

# E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 26 / 2 / 2026

COMING SOON

## Το Uber Eats έρχεται στην Ελλάδα μέσα στη χρονιά

Η **Uber** θα λανσάρει εντός του 2026 την υπηρεσία διανομής της **Uber Eats** στην Ελλάδα, στο πλαίσιο εξάπλωσης σε **επτά νέες ευρωπαϊκές χώρες**, με στόχο να προσθέσει περίπου \$1 δισ. σε ακαθάριστες κρατήσεις μέσα στα επόμενα τρία χρόνια.



## Καμπανάκι ευρωβουλευτή Δ.Τσιόδρα στην Κομισιόν για επικίνδυνα προϊόντα του ηλεκτρονικού εμπορίου



Ο **Δημήτρης Τσιόδρας** ζητά από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή αυστηρότερη εποπτεία για επικίνδυνα προϊόντα που διακινούνται μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Μετά από ελέγχους που έδειξαν υψηλά ποσοστά μη συμμόρφωσης, επισημαίνει κενά στους μηχανισμούς ελέγχου και άνισο ανταγωνισμό.

Προτείνει ενίσχυση συντονισμού και εξετάζει σύσταση ενιαίας ευρωπαϊκής Αρχής με κυρωτικές αρμοδιότητες.

## LAST MINUTE

- 01** Στο **Ηνωμένο Βασίλειο**, το 41% καταναλωτών παραλαμβάνουν δέματα σε lockers, λόγω αυξανόμενης δυσaráσκειας από καθυστερήσεις και αποτυχημένες παραδόσεις κατ' οίκον.
- 02** Στο **TikTok Shop**, προϊόντα άνω των 100 λιρών παρήγαγαν το 41% των εσόδων τον Ιανουάριο, αποδεικνύοντας την ωρίμανση social commerce.
- 03** Η αγορά **smart lockers** εκτοξεύτηκε από 850 σημεία το 2022 σε 5.500 το 2026, με διείσδυση 30%-40% στις παραδόσεις.
- 04** Η ισραηλινή **startup Fatify** αναπτύσσει AI «έξυπνο έγγραφο» που φιλοδοξεί να αντικαταστήσει PDF, αυτοματοποιώντας διοικητικές διαδικασίες πενταετίας.
- 05** Το **eBay** αγοράζει την κυκλική αγορά μόδας **Depop**. Η εφαρμογή μεταπώλησης ανήκει επί του παρόντος στην Etsy. Το eBay πληρώνει περίπου 1.2 δισεκατομμύρια δολάρια για την πλατφόρμα.



**Κέρδισε έως και 70%**  
στις αγορές σου, με 100% εγγύηση ποιότητας!  
Υψηλή Ποιότητα | Υποστήριξη B2B | Next Day Παράδοση

Εξόπλισε την επιχείρησή σου  
άμεσα και οικονομικά. Ανακάλυψε μία πλήρη γκάμα  
μελανιών & τόνερ, εκτυπωτών και γραφικής ύλης.



211 19 98 568



info@123ink.gr



123ink.gr

Ακολούθησε μας:





## Η AI στο επίκεντρο της συμφωνίας Unilever - Google

Η **Unilever** υπέγραψε πενταετή συμφωνία με την **Google**, μεταφέροντας πλατφόρμες δεδομένων στο **Google Cloud**. Στόχος είναι η αξιοποίηση της AI και του agentic commerce για ταχύτερη δημιουργία ζήτησης, μετατροπή δεδομένων σε insights και άμεση ανταπόκριση στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συμπεριφορές.

## ΕΣΕΕ: Πλέγμα ρυθμίσεων για τις στρεβλώσεις που πλήττουν το εμπόριο

Η **Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας** έθεσε στον γ.γ. Εμπορίου Ναπολέοντα Μαραβέγια ζητήματα υψηλού κόστους, ψηφιακής γραφειοκρατίας και αθέμιτου ανταγωνισμού από διεθνείς πλατφόρμες ecommerce. Ο πρόεδρος **Σταύρος Καφούνης** ζήτησε ίσους όρους, ενίσχυση ΜμΕ μέσω ΕΣΠΑ και παρεμβάσεις για βιώσιμη αναπτυξιακή προοπτική του κλάδου.



## ΗΠΑ, Κίνα και Ρωσία κυριαρχούν στο ευρωπαϊκό ecommerce Top 10

Η **Amazon** διατηρεί με διαφορά την πρώτη θέση στο ευρωπαϊκό ηλεκτρονικό εμπόριο, σύμφωνα με τη νέα κατάταξη του **ECDB** που δημοσιεύθηκε στο **Global E-commerce Compass 2026**. Η δεκάδα των ισχυρότερων παικτών, με βάση το **Gross Merchandise Value (GMV)** του 2025, αποκαλύπτει την έντονη παρουσία εταιρειών από τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Κίνα και τη Ρωσία, επιβεβαιώνοντας τον διεθνή χαρακτήρα της ευρωπαϊκής αγοράς.

Το GMV της Amazon στην Ευρώπη άγγιξε τα **232 δισεκατομμύρια δολάρια**, επίδοση που σχεδόν ισοδυναμεί με το άθροισμα των εννέα επόμενων εταιρειών της λίστας, οι οποίες συγκεντρώνουν συνολικά 244 δισεκατομμύρια δολάρια. Στην κατάταξη περιλαμβάνονται επίσης οι αμερικανικές **eBay** και **Apple**, ενισχύοντας το αποτύπωμα των ΗΠΑ στο ευρωπαϊκό ecommerce.

Ισχυρή είναι και η παρουσία ρωσικών πλατφορμών, με τις **Ozon** και **Wildberries** να καταλαμβάνουν τη δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα, παρά το γεγονός ότι παραμένουν λιγότερο γνωστές σε ορισμένες ευρωπαϊκές αγορές. Παράλληλα, οι κινεζικές **AliExpress**, **Temu** και **Shein** βρίσκονται επίσης στην πρώτη δεκάδα, αν και οι ρυθμοί ανάπτυξής τους εμφανίζουν επιβράδυνση.

Τη λίστα συμπληρώνουν οι ευρωπαϊκές **Allegro** και **Zalando**, που έχουν επενδύσει σε μοντέλα marketplace και διασυνοριακές υπηρεσίες. Παρότι η Ευρώπη δεν κυριαρχεί σε απόλυτους αριθμούς, φιλοξενεί 95 από τις 250 μεγαλύτερες ecommerce εταιρείες παγκοσμίως.





# 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







\*ισχύουν όροι και προϋποθέσεις

## efood - Revolut

# Συνεργασία για ταχύτερες και απλούστερες ψηφιακές πληρωμές μέσω Revolut Pay

**Η** efood και η Revolut προχωρούν σε στρατηγική συνεργασία, ενσωματώνοντας το Revolut Pay στις διαθέσιμες επιλογές πληρωμής της πλατφόρμας διανομής φαγητού. Η κίνηση εντάσσεται στη γενικότερη τάση ενίσχυσης των ψηφιακών πληρωμών και της απλοποίησης της εμπειρίας checkout στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η συνεργασία αφορά την ενεργοποίηση του Revolut Pay στο περιβάλλον του efood, δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες να ολοκληρώνουν τις αγορές τους με ένα μόνο κλικ, χωρίς να απαιτείται εκ νέου εισαγωγή στοιχείων κάρτας σε κάθε συναλλαγή. Σύμφωνα με τα στοιχεία που ανακοινώθηκαν, η νέα επιλογή πληρωμής θα είναι διαθέσιμη για παραγγελίες από περισσότερα από 21.000 συνεργαζόμενα καταστήματα σε όλη τη χώρα, ενισχύοντας το υφιστάμενο οικοσύστημα πληρωμών της πλατφόρμας. Η Revolut αριθμεί πάνω από 70 εκατομμύρια πελάτες παγκοσμίως και περισσότερους από 1,8 εκατομμύρια στην Ελλάδα, γεγονός που προσδίδει στη συνεργασία

ιδιαίτερη βαρύτητα ως προς τη διείσδυση των fintech λύσεων στην εγχώρια αγορά.

### Προωθητικές ενέργειες για νέους και υφιστάμενους χρήστες

Με αφορμή την έναρξη της συνεργασίας, οι δύο εταιρείες προχωρούν σε προωθητικές ενέργειες για την ελληνική αγορά. Ειδικότερα, νέοι χρήστες που θα δημιουργήσουν λογαριασμό στη Revolut και θα ολοκληρώσουν αγορά μέσω Revolut Pay μπορούν να λάβουν bonus 20 ευρώ, με ελάχιστη αγορά 5 ευρώ, σύμφωνα με τους ισχύοντες όρους και προϋποθέσεις της ενέργειας. Παράλληλα, οι υφιστάμενοι πελάτες της Revolut που θα επιλέξουν το Revolut Pay για τις πληρωμές τους στο efood θα μπορούν να λάβουν έως και 5x RevPoints για αγορές που θα πραγματοποιηθούν από τις 24 Φεβρουαρίου έως τις 26 Μαρτίου. Η απόδοση των πόντων εξαρτάται από το πρόγραμμα στο οποίο συμμετέχει κάθε πελάτης και προϋποθέτει ένταξη στο πρόγραμμα επιβράβευσης RevPoints.



**7 στους 10**

καταναλωτές επιλέγουν να πληρώνουν ψηφιακά



**1 στους 2**

παίρνουν κάρτες και μετρητά όταν φεύγουν από το σπίτι τους



**71%**

από τις διαδικτυακές παραγγελίες πληρώνονται με κάρτες ή ψηφιακά πορτοφόλια



**1 στους 2**

είναι ανοιχτοί σε τεχνολογικές λύσεις εφόσον απλοποιούν την εμπειρία πληρωμής



### Οι τοποθετήσεις των στελεχών

Ο Κωνσταντίνος Ακριβός, CFO της efood, σημείωσε ότι στόχος της εταιρείας είναι η συνεχής αναβάθμιση της εμπειρίας παραγγελίας, με έμφαση στην ταχύτητα και την ασφάλεια των συναλλαγών. Όπως ανέφερε, η ενσωμάτωση του Revolut Pay διευρύνει τις διαθέσιμες επιλογές πληρωμής και προσφέρει ένα πιο απλοποιημένο checkout, ενώ παράλληλα στηρίζει τους συνεργάτες της πλατφόρμας με σύγχρονες λύσεις.

Από την πλευρά της Revolut, ο Alex Codina, General Manager of Merchant Payment, χαρακτήρισε τη συνεργασία επέκταση της παρουσίας του Revolut Pay στο οικοσύστημα του food delivery στην Ελλάδα. Όπως υπογράμμισε, η σύμπραξη αποσκοπεί στη δημιουργία μιας πιο γρήγορης και απρόσκοπτης διαδικασίας πληρωμής, αλλά και στη στήριξη χιλιάδων επιχειρήσεων μέσω μιας αξιόπιστης λύσης συναλλαγών.

Η συνεργασία εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ενίσχυσης των ψηφιακών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στην ελληνική αγορά, με τις πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου να επενδύουν σε τεχνολογίες που μειώνουν τον χρόνο ολοκλήρωσης αγορών και ενισχύουν την ασφάλεια των πληρωμών.



13<sup>ο</sup> Συνέδριο  
**SECURITY**  
**PROJECT**  
2026

# Future Smart, Human Safe

27 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026  
DIVANI CARAVEL HOTEL



[www.securityproject.gr](http://www.securityproject.gr)



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ  
**security**  
manager

2006 • 2026  
**20 ΧΡΟΝΙΑ**  
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ  
**security**  
manager



## Καφούνης (ΕΣΕΕ): Με τον δασμό των 3 ευρώ το εμπόριο κέρδισε μια μάχη - Μακρύς ο δρόμος

- Η επιβολή δασμού 3 ευρώ στα μικροδέματα από τρίτες χώρες ενισχύει την άμυνα του ευρωπαϊκού εμπορίου απέναντι στον αθέμιτο ανταγωνισμό
- Το μεταβατικό εξάμηνο πριν την 1η Ιουλίου 2026 δημιουργεί κινδύνους αυξημένων εισαγωγών και πίεσης στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις

Η Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) θεωρεί ότι η απόφαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης για επιβολή δασμού **3 ευρώ** στα μικροδέματα αξίας έως **150 ευρώ** από τρίτες χώρες, από την **1η Ιουλίου 2026**, ενισχύει ουσιαστικά την άμυνα του ευρωπαϊκού εμπορίου απέναντι στον αθέμιτο ανταγωνισμό ασιατικών e-commerce πλατφορμών. Όπως επισημαίνει, «πρόκειται για αναβάθμιση του πλαισίου εφαρμογής, αποτέλεσμα συντονισμένων παρεμβάσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, μετά και τη σχετική κατεύθυνση που δόθηκε από το ECOFIN».

Στην πράξη, η επιβάρυνση δεν περιορίζεται κατ' ανάγκη στα 3 ευρώ, καθώς το τελικό ποσό θα διαφοροποιείται ανάλογα με τις κατηγορίες προϊόντων που περιλαμβάνει κάθε αποστολή. Έτσι, το μέτρο αποκτά πιο αποτρεπτικό χαρακτήρα, ειδικά για μαζικές εισαγωγές χαμηλής αξίας.

Ωστόσο, η Συνομοσπονδία προειδοποιεί ότι το πρώτο εξάμηνο του 2026 δεν θα ισχύει ο δασμός, δημιουργώντας ένα μεταβατικό διάστημα αυξημένων κινδύνων. Τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΕ δείχνουν ραγδαία αύξηση μικροδεμάτων, αλλά και εντεινόμενα ζητήματα ασφάλειας προϊόντων, παραπλάνησης καταναλωτών και περιβαλλοντικών επιβαρύνσεων.

Η ΕΣΕΕ έχει ήδη απευθύνει ερωτήματα προς τις αρμόδιες ευρωπαϊκές αρχές για την ενίσχυση τελωνειακών ελέγχων και για το καθεστώς που θα ισχύσει σε πλατφόρμες με αποθήκες εντός ΕΕ. Ο πρόεδρος Σταύρος Καφούνης τονίζει ότι «πρόκειται για μια σημαντική νίκη, αλλά όχι για το τέλος της μάχης, καλώντας την Ευρώπη να προχωρήσει σε συνολική στρατηγική διασφάλισης ίσων όρων ανταγωνισμού έως την πλήρη τελωνειακή ένωση το 2028».

## Η Amazon στην κορυφή των παγκόσμιων εσόδων, ξεπερνά τη Walmart

Η **Amazon** αναδείχθηκε πρώτη παγκοσμίως σε έσοδα για το 2025, αγγίζοντας τα 717 δισ. δολάρια και αφήνοντας πίσω τη Walmart με 713,2 δισ. Καθοριστική ήταν η συμβολή της Amazon Web Services, που ενίσχυσε αποφασιστικά τα οικονομικά αποτελέσματα, αποδεικνύοντας ότι η ανάπτυξη της εταιρείας δεν βασίζεται αποκλειστικά στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

## Ηλεκτρονικό εμπόριο και νησιωτικότητα στο επίκεντρο της συνάντησης Υπουργού Ανάπτυξης - Επιμελητηρίου Σάμου

Συνάντηση στο Υπουργείο Ανάπτυξης μεταξύ του προέδρου του Επιμελητήριου Σάμου **Γ. Κυριαζή** και του υπουργού **Τάκη Θεοδωρικάκου** ανέδειξε πιέσεις από κόστος μεταφορών, ενέργειας και ψηφιακού μετασχηματισμού. Έμφαση δόθηκε στον αθέμιτο ανταγωνισμό από το διεθνές ηλεκτρονικό εμπόριο, που πλήττει τις τοπικές ΜμΕ, και στην ανάγκη στοχευμένης στήριξης για βιώσιμη νησιωτική επιχειρηματικότητα.

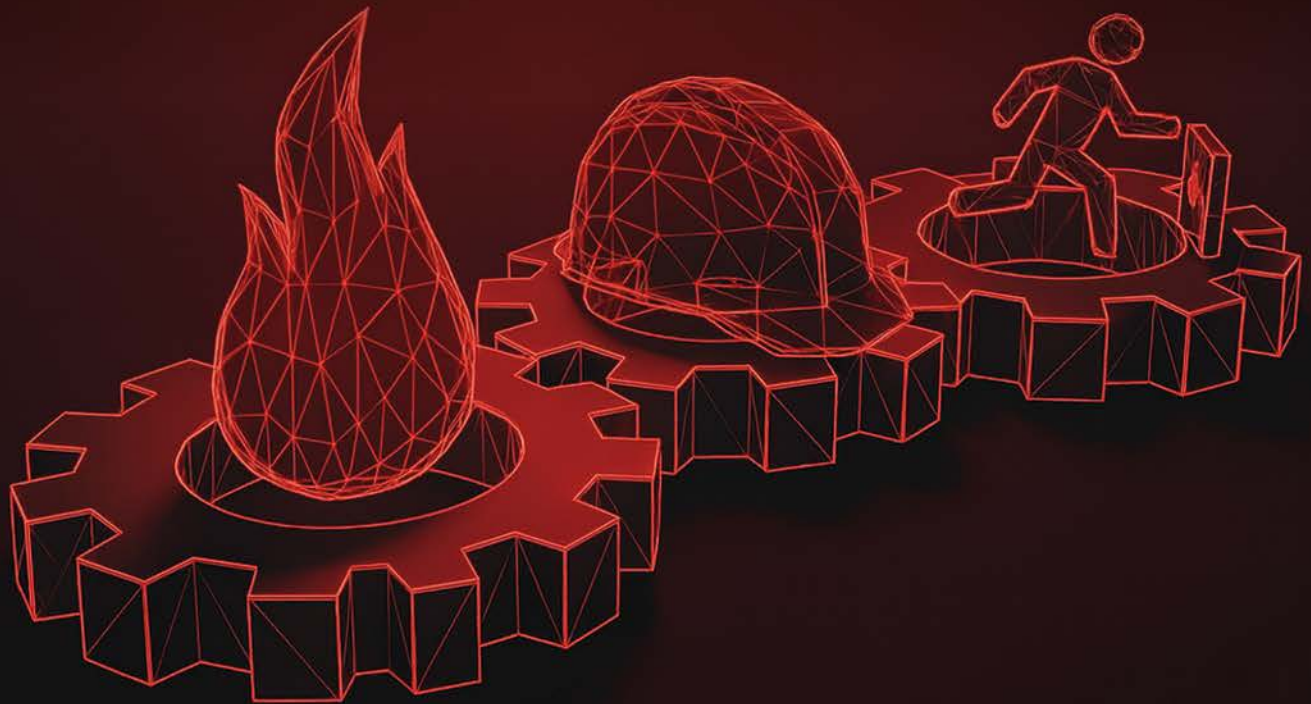
## Η Trendyol επενδύει δυναμικά στην Ελλάδα με στόχο το τοπικό marketplace

Η **Trendyol**, με αποτίμηση 16,5 δισ. δολάρια και τη στήριξη των **Alibaba Group** και **SoftBank Group**, εντείνει την παρουσία της στην ελληνική αγορά, προετοιμάζοντας το άνοιγμα της πλατφόρμας σε εγχώριες επιχειρήσεις. Με περισσότερους από 250.000 sellers, ο τουρκικός «decacorn» δεν περιορίζεται σε διασυνοριακές πωλήσεις, αλλά σχεδιάζει τη δημιουργία τοπικού marketplace, δίνοντας στους Έλληνες εμπόρους πρόσβαση και σε άλλες αγορές της περιοχής.



2<sup>ο</sup> Συνέδριο  
**Fire**   
& **Safety**  
F O R U M

ΠΥΡΑΝΙΧΝΕΥΣΗ | ΠΥΡΟΣΒΕΣΗ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ



# From Fire Safety to Total Protection

27 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026  
← DIVANI CARAVEL HOTEL →



## Lidl Ελλάς: απορροφά ΦΠΑ -13% για τη Σαρακοστή

Η Lidl Ελλάς ανακοινώνει πρωτοβουλία στήριξης των καταναλωτών ενόψει Σαρακοστής, προχωρώντας σε πλήρη απορρόφηση του ΦΠΑ (-13%) σε επιλεγμένα κατεψυγμένα λαχανικά και ρύζια. Η ενέργεια εντάσσεται στη στρατηγική ενίσχυσης της σχέσης ποιότητας-τιμής και αφορά βασικά προϊόντα του σαρακοστιανού τραπέζιου. Παράλληλα, υλοποιείται καμπάνια 360° επικοινωνίας για την προβολή της δράσης. Η εταιρεία έχει διακριθεί με το **Best Buy Award 2025/2026**, βάσει έρευνας του διεθνούς οργανισμού **Icertias**, για την αξία που προσφέρει στους καταναλωτές.

## Gizelis Robotics - E80 Group: Το ολιστικό «master plan» του σύγχρονου εργοστασίου

Η **Gizelis Robotics** και η **E80 Group** υλοποιούν ολιστικό μοντέλο «ένα εργοστάσιο - ένα master plan». End-of-line automation και intralogistics ενοποιούνται σε κοινή πλατφόρμα λογισμικού, με LGVs, real-time δεδομένα και πλήρη ιχνηλασιμότητα, ενισχύοντας την αποδοτικότητα, την αυτονομία και τη στρατηγική βελτιστοποίηση παραγωγής.



## Skrutz: Ανασκόπηση της αγοραστικής συμπεριφοράς και ανάπτυξης των επιχειρήσεων στην Κύπρο για το 2025

**83% αύξηση στις παραγγελίες παρατηρήθηκε για το 2025**

Σημαντική αυξητική τάση σημείωσαν οι ηλεκτρονικές αγορές των καταναλωτών στην **Κύπρο** το 2025, σύμφωνα με το **Skrutz**, το δημοφιλέστερο marketplace στην Ελλάδα. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην πλατφόρμα αποτυπώνεται στην άνοδο του αριθμού των παραγγελιών, η οποία άγγιξε το **83%** σε σύγκριση με το 2024 (φτάνοντας περίπου το μισό εκατομμύριο παραγγελίες), ενώ παράλληλα **ο αριθμός των Κυπρίων που επιλέγουν το Skrutz για τις αγορές τους ενισχύθηκε κατά 72%**. Σε αυτό το πλαίσιο, οι κυπριακές επιχειρήσεις αξιοποίησαν τη δυναμική του Marketplace για πωλήσεις εκτός των συνόρων, με το 83% των χρηστών που εξυπηρέτησαν να προέρχεται από την Ελλάδα.

### Αγοραστική συμπεριφορά & τρόποι πληρωμής

Η πιο δημοφιλής αναζήτηση στο Skrutz ήταν τα κινητά τηλέφωνα, με τα sneakers και τα αθλητικά παπούτσια να ακολουθούν ενώ οι περισσότερες αγορές, σε επίπεδο παραγγελιών, καταγράφηκαν στις κατηγορίες “Sneakers”, “Ανδρικά αρώματα”, “Συμπληρώματα διατροφής”, “Θήκες κινητών” και “Γυναικεία αρώματα”. **Η μέση αξία παραγγελίας ανήλθε στα €78**, σημειώνοντας άνοδο κατά 4%, με τον Κύπριο χρήστη να πραγματοποιεί κατά μέσο όρο σχεδόν 2 αγορές τον μήνα.

Οι on-the-go παραγγελίες παραμένουν ψηλά στις προτιμήσεις, με το 54% των χρηστών να χρησιμοποιεί το **Skrutz App**. Τέλος, η κάρτα παραμένει ο βασικός τρόπος πληρωμής (90%), με τη χρήση της Revolut να αντιπροσωπεύει το 8% των συναλλαγών.

### Δίκτυο Skrutz Last Mile & Skrutz Points

Το 2025 ξεκίνησε τη λειτουργία της, η **Skrutz Last Mile (SLM)** Κύπρου που διαχειρίστηκε το 93% των παραγγελιών στο νησί. Τα πρώτα **Skrutz Point** τοποθετήθηκαν τον Σεπτέμβριο του 2025 με το ποσοστό των παραγγελιών που παραλαμβάνονται μέσω Skrutz Point να ανέρχεται ήδη στο 27% στις αρχές του 2026.

# 6° **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](http://www.smartpress.gr)  
[smart@smartpress.gr](mailto:smart@smartpress.gr)



WomenInDigitalgr



WomenInDigital



womenindigital.gr





## Ε.Ε.: Έρευνα κατά της Shein για εθισμό και «παιδόμορφα» σεξουαλικά βοηθήματα

Η **European Commission** ανακοίνωσε την έναρξη επίσημης διαδικασίας σε βάρος της **Shein**, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν η πλατφόρμα συμμορφώνεται με την **Digital Services Act (DSA)**. Η υπόθεση εστιάζει σε ζητήματα προστασίας καταναλωτών και διαχείρισης συστημικών κινδύνων, μετά τον χαρακτηρισμό της εταιρείας ως **Πολύ Μεγάλης Διαδικτυακής Πλατφόρμας (VLOP)**, λόγω της υπέρβασης των 45 εκατομμυρίων μηνιαίων χρηστών στην ΕΕ.

Στο μικροσκόπιο βρίσκονται καταγγελίες για διάθεση παράνομων προϊόντων, μεταξύ των οποίων και σεξουαλικά βοηθήματα που φέρονται να παραπέμπουν σε παιδικές φιγούρες. Οι ευρωπαϊκές αρχές θα εξετάσουν κατά πόσο η εταιρεία διαθέτει αποτελεσματικούς μηχανισμούς εντοπισμού και άμεσης απόσυρσης τέτοιων ειδών, καθώς και εάν αποτρέπει την επανεμφάνισή τους στην πλατφόρμα.

### Σκοτεινά μοτίβα

Παράλληλα, η έρευνα αγγίζει τον σχεδιασμό της εφαρμογής και του site. Η Επιτροπή διερευνά αν χρησιμοποιούνται τεχνικές «σκοτεινών μοτίβων» ή λειτουργίες τύπου gamification που ενδέχεται να ενισχύουν εθιστικές συμπεριφορές. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται και στην προστασία ανηλίκων, συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών επαλήθευσης ηλικίας και των προεπιλεγμένων ρυθμίσεων απορρήτου.

Η επίσημη διαδικασία δίνει τη δυνατότητα λήψης προσωρινών μέτρων ή επιβολής κυρώσεων. Σε περίπτωση διαπίστωσης παραβάσεων, τα πρόστιμα μπορεί να φτάσουν έως το 6% του παγκόσμιου ετήσιου τζίρου της εταιρείας. Από την πλευρά της, η Shein δηλώνει ότι συνεργάζεται με τις ευρωπαϊκές αρχές και δεσμεύεται για πλήρη συμμόρφωση με το κανονιστικό πλαίσιο.

## Ο Σκλαβενίτης ετοιμάζει νέο κέντρο Logistics στον Ασπρόπυργο

Στη δημιουργία νέου χώρου logistics, αποθήκευσης και διανομής ξηρού φορτίου, σε συνεργασία με την **Karpathios Development** αναμένεται να προχωρήσει η Σκλαβενίτης, σε χώρο γειτονικής έκτασης του mega logistics center που ήδη χρησιμοποιεί και τον οποίο μισθώνει από την Trastor.

## Η Canada Goose διερευνά διαρροή 600.000 αρχείων πελατών

Η ομάδα κυβερνοεκβιασμού **ShinyHunters** επανέρχεται στο προσκήνιο, ισχυριζόμενη πως απέκτησε πρόσβαση σε περισσότερα από 600.000 αρχεία πελατών της **Canada Goose**. Σύμφωνα με τις αναφορές, το υλικό περιλαμβάνει προσωπικά δεδομένα αλλά και πληροφορίες που σχετίζονται με πληρωμές, γεγονός που προκαλεί ανησυχία τόσο στους καταναλωτές όσο και στη βιομηχανία του ηλεκτρονικού εμπορίου.

## Μασούτης: Πλεονέκτημα στα logistics με την απόκτηση της Kontzoglou Distribution

Η **Μασούτης** αποκτά το 51% της **Kontzoglou Distribution**, ενισχύοντας στρατηγικά τα logistics της. Η συμφωνία εξασφαλίζει ιδιόκτητες εγκαταστάσεις 20.000 τ.μ. και δίκτυο με δύο μεγάλα hubs σε Βασιλικά Θεσσαλονίκης και Μεταμόρφωση Αττικής, καθώς και επτά περιφερειακά σημεία διανομής, καλύπτοντας αποτελεσματικά όλη την ελληνική αγορά.



POWERED BY  
**infocom**

9<sup>ο</sup> Συνέδριο



# total digital transformation **2026** & AI World



ΤΕΤΑΡΤΗ  
**18**  
ΜΑΡΤΙΟΥ  
2026

The Era of

ONLINE  
EVENT

# Realism & ROI!

W W W . T D T . G R

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



**SMART PRESS**  
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500    www.smartpress.gr  
210.5231555    smart@smartpress.gr

InfoCom.gr

SmartPress S.A.

@SmartEventsGR

SmartPress

InfoCom.gr

@InfoComNews

SmartEvents

InfoComWorld



# Skroutz

## 18% αύξηση τζίρου των καταστημάτων της περιφέρειας το 2025

Σημαντική άνοδος τζίρου 106% για τα καταστήματα των Τρικάλων και 78% για της Άρτας. Στην επαρχία κατευθύνθηκε το 40% του όγκου παραγγελιών του Skroutz στην Ελλάδα για το 2025.



Πέλλας, Κιλκίς, Άρτας και Μεσσηνίας σε σύγκριση με τους νομούς της υπόλοιπης Ελλάδας (εκτός νομού Αθήνας και Θεσσαλονίκης).

### Προορισμοί παραγγελιών, είδη αγορών και χρόνος παράδοσης

Ο μεγάλος όγκος παραγγελιών κατευθύνθηκε σε καταναλωτές προς τους νομούς Κυκλάδων, Αχαΐας, Δωδεκανήσων, Ηρακλείου Κρήτης και Μαγνησίας, οι οποίοι αποτέλεσαν αθροιστικά το 1/4 των συνολικών παραγγελιών της επαρχίας. Πιο συγκεκριμένα, για κάθε εκατό παραγγελίες που εστάλησαν στην περιφερειακή Ελλάδα, περίπου έξι προορίζονταν για τον νομό Κυκλάδων και άλλες έξι για την Αχαΐα. Αντίστοιχα, πέντε στις εκατό παραγγελίες κατευθύνθηκαν προς τα Δωδεκάνησα και το Ηράκλειο, ενώ την πρώτη δεκάδα των προορισμών συμπληρώνουν η Μαγνησία και η Εύβοια με τέσσερις στις εκατό παραγγελίες, τα Χανιά με περίπου τρεις, ενώ στη Λάρισα, την Καβάλα και την Κορινθία αντιστοιχούν τρεις στις εκατό παραγγελίες. Σε ό,τι αφορά στις προτιμήσεις, οι καταναλωτές στην επαρχία ακολουθούν μια ενιαία τάση, με τα “Κινητά Τηλέφωνα”, τις “Θήκες” και τα “Συμπληρώματα Διατροφής” να αποτελούν το “Top 3” των αγορών σε όλες τις περιφερειακές ενότητες της χώρας. Σχετικά με τους χρόνους παράδοσης παραγγελιών\*\*, στην ηπειρωτική Ελλάδα, ο χρόνος διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στις 2 εργάσιμες ημέρες και, αντίστοιχα στη νησιωτική Ελλάδα, στις 3 ημέρες. Εντυπωσιακές επιδόσεις καταγράφηκαν ακόμα και σε ορεινούς νομούς, όπως η Ευρυτανία και τα Γρεβενά, όπου οι παραδόσεις σε συμπληρώματα διατροφής ολοκληρώθηκαν σε μόλις 1,7 εργάσιμες ημέρες κατά μέσο όρο. Με στόχο την περαιτέρω αναβάθμιση της εμπειρίας των καταναλωτών στην ελληνική περιφέρεια (εκτός Αθήνας και Θεσσαλονίκης), το Skroutz σχεδιάζει να επενδύσει εντός του 2026 στην εγκατάσταση περίπου 300 νέων Skroutz Point με 13.000 θυρίδες.

**T**ο Skroutz, το δημοφιλέστερο marketplace στην Ελλάδα, αναδεικνύει τη δυναμική ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων της περιφέρειας για το 2025. Μέσα από την ανάλυση των δεδομένων του 2025, καταγράφεται ότι σχεδόν το 40% του όγκου παραγγελιών του Skroutz στην Ελλάδα για το 2025 κατευθύνθηκε στην επαρχία (εκτός των νομών Αθήνας και Θεσσαλονίκης), ενώ παράλληλα αποτυπώνεται η τροχιά ανόδου για τα καταστήματα της επαρχίας, με τον παραγόμενο τζίρο τους να σημειώνει αύξηση 18% (αύξηση παραγγελιών 17%).

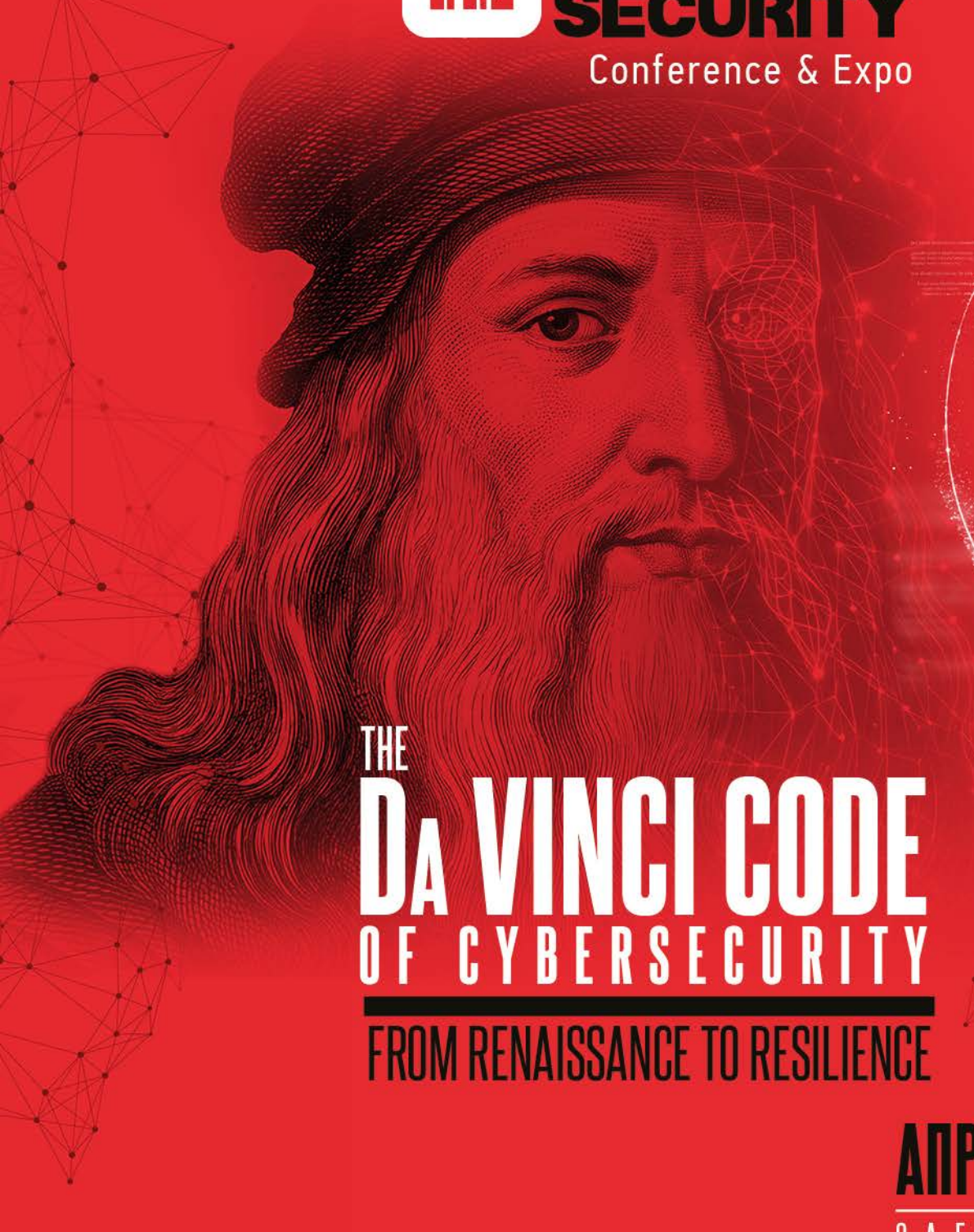
### Ανάπτυξη για τις συνεργαζόμενες τοπικές επιχειρήσεις

Ο νομός Τρικάλων αναδείχθηκε ο πρωταγωνιστής στην άνοδο τζίρου, με τα τοπικά καταστήματα να σημειώνουν εντυπωσιακή αύξηση τζίρου που ξεπέρασε το 106%. Αντίστοιχα, τα καταστήματα της Άρτας ηγήθηκαν της ανόδου σε αριθμό παραγγελιών με +78% με την Πέλλα (+52%) να ακολουθεί. Αντίστοιχα, στη νησιωτική χώρα, οι επιχειρήσεις της Κέρκυρας αύξησαν τις παραγγελίες τους κατά 60%, ενώ σημαντική άνοδο κατέγραψαν η Σάμος (57%) και η Ζάκυνθος (28%). Παράλληλα, τον υψηλότερο τζίρο παρήγαγαν τα καταστήματα που εδρεύουν στους νομούς Αχαΐας, Λαρίσας, Πιερίας, Ηρακλείου, Σερρών, Κοζάνης,

\* Τα στοιχεία προκύπτουν από την ανάλυση της αγοραστικής δραστηριότητας στην ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα (εξαιρουμένων της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης) για το 2025 ενώ οι συγκρίσεις γίνονται με το 2024. Τα δεδομένα για τα καταστήματα της περιφέρειας αφορούν σε παραγγελίες που έχουν αποσταλεί προς καταναλωτές σε όλη την Ελλάδα και την Ευρώπη. Αντίστοιχα, στα δεδομένα για τους καταναλωτές της επαρχίας περιλαμβάνονται όλες οι παραγγελίες που έχουν λάβει από καταστήματα της Ελλάδας και της Ευρώπης.

\*\* Ο χρόνος παράδοσης υπολογίζεται σε εργάσιμες ημέρες, από την ανάληψη του δέματος από την εταιρεία ταχυμεταφορών έως τη στιγμή που το δέμα είναι έτοιμο προς παραλαβή από τον καταναλωτή.

16<sup>ο</sup>  
**Infocom**  
**SECURITY**  
Conference & Expo



THE  
**DA VINCI CODE**  
OF CYBERSECURITY  
FROM RENAISSANCE TO RESILIENCE

**29 & 30**  
**ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2026**  
Ω Δ Ε Ι Ο Α Θ Η Ν Ω Ν

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





## Νέα αναπτυξιακή τροχιά για την Praktiker Hellas

Η **Praktiker Hellas** περνά σε νέα φάση ανάπτυξης μετά την εξαγορά από την **Paval Holding**, ιδιοκτήτρια της **Dedeman**. Με αύξηση κεφαλαίου άνω των 22 εκατ. ευρώ, επενδύσεις σε ακίνητα, ανθρώπινο δυναμικό και νέα πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου, επιταχύνεται ο ψηφιακός μετασχηματισμός και ενισχύεται η βιώσιμη αναπτυξιακή προοπτική.

## Penalty για επίσκεψη σε φυσικό κατάστημα ενώ η αγορά γίνεται online

Στο Bochum, το εξειδικευμένο κατάστημα **Schulranzen Kranz** επιβάλλει χρέωση 25 ευρώ σε πελάτες που ζητούν εκτενή συμβουλευτική υποστήριξη αλλά τελικά προχωρούν σε αγορά μέσω διαδικτύου. Το μέτρο στοχεύει στην αντιμετώπιση του «showrooming», που αποδυναμώνει το παραδοσιακό λιανεμπόριο. Αν πραγματοποιηθεί αγορά στο φυσικό κατάστημα, το ποσό αφαιρείται από την τελική αξία πληρωμής.



## Ηλεκτρονικό εμπόριο - Νέες αγορές και προοπτικές και για τον επιχειρηματικό κλάδο

Μήνυμα εξωστρέφειας και ψηφιακού εκσυγχρονισμού έστειλε το **Επαγγελματικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης** μέσα από το σεμινάριο «**Social media στην πράξη**», αναδεικνύοντας τον ρόλο των ψηφιακών εργαλείων στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η δράση πραγματοποιήθηκε με πρωτοβουλία της Επιτροπής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης Μελών, με στόχο την ενίσχυση δεξιοτήτων στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου και της online προβολής.

Ο πρόεδρος του Επιμελητηρίου, **Κυριάκος Μερελής**, μιλώντας στην ΕΡΤ3, υπογράμμισε ότι η εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού επιβάλλει συνεχή επιμόρφωση. Όπως σημείωσε, η φυσική βιτρίνα δεν αρκεί πλέον για να διασφαλίσει ανταγωνιστικότητα· απαιτείται ισχυρή «ψηφιακή βιτρίνα», αξιοποίηση social media και κατανόηση των νέων καταναλωτικών συνηθειών. Στο ίδιο πλαίσιο, το Επιμελητήριο υπέγραψε **Μνημόνιο Συνεργασίας με το Α.Π.Θ.**, επιδιώκοντας στενότερη διασύνδεση έρευνας, καινοτομίας και επιχειρηματικής πρακτικής. Η συνεργασία φιλοδοξεί να δημιουργήσει κοινό πεδίο δράσης για μεταφορά τεχνογνωσίας και ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκάλεσαν και οι πρακτικές γνώσεις που αποκόμισαν οι συμμετέχοντες, όπως η ανάλυση της συμπεριφοράς κοινού στα social media και ο εντοπισμός ωρών υψηλής αλληλεπίδρασης. Ο οργανισμός **The People's Trust** παρουσίασε εργαλεία χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων έως 15.000 ευρώ, δίνοντας έμφαση στη βιωσιμότητα των επιχειρηματικών σχεδίων και στη συνεχή υποστήριξη των δικαιούχων.

16<sup>ο</sup> 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





## Της Φαίης Μέξη

e-COMMERCE AND  
MARKETING EXPERT



Οι marketers έχουν μάθει να αξιολογούν την επιτυχία μέσα από μετρήσιμα δεδομένα:

CTR, conversions, likes και shares. Όμως ένα μεγάλο μέρος της πραγματικής επιρροής ενός brand συμβαίνει εκτός dashboards.

Εκεί βρίσκεται το άορατο engagement - και αποτελεί κρίσιμο εργαλείο για όσους γνωρίζουν πώς να το αξιοποιήσουν.

## ΤΟ ΑΟΡΑΤΟ ENGAGEMENT

# Πώς Μπορούν οι Marketers να το Αξιοποιήσουν Στρατηγικά

### Τί σημαίνει άορατο engagement για έναν marketer;

Για τον marketer, το άορατο engagement είναι το κοινό που:

- παρακολουθεί συστηματικά χωρίς να αλληλεπιδρά δημόσια
- επεξεργάζεται το μήνυμα χωρίς άμεση δράση
- ζεσταίνεται" σταδιακά πριν μετατραπεί σε lead ή πελάτη

Αυτό το κοινό δεν είναι αδιάφορο. Αντίθετα, συχνά είναι υψηλής ποιότητας, με μεγαλύτερη πιθανότητα μεταγενέστερης μετατροπής.

### Γιατί οι marketers δεν πρέπει να το αγνοούν;

Η υπερ-εστίαση στα άμεσα metrics μπορεί να οδηγήσει σε:

- λάθος συμπεράσματα για την απόδοση του περιεχομένου
- υποτίμηση στρατηγικού content (educational, thought leadership)
- υπερπαραγωγή clickbait που φθείρει το brand equity

Το άορατο engagement είναι εκεί που:

- χτίζεται brand preference
- διαμορφώνεται top-of-mind awareness
- ενισχύεται η μακροπρόθεσμη αξία του brand

### Πώς καλλιεργείται στρατηγικά;

Οι marketers μπορούν να ενισχύσουν το άορατο engagement όταν σχεδιάζουν περιεχόμενο με στόχο όχι μόνο την αντίδραση, αλλά τη μνήμη.

### Πρακτικές κατευθύνσεις:

- Δημιουργία περιεχομένου που λύνει προβλήματα χωρίς άμεσο CTA
- Storytelling που ενισχύει την ταύτιση και όχι απλώς την πώληση

- Συνέπεια στο brand voice ώστε το κοινό να "αναγνωρίζει" το brand χωρίς logo
- Περιεχόμενο που εκπαιδεύει και τοποθετεί το brand ως αξιόπιστη πηγή

### Πώς το αξιοποιούν στη στρατηγική funnel;

Το άορατο engagement λειτουργεί κυρίως στα upper και mid funnel στάδια.

- Awareness: περιεχόμενο που δεν πουλάει, αλλά μένει
- Consideration: insights, guides και thought leadership που αποθηκεύονται νοητικά
- Conversion: η απόφαση έρχεται συχνά χωρίς εμφανή προειδοποίηση, γιατί η σχέση έχει ήδη χτιστεί

Γι' αυτό πολλές μετατροπές φαίνονται "ξαφνικές", ενώ στην πραγματικότητα είναι αποτέλεσμα μακράς άορατης αλληλεπίδρασης.

### Πώς μπορεί να μετρηθεί έμμεσα;

Αν και δεν καταγράφεται άμεσα, οι marketers μπορούν να το εντοπίσουν μέσω:

- αύξησης branded searches
- επαναλαμβανόμενων επισκέψεων
- direct traffic
- αύξησης conversion rates χωρίς αντίστοιχη αύξηση engagement metrics,
- qualitative feedback ("σε παρακολουθώ καιρό...")

### Τί πρέπει να αλλάξει στο mindset των marketers;

Η αξιοποίηση του άορατου engagement απαιτεί αλλαγή φιλοσοφίας:

- λιγότερη εμμονή με το άμεσο αποτέλεσμα
- περισσότερη επένδυση στη μακροπρόθεσμη σχέση
- αποδοχή ότι όχι κάθε επιτυχημένο μήνυμα προκαλεί άμεση αντίδραση

Το άορατο engagement δεν είναι αποτυχία του content - είναι ένδειξη ωριμότητας του κοινού. Οι marketers που το κατανοούν, σταματούν να κυνηγούν μόνο clicks και αρχίζουν να χτίζουν επιρροή. Και η επιρροή, αργά ή γρήγορα, μετατρέπεται σε αποτέλεσμα.

3° ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Powered by  
**BIZNOW!**

# WORKFORCE INNOVATION 2026



## CONNECTING TALENT TO THE DIGITAL GATEWAY SKILLS & CAREER SUMMIT

TETARTH 27 MAΪΟΥ 2026 - DIVANI CARAVEL HOTEL


W O R K F O R C E I N N O V A T I O N . G R

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ




**SMART PRESS**  
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα


T.210.5201500    www.smartpress.gr  
Z10.5231555    smart@smartpress.gr

 InfoCom.gr

 SmartPress S.A.

 @SmartEventsGR

 SmartPress

 InfoCom.gr

 @InfoComNews

 SmartEvents

 BizNow.gr

 @BizNowgr

 BizNow.gr

 InfoComWorld





## Σύμπραξη Sleed - NMR.CC σε νέα digital καμπάνια για την ION Break x ΛΕΞ

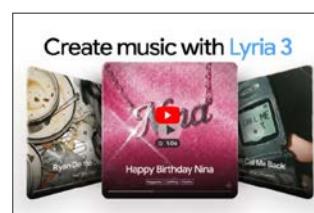
Η **ION Break** επανέρχεται δυναμικά στο προσκήνιο, παρουσιάζοντας ένα από τα πιο συζητημένα λανσαρίσματα της χρονιάς μέσα από τη συνεργασία της με τον **ΛΕΞ**. Η νέα limited γεύση μπουγάτσα 2310 by SNAGZ έκανε ήδη την εμφάνισή της σε επιλεγμένα σημεία, με custom, ultra fresh packaging που κινείται σε urban αισθητική και ενισχύει τον συλλεκτικό χαρακτήρα του προϊόντος.

Πίσω από το δημιουργικό όραμα βρίσκεται το **NMR.CC**, που ανέλαβε το concept, το art direction και την παραγωγή, επιδιώκοντας να αποτυπώσει αυθεντικά τον παλμό της σύγχρονης street κουλτούρας. Η καμπάνια ξεφεύγει από τη συμβατική διαφημιστική φόρμα και τοποθετεί το brand μέσα σε ένα πολιτισμικό πλαίσιο που συνομιλεί άμεσα με το κοινό του σήμερα.

Τη στρατηγική digital media και τη συνολική διαχείριση της καμπάνιας σε YouTube, TikTok, Instagram, Programmatic και Connected TV υλοποιεί η **Sleed**, εξασφαλίζοντας στοχευμένη προβολή και κλιμάκωση της απήχησης. Παράλληλα, η **Dynasty Group Athens** υποστηρίζει το project με συνέργειες και activations τόσο στο ψηφιακό όσο και στο φυσικό περιβάλλον, ενισχύοντας τη συνολική εμπειρία.

Το rollout του κεντρικού video αναμένεται τις επόμενες ημέρες, ενώ η συνέχεια περιλαμβάνει νέο περιεχόμενο, συνεργασίες με creators και ένα arcade-inspired game που μεταφέρει τον καταναλωτή στο «universe» της 2310 by SNAGZ. Σύμφωνα με τους συντελεστές, στόχος ήταν η δημιουργία ενός πραγματικού cultural moment που θα μετατρέψει το hype σε διατηρήσιμη εμπορική δυναμική, αποδεικνύοντας ότι τα ελληνικά brands μπορούν να καινοτομούν ουσιαστικά.

## Google: Το Gemini μπορεί πλέον να δημιουργεί μουσική



Η **Google** ενσωματώνει το μοντέλο **Lyria 3** της **Google DeepMind** στην εφαρμογή **Gemini**, επιτρέποντας

δημιουργία μουσικών κομματιών 30 δευτερολέπτων μέσω κειμένου ή εικόνων. Το νέο εργαλείο παράγει αυτόματα στίχους, προσφέρει δημιουργικό έλεγχο σε στυλ και ρυθμό και ενισχύει τη μουσική πολυπλοκότητα. Τα κομμάτια συνοδεύονται από εξώφυλλο και μπορούν να κοινοποιηθούν εύκολα, ενισχύοντας τη δημιουργική έκφραση.

## Στην Digital Minds αναθέτει η Nestlé Health Science Greece

Η **Nestlé Health Science** αναθέτει στη **Digital Minds** τη διαχείριση των TikTok καναλιών των Solgar και Vital Proteins, μετά από spec. Η συνεργασία περιλαμβάνει στρατηγική, δημιουργία περιεχομένου και storytelling. Για τη Solgar προβάλλεται το μήνυμα «Βρες τον δικό σου χρυσό», ενώ για τη Vital Proteins αναδεικνύεται η ένταξη κολλαγόνου στην πρωινή ρουτίνα, με στόχο ενίσχυση αναγνωρισιμότητας και engagement.

## Η Affidea συνεργάζεται με το The Real Ancient Memes στο Instagram

Η **Affidea** συνεργάζεται με το **The Real Ancient Memes** για καμπάνια πρόληψης νεφρικής υγείας στο πλαίσιο του «**Προλαμβάνω**». Με χιουμοριστικό καρουζέλ, προσεγγίζει ψηφιακό κοινό. Ο όμιλος δραστηριοποιείται σε 15 χώρες και ανήκει στο Groupe Bruxelles Lambert.





## Google: Οι προοπτικές του digital marketing στο eCommerce

Η **Google** επανασχεδιάζει το οικοσύστημα διαφήμισης και ηλεκτρονικού εμπορίου με επίκεντρο τους AI Agents, μετατρέποντας την τεχνητή νοημοσύνη από εργαλείο πληροφόρησης σε μηχανισμό καθοδήγησης και ολοκλήρωσης αγορών. Στην ετήσια επιστολή της, η **Vidhya Srinivasan**, VP και GM Ads & Commerce, περιγράφει μια στρατηγική όπου Αναζήτηση, YouTube και υποδομές shopping λειτουργούν ενιαία, με γνώμονα την «εμπορική πρόθεση» του χρήστη.

Οι διαφημίσεις ενσωματώνονται πλέον σε συνομιλιακά και οπτικά περιβάλλοντα αναζήτησης, ενώ το AI Mode μετατρέπει την εμπειρία discovery σε διαδραστική διαδικασία. Χορηγούμενες λίστες και άμεσες προσφορές γίνονται μέρος της ροής πλοήγησης, επιτρέποντας στα brands να μετατρέπουν το ενδιαφέρον σε άμεση συναλλαγή, χωρίς έξοδο από το περιβάλλον της Google.

Στο επίκεντρο βρίσκεται το λεγόμενο **agentic commerce**. Μέσω του **Universal Commerce Protocol**, η εταιρεία επιχειρεί να τυποποιήσει τις αγορές μέσα από AI, επιτρέποντας αναζήτηση, επιλογή και πληρωμή σε μία ενιαία ροή. Πρώτοι συνεργάτες είναι οι Etsy και Wayfair, ενώ ακολουθούν οι Shopify, Target και Walmart.

Παράλληλα, το **Gemini 3** ενισχύει εργαλεία αυτοματοποιημένης δημιουργίας περιεχομένου και βελτιστοποίησης καμπανιών, με generative AI εφαρμογές που επιταχύνουν την παραγωγή δημιουργικού υλικού. Το AI Max υπόσχεται διευρυμένη απήχηση και καλύτερη απόδοση.

Η μετάβαση σε AI-mediated commerce αναμένεται να αναδιαμορφώσει τις διαδρομές επισκεψιμότητας και πωλήσεων, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες αλλά και μεγαλύτερη εξάρτηση από τις πλατφόρμες στον έλεγχο της ανακάλυψης και των συναλλαγών.

## Από την Cactus - Digital Growth το νέο site των Bodyfit

Η **Cactus - Digital Growth** ανέλαβε τη δημιουργία της νέας ιστοσελίδας για τα γυμναστήρια **Bodyfit**, παραδίδοντας ένα σύγχρονο και πλήρως λειτουργικό ψηφιακό εργαλείο προβολής.

Στα βασικά σημεία του έργου συμπεριλαμβάνονται: άριστη λειτουργικότητα και responsive design, βελτιωμένη προσβασιμότητα (UX) αλλά και δυναμική παρουσίαση, με την αξιοποίηση πλούσιου οπτικοακουστικού υλικού που ενίσχυσε την ελκυστικότητα του περιεχομένου και προσέφερε δυναμική εμπειρία στον επισκέπτη.

## Ο Χρυσός Οδηγός λανσάρει το adsolutions.xo.gr - Ανανεωμένο digital hub για επιχειρήσεις

Ο **Χρυσός Οδηγός** παρουσιάζει το **adsolutions.xo.gr**, μια πλήρως ανανεωμένη ψηφιακή πλατφόρμα που συγκεντρώνει το σύνολο των διαφημιστικών και συμβουλευτικών του υπηρεσιών. Το νέο hub διαθέτει σύγχρονη αισθητική, ξεκάθαρη δομή και πρακτικά εργαλεία, βοηθώντας επιχειρήσεις να ενισχύσουν την online παρουσία τους μέσω SEO, PPC, social media, κατασκευής websites και e-shops, αλλά και στρατηγικής περιεχομένου.

### 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

