ΤΟ NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ E-SHOPS

E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 23 | 9 | 2021

Έως 24/9 υπομνήματα για το e-Commerce

Ο GRECA προτρέπει σε κατάθεση απόψεων επί της ενδιάμεσης έκθεσης της Ε.Α. για το e-Commerce, συμμετέχοντας στην ημερίδα ή/και υποβάλλοντας παρατηρήσεις στο **e-commercekladiki@epant.gr** έως 24/9.

Το υπουργείο Εργασίας για τα δικαιώματα στο delivery

Μετά τον σάλο που προκλήθηκε με την e-food με εντολή του υπ. Εργασίας εντατικοποιήθηκαν οι έλεγχοι στον κλάδο των delivery και courier από το ΣΕΠΕ. Το α΄ 8μηνο διενεργήθηκαν πανελλαδικά 2.458 έλεγχοι που αφορούσαν στους όρους εργασίας 4.411 διανομέων. Διαπιστώθηκαν 307 παραβάσεις διατάξεων της εργατικής νομοθεσίας.

LAST MINUTE

01 Η Walmart επεκτείνει το πρόγραμμα αυτόνομων οχημάτων, συμπεριλαμβάνοντας την Ford Motor και την Argo AI.

02 ΑΜΚ από τη Delivery Hero Stores GmbH, κατά 2 εκ. ευρώ στη Delivery Hero DMart Greece A.E.

03 Το e-Commerce θα αγγίξει έως το 2025 τα 1,8 τρις (+ 5,42%) – Πηγή: Research Reports World.

04 Στη διεύρυνση των διώξεων κατά Amazon για παρεμπόδιση του ελεύθερου ανταγωνισμού στο e-Commerce προχωρά η Κολούμπια.

05 Το Campari υλοποιεί την πρωτοβουλία #CheersForTheCause και καλεί να στηρίξουμε το προσωπικό των bars μέσω Metron Ariston.

10ο Συνέδριο

e-business Digital Marketing World

Τα πάντα για τα social media και το e-business

EVERY BUSINESS IS E-BUSINESS!

28-29 09 2021

SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα
T. 210.5201500, 210.5231555
F. 210.5241900
www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr
facebook.com/InfoComConferences
instagram.com/infocomworld
youtube.com/InfoComWorld

Στην Ελλάδα η Answear

Μετά από 10 χρόνια δυναμικής παρουσίας στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, η ηλεκτρονική πλατφόρμα Μόδας ήρθε και στην Ελλάδα με το Answear.gr, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, που σχεδιάστηκε για να ικανοποιήσει όλες τις ανάγκες του ελληνικού καταναλωτικού κοινού.
Με περισσότερα από 90.000 προϊόντα -ρούχα, παπούτσια και αξεσουάρ για όλη την οικογένεια- που φέρουν τις υπογραφές από τουλάχιστον 400 διεθνώς αναγνωρισμένες μάρκες, όπως Calvin Klein, Gant, Lacoste, Guess, Adidas, Nike, New Balance, Puma, Diesel, Levi's, Lee, Wrangler, καθώς και πολλές premium, όπως Tommy Hilfiger, Red Valentino, DKNY και Emporio Armani, το Answear.gr προτείνει ένα καινοτόμο concept, που δίνει νέα αξία στις ηλεκτρονικές αγορές. Ανάμεσα στα στοιχεία που κάνουν το Answear.gr να ξεχωρίζει είναι η μεγάλη ποικιλία ειδικά επιλεγμένων προτάσεων υψηλής ποιότητας, η έμπειρη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση καθώς και οι προνομιακοί όροι παράδοσης. Ταυτόχρονα, το πρόγραμμα πιστότητας Answear Club προσφέρει πολλαπλά οφέλη για τα εγγεγραμμένα μέλη του τα οποία, με κάθε αγορά, συλλέγουν πόντους που μπορούν να αξιοποιήσουν ως έκπτωση για τις επόμενες αγορές τους. Η Answear διαθέτει επίσης τη δική της μάρκα, Answear Lab.

Καινοτομία: με drones η μεταφορά φαρμάκων στα Τρίκαλα!

Πρόγραμμα βοήθειας στη μεταφορά φαρμακευτικού υλικού θα υλοποιήσει η Αναπτυξιακή Α.Ε. ΟΤΑ του Δήμου, e-Trikala AE, συμμετέχοντας στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα «HARMONY» αποτελώντας τον εθνικό πιλότο του ευρωπαϊκού έργου για βιώσιμες μεταφορές φαρμακευτικού υλικού με drones.

Η Delivery Hero Dmart επενδύει στην Ελλάδα άλλα €2 εκατ.

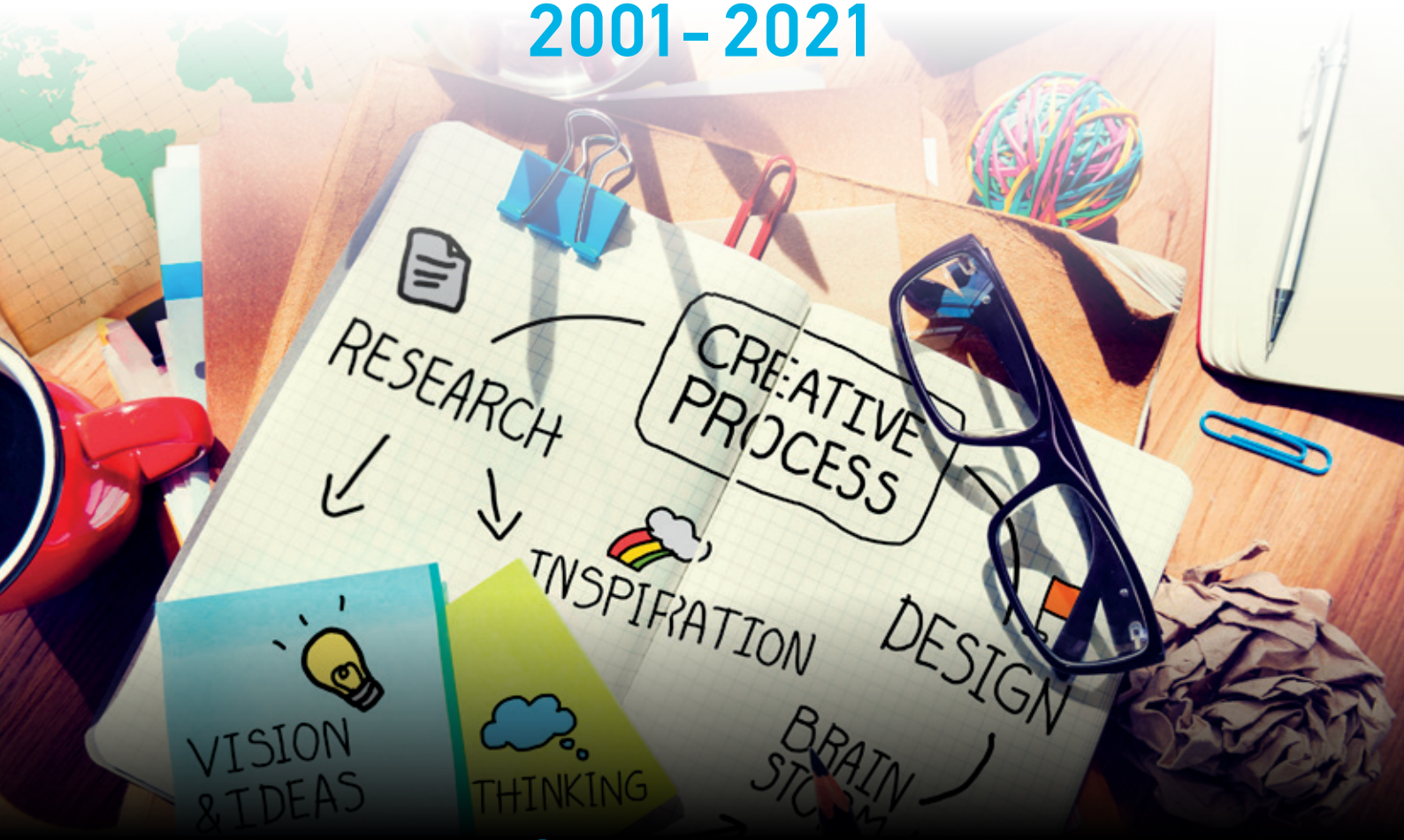
Εξαιρετικά ενεργή και στην Ελλάδα η γερμανική Delivery Hero Stores GmbH, αυξάνοντας κατά 2 εκατ. ευρώ το μετοχικό κεφάλαιο της θυγατρικής της, Delivery Hero DMart Greece A.E. Η Delivery Hero Stores GmbH επενδύει το ποσό επιπλέον των 300.000 ευρώ που είχε καταβάλλει για τη σύσταση της θυγατρικής της προκειμένου να επιταχύνει τη δραστηριότητά της.

PROTOCOL

LEADING e-CHANGE

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

Ειδικό Καθεστώς Φ.Π.Α στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ η απόφαση σχετικά με τον ορισμό της αρμόδιας αρχής και τον καθορισμό της διαδικασία εγγραφής, μεταβολής, διαγραφής/εξαίρεσης προσώπων στα ειδικά καθεστώτα των άρθρων 47β, 47γ και 47δ του Κώδικα Φ.Π.Α. (ν. 2859/2000). Δικαίωμα εγγραφής στα ειδικά καθεστώτα έχουν, κατά περίπτωση, οι κάτωθι:

i) Στο ειδικό καθεστώς του άρθρου 47β του Κώδικα Φ.Π.Α. δύνανται να εγγραφούν οι μη εγκατεστημένοι εντός της Ένωσης υποκείμενοι στον φόρο οι οποίοι παρέχουν υπηρεσίες σε μη υποκείμενους στον φόρο που είναι εγκατεστημένοι ή έχουν τον τόπο της κατοικίας τους ή της συνήθους διαμονής τους στην Ελλάδα ή σε οποιοδήποτε άλλο κράτος μέλος.

ii) Στο ειδικό καθεστώς του άρθρου 47γ του Κώδικα Φ.Π.Α. δύνανται να εγγραφούν:

(α) εγκατεστημένοι στην Ελλάδα υποκείμενοι στον φόρο οι οποίοι παρέχουν υπηρεσίες σε μη υποκείμενους στον φόρο που είναι εγκατεστημένοι ή έχουν τον τόπο της κατοικίας τους ή της συνήθους διαμονής τους σε οποιοδήποτε άλλο κράτος μέλος, στο οποίο οι υποκείμενοι δεν διαθέτουν έδρα ή εγκατάσταση,

(β) εγκατεστημένοι στην Ελλάδα υποκείμενοι στον φόρο οι οποίοι πραγματοποιούν ενδοκοινοτικές εξ' αποστάσεως πωλήσεις αγαθών,

(γ) μη - εγκατεστημένοι εντός της Ένωσης υποκείμενοι στον φόρο οι οποίοι πραγματοποιούν ενδοκοινοτικές εξ' αποστάσεως πωλήσεις αγαθών εφόσον η αποστολή ή η μεταφορά των αγαθών εκκινεί από το εσωτερικό της χώρας,

(δ) εγκατεστημένοι στην Ελλάδα υποκείμενοι στον φόρο οι οποίοι διευκολύνουν παραδόσεις αγαθών όταν ο τόπος αναχώρησης και άφιξης της αποστολής ή της μεταφοράς των παραδιδόμενων αγαθών βρίσκεται στο εσωτερικό του ίδιου κράτους μέλους και

(ε) μη εγκατεστημένοι εντός της Ένωσης υποκείμενοι στον φόρο οι οποίοι διευκολύνουν παραδόσεις αγαθών όταν ο τόπος αναχώρησης και άφιξης της αποστολής ή της μεταφοράς των παραδιδόμενων αγαθών βρίσκεται στο εσωτερικό.

Πιο... online ο Τερκενλής

Η Τερκενλής, από τις πρώτες αλυσίδες ζαχαροπλαστικής που μπήκαν στις online platforms, efood και Wolt, από το α' lockdown, με σκοπό να υποστηρίξουν τη ζήτηση εν μέσω των περιορισμών στη μετακίνηση, συνεχίζει να έχει παρουσία και στις παραπάνω δύο πλατφόρμες, ενώ σχεδιάζει να ενισχύσει και το δίκτυο των φυσικών της καταστημάτων. Σύμφωνα με τον κ. Τερκενλή, «η ανάπτυξη του δικτύου θα είναι στοχευμένη σε συγκεκριμένες αγορές και σημεία, κατά κύριο λόγο στη Θεσσαλονίκη».

Στη διαφήμιση το 19% του B2B marketing budget

Η διαφήμιση απορροφά το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού του B2B marketing, και πιο συγκεκριμένα το 19%, σύμφωνα με παγκόσμια έρευνα που πραγματοποίησε η Salesforce σε marketers. Ενώ, λοιπόν, η διαφήμιση παίρνει τη «μερίδα του λέοντος», το account-based marketing, το content και το tools & technology ακολουθούν με το μερίδιό τους να αγγίζει στο 16% έκαστο.

Η Google προτρέπει τα agencies σε συνεργασία με analytics partners

Σε συνέχεια των περικοπών στις οποίες προχώρησαν όμιλοι agencies εξαιτίας της πανδημίας, κάποιοι από αυτούς έχασαν εργαζομένους με δεξιότητες στα Google analytics. Ορισμένα agencies απώλεσαν και τις πιστοποιήσεις Google Marketing Platform, οι οποίες επιτρέπουν στα agencies να πωλούν media της Google και χρησιμοποιούν Google analytics, προκειμένου να αξιολογήσουν το impact των αγορών τους.

Σημασία δεν έχει το δόλωμα. Σημασία έχει που το «ρίχνεις»

e-mailDNA
email marketing goes personal

Αν έχετε e-shop, θέλετε να έχετε την εφαρμογή e-mailDNA

Το E-Mail Marketing είναι γνωστό ως το digital channel με το μεγαλύτερο Return On Investment. Αυτό που δεν έχει γίνει κατανοητό είναι ότι αυτό συμβαίνει υπό μια βασική προϋπόθεση: πρέπει να υλοποιηθεί σωστά & στοχευμένα. Η σημαντικότητα της ορθής στόχευσης, άλλωστε, αναγνωρίζεται πλέον από όλες τις ορθές πρακτικές της παγκόσμιας βιβλιογραφίας.

Η εφαρμογή e-mailDNA

Στην plushost μελετήσαμε, σχεδιάσαμε & test-άραμε μια ολιστική εφαρμογή εμπνευσμένη από το ανθρώπινο γονιδίωμα. Το όνομα της εφαρμογής περιγράφει με ακρίβεια το μηχανισμό εντοπισμού όλων των personal elements από το καταναλωτικό profile κάθε user ξεχωριστά. Μόνο μια εφαρμογή που μπορεί να αξιοποιήσει τόσο προσωπικά στοιχεία καταναλωτικής συμπεριφοράς θα τολμούσε να περιλαμβάνει στο όνομά της τον όρο DNA.

Το «μοντέλο» λειτουργίας της εφαρμογής

Το μυστικό της βραβευμένης εφαρμογής, βρίσκεται στη διαλειτουργικότητα τριών υποσυστημάτων. Αυτά των purchase habits, των demographics & needs και, τέλος, το υποσύστημα που συνθέτει τις πληροφορίες των δύο προηγούμενων, δημιουργώντας & αποστέλλοντας αυτόματα ΑΠΟΛΥΤΩΣ προσωποποιημένα newsletters.

Το Απόλυτο Πλεονέκτημα για την επιχείρησή σας

Το E-Mail Marketing μπορεί να είναι ΚΑΙ για το δικό σας e-shop, το digital channel με το μεγαλύτερο Return Of Investment. Η εφαρμογή e-mailDNA μελετήθηκε & σχεδιάστηκε για να παραμετροποιείται βάσει των ιδιαίτερων αναγκών ΚΑΘΕ e-shop και του δικού σας.

Διπλασιάστε όλα τα metrics της συγκεκριμένης μεθόδου, και διαπιστώστε μόνοι σας γιατί βραβευτήκαμε με Golden Award στα e-volution AWARDS 2021.

e-volution AWARDS 2021
14 ΒΡΑΒΕΙΑ

plushost.gr
e-commerce goes 360°

e-φαρμακεία: ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος κλάδος του παγκόσμιου ηλεκτρονικού εμπορίου

Σύμφωνα με εκτιμήσεις διεθνών ερευνών, οι online αγορές από ψηφιακά φαρμακεία αναμένεται να ξεπεράσουν σε αξία τα 177 δις δολ. το 2026 σε συνταγογραφούμενα, μη-συνταγογραφούμενα φάρμακα, παραφάρμακα και άλλα προϊόντα ευρείας κατανάλωσης.
Ο κλάδος των ηλεκτρονικών φαρμακείων -σύμφωνα με στοιχεία της Convert Group- θεωρείται ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος από όλους τους κλάδους του παγκόσμιου e-Commerce. Αυτή η τάση αποδίδεται, κυρίως, στην καθιέρωση της ηλεκτρονικής συνταγογράφησης σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο.
Η αλλαγή των αγοραστικών συνηθειών ως αποτέλεσμα της πανδημίας της COVID-19 έχει διαδραματίσει μείζονα ρόλο σε αυτήν την εξέλιξη. Δεν είναι τυχαίο ότι το α' τρίμηνο του 2021, οι επισκέψεις στα online φαρμακεία παγκοσμίως άγγιξαν τα 2,7 δισ. σε ένα σύνολο 96 χωρών. Πρόκειται για αύξηση της τάξης του 43% σε παγκόσμιο επίπεδο, συγκριτικά με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2020. "Η διείσδυση της ηλεκτρονικής συνταγογράφησης μαζί με τον εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών παράδοσης στο "last mile" (κούριερ) αποτελούν επιταχυντές στο διεθνές περιβάλλον για την ψηφιοποίηση της προμήθειας φαρμάκων από τους ασθενείς και τους καταναλωτές, εύκολα, γρήγορα και με τη μέγιστη ασφάλεια", αναφέρει η Convert Group.

Η θέση της Ελλάδας

Η Ελλάδα, από την πλευρά της, χτίζει - και μάλιστα με αξιώσεις - τη θέση της στον παγκόσμιο χάρτη των online φαρμακείων. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Convert Group, το διάστημα Απριλίου 2020 - Μαρτίου 2021, τα ελληνικά φαρμακεία κατατάχθηκαν 9α σε επισκέψεις ανά 1.000 κατοίκους, στη λίστα με τις κορυφαίες 20 χώρες. Πάντως, η Ελλάδα παραμένει ανάμεσα στις 5 χώρες (Ελλάδα, Αλγερία, Κύπρος, Μαρόκο και Τουρκία) από τις 96 που μελετήθηκαν, όπου οι κάτοικοι της δεν μπορούν να αγοράσουν ΜΗΣΥΦΑ (μη συνταγογραφούμενα φάρμακα) online.

e-super markets: πρώτος ο Σκλαβενίτης στο μυαλό των καταναλωτών - Βασικός «ανταγωνιστής» τα Jumbo

Η αλυσίδα Σκλαβενίτης κατάφερε φέτος να πάρει ηγετική θέση στο Top of Mind Awareness (ποια μάρκα έρχεται πρώτη στο μυαλό), παρουσιάζοντας εντυπωσιακή ανάπτυξη σε σχέση με πέρυσι. Αυτό προκύπτει σε έρευνα που πραγματοποίησε για 5η συνεχή χρονιά η Braincandy (σε δείγμα 500 ατόμων, αγοραστών e-Super Market, άνω των 16 ετών, σε όλη την Ελλάδα) για την εικόνα των ηλεκτρονικών Super Market.

20 χρόνια ATCOM

Τα 20 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά γιορτάζει η ATCOM, λανσάροντας microsite που σχεδίασε και υλοποίησε στο πλαίσιο των γενεθλίων της. Το thisis20.atcom.gr εγκαινιάζει την επετειακή καμπάνια της εταιρείας και είναι πλέον στον «αέρα», προσκαλώντας το κοινό να συμμετέχει στους εορτασμούς της ATCOM. Με σημείο αναφοράς το site, η εταιρεία γιορτάζει 20 χρόνια ηγετικής παρουσίας στον χώρο του Digital Business.

NielsenIQ: αύξηση πωλήσεων 5,7% για το λιανεμπόριο τροφίμων το καλοκαίρι

Ιδιαίτερα τονωτικοί ήταν οι καλοκαιρινοί μήνες για το λιανεμπόριο τροφίμων (Ηπειρωτική Ελλάδα & Κρήτη, εξαιρούμενων των νησιών, καθώς και του discount καναλιού), καθώς η αγορά παρουσίασε, σύμφωνα με την NielsenIQ, αύξηση πωλήσεων σε αξία 5,7%, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Αντίστοιχα, τα FMCGs παρουσίασαν ελαφρώς πιο συγκρατημένη τάση, στο +5,2%.

SHERPA SOCIETY INTRODUCES

THE ECOMMERCE MASTERCLASS TRILOGY

October 12, 14 & 20

LIVE ON YOUR SCREEN

Join renowned experts Karl Gilis and Els Aerts in this premium series of 3 masterclasses that will provide comprehensive insights into various critical layers of eCommerce & Website Optimization:

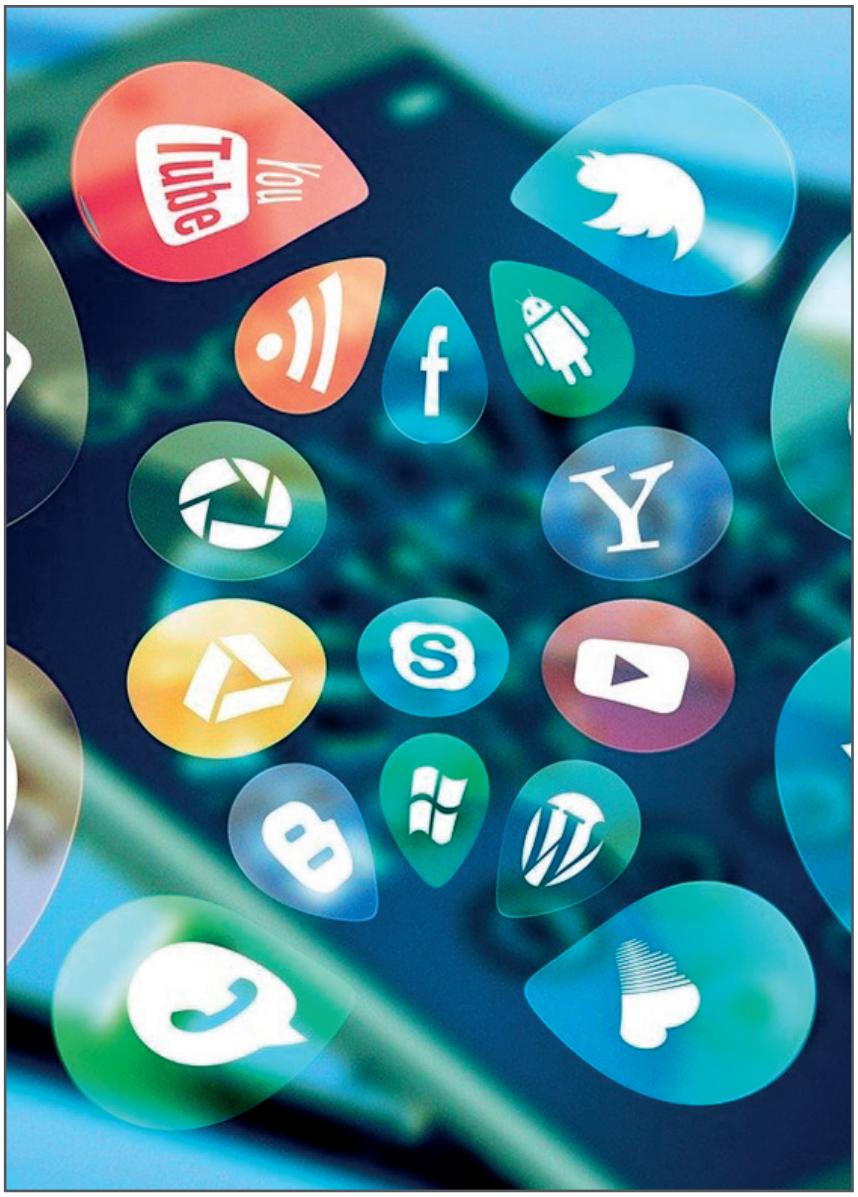
1. **UX and Usability Fundamentals for eCommerce (October 12)**
2. **User Research for eCommerce (October 14)**
3. **AB-testing and Optimization for eCommerce (October 20)**

Conversion Expert
Karl Gilis

The Queen of User Research
Els Aerts

JOIN NOW

SHERPA SOCIETY
TRAINING + IMPLEMENTATION



Τουλάχιστον μια online αγορά έχουν κάνει 3 στους 4 Έλληνες

Σύμφωνα με τα τελευταία Focus on Tech Life Tips της Focus Bari για το α' εξάμηνο του 2021:
η συνολική διείσδυση του internet έχει φτάσει στο 97%, με 9 στους 10 Έλληνες χρήστες να ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία 55-64 ετών. Η πρώτη συσκευή πρόσβασης για όλους τους χρήστες είναι το smartphone με μέσο χρόνο σύνδεσης από το κινητό τις 2 ώρες την ημέρα. Πάνω από 4 στους 5 Έλληνες βρίσκονται ενεργά στα social media, με το TIK TOK να παρουσιάζει θεαματική άνοδο ειδικά στα νέα κορίτσια ηλικίας 16-24 ετών. Ενεργοί στα social media είναι και σχεδόν οι δύο στους τρεις του group ηλικίας 55-64 ετών, με δημοφιλέστερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, τα Facebook, Instagram, Youtube. Οι e-shoppers έφτασαν στο 74% των Ελλήνων καταναλωτών, με αυξημένη μέση δαπάνη σε online αγορές, και επίσης αυξημένη τάση στην ηλικιακή κατηγορία των 55-64 ετών.
Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότεροι e-shoppers βρίσκονται μεταξύ των ηλικιών 16-44 ετών ωστόσο η μεγαλύτερη αύξηση καταγράφηκε στο κοινό ηλικίας 55+ (+20%) συγκριτικά με το προηγούμενο 6μηνο.

Ά. Γεωργιάδης: η ένταξη των PL στο e-katanalotis

Για αδικαιολόγητο πανικό, ο οποίος οφείλεται στα κανάλια έκανε λόγο ο Ά. Γεωργιάδης αναφερόμενος στο κύμα ανατιμήσεων. Για το λόγο αυτό, ο υπουργός Ανάπτυξης αποφάσισε να ενταχθούν στο e-katanalotis και οι τιμές των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Ανεβαίνει η online πλατφόρμα re-commerce Carousell

Η πλατφόρμα αγγελιών για μεταχειρισμένα και νέα είδη προς αγορά, Carousell ανακοίνωσε ότι άντλησε 100 εκατ. δολάρια. Τα νέα κεφάλαια ήρθαν μετά από έναν επενδυτικό γύρο, στον οποίο ηγήθηκε η νοτιοκορεατική VC, STIC Investments. Στους χρηματοδότες της Carousell περιλαμβάνονται η Sequoia Capital India, η Golden Gate Ventures καθώς και η Naver, δημιουργός της εφαρμογής ανταλλαγής μηνυμάτων Line.

Sitecore: τι συμβαίνει όταν ο καταναλωτής θεωρεί ένα προϊόν ελληνικό ενώ είναι made in China

Η Sitecore δημοσίευσε την έρευνα Holiday Shopping Trends 2021 που διερευνά τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές παγκοσμίως σκοπεύουν να ανακάμψουν, να προβληματιστούν και να περάσουν τις γιορτές φέτος.
Αρκετά πάνω από τους μισούς (66%) καταναλωτές στην Ελλάδα, σκοπεύουν να κάνουν το 2021 μεγαλύτερες και πιο προσεγμένες αγορές την περίοδο των Χριστουγέννων, εν μέρει και λόγω του γεγονότος ότι το 42% αυτών δηλώνει ότι έχει αποταμιεύσει περισσότερα για τις φετινές διακοπές σε σύγκριση με πέρυσι. Οι Έλληνες τοποθετούν επίσης υψηλά την ψυχική τους υγεία, έπειτα από μια ακόμη δύσκολη χρονιά εξαιτίας της πανδημίας, με το 50% να βλέπουν τα δώρα στον εαυτό τους σαν μια μορφή θεραπείας.

- Το 84% των καταναλωτών αναφέρει πως η πανδημία τους ώθησε να ασχοληθούν περισσότερο με την ψυχική τους υγεία, τις δικές τους, αλλά και τις ανάγκες της οικογένειας, των φίλων και των συναδέλφων τους.
- Το 77% εκτιμά περισσότερο τα ταξίδια και τις άλλες κουλτούρες τώρα σε σχέση με την προ-πανδημίας εποχή.
- Το 83% εκτιμά περισσότερο τον χρόνο που περνά στο σπίτι και τις απλές απολαύσεις της ζωής τώρα, εξαιτίας της πανδημίας.
- Το 92% των καταναλωτών πιστεύει ότι είναι απαραίτητο τα καταστήματα να προσφέρουν περισσότερα προϊόντα που προέρχονται από επιχειρήσεις που ανήκουν σε μειονότητες, με μόνο το 36% να αναφέρει ότι βλέπει περισσότερα τέτοια προϊόντα όταν ψωνίζει.
- Το 63% είναι πρόθυμο να πληρώσει παραπάνω για δώρα που έχουν φτιαχτεί εγχώρια.
- Το 65% ενοχλείται όταν αντιληφθεί ότι αυτό που αγόρασαν κατασκευάζεται στην Κίνα, ενώ αρχικά νόμιζαν πως ήταν εγχώριο.
- Το 75% δήλωσε ότι η πανδημία τους έκανε να σκεφτούν προσεκτικότερα το πως ξοδεύουν τα χρήματά τους.

Χρηματικά Έπαθλα Αξίας περίπου €250.000 για Ανάπτυξη Μικρών Επιχειρήσεων στην Ευρώπη

Η FedEx Express, ανακοινώνει την έναρξη του διαγωνισμού επιχορήγησης μικρών επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Στο πλαίσιο του διαγωνισμού, θα απονεμηθούν χρηματικά έπαθλα αξίας περίπου 250.000 σε ευρωπαϊκές μικρές επιχειρήσεις, που θα τις βοηθήσουν να αναπτυχθούν και να επιτύχουν τους επόμενους στόχους τους. Για πρώτη φορά, ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί σε ενιαίο πανευρωπαϊκό επίπεδο και θα απευθύνεται σε μικρές επιχειρήσεις που εδρεύουν σε 16 διαφορετικές χώρες. Στο header ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί σχετικά με την εταιρεία, και να δει τις υπηρεσίες της.

Κ. Χατζηδάκης: δεν έχει καμία σχέση με τον νόμο αυτό που έγινε με το e-food

"Δεν έχει καμία σχέση αυτό που έγινε με το efood με τον νόμο ο οποίος προστατεύει ακόμα περισσότερο τους εργαζομένους", τόνισε ο κ. Χατζηδάκης.
Ο υπουργός Εργασίας σημείωσε ότι "υπήρχε συγκεκριμένη νομοθεσία και επί Τσίπρα που επέτρεπε είτε να είσαι μισθωτός σε αυτές τις δουλειές είτε να είσαι ελεύθερος συνεργάτης. Αυτό δεν το αλλάξαμε. Αυτό γίνεται στην Ευρώπη, με εξαίρεση την Ισπανία".

UBS: πάνω από 10% ο ετήσιος μέσος ρυθμός ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως

Μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης άνω του 10% αναμένει το διεθνές ηλεκτρονικό εμπόριο σε βάθος δεκαετίας. Ειδικότερα στα 5 τρις δολ. υπολογίζεται ότι θα ανέλθει η παγκόσμια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου το 2021 ή σχεδόν το 20% των λιανικών πωλήσεων. Κίνα, ΗΠΑ, Alibaba και Amazon είναι οι πρωταγωνιστές της παγκόσμιας αγοράς.

PROTOCOL
LEADING e-CHANGE

INDUSTRY BENCHMARKS 2021 Q2
of
PHARMACY

72K Avg. Monthly Visits

Οι Μέσες Μηνιαίες Επισκέψεις στα e-shops

65% **Mobile Visitors:** Το Ποσοστό Επισκεπτών από Smartphones

Avg. Visit Duration
Η Μέση Διάρκεια Παραμονής στο e-shop
3:44 MINUTES

▼32%

Mobile Speed Performance: Το Score επίδοσης σε κινητά σύμφωνα με το PageSpeed Insights της Google

Four Pages

4 Pages / Visit ήταν ο Μ.Ο Σελίδων ανά επίσκεψη στα e-shops

58% Bounce Rate

CREATED BY
Protocol e-Commerce Data Analysis

Το 44% των καταναλωτών δεν «βλέπει» τον εαυτό του στις διαφημίσεις

Την αστοχία των brands να επιτύχουν μια diverse εκπροσώπηση του κοινού στη διαφήμιση διαπιστώνει έρευνα του YouGov σε 17 αγορές, σύμφωνα με την οποία τπ 44% των καταναλωτών αναφέρουν ότι δεν αντιπροσωπεύονται πλήρως από τα πρόσωπα που βλέπουν στις διαφημίσεις, ενώ μόλις 19% αισθάνονται ότι εκπροσωπούνται πλήρως. Αναφορικά με τους Ευρωπαίους φαίνεται ότι είναι πιθανότερο να δηλώσουν ότι δεν τους αντιπροσωπεύει η διαφήμιση, με την πλειονότητα να εντοπίζεται σε Γερμανία (60%).

Αύξηση στις online πωλήσεις των s/m

Το 95% των retailers τροφίμων με παρουσία στο ηλεκτρονικό εμπόριο κατέγραψε αύξηση στις ψηφιακές πωλήσεις το 2020, ως αποτέλεσμα των αλλαγών που επήλθαν στην καταναλωτική συμπεριφορά λόγω της πανδημίας, σύμφωνα με τη νέα μελέτη της FMI, The Food Retail Industry Speaks 2021. Επιπλέον, η ζήτηση για είδη supermarket αυξήθηκε κατά 50% συγκριτικά με πέρυσι (+15,8% στα καταστήματα).

Νέα υπηρεσία παράδοσης Kroger Delivery Now

Η Kroger, σε συνεργασία με την Instacart, λανσάρει την Kroger Delivery Now, μια νέα υπηρεσία παράδοσης φρέσκων τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης, μέσα σε 30'. Σύμφωνα με τις εταιρείες, 25.000 είδη διαφορετικών κατηγοριών είναι διαθέσιμα μέσω της υπηρεσίας. "Η Kroger Delivery Now είναι μια διαφοροποιημένη λύση στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου, όχι μόνο στον κλάδο των τροφίμων," αναφέρει ο R.McMullen.

ΑΠΟΨΗ

Του Γιάννη Σταμούλη, CEO Mobiplus

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

Πώς αυξάνεις την κερδοφορία του e-shop χρησιμοποιώντας Artificial Intelligence;

Η τεχνολογία mobiplus shopping recommendation σε βοηθά να αυξήσεις την κερδοφορία σου προβλέποντας τι θα αγοράσουν οι πελάτες σου, ο καθένας ξεχωριστά και φέρνοντάς τους μέσα για την αγορά. Όλα αυτά αυτόματα, χωρίς κόπο από εσένα με χαμηλό κόστος!
Χιλιάδες επιχειρήσεις διεθνώς χρησιμοποιούν Recommendation Engineering για να μπορούν να προβλέπουν τι θα αγοράσουν οι πελάτες, ο καθένας ξεχωριστά.
Όταν μπαίνεις το βράδυ Netflix προβλέπει ποια έργα θέλεις να δεις και στα προτείνει, όταν μπαίνεις στο facebook προβλέπει ποιους φίλους βλέπεις περισσότερο και στα βγάζει στο feed, όταν μπαίνεις στο Tik Tok, προβλέπει ποια βίντεο θέλεις να δεις και στα παρουσιάζει, όταν μπαίνεις στην Amazon προβλέπει ποια προϊόντα θέλεις να αγοράσεις και στα σερβίρει, όταν μπαίνεις στο you tube προβλέπει ποια βίντεο θέλεις να δεις και στο βγάζει πρώτο.
Έτσι αξιοποιούν τους υπάρχοντες πελάτες και έχουν μεγάλη κερδοφορία από τις επαναλαμβανόμενες αγορές γιατί δεν έχουν κόστος απόκτησης. Σήμερα χρησιμοποιείς digital marketing με διαφήμιση στην Google, στο Facebook, email marketing, blog posts και με σημαντικό κόστος για την επιχείρηση σου, επιτυγχάνεις έσοδα με χαμηλή η μηδαμινή κερδοφορία.
Δεν υπάρχει κέρδος γιατί το κόστος απόκτησης του πελάτη είναι σημαντικό! Πρέπει λοιπόν να κάνεις λιγότερα και περισσότερο στοχευόμενα.
Χρησιμοποιώντας Artificial Intelligence και mobiplus shopping recommendation μπορείς να προβλέπεις αυτόματα και σε πραγματικό χρόνο τι θέλει να αγοράσει ο κάθε πελάτης ξεχωριστά να του προτείνεις στο eshop σου και στο κινητό του και να κάνεις εκπληκτικά εύκολη την αγορά γι' αυτόν. Η mobiplus shopping recommendation platform χρησιμοποιεί τα δεδομένα αγορών των πελατών σου στο e-shop και στο κατάστημα, βρίσκει τα ταξίδια αγορών των πελατών σου στην δική σου επιχείρηση και κάθε φορά πλέον που έχεις έναν πελάτη καταλαβαίνει σε ποιο ταξίδι βρίσκεται, σε ποιο σημείο του ταξιδιού τι θέλει να πάρει μετά και το προτείνει.
Έτσι αυξάνεις σημαντικά την κερδοφορία σου από τους υπάρχοντες πελάτες, χωρίς κόστη digital marketing να το φέρεις πάλι στην επιχείρησή σου.
Εάν συνεχίσεις να χρησιμοποιείς μονό Google ads, Facebook και τους άλλους παλαιούς τρόπους marketing, θα συνεχίσεις να χάνεις σημαντική κερδοφορία. Το χειρότερο, ;ότι ο ανταγωνισμός σου θα μαντεύει τις συνήθειες των πελατών και τις ανάγκες αγορών που έχουν, θα μπορεί να προβλέπει τι θέλουν να αγοράσουν πολύ καλυτέρα στο μέλλον, με αποτέλεσμα να χάνεις υπάρχοντες πελάτες. Πελάτες που επένδυσες σημαντικά να τους φέρεις στην επιχείρησή σου. Και όπως ξέρεις δεν πρέπει να χάνεις πελάτες γιατί μετά δεν θα υπάρχεις!
Χρησιμοποιώντας mobiplus shopping recommendation platform θα μπορείς να μαντεύεις τι θέλει να αγοράσει ο κάθε πελάτης ξεχωριστά με τρόπο αυτόματο. Τα προτεινόμενα προϊόντα τα παρουσιάζεις στο e-shop σου, στην πρώτη σελίδα στο καλάθι και αλλού. Επίσης και στο κινητό του. Το e-shop σου συνδέεται με mobiplus shopping recommender με απλό τρόπο μέσω API , από 100 ευρώ τον μήνα.

Η πλατφόρμα Rocket στην ελληνική αγορά

Η Rocket γίνεται η πρώτη υπηρεσία online παραγγελίας και διανομής φαγητού στην Ελλάδα που προχωρά σε υπογραφή συμβάσεων μισθωτής εργασίας αορίστου χρόνου με τους νέους διανομείς της αυτήν την εβδομάδα.
Μετά το επιτυχημένο της λανσάρισμα σε Ουκρανία, Ολλανδία, Κύπρο και Γαλλία, η Rocket, από τον Ιούλιο του 2021 που έκανε την εμφάνισή της στην ελληνική αγορά μέχρι σήμερα, είδε τον όγκο παραγγελιών της να διπλασιάζεται μέσα σε μόλις δύο μήνες και την δημοφιλία της να αυξάνεται ραγδαία, καθώς η υπηρεσία γίνεται διαθέσιμη σε ολοένα και περισσότερες περιοχές και προάστια της Αθήνας. Στο πλαίσιο της ταχύτατης ανάπτυξής της διεθνώς, η Rocket επενδύει στην εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού της, προσφέροντας όλα τα προνόμια που εγγυώνται μια σύγχρονη εργασιακή εμπειρία.
Έχοντας θέσει ως προτεραιότητα να προσφέρει βέλτιστη εμπειρία όχι μόνο στους πελάτες αλλά και στους εργαζόμενούς της, η Rocket -αφουγκραζόμενη τις ανάγκες των διανομέων της, οι οποίοι αποτελούν κεντρικό πυρήνα της υπηρεσίας και ζωτικό κομμάτι της εταιρείας- προχωρά σε υπογραφή συμβάσεων μισθωτής εργασίας αορίστου χρόνου, με τους νέους διανομείς της.
Η εταιρεία δεσμεύεται να συνεχίσει να παρέχει σε όλους τους διανομείς της όλα τα προβλεπόμενα από τον νόμο προνόμια που ήδη απολαμβάνουν και φυσικά να διασφαλίζει την προστασία των δικαιωμάτων τους.
«Είμαστε ενθουσιασμένοι με την πορεία μας στην Ελλάδα μέχρι στιγμής και ανυπομονούμε να δούμε την κοινότητά της Rocket να μεγαλώνει και να ανθίζει. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία θα προχωρήσει άμεσα σε νέες προσλήψεις και όπως είναι λογικό θα αυξήσει τον στόλο διανομέων της, οι οποίοι αποτελούν κεντρικό πυρήνα της υπηρεσίας και ζωτικό κομμάτι της επιχείρησης. Ως μισθωτοί της Rocket, οι διανομείς φυσικά θα συνεχίσουν να απολαμβάνουν πλήρη προνόμια και δικαιώματα, ασφαλιστική κάλυψη κ.ο.κ.», δήλωσε σχετικά ο Νίκος Χατζηδάκης, Regional Expansion Manager.

Η IKEA λανσάρει έπιπλα για gaming σε συνεργασία με τη ROG

Η IKEA λανσάρει την πρώτη της σειρά επίπλων “gaming” σε συνεργασία με τη δημοφιλή μάρκα Republic of Gamers.
Η συλλογή που περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα για τη βελτίωση της εμπειρίας του gaming γεννήθηκε με στόχο να κάνει την πρόσβαση σε μια επαγγελματική ομάδα πιο προσιτή. Η άνοδος της κουλτούρας των βιντεοπαιχνιδιών την τελευταία δεκαετία έπεισε την εταιρεία να κάνει το πρώτο βήμα στον κόσμο των βιντεοπαιχνιδιών.

Τα Καφεκοπτεία Λουμίδη γιορτάζουν την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ

Τα Καφεκοπτεία Λουμίδη γιορτάζουν την Ημέρα Καφέ (1/10) σε καταστήματα και e-shop. Φέτος ο εορτασμός του καφέ ξεκινάει από τις 27/9 κάνοντας Δώρο στους καταναλωτές με κάθε αγορά καφέ, ένα φλιτζάνι ελληνικού με πιατάκι έως και τις 3/10. Κατά το διάστημα 27/9 - 2/10, σε όλο το Δίκτυο Καταστημάτων «Καφεκοπτεία Λουμίδη» θα διανέμονται κουπόνια, για ένα σακουλάκι ελληνικού καφέ.

Στο e-shop της Parabita

Διαθέσιμη είναι στο e-shop της Parabita η νέα φθινοπωρινή συλλογή, Dina by MIRÕ, που αποτελεί τη δεύτερη κατά σειρά capsule συλλογή μεταξύ των γνωστών Ελλήνων σχεδιαστών MI-RÕ και του γυναικείου brand, DINA. Οι MI-RÕ δημιούργησαν για το DINA μια συλλογή που περιλαμβάνει δημιουργίες, με έμφαση στα βραδινά φορέματα, αλλά και προτάσεις για την πόλη και το γραφείο.

Η Manpower και η σχέση της με την efood

Με αφορμή δημοσιεύματα για την εταιρεία Manpower που παρέχει εργαζόμενους σε διάφορες εταιρείες μεταξύ των οποίων και στην efood, η διοίκησή της εξέδωσε ανακοίνωση για τη συνεργασία που έχει με την efood. Η εταιρεία παραδέχεται ότι συνεργάζεται και δηλώνει ότι ο ορισμός του τόπου, του χρόνου καθώς και η διάρκεια της σύμβασης, ασκούνται από την efood και όχι από την ίδια.
Η ManpowerGroup, εξηγεί ότι η συνεργασία της με την efood αφορά στην κάλυψη προσωπικού για προσωρινές ανάγκες για ορισμένο χρόνο και πως ο χρόνος «προσωρινής απασχόλησης» δε μπορεί να ξεπερνά τους 36 μήνες σύμφωνα με τη νομοθεσία η οποία τηρείται απαρέγκλιτα.
Η εταιρεία αναφέρει ότι σε όλες τις τριμερείς συμβάσεις ορισμένου χρόνου που συνάπτει με τους συνεργάτες της, ισχύουν τα εξής:

Α. Το διευθυντικό δικαίωμα στο «προσωρινά απασχολούμενο προσωπικό», δηλαδή ο ορισμός του τόπου, του χρόνου και του τρόπου παροχής της εργασίας (π.χ διάρκεια σύμβασης), ασκείται μόνο από τον έμμεσο εργοδότη και όχι από τη ManpowerGroup.

Β. Η ManpowerGroup ως άμεσος εργοδότης περιορίζεται στην εκτέλεση των διοικητικών εργοδοτικών υποχρεώσεων προς τους δημόσιους φορείς, έμμεσο εργοδότη και εργαζόμενο (όπως για παράδειγμα οι αναγγελίες στην Εργάνη, σύνταξη συμβάσεων, έκδοση μισθοδοσίας, απόδοση ασφαλιστικών εισφορών, απόδοση ΦΜΥ, κα).

Γ. Ο Εργαζόμενος παρέχει τις υπηρεσίες του στον έμμεσο εργοδότη σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης εργασίας του, όπως προβλέπεται από το Π/Δ 156/94.

Δ. Η ManpowerGroup ακολουθεί όλες τις νόμιμες οδηγίες του πελάτη της και εγγυάται όλες τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται σύμφωνα με τη νομοθεσία».

«Με βάση τα παραπάνω γεγονότα, χαρακτηρισμοί που διατυπώθηκαν δημοσίως τις τελευταίες ημέρες, πόρρω απέχουν από την πραγματικότητα και την προσήλωση της ManpowerGroup στην ελληνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία».

Στη Celestino η Λίντα Γαλάζιου, e-Commerce & CRM Director

Σε νέα επαγγελματική στέγη βρίσκεται από αυτόν τον μήνα η Λίντα Γαλάζιου, η οποία ανέλαβε τη θέση της e-Commerce & CRM Director στην Celestino. Προέρχεται από την PMM Public MediaMarkt, όπου κατείχε από τον Σεπτέμβριο του 2020 τον ρόλο της Head Of Digital Marketing. Στο παρελθόν, έχει διατελέσει μεταξύ άλλων, Head of Digital Performance στην Aegean Airlines και Head of Performance στην Digital Ecosystems.

Από τα social media το 10% του online shopping traffic

Το traffic από κινητά και tablet φτάνει το 11,6% και 16% αντίστοιχα Τα social media μετατρέπονται σε μία όλο και πιο σημαντική πηγή πελατών για τους διαδικτυακούς πωλητές, σύμφωνα με παγκόσμια στοιχεία του Salesforce Shopping Index. Το β΄ τρίμηνο του 2021, σχεδόν το ένα δέκατο, και συγκεκριμένα το 8,9% των επισκέψεων σε ιστότοπους e-commerce προήλθε από τα social media.

Δυναμική ανάκαμψη για τα marketing budgets

Τα marketing budgets συνεχίζουν να μεγαλώνουν δυναμικά στην Ευρώπη και την Αμερική, ενώ η περιοχή Ασίας-Ειρηνικού βλέπει την ανάπτυξη να επιταχύνει, σύμφωνα με τα πρόσφατα δεδομένα του Global Marketing Index (GMI) της Warc.
Η πανδημία του κορονοϊού προκάλεσε ραγδαία περικοπή στα διαφημιστικά budget, όμως η ανάκαμψη συνεχίζει να επιταχύνει. Και οι τρεις περιοχές αλλά και τα έξι media που αναλύθηκαν σημειώνουν δυνατή απόδοση μετά το disruption της Covid-19.

Γ. Καρανίκας (ΕΣΕΕ): τα μηνύματα από 230.000 επιχειρήσεις για την Ημέρα Ελληνικού Εμπορίου

Η Ημέρα του Ελληνικού Εμπορίου, που κάθε χρόνο τιμάται στις 22 Σεπτεμβρίου, βρίσκει εφέτος τον εμπορικό κόσμο της χώρας αντιμέτωπο με μια σειρά από σημαντικές προκλήσεις και ευκαιρίες οι οποίες μεσοπρόθεσμα είναι ικανές να αλλάξουν άρδην τους συσχετισμούς στην αγορά, τις προοπτικές των επιχειρήσεων, καθώς και του κλάδου συνολικά.
Αυτό επισημαίνει σε δήλωσή του ο Γιώργος Καρανίκας, πρόεδρος της ΕΣΕΕ, με αφορμή την ημέρα κατά την οποία τιμούμε τους επαγγελματίες του εμπορίου. Όπως αναφέρει, το "ρευστό" επιχειρηματικό και κοινωνικό περιβάλλον που συγκροτούν, αφενός οι υγειονομικές και οι οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας και οι συνεχιζόμενες αβεβαιότητες που απορρέουν από αυτές και, αφετέρου, οι ραγδαίες μεταβολές στις καταναλωτικές συνήθειες που συνδέονται παγκοσμίως με την "πράσινη" και ψηφιακή μετάβαση, φέρνει την εμπορική επιχείρηση ενώπιον της επιτακτικής ανάγκης επαναπροσδιορισμού του τρόπου λειτουργίας της, είτε ως φυσικό κατάστημα, είτε στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ταυτόχρονα, τα νέα χρηματοδοτικά εργαλεία του Ταμείου Ανάκαμψης και του νέου Προγραμματικού Πλαισίου του ΕΣΠΑ θέτουν στο επίκεντρο του δημόσιου διαλόγου τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα ως καταλύτη ανάπτυξης, χωρίς όμως να διασφαλίζουν έως τώρα και την ισότιμη συμμετοχή του εμπορίου στη διάχυση των κοινοτικών κονδυλίων, είτε με τη μορφή επιδότησης, είτε με τη μορφή δανείου.

Η δήλωση του κ. Καρανίκα συνεχίζει ως εξής:

Οι νέες, εξαιρετικά απαιτητικές συνθήκες στο επιχειρείν, με κύριο χαρακτηριστικό τους τη συνεχή μεταβλητότητα, επηρεάζουν, λίγο – πολύ, και τις 230 χιλιάδες ελληνικές εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς και τους 700 χιλιάδες εργαζόμενους τους. Το επόμενο διάστημα κάθε μία από αυτές, ανεξάρτητα από τους ρυθμούς ανάπτυξης της οικονομίας και τις επιμέρους αποφάσεις της Πολιτείας σε θέματα και αιτήματα του εμπορικού κόσμου, θα χρειαστεί για την επιβίωση και ανάπτυξή της να εντείνει την ευελιξία και την προσήλωση της στην καινοτομία και την εξωστρέφεια, με "όχημα" τον ψηφιακό της μετασχηματισμό και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς της μέσα και από συνεργατικά σχήματα.

Κύπρος: προωθούν ηλεκτρονική πλατφόρμα γεωργικών προϊόντων

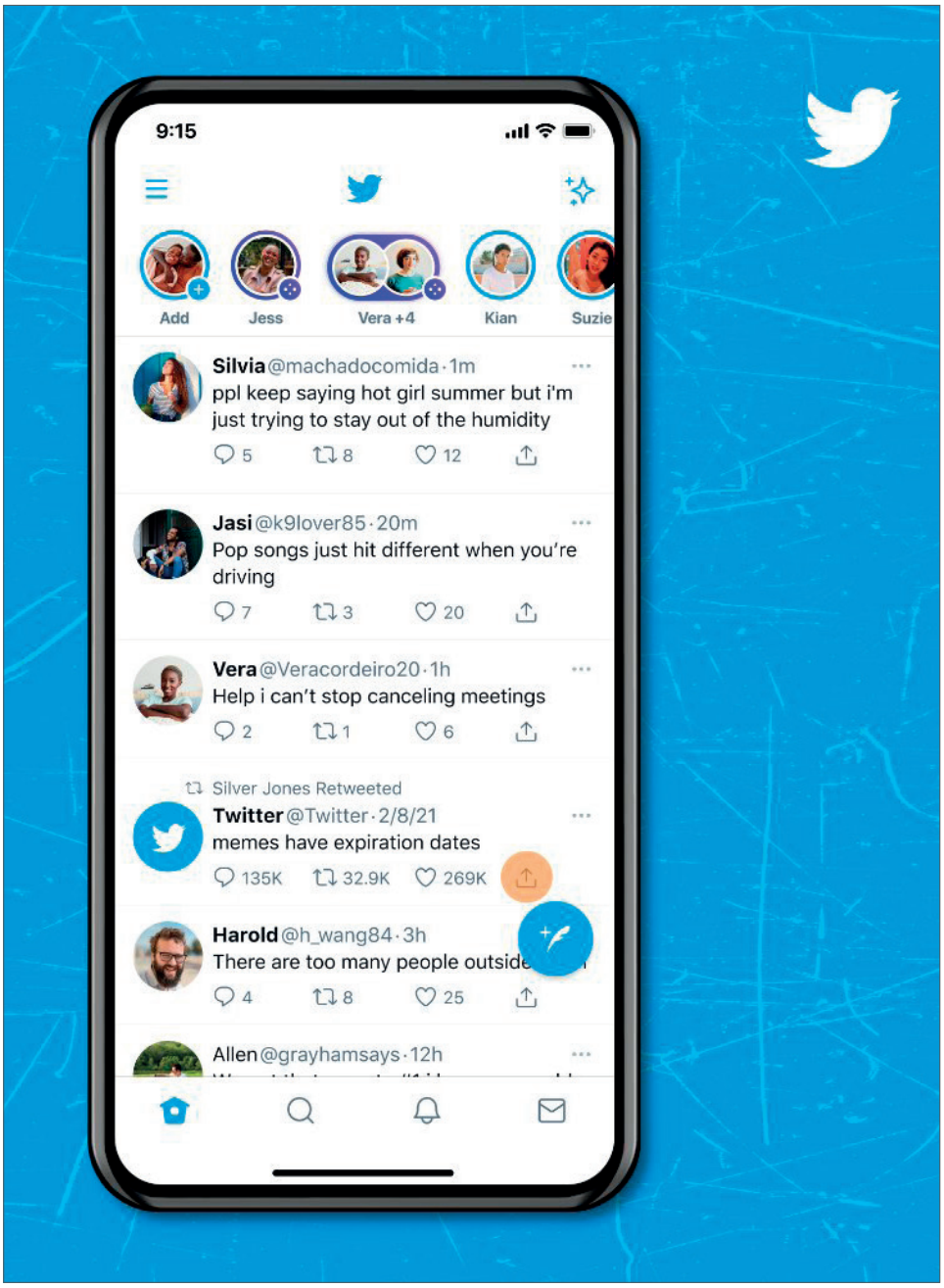
Την ανάπτυξη ηλεκτρονικής πλατφόρμας για βελτίωση του εμπορίου στην αλυσίδα εφοδιασμού φρέσκων προϊόντων μεταξύ παραγωγών-εμπόρων-αγοραστών με κόστος €0,5 εκατ. προωθεί το υπουργείο Γεωργίας μέσα από το σχέδιο ανάπτυξης και ανθεκτικότητας. Το μέτρο ακολουθεί σχετική εισήγηση του συμβουλίου οικονομίας και ανταγωνιστικότητας. Σύμφωνα με σημείωμα του υπουργείου, η κυπριακή αλυσίδα εφοδιασμού νωπών προϊόντων βιώνει προβλήματα που σχετίζονται, μεταξύ άλλων, με στρεβλώσεις στις τιμές, την ιχνηλασιμότητα και την ύπαρξη Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών (ΑθΕΠ).

Στο -20% η απάτη στην Ε.Ε.

Μειωμένες κατά 20% ήταν πέρυσι, σε σύγκριση με το 2019, οι απάτες και οι παρατυπίες που σχετίζονται με τα έσοδα και τα κονδύλια της ΕΕ, σύμφωνα με έκθεση της Κομισιόν. Το 2020 οι εθνικές αρχές της ΕΕ ανέφεραν συνολικά 1.056 απάτες, με συνολικό αντίκτυπο 371 εκατ. ευρώ. Παρόλο που αυτά τα στοιχεία επιβεβαιώνουν τη σταθερή μείωση που παρατηρείται τα τελευταία πέντε χρόνια, η Κομισιόν καλεί τα κράτη μέλη να υιοθετήσουν εθνικές στρατηγικές καταπολέμησης της απάτης.

Στο e-Commerce η Pernod Ricard

Η γαλλική εταιρεία ποτών Pernod Ricard ανακοίνωσε ότι υπέγραψε συμφωνία για την εξαγορά της Whisky Exchange, η οποία ειδικεύεται στην πώληση ποτών μέσω διαδικτύου, στο πλαίσιο της στρατηγικής της επέκτασης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η Pernod Ricard δεν αποκάλυψε τις οικονομικές λεπτομέρειες της συμφωνίας. Η Whisky Exchange ιδρύθηκε το 1999 στη Βρετανία.
"Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα βασικό κανάλι της μακροχρόνιας στρατηγικής μας", αναφέρει σε ανακοίνωση του ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Pernod Ricard, Alexandre Ricard.



Twitter: πάνω από 1 δισ. τα διαφημιστικά έσοδα

Το Twitter επέστρεψε δυναμικά σε λειτουργικά κέρδη το β' τρίμηνο του 2021 μετά από μια μεγάλη πτώση το αντίστοιχο διάστημα της περασμένης χρονιάς. Τα έσοδα της συγκεκριμένης social media πλατφόρμας αυξήθηκαν κατά 74% σε ετήσια βάση στο επίμαχο τρίμηνο, φτάνοντας τα 1,19 δισ. δολάρια, με τις προβλέψεις να κάνουν λόγο για 1,07 δολάρια. Στο προηγούμενο τρίμηνο, η ανάπτυξη των εσόδων σε ετήσια βάση κινήθηκε στο 28%. Ο τρέχων είναι ο υψηλότερος ρυθμός ανάπτυξης εσόδων από το 2014. Όσον αφορά τα διαφημιστικά έσοδα, αυτά έφτασαν τα 1,05 δισ. δολάρια, σημειώνοντας αύξηση 87% σε σχέση με το τρίμηνο της περασμένης χρονιάς. Όσο για τον αριθμό των καθημερινών χρηστών, αυτός αυξήθηκε κατά 11% το δεύτερο τρίμηνο, με τους MDAUS (average monetizable daily active users) να φτάνουν τα 206 εκατομμύρια δολάρια. «Οι επιδόσεις μας ήταν καλύτερες από το αναμενόμενο σε όλα τα μεγάλα προϊόντα μας αλλά και γεωγραφικά, καθώς μεγαλώνουμε το ακροατήριό μας», δήλωσε ο Ned Segal, CFO του Twitter.

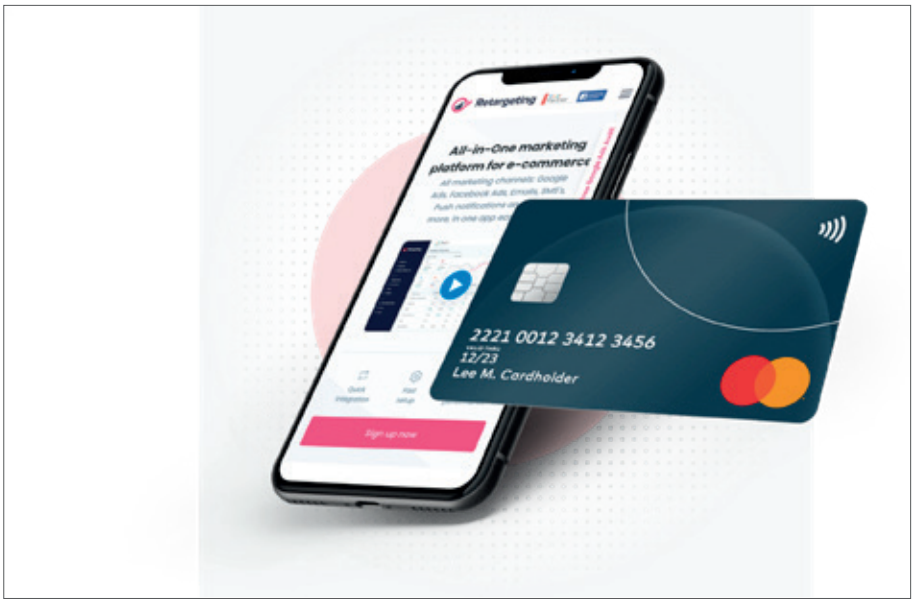
Αυξημένη κατά 12,1% η δαπάνη

Στα 669 δισ. δολάρια η παγκόσμια δαπάνη το 2021

Κατά 11,2% αναμένεται να αυξηθεί η παγκόσμια διαφημιστική δαπάνη το 2021, σύμφωνα με την τελευταία έκθεση της Zenith, ξεπερνώντας το προ-πανδημίας peak κατά 6%. Συνολικά, θα αγγίξει τα 669 δισεκατομμύρια δολάρια τη φετινή χρονιά, δηλαδή 40 δισ. περισσότερα από όσα είχαν διατεθεί προ πανδημίας το 2019.

Καμπάνα στο Whats UP

Πρόστιμο €225 εκατ. επιβλήθηκε από τις ιρλανδικές Αρχές στην WhatsApp για παραβίαση των κανόνων προστασίας προσωπικών δεδομένων της ΕΕ. Σύμφωνα με την Επιτροπή Προστασίας Δεδομένων της Ιρλανδίας, το WhatsApp απέτυχε να τεκμηριώσει το τι κάνει τα δεδομένα των πολιτών της Ε.Ε.



Η Retargeting αλλάζει το e-commerce με νέα all-in-one πλατφόρμα digital marketing

Πρόσφατα, η εταιρεία Retargeting Biz, η οποία δραστηριοποιείται ήδη σε 4 ευρωπαϊκές αγορές (Ρουμανία, Ουγγαρία, Ελλάδα και Βουλγαρία), εγκαινίασε επίσημα τη νέα της all-in-one αυτοματοποιημένη πλατφόρμα μάρκετινγκ για τα online καταστήματα και τους πελάτες τους σε τοπικό και διεθνές επίπεδο.

Με μια επένδυση που ξεπέρασε τα 3 εκατομμύρια ευρώ και υπερσύγχρονες τεχνολογίες, η νέα πλατφόρμα της Retargeting Biz αξιοποιεί την πλέον σύγχρονη τεχνολογία για να αλλάξει τον χώρο του e-commerce και να δώσει την ευκαιρία στα online καταστήματα να παρέχουν στους πελάτες τους κορυφαία εμπειρία.

Η πλατφόρμα συγκεντρώνει σε ένα σημείο όλα τα σχετικά κανάλια marketing, από διαφημίσεις στο δίκτυο της Google, στο Facebook και στο Instagram μέχρι push notifications, pop-ups, SMS, δυναμικά newsletters και συστάσεις με εξατομικευμένο περιεχόμενο. Έτσι τα online καταστήματα, ανεξάρτητα από το μέγεθος και το αντικείμενο τους, έχουν στη διάθεση τους μία αυτοματοποιημένη, εύκολη στη χρήση και πολύ αποτελεσματική λύση για όλες τις ανάγκες online προβολής τους.

Με τις λύσεις της Retargeting Biz, τα online καταστήματα απολαμβάνουν 100% αυτοματοποιημένες διαφημίσεις, έως και 15% καλύτερο Conversion Rate και μέχρι 20% καλύτερο Average Order Value (AOV) ενώ παράλληλα εξοικονομούν πολύτιμους λειτουργικούς πόρους.

"Το νέο προϊόν είναι ήδη διαθέσιμο και τα σχόλια που έχουμε λάβει από τους υπάρχοντες πελάτες μας, που χρησιμοποιούν ήδη τη νέα πλατφόρμα είναι εξαιρετικά! Εύκολη στη χρήση, αυτοματοποιημένη και υποστηριζόμενη από τεχνητή νοημοσύνη, η νέα πλατφόρμα περιλαμβάνει έξυπνο σχεδιασμό γραφικών, περιεχόμενο που δημιουργείται αυτόματα και δύο ολοκαίνουργια κανάλια για marketing. Για να το θέσουμε με απλούς όρους, αποτελεί μια καταπληκτική εμπειρία τόσο για τους πωλητές λιανικής του e-commerce όσο και για τους πελάτες τους. Πέρα από την ενίσχυση των υπαρχόντων υπηρεσιών της Retargeting, στην πλατφόρμα προστέθηκαν και δύο καινούργιες: οι εξατομικευμένες συστάσεις και τα δυναμικά newsletters, που αυξάνουν τις επιδόσεις στο Conversion Rate και το Average Order Value, προσφέροντας προστιθέμενη αξία στις επιχειρήσεις και μια προσωποποιημένη εξυπηρέτηση των πελατών τους", τόνισε η Alina Mitrica, CCO της Retargeting Biz.

Purpose αντί performance «ψηφίζουν» οι διαφημιζόμενοι

Το brand purpose και τα values υπερτερούν του performance υποστηρίζουν οι διαφημιζόμενοι στις ΗΠΑ, σύμφωνα με την έρευνα «2021 Advertiser Perceptions Trust Report» του Advertiser Perceptions σε δείγμα 250 διαφημιζομένων. Σύμφωνα με τα ευρήματα, οι ανησυχίες σχετικά με το brand safety και την αξιοπιστία του περιβάλλοντος του digital περιεχομένου ξεπέρασαν αυτές της κακής χρήσης των data.

Οι ψηφιακοί ...δρόμοι του κρασιού

Ο Δήμος Ηρακλείου προκηρύσσει ηλεκτρονικό διαγωνισμό για την Υπηρεσία «Ψηφιακές Διαδρομές Οίνου: Το κρασί σαν μέσο προβολής και προώθησης του Πολιτιστικού αποθέματος του Ηρακλείου». Το έργο αφορά στην ανάπτυξη, στον σχεδιασμό και τη δημιουργία υπηρεσιών ηλεκτρονικής προβολής του οίνου ως σημαντικό πολιτιστικό πόρο του Ηρακλείου, αλλά και της Κρήτης και της Ελλάδας γενικότερα. Ο προϋπολογισμός ανέρχεται σε 269.700 ευρώ.

Το Instagram παρουσιάζει τη λειτουργία «αναζήτηση στο χάρτη»

Το Instagram ενεργοποιεί τη λειτουργία «Αναζήτηση στο χάρτη» που θα σας βοηθήσει να βρείτε πολλά μέρη τα οποία σίγουρα θα θελήσετε να επισκεφτείτε, εστιατόρια, καφετέριες και πάρκα, όλα με βάση τη δεδομένη τοποθεσία σας. Η ενημερωμένη λειτουργία «Αναζήτηση στο χάρτη» εισήχθη στις υπηρεσίες του Instagram προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες πολλών χρηστών, οι οποίοι χρησιμοποιούν το Instagram ως πλατφόρμα για να μοιράζονται αναμνήσεις από τα διάφορα μέρη που επισκέπτονται.

Κώδικας δεοντολογίας από την ISBA για το influencer marketing

Εξομάλυνση των σχέσεων στο industry και αποκατάσταση της εμπιστοσύνης στο Influencer marketing

Στη δημιουργία ενός κώδικα δεοντολογίας για το influencer marketing προχώρησε η Incorporated Society of British Advertisers (ISBA), σε συνεργασία με agencies και influencers, προκειμένου να εξομαλύνει τις σχέσεις μεταξύ των μελών της βιομηχανίας και της αγοράς. Δεδομένων των προβλημάτων τα οποία αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια το influencer marketing -και μάλιστα ιδιαίτερα απειλητικών για την εμπιστοσύνη μεταξύ των εταιρειών, των brands, των διαφημιστικών (agencies), των influencers και φυσικά των καταναλωτών- το Code of Conduct for Influencer Marketing (Κώδικας Για το Influencer marketing) αποτελεί οδηγό καλών πρακτικών με σειρά δεσμεύσεων τόσο από πλευράς brands, όσο και από μέρους των agencies και των ταλέντων του κλάδου.

Οι στόχοι του Νέου Κώδικα

Στους στόχους του περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων οι εξής: Η επίτευξη της διαφάνειας την οποία αναμένουν και δικαιούνται οι καταναλωτές, η εφαρμογή αυθεντικού και αποτελεσματικού influencer marketing και η βελτίωση των σχέσεων μεταξύ brands, agencies και ταλέντων. «Σε έναν κόσμο όπου η εμπορική διαφήμιση υποφέρει από την απώλεια εμπιστοσύνης και οι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να πιστέψουν τις συστάσεις ενός δικού τους προσώπου ή "κάποιου που τους μοιάζει" στο πεδίο των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, οι επαγγελματικές influencer καμπάνιες προσφέρουν στον influencer στα agencies και τα brands τη δυνατότητα να συνεργαστούν, χρησιμοποιώντας νέες πλατφόρμες για να προσεγγίσουν το κοινό με engaging τρόπους», επισημαίνει χαρακτηριστικά ο Director General της ISBA, Phil Smith.

Από την Ogilvy η καμπάνια Cosmote

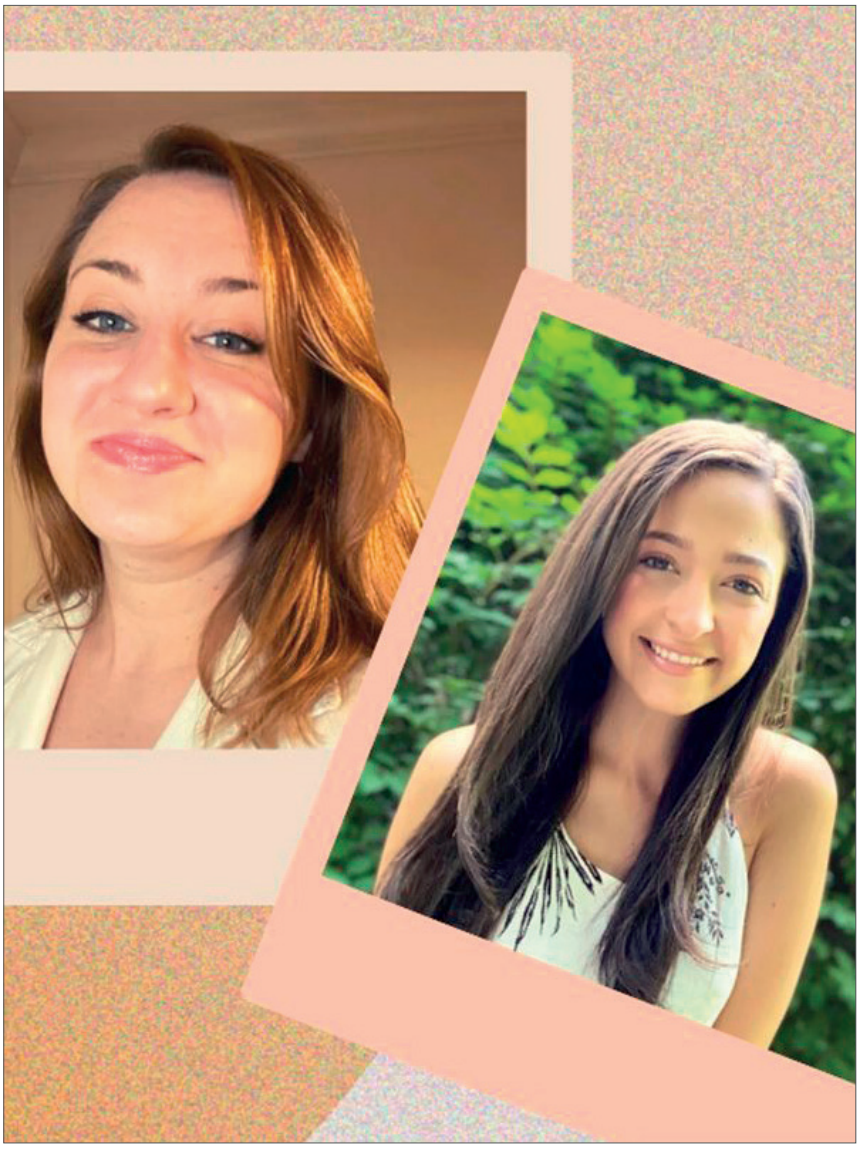
Η νέα καμπάνια της Ogilvy υποστηρίζει πως ακόμα και εκείνοι που κάνουν τις πιο κακές επιλογές δεν μπορούν να κάνουν κακή επιλογή στο ανανεωμένο What's Up DIY της Cosmote. Ούτε καν αυτός που σκέφτηκε να βάλει ένα πιράνχα στην ίδια γυάλα με τα χρυσόψαρα ή αυτή που θεώρησε καλή ιδέα να φτύσει την τσίχλα της κόντρα στον άνεμο. Γιατί το What's Up DIY ανανεώθηκε και προσφέρει διπλάσια λεπτά προς όλους, στην ίδια τιμή, ενώ για πρώτη φορά δίνει τη δυνατότητα και στους φοιτητές να δημιουργήσουν το δικό τους φοιτητικό πακέτο DIY.

Public: νέα καμπάνια από 4 Wise Monkeys

Η νέα επικοινωνία του Public φέρει την υπογραφή της 4 Wise Monkeys, η οποία ανέλαβε τον λογαριασμό σε Ελλάδα και Κύπρο. Η consumer centered επικοινωνία του Public παρουσιάζει το νέο του positioning, το οποίο αφορά στην πληθώρα διαφορετικών συναισθημάτων που νιώθει το κοινό στο Public. Το νέο positioning αποτυπώνεται στη 360˚ καμπάνια «Ξανά στα θρανία».

Η Admine υπογράφει τη Χάρτα Διαφορετικότητας

Η Admine γίνεται το πρώτο agency που υπογράφει τη Χάρτα Διαφορετικότητας. Πρόκειται για πρωτοβουλία της Κομισιόν με στόχο να λειτουργήσει ως μέσο δέσμευσης για την εφαρμογή της ισότητας, των ίσων ευκαιριών και της διαφορετικότητας. «Με την υπογραφή της Χάρτας στηρίζουμε τον αγώνα κατά των στερεοτύπων, αλλά και με έναν τρόπο επικυρώνουμε τις αρχές με τις οποίες λειτουργούμε ως εταιρεία, προωθώντας τις ίσες ευκαιρίες» αναφέρει ο People and Culture Manager της Admine, Kamil Studzienny.

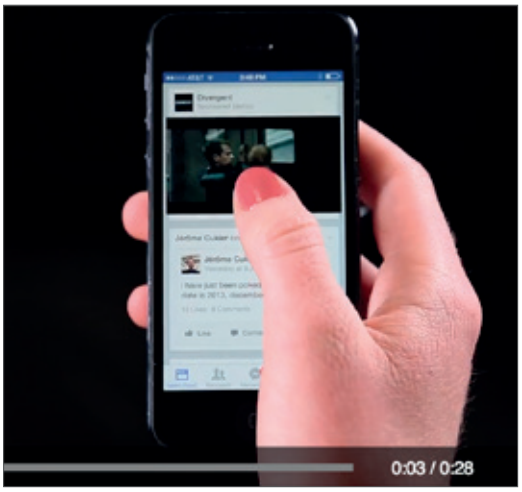


Μέτρα για την ψυχική υγεία των χρηστών λαμβάνει το TikTok

Οι νέες λειτουργίες θα είναι διαθέσιμες παγκοσμίως τους επόμενους μήνες Το TikTok προχωρά στο λανσάρισμα μιας σειράς features, που θα βοηθήσουν στους χρήστες της πλατφόρμας που αντιμετωπίζουν προβλήματα ψυχικής υγείας ή εμφανίζουν τάσεις αυτοκτονίας. Τα features αυτά περιλαμβάνουν οδηγούς ευημερίας και υποστήριξη για άτομα που έρχονται αντιμέτωπα με διατροφικές διαταραχές. Αναπτύχθηκε επίσης μια λειτουργία η οποία θα κατευθύνει τα άτομα που έχουν κάνει αναζήτηση με τον όρο «αυτοκτονία», σε τοπικούς φορείς που μπορούν να τους προσφέρουν βοήθεια. Το TikTok προχώρησε σε αυτήν την κίνηση, τη στιγμή που το Instagram υπόκειται σε έλεγχο για τον αντίκτυπο που έχει η χρήση της στην ευημερία των χρηστών. Η ανακοίνωση του TikTok ακολούθησε σχετικό δημοσίευμα της The Wall Street, σύμφωνα με το οποίο το Instagram έχει διαπιστώσει επανειλημμένα ότι σε ορισμένες περιπτώσεις η πλατφόρμα του μπορεί να είναι επιβλαβής για την ψυχική υγεία των εφήβων χρηστών του. Σύμφωνα με την αναφορά, η εταιρεία μελετά εδώ και δύο χρόνια τον αντίκτυπο της εφαρμογής στην ψυχική ευημερία των νεότερων χρηστών της.

Ανεβαίνει η DOOH

Το 2019, το Digital Out of Home Advertising (DOOH) αναλογούσε στο 28,3% της OOH δαπάνης, ωστόσο το 48% των executives στο χώρο της διαφήμισης πιστεύουν ότι θα αναλογεί σε περισσότερο από 33% μέχρι το 2025, σύμφωνα με έρευνα από την Alfi, μια AI enterprise SaaS πλατφόρμα.

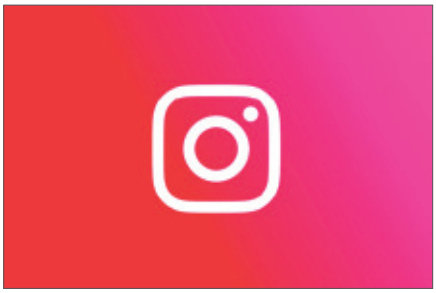


Facebook: «τα videos ads λύση για το brand safety»

Στελέχη της Facebook βρέθηκαν σε πρόσφατο event του Interactive Advertising Bureau (IAB), όπου υποστήριξαν ότι η υπηρεσία των video ads ταιριάζει απόλυτα στον χώρο του connected TV και του streaming. Παράλληλα, έδωσαν έμφαση και στα features της σχετικά με το video brand safety, το οποίο έχει μετατραπεί σε καίριο ζήτημα για τους διαφημιζομένους.

Το TikTok ξεπέρασε το YouTube σε μέσο χρόνο παρακολούθησης

Σύμφωνα με μελέτη της App Annie, οι χρήστες Android περνούν τώρα περισσότερο χρόνο στο TikTok από το YouTube. Τον περασμένο Ιούνιο, οι χρήστες κατανάλωναν 24 ώρες περιεχομένου το μήνα στο TikTok, σε σύγκριση με 22 ώρες και 40' στο YouTube. Ουσιαστικά, το TikTok είχε ξεπεράσει το YouTube, όσον αφορά τον μέσο χρόνο παρακολούθησης, ήδη πριν από ένα χρόνο. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, ωστόσο, το έκανε σχεδόν ενάμιση χρόνο πριν και οι χρήστες εκεί φέρονται να παρακολουθούν σχεδόν 26 ώρες περιεχομένου το μήνα - 10 ώρες περισσότερες από τις 16 ώρες ή λιγότερο του YouTube. Αυτοί οι αριθμοί είναι εντυπωσιακοί, όπως σημειώνει και το σχετικό δημοσίευμα του wersm.com, λαμβάνοντας υπόψη ότι το TikTok είναι μια πλατφόρμα, που αφενός είναι νέα, ενώ επίσης τα βίντεο που φιλοξενεί είναι διάρκειας το πολύ 3 λεπτών (και παλαιότερα ήταν ακόμη μικρότερης διάρκειας).
Παρά την πρωτιά του TikTok στο μέσο χρόνο παρακολούθησης, το YouTube εξακολουθεί να είναι η κορυφαία πλατφόρμα βίντεο όσον αφορά στο συνολικό χρόνο που δαπανάται από τους χρήστες συσκευών Android.



Καλά, γέρασε ήδη και το Instagram;

Η άνοδός του TikTok αναδεικνύει ένα ανερχόμενο πρόβλημα για το Instagram: τη γήρανση των χρηστών του. Καθώς το Facebook συνδέθηκε με χρήστες μεγαλύτερης ηλικίας, το Instagram ήταν αρχικά ο τρόπος σύνδεσής του με νεότερους ανθρώπους. Αλλά τώρα που το Facebook θεωρείται μέσο για "boomers", το Instagram είναι λίγο πολύ το "millennial Facebook".

Νέα διεθνής συνεργασία για την Generation Y

Σε μια από τις πιο πολυαναμενόμενες διεθνείς συνεργασίες για τον ψηφιακό κόσμο, το φημισμένο Maestral Resort & Casino στο Μαυροβούνιο, ανέθεσε στην Generation Y - International eBusiness Hub τον ολιστικό ψηφιακό μετασχηματισμό της εταιρικής εικόνας του.

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

SMART PRESS

DiGiTAL LiFE · ΚΙΝΗΤΗ · INFOCOM · security manager · PROFESSIONAL security

BE SMART!

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ONLINE

ΟΛΑ ΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

ΤΗΣ

SMARTPRESS

ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΙΟΣΚΙ

www.yumpu.com/user/smartpress

SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

Τ. 210.5201500,
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr