

E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 5 / 3 / 2026

COMING SOON

Lululemon, Mohito και New Yorker: Ψήφος εμπιστοσύνης στην Ελλάδα

Η ελληνική αγορά μόδας περνά σε φάση ανανέωσης, με τις **Lululemon**, **Mohito** και **New Yorker** να προετοιμάζουν την είσοδό τους στη χώρα. Τα τρία brands ενισχύουν το επενδυτικό ενδιαφέρον στο λιανεμπόριο ένδυσης, αξιοποιώντας τη δυναμική του τουρισμού, την άνοδο του e-commerce και τη ζήτηση για σύγχρονες τάσεις.



Μέση Ανατολή: Στον ... Θεό οι χρόνοι παράδοσης εξαιτίας των γεωπολιτικών εξελίξεων

Οι αεροπορικοί βομβαρδισμοί στη **Μέση Ανατολή** διαταράσσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, αυξάνοντας τους χρόνους παράδοσης έως και 45 ημέρες. Πλατφόρμες όπως **Amazon**, **Shein** και **Temu** αναπροσαρμόζουν εκτιμήσεις αποστολών, ενώ περιορισμοί στα Στενά του Ορμούζ επιβαρύνουν τις εφοδιαστικές αλυσίδες, αυξάνοντας κόστος και αβεβαιότητα για επιχειρήσεις και καταναλωτές.

LAST MINUTE

- 01** Νέα μελέτη δείχνει ότι σχεδόν 40% καταναλωτών στην **Πορτογαλία** ψωνίζουν online εβδομαδιαία, από 24% πέρυσι, ενώ 62% μηνιαία τουλάχιστον μία.
- 02** Στο **Ηνωμένο Βασίλειο** το 41% των καταναλωτών λαμβάνουν δέματα σε lockers και 44% αποστέλλουν, λόγω απογοήτευσης από κατ' οίκον παραδόσεις online αγορών.
- 03** Η **eBay** ανακοινώνει περικοπή περίπου 800 θέσεων εργασίας, 6% του προσωπικού, προσαρμόζοντας το μοντέλο σε AI.
- 04** Στη **Δράμα** μειώνονται τα φυσικά καταστήματα, ενώ αυξάνεται το ηλεκτρονικό εμπόριο με περισσότερες διαδικτυακές παραγγελίες και τζίρο στην τοπική αγορά.
- 05** Οι λιανικές πωλήσεις στη **Γερμανία** υποχώρησαν 0,9% τον Ιανουάριο, πάνω από τις προβλέψεις, με τις μη-τροφικές πωλήσεις να οδηγούν την πτώση και τα ηλεκτρονικά να ξεχωρίζουν.



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:





Το ΣΗΜΑ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ του Ελληνικού Ecommerce!

GRECA Trustmark

Πλήρης ανανέωση σήματος, λειτουργίας και διαδικασίας αξιολόγησης

Ο Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GR.EC.A.) παρουσιάζει τη νέα μορφή του σήματος αξιοπιστίας των ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων, **GRECA Trustmark**, σηματοδοτώντας τη μετάβασή του σε μια νέα, τεχνολογικά αναβαθμισμένη και πιο σύγχρονη εποχή για το ελληνικό ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η ανανέωση δεν περιορίζεται στην εικόνα του σήματος, αλλά επεκτείνεται στη συνολική του λειτουργία και στον πυρήνα της διαδικασίας αξιολόγησης και πιστοποίησης των ηλεκτρονικών καταστημάτων, με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση της **διαφάνειας**, της **ασφάλειας** και της **εμπιστοσύνης**.

Νέα οπτική ταυτότητα και αναβαθμισμένη εμπειρία χρήστη

Το GR.EC.A Trustmark αποκτά σύγχρονη αισθητική ταυτότητα και συνοδεύεται από πλήρως ανασχεδιασμένο modal pop-up. Μέσα από αυτό,

ο καταναλωτής έχει άμεση πρόσβαση σε βασικές πληροφορίες σχετικά με την πιστοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματος, με σαφή και κατανοητό τρόπο. Παράλληλα, ενσωματώνεται πληροφορία ελέγχου μέσω **Google Safe Browsing**, προσφέροντας ένα επιπλέον επίπεδο ασφάλειας κατά την πλοήγηση και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Εκτός από την κλασική embedded τοποθέτηση στο footer των e-shops, εισάγεται και η δυνατότητα floating badge, τόσο για desktop όσο και για mobile εκδόσεις. Η νέα αυτή επιλογή ενισχύει σημαντικά την ορατότητα του σήματος καθ' όλη τη διάρκεια της πλοήγησης, χωρίς να επηρεάζει την αισθητική ή τη λειτουργικότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Επανασχεδιασμός κριτηρίων και διαδικασίας αξιολόγησης

Η αναβάθμιση του GR.EC.A Trustmark συνοδεύεται από πλήρη επανασχεδιασμό της διαδικασίας



ελέγχου πιο δομημένη και λειτουργική, με σταθερό γνώμονα την ποιότητα και την αξιοπιστία.

Δυνατότητα αναφοράς προβλήματος από καταναλωτές

Στο πλαίσιο της ενίσχυσης της διαφάνειας, παρέχεται πλέον στους καταναλωτές η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τον Σύνδεσμο για την αναφορά προβλημάτων ή καταγγελιών που σχετίζονται με πιστοποιημένα ηλεκτρονικά καταστήματα. Μέσω ειδικής φόρμας επικοινωνίας, οι χρήστες μπορούν να υποβάλλουν το αίτημά τους, ενισχύοντας τον μηχανισμό εποπτείας και τη διαρκή βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Με τις νέες αυτές αναβαθμίσεις, το GR.EC.A Trustmark ενισχύει τον ρόλο του ως σημείο αναφοράς για την εμπιστοσύνη στο ελληνικό e-commerce, προσφέροντας σε καταναλωτές και επιχειρήσεις ένα ακόμη πιο ισχυρό και αξιόπιστο πλαίσιο πιστοποίησης.

Το σήμα αξιοπιστίας GR.EC.A Trustmark δημιουργήθηκε από τον Ελληνικό Σύνδεσμο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GR.EC.A.), σε συνεργασία με το **ELTRUN – Ερευνητικό Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου**, με την τεχνολογική υποστήριξη της **Phaistos Networks**.

αξιολόγησης. Τα κριτήρια έχουν αναδομηθεί εξ αρχής, ώστε να είναι σαφέστερα, μετρήσιμα και πλήρως ευθυγραμμισμένα με το ισχύον νομικό και κανονιστικό πλαίσιο.

Στο αμέσως επόμενο διάστημα θα ακολουθήσει περαιτέρω επικαιροποίηση και προσθήκη νέων κριτηρίων, με στόχο την ενσωμάτωση πρόσθετων νομοθετικών και κανονιστικών απαιτήσεων που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, την προστασία του καταναλωτή και την ασφάλεια των ψηφιακών υπηρεσιών. Η νέα προσέγγιση καθιστά τη διαδικασία





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



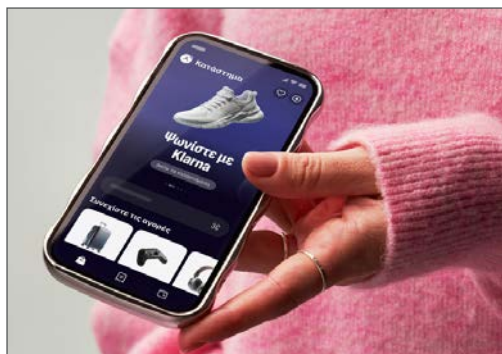
Στην κορυφή της περιφέρειας η Μεσσηνία σε τζίρο σε e-αγορές μέσω Skrutz

Η **Μεσσηνία** κατέγραψε εντυπωσιακή δυναμική στο ηλεκτρονικό εμπόριο το 2025, καθώς συγκαταλέγεται στους νομούς με τον υψηλότερο τζίρο στην περιφέρεια μέσω του Skrutz. Σχεδόν το 40% των παραγγελιών κατευθύνθηκε εκτός Αττικής και Θεσσαλονίκης, ενώ τα τοπικά καταστήματα αύξησαν τον τζίρο τους κατά 18% και τις παραγγελίες κατά 17%. Οι καταναλωτές προτίμησαν κυρίως κινητά, θήκες και συμπληρώματα.

Η Klarna φτάνει τους 55 εκατ. χρήστες στην εφαρμογή μηνιαίως

- Άνοδος 53% σε ετήσια βάση
- Στην **Ελλάδα** οι ενεργοί χρήστες της εφαρμογής έχουν ξεπεράσει τις **280.000 μηνιαίως**, σημειώνοντας αύξηση κατά 65% από το 2025

Η **Klarna**, καταγράφει ισχυρή αύξηση τόσο στη μηνιαία όσο και την καθημερινή χρήση της εφαρμογής της. Παγκοσμίως, η εφαρμογή της Klarna ξεπερνά πλέον τους 55 εκατ. ενεργούς χρήστες σε μηνιαία βάση. Η καθημερινή χρήση της εφαρμογής έχει αυξηθεί κατά περίπου 53% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Στην Ελλάδα, η εφαρμογή της Klarna καταγράφει 288.000 ενεργούς χρήστες σε μηνιαία βάση με αύξηση 65% τον τελευταίο χρόνο.



Η Wolt επεκτείνεται πέρα από το delivery με το Wolt Out

Αποκλειστικές dine-in προσφορές & επιβράβευση με κάθε επίσκεψη σε φυσικό κατάστημα



Η **Wolt** κάνει το επόμενο στρατηγικό της βήμα και παρουσιάζει το **Wolt Out**, μια νέα λειτουργία που επιτρέπει στους χρήστες να ανακαλύπτουν και να εξαργυρώνουν **αποκλειστικές προσφορές** σε φυσικά

καταστήματα, όταν βρίσκονται εκτός σπιτιού. Η υπηρεσία ξεκινά πιλοτικά σε επιλεγμένες περιοχές της **Θεσσαλονίκης**, με στόχο να στηρίξει την τοπική εστίαση και να ενισχύσει τη φυσική εμπειρία κατανάλωσης.

Το Wolt Out δημιουργήθηκε με στόχο να προσφέρει πρόσθετη αξία τόσο στους καταναλωτές όσο και στους συνεργάτες της Wolt. Οι χρήστες απολαμβάνουν αποκλειστικά προνόμια και ανταμοιβές, ενώ οι επιχειρήσεις αποκτούν ένα σύγχρονο εργαλείο για να προσελκύσουν νέους πελάτες και να ενισχύσουν την επισκεψιμότητα.

Πώς λειτουργεί

Η διαδικασία είναι απλή και γρήγορη: Οι χρήστες εισέρχονται στην κατηγορία Wolt Out και, μέσα από τον χάρτη της εφαρμογής, εντοπίζουν τα διαθέσιμα καταστήματα και τις προσφορές τους. Επιλέγουν και αποθηκεύουν τις προσφορές που τους ενδιαφέρουν και στη συνέχεια επισκέπτονται το κατάστημα. Εκεί, σαρώνουν το ειδικό QR code με την ένδειξη Wolt Out, βλέπουν τις αποθηκευμένες προσφορές του καταστήματος και τις εξαργυρώνουν επιτόπου, επιδεικνύοντας την οθόνη επιβεβαίωσης στο προσωπικό. Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας, συγκεντρώνουν αυτόματα **πόντους (credits)** για μελλοντικές αγορές.

Για παράδειγμα, περνώντας έξω από μια καφετέρια, μπορούν να σαρώσουν τον QR κωδικό της Wolt, να δουν μια προσφορά όπως «Δωρεάν cookie με καφέ», να την αποθηκεύσουν μέσα από την εφαρμογή και να την εξαργυρώσουν επιτόπου. Παράλληλα, θεματικές προκλήσεις ενθαρρύνουν τους χρήστες να επισκέπτονται νέα καταστήματα και να επιβραβεύονται για τη συχνή τους παρουσία.

Με αυτόν τον τρόπο, οι χρήστες όχι μόνο απολαμβάνουν άμεσες προσφορές, αλλά συμμετέχουν ενεργά σε μια πιο διαδραστική εμπειρία επίσκεψης στα καταστήματα.

Η μεγάλη στροφή της Alibaba στην AI

Η **Alibaba Group** επιταχύνει τη μετάβασή της στην τεχνητή νοημοσύνη, προσφέροντας οικονομικά εργαλεία κωδικοποίησης μέσω cloud. Με αιχμή το μοντέλο **Qwen 3.5** και συνεργασίες με κινεζικές startups, δίνει ευελιξία και χαμηλό κόστος σε προγραμματιστές. Ο CEO Eddie Wu θέτει ως στόχο την ανάπτυξη γενικής τεχνητής νοημοσύνης, σηματοδοτώντας στρατηγική στροφή πέρα από το ηλεκτρονικό εμπόριο.

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
smart@smartpress.gr



WomenInDigitalgr

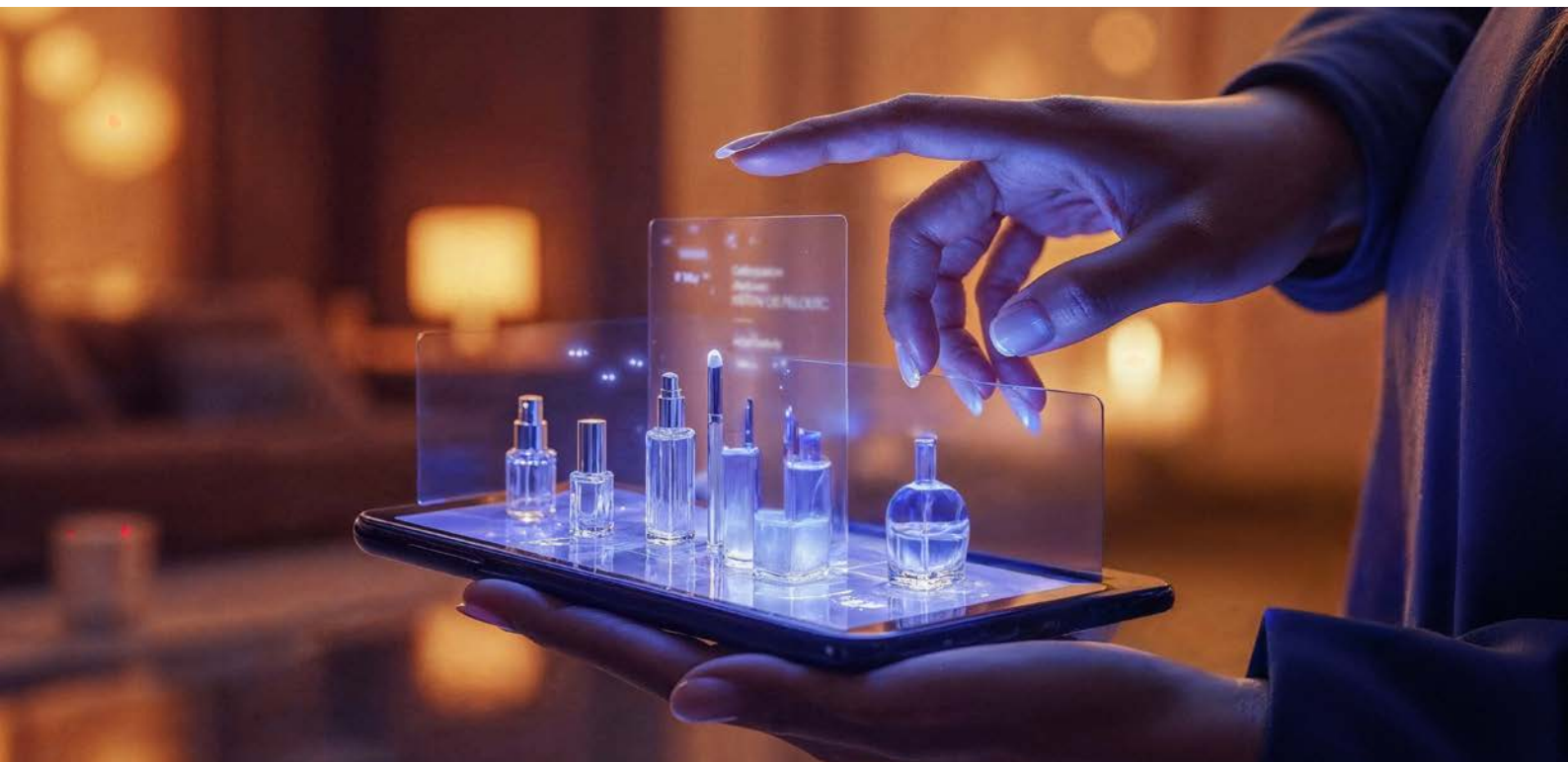


WomenInDigital



womenindigital.gr





Τι να περιμένετε από την ψηφιακή διαφήμιση και το εμπόριο το 2026

Η Vidhya Srinivasan, Αντιπρόεδρος και Γενική Διευθύντρια Διαφημίσεων και Εμπορίου της Google, μοιράζεται πληροφορίες σχετικά με το πώς οι ομάδες της επαναπροσδιορίζουν την εμπορική εμπειρία, ώστε να την κάνουν πιο άμεση, υποστηρικτική και εξατομικευμένη.

Σε αυτή τη νέα εποχή ανάπτυξης για τον κλάδο, ο στόχος είναι μια εμπειρία που προσαρμόζεται απόλυτα στον χρήστη.

Ιστορικά, οι καταναλωτές έπρεπε να επιλέξουν ανάμεσα σε δύο λύσεις: είτε να αγοράσουν γρήγορα, με το ρίσκο μίας λάθος επιλογής υπαρκτό, είτε να αφιερώσουν ώρες έρευνας για να βεβαιωθούν ότι θα κάνουν τη σωστή επιλογή.

Βλέπουμε ότι αυτός ο συμβιβασμός εξαφανίζεται.

Οι καταναλωτές συνεχίζουν να αναζητούν, να περιηγούνται, να παρακολουθούν περιεχόμενο και να αγοράζουν. Πλέον, η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) αποδεικνύει ότι η ταχύτητα και η σιγουριά μπορούν να συμβαδίζουν. Πρόκειται για μία στιγμή επέκτασης τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές, η οποία απαιτεί ένα νέο σχέδιο δράσης.

Το 2026, η Google επανασχεδιάζει τις εμπορικές εμπειρίες, ώστε να είναι υποστηρικτικές και εξατομικευμένες, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να χτίσουν την εμπιστοσύνη με τους καταναλωτές από την αρχή.

Μετατρέποντας την επιρροή σε αντίκτυπο στο YouTube

Ως η κορυφαία πλατφόρμα streaming με τις περισσότερες προβολές στις ΗΠΑ για σχεδόν τρία χρόνια¹, το YouTube ενισχύει την ανακάλυψη περιεχομένου, με τους χρήστες να παρακολουθούν μέσω της πλατφόρμας Short **#GRWM**, τα αγαπημένα τους podcast ή κορυφαία γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Οι δημιουργοί (creators) στο YouTube είναι οι πιο αξιόπιστοι² διαμορφωτές τάσεων σήμερα και αυτές οι σχέσεις μπορούν να βοηθήσουν

1. Η αναφορά Μετρητής, από τον Ιανουάριο του 2026

2. Google/Kantar, Future of Video, n=1.001 θεατές YouTube, n=2.160 θεατές βίντεο ηλικίας 18-64 ετών σε εβδομαδιαία βάση (ΗΠΑ), διεξαγωγή από (28/1/25-10/2/25). Το ανταγωνιστικό σύνολο περιλαμβάνει 9 ανταγωνιστές της αγοράς: Ζωντανό πρόγραμμα τηλεόρασης, Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Max, Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat.

τους καταναλωτές να μεταβούν ταχύτερα από το «απλώς κοιτάζω» στο «μόλις το αγόρασα».

Το 2026, χτίζουμε ακόμα ισχυρότερους δεσμούς μεταξύ brands και δημιουργών. Ξεκινήσαμε αυτή τη διαδρομή με την [ανοιχτή πρόσκληση](#), εξερευνώντας νέους τρόπους για να ανακαλύπτουν οι διαφημιζόμενοι στρατηγικές συνεργασίες με δημιουργούς. Φέτος, το πηγαίνουμε ένα βήμα παραπέρα: χρησιμοποιούμε την Τεχνητή Νοημοσύνη για να κατανοήσουμε σε βάθος το περιεχόμενο και τα είδη κοινού, αντιστοιχίζοντας άμεσα τα brands με τις κοινότητες δημιουργών που θα λατρέψουν τα προϊόντα τους. Με αυτόν τον τρόπο, η οργανική επιρροή των δημιουργών μετατρέπεται σε πραγματικό επιχειρηματικό αποτέλεσμα.

Επαναπροσδιορίζοντας τη διαφήμιση στη νέα εποχή της Αναζήτησης

Η Αναζήτηση δεν περιορίζεται πια σε λέξεις-κλειδιά. Πλέον, οι χρήστες κάνουν brainstorming, τραβούν φωτογραφίες και υποβάλλουν ερωτήσεις με φυσικό, συνομιλητικό τρόπο. Το 2026, αυτή η αλλαγή μετατρέπει την Αναζήτηση σε ένα πιο ισχυρό εργαλείο ανακάλυψης, όπου οι διαφημίσεις θα μπορούν να εμπνέουν και να δίνουν απαντήσεις σε όλα τα ερωτήματα ταυτόχρονα. Δεν προσθέτουμε απλώς διαφημίσεις στις εμπειρίες AI στην Αναζήτηση. Επανεφευρίσκουμε την ίδια την έννοια της διαφήμισης.

Για παράδειγμα, το AI Mode προσφέρει στις επιχειρήσεις νέες ευκαιρίες να ενταχθούν φυσικά στη συζήτηση. Στην Google, τον τελευταίο χρόνο δοκιμάζουμε νέες μορφές διαφήμισης που γεφυρώνουν την έμπνευση με τη δράση. Η έρευνά μας επιβεβαιώνει ότι η Λειτουργία AI Mode αναβαθμίζει την αγοραστική εμπειρία, επιτρέποντας στους χρήστες να συγκρίνουν εύκολα διαφορετικά brands και καταστήματα.³

Ήδη η λειτουργία AI Mode εμφανίζει οργανικές προτάσεις αγορών με βάση το πιο συναφές περιεχόμενο για ένα ερώτημα. Τώρα, εισάγουμε μια νέα μορφή διαφήμισης που αναδεικνύει τους retailers οι οποίοι διαθέτουν αυτά τα προϊόντα με σαφή σήμανση διαφήμισης. Αυτή η νέα μορφή βοηθά τους αγοραστές να εντοπίζουν άμεσα τις βέλτιστες επιλογές αγοράς και προσφέρει στους πωλητές λιανικής την ευκαιρία να εμφανίζονται σε αυτές τις κρίσιμες στιγμές αξιολόγησης. Δοκιμάζουμε παρόμοιες μορφές σε κατηγορίες πέρα από το λιανεμπόριο, όπως τα ταξίδια, για να βοηθήσουμε τους χρήστες να βρίσκουν σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Πρόσφατα παρουσιάσαμε, επίσης, μια νέα εμπειρία δημιουργίας εσόδων στο AI Mode, τις “Άμεσες προσφορές”, με σκοπό να βοηθήσουμε τα brands να ξεχωρίσουν τη στιγμή της απόφασης. Οι [Άμεσες](#)



προσφορές επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να μοιράζονται μια εξατομικευμένη προσφορά με έναν αγοραστή που είναι έτοιμος να αγοράσει, διευκολύνοντας την ολοκλήρωση της πώλησης, χωρίς να επηρεάζεται η γενική εμπορική τους πολιτική. Σχεδιάζουμε να τις επεκτείνουμε, ώστε να περιλαμβάνουν ειδικές προσφορές που υπερβαίνουν την τιμή και εστιάζουν στην αξία, όπως προνόμια αφοσίωσης και πακέτα προϊόντων.

Ξεκλειδώνοντας το μέλλον του εμπορίου με agents (Agentic Commerce)

Το 2026, το agentic commerce δεν είναι απλώς μια ιδέα, είναι πραγματικότητα. Μεταμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο κάνουμε τις αγορές μας, από την ανακάλυψη προϊόντων μέχρι τη λήψη της απόφασης, βοηθώντας παράλληλα τα brands να διαφοροποιηθούν.

Ο στόχος της Google είναι διπλός. Πρώτον, είναι σημαντικό να απαλλάξουμε τους καταναλωτές από τις αγγαρείες των αγορών, ώστε να μπορούν να επικεντρωθούν στα ευχάριστα μέρη της εμπειρίας. Δεύτερον, θα συνεργαστούμε στενά με τον κλάδο για τη δημιουργία των θεμελίων που απαιτούνται για να καταστεί το agentic commerce απρόσκοπτο και ασφαλές.

Για το λόγο αυτό, κυκλοφορήσαμε το [Agent Payments Protocol \(AP2\)](#) το 2025 και το αναπτύξαμε περαιτέρω με την παρουσίαση του [Universal Commerce Protocol \(UCP\)](#) τον Ιανουάριο. Το UCP τυποποιεί τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις συνδέονται με AI agents σε

3. Ποσοτική έρευνα χρηστών Google, Ανάλυση συναισθημάτων και αντίκτυπο διαφημίσεων λιανικής, ΗΠΑ, 2025, n=N=4.773, Οκτ.-Δεκ. 2025

ολόκληρη τη διαδρομή αγορών, συμπεριλαμβανομένου του κρίσιμου βήματος για την εξασφάλιση ασφαλούς ψηφιακής ταυτότητας και πληρωμών. Τις εβδομάδες που ακολούθησαν την κυκλοφορία, εκδηλώθηκε τεράστιο ενδιαφέρον από εκατοντάδες κορυφαίες εταιρείες τεχνολογίας, συνεργάτες πληρωμών και εμπόρους λιανικής που επιθυμούν να το ενσωματώσουν. Ήδη βελτιώνει τις εμπειρίες αγορών στο Google. Μάλιστα, το UCP υποστηρίζει πλέον τη δυνατότητα των αγοραστών στις ΗΠΑ να αγοράζουν προϊόντα από το Etsy και το Wayfair, απευθείας στο AI Mode στην Αναζήτηση και στο Gemini.

Οι δυνατότητες του UCP εκτείνονται πολύ πέρα από το λιανικό εμπόριο. Συμβάλλει στη δημιουργία των θεμελίων για ένα μέλλον όπου όλες οι εμπορικές εμπειρίες θα είναι απρόσκοπτες και θα διεξάγονται μέσω πρακτόρων.

Επιτάχυνση της ανάπτυξης με το Gemini 3

Σε αυτή την περίοδο μετασχηματισμού, οι επιχειρήσεις χρειάζονται εργαλεία που μπορούν να συμβαδίσουν με τις εξελίξεις. Πέρυσι, πετύχαμε καινοτομία δεκαετίας μέσα σε μόλις 12 μήνες, με αποκορύφωμα την κυκλοφορία του πιο έξυπνου μοντέλου μας μέχρι σήμερα, του **Gemini 3**. Το Gemini υποστηρίζει τα εργαλεία διαφημίσεών μας και, καθώς τα μοντέλα βελτιώνονται, βελτιώνονται και τα προϊόντα μας, χωρίς να χρειάζεται να αλλάξουν κάτι οι πελάτες.

Το 2026, τα εργαλεία διαφήμισης, με την υποστήριξη του Gemini, θα ενισχύσουν ακόμα περισσότερο την ανάπτυξη μέσω της δημιουργικότητας, της απόδοσης και, τελικά, του πραγματικού επιχειρηματικού αντίκτυπου.

Όλα ξεκινούν από τη δημιουργικότητα: μετατρέπουμε τη φαντασία σε πράξη με εργαλεία όπως το Nano Banana, και τώρα το Veo 3, στο Asset Studio του Google Ads. Αυτό βοηθά τους διαφημιζομένους να παράγουν έργα ποιότητας επιπέδου στούντιο σε λίγα λεπτά, καθιστώντας ουσιαστικά το AI έναν δημιουργικό συνεργάτη σε πραγματικό χρόνο για τις επιχειρήσεις. Η υιοθέτηση αυτών των εργαλείων επιταχύνεται, αποδεικνύοντας ότι τα generative μέσα είναι πλέον μια κλιμακώσιμη πραγματικότητα: Το 2025, παρατηρήσαμε τριπλάσια αύξηση των δημιουργικών στοιχείων που δημιουργήθηκαν μέσω Gemini από διαφημιζομένους, ενώ μόνο κατά το τέταρτο τρίμηνο, το Gemini χρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία σχεδόν 70 εκατομμυρίων δημιουργικών στοιχείων στα AI Max και Performance Max.⁴

Όμως το εξαιρετικό δημιουργικό περιεχόμενο δεν έχει νόημα αν δεν εμφανιστεί την κατάλληλη στιγμή. Οι καμπάνιες με την υποστήριξη AI βοηθούν τους διαφημιζομένους να προσαρμόζονται καθώς οι εμπειρίες εξελίσσονται. Χτίζοντας πάνω στις



υπάρχουσες καμπάνιες μας, πέρυσι παρουσιάσαμε το AI Max για να ενισχύσουμε την απόδοση και να διευρύνουμε την προσέγγιση χρηστών των καμπανιών για το δίκτυο αναζήτησης των διαφημιζομένων. Ήδη αποφέρει δισεκατομμύρια νέες αναζητήσεις, στις οποίες οι διαφημιστές δεν είχαν πρόσβαση στο παρελθόν.⁵

Τα εργαλεία καμπάνιας είναι τόσο ισχυρά όσο τα δεδομένα και οι μετρήσεις που τα υποστηρίζουν. Όμως, με αποσπασματικά δεδομένα και αντικρουόμενες λύσεις του κλάδου, είναι δύσκολο για τις επιχειρήσεις να γνωρίζουν ποια δεδομένα τους λείπουν και πού πρέπει να επενδύσουν. Επομένως, ανασχεδιάζουμε το σύστημα μετρήσεων, ώστε να λειτουργεί ως ενιαία λύση για τους διαφημιστές, διασφαλίζοντας ότι κάθε απόφαση οδηγεί σε πραγματική, μετρήσιμη ανάπτυξη.

Χτίζοντας πάνω σε θεμέλια εμπιστοσύνης

Τίποτα από όλα αυτά δεν λειτουργεί χωρίς εμπιστοσύνη. Καθώς ο κόσμος γύρω μας αλλάζει, η δέσμευσή μας για τολμηρή και υπεύθυνη καινοτομία παραμένει σταθερή.

Γι' αυτόν τον λόγο, βασίζουμε αυτή τη νέα εποχή των ευφυών συστημάτων και του AI στις ίδιες αρχές που μας καθορίζουν εδώ και 25 χρόνια. Καθώς δίνουμε στους agents τη δυνατότητα να ενεργούν για λογαριασμό καταναλωτών και επιχειρήσεων, τα αυστηρά μας πρότυπα για το απόρρητο και την ασφάλεια δεδομένων διασφαλίζουν ότι η γρήγορη λύση παραμένει η ασφαλής λύση.

Με αυτές τις βάσεις και με μια εποχή μεγάλων προοπτικών μπροστά μας, μπορούμε πλέον να αλλάξουμε τα δεδομένα. Μαζί, διαμορφώνουμε ένα νέο κεφάλαιο, όπου οι αγορές γίνονται απλές και η ανακάλυψη νέων προϊόντων μετατρέπεται σε μια πραγματικά ευχάριστη εμπειρία.

4. Εσωτερικά δεδομένα της Google, 2025

5. Εσωτερικά δεδομένα της Google, Οκτώβριος 2025#

POWERED BY
infocom

9^ο 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

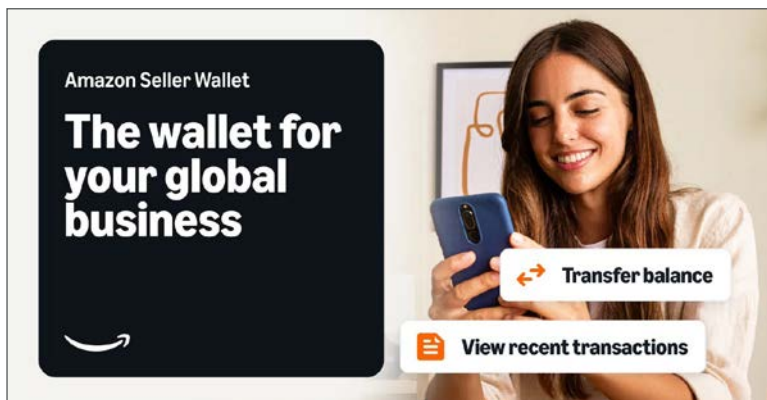
InfoCom.gr

@InfoComNews

SmartEvents

InfoComWorld





Το Amazon Seller Wallet και στην Ευρώπη!

Η **Amazon** επεκτείνει τις χρηματοοικονομικές της υπηρεσίες στην Ευρώπη με την επίσημη κυκλοφορία του **Amazon Seller Wallet** σε επτά ευρωπαϊκά καταστήματα. Η λύση, που είχε ήδη λανσαριστεί στις **Ηνωμένες Πολιτείες** το 2022, δίνει πλέον τη δυνατότητα σε Ευρωπαίους πωλητές να διαχειρίζονται τα έσοδά τους με μεγαλύτερη ευελιξία και διαφάνεια.

Το Amazon Seller Wallet είναι διαθέσιμο σε **Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Βέλγιο, Ιρλανδία** και **Ολλανδία**. Απευθύνεται κυρίως σε διασυνοριακούς πωλητές που δραστηριοποιούνται σε περισσότερα από ένα νομίσματα, προσφέροντας καλύτερο έλεγχο στις μετατροπές συναλλάγματος και στις μεταφορές χρημάτων.

Μέσα από το **Seller Central**, οι έμποροι μπορούν να διαχειρίζονται έσοδα σε ευρώ αλλά και σε δολάρια, επιλέγοντας είτε εφάπαξ μεταφορές είτε αυτόματες σε εβδομαδιαία, δεκαπενθήμερη ή μηνιαία βάση. Τα ισχύοντα συναλλαγματικά ισοτιμίες εμφανίζονται πριν από κάθε μεταφορά, ενισχύοντας τη διαφάνεια. Επιπλέον, το κόστος διεθνών μεταφορών μειώνεται όσο αυξάνεται ο όγκος πωλήσεων.

Η νέα υπηρεσία επιτρέπει και την απευθείας πληρωμή προμηθευτών σε διαφορετικά νομίσματα χωρίς πρόσθετα τέλη μετατροπής. Σύμφωνα με την εταιρεία, το Seller Wallet αποτελεί εργαλείο αποτελεσματικής οικονομικής διαχείρισης, χωρίς αρχικά κόστη ή ελάχιστες προϋποθέσεις συμμετοχής.

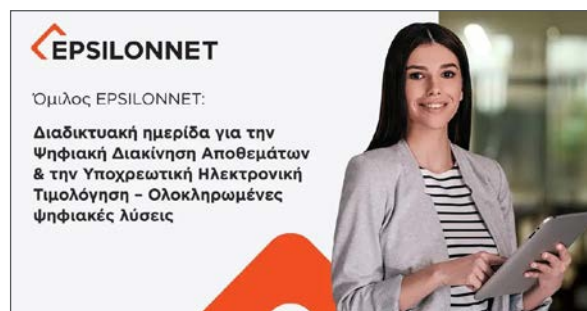


Συμβούλιο Ε.Ε. - Προστασία Καταναλωτή: Ισχυρότερες διασφαλίσεις και βιώσιμη κατανάλωση

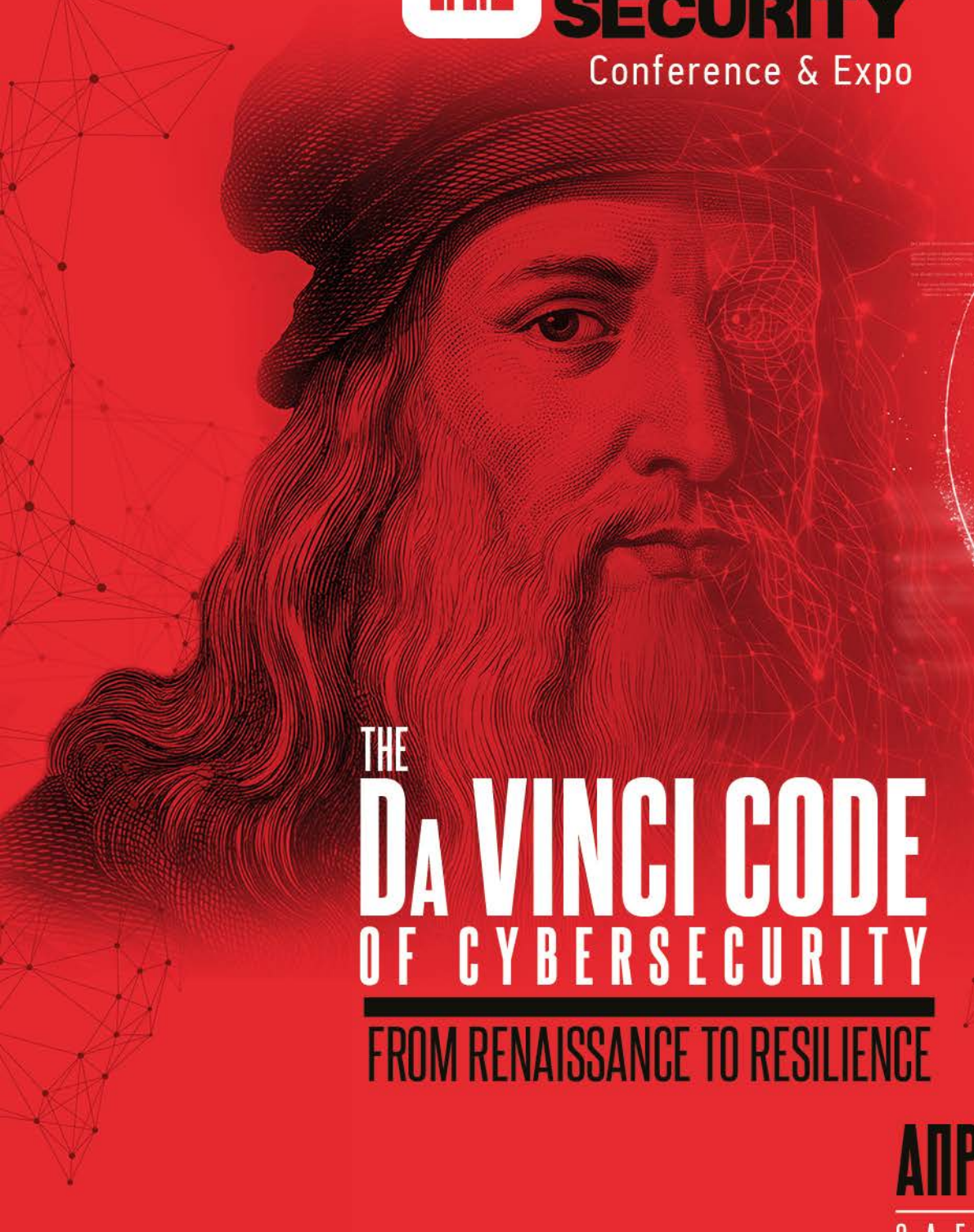
Στις 2 Μαρτίου 2026, το Συμβούλιο ενέκρινε συμπεράσματα για το θεματολόγιο καταναλωτών 2030, καλώντας την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να ενισχύσει την προστασία, ιδίως **online**. Δίνεται έμφαση στη βιώσιμη κατανάλωση, την αντιμετώπιση παραπλανητικών πρακτικών, αυστηρότερες κυρώσεις και καλύτερη συνεργασία κρατών-μελών, με στόχο ασφαλέστερη ενιαία αγορά και μειωμένο διοικητικό βάρος για τις ΜμΕ.

EPSILONNET: Ημερίδα για Ψηφιακή Διακίνηση Αποθεμάτων & Υποχρεωτική Ηλεκτρονική Τιμολόγηση

Ο Όμιλος **EPSILONNET** πραγματοποίησε με επιτυχία τη διαδικτυακή ενημερωτική ημερίδα με θέμα «Ψηφιακή Διακίνηση Αποθεμάτων & Υποχρεωτική Ηλεκτρονική Τιμολόγηση», την Πέμπτη 19/2, στο πλαίσιο της διαρκούς προσπάθειάς του για την έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση της επιχειρηματικής και λογιστικής κοινότητας σχετικά με τις επερχόμενες αλλαγές στο ψηφιακό και φορολογικό περιβάλλον των επιχειρήσεων.



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
Μόγερ 11, 10438, Αθήνα

T: 210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



SECURITYPRO
CYBERSECURITY & BUSINESS IT IN-DEPTH ANALYSIS



InfoCom.gr



SmartPress



SmartEvents



SmartPress SA.



InfoCom.gr



InfoComWorld



@SmartEventsGR



@InfoComNews

WWW.INFOCOMSECURITY.GR





Το agentic commerce απαιτεί από τα brands σχέσεις εμπιστοσύνης

Η νέα εποχή φέρνει ριζικές αλλαγές στο λιανεμπόριο. Καθώς οι μηχανές συνομιλούν μεταξύ τους, τα **brands** οφείλουν να διασφαλίσουν αξιόπιστα δεδομένα, σαφή όρια ενεργειών και ρητή συναίνεση χρηστών. Παράλληλα, χρειάζεται ισχυρή προστασία προσωπικών πληροφοριών, συνεχής έλεγχος παρουσίας στο AI περιβάλλον και ουσιαστική καλλιέργεια μακροχρόνιων σχέσεων με τους καταναλωτές. Η εμπιστοσύνη αποτελεί βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η Zalando στα μεταχειρισμένα παιδικά σε 14 αγορές

Η **Zalando** επεκτείνει την κατηγορία **Pre-owned** σε 14 ευρωπαϊκές αγορές, προσθέτοντας παιδική μόδα. Οι γονείς μπορούν να ανταλλάσσουν «σαν καινούρια» ρούχα με δωροεπιταγές, ενώ όλα τα προϊόντα ελέγχονται ποιοτικά. Η ζήτηση αυξάνεται, με έως 50% των μεταχειρισμένων ειδών να πωλούνται μέσα σε 24 ώρες.

Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας

ASCEND

www.ascend.gr



Οι e-συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών σε αριθμούς

Σύμφωνα με στοιχεία της **Eurostat**, το 2025 το **75,64% των Ελλήνων** που χρησιμοποίησαν το Διαδίκτυο προχώρησαν και σε αγορές, έναντι 46,62% το 2015

Σημαντική άνοδο καταγράφουν οι ηλεκτρονικές αγορές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία, με το ποσοστό των χρηστών που ψωνίζουν online να έχει αυξηθεί κατά 30 μονάδες. Σύμφωνα με στοιχεία της **Eurostat**, το 2025 το **75,64% των Ελλήνων** που χρησιμοποίησαν το Διαδίκτυο προχώρησαν και σε αγορές, έναντι 46,62% το 2015. Παρά την πρόοδο, η χώρα παραμένει οριακά κάτω από τον μέσο όρο της Ε.Ε.

Η συχνότητα αγορών είναι υψηλή: το 43,29% έκανε περισσότερες από έξι αγορές μέσα σε ένα τρίμηνο, ποσοστό αισθητά ανώτερο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Δημοφιλέστερες κατηγορίες παραμένουν οι ηλεκτρονικές και οικιακές συσκευές, τα είδη ένδυσης και τα έπιπλα.

Ιδιαίτερη δυναμική εμφανίζουν και οι ψηφιακές υπηρεσίες. Το 40% των χρηστών πληρώνει συνδρομές σε πλατφόρμες streaming όπως το Netflix, ενώ υψηλά ποσοστά καταγράφονται σε αγορές εισιτηρίων και υπηρεσιών τηλεπικοινωνίας. Αντίθετα, οι συνδρομές σε ενημερωτικά μέσα παραμένουν εξαιρετικά χαμηλές, υποδηλώνοντας διαφοροποιημένες καταναλωτικές προτιμήσεις.

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

f InfoCom.gr

in SmartPress SA.

t SmartEvents

f SmartPress

in InfoCom.gr

t InfoCom.gr

f SmartEvents

y InfoComWorld





Κυρίαρχο το λογισμικό Shopify σε νέα καταστήματα

Το 2025, η **Shopify** επιβεβαίωσε την κυριαρχία της στην ευρωπαϊκή αγορά νέων ηλεκτρονικών καταστημάτων. Σύμφωνα με έρευνα της **ShopRank**, που ανέλυσε **324.000 νέα online stores** σε επτά μεγάλες αγορές, πάνω από τα μισά νέα καταστήματα στην **Ολλανδία** (54%) δημιουργήθηκαν στη Shopify. Στη **Γαλλία** το ποσοστό έφτασε το 49% και στην **Ισπανία** το 41%.

Συνολικά, 148.044 νέα καταστήματα λανσαρίστηκαν στη Shopify. Αντίθετα, η **WooCommerce** κατέγραψε 99.140 νέες προσθήκες, ενώ η **PrestaShop** μόλις 9.747.

Η PrestaShop, αν και παραδοσιακά ισχυρή στη Νότια Ευρώπη, εμφανίζει μείωση στα νέα εγχειρήματα: Στη Γαλλία την επέλεξε μόλις το 5,4% των νέων καταστημάτων, στην Ισπανία το 6,4% και στην Ιταλία το 3,9%. Ωστόσο, διατηρεί σημαντική βάση υφιστάμενων επιχειρήσεων.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η επιλογή domain: Το 48,1% των νέων Shopify stores χρησιμοποιεί .com, υποδηλώνοντας διεθνή προσανατολισμό. Αντίθετα, το 61,3% των τοπικών domains (.de, .fr) εντοπίζεται στην PrestaShop, γεγονός που δείχνει έμφαση σε τοπικές αγορές.



DHL και JD.com θα στηρίξουν την ανάπτυξη των γερμανικών brands σε Κίνα και Ευρώπη

Η DHL και η JD.com υπέγραψαν **Μνημόνιο Συνεργασίας** για την ενίσχυση γερμανικών brands σε Κίνα και Ευρώπη. Μέσω της **JINGDONG** και της πλατφόρμας **Joybuy**, τα προϊόντα θα αποκτήσουν πρόσβαση σε εκατομμύρια καταναλωτές χωρίς φυσική παρουσία στην Κίνα. Η συνεργασία προβλέπει καινοτόμες λύσεις logistics και νέες ευκαιρίες διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου.

Σταθερή ανάπτυξη στα e-commerce logistics στη μετά de minimis εποχή

Η αγορά e-commerce logistics εισέρχεται στη «μετά de minimis» εποχή με σταθερές αναπτυξιακές προοπτικές έως το 2030, σύμφωνα με το **Transport Intelligence**. Οι εγχώριες αποστολές διατηρούν την κυριαρχία, αγγίζοντας τα **653,4 δισ. ευρώ**, ενώ οι διασυνοριακές φθάνουν τα **129,4 δισ. ευρώ**.



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





Τα marketplaces πονάνε το... ταμείο των εκπτώσεων

Έρευνα του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών για τις χειμερινές εκπτώσεις 2026 δείχνει σοβαρή κάμψη στο λιανεμπόριο της Αθήνα. Το 85% επιχειρήσεων κατέγραψε **μείωση τζίρου**, ενώ σχεδόν οι μισές πτώση άνω του 21%. Υψηλά αποθέματα πιέζουν την ρευστότητα, με κατανάλωση υποτονική λόγω ακρίβειας και ενίσχυσης μεγάλων αλυσίδων και ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι έμποροι ζητούν άμεσες παρεμβάσεις.

Επένδυση 1,5 εκατ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό του καταστήματος της Lidl Ελλάς στην Ιερισσό

Η ανακαίνιση και επέκταση του καταστήματος στην Ιερισσό ενισχύει την εμπειρία αγορών για τους κατοίκους της **Χαλκιδικής**. Η **Lidl Ελλάς** ολοκλήρωσε την ανακαίνιση και επέκταση του καταστήματος στην Ιερισσό Χαλκιδικής, στο 1ο χλμ. Ιερισσού - Γοματίου, ενισχύοντας με 1,5 εκατ. ευρώ περαιτέρω την παρουσία της στην ευρύτερη περιοχή.



Επένδυση 1,5 εκατ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό του καταστήματος στην Ιερισσό



ACS Ταχυδρομικές Υπηρεσίες: Ψηφιακός μετασχηματισμός, «πράσινες» επενδύσεις και ισχυρή ανάπτυξη στη νέα εποχή των logistics

Η **ACS** διαμορφώνει το νέο πρότυπο ταχυμεταφορών στην Ελλάδα, επενδύοντας στρατηγικά σε τεχνολογία, αυτοματοποίηση και βιώσιμες πρακτικές. Ως μέλος του **Quest Group**, αξιοποιεί συνέργειες και τεχνογνωσία, ενισχύοντας την επιχειρησιακή της αποτελεσματικότητα και την ποιότητα εξυπηρέτησης.

Στο εννεάμηνο του 2025 οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 2%, ενώ τα κέρδη προ φόρων ενισχύθηκαν κατά 8%, με το τρίτο τρίμηνο να καταγράφει άνοδο άνω του 5%. Η ανάπτυξη στηρίζεται σε εκτεταμένες επενδύσεις σε αυτοματοποιημένα συστήματα διαλογής και σε ψηφιακά εργαλεία παρακολούθησης αποστολών, που βελτιώνουν την ταχύτητα και τη διαφάνεια.

Καθοριστική είναι η συμβολή του δικτύου ACS Smartpoint Locker με 1.400 σημεία, καθώς και του νέου βιοκλιματικού κέντρου διαλογής στο Αιγάλεω, μια επένδυση άνω των 50 εκατ. ευρώ. Παράλληλα, η ενίσχυση του ηλεκτρικού στόλου και οι δράσεις κυκλικής οικονομίας μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Με πελατοκεντρική στρατηγική και έμφαση στο ESG, η ACS εξελίσσεται σε στρατηγικό εταίρο της ελληνικής οικονομίας.



Νομοσχέδιο για τον παράνομο στοιχηματισμό: «Καμπάνες» έως 800.000 ευρώ, αυτόματο «κλείδωμα» sites και έλεγχοι σε influencers

Μια εκτεταμένη και αυστηρή **νομοθετική παρέμβαση** για την αντιμετώπιση του παράνομου στοιχηματισμού και των μη αδειοδοτημένων τυχερών παιγνίων παρουσίασε στο Υπουργικό Συμβούλιο ο Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών **Κυριάκος Πιερρακάκης**. Το σχέδιο νόμου εισάγει ένα συνεκτικό πλαίσιο θεσμικών, διοικητικών και ποινικών μέτρων που καλύπτει τόσο το επίγειο όσο και το διαδικτυακό περιβάλλον, με κεντρικό άξονα την προστασία των πολιτών και ιδιαίτερα των νέων ηλικιών.

Καθοριστικά ενισχύεται ο ρόλος της Επιτροπής Εποπτείας και Ελέγχου Παιγνίων (Ε.Ε.Ε.Π.), η οποία αποκτά ρητή αρμοδιότητα άμεσης αφαίρεσης ή απενεργοποίησης πρόσβασης (take down) σε περιεχόμενο που σχετίζεται με παράνομα τυχερά παίγνια. Παράλληλα, μπορεί να ζητά στοιχεία ταυτοποίησης για λογαριασμούς και ιστοσελίδες, επιταχύνοντας τον εντοπισμό των εμπλεκομένων.

Η λειτουργία της «**black list**» εκσυγχρονίζεται με αυτοματοποιημένους μηχανισμούς αποκλεισμού παράνομων ιστοτόπων και διευρυμένη καταγραφή φυσικών και νομικών προσώπων που συμμετέχουν ή προωθούν τέτοιες δραστηριότητες.

Το ανθρώπινο δυναμικό της Αρχής ενισχύεται με αύξηση των οργανικών θέσεων από 80 σε 110, συμπεριλαμβανομένων ειδικών επιστημόνων σε ανάλυση δεδομένων και ψηφιακή εποπτεία. Ταυτόχρονα, το **Σώμα Ελεγκτών Παιγνίων** αποκτά ιδιότητες ειδικών ανακριτικών υπαλλήλων, ώστε να προβαίνει σε προανακριτικές ενέργειες για αδικήματα που σχετίζονται με τον παράνομο τζόγο.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαφήμιση παράνομων παιγνίων, με αυτοτελή διοικητικά πρόστιμα από 5.000 έως 50.000 ευρώ για όσους τα προωθούν, συμπεριλαμβανομένων **influencers**, **streamers** και ψηφιακών διαφημιστικών δικτύων. Παράλληλα, επανέρχεται η άμεση διοικητική σφράγιση καταστημάτων και προβλέπεται αφαίρεση άδειας λειτουργίας.

Οι ποινικές κυρώσεις αναδιαμορφώνονται με κλιμακωτό σύστημα, προβλέποντας χρηματικές ποινές που φθάνουν έως 800.000 ευρώ σε επιβαρυντικές περιπτώσεις. Σύμφωνα με στοιχεία της Ε.Ε.Ε.Π. για το 2024, εκατοντάδες χιλιάδες πολίτες συμμετείχαν σε παράνομα παίγνια, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη για ισχυρότερη θεσμική θωράκιση και αποτελεσματικότερη εποπτεία της αγοράς.

Από την Cactus - Digital Growth το νέο site των Bodyfit

Η **Cactus - Digital Growth** υλοποίησε τη νέα ιστοσελίδα των γυμναστηρίων **Bodyfit**, παραδίδοντας ένα σύγχρονο και αποδοτικό ψηφιακό εργαλείο προβολής. Έμφαση δόθηκε στην αναβάθμιση της εμπειρίας χρήστη, με responsive σχεδιασμό, υψηλή λειτουργικότητα και βελτιωμένη προσβασιμότητα. Παράλληλα, αξιοποιήθηκε πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό, ενισχύοντας τη δυναμική παρουσίαση υπηρεσιών και εγκαταστάσεων, και προσφέροντας πιο ελκυστική και διαδραστική εμπειρία περιήγησης.

Νέο website και σελίδα LinkedIn για την Ελληνική Ένωση Acquirers

Η **Ελληνική Ένωση Acquirers (EEA)** εγκαινιάζει νέα ιστοσελίδα και επίσημη παρουσία στο **LinkedIn**, στο πλαίσιο της στρατηγικής ενίσχυσης της εξωστρέφειας. Μέσω του αναβαθμισμένου ψηφιακού της αποτυπώματος, παρουσιάζει την αποστολή, το θεσμικό πλαίσιο και τις δράσεις της, ενισχύοντας τον θεσμικό διάλογο και την επικοινωνία με επαγγελματίες, φορείς και την ευρύτερη επιχειρηματική κοινότητα.

Από τη Netcompany η ψηφιακή αναβάθμιση του Heathrow

Τη **Netcompany** επέλεξε ως βασικό συνεργάτη το **Heathrow Airport** για τον εκσυγχρονισμό των ψηφιακών του λειτουργιών. Στόχος του έργου είναι η αναβάθμιση της εμπειρίας περισσότερων από 80 εκατ. επιβατών που διέρχονται ετησίως από το αεροδρόμιο, μέσω βελτιωμένων υπηρεσιών και αποτελεσματικότερων διαδικασιών. Για την υλοποίηση της αναβάθμισης θα αξιοποιηθεί η ψηφιακή λύση **Airhart**, η οποία εφαρμόζεται ήδη σε ευρωπαϊκά αεροδρόμια και ενοποιεί σε μια ενιαία πλατφόρμα όλα τα επιχειρησιακά συστήματα και δεδομένα σε πραγματικό χρόνο.



DIGITAL MARKETING

Το ελληνικό Σινεμά αποκτά το ψηφιακό του σπίτι

Η **Uni Systems** παραδίδει ένα ενιαίο ψηφιακό οικοσύστημα για τη διάσωση και προβολή της κινηματογραφικής κληρονομιάς.

Το έργο, που παρουσιάστηκε στο Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, συγκεντρώνει αρχεία, φιλμογραφίες και σπάνιο υλικό σε ανοιχτή πλατφόρμα.

Το νέο αποθετήριο προσφέρει οργανωμένη πρόσβαση, ενισχύοντας τη διεθνή παρουσία και τη διαχρονική διατήρηση του ελληνικού σινεμά.

Η TP Greece με διευρυμένο ρόλο στην Κεντρική & Ανατολική Ευρώπη

Η **TP Greece** ενισχύει τη θέση της στην **Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη**, αναλαμβάνοντας τον συντονισμό επτά χωρών: **Ελλάδα, Ρουμανία, Πολωνία, Λιθουανία, Εσθονία, Τσεχία και Ουκρανία.**

Υπό την ηγεσία της **Charlotte Foucteau**, διαμορφώνεται ενιαίο πλαίσιο ανάπτυξης, ψηφιοποίησης και καινοτομίας, με στόχο ευελιξία, κλιμάκωση και παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στην ευρύτερη περιοχή.

Συνεργασία Getters & Mediacube

Η **Mediacube** ξεκινά συνεργασία με το **Getters.gr**, το e-shop με την ευρεία και στοχευμένη ποικιλία προϊόντων που συγκεντρώνει σε ένα μέρος ό,τι μπορεί να χρειάζεται κανείς.

Στόχος της συνεργασίας η εφαρμογή ενός πολυεπίπεδου πλάνου για την προώθηση της ιστοσελίδας στα ψηφιακά μέσα, με απώτερο σκοπό την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του brand, της επισκεψιμότητας του e-shop και των online πωλήσεων.

Η ενδυνάμωση της online παρουσίας της ιστοσελίδας περιλαμβάνει προώθηση με ενέργειες Performance Marketing μέσω Google Ads, Facebook και Instagram, μαζί με ένα εκτενές SEO project.



Στην Aboutnet το digital marketing της νέας ιστοσελίδας του Veneti Jackson Hall στο Κολωνάκι

Η **Aboutnet**, ένα από τα μεγαλύτερα και ιστορικότερα digital agencies στην Ελλάδα, ανέλαβε τη δημιουργία και υλοποίηση της νέας επίσημης ιστοσελίδας και το digital marketing του Ομίλου Βενέτη για το εμβληματικό **Veneti Jackson Hall**, το οποίο επαναλειτουργεί δυναμικά στο Κολωνάκι, επαναφέροντας στη ζωή έναν ιστορικό χώρο της Αθήνας.

Το **Veneti Jackson Hall**, ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα σημεία της περιοχής, άνοιξε ξανά τις πόρτες του μετά από πολλά χρόνια, συνδυάζοντας την παράδοση με τη σύγχρονη γαστρονομική εμπειρία. Ο χώρος αναπτύσσεται σε τρία επίπεδα:

- Artisan Bakery στο ισόγειο, ένα σύγχρονο αρτοποιείο υψηλών προδιαγραφών
- Εργαστήριο παραγωγής ψωμιού στον ημιόροφο, όπου η ποιότητα και η τεχνογνωσία γίνονται ορατές στον επισκέπτη
- Bar-Restaurant στον πρώτο όροφο, που προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία γεύσης και φιλοξενίας

Η Aboutnet ανέλαβε τον πλήρη σχεδιασμό και την ανάπτυξη της νέας ψηφιακής παρουσίας του χώρου, δημιουργώντας το jacksonhall.gr, ένα σύγχρονο, υψηλής αισθητικής website που αποτυπώνει τον premium χαρακτήρα του Veneti Jackson Hall και ενισχύει τη συνολική εμπειρία του brand στο διαδίκτυο.

Η νέα ιστοσελίδα σχεδιάστηκε με έμφαση:

- Στο μοντέρνο design και τη λειτουργικότητα
- Στη βέλτιστη εμπειρία χρήστη (UX/UI)
- Στην πλήρη προσαρμογή σε mobile συσκευές
- Στην ταχύτητα και τη βελτιστοποίηση για μηχανές αναζήτησης (SEO)

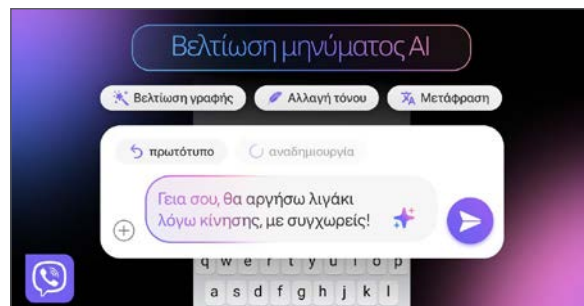
Με τη δημιουργία του jacksonhall.gr, η Aboutnet συμβάλλει δυναμικά στην ψηφιακή επανεκκίνηση ενός ιστορικού χώρου της Αθήνας, ενισχύοντας τη διαδικτυακή του ταυτότητα και την επικοινωνία του με το σύγχρονο κοινό. Η συνεργασία αυτή επιβεβαιώνει την πολυετή εμπειρία και την εξειδίκευση της Aboutnet στην υλοποίηση απαιτητικών digital projects για κορυφαία brands της ελληνικής αγοράς.



Η Sociallab για τη νέα σειρά Sebastian Professional

Καμπάνια με μήνυμα «Shape your world»

Η **Sociallab** παρουσιάζει τη νέα καμπάνια που σχεδίασε και υλοποίησε για το premium brand περιποίησης μαλλιών **Sebastian Professional**, με κεντρικό μήνυμα «Shape your world. Διαμόρφωσε το δικό σου look μέσα από την ολοκαίνουργια σειρά Sebastian Professional». Στο επίκεντρο της καμπάνιας βρίσκεται η νέα συνεργασία του brand με τον **Dr. Chris** και την **Κ. Σουλτάτη**. Μαζί με τους hairstylists Σταμάτη Κανελλόπουλο και Νικόλα Ζούμα, δημιουργούνται looks που αναδεικνύουν διαφορετικές πτυχές της προσωπικότητας, αποδεικνύοντας πως με τα προϊόντα Sebastian Professional κάθε styling μετατρέπεται σε προσωπικό έργο τέχνης. Η καμπάνια «τρέχει» από τα μέσα Ιανουαρίου έως τα τέλη Φεβρουαρίου, με τη Sociallab να σχεδιάζει μια digital-first στρατηγική προσαρμοσμένη στη δυναμική των πλατφορμών Instagram και TikTok και στο κοινό του brand. Το δημιουργικό rationale της καμπάνιας βασίζεται στην ιδέα ότι το στυλ δεν ακολουθεί κανόνες ή τάσεις, αλλά διαμορφώνεται από τη στιγμή, την κίνηση και την προσωπική έκφραση.



Η Rakuten Viber λανσάρει το AI Message Polish

Η **Rakuten Viber** παρουσίασε το **AI Message Polish**, νέα λειτουργία που επιτρέπει βελτίωση και μετάφραση μηνυμάτων πριν από την αποστολή. Το εργαλείο διορθώνει ορθογραφικά λάθη, προσαρμόζει τόνο και μετατρέπει πρόχειρα κείμενα σε σαφή, δομημένα μηνύματα. Η επεξεργασία γίνεται με τεχνολογία της OpenAI, χωρίς αποθήκευση δεδομένων, διασφαλίζοντας ιδιωτικότητα. Στόχος είναι ταχύτερη, αποτελεσματική καθημερινή επικοινωνία για όλους τους χρήστες.

Nano Banana 2: Επαγγελματικές επιδόσεις σε ...ταχύτητες Flash

Το **Nano Banana 2 (Gemini 3.1 Flash Image)** συνδυάζει οπτική πιστότητα με ταχύτητα. Προσφέρει φωτορεαλιστικές εικόνες, ακριβή απόδοση κειμένου και προηγμένη κατανόηση σύνθετων οδηγιών. Με έλεγχο αναλύσεων έως 4K και συνέπεια οπτικής ταυτότητας, μετατρέπει τη δημιουργία περιεχομένου σε άμεση, επαγγελματική εμπειρία για κάθε χρήστη.



Εκδότης

Κώστας Νόστης

Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύναξη Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη, Πέτρος Κυπραίος, Μάνος Κωνσταντινιάδης

Ανταποκριτές Εξωτερικού:

Otto Hansen, Markus Hoenig, Dieter Hoenig (Γερμανία)

Διεύθυνση Διαφήμισης: Ειρήνη 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

