

E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 22 / 1 / 2026

COMING SOON

Η Aboutnet για το Κέντρο Αποκατάστασης «Θησέας»

Το Κέντρο Αποθεραπείας και Αποκατάστασης «Θησέας» λάνσαρε νέο e-shop, σχεδιασμένο από την Aboutnet. Η πλατφόρμα επιτρέπει ασφαλείς online αγορές προγραμμάτων υγείας, μειώνοντας καθυστερήσεις.



Η Temu εξισώνεται με την Amazon στις διασυνοριακές πωλήσεις

Η **Temu** καταγράφει εντυπωσιακή άνοδο στο παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο, κοντράροντας την **Amazon** στις διασυνοριακές αγορές. Σύμφωνα με έρευνα της **International Post Corporation**, το 24% των καταναλωτών πραγματοποίησε την τελευταία του διασυνοριακή αγορά μέσω Temu. Το αποτέλεσμα υπογραμμίζει τη ραγδαία ανάπτυξη της πλατφόρμας και την αυξανόμενη επιρροή της στο διεθνές ecommerce.

LAST MINUTE

- 01** Σχεδόν 29% των **Γερμανών** χρηστών ψωνίζει μέσω social media, με το Instagram πρώτο, ενώ 40% ανακαλύπτει προϊόντα από διαφημίσεις, σύμφωνα με τη **Bitkom**.
- 02** Η **Meta** ζητά επανεξέταση της απαγόρευσης social media για κάτω των 16, έχοντας ήδη μπλοκάρει πάνω από 544.000 λογαριασμούς ανηλίκων.
- 03** Η **LG Electronics** αποκάλυψε στη CES 2026 το **LG CLOiD**, ένα έξυπνο ρομπότ για οικιακές εργασίες, προωθώντας το όραμα του «Zero Labor Home».
- 04** Η **Nike** πούλησε τη **Rtfkt** σε άγνωστο αγοραστή, περίπου έναν χρόνο μετά το κλείσιμο της εταιρείας ψηφιακών sneakers και εμπειριών.
- 05** Οι **online αγορές** στις **ΗΠΑ** έφτασαν τα 257,8 δισ. δολάρια τα Χριστούγεννα, με άνοδο 6,8% και ρεκόρ BNPL, σύμφωνα με την Adobe.

Περνούν όλα από τα χέρια σας?



Αφήστε τα όλα στο...

360° e-Commerce by Plushost

και αφιερωθείτε σε αυτό που αγαπάτε.
Το εμπόριο.

Αν κουραστήκατε η καθημερινότητά σας να εξαντλείται στη διαχείριση πολλών «μικρών» θεμάτων που γίνονται εμπόδιο στο να αφιερωθείτε στα «μεγάλα» και σημαντικά, η υπηρεσία **360° e-commerce by plushost** σας αφορά. Συγκεντρώσαμε σε μια υπηρεσία το σύνολο των λειτουργιών μιας online επιχείρησης ενισχύοντας παράλληλα όλους τους μηχανισμούς ελέγχου.

plushost
e-commerce goes 360°

250+ e-Commerce AWARDS



LOYALTY AWARDS

THE GROWTH HACKING AWARDS

UXICX AWARDS

CONTENT MARKETING

e-BIZZ AWARDS

Η Wolt επανατοποθετείται ως ευρεία εμπορική πλατφόρμα

Η **Wolt** επανατοποθετείται ως πολυκατηγορική εμπορική πλατφόρμα, με ανανεωμένη εφαρμογή που δίνει έμφαση στην αναζήτηση προϊόντων αντί καταστημάτων. Πάνω από 20% των παραγγελιών αφορούν λιανεμπόριο, με παράδοση σε 35 λεπτά. Η αλλαγή αυξάνει την προβολή εμπόρων και στοχεύει στη μετατροπή της σε ολοκληρωμένη τοπική πλατφόρμα εμπορίου. Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε περισσότερες από τριάντα αγορές παγκοσμίως και ενισχύει τη σύγκριση προϊόντων μεταξύ κατηγοριών σε πραγματικό χρόνο.

Νέα επίθεση Magecart κλέβει στοιχεία πιστωτικών καρτών

Το 2026 ξεκινά με σοβαρές απειλές για το ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς νέα επίθεση της **Magecart** στοχεύει σε σελίδες checkout e-shops. Μέσω κακόβουλου JavaScript, υποκλέπτονται σε πραγματικό χρόνο στοιχεία πιστωτικών καρτών. Η εξελιγμένη τεχνική δυσκολεύει τον εντοπισμό, θέτοντας σε κίνδυνο επιχειρήσεις και καταναλωτές παγκοσμίως.

Saks: σε πώση ο κολοσσός πολυτελείας



Η αλυσίδα ρουχισμού **Saks Global** υπέβαλε αίτηση προστασίας από πτώχευση προκαλώντας αναταράξεις στον κλάδο

πολυτελείας. Παρά την οικονομική κατάρρευση, όλα τα φυσικά καταστήματα αλλά και τα eshops στο ηλεκτρονικό εμπόριο παραμένουν πλήρως λειτουργικά. Η στρατηγική δίνει έμφαση στο e-commerce, διασφαλίζοντας τις πωλήσεις, την εξυπηρέτηση πελατών και την παρουσία στις ψηφιακές αγορές, ενώ εξελίσσεται η διαδικασία αναδιάρθρωσης.

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα για το e-commerce από την Ecommerce Academy του GRECA

Σε συνεργασία με το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν - ELTRUN του ΟΠΑ



Η **Ecommerce Academy του GRECA**, σε συνεργασία με το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν - **ELTRUN** του ΟΠΑ, έχει ως στόχο να εκπαιδεύσει τα στελέχη των ελληνικών επιχειρήσεων σε θέματα που αφορούν το AI και το ηλεκτρονικό εμπόριο, προσφέροντας ολοκληρωμένα προγράμματα προσαρμοσμένα στην ελληνική αγορά. Στη σύγχρονη ψηφιακή

εποχή το ηλεκτρονικό εμπόριο εξελίσσεται με ρυθμούς που καθιστούν την απλή online παρουσία ανεπαρκή. Οι επιχειρήσεις καλούνται πλέον να αξιοποιήσουν προηγμένα εργαλεία, δεδομένα και αυτοματισμούς για να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) δεν αποτελεί πια ένα θεωρητικό πλεονέκτημα αλλά βασικό εργαλείο ανάπτυξης, αποδοτικότητας και στρατηγικής λήψης αποφάσεων.

Κύρια χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα

Εστίαση στην εφαρμοσμένη Τεχνητή Νοημοσύνη

Το πρόγραμμα επικεντρώνεται στην πρακτική αξιοποίηση του AI σε πραγματικά σενάρια e-commerce, καλύπτοντας αυτοματισμούς, περιεχόμενο, marketing και επιχειρησιακή στρατηγική.

Συνδυασμός θεωρίας και πράξης

Οι συμμετέχοντες δεν περιορίζονται στη θεωρητική γνώση. Μέσα από hands-on παραδείγματα, πρακτικές ασκήσεις και εργαλεία no-code, αποκτούν δεξιότητες που μπορούν να εφαρμοστούν άμεσα στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεών τους.

Δομημένο και ευέλικτο εκπαιδευτικό πλαίσιο

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει **30 ώρες εκπαιδευτικού περιεχομένου**, οργανωμένες σε **4 στοχευμένες εκπαιδευτικές ενότητες**, επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να αφομοιώσουν σταδιακά τη γνώση χωρίς να χάνεται η συνοχή.

Αναγνωρισμένο Πιστοποιητικό Κατάρτισης

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, απονέμεται **Πιστοποιητικό Κατάρτισης από το ΚΕΔΙΒΙΜ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών**, προσδίδοντας κύρος και αναγνώριση στην αγορά εργασίας.

Διδασκαλία από κορυφαίους ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες

Η εκπαιδευτική ομάδα συνδυάζει ακαδημαϊκή και πρακτική γνώση με case studies από την αγορά, προσφέροντας ουσιαστική καθοδήγηση και ρεαλιστική προσέγγιση στα θέματα AI και e-commerce.

Εκπαιδευτικές ενότητες

- AI & Business
- Σχεδιασμός AI Agents χωρίς κώδικα
- AI & Content
- AI & Marketing

Σε ποιους απευθύνεται

Το πρόγραμμα απευθύνεται τόσο σε μέλη όσο και σε μη μέλη του GRECA.

Για περισσότερες πληροφορίες πατήστε [ΕΛΩ](#).

Ψηφιακές Συναλλαγές Β' Φάση

Voucher Επιδότησης έως 100%

Εξαργύρωσέ το
έως 07.01.2026



Ελλάδα 2.0
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΚΑΙ ΑΝΑΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης
NextGenerationEU

**Έχει εγκριθεί η αίτησή σου για Voucher;
Ωρα να ενημερωθείς για τις εξειδικευμένες λύσεις του Ομίλου EPSILONNET!**

Η προθεσμία εξαργύρωσης λήγει στις 07.01.2026 | **Μην το χάσεις!**

Ο Όμιλος EPSILONNET, ο κορυφαίος πάροχος λογισμικού είναι εδώ για να σε βοηθήσει να αξιοποιήσεις το Voucher σου με εύκολες διαδικασίες και αξιόπιστη υποστήριξη σε κάθε βήμα, παρέχοντας ολοκληρωμένες λύσεις σε:

- Υπηρεσίες πιστοποιημένου παρόχου ηλεκτρονικής τιμολόγησης & λογισμικού τιμολόγησης λιανικής & χονδρικής
- Soft POS & Τερματικό POS
- Ολοκληρωμένα ταμειακά συστήματα & συνοδευτικό λογισμικό

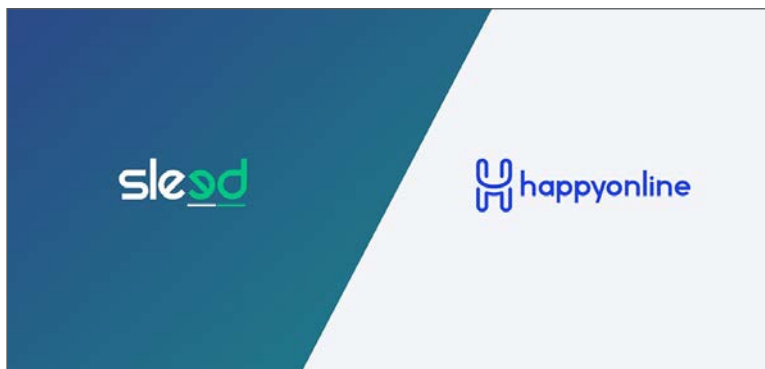
Τι πρέπει να κάνεις:

1. Επικοινωνήσε άμεσα μαζί μας και βρες τις λύσεις που χρειάζεσαι
2. Δέσμευσε την Voucher επιταγή σου **έως 07.01.2026**
3. Κατάβαλε το ποσοστό της συμμετοχής σου μόνο

Μην αφήσεις τη δυνατότητα επιδότησής σου μέσω Voucher να πάει χαμένη!
Ανακάλυψε τις ενδεικτικές λύσεις μας που θα αναβαθμίσουν την επιχείρησή σου!

Μπες στο espa.epsilonnet.gr





Η Slead επενδύει στη HappyOnline

Η Slead ανακοινώνει τη στρατηγική της επένδυση στη **HappyOnline**, ένα από τα κορυφαία Web Design & Development agencies στην ελληνική αγορά. Με παρουσία άνω των 10 ετών και περισσότερες από 85 διακρίσεις, η HappyOnline είναι από τα πρώτα agencies που ανέπτυξαν απτές, εμπορικά διαθέσιμες, λύσεις βασισμένες στην τεχνητή νοημοσύνη.

Η στρατηγική επένδυση της Slead ενισχύει το Tech και AI αποτύπωμα του ομίλου, συνδυάζοντας design, development, performance και automation. Οι δύο εταιρείες συνεργάζονται ήδη από το 2024, όταν η HappyOnline είχε αναπτύξει εξειδικευμένο AI Department και αποτελεί στρατηγικό συνεργάτη στις λύσεις καινοτομίας που παρέχει η Slead.

Ο **Στέλιος Ηλιάκης**, CEO & Founder της Slead, δήλωσε: «Στη Slead, 16 χρόνια τώρα, επενδύουμε στην καινοτομία και τους ανθρώπους μας, παρέχοντας κορυφαίες λύσεις για κάθε συνεργάτη μας. Μετά την περσινή μας επένδυση στη NetSteps, η σημερινή, στρατηγική μας επένδυση στη HappyOnline, ενισχύει ακόμη περισσότερο τις δυνατότητές μας στην παροχή λύσεων τεχνολογίας και AI, ακολουθώντας το όραμά μας για τη δημιουργία του μεγαλύτερου Digital Services Provider στη Νοτιοανατολική Ευρώπη.»

Ο **Δημήτρης Δημακόπουλος**, Co-founder & CEO της HappyOnline, δήλωσε: «Η αγορά απαιτεί πλέον εξειδίκευση, τεχνολογικό βάθος και απλές, αποδοτικές λύσεις. Οι συνεργάτες μας απαιτούν βελτιστοποίηση των επιχειρησιακών workflows και καινοτόμες λύσεις, που θα τους δώσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η συνεργασία μας με τη Slead, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για το επόμενο στάδιο ανάπτυξης που απαιτεί ο κλάδος και οι διεθνείς εξελίξεις, με έμφαση στο AI και το online performance.»

Η Κίνα 1η στο ηλεκτρονικό εμπόριο για 13η χρονιά

Η **Κίνα** παραμένει αδιαμφισβήτητος ηγέτης στο παγκόσμιο e-commerce για 13ο συνεχόμενο έτος. Η αξία των διαδικτυακών λιανικών πωλήσεων ξεπέρασε τα 23,8 τρισ. γιουάν, δηλαδή περίπου 2,93 τρισ. ευρώ, αποτυπώνοντας τη δυναμική της ψηφιακής κατανάλωσης. Η σταθερή αναβάθμιση του κλάδου ενισχύει το νέο αναπτυξιακό μοντέλο και τη διεθνή εμπορική παρουσία της χώρας.



Η eBay διευκολύνει τις διεθνείς αποστολές για Γερμανούς πωλητές

Η **eBay** λανσάρει το **SpeedPAK** στη Γερμανία, απλοποιώντας τις διασυνοριακές αποστολές. Η υπηρεσία, σε συνεργασία με την Orange Connex, προσφέρει αποστολές με εκτελωνισμό και πληρωμένους δασμούς. Έτσι, οι πωλητές μειώνουν τη γραφειοκρατία, ενώ οι καταναλωτές απολαμβάνουν διαφάνεια κόστους και ασφαλέστερες διεθνείς αγορές παγκοσμίως με μεγαλύτερη ταχύτητα αξιοπιστία έλεγχο εξόδων και καλύτερη εμπειρία παράδοσης για αγοραστές διεθνώς.

Η Aboutnet απορροφά την 360lab - Δημιουργεί νέα εξειδικευμένα business units στον κλάδο Υγείας και Φαρμάκου

Η Aboutnet, ανακοινώνει την πλήρη απορρόφηση της 360lab, μιας δυναμικά αναπτυσσόμενης εταιρείας ψηφιακών υπηρεσιών που ιδρύθηκε το 2022 και εξειδικεύεται στον ιατρικό κλάδο, αλλά παρέχει 360° digital υπηρεσίες σε διάφορους τομείς της οικονομίας.

Η κίνηση αυτή ενισχύει τη στρατηγική επέκταση της Aboutnet στον τομέα της Υγείας, με τη δημιουργία του νέου business unit "About Health", το οποίο θα προσφέρει στοχευμένες ψηφιακές υπηρεσίες σε νοσοκομεία, ιατρεία, διαγνωστικά κέντρα κ.ά.





aboutnet

...since 2000

Είσαι έτοιμος
να απογειώσεις
το eshop σου;



Με 25 χρόνια
εμπειρίας
σχεδιάζουμε
eshop
που εκτοξεύουν
τις πωλήσεις σου.

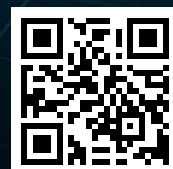
Κλείσε δωρεάν συμβουλευτική για το eshop σου.



We Deliver Digital Success

WEB DESIGN | ESHOP DEVELOPMENT | DIGITAL MARKETING

● ΑΘΗΝΑ ● ΚΡΗΤΗ ● ΑΧΑΪΑ ● ΓΡΕΒΕΝΑ



Δημήτρης Θεοφάνους

Managing Director | [eTURN](#) |
eTransformation Consulting



Marketplaces vs e-shops: Ποιος κερδίζει πραγματικά και ποιος πληρώνει το κόστος

Τα τελευταία χρόνια, τα marketplaces έχουν εξελιχθεί στον πιο ισχυρό παίκτη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για πολλά ελληνικά brands και e-shops, η είσοδος σε μια μεγάλη πλατφόρμα μοιάζει σχεδόν μονόδρομος: άμεση πρόσβαση σε κοινό, αυξημένη επισκεψιμότητα, γρήγορες πωλήσεις. Το ερώτημα όμως δεν είναι αν τα marketplaces πουλάνε. Είναι ποιος κερδίζει πραγματικά από αυτή τη σχέση.

Σε επίπεδο όγκου, η απάντηση είναι προφανής. Τα marketplaces κερδίζουν. Συγκεντρώνουν ζήτηση, ελέγχουν το traffic, καθορίζουν τους όρους. Για ένα e-shop που δυσκολεύεται να φέρει επισκέπτες ή να μειώσει το κόστος απόκτησης πελάτη, η πλατφόρμα λειτουργεί σαν «έτοιμη αγορά». Το προϊόν εκτίθεται άμεσα σε χιλιάδες δυνητικούς αγοραστές και οι πωλήσεις έρχονται γρήγορα.

Το κόστος όμως αυτής της ευκολίας σπάνια υπολογίζεται σωστά.

Προμήθειες, έξοδα fulfillment, πιέσεις στις τιμές, περιορισμένος έλεγχος στο branding και μηδενική ιδιοκτησία πελάτη είναι μερικές μόνο από τις παραμέτρους που μετατρέπουν την αύξηση τζίρου σε διάβρωση κερδοφορίας. Πολλά brands ανακαλύπτουν εκ των υστέρων

ότι πουλάνε περισσότερο, αλλά με χαμηλότερο margin από ό,τι στο δικό τους e-shop.

Το μεγαλύτερο πρόβλημα, όμως, δεν είναι το margin. Είναι η εξάρτηση.

Όταν ένα marketplace γίνεται το βασικό κανάλι πωλήσεων, η επιχείρηση παύει να ελέγχει το παιχνίδι. Η πλατφόρμα μπορεί να αλλάξει προμήθειες, όρους προβολής, αλγορίθμους ή πολιτικές επιστροφών οποιαδήποτε στιγμή. Το e-shop γίνεται προμηθευτής και όχι ιδιοκτήτης



σχέσης με τον πελάτη. Και χωρίς πελάτη, δεν υπάρχει brand αλλά μόνο προϊόν.

Από την άλλη πλευρά, τα ανεξάρτητα e-shops δεν έχουν εύκολη ζωή. Το κόστος marketing ανεβαίνει, ο ανταγωνισμός είναι σκληρός και η απόκτηση νέων πελατών απαιτεί συνεχείς επενδύσεις. Όμως έχουν ένα κρίσιμο πλεονέκτημα: έλεγχο. Έλεγχο στην τιμή, στο experience, στο data και κυρίως στη σχέση με τον πελάτη.

Η πραγματική σύγκριση λοιπόν δεν είναι marketplaces εναντίον e-shops. Είναι short-term πωλήσεις vs long-term αξία.

Τα marketplaces είναι εξαιρετικό εργαλείο για άμεσο όγκο, εκκαθάριση stock, είσοδο σε νέες αγορές και δοκιμή προϊόντων.

Δεν είναι όμως εργαλείο για χτίσιμο πιστότητας, διαφοροποίησης και βιώσιμου brand.

Τα e-shops, αντίθετα, δυσκολεύονται περισσότερο στην αρχή, αλλά έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν repeated

πελάτες, υψηλότερο LTV και καλύτερο έλεγχο κερδοφορίας. Αυτό προϋποθέτει στρατηγική, επένδυση και υπομονή, όχι απλώς presence.

Το μεγαλύτερο λάθος που κάνουν πολλά ελληνικά brands είναι ότι βλέπουν τα marketplaces ως υποκατάστατο του e-shop τους. Στην πραγματικότητα, τα marketplaces πρέπει να λειτουργούν συμπληρωματικά, όχι ανταγωνιστικά. Ως κανάλι πωλήσεων και όχι ως πυρήνας στρατηγικής.

Το 2026 δεν θα κερδηθεί από όσους πουλάνε παντού. Θα κερδηθεί από όσους ξέρουν πού και γιατί πουλάνε. Από όσους χρησιμοποιούν τα marketplaces για αυτό που είναι, μηχανές όγκου, και τα e-shops για αυτό που δεν μπορούν να προσφέρουν οι πλατφόρμες: έλεγχο, εμπειρία και σχέση.

Στο τέλος της ημέρας, το ερώτημα δεν είναι αν τα marketplaces «σκοτώνουν» τα e-shops. Το ερώτημα είναι αν τα e-shops χτίζουν κάτι που αξίζει να επιβιώσει πέρα από την επόμενη αλλαγή αγορίθμου.





13^ο Συνέδριο
SECURITY
PROJECT
2026

Future Smart, Human Safe

27 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
DIVANI CARAVEL HOTEL



www.securityproject.gr



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ
security
manager





Νέος Chief Commercial Officer της Atcom ο Πάνος Κοντόπουλος

Τη θέση του Chief Commercial Officer (CCO) της Atcom αναλαμβάνει ο **Πάνος Κοντόπουλος**. Με πολυετή επιχειρηματική δραστηριότητα και θητεία σε ανώτατες διοικητικές θέσεις στους τομείς της Τεχνολογίας και της Επικοινωνίας, ο Πάνος Κοντόπουλος εντάσσεται στο δυναμικό της Atcom με στόχο να συμβάλει στην ενδυνάμωση του εμπορικού της αποτυπώματος. Στις αρμοδιότητές του περιλαμβάνονται η εποπτεία του συνολικού πελατολογίου της Atcom, η εμπορική ανάπτυξη των προϊόντων και υπηρεσιών και η ευθυγράμμισή τους, με τις παραγωγικές διαδικασίες.

Οι προσδοκίες για τις εκπτώσεις...

Με συγκρατημένη αισιοδοξία ξεκίνησαν οι χειμερινές εκπτώσεις του 2026, καθώς το αρνητικό αποτύπωμα των εορτών και η μειωμένη αγοραστική δύναμη προβληματίζουν την αγορά. Οι εμπορικοί κύκλοι προσδοκούν τζίρο άνω των 6 δισ. ευρώ, με την καταβολή του δώρου στον ιδιωτικό τομέα να λειτουργεί ενισχυτικά. Οι καιρικές συνθήκες στρέφουν τους καταναλωτές στα εμπορικά κέντρα.

Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας

ASCEND

www.ascend.gr

Νέο προμηθειακό μοντέλο πρακτόρων ΕΛΤΑ Courier

Με έμφαση στην ποιότητα και την έγκαιρη παράδοση



Τα **ΕΛΤΑ**, στο πλαίσιο της συνολικής αναβάθμισης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών και της ενίσχυσης της αξιοπιστίας του δικτύου last-mile, εφαρμόζουν από την 1η Αυγούστου 2025 το νέο **προμηθειακό καθεστώς πρακτόρων της ΕΛΤΑ Courier**,

το οποίο σχεδιάστηκε έπειτα από έγκαιρη διαβούλευση και συστηματική ενημέρωση των συνεργατών της εταιρείας. Το νέο μοντέλο επιβραβεύει την έγκαιρη και ποιοτική παράδοση, προβλέποντας επιπλέον αμοιβή για την επίδοση την επόμενη ημέρα, με σαφή στόχο τη βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη, την αναβάθμιση της εξυπηρέτησης και την ενίσχυση της συνολικής απόδοσης του δικτύου. Τα στοιχεία από την εφαρμογή του νέου προμηθειακού δείχνουν ότι για περισσότερο από το 75% των πρακτόρων οι αμοιβές παραμένουν ίδιες ή παρουσιάζουν αύξηση, επιβεβαιώνοντας ότι δεν πρόκειται για οριζόντια μείωση αποδοχών αλλά για εξορθολογισμό και δικαιότερη κατανομή με βάση τον όγκο, το κόστος και την ποιότητα παρεχόμενης υπηρεσίας.

Στις περιορισμένες περιπτώσεις όπου, από την αρχική εφαρμογή, διαπιστώθηκε μείωση αμοιβής, η εταιρεία έχει ήδη καλέσει τους αντίστοιχους πράκτορες σε ατομικές συναντήσεις. Κάθε περίπτωση εξετάζεται ξεχωριστά, με στόχο τη διερεύνηση ιδιαιτεροτήτων, την αποτύπωση πραγματικών δεδομένων και, όπου απαιτείται, την προσαρμογή του μοντέλου. Παράλληλα, εντός του 2025, αρκετοί πράκτορες της ΕΛΤΑ Courier έχουν ήδη αναλάβει έργο διανομής και παραδοσιακού ταχυδρομείου, γεγονός που ενισχύει το συνολικό τους εισόδημα και διευρύνει το επιχειρησιακό τους αντικείμενο.

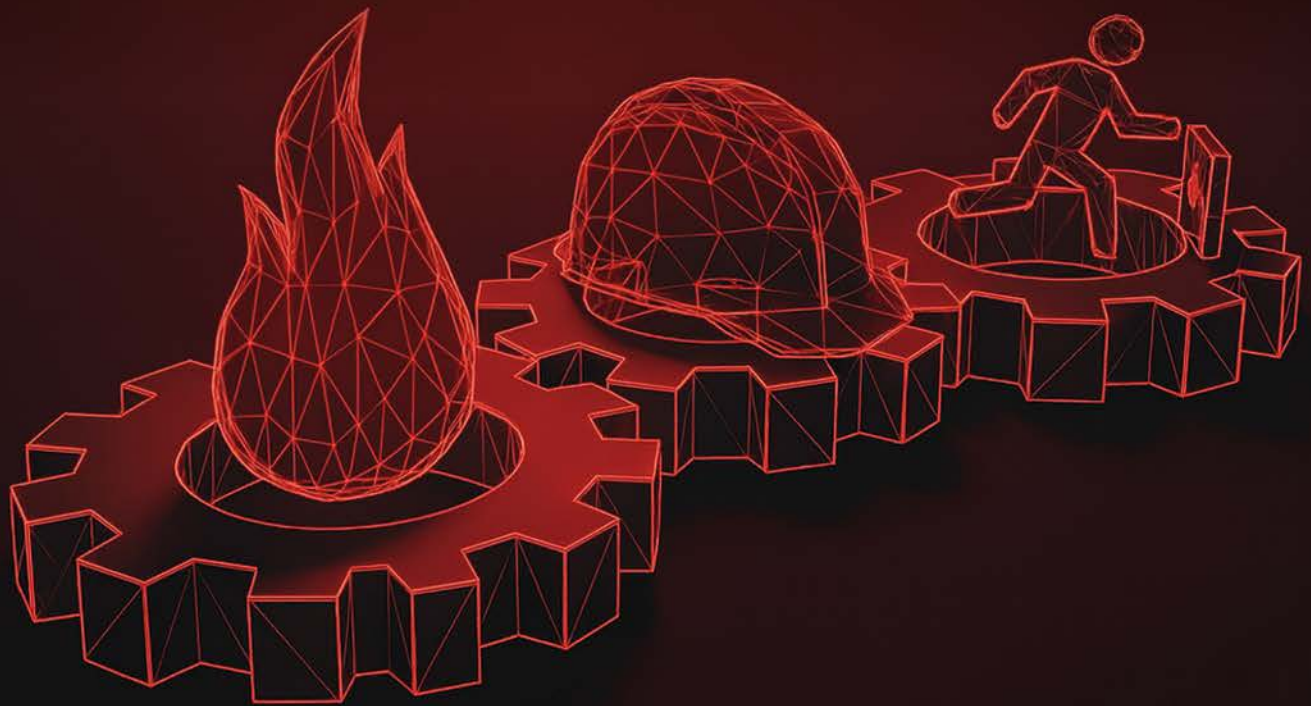
Το ευρύτερο σχέδιο μετασχηματισμού της εταιρείας προβλέπει τη σταδιακή μεταφορά πρόσθετου έργου σε συνεργαζόμενους πράκτορες, με στόχο τη διαμόρφωση ενός πιο βιώσιμου, αποδοτικού και ποιοτικού δικτύου, διασφαλίζοντας την παρουσία των ΕΛΤΑ σε ολόκληρη τη χώρα. Η πρωτοβουλία ενισχύει τη βιωσιμότητα, την αποδοτικότητα και τη μακροπρόθεσμη συνεργασία πρακτόρων, πελατών και δικτύου πανελλαδικά με σταθερή ποιότητα υπηρεσιών.

Ξεκινά η συνεργασία Skrutz με Επιμελητήριο Κεφαλονιάς & Ιθάκης

Το **Skrutz** εγκαινιάζει συνεργασία με το **Επιμελητήριο Κεφαλονιάς και Ιθάκης**, ενισχύοντας την παρουσία τοπικών επιχειρήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Η πρωτοβουλία στοχεύει στη μεταφορά τεχνογνωσίας και στη σύνδεση των προϊόντων των δύο νησιών με καταναλωτές σε όλη την Ελλάδα και την Ευρώπη, ανοίγοντας νέους δρόμους ανάπτυξης.

2^ο Συνέδριο
Fire 
& **Safety**
F O R U M

ΠΥΡΑΝΙΧΝΕΥΣΗ | ΠΥΡΟΣΒΕΣΗ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ



From Fire Safety to Total Protection

27 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
← DIVANI CARAVEL HOTEL →



Ηράκλειο: Συγκρατημένη αισιοδοξία στις χειμερινές εκπτώσεις

«Αγκάθι» το εξωτερικό ηλεκτρονικό εμπόριο

Η αγορά εμφανίζεται ελαφρώς βελτιωμένη παρά την κόπωση των νοικοκυριών, με εκπτώσεις 20%-30% σε ένδυση και υπόδηση. Ο πρόεδρος του ΕΣΗ **Μενέλαος Σκουλούδης** επισημαίνει πρόβλημα ρευστότητας και αθέμιτο ανταγωνισμό από ξένες πλατφόρμες, ζητώντας στήριξη των τοπικών καταστημάτων και ενημερωμένους καταναλωτές κατά τη φετινή εκπτώτικη περίοδο στο Ηράκλειο με προσεκτικές αγορές και αυξημένο κόστος λειτουργίας.

Το e-commerce φρενάρει και πιέζει την αγορά

Ανάσχεση της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται φέτος, σύμφωνα με τον **Μάκη Σαββίδη**, αντιπρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών και του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA). Όπως τονίζει, «οι ασιατικές πλατφόρμες απέσπασαν περίπου το 15% του μεριδίου αγοράς, οδηγώντας για πρώτη φορά μετά από 15 χρόνια σε επιβράδυνση του κλάδου». Οι χειμερινές εκπτώσεις ξεκινούν με χαμηλή αγοραστική δύναμη και αυξημένη πίεση στις επιχειρήσεις.

Καμπάνια «Σοφές Εκπτώσεις» από τα Public

Με έμφαση στην ευελιξία πληρωμών



Τα **Public** υποδέχονται τη νέα χρονιά με την καμπάνια «**Σοφές Εκπτώσεις**». Όπως

αναφέρεται, η «σοφή» αγορά ολοκληρώνεται όταν ο πελάτης έχει πλήρη έλεγχο του τρόπου πληρωμής και παραλαβής. Οι πελάτες μπορούν να επωφεληθούν από άτοκες δόσεις χωρίς κάρτα ή να επιλέξουν το πρόγραμμα Public Now Pay Later μέσω Klarna με έως 3 άτοκες δόσεις χωρίς πιστωτική κάρτα. Ταυτόχρονα, η υπηρεσία Locker Pickup 24/7 επιτρέπει την παραλαβή παραγγελιών σε περισσότερα από 2.400 σημεία Box Now σε όλη την Ελλάδα.

NielsenIQ: Στα 16,2 δισ. ευρώ το ελληνικό οργανωμένο λιανεμπόριο το 2025

Με βάση τα πιο πρόσφατα στοιχεία της **NielsenIQ** για το 2025, ο τζίρος του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων παρουσίασε θετική ανάπτυξη 7,1%, φτάνοντας συνολικά τα 16,2 δισ. ευρώ.

Ο κύριος μοχλός αυτής της αύξησης ήταν η ενισχυμένη ζήτηση, ενώ η μεγαλύτερη ποσοστιαία άνοδο κατέγραψαν τα φρέσκα και χύμα προϊόντα, όπως κρέας, ψάρια, φρούτα και λαχανικά, με +10,1% σε αξία. Ακολουθούν οι κατηγορίες Bazaar, που περιλαμβάνουν μη τρόφιμα όπως ρούχα, παιχνίδια και ηλεκτρικές συσκευές, με αύξηση 9,6%. Καθοριστική συνεισφορά στην ανάπτυξη είχαν και τα ταχυκίνητα καταναλωτικά προϊόντα (FMCGs), τα οποία αντιπροσωπεύουν το 75% των πωλήσεων του οργανωμένου λιανεμπορίου και αυξήθηκαν κατά 5,9%.

Η ανάλυση της θετικής αυτής τάσης δείχνει ότι η αύξηση προέρχεται κυρίως από τη ζήτηση (+4,2%), ενώ η μέση τιμή καλαθιού αυξήθηκε με πιο μετριοπαθή ρυθμό, κατά 1,7%.

Εξετάζοντας τα στοιχεία, διαπιστώνεται ότι ανάπτυξη της μέσης τιμής καταγράφηκε μόνο στις υπερ-κατηγορίες τυποποιημένων τροφίμων και ποτών (+2,6%).

Οι κατηγορίες με τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης στον τζίρο ήταν το Snacking (+10,9%) και τα Γαλακτοκομικά (+9,5%), ενώ ακολούθησαν τα Προϊόντα Φροντίδας Κατοικίδιων (+8,7%) και τα Μη Αλκοολούχα (+8,0%) (+ κακάο και καφές). Σε επίπεδο τυπολογιών καταστημάτων, όλοι οι τύποι εμφάνισαν θετική πορεία. Τα Hypermarkets κατέγραψαν αύξηση 8,8%, ενώ τα μικρά Super Markets (401-1000 τ.μ.) και οι Superettes (100-400 τ.μ.) παρουσίασαν ακόμη πιο έντονη θετική τάση, με 8,9% και 9,0% αντίστοιχα.

Η ενίσχυση αυτή συνδέεται άμεσα με την αναδιάρθρωση του δικτύου των αλυσίδων και τη στροφή τους προς τα καταστήματα ευκολίας ή γειτονιάς, τα οποία προσφέρουν ταχύτερη πρόσβαση και πιο στοχευμένες επιλογές για τον καταναλωτή. Το τελευταίο φαίνεται να επηρεάζει και την απόδοση των καταστημάτων του παραδοσιακού λιανεμπορίου (περίπτερα και ψιλικά), καθώς τα πιο στοιχεία της NielsenIQ δείχνουν ότι το κανάλι έκλεισε το 2025 με αρνητική τάση, στο -2,8%.

women

in digital



The Human Touch

in the age of AI

5 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
DIVANI CARAVEL HOTEL

WWW.WOMENINDIGITAL.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



WomenInDigitalgr



WomenInDigital



womenindigital.gr



Έκθεση Vodafone: Η ασφαλής συνδεσιμότητα αποτελεί βασικό πυλώνα άμυνας για την Ευρώπη



Η ασφαλής συνδεσιμότητα αναδεικνύεται σε στρατηγικό πυλώνα άμυνας για την Ευρώπη, τονίζει νέα έκθεση της **Vodafone**.

Τα δίκτυα στηρίζουν

κρίσιμες υποδομές, οικονομία και στρατιωτική διοίκηση, ενώ η υπονόμευσή τους απειλεί σταθερότητα και ετοιμότητα. Η έκθεση καλεί σε επενδύσεις, καινοτομία και συντονισμένες πολιτικές, αναγνώριση της συνδεσιμότητας ως περιουσιακού στοιχείου ασφάλειας, συνεργασία κυβερνήσεων και συμμάχων, κάλυψη επενδυτικών κενών και ενίσχυση ψηφιακής ανθεκτικότητας πολιτών και προστασία κρίσιμων δικτύων, υποθαλάσσιων καλωδίων, δορυφορικών συστημάτων, ενιαίου συντονισμού σε κρίσεις κ.ά.

Το Amazon Now ξεκινά στο Λονδίνο, επίκειται ευρωπαϊκή επέκταση

Η Amazon λανσάρει το **Amazon Now** στο Λονδίνο, εισάγοντας γρήγορο εμπόριο με παράδοση 30 λεπτών. Από το νέο κέντρο QLD1 στο **Southwark**, χιλιάδες βασικά είδη φτάνουν άμεσα. Η πρωτοβουλία σηματοδοτεί νέο μοντέλο last-mile και προετοιμάζει ευρωπαϊκή επέκταση. Η υπηρεσία είναι πλήρως ενσωματωμένη στην πλατφόρμα Amazon, καλύπτοντας αυξανόμενη ζήτηση για ταχύτητα με ανταγωνιστικό κόστος παράδοσης.

Walmart: Πιο εύκολες αγορές με το Google Gemini

Η **Walmart** συνεργάζεται με τη Google για να αναβαθμίσει το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω του AI βοηθού Gemini. Οι καταναλωτές θα μπορούν να αναζητούν, να συγκρίνουν και να αγοράζουν προϊόντα γρηγορότερα και πιο έξυπνα, σηματοδοτώντας μια νέα εποχή agent-led commerce στο ψηφιακό λιανεμπόριο, με έμφαση στην ταχύτητα, την προσωποποίηση και τη συνολική εμπειρία χρήστη παγκοσμίως στο online shopping.



Google: Νέα εργαλεία για το λιανεμπόριο στην εποχή του agentic shopping

- Η Google εισάγει το **Universal Commerce Protocol (UCP)**, ένα ανοιχτό πρότυπο που ενοποιεί όλη την αγοραστική διαδρομή και επιταχύνει το *agentic commerce*.
- Παρουσιάζεται το **Business Agent**, εικονικός βοηθός πωλήσεων που επιτρέπει άμεση συνομιλία καταναλωτών με brands μέσα από την Αναζήτηση.
- Νέες διαφημιστικές μορφές στο AI Mode και το **Direct Offers** φέρνουν πιο άμεσες, προσωποποιημένες αγορές, καταργώντας το παραδοσιακό marketing funnel.

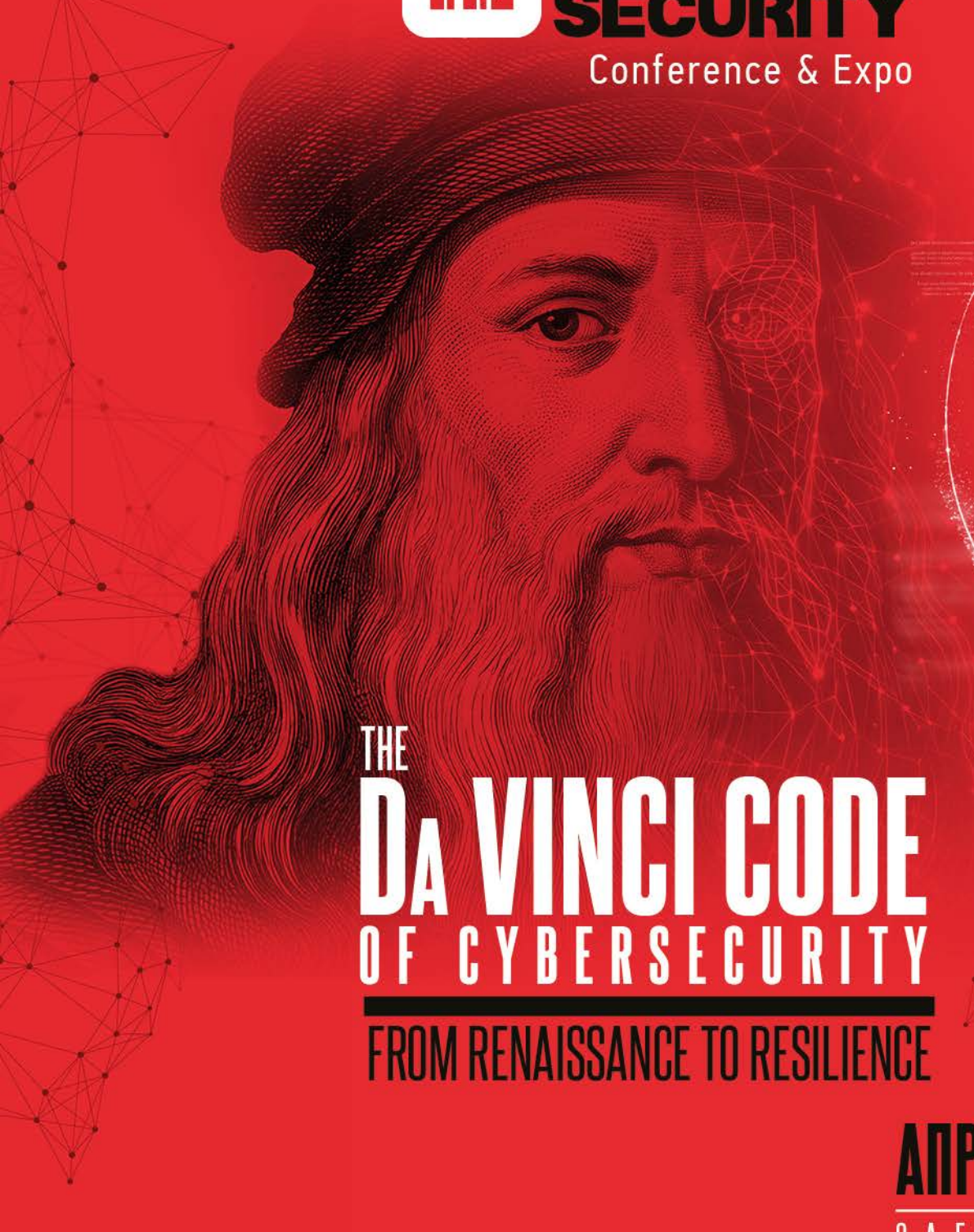
Στις 11 Ιανουαρίου, η **Google** παρουσίασε ένα νέο πλέγμα εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης που φιλοδοξεί να μετασηματίσει ριζικά το ηλεκτρονικό εμπόριο. Όπως εξήγησε η **Vidhya Srinivasan**, Αντιπρόεδρος και Γενική Διευθύντρια Διαφημίσεων και Εμπορίου, στόχος είναι η ουσιαστικότερη σύνδεση των λιανεμπόρων με αγοραστές υψηλής πρόθεσης, μειώνοντας τα εμπόδια από την αναζήτηση έως την ολοκλήρωση της αγοράς.

Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής αποτελεί το **Universal Commerce Protocol (UCP)**, ένα ανοιχτό πρότυπο για το λεγόμενο *agentic commerce*. Το UCP καλύπτει ολόκληρη την αγοραστική διαδρομή, από την ανακάλυψη προϊόντων και τη σύγκριση τιμών έως την πληρωμή και την υποστήριξη μετά την πώληση, δημιουργώντας κοινή «γλώσσα» μεταξύ AI agents, επιχειρήσεων και παρόχων πληρωμών. Το πρότυπο αναπτύχθηκε με τη συνεργασία εταιρειών όπως οι Shopify, Etsy, Wayfair, Target και Walmart, με τη στήριξη δεκάδων ακόμη παικτών του οικοσυστήματος.

Παράλληλα, η Google παρουσίασε το **Business Agent**, έναν εικονικό βοηθό πωλήσεων που επιτρέπει στους καταναλωτές να συνομιλούν απευθείας με τα brands μέσα από την Αναζήτηση, λαμβάνοντας απαντήσεις με τη «φωνή» της κάθε μάρκας. Το εργαλείο είναι ήδη διαθέσιμο σε επιλεγμένους λιανεμπόρους.

Την ίδια στιγμή, η εταιρεία δοκιμάζει νέες μορφές διαφήμισης στο AI Mode, όπως το πρόγραμμα **Direct Offers** του Google Ads, προσφέροντας αποκλειστικές εκπτώσεις σε χρήστες έτοιμους να αγοράσουν. Η μετάβαση στο *agentic shopping* καταργεί τα παραδοσιακά στάδια του marketing funnel και φέρνει το εμπόριο πιο άμεσο, προσωποποιημένο και αποτελεσματικό για επιχειρήσεις και καταναλωτές.

16^ο
Infocom
SECURITY
Conference & Expo



THE
DA VINCI CODE
OF CYBERSECURITY
FROM RENAISSANCE TO RESILIENCE

29 & 30

ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2026

ΩΔΕΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



SECURITYPRO
CYBERSECURITY & BUSINESS IT IN-DEPTH ANALYSIS

f InfoCom.gr

SmartPress SA.

@SmartEventsGR

f SmartPress

InfoCom.gr

@InfoComNews

f SmartEvents

InfoComWorld

WWW.INFOCOMSECURITY.GR





Thes Phaiis Meksi
e-COMMERCE AND
MARKETING EXPERT



GEO: Η Εξέλιξη του SEO στην Εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης

Τί είναι το GEO (Generative Engine Optimization);

Το GEO αφορά τη βελτιστοποίηση περιεχομένου ώστε να κατανοείται και να επιλέγεται από AI συστήματα για τη δημιουργία απαντήσεων.

Ενώ το SEO στοχεύει στη κατάταξη σε αποτελέσματα αναζήτησης, το GEO στοχεύει στη συμμετοχή στο ίδιο το παραγόμενο περιεχόμενο που εμφανίζεται ως απάντηση στον χρήστη.

Με απλά λόγια:

- ➔ SEO = να εμφανιστείς στη λίστα αποτελεσμάτων
- GEO = να γίνεις η ίδια η απάντηση

Το GEO δεν έρχεται να ακυρώσει τις αρχές του SEO, αλλά να τις εξελίξει. Οι AI μηχανές δεν βασίζονται απλώς σε λέξεις-κλειδιά, αλλά σε:

- νοηματική κατανόηση
- αξιοπιστία
- αυθεντία περιεχομένου

Το GEO χτίζει πάνω στις αρχές του SEO, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα, το context και την εξειδίκευση.

Τα βασικά οφέλη

- Μεγαλύτερη ορατότητα σε AI περιβάλλοντα, ακόμα και χωρίς clicks
- Ενίσχυση αξιοπιστίας και brand authority
- Πρώιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Καλύτερη προσαρμογή στη φυσική γλώσσα των χρηστών

Η ιστορία του digital marketing μας έχει διδάξει πως όσοι υιοθέτησαν πρώτοι το SEO, κυριάρχησαν για χρόνια.

Σήμερα, βρισκόμαστε σε αντίστοιχο σημείο καμπής. Οι AI μηχανές δεν θα αντικαταστήσουν τις αναζητήσεις, αλλά θα τις μετασχηματίσουν. Όσες επιχειρήσεις συνεχίσουν να σκέφτονται αποκλειστικά με όρους παραδοσιακού SEO, κινδυνεύουν να γίνουν αόρατες στα νέα περιβάλλοντα αναζήτησης σε αντίθεση με όσες επιχειρήσεις επενδύσουν έγκαιρα σε ποιοτικό, αυθεντικό και δομημένο περιεχόμενο.

Για περισσότερα από 20 χρόνια, το SEO (Search Engine Optimization) αποτελούσε τη βασική στρατηγική για την προβολή περιεχομένου στις μηχανές αναζήτησης.

Όστόσο, η ραγδαία εξέλιξη της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) και η εμφάνιση γενετικών μηχανών απαντήσεων (Generative AI, AI Assistants, AI Search) αλλάζουν ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αναζητούν πληροφορίες.

Σε αυτό το νέο περιβάλλον, γεννιέται το GEO (Generative Engine Optimization) - όχι ως αντικατάσταση του SEO, αλλά ως φυσική του επέκταση.

Το GEO δεν είναι trend - είναι μετάβαση. Όπως το SEO αποτέλεσε τον πυλώνα της ψηφιακής παρουσίας την προηγούμενη δεκαετία, έτσι και το GEO θα αποτελέσει τον πυλώνα της AI εποχής. Οι χρήστες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο την Τεχνητή Νοημοσύνη για απαντήσεις, καθιστώντας την ορατότητα της Τεχνητής Νοημοσύνης απαραίτητη για την επιτυχία του σύγχρονου μάρκετινγκ.

16^ο Συνέδριο



AI Connected World

CONNECT, PROTECT, INNOVATE:
GREECE AS A DIGITAL GATEWAY

27
ΜΑΪΟΥ
2026
DIVANI
CARAVEL
HOTEL

WWW.CBWORLD.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

 InfoCom.gr

 SmartPress S.A.

 SmartEvents

 SmartPress

 InfoCom.gr

 InfoCom.gr

 SmartEvents

 InfoComWorld





Πώς το ηλεκτρονικό εμπόριο μετασχηματίζεται το 2026: Από τα eshops στις ολοκληρωμένες ψηφιακές εμπειρίες

Το ηλεκτρονικό εμπόριο το 2026 αλλάζει ριζικά χαρακτήρα και απομακρύνεται από τη λογική του απλού ψηφιακού καταστήματος. Οι εξελίξεις στην τεχνητή νοημοσύνη, η ωρίμανση των καταναλωτών και η σύγκλιση των καναλιών επικοινωνίας μετατρέπουν το ecommerce σε ένα σύνθετο, τεχνολογικά εξελιγμένο οικοσύστημα. Τα eshops καλούνται πλέον να λειτουργούν στρατηγικά, με έμφαση στην εμπειρία, στα **δεδομένα** και στη συνέπεια της παρουσίας τους.

- Η **διαφήμιση** γίνεται ολοένα και πιο αυτοματοποιημένη, με τις πλατφόρμες να βασίζονται σε αλγορίθμους που βελτιστοποιούν την απόδοση σε πραγματικό χρόνο. Έτσι, η επιτυχία δεν εξαρτάται μόνο από τεχνικές ρυθμίσεις, αλλά από το συνολικό πλάνο, τη δημιουργικότητα και τη συνοχή μεταξύ διαφήμισης και eshop. Παράλληλα, τα καταστήματα εξελίσσονται σε διαδραστικά περιβάλλοντα, προσφέροντας βίντεο, αξιολογήσεις, επαυξημένη πραγματικότητα και περιεχόμενο που απαντά σε πραγματικές ανάγκες.
- Το **omnichannel** παύει να είναι επιλογή. Ο χρήστης μετακινείται συνεχώς μεταξύ social media, μηχανών αναζήτησης και direct επικοινωνίας, απαιτώντας ενιαία εμπειρία. Ταυτόχρονα, η ταχύτητα φόρτωσης και η mobile απόδοση επηρεάζουν άμεσα τόσο τις πωλήσεις όσο και το διαφημιστικό κόστος.
- **Email και SMS** αποκτούν κεντρικό ρόλο, αξιοποιώντας first-party δεδομένα για εξατομικευμένη επικοινωνία και επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Η δημιουργικότητα, τέλος, γίνεται ο βασικός μοχλός απόδοσης, ενώ η προσωποποίηση μετατρέπει κάθε επίσκεψη σε μοναδική εμπειρία.

Η HappyOnline υλοποίησε τη νέα ιστοσελίδα της Uni.Fund

Η HappyOnline ολοκλήρωσε σχεδιασμό και υλοποίηση της νέας ιστοσελίδας Uni.Fund (<https://uni.fund>), ενός venture capital fund που υποστηρίζει καινοτόμες startups από πανεπιστήμια, R&D και τον tech χώρο. Το project έχει σύγχρονη, minimal αισθητική και έμφαση στην εμπειρία χρήστη (UX/UI).

Η νέα ιστοσελίδα είναι πλήρως responsive, προσφέρει γρήγορη και ξεκάθαρη πλοήγηση και αναδεικνύει το brand και το όραμα “Make it Happen”.

Η Topshop λανσάρει ευρωπαϊκό online κατάστημα

Η **Topshop** λανσάρει ευρωπαϊκό ηλεκτρονικό κατάστημα σε 23 αγορές, σηματοδοτώντας την ψηφιακή επιστροφή της. Μετά την εξαγορά από την **Asos**, προσφέρει πλήρη γκάμα προϊόντων και ενισχύει το cross-border εμπόριο, ενώ ετοιμάζει φυσική παρουσία μέσω John Lewis σε επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες, με στόχο την ανάπτυξη πωλήσεων και ανταγωνιστικότητας στο διαδίκτυο σήμερα.



skroutz ● **πλαισιο**

eSHOPgr

ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ

Public

Συνεργασία Rakuten Viber - DoubleVerify για βελτιστοποίηση και απόδοση στις καμπάνιες

Η **Rakuten Viber** ανακοίνωσε συνεργασία με τη **DoubleVerify**, ενισχύοντας τη διαφάνεια και την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών καμπανιών. Οι διαφημιζόμενοι αποκτούν πρόσβαση σε εργαλεία μέτρησης viewability, brand suitability και φιλτραρίσματος μη έγκυρης επισκεψιμότητας. Η συνεργασία διασφαλίζει ασφαλές περιβάλλον προβολής, καλύτερη αξιοποίηση budget και ουσιαστικά αποτελέσματα, απαντώντας στις αυξανόμενες ανησυχίες για απάτη και ποιότητα media.

OpenAI: Επίσημη έναρξη προβολής διαφημίσεων στο ChatGPT

Η OpenAI ξεκίνησε δοκιμαστικά την προβολή διαφημίσεων στο ChatGPT, εισάγοντας χορηγούμενους συνδέσμους μέσα στις απαντήσεις. Η αλλαγή σηματοδοτεί στροφή στο επιχειρηματικό της μοντέλο, με στόχο νέα έσοδα μετά την ανάπτυξη του ChatGPT Search. Η κίνηση εντείνει τον ανταγωνισμό με την Google, ενώ η πρόκληση παραμένει η διατήρηση εμπιστοσύνης και αντικειμενικότητας για τους χρήστες παγκοσμίως κατά τη μεταβατική αυτή περίοδο δοκιμών και στρατηγικών αποφάσεων της εταιρείας.

Στον «αέρα» AI καμπάνια της GSK από τη Ristar

Με τίτλο «Who Nose»



Η **Ristar** δημιούργησε τη νέα digital καμπάνια ενημέρωσης της GSK με τίτλο: «**Who Nose**», για τη Χρόνια Ρινοκολπίτιδα με Ρινικούς Πολύποδες, σχεδιασμένη για να βοηθήσει τους ασθενείς να αναγνωρίσουν τα συμπτώματα και να αναζητήσουν έγκαιρα λύση. Επέλεξε το λογοπαίγνιο «Who Nose», ανάμεσα στο who knows και το nose, που μετατρέπει ένα ιατρικό θέμα σε μια ιδέα που το κοινό θυμάται. Η Ristar ανέλαβε τη δημιουργία, από το research & concept development, τον σχεδιασμό της στρατηγικής και των δημιουργικών, ως την υλοποίηση.



Η Google μετατρέπει την Τεχνητή Νοημοσύνη σε προσωπική εμπειρία

Στις 14 Ιανουαρίου, η **Google** παρουσίασε το **Personal Intelligence**, μια πειραματική λειτουργία τεχνητής νοημοσύνης που στοχεύει να μετατρέψει το AI από γενικό εργαλείο σε πραγματικά προσωπικό βοηθό. Η υπηρεσία είναι προαιρετική, ενεργοποιείται με επιλογή του χρήστη και βασίζεται στην κατανόηση του προσωπικού πλαισίου, ώστε οι απαντήσεις να γίνονται πιο σχετικές, χρήσιμες και προνοητικές.

Αρχικά, το Personal Intelligence ενσωματώνεται στην εφαρμογή Gemini και διατίθεται πρώτα στις ΗΠΑ. Η λειτουργία συνδέει δεδομένα από το Gmail, τις Φωτογραφίες, την Αναζήτηση και το ιστορικό YouTube, δημιουργώντας μια ενιαία εικόνα ενδιαφερόντων, συνηθειών και αναγκών. Με τη συγκατάθεση του χρήστη, το σύστημα μπορεί να προτείνει εξατομικευμένα ταξίδια, αγορές ή λύσεις, συνδυάζοντας πληροφορίες από διαφορετικές εφαρμογές. Έτσι, οι απαντήσεις δεν βασίζονται απλώς σε ερωτήματα, αλλά σε συμφραζόμενα που το AI αντιλαμβάνεται αυτόνομα. Η νέα γενιά του Gemini αξιοποιεί σύνθετο συλλογισμό για να εντοπίζει συσχετισμούς, να προβλέπει ανάγκες και να προσφέρει ιδέες πριν καν ζητηθούν.

Η διάθεση ξεκινά για συνδρομητές Google AI Pro και AI Ultra, με σταδιακή επέκταση σε περισσότερες χώρες. Η λειτουργία παραμένει απενεργοποιημένη από προεπιλογή, δίνοντας πλήρη έλεγχο στο απόρρητο. Ο χρήστης μπορεί να επιλέγει ποιες εφαρμογές συνδέονται, να απενεργοποιεί την εξατομίκευση όποτε θέλει και να διαγράφει το ιστορικό συνομιλιών. Με το Personal Intelligence, η Google κάνει το πρώτο ουσιαστικό βήμα προς ένα AI σχεδιασμένο για τον άνθρωπο, μετατρέποντας την τεχνολογία σε πραγματικό καθημερινό σύμμαχο. Αυτή η προσέγγιση σηματοδοτεί μετάβαση από γενικές απαντήσεις σε ουσιαστική κατανόηση, ενισχύοντας την παραγωγικότητα, τη λήψη αποφάσεων και την καθημερινή εμπειρία, με στόχο ένα πιο ανθρώπινο, αξιόπιστο και υπεύθυνο ψηφιακό μέλλον για όλους τους χρήστες. Η εξέλιξη αυτή ανοίγει νέους δρόμους αλληλεπίδρασης ανθρώπου και τεχνητής νοημοσύνης παγκοσμίως τα επόμενα χρόνια μπροστά.



Το IAB Tech Lab παρουσιάζει οδηγό για επεκτασιμότητα του agentics με TN

Επεκτείνει τα υφιστάμενα πρότυπα

Το **IAB Tech Lab** παρουσίασε οδηγό για το agentics, ο οποίος βασίζεται στα υφιστάμενα πρότυπα και έχει στόχο να παράσχει ασφαλή, διαλειτουργική προσέγγιση στην ψηφιακή διαφήμιση. Το σκεπτικό είναι να υποστηρίξει όλες τις εταιρείες του διαφημιστικού κλάδου που συμμετέχουν και να επεκτείνει τα υφιστάμενα πρότυπα με νέα πρωτόκολλα και τεχνολογίες, χωρίς να θυσιάζει ελέγχους ή διαφάνεια. «Τα ανοιχτά, διαλειτουργικά πρότυπα είναι που το καθιστούν αυτό εφικτό, και εστιάζουμε στην υπεύθυνη επεκτασιμότητά του», δήλωσε ο **Anthony Katsur**, CEO του **IAB Tech Lab**. Ο Katsur πιστεύει ότι είναι απαραίτητο να στηριχθεί αυτό στα υπάρχοντα θεμέλια του κλάδου, παρά να εισαχθούν πολλά νέα πρότυπα που θα μπορούσαν να προκαλέσουν κατακερματισμό. Ο οδηγός περιγράφει πώς το IAB Tech Lab θα ενσωματώσει σύγχρονα πρωτόκολλα όπως τα Model Context Protocol, Agent2Agent, και gRPC, προκειμένου να υποστηρίξει την ασφαλή εκτέλεση και τον επεκτάσιμο συντονισμό μεταξύ ανεξάρτητων συστημάτων. Αρχής γενομένης στις 12 Φεβρουαρίου, το IAB Tech Lab θα λανσάρει σειρά Agentics AI Boot Camps και εργαστηρίων, δια ζώσης.



Exam AB-100:

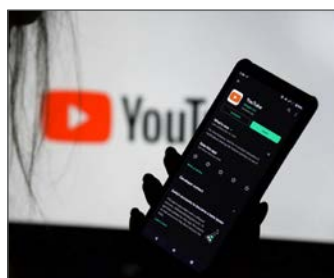
**Agentics AI Business
Solutions Architect
Certification**



Νέα καμπάνια Spigotogatos από τη Meteorites Creative Space

Η **Meteorites Creative Space** εγκαινιάζει τη συνεργασία της με τον **Spigotogatos** μέσω νέας καμπάνιας, βασισμένης στην ιδέα ότι η καλύτερη στιγμή είναι όταν ο χρήστης δεν χρειάζεται πλέον την πλατφόρμα. Το δημιουργικό επικεντρώνεται στην απενεργοποίηση ειδοποιήσεων μετά την εύρεση σπιτιού. Η καμπάνια προβάλλεται σε τηλεόραση, outdoor και digital, σε όλη την Ελλάδα κατά το πρώτο τρίμηνο.

Το YouTube επεκτείνει τον γονικό έλεγχο στην Ελλάδα και διεθνώς



Το **YouTube** ανακοίνωσε νέα εργαλεία γονικού ελέγχου, προσφέροντας περισσότερη ασφάλεια στους εφήβους. Το 81% των Ελλήνων

γονέων θεωρεί κατάλληλο το περιεχόμενο. Οι νέες λειτουργίες περιλαμβάνουν όρια στα Shorts, ευκολότερη ρύθμιση λογαριασμών και αρχές ποιότητας προτάσεων, ενισχύοντας τον έλεγχο και την εμπιστοσύνη σε Ελλάδα και διεθνώς για οικογένειες παντού.

Εκδότης

Κώστας Νόστης

Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύntαξη 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: Φάνης Ζέρβας, Νίκος Χαλκιαδάκης

Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS

Smart Kiosk

WWW.YUMPU.COM/USER/SMARTPRESS

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ONLINE ΟΛΑ ΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
της
SMARTPRESS
ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΙΟΣΚΙ

