όριο των 10.000 ευρώ μέχρι το οποίο ο ΦΠΑ οφείλεται στο κράτος μέλος στο οποίο είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση. Οι ρυθμίσεις εκτιμάται ότι θα απλουστεύσουν τις υποχρεώσεις ΦΠΑ των επιχειρήσεων που ασκούν διασυνοριακές δραστηριότητες ηλεκτρονικού εμπορίου, θα μειώσουν το διοικητικό βάρος και θα συμβάλλουν στην εμβάθυνση της ενιαίας αγοράς της Ε.Ε.

## Στον «αέρα» το e-shop της Υπεραγοράς Αλφαμέγα

Στον «αέρα» είναι το e-shop που δημιούργησαν οι Υπεραγορές Αλφαμέγα στην Κύπρο, σε μια προσπάθεια να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών, οι οποίοι για οποιονδήποτε λόγο δεν έχουν τη δυνατότητα ή τον χρόνο να επισκεφθούν τα καταστήματά της για τις αγορές τους. Το ηλεκτρονικό κατάστημα τέθηκε ήδη σε λειτουργία και είναι διαθέσιμο σε παγκύπρια κλίμακα, προσφέροντας μια ευρεία γκάμα προϊόντων που θα ανανεώνεται διαρκώς, ξεπερνώντας τους 10.000 κωδικούς.

## Νέες οθόνες παραγγελιοληψίας σε 25 Everest

Τα Everest προχώρησαν στο σχεδιασμό νέων οθονών παραγγελιοληψίας. Πρόκειται για ειδικά σχεδιασμένα stands μέσα από τα οποία οι πελάτες μπορούν να παραγγείλουν και να πληρώσουν ανέπαφα, πηγαίνοντας στο ταμείο μόνο για να παραλάβουν την παραγγελία τους. Το interface βασίζεται στα πρόσφατα ανασχεδιασμένα site και app των Everest για Online Ordering, που χαρακτηρίζονται από την ευκολία χρήσης.

## Entersoft: εξαγορά της Wedia με στόχο το e-commerce

Η Entersoft Α.Ε. εξαγόρασε την Wedia Ε.Π.Ε. αντί 500.000 ευρώ με το ποσόν αυτό να χρηματοδοτείται από τα ταμειακά διαθέσιμα της εταιρείας.
Η εξαγορά εντάσσεται στο πλαίσιο στρατηγικής της Entersoft για την πλήρη υποστήριξη μετασχηματισμού των επιχειρήσεων με αξιοποίηση του eCommerce, σε συνδυασμό με τα υπόλοιπα αναγκαία λογισμικά της εφοδιαστικής αλυσίδας σε omnichannel επίπεδο.

WOMEN IN DIGITAL

# THE FUTURE IS FEMALE!

08
03
21

ΟΡΓΑΝΩΣΗ

SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα
Τ. 210.5201500, 210.5231555
www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

InfoComWorld | InfoComConferences | InfoComWorld | InfoComWorld | Smart Press S.A.

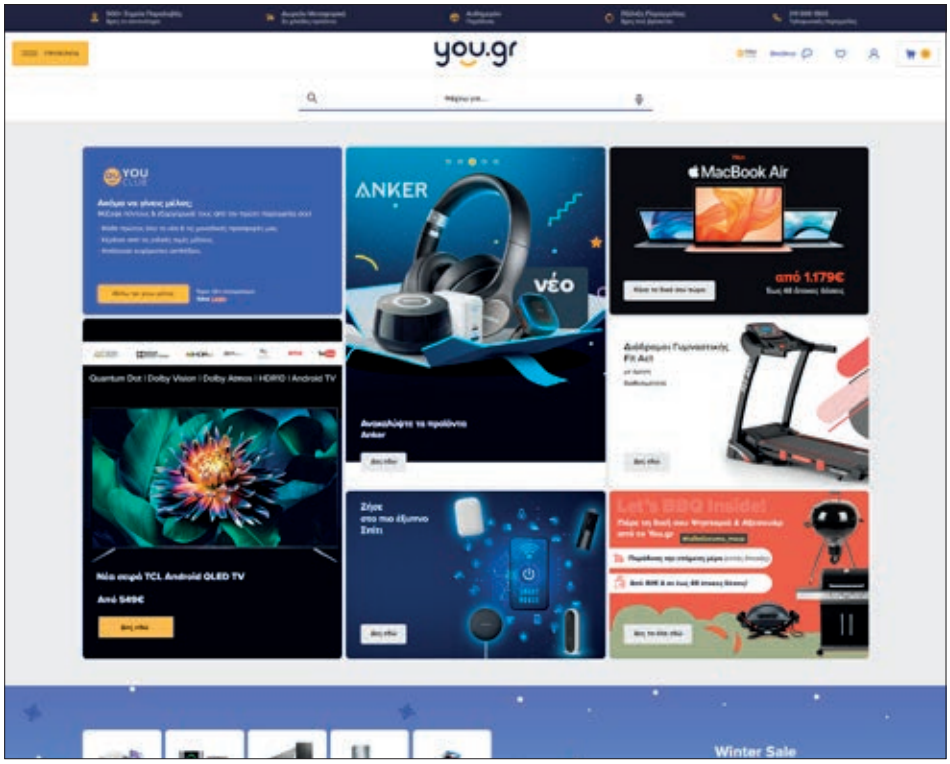
www.womenindigital.gr

**Θεόδωρος Φράγκος: COO and board member of InfoQuest**

# you.gr, το ηλεκτρονικό κατάστημα του Ομίλου Quest

**Τί είναι το πρόγραμμα αναβαθμισμένης εξυπηρέτησης και επιβράβευσης με άμεσα προνόμια you.gr και ποιοι μπορούν να επωφεληθούν;**
Το you.gr, το ηλεκτρονικό κατάστημα του Ομίλου Quest, έχει μία μεγάλη και ιδιαίτερα επιτυχημένη πορεία στην Ελληνική αγορά. Συγκαταλέγεται, σήμερα, στα μεγαλύτερα αμιγώς ηλεκτρονικά ελληνικά καταστήματα, προσφέροντας στους καταναλωτές μια πολύ μεγάλη γκάμα προϊόντων, ένα φιλικό, εύχρηστο και μοντέρνο περιβάλλον για να κάνουν τις αγορές, πολλές καινοτομίες, που βελτιώνουν όλη την εμπειρία πλοήγησης και επιλογής προϊόντων και βέβαια την αξιοπιστία ενός Ομίλου, που για 40 χρόνια, έχει ταυτιστεί με το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης που παρέχει στους πελάτες του.
Το you.gr αναπτύσσεται έχοντας πάντα στο επίκεντρο τον χρήστη. Στο πλαίσιο αυτό, και προσπαθώντας να βελτιώνουμε συνεχώς τις υπηρεσίες που προσφέρουμε, δημιουργήσαμε το νέο πρόγραμμα επιβράβευσης, το You Club.
Όλα τα μέλη που συμμετέχουν στο You Club, κερδίζουν πόντους από κάθε αγορά τους στο you.gr και μπορούν να τους εξαργυρώνουν άμεσα με τη μορφή έκπτωσης από την πρώτη κιόλας συναλλαγή. Επιπλέον, τα μέλη έχουν τη δυνατότητα να λαμβάνουν μέρος σε μοναδικούς διαγωνισμούς και να ενημερώνονται κατά προτεραιότητα για θέματα σχετικά με τα ενδιαφέροντά τους.

**Πώς λειτουργεί το σύστημα με τους πόντους στις αγορές των μελών;**
Το You Club είναι πολύ απλό και ξεκάθαρο, ώστε να μπορεί κάθε μέλος να έχει τον πλήρη έλεγχο των πόντων του και των επιλογών του. Κάθε μέλος του You Club συλλέγει πόντους από τις αγορές του, με κάθε 10€ αγορών να αντιστοιχούν σε 5 πόντους.
Σε κάθε προϊόν υπάρχει ειδική σήμανση με τους πόντους που αντιστοιχούν, ώστε να είναι ευδιάκριτο με την πρώτη ματιά. Έτσι για παράδειγμα, αν ο πελάτης μας κάνει μια αγορά αξίας 250€, θα αποκτήσει αυτόματα 125 πόντους. Επιπλέον με την εγγραφή στο πρόγραμμα, το μέλος κερδίζει τους πρώτους 10 πόντους του.
Η εξαργύρωση μπορεί να γίνει σε κάθε αγορά, με τον τρόπο που θα επιλέξει το μέλος του Club. Στο καλάθι αγορών ενημερώνεται για τους πόντους που διαθέτει και μπορεί να αποφασίσει πόσους θα εξαργυρώσει στη συγκεκριμένη αγορά, από 0 μέχρι όλους, αρκεί βέβαια η αξία της αγοράς να είναι μεγαλύτερη από την αξία εξαργύρωσης. Οι πόντοι που παραμένουν διαθέσιμοι μπορούν να εξαργυρωθούν σε επόμενες αγορές, πριν τη λήξη τους.




**Ποιες άλλες παροχές/εκπλήξεις επιφυλάσσει το πρόγραμμα στα μέλη του;**
Στόχος μας είναι, μέσω του You Club να επιβραβεύουμε τους πιστούς μας πελάτες με πολλούς τρόπους. Οι ειδικές ενημερώσεις για νέα προϊόντα, οι εκπτώσεις και προσφορές σε είδη που προτιμά κάθε μέλος, η συμμετοχή σε διαγωνισμούς ή ο διπλασιασμός των πόντων για κάποια προϊόντα ή χρονική περίοδο, είναι λίγα μόνο από τα προνόμια που θα απολαύσουν τα μέλη μας. Θα υπάρχουν φυσικά και εκπλήξεις, που όμως δεν θα σας αποκαλύψουμε, για να παραμείνουν εκπλήξεις. Έχουμε πολύ ωραίες ιδέες και πιστεύουμε ότι τα μέλη του προγράμματος θα ανταποκρίνονται με ενθουσιασμό και θα περιμένουν με μεγάλο ενδιαφέρον τα νέα μας που θα λαμβάνουν με email ή μέσω sms/viber.

**Πόσο κοστίζει η εγγραφή και ποιες είναι οι προϋποθέσεις για τη δημιουργία ενός λογαριασμού;**
Από την αρχή που σχεδιάσαμε το πρόγραμμα, επιδίωξή μας είναι να μπορούν όλοι να το χρησιμοποιήσουν και να ωφεληθούν, είτε είναι συστηματικοί πελάτες μας είτε μας επισκέπτονται περιστασιακά. Γι' αυτό και η εγγραφή και συμμετοχή στο πρόγραμμα είναι εντελώς δωρεάν για όλους!
Η μόνη προϋπόθεση είναι η δημιουργία λογαριασμού μέλους μέσα από τη σελίδα του you.gr στο **You Club**

Η δημιουργία λογαριασμού μέλους μπορεί να πραγματοποιηθεί οποιαδήποτε στιγμή, ακόμα και μετά την ολοκλήρωση της παραγγελίας, σε 3 μόλις βήματα. Το You Club απευθύνεται τόσο στους νέους πελάτες μας όσο και στους παλαιότερους εγγεγραμμένους χρήστες. Όλοι μπορούν να αρχίσουν από σήμερα να συλλέγουν πόντους και να επωφελούνται από κάθε νέα αγορά που κάνουν στο you.gr

**Πώς βλέπετε γενικά το παρόν και το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα;**
Αναμφισβήτητα, το τελευταίο χρονικό διάστημα, με την έξαρση της πανδημίας, δημιουργήθηκε ένα εξαιρετικά δύσκολο επιχειρησιακό περιβάλλον, όπου το ηλεκτρονικό εμπόριο έδωσε λύση και διέξοδο στο λιανεμπόριο. Το lockdown, μεταξύ των άλλων, οδήγησε σε μια εκρηκτική αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών, επιταχύνοντας τη διείσδυση του e-commerce στην αγορά. Ενώ το ηλεκτρονικό εμπόριο αυξανόταν με ρυθμούς 15% ετησίως πριν την πανδημία, ξαφνικά «επιτάχυνε», προχωρώντας 2-3 χρόνια μπροστά σε σχέση με προηγούμενες εκτιμήσεις. Κατά τη γνώμη μου, η αυξητική αυτή τάση θα συνεχιστεί για τα επόμενα τουλάχιστον 2 χρόνια, λαμβάνοντας ως δεδομένα και τις νέες τεχνολογίες και τις καταναλωτικές τάσεις όπως η ανάπτυξη του δικτύου 5G, του Internet of Things (IoT), του AR αλλά και του social shopping.
Το ηλεκτρονικό εμπόριο ήρθε για να μείνει. Όντας η μοναδική λύση για αγορές για μεγάλο χρονικό διάστημα κατάφερε, αφενός να καλύψει ανάγκες καταναλωτών που μέχρι πρόσφατα ήταν πιο επιφυλακτικοί με τις ηλεκτρονικές αγορές, αφετέρου να εδραιωθεί ως μια εύκολη και άνετη επιλογή για όλους τους καταναλωτές.
Ωστόσο, για να αξιοποιηθούν οι δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου και να μπορούν οι καταναλωτές να συνεχίζουν να απολαμβάνουν τα πλεονεκτήματα του μοντέλου, θα πρέπει ο στόχος κάθε εταιρείας που δραστηριοποιείται στο ηλεκτρονικό εμπόριο να είναι η παροχή λύσεων και επιλογών στους καταναλωτές, που μέχρι πρόσφατα δεν υπήρχαν.
Έτσι κι εμείς στο you.gr, θέτουμε στο κέντρο της στρατηγικής μας τον «smart customer», που θέλει να πραγματοποιεί έξυπνες, άνετες και ευχάριστες αγορές. Δέσμευση της ομάδας μας αποτελεί η προσπάθεια να θέτει πάντα την πιο προηγμένη τεχνολογία, το σύγχρονο design και τεχνικές marketing, αλλά και το ταλέντο των ανθρώπων μας, στη δημιουργία μιας ξεχωριστής εμπειρίας για κάθε πελάτη, κάθε μέρα. Η στρατηγική αυτή συμπυκνώνεται στο moto του you.gr: Click.Shop.Unbox, που δείχνει την ευκολία, την ποικιλία και τη χαρά που συνοδεύει κάθε αγορά.

ΝΕΑ ΔΩΡΕΑΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟ BESTPRICE.GR

# Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα

Οι αγοραστικές τάσεις σε πραγματικό χρόνο, με βάση τις ηλεκτρονικές αγορές σε συνεργαζόμενα καταστήματα του BestPrice.gr.

ΑΠΟ ΤΟ

BEST PRICE .GR

ΑΠΟΨΗ

**Μαρία Δαραδούμη, Sales Director Greece του Kelkoogroup**

# Το success story του Kelkoogroup στην Ελλάδα

«Ο Kelkoo Group είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο sites σύγκρισης τιμών (CSS) με κορυφαία brands όπως το Kelkoo και το Ciao. Με παρουσία σε 26 χώρες παγκοσμίως και με 20 χρόνια εμπειρίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο, το digital marketing και την ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, ο Kelkoo Group είναι μια κορυφαία e-commerce και marketing πλατφόρμα. Σήμερα, 12.000 e-έμποροι εμπιστεύονται την ποιότητα και την απόδοση των λύσεων μας, προβάλλοντας τα 275 εκατομμύρια προϊόντα τους στο δίκτυό μας που προσεγγίζουν εκατομμύρια καταναλωτές.

Είμαστε μια παγκόσμια marketing πλατφόρμα που χρησιμοποιεί δεδομένα και τεχνολογία η οποία βασίζεται σε αλγόριθμους για την παροχή ποιοτικού traffic στα συνεργαζόμενα ηλεκτρονικά καταστήματα. Η ομάδα μας αποτελείται από τους κορυφαίους digital experts και συνεχώς αναπτύσσουμε τα δικά μας έξυπνα εργαλεία για να προσφέρουμε τους καλύτερους υποψήφιους αγοραστές στους συνεργάτες μας. Δεν διαθέτουμε μόνο διάφορες CSS's, αλλά έχουμε επίσης δημιουργήσει με την πάροδο των ετών ένα δίκτυο 2.700 premium Publishers, συμπεριλαμβανομένων των κορυφαίων brands Yahoo και Ebay. Επιπλέον, ως Google Shopping Premium partners, μπορούμε να υποστηρίξουμε τις καμπάνιες διαφημίσεων Google Shopping, προσφέροντας πρόσβαση στους συνεργάτες μας είτε σε υπηρεσίες που διαχειρίζονται οι ίδιοι είτε σε υπηρεσίες που διαχειριζόμαστε πλήρως για εκείνους.

Ο Kelkoo Group παρέχει την κορυφαία Υπηρεσία Συγκριτικής Αγορών (CSS) στην Ευρώπη (με παρουσία σε 26 χώρες), επιτρέποντας στους χρήστες της να ενημερώνονται σχετικά με τις προσφορές των προϊόντων που τους ενδιαφέρουν, να βρουν τους πιο αξιόπιστους εμπόρους στο διαδίκτυο και να συγκρίνουν τις τιμές των προϊόντων που αναζητούν.

Η CSS του Kelkoo λειτουργεί όπως όλες οι CSS παγκοσμίως. Όταν ένας καταναλωτής αναζητήσει κάποιο προϊόν στο Kelkoo.gr ή στο gr.Ciao.com και κάνει κλικ στο προϊόν της επιλογής του, ανακατευθύνεται στο ηλεκτρονικό κατάστημα του αντίστοιχου εμπόρου για να ολοκληρώσει την αγορά του.

Η συνεργασία με τον Kelkoo Group προσφέρει μια γκάμα ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων στους e-commerce retailers που αναζητούν να βελτιώσουν το click through rate τους και το online positioning. Είμαστε επίσης, υπερήφανοι για την προσφορά της καλύτερης υπηρεσίας customer service στην αγορά. Οι πολύγλωσσες εσωτερικές μας ομάδες προσφέρουν υποστήριξη που δεν συγκρίνεται με καμία άλλη, διασφαλίζοντας ότι οι συνεργάτες μας θα κερδίσουν τη μέγιστη δυνατή αξία από τις καμπάνιες τους. Όσον αφορά στα Google Shopping Ads, η συνεργασία με τον Kelkoo Group προσφέρει στους retailers κατ' ελάχιστο 20% πλεονέκτημα στις καμπάνιες τους, διασφαλίζοντας ότι δεν επηρεάζεται ο συνολικός Google Ads σχηματισμός.

Τα CSS brands μας, συμπεριλαμβανομένων των LeGuide, Webmarchand, Ciao και Choozen, χρησιμοποιούνται αυτή τη στιγμή από καταναλωτές σε όλη την Ευρώπη, με τους e-shoppers να ωφελούνται από μια τεράστια ποικιλία προτάσεων όταν αναζητούν τα αγαπημένα τους προϊόντα. Οι καταναλωτές παραμένουν στην καρδιά της επιχειρηματικής μας στρατηγικής, καθώς δουλεύουμε με τους retailers για να προσφέρουμε προϊόντα που δίνουν προτεραιότητα στον καταναλωτή. Η προσφορά σύγκρισης τιμών προς όφελος του καταναλωτή είναι καίριας σημασίας για την Kelkoo.

Η κορυφαία θέση την οποία διαθέτουμε βασίζεται τόσο στην εμπειρία όσο και στην εξειδίκευση μας. Η εμπειρία μας, μας επέτρεψε να οικοδομήσουμε ένα ισχυρό δίκτυο αγορών σε 26 διαφορετικές χώρες και να επωφεληθούμε από την τεράστια γνώση που μας πρόσφερε η ανάλυση των e-commerce data. Η τεχνογνωσία και η εξειδίκευση μας μας επιτρέπει να αναπτύσσουμε συνεχώς τις πιο αποδοτικές λύσεις για τους συνεργάτες μας. Παρέχουμε τα υψηλότερα τεχνολογικά standards χρησιμοποιούμε κατ' αποκλειστικότητα εργαλεία κατασκευασμένα από εμάς και μοναδικά υψηλής ποιότητας data. Χρησιμοποιούμε αλγόριθμους βελτιστοποίησης καμπάνιας για τους συνεργάτες μας, Θέτοντας πάντοτε ως προτεραιότητα τους στόχους τους, παρέχοντας παράλληλα μία 360 ° προβολή σε όλες τις πηγές traffic. Οι υπερσύγχρονοι machine learning αλγόριθμοι, σε συνδυασμό με τα υψηλής ποιότητας data μας, μας επιτρέπουν να εμπλουτίζουμε τις καμπάνιες τους και να παρέχουμε προβλέψεις ακριβείας. Οι συνεργάτες μας που μας εμπιστεύονται, κάνουν μέσω των υπηρεσιών μας τις καλύτερες επιλογές, χάρη στις λύσεις και τις υπηρεσίες μας.»

ELECTRIC MICRO MOBILITY FORUM

# POWERING THE ELECTRIC FUTURE!

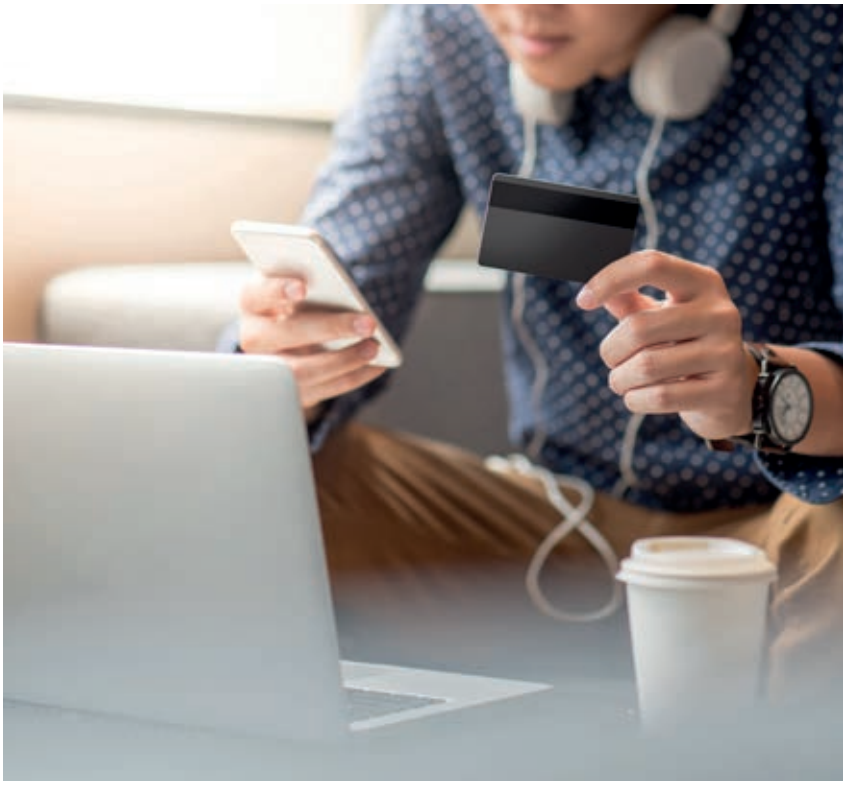
31 03 2021

ΟΡΓΑΝΩΣΗ

SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα
T. 210.5201500, 210.5231555
www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

InfoComWorld | InfoComConferences | InfoComWorld | InfoComWorld | Smart Press S.A.

http://www.electricmicromobility.gr



## Έρευνα Eurostat: το παρόν και το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ευρώπη

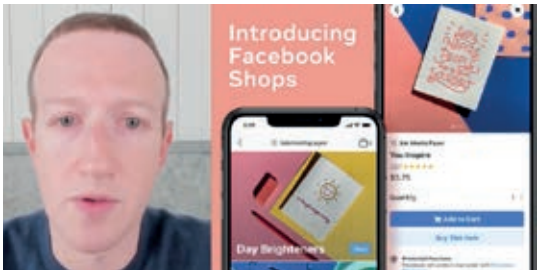
Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται να αυξηθεί περαιτέρω. Αυτή η τάση επιβεβαιώνεται από την έρευνα της Eurostat για το 2020 σχετικά με τη χρήση των ΤΠΕ στα νοικοκυριά και από μεμονωμένους πολίτες, η οποία περιλαμβάνει μια ειδική ενότητα για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Κατά τους τελευταίους 12 μήνες πριν από την έρευνα του 2020, το 89% των ατόμων ηλικίας 16 έως 74 ετών στην ΕΕ είχαν χρησιμοποιήσει το Διαδίκτυο, το 72% των οποίων είχε αγοράσει ή παραγγείλει αγαθά ή υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση. Συνολικά, οι διαδικτυακές αγορές αυξήθηκαν κατά 4% στον πληθυσμό με πρόσβαση στο Internet σε σύγκριση με το 2019 (ήταν 68% των χρηστών του Διαδικτύου) και κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες σε σύγκριση με το 2015 (ήταν 62%).

Πού χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό εμπόριο; Όσον αφορά στα ποσοστά ανά κράτος μέλος της ΕΕ, περισσότεροι από 8 στους 10 χρήστες διαδικτύου στις Κάτω Χώρες (91%), τη Δανία (90%), τη Γερμανία (87%), τη Σουηδία (86%) και την Ιρλανδία (81%) είχαν αγοράσει ή παραγγείλει αγαθά ή υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου τους 12 μήνες πριν από την έρευνα.

Από την άλλη πλευρά, λιγότερο από το 50% είχε πραγματοποιήσει αγορές στο Διαδίκτυο στη Βουλγαρία (42%), στη Ρουμανία (45%) και στην Ιταλία (49%, στοιχεία 2019).

Όσον αφορά στην Ελλάδα, πρόσβαση στο Internet έχει το 79% του πληθυσμού της ηλικιακής ομάδας 16-74 και αγορές έκανε το 46%.

Τι είδους προϊόντα αγοράζουν οι καταναλωτές; Τους 3 μήνες πριν από την έρευνα, οι πιο συνηθισμένες διαδικτυακές αγορές ήταν ρούχα (συμπεριλαμβανομένων αθλητικών ενδυμάτων), παπούτσια ή αξεσουάρ (με παραγγελία από το 64% όσων αγοράζουν online). Ακολουθούν οι ταινίες ή σειρές ως υπηρεσία ροής ή λήψεις (streaming και downloads, 32%), οι παραγγελίες έτοιμου φαγητού (29%), έπιπλα, αξεσουάρ σπιτιού και προϊόντα κηπουρικής (28%).




## Από το Η. Βασίλειο το ντεμπούτο των Facebook Shops στην Ευρώπη

Τα Facebook Shops είναι πλέον διαθέσιμα στους καθιστώντας τη χώρα την πρώτη ευρωπαϊκή αγορά όπου ξεκινά αυτή η λειτουργία.

Ο ίδιος ο Zuckerberg είχε ανακοινώσει την υπηρεσία τον περασμένο Μάιο, ενώ τον Αύγουστο παρουσιάστηκε επίσημα η υπηρεσία, που δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να πουλάνε απευθείας μέσα από την πλατφόρμα του Facebook. Τότε, ξεκίνησε η δοκιμαστική λειτουργία στις ΗΠΑ και λανσάρισε έναν συμπληρωματικό προορισμό αγορών στο Instagram (Instagram Shop).

## Συνεργασία Uber Eats με Hasbro

Η Uber Eats πρόσθεσε ένα κατάστημα παιχνιδιών στην πλατφόρμα της σε συνεργασία με την Hasbro, εισάγοντας μια νέα υπηρεσία παράδοσης σε μη εδώδιμες κατηγορίες. Πιο αναλυτικά, η Uber Eats πρόσθεσε το κατάστημα Hasbro στις επιλογές το οποίο υποσχόταν να παραδώσει σε λιγότερο από 30’ σε περιοχές του Λονδίνου και του Μάντσεστερ οποιοδήποτε από τα επτά παιχνίδια που διατίθενται.

## +32,4% το Ηλεκτρονικό εμπόριο στις ΗΠΑ

Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις στις ΗΠΑ αυξήθηκαν με το 2020 ποσοστό μεγαλύτερο του 30% σε σύγκριση με το 2019, σύμφωνα με τα τριμηνιαία στοιχεία που δημοσίευσε το αμερικανικό Υπ. Εμπορίου καθώς η πανδημία ώθησε καταναλωτές και εμπόρους να βασίζονται στα ηλεκτρονικά κανάλια για την πραγματοποίηση συναλλαγών. Οι Αμερικανοί δαπάνησαν 791,7 δις δολ. σε ηλεκτρονικές αγορές το 2020 (+32,4%).

8ο Συνέδριο

# SECURITY PROJECT 2021

ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΜΕ ΣΗΜΕΡΑ...

# ΤΟ ΑΣΦΑΛΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟ!

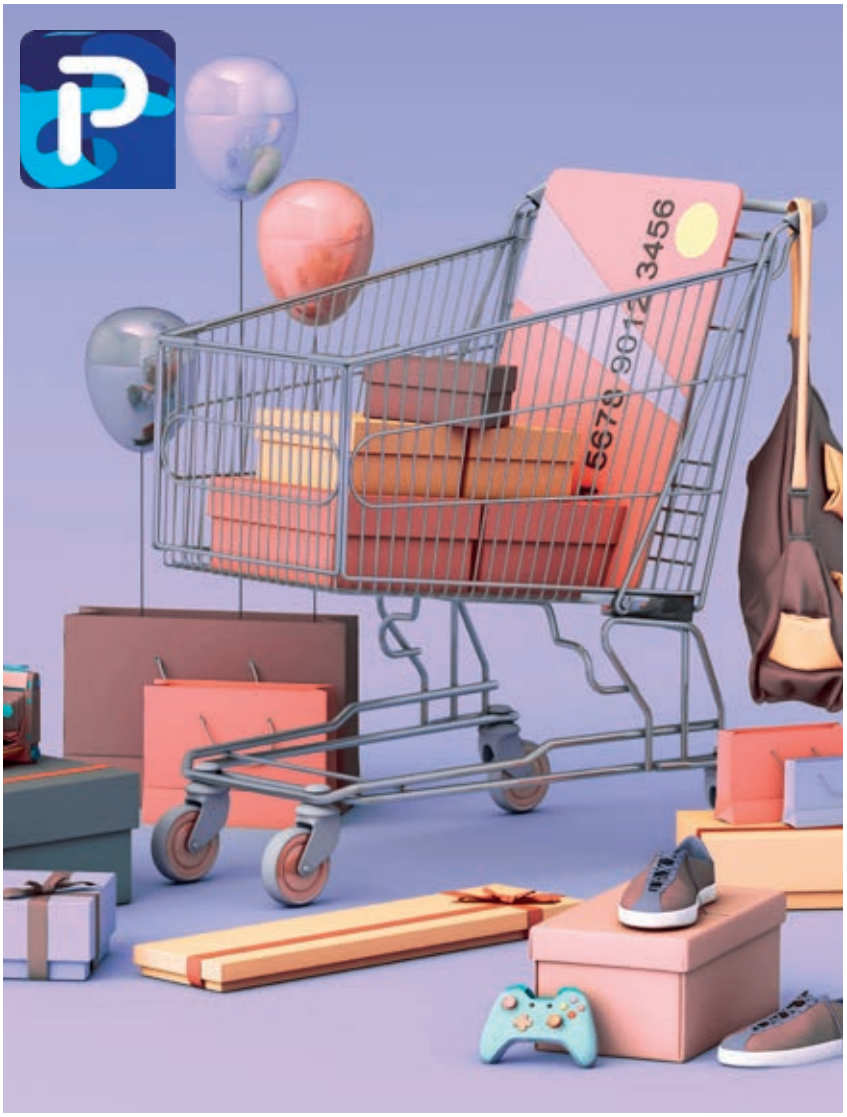
## 18 & 19 / 3 / 21

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ:
www.securityproject.gr

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

SMART PRESS

Περιοδικό για την ασφάλεια security manager



## e-Commerce Trends 2021: Ελλάδα

Η αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, εκτιμάται ότι θα ανέλθει στα 2.828 εκατ. ευρώ το 2021. Τα έσοδα, αναμένεται να παρουσιάσουν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 7,7%, με προσδοκώμενο όγκο συναλλαγών τα 3,807 εκατ. ευρώ έως το 2025.
Το μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς, αποτελούν οι συναλλαγές που αφορούν ηλεκτρονικά καταστήματα ένδυσης και υπόδησης (fashion segment), με προβλεπόμενο όγκο αγοράς τα 948 εκατ. ευρώ το 2021.
Η διείσδυση των χρηστών θα ανέλθει στο 53,4% το 2021 και αναμένεται να φτάσει το 59,3% έως το 2025. Η μέση ετήσια αξία των online αγορών ανά χρήστη ανέρχεται σε 510,46 ευρώ για τον Έλληνα καταναλωτή.
Η αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου περιλαμβάνει την πώληση φυσικών αγαθών, μέσω ψηφιακού καναλιού σε ιδιώτη τελικό χρήστη (B2C). Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται αγορές μέσω υπολογιστή (και φορητών υπολογιστών), καθώς και αγορές μέσω κινητών συσκευών, όπως smartphone και tablet.
Οι ακόλουθες κατηγορίες δεν περιλαμβάνονται στην αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου: ψηφιακές υπηρεσίες, λήψεις ή ροές ψηφιακών μέσων, προϊόντα σε αγορές B2B, ψηφιακή αγορά ή μεταπώληση μεταχειρισμένων, ελαττωματικών ή επισκευασμένων αγαθών (reCommerce και C2C).

## Wikifarmer: τα οφέλη για παραγωγούς και buyers

Η πλατφόρμα Wikifarmer προσφέρει στους Έλληνες παραγωγούς, εκτός από πολύτιμη και δωρεάν γνώση, απευθείας πρόσβαση στις αγορές της Ελλάδας και του εξωτερικού. Αποτελεί ένα ψηφιακό κανάλι πώλησης αγροτικών προϊόντων των παραγωγών και εμπόρων σε χιλιάδες επιχειρήσεις και καταναλωτές.

## BestPrice Customer Review Awards 2020

Το BestPrice.gr απονέμει για 4η χρονιά τα BestPrice Customer Review Awards στα e-shops που ξεχώρισαν για την εξυπηρέτησή τους, με βάση την εμπειρία των χρηστών. Φέτος, 121 e-shops διακρίθηκαν συγκεντρώνοντας Μ.Ο. πάνω από 4 (στο 5). Το BestPrice.gr επισκέπτονται σε μηνιαία βάση περισσότεροι από 4 εκατ. χρήστες, ενώ συνεργάζεται με περισσότερα από 2.600 e-shops. Περισσότερες πληροφορίες **ΕΔΩ.**

## Το 1/3 των Ελλήνων ζητά καλύτερες υπηρεσίες online παράδοσης

Οι Έλληνες καταναλωτές προσαρμόστηκαν στον ψηφιακό τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων και στο click away και click n'collect, διαπιστώνει παγκόσμια έρευνα της KPMG με τίτλο "Me, My life, My Wallet" που διενεργήθηκε σε περισσότερους από 18.000 καταναλωτές σε 16 χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα.
Ενας στους δύο καταναλωτές (44%) σημειώνει ότι χρησιμοποιεί περισσότερες (και διαφορετικές) τεχνολογίες, όπως εφαρμογές κινητών ή ψηφιακούς βοηθούς, σε σύγκριση με την προ COVID περίοδο.
Αυτή η νέα αγοραστική συμπεριφορά φέρνει τα δεδομένα των πολιτών σε πρώτο πλάνο. Σύμφωνα με την έρευνα, το 55% των καταναλωτών θέτει την προστασία των δεδομένων τους σε σημαντική προτεραιότητα. Μάλιστα, ένας στους δύο (47%) περιμένει ότι οι εταιρείες δεν θα χρησιμοποιήσουν - διαμοιράσουν τα δεδομένα τους με τρίτους.
Σύμφωνα με την έρευνα, το 90% των καταναλωτών στην Ελλάδα εκτιμά τις εταιρείες, οι οποίες προάγουν την εταιρική υπευθυνότητα και των οποίων οι ενέργειες ευθυγραμμίζονται με τις δικές τους πεποιθήσεις και αξίες. Μάλιστα, το 80% προτιμά να αγοράζει από εταιρείες των οποίων οι δράσεις συμπίπτουν με τις απόψεις και τις αξίες τους. Ακόμη πιο εντυπωσιακό είναι το εύρημα ότι το 90% των καταναλωτών είναι πρόθυμο να αγοράσει ακριβότερα το ίδιο προϊόν από εταιρείες που συνεισφέρουν στην κοινωνία.
"Στον αγώνα για την ανάπτυξη, το να γνωρίζεις τον πελάτη σου -σε βάθος, προσωπικά και ολιστικά- είναι αυτό που ξεχωρίζει τους νικητές απ' όλους τους υπόλοιπους. Οι πελάτες, πλέον, ζητούν την καλύτερη εμπειρία και το προϊόν καθαυτό δεν επηρεάζει τόσο πολύ την επιλογή τους. Η σε βάθος γνώση των πελατών και των αναγκών θα είναι κρίσιμης σημασίας για τις επιχειρήσεις, προκειμένου να ανταποκριθούν με στα νέα δεδομένα", αναφέρει η εταιρεία.

## Η Kuehne + Nagel International AG εξαγόρασε την Apex International Corp.

Η Kuehne + Nagel International AG συμφώνησε να εξαγοράσει την Apex International Corp. σε μια συναλλαγή που εκτιμά τον μεταφορέα εμπορευμάτων σε περίπου 1,5 δισεκατομμύριο δολάρια, σύμφωνα με το πρακτορείο Bloomberg.
Η Kuehne + Nagel πρόκειται να αγοράσει πλειοψηφικό μερίδιο στην Apex Logistics από την εταιρεία ιδιωτικών μετοχών της Β.Ασίας, MBK Partners, η οποία επένδυσε στην εταιρεία το 2015. Η Apex Logistics θα διατηρήσει μεοψηφικό μερίδιο.

## Θετικός ο Εμπορικός Σύλλογος Ρεθύμνου με το e-λιανικό

Ιδιαίτερα θετικός εμφανίστηκε ο πρόεδρος του Εμπορικού Συλλόγου Ρεθύμνου κ. Γιώργος Πολιουδάκης για το πρόγραμμα επιχορήγησης μικρών επιχειρήσεων για τη δημιουργία e-shop, χαρακτηρίζοντας το ως μια σημαντική ευκαιρία που δίνεται προκειμένου και οι Ρεθεμνιώτες έμποροι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων μέχρι τώρα δεν είχαν μπει στο ηλεκτρονικό εμπόριο, να αποκτήσουν το δικό τους e-shop.

## Η Ελβετία «ηγέτης» του e-commerce το 2020

Η Ευρώπη παραμένει η πιο προετοιμασμένη περιοχή για e-commerce σύμφωνα με τον δείκτη "B2C e-commerce 2020", της Διάσκεψη του ΟΗΕ για το εμπόριο και την ανάπτυξη (UNCTAD).
Αξιοσημείωτο είναι ότι, η Ολλανδία έχασε τα «σκήπτρα», καθώς για πρώτη φορά η Ελβετία ηγείται του δείκτη "B2C e-commerce 2020". Όπως προκύπτει, το 2019, το 97% των Ελβετών χρησιμοποίησε το διαδίκτυο.

## Εκτινάχθηκε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα το 2020

Το 2020 το ηλεκτρονικό εμπόριο στη χώρα μας, εκτιμάται ότι ήταν κοντά στα 11 δις ευρώ σημειώνοντας μια αύξηση περίπου 35% σε σχέση με το 2019. Αυτό ανέφερε ο καθηγητής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών Γεώργιος Δουκίδης σε πρόσφατη συνεδρίαση του διοικητικού συμβουλίου του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ), με θέμα τις εξελίξεις στην αγορά λόγω της πανδημίας και το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει το ηλεκτρονικό εμπόριο στα προβλήματα που έχουν προκύψει.
Αναφερόμενος στις προοπτικές Ο Γεώργιος Δουκίδης είπε: «Πιστεύουμε ότι έχουμε μια προοπτική να κινηθούμε γύρω στα 15 δισ. ευρώ ετησίως» και επιπλέον «να πάμε περίπου στις 25.000 ελληνικές εταιρείες με οργανωμένο κανάλι πώλησης -το οποίο, βέβαια, μπορεί να είναι μόνον ψηφιακό ή να συνδυάζεται με το φυσικό».
Από την πλευρά του ο πρόεδρος του ΕΒΕΑ, Κωνσταντίνος Μίχαλος σημείωσε ότι «ανεξάρτητα από το πώς θα εξελιχθεί η κατάσταση με την πανδημία, γνωρίζουμε πλέον ότι το μέλλον της αγοράς είναι ψηφιακό. Και δεν έχουμε άλλη επιλογή από το να προσαρμοστούμε».
Ο πρόεδρος αναφέρθηκε σε συγκεκριμένα ψηφιακά εργαλεία, όπως η πλατφόρμα www.directmarket.gr. Υπενθυμίζεται ότι το ΕΒΕΑ παρέχει στο σύνολο των εμπορικών επιχειρήσεων τη δυνατότητα να πραγματοποιούν ηλεκτρονικές πωλήσεις αξιοποιώντας όλους τους διαθέσιμους τρόπους και με σύνδεση μόνο σε ένα σημείο. Η υπηρεσία αυτή θα παρέχεται δωρεάν, τουλάχιστον για τους πρώτους έξι μήνες του 2021 και για όσο διαρκεί η πανδημία.
Επίσης, το επιμελητήριο δημιούργησε ένα ακόμη εργαλείο για τις επιχειρήσεις οι οποίες πραγματοποιούν πωλήσεις B2B και επηρεάζονται από την αναστολή της διοργάνωσης εμπορικών εκθέσεων. Πρόκειται για το AthEns VtradE, ένα τρισδιάστατο ψηφιακό εκθετήριο, το οποίο φιλοξενεί εικονικά περίπτερα. Το κόστος λειτουργίας και αυτής της υπηρεσίας καλύπτεται από το ΕΒΕΑ για ένα έτος.

## Το είδες στο Netflix; Αγόρασέ το!

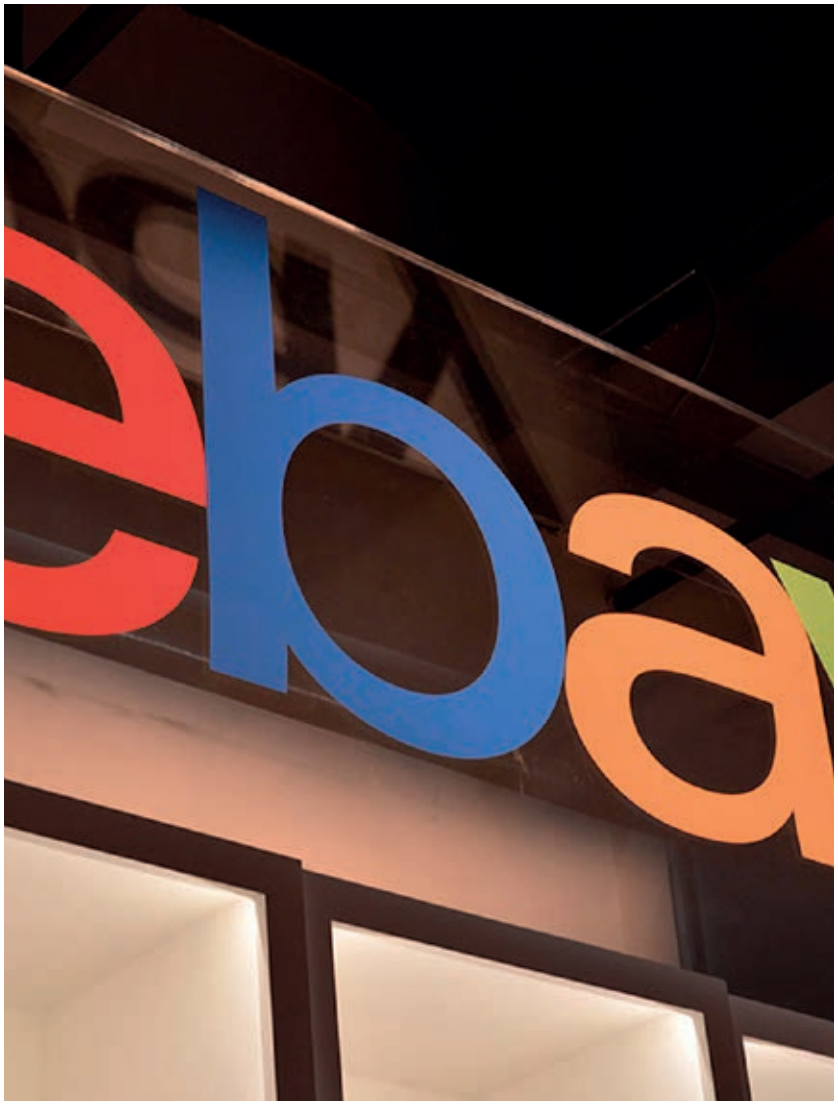
Σετ σκακιού, vintage φορέματα και στέμματα ήταν μερικά από τα αντικείμενα που σημείωσαν αύξηση πωλήσεων μετά την κυκλοφορία νέων σειρών στο Netflix. Αυτή η τάση αντικατοπτρίζεται και στις αγορές μέσω eBay. Το marketplace μοιράζεται την επιτυχία των σειρών του Netflix μέσα από ενδιαφέροντα στατιστικά. Σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο το 2019, τα στοιχεία δείχνουν την αύξηση αγορών διαφόρων προϊόντων, που σχετίζονται με αυτές τις σειρές, μέσα στους τρεις πρώτους μήνες κυκλοφορίας τους.

## e-shop από το Veggie Story

Το νέο e-shop του Veggie Story στο www.veggiestory.gr κατασκευάστηκε από την Ελληνική Εταιρεία Διαδικτύου και προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων σε προσιτές τιμές. Η ιστορία του Veggie Story ξεκίνησε να γράφεται πολλά χρόνια πριν, όταν ο παππούς της οικογένειας ξεκινούσε με το κάρο του από τη Δ. Αττική να πάει στην λαχαναγορά, να διαλέξει φρούτα και λαχανικά για τους πελάτες του.

## Self Ordering Kiosks από τα McDonald's

Σχεδόν σε όλα τα καταστήματα της McDonald's στην Ελλάδα μπορεί να βρει κανείς τα Self Ordering Kiosks, τα οποία αποτελούν ακόμα ένα ασφαλή τρόπο για τις παραγγελίες, ειδικά εν μέσω πανδημίας, καθώς δεν υπάρχει επαφή με τον ταμία. Η αλυσίδα σχεδιάζει να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στην ασφάλεια και την ευκολία των παραγγελιών, εστιάζοντας στις υπηρεσίες McDrive και McDelivery.



## Στη Β' Φάση η συνεργασία Enterprise Greece και eBay για ενίσχυση εξαγωγών μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου

Η Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου, Enterprise Greece, και η eBay, ανακοίνωσαν ότι επεκτείνουν τη στρατηγική συνεργασία τους για τη στήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων και την ενίσχυση της εξαγωγικής τους δραστηριότητας.
Κατά την Α' φάση της συνεργασίας τους, η οποία ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2020, υλοποίησαν ένα πρόγραμμα που είχε ως στόχο να προωθήσει τις πιο ώριμες εξαγωγικά ελληνικές επιχειρήσεις στις αγορές που δραστηριοποιείται η πλατφόρμα της eBay, ήτοι σε 190 αγορές. Στο πλαίσιο αυτό, η Enterprise Greece ανακοίνωσε ότι προχωρά στη Β' Φάση της συνεργασίας της με τον παγκόσμιο κολοσσό, υποστηρίζοντας τις ελληνικές επιχειρήσεις, μέσα από την ενίσχυση του ψηφιακού τους μετασχηματισμού και την παγκόσμια προβολή τους με την σφραγίδα της eBay. Κατά τη Β' φάση, η συνεργασία των δύο εταίρων θα λάβει τη μορφή ενός εξειδικευμένου εκπαιδευτικού προγράμματος που θα συνοδεύεται από εξατομικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες και τεχνική υποστήριξη, ώστε οι ελληνικές εταιρείες να αποκτήσουν τα απαραίτητα εφόδια για μια επιτυχημένη ψηφιακή παρουσία στις παγκόσμιες ηλεκτρονικές πλατφόρμες.

## Υπερδιπλασιασμός e-commerce

Σε πολύ υψηλά επίπεδα παρέμειναν οι online πωλήσεις στις ΗΠΑ καθώς αναπτύχθηκαν κατά 84,2% στο δ' τρίμηνο και 67,4% στο σύνολο του 2020, με το μερίδιο πλέον να ξεπερνάει το 10% του συνολικού τζίρου. Συνολικά οι online πωλήσεις διαμορφώθηκαν σε 7,58 δις δολ.

## Στη Eurocatering συνεπενδύουν τα δύο funds: EOS Capital Partners και Elikonos 2 S.C.A. SICAR.

Ο CEO της Eurocatering, Χρυσόστομος Μαυρόπουλος, ο οποίος διατηρεί το πλειοψηφικό πακέτο μετοχών, δήλωσε σχετικά με την επιχειρηματική αυτή κίνηση: «Η επένδυση των EOS Capital Partners και Elikonos 2 S.C.A. SICAR στην εταιρεία μας αποτελεί επιβεβαίωση της εμπιστοσύνης τους στη δυναμική ανάπτυξη της Eurocatering και στην αξία που δημιουργούμε καθημερινά.»

## Το 2020 το ηλεκτρονικό εμπόριο κατέγραψε αύξηση της τάξης του 30%

Σύμφωνα με τα ευρήματα έρευνας αγοράς την οποία πραγματοποίησε το Market Research Unit της Generation Y, για τη χώρα μας: στο α' εξάμηνο του 2020 οι ηλεκτρονικές αγορές στην Ελλάδα έτρεξαν με θετικό ρυθμό 182% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019 (+3,3 δις ευρώ).

Το αντίστοιχο ποσοστό το καλοκαίρι κυμάνθηκε θετικά από 35% έως και 68% και την εβδομάδα προσφορών της Black Friday έγιναν περισσότερες ψηφιακές αγορές σε σχέση με το 2019 κατά 73%.

Το 2020 σταθεροποιήθηκε η πελατειακή βάση των online αγοραστών στο 65% των χρηστών διαδικτύου.

Ένα από τα βασικά συμπεράσματα στα οποία καταλήγει η έρευνα είναι ότι η ταχύτητα εκπαίδευσης σε διαφορετικές συνήθειες ως προς τη χρήση της τεχνολογίας για online αγορές εξαπλασιάστηκε στο ελληνικό κοινό, ενώ την ίδια περίοδο, ανέβηκε ψηλότερα στην ατζέντα των CEOs η ανάγκη για επένδυση στον ψηφιακό μετασχηματισμό, που ειδικά για κάποιους κλάδους όπως το retail, βασική υποδομή για την επιβίωση αλλά και την ανάπτυξή τους σ' αυτή τη νέα εποχή αποτελεί το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το 2020 το ηλεκτρονικό εμπόριο κατέγραψε αύξηση της τάξης του 30%. Αυτή η «εκτόξευση» των ηλεκτρονικών πωλήσεων υποκινήθηκε, όπως ήταν φυσικό, από την πανδημία, τα lockdowns και τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων που βρισκόταν ήδη σε εξέλιξη, επισπεύδοντας την εφαρμογή των πολυκαναλικών μοντέλων αγορών και συμβάλλοντας μ' αυτόν τον τρόπο στην ψηφιακή ωρίμανση της ελληνικής αγοράς.

Αυτό που έχει πραγματικά ενδιαφέρον, είναι ότι το καταναλωτικό κοινό μέσα από αυτή την εκπαίδευση που προαναφέρθηκε, αναγνώρισε πρωτίστως το added value που προσφέρει η αγορά μέσα από το ηλεκτρονικό εμπόριο, μέσα από κάποιες συγκεκριμένες αξίες, όπως ευκολία αγορών, διεύρυνση ποικιλίας, άνεση παράδοσης κ.ά.

## Amazon Music: διαθέσιμο πλέον σε όλες τις Android TV

Τέλος στην αποκλειστικότητα του Amazon Music στο Nvidia Shield TV. Πλέον οι χρήστες στις Η.Π.Α., το Ηνωμένο Βασίλειο, τον Καναδά, την Βραζιλία, το Μεξικό, τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ιταλία, την Ισπανία, την Ινδία, την Ιαπωνία και την Αυστραλία, μπορούν να πραγματοποιήσουν λήψη της εφαρμογής Amazon Music από το Play Store στην Android TV τηλεόραση τους. Είναι επίσης διαθέσιμο και στην Google TV, σε αποκωδικοποιητές, κονσόλες και μπάρες ήχου.

## Το «Shoppertainment» η νέα κυρίαρχη τάση των αγορών στην Ευρώπη

Το «Shoppertainment» εκτιμάται ότι θα είναι η νέα τάση αγορών στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ευρώπη.

Το Shoppertainment, αφορά σε ένα νέο μοντέλο αγορών το οποίο σημείωσε έξαρση στις κινεζικές και ασιατικές αγορές της λιανικής πώλησης τους τελευταίους 18 μήνες και περιλαμβάνει τις ψηφιακές και διαδραστικές εμπειρίες που πραγματοποιούν οι λιανοπωλητές μέσω streaming.

## Το Skroutz «Employer of Choice 2020»

Για 2η συνεχόμενη χρονιά το Skroutz επιλέχθηκε, για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, ως ένας από τους πιο επιθυμητούς εργοδότες για να εργαστεί κανείς στην Ελλάδα σύμφωνα με την έρευνα του kariera.gr σε συνεργασία με το Τμήμα Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Athens University of Economics and Business).

Στην έρευνα συμμετείχαν πάνω από 2.500 άτομα ηλικίας 21-40 ετών.

## ΣΕΒ: 4+1 πρακτικές για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των δικτύων εφοδιασμού

Τα οφέλη των ψηφιακών τεχνολογιών που πολλαπλασιάζουν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των γραμμών εφοδιασμού, με συνεχή ροή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο, ανέδειξε το εργαστήριο: «Ψηφιακές Εφοδιαστικές Αλυσίδες», που διοργάνωσε ο ΣΕΒ.
Στο εργαστήριο, συζητήθηκαν οι προκλήσεις της πανδημίας στις επιχειρήσεις και παρουσιάστηκαν πρακτικά παραδείγματα χρήσης τεχνολογιών της 4ης βιομηχανικής επανάστασης. Η εκδήλωση εντάσσεται στις δράσεις του Παρατηρητηρίου Ψηφιακού Μετασχηματισμού του ΣΕΒ, μια συνεργασία με την Deloitte για την επιτάχυνση της μετάβασης στην 4η Βιομηχανική Επανάσταση.
Στη συζήτηση με κεντρικό ομιλητή τον Andy Hancock, Global VP της SAP, Center of Excellence Digital Supply Chain, συμμετείχαν ανώτερα διοικητικά στελέχη από τις ΗΠΑ, την Ελβετία, την Ολλανδία, τη Φινλανδία, την Πολωνία αλλά και την Ελλάδα. Οι ομιλητές ανέδειξαν πέντε πρακτικές που πρέπει να ακολουθήσουν οι ελληνικές εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις για να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα των δικτύων εφοδιασμού, να μειώσουν το κόστος και να ανταποκρίνονται ταχύτερα στις χρονικές απαιτήσεις παράδοσης προϊόντων:
ψηφιοποίηση των διεπαφών με συνεργάτες και προμηθευτές ώστε το σύνολο των επιχειρηματικών λειτουργιών (πριν και μετά την παραγωγή) να ανταλλάσσει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο. Η λήψη αποφάσεων πλέον πρέπει να γίνεται βάσει των δεδομένων που παράγονται στο σύνολο του δικτύου εφοδιασμού.
Νέες τεχνολογίες όπως τεχνητή νοημοσύνη, IoT, RFID, ρομποτικοί αυτοματισμοί (RPA), επαυξημένη πραγματικότητα, μηχανική όραση, κτλ. βρίσκουν εφαρμογή και αξιοποίηση στα δίκτυα εφοδιασμού γιατί δίνουν άμεσες λύσεις σε πραγματικό χρόνο στους εργαζόμενους και τις επιχειρήσεις. Έτσι έχουν ταχεία απόσβεση κόστους.
Η ψηφιοποίηση μπορεί να βοηθήσει τις μεσαίες επιχειρήσεις να αναπτυχθούν ταχύτερα λόγω της πολλαπλάσιας παραγωγικότητας των δικτύων εφοδιασμού τους σε σύντομο χρόνο.
Ο επενδυτικός σχεδιασμός να ξεκινά με δοκιμές και πιλοτικά έργα, τα οποία θα αξιολογούνται συνεχώς.

## Στο 1 δισ. ευρώ θα κυμανθούν οι ψηφιακές πληρωμές στην Ευρώπη το 2021

Η Ευρώπη θα σημειώσει εντυπωσιακή αύξηση στον τομέα των ψηφιακών πληρωμών, αφού η αξία των συναλλαγών θα αυξηθεί κατά 28,3% και θα κυμανθεί στα 1,17 τρις δολ. Η άνοδος θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, με την αξία των συναλλαγών να υπερβαίνει τα 1,95 τρις δολ έως το 2025.
Εξίσου εντυπωσιακή θα είναι και η πορεία των ψηφιακών συναλλαγών μέσω κινητών, όπου αναμένεται αύξηση κατά 130%.

## By the Glass: υπηρεσίες take away και delivery

Το By the Glass Wine Bistro ξανανοίγει με takeaway από το εστιατόριο στο Σύνταγμα και delivery για την Αθήνα μέσω e-food.gr και wolt με μενού από 20 νέα αλλά και signature πιάτα και 100 κρασιά. Παράλληλα, με την chef Κυριακή Φωτοπούλου το wine bistro δίνει τη δυνατότητα μενού ελληνικής κουζίνας για ολιγάριθμα άτομα στο σπίτι.

## Νέος manager στην Uber

Ο Omar Gurnah αποχώρησε από τη θέση του Head of Marketing στην Uber UK και Ιρλανδίας για να ενταχθεί στο δυναμικό της Amazon. Η κίνηση ήρθε λίγο πριν από τη διετή επέτειο του Gurnah στην Uber, όπου εργαζόταν και για το κομμάτι Uber Eats. Η Amazon επιβεβαίωσε ότι προσέλαβε τον Gurnah σε θέση Senior Manager, Marketing.

## Καθοριστικής σημασίας η εμπειρία παράδοσης προϊόντων για το 85% των Ελλήνων

Η έρευνα "Me, My life, My Wallet" της KPMG σε περισσότερους από 18.000 καταναλωτές σε 16 χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, αναδεικνύει τις νέες κυρίαρχες τάσεις στις αγορές και τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις, σε κάθε χώρα στον κόσμο και ανεξάρτητα από το μέγεθός τους και το αντικείμενό τους πρέπει να επαναπροσδιορίσουν την προσέγγιση τους, ώστε να ικανοποιήσουν τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών.
Η αγοραστική εμπειρία ψηφιοποιείται, τα δεδομένα έρχονται στο προσκήνιο και η εξατομίκευση αποκτά κομβικό ρόλο. Η παράδοση των προϊόντων γίνεται μείζον κομμάτι της όλης διαδικασίας, ενώ οι οκτώ στους δέκα πολίτες θεωρούν ότι η προσωποποιημένη πληροφόρηση ενισχύει την πιστότητα και ενδυναμώνει τη σχέση με μια εταιρεία, καθώς αυτή η σχέση δεν γίνεται πλέον με φυσικό τρόπο.
Διεθνώς, το 36% των καταναλωτών επιθυμεί από τις εταιρείες να περιορίσουν και να επιλύσουν τα προβλήματα και τις καθυστερήσεις που σχετίζονται με την παράδοση προϊόντων, ενώ το 49% έχει περιορίσει τις αγορές (έναντι αποταμίευσης) λόγω της αβεβαιότητας και της αναστολής εργασίας που ισχύει σε πολλές χώρες.
Στην Ελλάδα, σχεδόν το 85% των καταναλωτών θεωρεί ότι ο τρόπος και η ευκολία παράδοσης των προϊόντων, όταν η αγορά γίνεται ηλεκτρονικά, παίζει καθοριστικό ρόλο στην εμπειρία του. Επίσης, οι Έλληνες περιμένουν πλέον περισσότερα από τις επιχειρήσεις με τις οποίες αλληλεπιδρούν. Εξατομικευμένες υπηρεσίες, απλότητα και αβίαστες εμπειρίες αγορών βρίσκονται στην κορυφή της λίστας των προτιμήσεών τους, έναντι της αφοσίωσης σε μια μάρκα ή την τιμή των προϊόντων. Ως εκ τούτου το νέο στοίχημα για το Λιανεμπόριο και τους ιδιοκτήτες ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι το last mile, εκεί που υποφέρει προς το παρόν το e-commerce διεθνώς.

## Νέα στελέχη στα Public

Η Public-MediaMarkt ενδυναμώνει την ομάδα της με την προσθήκη δύο στελεχών με διεθνή καριέρα. Συγκεκριμένα, ο Olaf van den Brink αναλαμβάνει τη θέση Colours του Chief Operating Officer και ο Antoine Maccioni εκείνη του Chief Online & Revenue Officer της εταιρείας, έναν νέο ρόλο που θα συμβάλει στη δημιουργία μιας ξεχωριστής omnichannel εμπειρίας για τον καταναλωτή. Και τα τρία πλέον στελέχη -μαζί με τον Joern Taubert, CEO της Public-MediaMarkt διαθέτουν διεθνή εμπειρία.

## Nielsen: διψήφιος ρυθμός ανάπτυξης για τα σούπερ μάρκετ

Σε σταθερά διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης κινείται το οργανωμένο λιανεμπόριο το 2021 καθώς, όπως καταγράφεται από τη μέτρηση της Nielsen, η αγορά στην εβδομάδα που έκλεισε στις 7/2 κατέγραψε ποσοστό + 14,2% σε σύγκριση με την αντίστοιχη εβδομάδα του 2020. Η Ελλάδα βρίσκεται ψηλότερα και από τον μέσο όρο των 16 μεγαλύτερων ευρωπαϊκών αγορών, οι οποίες έχουν ποσοστό + 8,7%.

## Amazon Fresh για Ελλάδα

Η Amazon, βλέποντας τη νέα τάση στην αγορά, λάνσαρε την Amazon Fresh. Πρόκειται για μία υπηρεσία grocery delivery, η οποία αρχίζει να αναπτύσσεται στην ευρωπαϊκή αγορά όχι όμως ακόμη και στην Ελλάδα. Η εταιρεία λάνσαρε πριν από μερικές μέρες το πρώτο της "Fresh Grocery delivery service" στη Μαδρίτη, υπηρεσία που στέλνει τα ψώνια στο σπίτι των πιο premium μελών.

**Έλια Καλλία** COMMUNICATIONS AND PR SENIOR STRATEGIST

# Live & raw content: η νέα τάση του Marketing Video που ήρθε για να μείνει

Το 2020 έχει ανατρέψει ολόκληρο τον κόσμο. Λόγω της παγκόσμιας πανδημίας, οι περισσότερες επιχειρήσεις και υπηρεσίες κινούνται στο διαδίκτυο πιο δυναμικά από ποτέ. Μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, έχουν στραφεί στο διαδικτυακό marketing, με ιδιαίτερη έμφαση στις νέες μορφές περιεχομένου (content) σε μια προσπάθεια να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και στην νέα κανονικότητα.
Οι καταναλωτές, πλέον, απαιτούν αυθεντικότητα, και έτσι οι εταιρείες προκειμένου να μπορούν να κρατήσουν το ενδιαφέρον τους αλλά και τα επίπεδα αφοσίωσης υψηλά, πρέπει να είναι έτοιμες να προσφέρουν αυθεντικό περιεχόμενο, σε μια περίοδο που το περιεχόμενο που παράγεται κάθε στιγμή είναι τεραστίων όγκων. Οι επαγγελματίες της επικοινωνίας πρέπει να ενημερώνουν για τις στρατηγικές των εταιρειών και την αποστολή και όραμα τους, ξεπερνώντας την απολογητική στάση που τους οδήγησε η πρώτη φάση της πανδημίας και να δείξουν την πραγματική δέσμευση που έχει η διοίκηση για την ενίσχυση της εμπειρίας των καταναλωτών.
Στόχος είναι η δημιουργία περισσότερων εμπειριών για το κοινό στο σπίτι, είτε είναι εργαζόμενοι με τηλεεργασία, είτε είναι καταναλωτές που βρίσκονται σε δυσχερέστερη επαγγελματική σχέση (συν-εργασία ή αναστολή).
Η βίαιη, σχεδόν, διερεύνηση της χρήσης των νέων τεχνολογιών από πολύ περισσότερους καταναλωτές μέσα στο 2020 λόγω των συνθηκών της πανδημίας, συνεχίζεται και το 2021 και δημιουργεί ένα πρόσφορο έδαφος για συνέχιση της χρήσης του διαδικτύου και στο μέλλον και συνεπώς της αύξησης της δυναμικής του. Με τις νέες τεχνολογίες, ενισχύθηκε η δημιουργία εμπειριών πελατών σε ένα ευρύ φάσμα συσκευών και τύπων τεχνολογίας.
Πλέον οι επαγγελματίες PR έχουν πολλά κανάλια και μέσα για να συνδεθούν με τους σημερινούς καταναλωτές.
Το "Raw video" είναι το νέο "παραγόμενο βίντεο". Το Raw footage είναι η ακατέργαστη εγγραφή βίντεο. Είναι τα μη επεξεργασμένα δεδομένα που προέρχονται από κάθε συσκευή εικόνας (φωτογραφική μηχανή, κινητό τηλέφωνο, κλπ) και έχουν υψηλή ποιότητα εικόνων.
Το ζωντανό βίντεο (live video) συνεχούς ροής στο Facebook έχει την καλύτερη οργανική προσέγγιση και αφοσίωση, κάτι που ισχύει εδώ και αρκετά χρόνια. Στο πρόσφατο trends report που εξέδωσε ο κορυφαίος πάροχος λύσεων μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων, Socialbakers, αποκάλυψε ότι το Facebook Live ήταν μακράν η πιο ελκυστική μορφή στην πλατφόρμα. Ωστόσο, η ίδια αναφορά δείχνει ότι το ζωντανό βίντεο είναι στην πραγματικότητα ο λιγότερο χρησιμοποιούμενος τύπος περιεχομένου. Αυτή είναι μια τεράστια, ανεκμετάλλευτη ευκαιρία για έξυπνους επαγγελματίες καθώς προχωράμε στο 2021.
Το εφήμερο περιεχόμενο συνεχίζει να αποδίδει πολύ καλά με τις ιστορίες στο Instagram και Facebook. Πολλές εταιρείες, brands και δημιουργοί περιεχομένου έχουν απίστευτη επιτυχία με αυτήν τη μορφή, η οποία είναι προσβάσιμη μόνο για 24 ώρες.
Με τη διάδοση του Snapchat, η συγκεκριμένη μορφή περιεχομένου έχει ήδη κατακτήσει το LinkedIn (Stories) και στο Twitter (Fleets), όπου οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται σύντομες ενημερώσεις στο κοινό τους.
Το εφήμερο περιεχόμενο θα συνεχίσει να προσελκύει γιατί είναι εύκολο να δημιουργηθεί λόγω της πιο απλής και ανεπίσημης φύσης του, καθιστώντας το ένα χρήσιμο εργαλείο για αύξηση του μεριδίου αγοράς.
Με εκατομμύρια άνεργους και χιλιάδες περισσότερους ανίκανους να εργαστούν λόγω του COVID-19, οι μάρκες πρέπει να κατανοήσουν με ποιον επικοινωνούν σε επίπεδο ανθρώπου με άνθρωπο. Πολλές μάρκες έχουν αρχίσει να ακολουθούν μια προσέγγιση marketing περισσότερο επικεντρωμένη στον καταναλωτή, αλλά αυτό δεν είναι αρκετό. Πρέπει να εξετάσουν την κατάσταση κάτω από την καταναλωτική επιδερμίδα και να ξανασχεδιάσουν ολόκληρη τη στρατηγική εσωτερικής και εξωτερικής επικοινωνίας, έτσι ώστε να εστιάσουν στα άτομα που προσπαθούν να προσεγγίσουν, είτε πρόκειται για πελάτες είτε για υπαλλήλους. Η προσανατολισμένη παραγωγή περιεχομένου σε πιο αυθεντικές και ανθρωποκεντρικές ράγες, είναι αναγκαία και στηρίζεται στην δέσμευση των εταιρειών να ακούν το κοινό τους και να ευθυγραμμίζονται με την κοινωνία.

## Οι αλγόριθμοι των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο στόχαστρο της Ε.Ε.

Οι αλγόριθμοι των μέσων κοινωνικής δικτύωσης βρέθηκαν πρόσφατα στο στόχαστρο της Ε.Ε.
Οι αλγόριθμοι έχουν αποκτήσει τόση δύναμη, ώστε πλέον ο αντίκτυπός τους στην πολιτική, την ελευθερία του λόγου, αλλά και την ίδια τη δημοκρατία, να είναι τεράστιος. Οι ευρωβουλευτές ζήτησαν να θεσπιστούν κανόνες δημοκρατικού ελέγχου των τεχνολογικών κολοσσών για τη διασφάλιση της ελευθερίας της έκφρασης στα social media. Παραπέμποντας σε διάφορες αποφάσεις, που λαμβάνονται από τις πλατφόρμες για τη λογοκρισία περιεχομένου ή λογαριασμών, η μεγάλη πλειοψηφία των ομιλητών στην ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου τόνισε την έλλειψη σαφών κανόνων, που διέπουν αυτές τις αποφάσεις.
Οι ευρωβουλευτές έθεσαν, επίσης, το θέμα της διαφάνειας των αλγορίθμων. Έτερο θέμα ήταν η χρήση προσωπικών δεδομένων και ο περιορισμός (ή η απαγόρευση) των πρακτικών μικροστόχευσης ("microtargeting") και της προσωποποιημένης διαφήμισης, με στόχο τη ριζική τροποποίηση των επιχειρηματικών μοντέλων των τεχνολογικών κολοσσών.
Τους ευρωβουλευτές απασχολούν, εξάλλου, τα προβλήματα που προκαλούνται από την εμφάνιση τεχνολογικών μονοπωλίων και ο αντίκτυπός τους στην πολυφωνία των μέσων ενημέρωσης, καθώς και στον πλουραλισμό στον δημόσιο διάλογο.
Οι ευρωβουλευτές έκρουσαν τον κώδωνα του κινδύνου για την έλλειψη διαφάνειας των πρακτικών των κολοσσών της τεχνολογίας. Προέτρεψαν δε την Επιτροπή να λάβει την κατάσταση αυτή υπόψη στις νομοθετικές προτάσεις της για τις ψηφιακές υπηρεσίες και την ψηφιακή αγορά, καθώς και στο πλαίσιο του σχεδίου δράσης για τη δημοκρατία.
Οι περισσότεροι ομιλητές επικεντρώθηκαν στην ανάγκη να υπάρξει ασφάλεια δικαίου κατά την αφαίρεση περιεχομένου. Επίσης, ζήτησαν να διασφαλίζεται ότι οι αποφάσεις λαμβάνονται από δημοκρατικά ελεγχόμενες αρχές και όχι από ιδιωτικές εταιρείες, προκειμένου να διασφαλίζεται η ελευθερία του λόγου.

## Ο IAB Europe λανσάρει ένα νέο Digital Bootcamp

Ο IAB Europe λανσάρει ένα νέο Digital Bootcamp για να προσφέρει ανεξάρτητη και αξιόπιστη εκπαίδευση για την ενίσχυση του ψηφιακού εργατικού δυναμικού σε ολόκληρη την Ευρώπη.
Με επικεφαλής τον Chief Economist Daniel Knapp του IAB Europe και τον Programmatic Advisor and Partnerships Director της SeenThis, Andrew Hayward-Wright, οι συμμετέχοντες θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν από τους ειδικούς της αγοράς και τους ηγέτες του προγραμματισμού, οδεύοντας προς τον ψηφιακό τους μετασχηματισμό.

## Πιο ...tech η WPP

Η WPP έδωσε ώθηση στο tech κομμάτι της με την απόκτηση της DTI Digital, μιας βραζιλιάνικης software engineering εταιρείας. Η DTI προσφέρει ψηφιακά εργαλεία, ανάμεσά τους συστήματα υπηρεσιών υποστήριξης, όπως software συλλογής data και αυτοματισμού προμήθειας και επίσης consumer-facing εφαρμογές και πλατφόρμες που περιλαμβάνουν e-commerce marketplaces και interface εξυπηρέτησης πελατών. Η WPP προτίθεται να εντείνει την παρουσία της σε Βραζιλία και Ν. Αμερική.

## WRO Hellas με στρατηγικό συνεργάτη την Cosmote

Δηλώσεις συμμετοχής online μπορούν να υποβάλλουν οι μαθητές όλων των βαθμίδων της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης για συμμετοχή στον Πανελλήνιο Διαγωνισμό Εκπαιδευτικής Ρομποτικής 2021 με θέμα «21ος αιώνας: Άνθρωποι, Δίκτυα, Τεχνητή Νοημοσύνη» τον Ιούνιο, αλλά και για την Ολυμπιάδα Εκπαιδευτικής Ρομποτικής (World Robot Olympiad) 2021 που έχει θέμα: «PowerBots - Το μέλλον της Ενέργειας».

**Εκδότης-Διευθυντής**
Κώστας Νόστης
**Αρχισυντάκτρια**
Σόνια Χαϊμαντά
**Στη Σύνταξη Συνεργάστηκαν:**
Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη, Πέτρος Κυπραίος, Μάνος Κωνσταντινιάδης

**Ανταποκριτές Εξωτερικού:**
Otto Hansen, Markus Hoenig, Dieter Hoenig (Γερμανία)
**Διεύθυνση Διαφήμισης:** Ειρήνη Νόστη
**Τμήμα Διαφήμισης:** Έλλη Μαστρομανώλη
**Υπεύθυνη Παραγωγής:** Ελένη Καπιτσάκη
**DTP:** Νίκος Χαλκιαδάκης
**Λογιστήριο:** Ανδρέας Λουλάκης

**Στοιχεία Επικοινωνίας**
Smart Press
Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,
Τηλ.: 210 5201500, 5230000

SMART PRESS