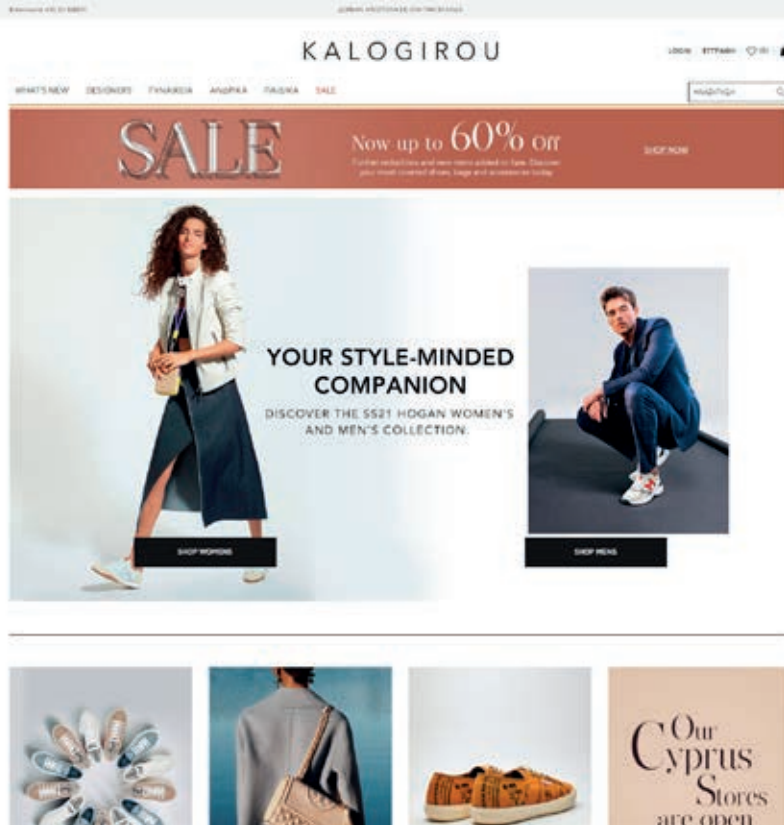


# E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 18 | 3 | 2021



## Από τη NetSteps το e-shop Καλογήρου

Στην πλοήγηση, στην ολοκλήρωση της παραγγελίας και στην ανάδειξη του brand, δίνει βαρύτητα το ανασχεδιασμένο e-shop της Καλογήρου δια χειρός NetSteps.



## Η ACS στηρίζει τους σεισμόπληκτους

Λαμβάνοντας υπόψη τις έκτακτες ανάγκες του Δήμου Ελασσόνας, που προέκυψαν από τον πρόσφατο σεισμό, η ACS, εταιρεία του Ομίλου Quest, στο πλαίσιο της στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, προσφέρει έμπρακτη στήριξη στους πληγέντες αναλαμβάνοντας τη δωρεάν αποστολή συγκεκριμένων ειδών ανάγκης από τα καταστήματα ACS όλης της χώρας.

## LAST MINUTE

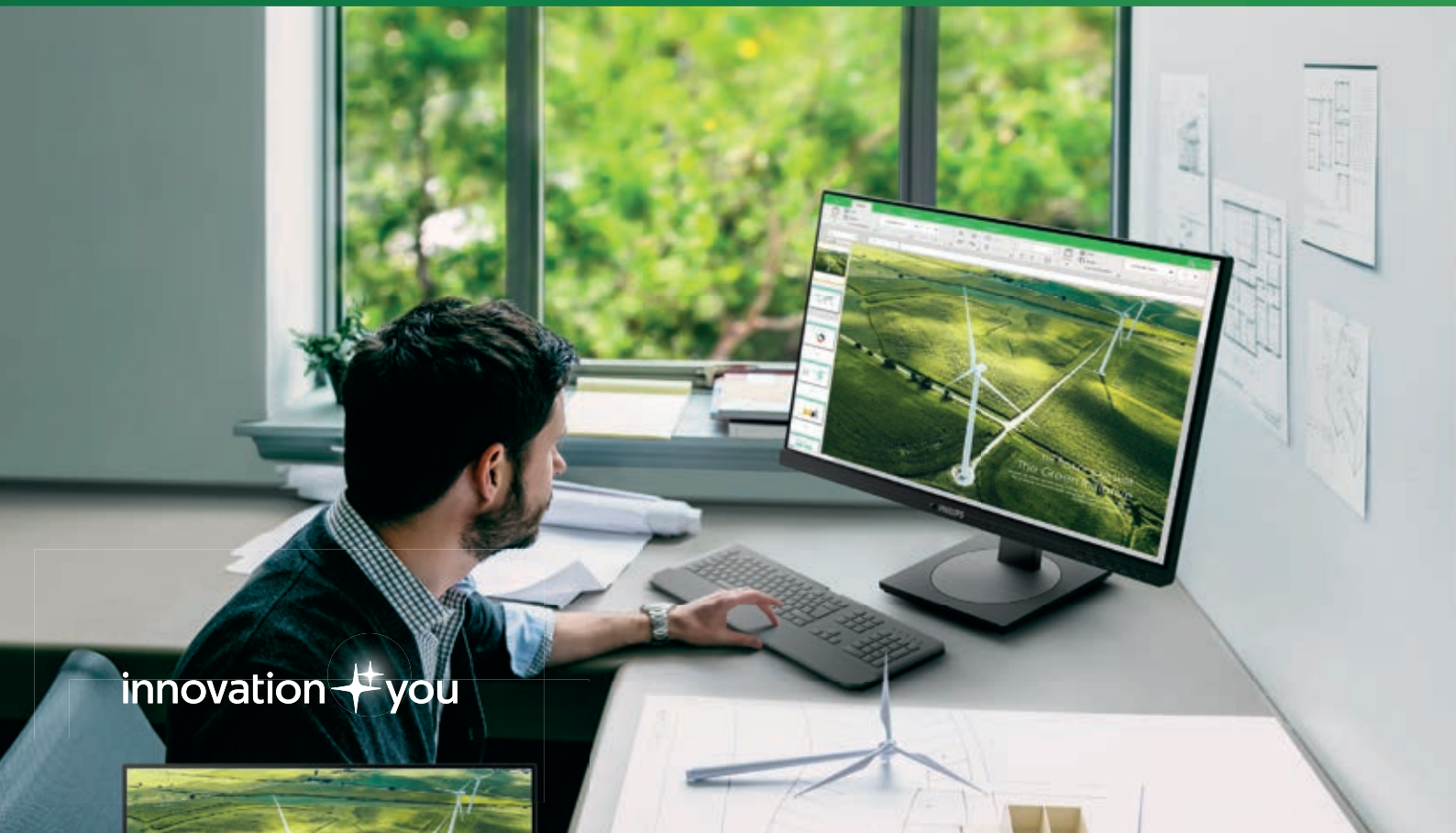
- 01** Η «Πλαίσιο» διαθέτει «Είδη ατομικής προστασίας», που περιλαμβάνει ιατρικές και υφασμάτινες μάσκες, αντισηπτικά χεριών και κρεμοσάπωνα.
- 02** Σε Wolt και Efood η Wild Souls, εταιρεία παραγωγής προϊόντων από σουσάμι και ξηρούς καρπούς.
- 03** Και στο e-commerce αποδίδει η Estie Lauder Hellas την άνοδο των πωλήσεών της κατά 6,05% στη χρήση 2019/2020.
- 04** Δωρεάν πρόσβαση στο «kallonimall.gr» δίνει στις τοπικές επιχειρήσεις ο εμπορικός σύλλογος Καλλονής του Δήμου Δ. Λέσβου.
- 05** Το τρίτο GR.EC.A Friday's Workshop έχει προγραμματιστεί για την Παρασκευή 19/3 (ώρα 15:00), μέσω πλατφόρμας zoom.

**PHILIPS**

Monitors

# Displays that contribute to the environment

Purchase one of our greenest solutions and add trees to our forest!



innovation ✨ you



24"/27"  
B Line LCD monitor  
242B1G/272B1G



Wide Viewing Angle



3-sided Frameless



Super Low Power



PowerSensor



LightSensor



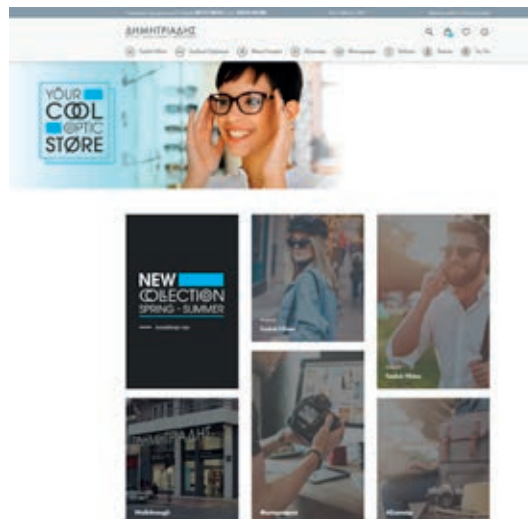
## Στις 5.723 οι αιτήσεις για το e-λιανικό

Όλο και περισσότεροι λιανέμποροι καταθέτουν αιτήσεις προκειμένου να λάβουν τα 5.000 ευρώ για τη δημιουργία του δικού τους e-shop. Μέσω του προγράμματος ΕΣΠΑ του υπουργείου Ανάπτυξης, το οποίο χειρίζεται ο υφυπουργός Γιάννης Τσακίρης, οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν να δημιουργήσουν τη δική τους διαδικτυακή πλατφόρμα ηλεκτρονικών αγορών.

Την Παρασκευή, 19 Μαρτίου, ανοίγει για υποβολή αιτήσεων για πρόγραμμα, ύψους 8 εκατ. ευρώ, το οποίο θα παρέχει ενίσχυση - αποζημίωση 3.000 ανά επιχείρηση με έδρα σε περιοχές της χώρας όπου επιβλήθηκε αυστηρότερο lockdown την περίοδο των Χριστουγέννων. Πέραν του λιανεμπορίου, η δράση αφορά σε κομμωτήρια και επιχειρήσεις περιποίησης άκρων (μανικιούρ-πεντικιούρ).

### «e-λιανικό»

Εντωμεταξύ με γεωμετρική πρόοδο αυξάνεται ο αριθμός των ενδιαφερόμενων εμπόρων που καταθέτουν αιτήσεις. Τα τελευταία επίσημα στοιχεία κάνουν λόγο για 5.723 αιτήσεις εκ των οποίων οι 4.658 είναι υπό τη μορφή σχεδίου, δηλαδή έχουν εκκρεμότητες, ενώ οι υπόλοιπες 1.065 έχουν υποβληθεί οριστικά. Η αιτούμενη επιχορήγηση ανέρχεται στα 14,788 εκατ. ευρώ και από αυτή τα 9,7 εκατ. ευρώ αφορούν τις 4.658 προτάσεις που δεν έχουν οριστικοποιηθεί και τα υπόλοιπα 5 εκατ. ευρώ τις 1.065 οριστικές αιτήσεις.



## Νέα συνεργασία για τη Slead

Η Slead αναλαμβάνει τη digital παρουσία του πολυκαταστήματος οπτικών Δημητριάδη. Θα σχεδιάσει και υλοποιήσει το νέο e-shop [dimitriadisoptics.gr](http://dimitriadisoptics.gr) το οποίο διαθέτει λειτουργία Try On, όπου ο χρήστης μπορεί να δοκιμάσει γυαλιά χρησιμοποιώντας την κάμερα του υπολογιστή ή του κινητού του.



## Delivery startup με ρομπότ από την Uber

Delivery startup με χρήση ρομπότ ιδρύει η εταιρεία Uber, προχωρώντας στην απόσχιση της Postmates X και δημιουργώντας νέο επιχειρηματικό σχήμα και συγκεκριμένα την ανεξάρτητη Serve Robotics. Το αντικείμενο της νέας startup θα είναι η παράδοση γευμάτων, λαχανικών και φρούτων και άλλων προϊόντων με τη χρήση ρομπότ, δηλαδή χωρίς να εμπλέκεται στη διαδικασία ο ανθρώπινος παράγοντας.

# NO FEAR

## ΔΑΜΑΖΟΥΜΕ ΤΟ E-COMMERCE

Με την [plushost.gr](http://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.



**GOLD** x2  
**SILVER** x3  
**BRONZE** x9

**plushost.gr**  
e-commerce goes 360°





## Κατερίνα Φραιδάκη, Πρόεδρος ΔΣ GRECA: “Χρονιά-«ορόσημο» το 2020 για το ηλεκτρονικό εμπόριο”

Η Δρ. Κατερίνα Φραιδάκη, Πρόεδρος του Δ.Σ. του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου-GRECA τονίζει ότι «το 2020 αποτέλεσε χρονιά - ορόσημο για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι ρυθμοί στους οποίους έπρεπε να κινηθεί όλη η αλυσίδα του ηλεκτρονικού επιχειρείν ήταν ταχείς.»

Κάνοντας ανασκόπηση, ξεκινώντας από τον Ιανουάριο του 2020 ως σήμερα, σημειώνει ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο ξεκίνησε το 2020 με αύξηση της τάξεως του 30%. Τον Μάρτιο του 2020, με την έναρξη του α' lockdown, ο GRECA ξεκίνησε τις επαναλαμβανόμενες έρευνες για να χαρτογραφήσει την αγορά. «Παρατηρήσαμε την πρώτη μεγάλη αύξηση της τάξεως του 134% την 15η εβδομάδα του έτους ενώ η αύξηση συνεχίστηκε φθάνοντας ως και το 171% την 17η εβδομάδα», αναφέρει η κ. Κ. Φραιδάκη και συμπληρώνει ότι καθ' όλη τη διάρκεια του 2020 η πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου ήταν ανοδική με πολύ υψηλά ποσοστά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η black week, όπου σε συνδυασμό με το lockdown εκείνης της περιόδου οδήγησε τον τζίρο σε αύξηση κατά 75%. «Ποιο είναι όμως το μεγάλο στοίχημα που έχουν να αντιμετωπίσουν όλα τα μέρη της αλυσίδας του ηλεκτρονικού επιχειρείν; Είναι η δυνατότητα είτε να ενισχύσουν, είτε να κερδίσουν την εμπιστοσύνη του καταναλωτή» καταλήγει η κ. Κ. Φραιδάκη.

Η έρευνα του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν-ELTRUN, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (2020) δείχνει ότι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την επιλογή αγοράς από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι η εμπιστοσύνη (πάνω από 75% των καταναλωτών ορίζουν τον παράγοντα «εμπιστοσύνη» στις 2 πρώτες θέσεις). Η έρευνα αποδεικνύει ότι υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών: Αυτοί που είχαν αγοράσει ηλεκτρονικά προ COVID και εκείνοι που ήλθαν στο ηλεκτρονικό εμπόριο μετά την πανδημία.



## Μ. Σαββίδης: στην Ελλάδα είμαστε ακόμη στην αρχή

Λόγω της παρατεταμένης επιβολής περιοριστικών μέτρων, πολλοί επιχειρηματίες πωλούν πλέον τα προϊόντα τους κυρίως μέσω Facebook και Instagram. Η πλειονότητα των εμπόρων ακόμα και σήμερα, δεν διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα. Σύμφωνα με στοιχεία του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών μόλις το 17% των εμπορικών επιχειρήσεων έχουν e-shop. «Στην Ελλάδα είμαστε ακόμα στην αρχή αυτής της κατάστασης. Πάντως, θα προχωρήσουμε», αναφέρει στο ΑΠΕ-ΜΠΕ ο αντιπρόεδρος του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Ε.Σ.Η.Ε.), κ. Μάκης Σαββίδης.

## Συνεργασία Viva Wallet με PrestaShop

Η Viva Wallet και η PrestaShop, ανακοινώνουν τη συνεργασία τους που θα προσφέρει σε online εμπόρους σε Ευρώπη και Μ. Βρετανία, τη δυνατότητα αποδοχής fully localized πληρωμών μέσω του νέου Viva Wallet module.

Ένας έμπορος που θα επιλέξει το Viva Wallet module μπορεί να προσμένει αυξημένο CR αφού οι τοπικοί παράμετροι στόχευσης αυξάνουν τις πιθανότητες πώλησης.

## Αιγίδα GR.EC.A στο «Technology Forum in Supply Chain: Logistics 4.0 II»

Υπό την υποστήριξη του GR.EC.A θα διεξαχθεί το Συνέδριο «Technology Forum in Supply Chain: Logistics 4.0 II» από το Supply Chain, Sales & Customer Institute. Το συνέδριο θα εστιάσει στα νέα δεδομένα που έφερε το 2021 στα logistics, τα νέα μοντέλα και τις τεχνολογικές λύσεις που πρόκειται να δούμε στο άμεσο μέλλον.

**BEST  
PRICE**  
.GR

# trends

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

Δημήτρης Χατζηγεωργίου, εμπορικός διευθυντής Softweb

## Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Παρόν και μέλλον



Η Softweb®, μια από τις εταιρείες που διείσδυσαν πρώτες στον κλάδο Παροχής Υπηρεσιών Πληροφορικής, έχει δώσει λύσεις σε περισσότερες από 700 επιχειρήσεις. Μετά από 13ετή πορεία και μεγάλη εμπειρία στην ανάπτυξη εξειδικευμένων λογισμικών σε επίπεδο E-commerce και M-commerce, είναι σε θέση να αφουγκραστεί τις ανάγκες της αγοράς του 2021 και να εκτιμήσει ποιες τεχνολογικές τάσεις θα μας απασχολήσουν στο μέλλον. Ο Εμπορικός Διευθυντής της Softweb®, κ. Δημήτρης Χατζηγεωργίου, αναφέρει: «Το E-commerce έχει φέρει επανάσταση στο λιανικό εμπόριο. Με την αυξανόμενη δημοτικότητα των eshops, ο αριθμός των καταναλωτών που στρέφεται σε online αγορές μεγαλώνει ραγδαία. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα έχουν γίνει φιλικά και προσφέρουν πολλαπλά οφέλη. Έχουν εξελιχθεί για να καλύψουν

τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών και να διευκολύνουν τις ηλεκτρονικές τους αγορές. Με όλη την άνεση που παρέχεται, δεν μας εκπλήσσει ότι η αύξηση των πωλήσεων στο διαδίκτυο είναι αυξανόμενη και ο κλάδος ιδιαίτερα ανταγωνιστικός. Ανεξάρτητα από το πόσο ώριμο είναι ένα e-shop, διακινδυνεύει να μείνει πίσω εάν δεν υιοθετεί τις νέες τάσεις. Και μη ξεχνάμε ότι το 2021 αποτελεί μια χρονιά -σταθμό για το μέλλον του E-commerce.» Οι εκτιμήσεις της Softweb® συμπίπτουν με τις προβλέψεις.

### Ποιες τάσεις θα διαμορφώσουν την επιτυχία των ηλεκτρονικών καταστημάτων;

Ο κ. Χατζηγεωργίου υποστηρίζει ότι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου οφείλεται εν μέρει στην αύξηση της χρήσης κινητών. Οι άνθρωποι δεν ψωνίζουν απλώς

στο διαδίκτυο. Χρησιμοποιούν τις κινητές συσκευές για περιήγηση Η διασφάλιση ότι οι ιστότοποι είναι φιλικό προς κινητά είναι σημαντική, καθώς περίπου το 30% των καταναλωτών θα εγκαταλείψουν τα καλάθια τους στη μέση των αγορών εάν αντιμετωπίσουν προβλήματα.

Οι 5 κορυφαίες τάσεις που θα επικρατήσουν στην αγορά είναι:

- Το εμπόριο μέσω εφαρμογών για κινητές συσκευές (M-commerce)**  
 Η εμπορική αξία που μπορεί να προσφέρει μια mobile εφαρμογή είναι αναμφισβήτητη. Προσφέρει πλήθος λειτουργιών, όπως barcode scan, voice recognition, offline mode, push notifications, in-app purchases κ.ά.
- Mobile Payments / Wallets**  
 Το 2021, οι επενδύσεις σε πορτοφόλια για κινητά, καθώς και η αγορά με άγγιγμα θα αυξάνονται, επιτρέποντας στους πελάτες να κάνουν αγορές στα κανάλια της επιλογής τους χωρίς να ανησυχούν για την ασφάλεια.
- Social Commerce**  
 Με την εισαγωγή του κουμπιού "Αγορά" στο Facebook και στο Instagram, τα κοινωνικά μέσα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Augmented Reality**  
 Οι εταιρείες χρησιμοποιούν το AR όχι μόνο για να βελτιώσουν την εμπειρία των πελατών, αλλά και για να τους επιτρέψουν να δοκιμάσουν και να εξερευνήσουν τα προϊόντα με τον τρόπο που θα έκαναν κατά τη διάρκεια μιας προσωπικής αγοραστικής εμπειρίας.
- Visual Commerce**  
 Το visual commerce ενσωματώνει άλλους τύπους οπτικών στοιχείων, όπως μέσα που δημιουργούνται από καταναλωτές, διαδραστικό περιεχόμενο, ενδιαφέροντα βίντεο και επαυξημένη πραγματικότητα.

**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>



Ζήνα Μαυροειδή, managing director e-Fresh

## To success story του e-fresh



Η e-fresh.gr είναι ένα αυτόνομο ηλεκτρονικό supermarket. Ξεκίνησε την λειτουργία της το 2016 μεγαλώνοντας με σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης τα χρόνια που ακολούθησαν.

Υπολογίζουμε ότι από την έναρξη της λειτουργίας μας έχουμε παραδώσει με επιτυχία περισσότερες από 700,000 παραγγελίες χαρίζοντας ευκολία και χρόνο σε χιλιάδες νοικοκυριά.

Συχνά με ρωτάνε ποιο είναι το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα ή αλλιώς το «μυστικό επιτυχίας» της e-fresh.gr.

Η αλήθεια είναι ότι από την έναρξη της δραστηριότητάς μας επενδύσαμε σημαντικά σε νέες τεχνολογίες. Αντιλαμβανόμενοι τις δυνατότητες που μας δίνει η εποχή της 4ης βιομηχανικής επανάστασης και των τεράστιων εφαρμογών που αυτή έχει στο ηλεκτρονικό εμπόριο, δεν θα μπορούσαμε να μην εστιάσουμε στα πλεονεκτήματα που η καινοτομία μπορεί να επιφέρει στον κλάδο μας. Η e-fresh.gr λειτουργεί βασιζόμενη σε δύο αυτόματες αποθήκες ρομποτικής τεχνολογίας που διευκολύνουν σημαντικά τους χρόνους εξυπηρέτησης, δίνοντας

τη δυνατότητα παράδοσης των παραγγελιών σε λίγες μόνο ώρες από την υποβολή τους.

Δεν σταματήσαμε όμως εκεί. Θέλοντας να δημιουργήσουμε μια πραγματικά επαγγελματική υπηρεσία στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου ειδών super market, δώσαμε μεγάλη έμφαση στο περιεχόμενο και τις επιμέρους λειτουργίες του ίδιου του site. Η e-fresh.gr ήταν το πρώτο super market που διέθεσε ηλεκτρονικά διατροφικούς πίνακες για κάθε προϊόν ώστε ο χρήστης να λαμβάνει ενημερωμένα την αγοραστική του απόφαση. Δώσαμε τη δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε «άγουρες» ή «ώριμες» μπανάνες και αβοκάντο προσομοιώνοντας την εμπειρία ενός φυσικού καταστήματος. Εισαγάγαμε για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά τη δυνατότητα απευθείας αγοράς των προϊόντων μιας συνταγής. Δημιουργήσαμε έναν εύχρηστο οδηγό οργάνωσης γευμάτων με την επωνυμία “meal planner” για τον καλύτερο προγραμματισμό των αναγκών κάθε νοικοκυριού ενώ μέσα από την υπηρεσία “γρήγορο καλάθι” ο κάθε χρήστης μας βλέπει άμεσα τα προϊόντα που αγοράζει πιο συχνά, ώστε να ολοκληρώσει ακόμη πιο γρήγορα τις αγορές του. Στο site της e-fresh.gr δείχνουμε μόνο προϊόντα που είναι άμεσα διαθέσιμα στην αποθήκη μας ενώ οι διαθέσιμοι τρόποι πληρωμής περιλαμβάνουν πληρωμή στην πόρτα με POS ή αντικαταβολή, paypal, τραπεζική κατάθεση ή κουπόνια ticket restaurant.

Τα χαρακτηριστικά αυτά σίγουρα συνέβαλαν στην προσφορά μιας ολοκληρωμένης και επαγγελματικής υπηρεσίας που σέβεται τον πελάτη της αλλά και τις ιδιαιτερότητες που έχει το κανάλι του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αυτός ήταν και ο στόχος μας εξ αρχής.

Η λίστα των ιδιαίτερων αυτών χαρακτηριστικών δεν σταματά εδώ.

Η εταιρεία έχει πιστοποιηθεί με ISO για το σύστημα εξυπηρέτησης των ηλεκτρονικών της παραγγελιών, διαθέτει υγειονομικά ελεγμένα οχήματα ενώ η τεχνολογική καινοτομία συνεχίζει να υποστηρίζεται μέσα από μια σειρά από υποδομές που στόχο έχουν τη διασφάλιση της ψυκτικής αλυσίδας και της ποιοτικής διαφύλαξης των προϊόντων στην αποθήκη αλλά και κατά τη μεταφορά τους στο χώρο του πελάτη μας.

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά έχουν βαρύτητα και όλα συντελούν στους σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης της εταιρείας αλλά και στα σημερινά της αποτελέσματα. Τίποτα όμως από όλα αυτά δεν θα μπορούσε να είχε συλληφθεί, δημιουργηθεί και εκτελεστεί σωστά χωρίς τη μεγάλη ομάδα των ανθρώπων μας. Πρόκειται για το έμπυχο δυναμικό της e-fresh.gr που πίστεψε στο όραμα ενός ηλεκτρονικού σουπερ μάρκετ σχεδιάζοντας, υλοποιώντας και βελτιστοποιώντας μια σειρά από διαδικασίες και συστήματα που βρίσκονται στην καρδιά της λειτουργίας μας. Από την έναρξη έως και σήμερα η δυναμική ομάδα της e-fresh.gr συνεχίζει να προσφέρει με την ίδια ενέργεια και τον ίδιο ενθουσιασμό έχοντας ήδη κερδίσει σημαντικές μάχες.

Οι εταιρείες είναι άνθρωποι. Οι δικοί μας άνθρωποι μέσα από μια σειρά από ειδικότητες έφεραν στην εταιρεία περισσότερα από 20 βραβεία για διαφορετικούς τομείς της δραστηριότητάς μας χαρίζοντας ευκολία και χρόνο σε χιλιάδες νοικοκυριά.

Για το λόγο αυτό όταν με ρωτούν πιο είναι το «συγκριτικό μας πλεονέκτημα» ή το «μυστικό της επιτυχίας μας» το μυαλό μου πάει σε όλους εκείνους που έκαναν μια ωραία ιδέα πραγματικότητα, αλλάζοντας την ζωή όλων μας.

FROM  
**CYBER  
SECURITY**  
TO  
**CYBER  
RESILIENCE**



ΑΠΡΙΛΙΟΥ

**21-23**  
**2021**



## Industry Benchmarks 2020 Q4: αρώματα

Η εταιρεία Protocol με 20ετή εμπειρία στην προώθηση επιχειρήσεων μέσω του διαδικτύου έχει πελάτες σχεδόν από όλους τους κλάδους των επιχειρήσεων και της αγοράς.

Για το λόγο αυτό κάθε μήνα συλλέγει και αναλύει στατιστικά δεδομένα που αφορούν την ζήτηση και την επισκεψιμότητα για καθένα από τα περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα των δημοφιλέστερων εμπορικών κλάδων.

Τα παρακάτω Benchmarks αφορούν τα ηλεκτρονικά καταστήματα των δημοφιλέστερων e-shops προϊόντων Αρωμάτων που εμφανίστηκαν στα οργανικά ή στα πληρωμένα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης Google, το τελευταίο τρίμηνο του 2020. Σύμφωνα με την Protocol οι μέσες μηνιαίες επισκέψεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων αρωμάτων ήταν 78,000. Παράλληλα το 55% των επισκέψεων αυτών πραγματοποιήθηκαν μέσω κινητών τηλεφώνων Smartphone.

Το Score επίδοσης σε κινητά τηλέφωνα, σύμφωνα με το PageSpeed Insights ήταν 24/100. Το ποσοστό άμεσης εγκατάλειψης (Bounce Rate) στα websites ήταν 49%. Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε ότι η μέση διάρκεια παραμονής στα eshops ήταν 2:31.



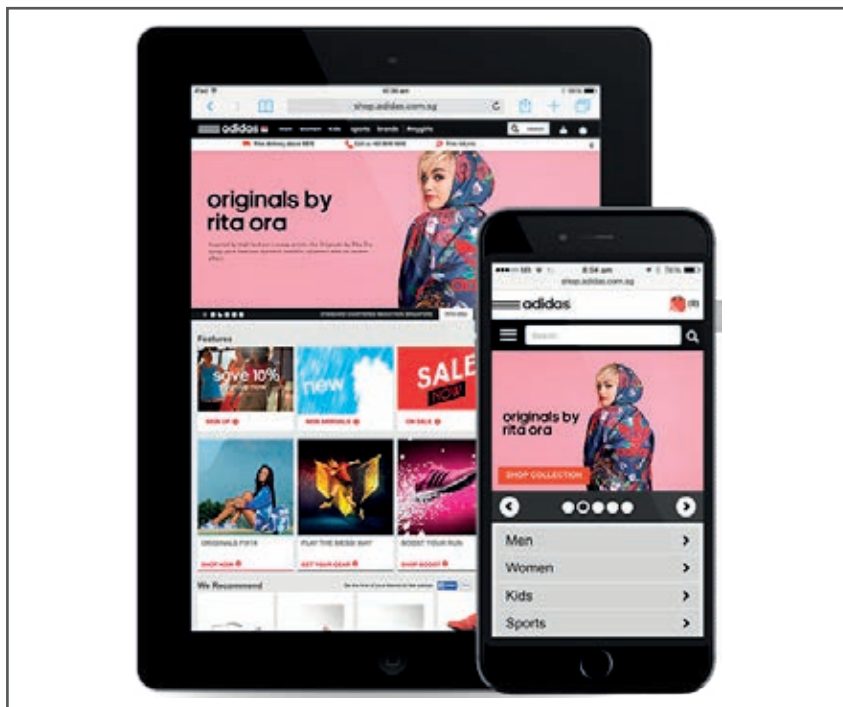
## Νέα πλατφόρμα AR από τη Microsoft

Σε λύσεις επαυξημένης πραγματικότητας επενδύει η Microsoft η οποία παρουσίασε τη νέα της υπηρεσία Microsoft Mesh. Πρόκειται για μια πλατφόρμα όπου γίνονται εικονικές συναντήσεις, και στην οποία οι συμμετέχοντες βλέπουν ο ένας τον άλλον σαν ολογράμματα στον ίδιο χώρο.



## Tech και νομοθετικό πλαίσιο στο επίκεντρο των Logistics

Πραγματοποιήθηκε πρόσφατα διαδικτυακή Συνέντευξη Τύπου της Ελληνικής Εταιρείας Logistics με θεματολογία την παρουσίαση του νέου Δ.Σ., των πέντε πυλώνων ανάπτυξης και το χρονοδιάγραμμα της προσεχούς διετίας. Παρουσιάστηκε σχέδιο δράσης, το οποίο έχει συνδιαμορφωθεί από το Δ.Σ., λαμβάνοντας υπόψη και τις προτάσεις των μελών της EEL, με 1ο πυλώνα δράσης αυτόν των παροχών προς τα μέλη.



## Σε πλήρη φόρμα η Adidas στην πίστα του e-Commerce

Μπορεί οι εταιρείες αθλητικών ειδών να έχουν υποφέρει από το κλείσιμο των καταστημάτων εξαιτίας της πανδημίας, ωστόσο κέρδισαν διαδικτυακές πωλήσεις κατά τη διάρκεια των περιορισμών στην μετακίνηση, καθώς πολλοί καταναλωτές έχουν στραφεί στην άθληση τόσο σε εξωτερικού χώρους όσο εξάλλου και στο σπίτι. Η Adidas προτίθεται να ανταγωνιστεί τη Nike, η οποία έχει προσελκύσει μαζικά καταναλωτές με τις εφαρμογές (apps) γυμναστικής και online αγορών, οδηγώντας σε σημαντικά υψηλότερες ηλεκτρονικές πωλήσεις κατά το τελευταίο έτος. Μάλιστα η Adidas σκοπεύει να διπλασιάσει τις online πωλήσεις της, αλλά και να προστατεύσει το Περιβάλλον με ακόμη περισσότερα «πράσινα» προϊόντα μέσα στα επόμενα 5 χρόνια. Η εταιρεία αθλητικών σκοπεύει να επενδύσει περισσότερα από 1 δις δολάρια για να διπλασιάσει τις online πωλήσεις της, μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια και να κάνει εννέα από τα 10 προϊόντα της φιλικά προς το περιβάλλον, χρησιμοποιώντας περισσότερα ανακυκλωμένα και βιοδιασπώμενα υλικά.

Η Adidas προβλέπει σε μεγαλύτερη ανάπτυξη στην Κίνα και αυτό έχει να κάνει με μια μεγάλη αγορά, τη μεσαία τάξη της Κίνας, η οποία μπορεί να ξεπεράσει τα 300 εκατ. ανθρώπους.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Adidas, Kasper Horsted αναφέρει ότι «το ηλεκτρονικό εμπόριο θα αντιπροσωπεύει πάνω από το 40% των πωλήσεων της βιομηχανίας μέχρι το 2025, καθώς αυξάνεται τρεις φορές ταχύτερα από ό,τι οι πωλήσεις στα καταστήματα. Τέλος, τονίζει ότι περισσότερο από το 70% των καταναλωτών αναφέρει ότι «η βιωσιμότητα αποτελεί σημαντικό παράγοντα όταν γίνεται μια αγορά».

Η Adidas ανακοίνωσε πρόσφατα τη διάθεση προς πώληση της Reebok την οποία είχε εξαγοράσει πριν αρκετά χρόνια για να μπορέσει να ανταγωνιστεί την Nike. Οι αλλαγές στη στρατηγική για το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μονόδρομο για την εταιρεία.

(Πηγή: [thetotalbusiness.com](http://thetotalbusiness.com))



## Στο online ποντάρει ο ισπανικός κολοσσός Inditex

Κατά 15% υποχώρησαν οι πωλήσεις του ομίλου Inditex τον Φεβρουάριο και κατά 4% την α' εβδομάδα Μαρτίου. Τα κέρδη προ φόρων υποχώρησαν κατά 40% στα 4,55 δις. ευρώ έναντι 4,77 δις. ευρώ πρόβλεψης. Τα έσοδα από online πωλήσεις ενισχύθηκαν κατά 77% και αποτέλεσαν το 1/3 των πωλήσεων το 2020. Η Inditex πέτυχε τον στόχο για πραγματοποίηση του 25% των εσόδων της από το e-commerce δύο χρόνια νωρίτερα από ότι είχε προγραμματίσει.

## ΕΛΣΤΑΤ: +18% στις online πωλήσεις τη διετία 2019-2020

Σημαντικές διαφοροποιήσεις όσον αφορά στον τζίρο του 2020, καταγράφονται στο λιανεμπόριο σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, με τις απώλειες να ανέρχονται στα 4, 5 δις. ευρώ σε σύγκριση με το 2019 και με πώση τζίρου - 8,6%. Όσον αφορά στους κλάδους με τις μεγαλύτερες αυξήσεις μεταξύ 2019-2020, οι επιχειρήσεις πωλήσεων με αλληλογραφία ή μέσω διαδικτύου κατέγραψαν + 18%.

## Augmented Reality εμπειρία από την H&M

Στη διοργάνωση εμπειρίας επαυξημένης πραγματικότητας (AR) προχώρησαν η H&M και η Simone Rocha, με στόχο να γιορτάσουν τη συνεργασία τους. Η ψηφιακή εμπειρία ενεργοποιείται μέσα από ένα limited-edition βιβλίο, το οποίο παραπέμπει στην παράδοση της Rocha να δημοσιεύει έντυπο υλικό σε συνεργασία με καλλιτέχνες, το οποίο δημιουργήθηκε σε συνεργασία με τη Βρετανίδα ζωγράφο Faye Wei Wei.



## Φούσκωσε το online... κανάλι των μεγάλων S/M

Οι μεγαλύτεροι επιχειρηματίες του λιανεμπορίου είδαν τα ταμεία τους να γεμίζουν περίπου με 1 δισ. ευρώ περισσότερα σε σχέση με το 2019, συγκεντρώνοντας συνολικά 12 δισ. ευρώ το 2020. Τον πρώτο λόγο έχουν οι Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης που κατέγραψαν το 2020 αύξηση πωλήσεων κατά 19,5%, υπερβαίνοντας τα 3,1 δισ. ευρώ. Σε επίπεδο ομίλου, που περιλαμβάνει τη δραστηριότητα στην Κύπρο, των χονδρικών πωλήσεων μέσω της The Mart και των σουπερ μάρκετ Χαλκιαδάκης στην οποία κατέχει το 60%, η αύξηση ήταν 15%, φθάνοντας τα 3,8 δισ. ευρώ. Για την AB Βασιλόπουλος, το ποσοστό ανάπτυξης των πωλήσεων φέρεται να ανήλθε σε λίγο πάνω από 4% με κύκλο εργασιών περισσότερα από 2 δισ. ευρώ. Η AB ήταν ο αδιαφιλονίκητος ηγέτης στη αύξηση των online αγορών δεδομένου ότι αποτελεί την πρώτη αλυσίδα που άρχισε να χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο κανάλι πώλησης προ 15ετίας. Σε ό,τι αφορά στον όμιλο Metro της οικογένειας Παντελιάδη, οι πωλήσεις για την περασμένη χρονιά άγγιξαν τα 1,33 δισ. ευρώ με ποσοστό ανάπτυξης που ανήλθε στο +5,5% σε σχέση με το 2019. Η Μασούτης κινήθηκε στο +6,3% σε επίπεδο κύκλου εργασιών για το 2020. Έτσι οι πωλήσεις της επιχείρησης ανήλθαν στα 883 εκατ. ευρώ έναντι 830 εκατ. ευρώ που ήταν το 2019, ενώ η κερδοφορία κατέγραψε ποσοστό αύξησης 20%. Σημαντική αύξηση πωλήσεων (13,7%) πέτυχε η Πέντε ΑΕ με 511 εκατ. ευρώ. Διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης ακολούθησαν και οι πωλήσεις της ANE-ΔΗΚ Κρητικός. Η αλυσίδα εμφανίζεται να έχει καταγράψει αύξηση πωλήσεων κατά 11,5% αγγίζοντας τα επίπεδα των 393 εκατ. ευρώ. Εξίσου αξιοσημείωτη είναι η αύξηση (14,5%) που εμφανίζεται να έχει πετύχει η αλυσίδα Market In με κύκλο εργασιών 365 εκατ. ευρώ.

## Απέδωσε η συνεργασία Kohl's με Amazon

Η Kohl's πρόσθεσε 2 εκατ. νέους πελάτες το 2020 χάρη στην αποδοτική συνεργασία της με το Amazon. Σύμφωνα με τη Michelle Gass, CEO, οι λεπτομέρειες της σχέσης ενδέχεται να είναι εμπιστευτικές, αλλά τα αποτελέσματα των πωλήσεων και των κερδών εμφανώς αρκετά επιτυχημένα. Η Kohl's άρχισε να εξυπηρετεί τις επιστροφές των προϊόντων Amazon σε 10 από τα καταστήματά της το 2017.

## Οι online marketplaces και η ασφάλεια των Καταναλωτών

Ένας αυξανόμενος αριθμός online marketplaces υπογράφει τη Δέσμευση Ασφάλειας Προϊόντων της Ε.Ε. και δεσμεύεται να προβεί σε ενέργειες για να διατηρήσει τους καταναλωτές που αγοράζουν online και ασφαλείς από επικίνδυνα προϊόντα. Η δέσμευση είναι εθελοντική και επιπρόσθετη των νομικών υποχρεώσεων για την ασφάλεια των προϊόντων. Η Κομισιόν επιβραβεύει τις επιχειρήσεις που καταβάλλουν επιπλέον προσπάθειες με το Βραβείο Ασφάλειας Προϊόντων της ΕΕ. Η πλατφόρμα για τα βραβεία 2021 δέχεται αιτήσεις έως τις 30 Απριλίου.



## Κέντρο έρευνας για την ΤΝ στην Ελλάδα

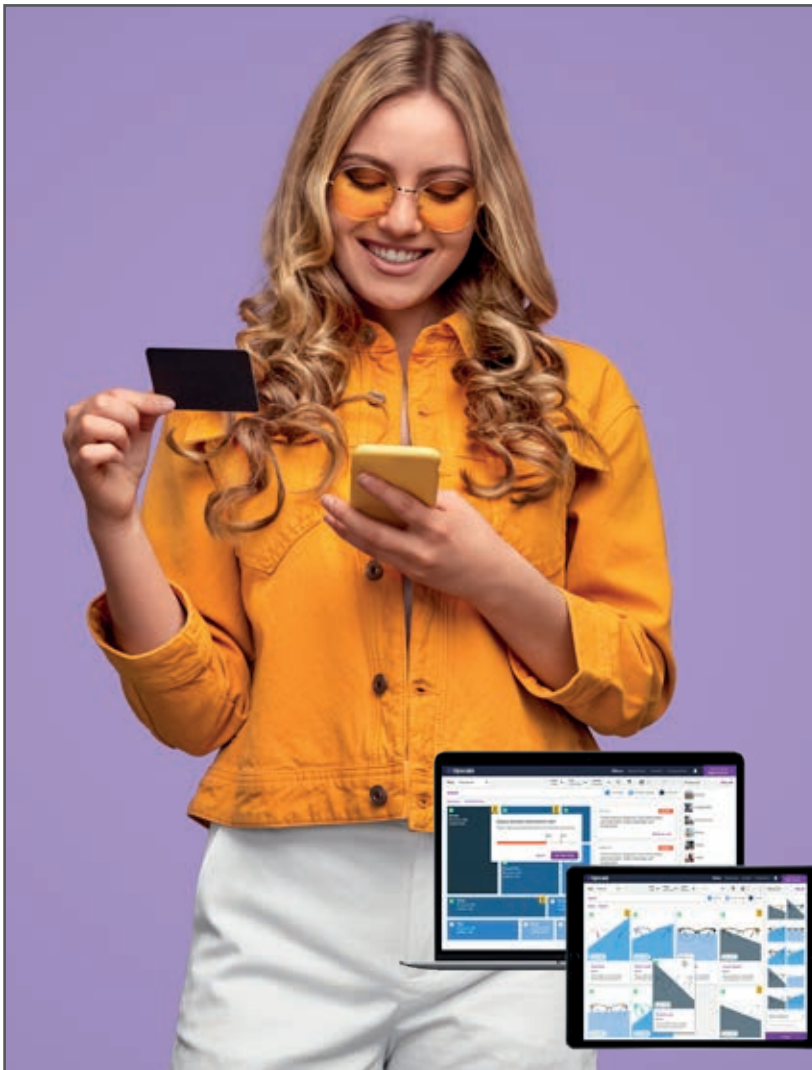
Την εξαγγελία για δημιουργία στην Ελλάδα Κέντρου Έρευνας σχετικά με την Τεχνητή Νοημοσύνη επανέλαβε ο καθηγητής του MIT, Κωνσταντίνος Δασκαλάκης, στο πλαίσιο δικτυακής συνάντησης. Αντικείμενο της εκδήλωσης, ήταν ο κοινωνικός και ηθικός αντίκτυπος της Τεχνητής Νοημοσύνης στην καθημερινότητά μας. Στόχος του κέντρου είναι να αναδείξει δυνατότητες των Ελλήνων επιστημόνων και να λειτουργήσει ως μαγνήτης brain regain.

e-commerce  
solutions

**Ολοκληρωμένες λύσεις  
για το e-shop σου  
με δυνατότητα  
επιδότησης.**

πρωτοπόριότητα  
σε εσένα

ΜΑΘΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ



## Η νέα πρόταση της SAP για το e-commerce

Η νέα πλατφόρμα SAP Upscale Commerce, η οποία λειτουργεί στη λογική του Software-as-a-Service, παρουσιάστηκε κατά τη διάρκεια webinar που διοργάνωσε η SAP. Η πλατφόρμα φιλοξενείται στο cloud και ενσωματώνει τεχνολογίες Τεχνητής Νοημοσύνης προκειμένου να βελτιώσει ακόμα περισσότερο την εμπειρία του υποψήφιου αγοραστή. Όπως τόνισε στο πλαίσιο της παρουσίασης ο κ. Δημήτρης Σύρμος, Senior Presales Specialist της SAP, «η λύση μπορεί να εγκατασταθεί μέσα σε μερικές εβδομάδες και να εφαρμοστεί στην ελληνική αγορά, σε μία σειρά προϊόντων. Ένα από τα χαρακτηριστικά που διαθέτει η πλατφόρμα SAP Upscale Commerce είναι ότι ενσωματώνει στοιχεία AI τα οποία, σε συνδυασμό με ψηφιακές τεχνολογίες διαχείρισης των διάφορων κατηγοριών περιεχομένου, της επιτρέπουν να αναγνωρίζει τι αυξάνει τις πωλήσεις και τα κέρδη στις ηλεκτρονικές πωλήσεις.»

### Εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα

Επιπλέον η πλατφόρμα διευκολύνει την παρουσίαση νέων προϊόντων στην αγορά, με τη χρήση pop-up stores, στο πλαίσιο της συνεργασίας της με εφαρμογές για κινητά και, επίσης, επιτρέπει την προσθήκη in-store kiosks, χάρη στα οποία ηλεκτρονικές και φυσικές πωλήσεις συνδυάζονται σε μια ολοκληρωμένη πολύ-καναλική αγοραστική εμπειρία.



## Στα 6,6 τρις δολάρια η αξία των ψηφιακών πληρωμών

Ο παγκόσμιος κλάδος ψηφιακών πληρωμών αναμένεται να φθάσει το 2021 τα 6,6 τρις δολάρια καταγράφοντας αύξηση 22% σε σχέση με έναν χρόνο νωρίτερα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Finaria.it, που παρουσιάζει ο ΣΕΠΕ.



## Διαδραστική πλατφόρμα gamification από AB και Mpass

Η ενότητα παιχνιδιών AB plus & play της αλυσίδας AB Βασιλόπουλος βασισμένη στην πλατφόρμα «Gaiming» της Mpass αναβαθμίζεται, μετά από 3 εκατ. παιχνίδια που έχουν ήδη παίξει περισσότεροι από 300.000 κάτοχοι κάρτας AB plus. Γίνεται πιο διαδραστική για να προσφέρει μια εξελιγμένη εμπειρία στους πελάτες που παίζουν παιχνίδια και κερδίζουν έξτρα πόντους AB Plus.



## 3.000 ευρώ για τα τοπικά μέτρα Χριστουγέννων

Δημοσιεύθηκε η απόφαση και η δράση για την ενίσχυση των επιχειρήσεων που παρέμειναν κατ' εξαίρεση σε αναστολή λειτουργίας κατά την περίοδο των Χριστουγέννων 2020 λόγω τοπικής ισχύος μέτρων για τον περιορισμό της διασποράς της του κορονοϊού.

Σημειώνεται ότι από την απόφαση δεν προκύπτει επίδομα και 1.000 ευρώ ανά εργαζόμενο όπως είχε εξαγγελθεί.

Η απόφαση περιλαμβάνει και τη λίστα των επιλέξιμων ΚΑΔ σημειώνοντας ότι αφορά επιχειρήσεις που ήταν κλειστές από 15/12 έως 2/1/2021.

Οι αιτήσεις θα υποβάλλονται ηλεκτρονικά από τις 19/3 έως τις 23/4 στο site [ependyseis.gr](http://ependyseis.gr) με την ένδειξη: «ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΛΟΓΩ ΤΟΠΙΚΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ».

Στο πλαίσιο αυτό, παρέχεται αποζημίωση 3.000 ευρώ για κάθε επιχείρηση, με στόχο την ενίσχυση των εταιρειών που τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο δραστηριοποιούνταν στους ΚΑΔ του Κεφαλαίου 5 και διέθεταν εγκατάσταση σε συγκεκριμένες περιοχές, οι οποίες, πέραν του πλήγματος που έχουν υποστεί οι επιχειρήσεις των εν λόγω κλάδων στο σύνολο της χώρας λόγω της πανδημίας, απώλεσαν και τη δυνατότητα λειτουργίας υπό όρους κατά την εορταστική περίοδο και τον παραδοσιακά αυξημένο κύκλο εργασιών που σημειώνεται κατά τη διάρκειά της.



## +54% στις online πωλήσεις τροφίμων

Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών αγοράς "eMarketer", οι e-πωλήσεις τροφίμων αναμένεται να υπερβούν φέτος τα 100 δις δολ. Το 2020 οι διαδικτυακές πωλήσεις τροφίμων εκτοξεύτηκαν κατά 54%, σε σχεδόν 96 δις. δολ., αντιπροσωπεύοντας το 12% του συνόλου των διαδικτυακών πωλήσεων.



## Πρόγραμμα μαθητείας από την Amazon

Ένα δωρεάν πρόγραμμα μαθητείας στη μηχανοκίνητη και στη ρομποτική ανακοίνωσε ότι θα λανσάρει η Amazon, προκειμένου να παρέχει upskilling για θέσεις υψηλής ζήτησης. Συγκεκριμένα, όλοι οι εργαζόμενοι της εταιρείας μπορούν να δηλώσουν συμμετοχή στην πρώτη φάση του εν λόγω προγράμματος, κατά την οποία θα λάβουν εκπαίδευση διάρκειας 12 εβδομάδων από τους εκπαιδευτικούς συνεργάτες της Amazon.



## e-Commerce Trends 2021: Προσωπικής Φροντίδας

Η εταιρεία Protocol με 20ετή εμπειρία στην προώθηση επιχειρήσεων μέσω του διαδικτύου έχει πελάτες σχεδόν από όλους τους κλάδους. Για το λόγο αυτό κάθε μήνα συλλέγει και αναλύει στατιστικά δεδομένα που αφορούν την ζήτηση και την επισκεψιμότητα για καθένα από τα περισσότερα e-shops των δημοφιλέστερων εμπορικών κλάδων και αποτυπώνει τις τάσεις. Η αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών στην κατηγορία «Προϊόντα Προσωπικής Φροντίδας» εκτιμάται ότι θα ανέλθει στα 475 εκατ. Ευρώ το 2021.

Τα έσοδα εκτιμάται ότι θα παρουσιάσουν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 10,05%, με προσδοκώμενο όγκο αγοράς τα 696 εκατ. Ευρώ έως το 2025.

Η διείσδυση των χρηστών εκτιμάται στο 22,5% για το 2021 και αναμένεται να φτάσει το 28,9% έως το 2025.

Η μέση ετήσια αξία συναλλαγής ανά χρήστη αναμένεται να ανέλθει σε 203,18€, για τον Έλληνα καταναλωτή.

Η κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου «προσωπικής φροντίδας» περιλαμβάνει την πώληση ιατρικών, φαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων μέσω ψηφιακού καναλιού (συμπεριλαμβανομένης της πώλησης συνταγογραφούμενων φαρμάκων), για παράδειγμα μέσω διαδικτυακών φαρμακείων και άλλων μεμονωμένων εμπορών.

Η συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνει επίσης καλλυντικά, προϊόντα καθαρισμού και φροντίδας, διατροφικά προϊόντα καθώς και ιατρικά προϊόντα για προσωπική χρήση (π.χ. συσκευές παρακολούθησης της αρτηριακής πίεσης, απολυμαντικά και επιδέσμους).



## Οι Ελληνίδες ηγούνται της "κούρσας" των ηλεκτρονικών αγορών στη χώρα

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Focus Bari, στα τέλη του 2020, η διείσδυση του online εμπορίου στην Ελλάδα ήταν 68%, με το ποσοστό των online καταναλωτών να είναι 69% για τις γυναίκες και 67% για τους άνδρες.

Στην έρευνα αναφέρεται πως για το β' εξάμηνο του 2020, 4,6 εκατ. άτομα στην Ελλάδα έκαναν online αγορές και από αυτούς περισσότεροι από 2,3 εκατ. ήταν γυναίκες.



## Το quick delivery της e-food

Την είσοδό της στη διανομή προϊόντων mini market γνωστοποίησε η efood, με υπηρεσία efood market. Η κίνηση βάζει την εταιρεία διανομών στο quick delivery με παράδοση σε 25'. Αντικείμενο διανομής αποτελούν είδη διατροφής, ανταλλακτικά για κινητά κ.ά. Στο κωδικολόγιο περιλαμβάνονται 1.000 προϊόντα, ενώ η υπηρεσία λειτουργεί από τις 8.30 έως τις 22.30 όλες τις ημέρες της εβδομάδας και στα Σαββατοκύριακα.





## Παναγιώτης Σταμπουλίδης: «Προσοχή στις διαδικτυακές απάτες»

Για το συχνό φαινόμενο διαφημιστικών που παραπέμπουν σε sites -παγίδες και ανύπαρκτες πλατφόρμες, με στόχο να εξαπατήσουν αποσπώντας μεγάλα ποσά με την υπόσχεση κερδών από δήθεν χρηματιστηριακά προϊόντα ακόμα και σε κρυπτονομίσματα, μίλησε ο Γ.Γ. Εμπορίου Παναγιώτης Σταμπουλίδης (στον Αθήνα 9.84).

Οι διαφημίσεις «φυτεύονται» και σε μεγάλες ιστοσελίδες, γνωστών ΜΜΕ ενώ διακινούνται σημαντικά ποσά από 1.000 - 150.000 ευρώ, μέσω эмβασμάτων και πιστωτικών καρτών. Οι γνωρίζοντες μιλούν για διεθνές κύκλωμα, προτρέπουν τα θύματα να καταθέτουν μηνύσεις.

Σύμφωνα με τον Γ.Γ. Γραμματέα Εμπορίου «είναι ευκολότερος ο εντοπισμός μιας εγγεγραμμένης στην Ελλάδα πλατφόρμας που καταλήγει σε gr. Στην περίπτωση παράνομης προώθησης προϊόντων, μιλάμε για έγκλημα που εμπίπτει στην αρμοδιότητα και της Αρχής Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, καθώς επικεντρωνόμαστε στις επιλεγμένες πρακτικές όπως και στα κανάλια προώθησης των συγκεκριμένων προϊόντων.

Όταν πρόκειται για πλατφόρμες διεθνούς εμβέλειας, στις οποίες εμπλέκονται υπηρεσίες άλλων χωρών, το πράγμα γίνεται πιο σύνθετο. Ανεξαρτήτως όμως προϊόντος, η αρμοδιότητα για την αντιμετώπιση της οργανωμένης διαδικτυακής απάτης, ανήκει στην Υπηρεσία, Ηλεκτρονικού Εγκλήματος.»

Όπως εξήγησε ο κ. Σταμπουλίδης, «υπάρχουν πυλώνες που αφορούν στην προστασία του Καταναλωτή απέναντι σε αθέμιτες πρακτικές για υπηρεσίες και αγαθά από αγοραπωλησίες και ασφαλιστικές. Όταν κάποιος απευθυνθεί σε εμάς θα πρέπει να υπάρχει από την απέναντι πλευρά, κάποιος άλλος. Αν όμως αυτός βρίσκεται π.χ. στη Χονολουλού, μπορεί εύκολα κανείς να αντιληφθεί την εξέλιξη.»

Στην επισήμανση ότι όλα δείχνουν πως πρόκειται για απάτες με ξέπλυμα χρήματος, καθώς πολλά από τα ποσά διακινούνται από την Ελλάδα μέσω διεθνών παρόχων, με χρήση χρεωστικών ή πιστωτικών για να οδηγηθούν στη Λιθουανία και στη συνέχεια στη Βρετανία, πριν χαθούν τα ίχνη τους, ο κ. Σταμπουλίδης ανέφερε πως «ακόμη δεν έχουν υπάρξει καταγγελίες στη Γ.Γ. Εμπορίου».



## Το Duo παίρνει θέση κατά της σεξουαλικής κακοποίησης

Η νέα digital καμπάνια «Δεν είναι απλά μια ιστορία. Είναι ομολογία» της Duo, σε concept της 4 Wise Monkeys και παραγωγή της White Room, δείχνει πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος όλων μπροστά στο φαινόμενο της σεξουαλικής κακοποίησης. Το spot της Duo τονίζει ότι κάποιες ιστορίες δεν είναι απλά ιστορίες, αλλά ομολογίες κακοποίησης και ότι είναι πλέον καιρός να τις αντιμετωπίσουμε διαφορετικά και να μιλήσουμε στους γύρω μας.



## Καμπάνια της LG για τον σεβασμό στο Περιβάλλον

Ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση του προβλήματος των απορριμμάτων υφασμάτων μέσα από έναν τρόπο ζωής που σέβεται τον πλανήτη, η LG Electronics Hellas υποστηρίζει την ψηφιακή καμπάνια #CareForWhatYouWear. Τα «έξυπνα» πλυντήρια ρούχων της LG με τεχνολογία AI DD, αξιοποιούν δεδομένα για την αναγνώριση του βάρους και της απαλότητας των υφασμάτων και εφαρμόζουν το βέλτιστο μοτίβο πλύσης.



## Εξατομικευμένες διαφημίσεις από το TikTok

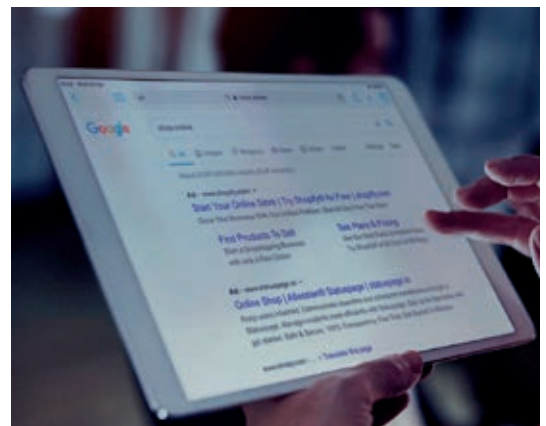
Σημαντικές αλλαγές στο πλαίσιο που προβάλλονται διαφημίσεις στους χρήστες του Tik Tok. Οι νέες, εξατομικευμένες διαφημίσεις του Tik Tok θα βασίζονται στις δραστηριότητες των χρηστών της εφαρμογής, όπως στα βίντεο που τους αρέσουν και στις αλληλεπιδράσεις με άλλες ενότητες διαφημίσεων. Ο νέος τρόπος προβολής θα αρχίσει να εφαρμόζεται από τις 15 Απριλίου.

"Προσεχείς αλλαγές στις διαφημίσεις: Για να παραμείνει το Tik Tok δωρεάν, συνεργαζόμαστε με διαφημιζόμενους για να σας εμφανίζουμε διαφημίσεις. Με βάση τις ρυθμίσεις σας, προς το παρόν βλέπετε γενικές διαφημίσεις που δεν βασίζονται σε αυτό που κάνετε στο Tik Tok ή εκτός. Από τις 15 Απριλίου, οι ρυθμίσεις σας θα αλλάξουν και οι διαφημίσεις που θα δείτε ενδέχεται να αρχίσουν να βασίζονται σε αυτό που κάνετε στο Tik Tok. Εξακολουθείτε να έχετε τον έλεγχο για το αν οι διαφημίσεις μπορούν να προσαρμοστούν περισσότερο σε εσάς βάσει δεδομένων από τους διαφημιστικούς μας συνεργάτες" αναφέρει η πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Οι αλλαγές θα εφαρμοστούν παγκοσμίως, με εξαίρεση, αρχικά, τουλάχιστον, την Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων, γνωστός και ως GDPR, δυσκολεύει την εφαρμογή της αλλαγής.



## Promo ενέργεια της Wella στο Instagram

Με αφορμή το lockdown και την ανάγκη για περιποιημένα μαλλιά, η Wella προχωρά στην υλοποίηση promotional ενέργειας μέσω Instagram. Δίνει τη δυνατότητα στο κοινό να κλείσει δωρεάν προσωπικό ραντεβού με τη Wella Hair Color Consultant και να πραγματοποιήσει βιντεοκλήση 30'.



## Τα Search Ad έσοδα θα αυξηθούν κατά 19 δισ. δολάρια

Το 2020 ήταν χρονιά-πρόκληση για το digital advertising, με τη μεταστροφή εκατομμυρίων καταναλωτών από τα φυσικά καταστήματα στα e-shops. Σύμφωνα με τη Finaria.it, τα παγκόσμια search διαφημιστικά έσοδα αυξήθηκαν κατά 6,7% (152,6 δισ. δολ.) και οι αυξητικές τάσεις αναμένεται να διατηρηθούν με την αγορά να φτάνει τα 171,6 δισ. δολ., 19 δισ. περισσότερα.



## Ε.Ε.: Καμπάνια για την Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτή

Την Παγκόσμια Ημέρα για τα Δικαιώματα του Καταναλωτή, που γιορτάζεται στις 15 Μαρτίου κάθε χρόνο εδώ και σχεδόν 40 χρόνια, επέλεξε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕC) της Ευρωπαϊκής Ένωσης προκειμένου να ξεκινήσει μια νέα εκπαιδευτική καμπάνια, που αποτελείται από τέσσερα επιμέρους βίντεο, με στόχο να ενισχύσει τη δυνατότητα των καταναλωτών σε ολόκληρη την Ε.Ε., τη Νορβηγία και την Ισλανδία, να λαμβάνουν καλύτερες και πιο ενημερωμένες αποφάσεις για σημαντικά θέματα που αφορούν την κατανάλωση. Η έναρξη της καμπάνιας με τίτλο «Το μέλλον σου. Η επιλογή σου.» (Your future. Your choice.) ανήμερα της Παγκόσμιας Ημέρας για τα Δικαιώματα του Καταναλωτή, παρέχει μια σημαντική ευκαιρία για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα δικαιώματα και τις ανάγκες των καταναλωτών και για διαμαρτυρία ενάντια στις πιθανές καταχρήσεις της αγοράς και σε κοινωνικές αδικίες που υπονομεύουν αυτά τα δικαιώματα. Η θεματολογία των τεσσάρων βίντεο καλύπτει: Την ασφάλεια στο Διαδίκτυο, την προστασία δεδομένων, τη γνώση για χρηματοοικονομικά θέματα και τη βιώσιμη κατανάλωση. Η εκπαιδευτική εκστρατεία της Ε.Ε. αναμένεται να αξιοποιήσει πολλά και διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας.

### Εκδότης-Διευθυντής

Κώστας Νόσσης

### Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

### Στη Σύναξη Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη,  
Πέτρος Κυπραίος, Μάνος Κωνσταντινιάδης

### Ανταποκριτές Εξωτερικού:

Otto Hansen, Markus Hoenig,

Dieter Hoenig (Γερμανία)

**Διεύθυνση Διαφήμισης:** Ειρήνη Νόσση

**Τμήμα Διαφήμισης:** Έλλη Μαστρομανώλη

**Υπεύθυνη Παραγωγής:** Ελένη Καπιτσάκη

**DTP:** Νίκος Χαλκιαδάκης

**Λογιστήριο:** Ανδρέας Λουλάκης



## Από τη Warply το ΟΑΕΔ mobile application

Στη Warply ανέθεσε ο ΟΑΕΔ τον σχεδιασμό και τη δημιουργία της εφαρμογής για κινητά ΟΑΕΔ app που λανσαρίστηκε πρόσφατα σε ειδική εκδήλωση από τον Υπουργό Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, κ. Κωστή Χατζηδάκη και έχει ως βασικό στόχο την απλοποίηση της καθημερινότητας του πολίτη. Το ΟΑΕΔ app είναι μια άκρως πρωτοποριακή εφαρμογή που έχει ενσωματωμένες ήδη πάνω από 40 ηλεκτρονικές υπηρεσίες, ενώ στόχος είναι να εμπλουτίζεται διαρκώς με καινοτόμες λειτουργίες.



## Η Unilever καταργεί τη λέξη «normal»

Η Unilever καταργεί τη λέξη «normal» από τα διαφημιστικά και το packaging των προϊόντων ομορφιάς και προσωπικής φροντίδας, στο πλαίσιο του «Positive Beauty», της νέας παγκόσμιας στρατηγικής της για την ισότητα των φύλων. Η κατάργηση της λέξης «normal» και η νέα στρατηγική αφορά περισσότερα από 100 brands της εταιρείας, όπως τα Dove, Lifebuoy, Axe και Sunsilk.

### Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS

# BE SMART!

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ONLINE

ΟΛΑ ΤΑ  
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

THE  
SMARTPRESS  
ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ  
ΚΙΟΣΚΙ

[www.yumpu.com/user/smartpress](http://www.yumpu.com/user/smartpress)

