

E-COMMERCE NEWS

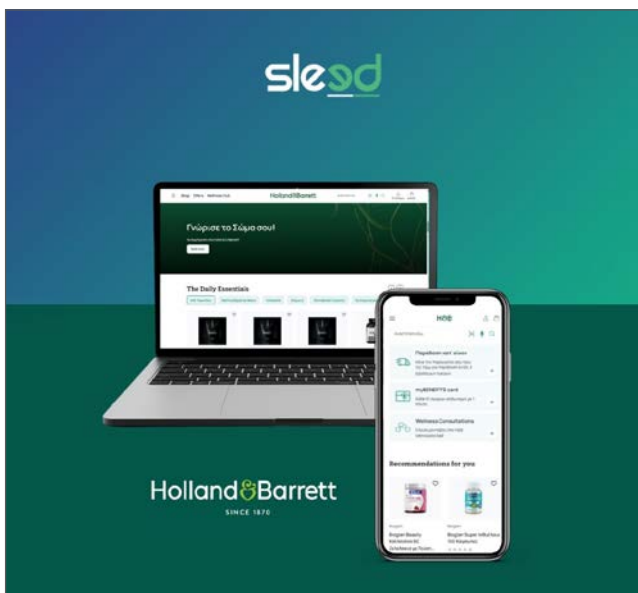
DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 16 / 4 / 2026

COMING SOON

eFOOD: συνεργασία με το Πλαίσιο

Το efood και τα καταστήματα **Πλαίσιο** ξεκινούν συνεργασία, προσφέροντας express παράδοση με πάνω από **3.000 προϊόντα**. Οι χρήστες παραγγέλνουν με παράδοση 40-50 λεπτά και ίδιες τιμές plaisio.gr σε επιλεγμένες περιοχές.



Νέο e-shop των H&B Cyprus από τη Sleed

Το νέο e-shop της **Holland & Barrett Cyprus** υλοποιήθηκε από τη **Sleed**, με σύγχρονο σχεδιασμό και βελτιωμένη ταχύτητα πλοήγησης. Η ομάδα ανέλαβε design, development, data και SEO, εφαρμόζοντας πλήρες setup σε tracking και υποδομές. Παράλληλα, παρέχεται hosting υψηλής απόδοσης, ενώ προγραμματίζεται λειτουργία subscriptions για επαναλαμβανόμενες αποστολές προϊόντων.

LAST MINUTE

- 01 Η **Κίνα** προωθεί νέες πολιτικές για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, με στόχο τη στήριξη αγροτικών περιοχών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- 02 Στη **Δανία**, σχεδόν τα μισά online καταστήματα τροφίμων παραβιάζουν κανόνες σήμανσης, αυξάνοντας κινδύνους για καταναλωτές, ιδιαίτερα αλλεργικούς.
- 03 Ο πρόεδρος της Λευκορωσίας **Alyaksandr Lukashenka** ενέκρινε συμφωνία ηλεκτρονικού εμπορίου στην ΕΑΕΕ, προβλέποντας ελεύθερη διακίνηση αγαθών, κοινά πρότυπα, προστασία δεδομένων.
- 04 Η **Vélez** ξεκινά ηλεκτρονικό εμπόριο σε ΗΠΑ, εξετάζει είσοδο σε Μαδρίτη και επεκτείνεται σε Λατινική Αμερική με νέα καταστήματα σε Κολομβία και Παναμά.
- 05 Η **NozzlePro** λάνσαρε λειτουργία ηλεκτρονικού εμπορίου για διανομείς και τελικούς χρήστες, με άμεση προβολή τιμών και online αγορές ακροφυσίων πλύσης πίεσης.



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

Ακολουθήσε μας:





Ψηφιακές εκπτώσεις υπό αμφισβήτηση: Εκτεταμένες παραπλανητικές πρακτικές στα ευρωπαϊκά e-shops

Σοβαρά ζητήματα συμμόρφωσης με τους κανόνες διαφάνειας στο ηλεκτρονικό εμπόριο ανέδειξε πρόσφατη πανευρωπαϊκή έρευνα που συντόνισε η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή** μαζί με τις αρμόδιες αρχές προστασίας καταναλωτή. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με αφορμή τις περιόδους έντονων εκπτώσεων, όπως η **Black Friday** και η **Cyber Monday**, και περιέλαβε 314 ηλεκτρονικά καταστήματα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι περίπου 1 στους 3 εμπόρους παρουσιάζει εκπτώσεις με τρόπο που δεν πληρούσε τις απαιτήσεις του ευρωπαϊκού πλαισίου, γεγονός που υπονομεύει την αξιοπιστία της ψηφιακής αγοράς.

Η λεγόμενη «sweep» έρευνα διεξήχθη ταυτόχρονα σε 23 κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και στην Ισλανδία και τη Νορβηγία. Στόχος ήταν να εξεταστεί αν οι πρακτικές τιμολόγησης στις μεγάλες online εκπτώσεις περιόδους συμμορφώνονται με τη νομοθεσία. Σύμφωνα με την Οδηγία για την Ένδειξη Τιμών, κάθε μείωση πρέπει να βασίζεται στη χαμηλότερη τιμή των προηγούμενων 30 ημερών. Ωστόσο, περίπου το 30% των εμπόρων εμφάνιζε μειώσεις που δεν ανταποκρίνονταν σε αυτή την απαίτηση, δημιουργώντας τεχνητή αίσθηση προσφοράς.

Αμφιλεγόμενες πρακτικές

Το 36% των e-shops προσπάθησε να προσθέσει επιπλέον προϊόντα στο καλάθι αγορών, ενώ σε σημαντικό ποσοστό αυτό έγινε χωρίς ξεκάθαρη συγκατάθεση του χρήστη. Παράλληλα, το 34% των εμπόρων χρησιμοποιούσε συγκρίσεις τιμών, αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις δεν διευκρινιζόταν η βάση αυτών των συγκρίσεων, δημιουργώντας σύγχυση για την πραγματική αξία των προϊόντων.

Επιπλέον, το 18% των επιχειρήσεων χρησιμοποίησε τεχνικές πίεσης, όπως χρονόμετρα αντίστροφης μέτρησης ή **ενδείξεις περιορισμένης διαθεσιμότητας**, πολλές από τις οποίες κρίθηκαν παραπλανητικές. Τέλος, το 10% εφαρμόζε «**drip pricing**», προσθέτοντας επιπλέον χρεώσεις σε μεταγενέστερα στάδια της αγοράς. Οι πρακτικές αυτές θεωρούνται παράνομες βάσει της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, και οι εθνικές αρχές μπορούν πλέον να κινηθούν για την επιβολή κυρώσεων.

Η Shopify ανοίγει το B2B σε όλα τα πλάνα

Η **Shopify** διαθέτει πλέον B2B δυνατότητες σε όλα τα πλάνα, δίνοντας στις επιχειρήσεις πρόσβαση σε ενιαία διαχείριση χονδρικής και λιανικής. Η αλλαγή επιτρέπει διαφοροποίηση τιμών, όρων και εμπειρίας πελάτη, μετατρέποντας το B2B σε οργανικό μέρος της στρατηγικής ανάπτυξης. Μικρά και μεσαία καταστήματα αποκτούν δομημένο μοντέλο συνεργασιών, καλύτερο έλεγχο πελατολογίου και σταθερότερα έσοδα.

Bitget: εκρηκτική άνοδος agentic commerce 4,700%

Οι πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου εισέρχονται σε φάση ανάπτυξης με οδηγό την τεχνητή νοημοσύνη και το agentic commerce. Η κίνηση από AI πράκτορες αυξήθηκε κατά 4.700%, ενώ το B2B ecommerce εκτιμάται στα 36 τρισ. δολάρια έως 2026. Το 74% στελεχών δίνει προτεραιότητα στο AI, με οφέλη 15% χαμηλότερο κόστος logistics και 65% καλύτερη εξυπηρέτηση. Ευέλικτες πλατφόρμες, APIs και αυτοματοποίηση δημιουργούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και νέες πηγές εσόδων παγκοσμίως.

Η Wolt φέρνει τα e-cargo bikes στην Ελλάδα”

Η **Wolt** λανσάρει πιλοτικό πρόγραμμα με e-cargo bikes στην Αθήνα, στο πλαίσιο του διεθνούς Better Cities Program, με στόχο τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Η εταιρεία θα αξιολογήσει αν τα οχήματα μπορούν να λειτουργήσουν αποτελεσματικά στις ελληνικές συνθήκες και να εξυπηρετούν μεγαλύτερες, πιο απαιτητικές παραγγελίες. Παράλληλα, εξετάζεται η συμβολή τους στη μετάβαση προς βιώσιμα μοντέλα διανομής, μειώνοντας την ανάγκη για οχήματα με καύσιμα. Το πρόγραμμα υλοποιείται ήδη σε **Κοπεγχάγη, Στοκχόλμη, Ελσίνκι και Όσλο**.





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





Η Vinted κατέγραψε αύξηση 47% στο GMV

Η **Vinted** ανακοίνωσε αύξηση 47% στο GMV (Gross merchandise volume) για το 2025, με πωλήσεις μεταχειρισμένων ειδών αξίας 10,8 δισ. ευρώ. Τα έσοδα ανήλθαν σε 1,1 δισ. ευρώ, αυξημένα κατά 38%, ενώ η εταιρεία παρέμεινε κερδοφόρα για 3η συνεχόμενη χρονιά. Η ανάπτυξη στηρίχθηκε σε επενδύσεις σε αγορές, νέες κατηγορίες και υπηρεσίες logistics και πληρωμών, όπως τα Vinted Go και Vinted Pay.

Unitree Robotics: Το φθηνότερο ανθρωποειδές ρομπότ γίνεται παγκόσμιο

Η **Unitree Robotics** φέρνει το ανθρωποειδές ρομπότ R1 στην παγκόσμια αγορά μέσω **AliExpress**, με χαμηλή τιμή και έμφαση στην κίνηση. Με στόχο τις μαζικές πωλήσεις, ανοίγει τον δρόμο ώστε τα ρομπότ να γίνουν πιο προσιτά σε καταναλωτές, εκπαιδευτικούς και προγραμματιστές παγκοσμίως.



Το 50% των Ευρωπαίων καταναλωτών χρησιμοποιεί BNPL

Το 50% των **Ευρωπαίων καταναλωτών** χρησιμοποιεί υπηρεσίες **Buy Now, Pay Later (BNPL)** ή πληρωμές σε δόσεις, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της **Galaxus** σε περισσότερους από 2.600 καταναλωτές σε Γερμανία, Αυστρία, Γαλλία, Ιταλία και Ελβετία. Η πλειονότητα δηλώνει ότι αξιοποιεί αυτές τις υπηρεσίες αρκετές φορές τον χρόνο, με τη δημοτικότητα να διαφέρει σημαντικά ανά χώρα.

Πρωταθλήτρια η Γαλλία

Η **Γαλλία** καταγράφει το υψηλότερο ποσοστό χρήσης, με 55% των καταναλωτών να επιλέγουν BNPL, ακολουθούμενη από τη Γερμανία (49%), την Αυστρία (43%) και την Ιταλία (41%). Στη Γερμανία, μάλιστα, το 21% χρησιμοποιεί πληρωμές με καθυστέρηση σε μηνιαία βάση, ενώ το 8% σε εβδομαδιαία. Αντίθετα, στην Ελβετία μόνο το 1/4 των καταναλωτών αξιοποιεί τέτοιες λύσεις, κυρίως μια φορά τον χρόνο ή λιγότερο.

Οι περισσότεροι χρήστες επιλέγουν BNPL για καλύτερη διαχείριση του μηνιαίου budget, ενώ περίπου το 25% θεωρεί τις δόσεις πιο πρακτικές. Τα ηλεκτρονικά προϊόντα αποτελούν την πιο συχνή κατηγορία αγορών με δόσεις, ενώ σε Γαλλία και Ιταλία καταγράφεται υψηλή χρήση και σε οικιακές συσκευές. Στην Ελβετία, ωστόσο, πιο συχνές είναι οι αγορές οχημάτων με πληρωμή σε δόσεις.

HUAWEI **IdeaHub** Makes Ideas Possible



Smart choice for enterprise digital office



IdeaHub S2



HUAWEI IdeaHub B3

IdeaHub B3 supports a vast array of features, including 1080p HD cloud meeting, Bring Your Own Meeting (BYOM), Wi-Fi 6 for direct projection, and 16 ms writing latency – serving as the versatile conferencing and display endpoint for today's modern office.

All-in-One Design

- 4K soft light screen with optical anti-blue light and ultra-narrow frame
- One-tap switch between Android and Windows
- Easy-to-access front-panel NFC, Type-C, USB3.0, and power button
- Magnetic stylus pen with an anti-wear design for a comfortable grip





Κίνα: Η Alibaba αποκαλύπτει το ισχυρό AI μοντέλο βίντεο Happy Horse

Η **Alibaba** επιβεβαίωσε ότι βρίσκεται πίσω από το **Happy Horse**, ένα προηγμένο μοντέλο τεχνητής νοημοσύνης παραγωγής βίντεο που κορυφώνει διεθνείς κατατάξεις. Το σύστημα κατέκτησε την πρώτη θέση σε benchmarks text-to-video και image-to-video, ξεπερνώντας ανταγωνιστικές λύσεις. Βρίσκεται σε φάση εσωτερικών δοκιμών, με προγραμματισμένη διάθεση API που θα επιτρέψει εμπορικές εφαρμογές σε διαφήμιση, ψυχαγωγία και ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το Jinius Marketplace φέρνει εύκολες online αγορές στην Κύπρο

Το **Jinius Marketplace** παρουσιάζει νέα καμπάνια με στόχο πιο εύκολες online αγορές. Η πλατφόρμα συγκεντρώνει μόδα, τεχνολογία και είδη σπιτιού σε ένα σημείο, προσφέροντας εκπώσεις, διπλούς βαθμούς ανταμοιβής, άτοκες δόσεις και ευέλικτες αποστολές, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα και τη θέση της στο ηλεκτρονικό εμπόριο Κύπρου.



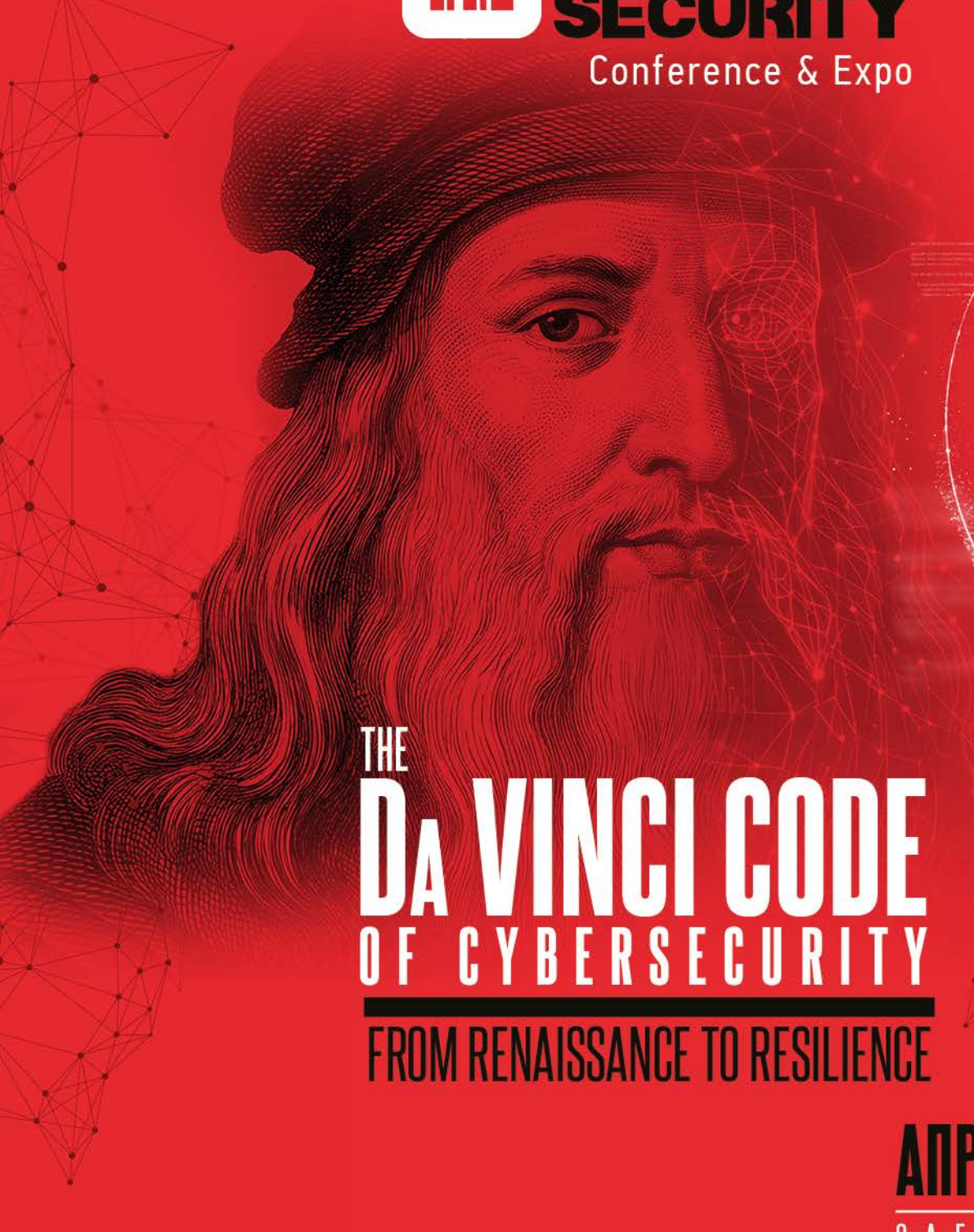
Το 39% των δαπανών marketing και ηλεκτρονικού εμπορίου θα ελέγχεται από AI έως το 2030

Σχεδόν το σύνολο των λιανεμπόρων έχει ήδη δοκιμάσει τεχνητή νοημοσύνη σε marketing και e-commerce, ωστόσο μόλις το 5% βλέπει σήμερα σαφή απόδοση επένδυσης. Αυτό προκύπτει από έρευνα των **Voyado** και **Retail Economics** σε 300 στελέχη από το Ηνωμένο Βασίλειο και την ευρωπαϊκή αγορά. Παρά τη μεγάλη υιοθέτηση, η πραγματική εμπορική αξιοποίηση παραμένει περιορισμένη.

Η μελέτη εκτιμά ότι έως το 2030 περίπου το 39% των συνολικών δαπανών marketing και ηλεκτρονικού εμπορίου, αξίας 4,3 δισ. ευρώ, θα επηρεάζεται άμεσα από διαδικασίες τεχνητής νοημοσύνης. Ήδη σήμερα, το 32% των σχετικών εργασιών εκτελείται με κάποιο βαθμό αυτοματοποίησης, κυρίως σε εξατομίκευση εμπειρίας, ανάλυση δεδομένων, διαφημιστικές καμπάνιες και product discovery. Ωστόσο, μόνο το 45,3% των επιχειρήσεων έχει ενσωματώσει την AI σε καθημερινές λειτουργίες.

Τα βασικά εμπόδια παραμένουν η έλλειψη τεχνογνωσίας, οι ανησυχίες για διακυβέρνηση και τα ζητήματα προστασίας δεδομένων. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις αναμένουν ουσιαστικά αποτελέσματα μέσα στους επόμενους 12-24 μήνες. Η μετάβαση προς πιο αυτόνομα συστήματα «agent AI» εκτιμάται ότι θα αποτελέσει το επόμενο βήμα, μετατρέποντας την τεχνητή νοημοσύνη σε βασικό εργαλείο λήψης αποφάσεων.

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





Τεχνητή Νοημοσύνη και E-Commerce Τα AI εργαλεία που αλλάζουν το παιχνίδι!



Του Σέρκο Γιετιμιάν,
E-Commerce Manager

Ήταν μόλις το 2020 όταν άκουσα για πρώτη φορά για το AI στο e-commerce. Τότε αντιμετωπιζόταν ακόμα σαν ένα «nice-to-have» εργαλείο, με πολύ λίγες εταιρείες να κάνουν πραγματική χρήση. Σήμερα, το 2026, η συζήτηση έχει τελειώσει. Όλο και περισσότερες εταιρείες έχουν εντάξει τα AI εργαλεία

στην στρατηγική τους και επενδύουν σημαντικά. Σύμφωνα με την έρευνα της Ecombrain, η αγορά AI στο e-commerce ξεπέρασε τα \$8.4 δισ. παγκοσμίως το 2025 και αναμένεται να αγγίξει τα \$22 δισ. το 2026. Πλέον δεν μιλάμε για κάτι προαιρετικό, αλλά για μια νέα υποδομή.

Από το digital marketing και το SEO έως τα logistics και τα CMS platforms, το AI έχει πλέον διεισδύσει σε κάθε στρώμα της αλυσίδας του e-commerce. Και δεν είναι υπερβολή να πούμε ότι όσες επιχειρήσεις δεν το ενσωματώνουν σήμερα, σε δύο χρόνια θα βλέπουν τους ανταγωνιστές τους από άλλη κατηγορία. Τα εργαλεία αυτά προσφέρουν τεράστιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες

χάρη στην ευελιξία τους στην ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών μπορούν πλέον να μειώσουν ουσιαστικά την απόσταση από τους ηγέτες του κλάδου και να διεκδικήσουν μερίδιο αγοράς που μέχρι πρόσφατα θεωρούνταν απρόσιτο.

Digital Marketing & Personalization

Το performance marketing, όπως το ξέραμε, δεν υπάρχει πια. Τα Meta Advantage+ και Google Performance Max έχουν κάνει τα AI bidding μοντέλα τον κανόνα, όχι την εξαίρεση.

- **Hyper-personalization σε scale**

Τα AI συστήματα αναλύουν χιλιάδες σήματα real-time (ιστορικό αγορών, συμπεριφορά πλοήγησης, pageviews, product views, ώρα και ημέρα πλοήγησης, device) και παραδίδουν εξατομικευμένο μήνυμα σε κάθε χρήστη. Σύμφωνα με τη McKinsey, οι εταιρείες που εφαρμόζουν personalization βλέπουν αύξηση εσόδων 10-15%. Χρήσιμα εργαλεία: Insider One, Adobe Target, Dynamic Yield και Braze.

- **Predictive audiences**

Τα lookalike audiences 2.0 δεν βασίζονται πια σε demographics. Αντιθέτως, χτίζονται από behavioral patterns που τα AI μοντέλα εξαγουν από πρώτα δεδομένα (1st party data).

- **Email automation & dynamic content**

AI εργαλεία όπως το Klaviyo AI, το Omnisend, και το Salesforce Einstein αποφασίζουν αυτόματα το τι, πότε και πώς θα σταλεί σε κάθε segment, αυξάνοντας τα open rates έως 35%.

- **AI attribution models:** Τα last-click μοντέλα ανήκουν στο παρελθόν. Το AI μοιράζει το credit σε όλα τα touchpoints του customer journey, δίνοντας ακριβέστερη εικόνα ROI.

«Σε έναν κόσμο όπου ο καταναλωτής βλέπει 5.000+ διαφημίσεις την ημέρα, το AI είναι ο μόνος τρόπος να κάνεις τη δική σου να φαίνεται σαν να γράφτηκε αποκλειστικά για εκείνον.»



SEO & Content Creation

Η Google με το SGE (Search Generative Experience), τη μεγαλύτερη αλλαγή των τελευταίων 20 ετών, άλλαξε τους κανόνες για πάντα. Το SEO δεν είναι πια απλώς keywords· είναι semantic understanding, intent optimization και content authority.

- **AI-generated product descriptions**

Εργαλεία όπως το Copy.ai και το Jasper παράγουν χιλιάδες μοναδικά προϊόντικά κείμενα σε ώρες. Για e-shops με 10.000+ SKUs, αυτό είναι game-changer και γλιτώνει πολλές εργατοώρες.

- **Semantic search optimization**

Τα AI μοντέλα κατανοούν το context, όχι απλώς λέξεις. Ένας χρήστης που ψάχνει «φθηνό laptop για σπουδαστή» έχει διαφορετικό intent από έναν που ψάχνει «budget laptop». Το περιεχόμενο πρέπει να αντικατοπτρίζει αυτή τη διαφορά.

- **Automated keyword clustering**

AI εργαλεία όπως το Cluster Ai και το Lowfruits ομαδοποιούν αυτόματα χιλιάδες keywords σε θεματικά clusters, κάνοντας τη δομή του site πολύ πιο αποτελεσματική για τις μηχανές αναζήτησης.

- **Visual search SEO**

Με το Google Lens να χρησιμοποιείται σε 12 δισ. αναζητήσεις τον μήνα, η βελτιστοποίηση εικόνων προϊόντων για visual search αποτελεί πλέον βασική στρατηγική.

E-Commerce Platforms & UX

Η εμπειρία χρήστη στο e-shop είναι πλέον πεδίο AI-driven βελτιστοποίησης. Από τη στιγμή που ο χρήστης πληκτρολογεί στο search bar έως την ολοκλήρωση της αγοράς, κάθε βήμα μπορεί και πρέπει να βελτιστοποιείται.

- **AI-powered site search tools**

Συστήματα όπως το FindBar, το Algolia και το SearchPie κατανοούν typos, συνώνυμα, greeklish και intent. Αποτέλεσμα: μείωση bounce rate στις αναζητήσεις και αύξηση conversion έως 30%.

- **Dynamic pricing**

Αλγόριθμοι παρακολουθούν τον ανταγωνισμό, το demand, το απόθεμα και την εποχικότητα για να ορίζουν τιμή σε real-time. Η Amazon το κάνει αυτό 2,5 εκατ. φορές την ημέρα. Το Revionics και το Prisync αποτελούν προσιτές λύσεις με μεγάλες δυνατότητες.

- **Chatbots & virtual assistants**

Οι σύγχρονοι AI chatbots (βασισμένοι σε LLMs) δεν απαντούν απλώς σε FAQs· διαχειρίζονται επιστροφές, παρακολουθούν παραγγελίες, κάνουν product suggestions και αυξάνουν το basket value μέσω upselling. Εργαλεία: Chatbase, Gorgias, Tidio.

- **Recommendation engines**

Το 35% των εσόδων της Amazon προέρχεται από recommendations. Τα collaborative filtering μοντέλα AI έχουν γίνει προσβάσιμα πλέον ακόμα και για μικρά e-shops. Εργαλεία: Nosto, Algolia, Shopify Magic.

Logistics & Supply Chain

Τα logistics ήταν ανέκαθεν ο κρυφός ήρωας του e-commerce. Και είναι ακριβώς εδώ που το AI κάνει ίσως τη μεγαλύτερη διαφορά, γιατί τα margins είναι στενά και τα λάθη στοιχίζουν.

- **Demand forecasting**

AI μοντέλα προβλέπουν τη ζήτηση με ακρίβεια >90%, μειώνοντας το overstock και τα stockouts. Η Zara έχει μειώσει το unsold inventory κατά 50% με AI-driven forecasting. Εργαλεία όπως το Blueyonder και το Kinaxis γλιτώνουν τις εταιρείες από τον πονοκέφαλο του forecasting και τα «what if» σενάρια.

- **Route optimization & last-mile delivery**

Εταιρείες όπως η DHL και η UPS χρησιμοποιούν AI για να βελτιστοποιούν 75.000+ διαδρομές ημερησίως, εξοικονομώντας εκατομμύρια λίτρα καυσίμων.

«Ο νέος ανταγωνισμός δεν είναι ποιος έχει τη μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων. Είναι ποιος “μαντεύει” καλύτερα τι θέλει ο χρήστης πριν ακόμα το πληκτρολογήσει.»

• **Warehouse automation**

Συνδυασμός robotics και AI vision για sorting, picking και packing. Η Amazon λειτουργεί ήδη περισσότερα από 750.000 αυτοματοποιημένα ρομπότ στις αποθήκες της.

EMS Platforms & Data Intelligence

Τα E-Commerce Management Systems της επόμενης γενιάς δεν είναι απλώς λογισμικά διαχείρισης, είναι intelligence layers που συνδέουν όλα τα κανάλια και «μαθαίνουν» από κάθε transaction.

• **Omnichannel data unification**

Το AI ενοποιεί δεδομένα από marketplace, website, social, φυσικά καταστήματα και call centers σε ένα ενιαίο customer profile. Αυτό είναι το Single Customer 360 View και είναι το «Άγιο Δισκοπότηρο» του σύγχρονου CRM.

• **Real-time analytics dashboards**

Αντί για static reports, τα AI dashboards προτείνουν ενέργειες: «Το προϊόν X έχει 80% πιθανότητα stockout σε 3 ημέρες. Παραγγείλτε τώρα.»

• **Automated operations**

Τιμολόγηση, inventory replenishment, διαχείριση επιστροφών· όλα αυτοματοποιημένα με AI rules

engines που «μαθαίνουν» από τα αποτελέσματα και βελτιώνονται συνεχώς.

AI for Security

Τα εργαλεία Τεχνητής Νοημοσύνης αποτελούν πλέον την πρώτη γραμμή άμυνας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς οι παραδοσιακές αρχιτεκτονικές ασφαλείας αδυνατούν να αντιμετωπίσουν τις σύγχρονες, αυτοματοποιημένες απειλές.

• **Προηγμένη ανίχνευση απάτης (Fraud Detection)**

Ανάλυση συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο για την πρόληψη οικονομικών απωλειών και τη μείωση των ψευδών απορρίψεων και των «φιλικών» απατών (friendly fraud). Χαρακτηριστικά εργαλεία: Riskified, Signifyed και Forter.

• **Αντιμετώπιση πολυμορφικού κακόβουλου λογισμικού (Polymorphic Malware)**

Αναγνώριση κακόβουλου κώδικα που μεταλλάσσεται συνεχώς για να αποφύγει την ανίχνευση, χρησιμοποιώντας αναγνώριση προτύπων συμπεριφοράς αντί για στατικές ψηφιακές υπογραφές.

• **Αυτόνομη συγκράτηση απειλών**

Real-time ανίχνευση ανωμαλιών που επιτρέπει την αντιμετώπιση επιθέσεων οι οποίες κινούνται με «ταχύτητα μηχανής», ξεπερνώντας τις δυνατότητες απόκρισης των ανθρώπινων αναλυτών.

• **Δυναμική προστασία διαπιστευτηρίων (Identity Threat Detection)**

Αυτόματη απόκριση σε προσπάθειες κλοπής διαπιστευτηρίων χρήστη (credential theft), οι οποίες σημείωσαν αύξηση 160% το 2025.

• **Συνεχής διαχείριση επιφάνειας επίθεσης**

Αυτόνομος εντοπισμός δυναμικών εκθέσεων σε κίνδυνο και «Shadow AI» (μη εγκεκριμένων εργαλείων) εντός της υποδομής του website.



Συμπέρασμα: Δεν Υπάρχει Αναμονή

Η τεχνητή νοημοσύνη στο ηλεκτρονικό εμπόριο έχει πλέον μετατραπεί από ερώτημα σε δεδομένο για το πότε και το πώς θα εφαρμοστεί. Οι ελληνικές επιχειρήσεις του e-commerce που καθυστερούν μέχρι να θεωρήσουν ότι η αγορά είναι ώριμη, στην ουσία δίνουν προβάδισμα στους ανταγωνιστές τους που επενδύουν σε νέες τεχνολογίες σήμερα.

Η καλή είδηση: δεν χρειάζεται να ξαναχτίσεις τα πάντα εκ του μηδενός. Υπάρχουν σήμερα AI-powered εργαλεία για κάθε budget και κάθε επίπεδο ωριμότητας. Από ένα AI chatbot στο site σου έως ένα πλήρες demand forecasting σύστημα στο warehouse, κάθε βήμα μετράει.

Η τελική ερώτηση δεν είναι «μπορούμε να αντέξουμε να επενδύσουμε στο AI;». Είναι «μπορούμε να αντέξουμε να μην το κάνουμε;»

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





Η H&M επενδύει στο ηλεκτρονικό εμπόριο για επιστροφή

Η H&M επιχειρεί ανάκαμψη σε έντονα ανταγωνιστική αγορά, αντιμετωπίζοντας Zara και Shein. Η διοίκηση μειώνει αποθέματα, μεταφέρει παραγωγή κοντά στην Ευρώπη και δίνει προτεραιότητα στο ηλεκτρονικό εμπόριο, που φτάνει περίπου το 30% των πωλήσεων. Μέσω ψηφιακών καναλιών επιδιώκει αύξηση εσόδων, ταχύτερη ανταπόκριση τάσεων και βελτίωση περιθωρίων, ενώ επενδυτές ζητούν απτά αποτελέσματα πριν εμπιστευτούν πλήρως τη στρατηγική ανάκαμψης με έμφαση στις online πωλήσεις για ανάπτυξη βιώσιμη.

Άνοδος Σ/Μ λόγω αυξήσεων τιμών και ιδιωτικής ετικέτας

Η αγορά σούπερ μάρκετ αυξάνεται κυρίως από ανατιμήσεις. Ο τζίρος FMCG ανέβηκε 6,1% το 2025 και 9% στο πρώτο δίμηνο 2026. Τα τρόφιμα κατέχουν 83,6%, ενώ ιδιωτική ετικέτα φτάνει 27,5%. Κατεψυγμένα +8,8%, σνακ +10,1%, ποτά +7,5%. Τα ζυγιζόμενα προϊόντα αυξάνονται 12,1%. Η μέση τιμή ενισχύθηκε 8,1%. Το ηλεκτρονικό εμπόριο υποχώρησε 2%, με τζίρο 52 εκατ. ευρώ και χαμηλότερη μέση αξία καλαθιού αγορών συνολικά φέτος εμφανίζεται.

Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας

ASCEND

www.ascend.gr



Η Amazon επιβάλλει επιβάρυνση μεταφοράς σε συνεργάτες

Η Amazon προχωρά στην επιβολή προσωρινής επιβάρυνσης μεταφοράς για Ευρωπαίους συνεργάτες, επικαλούμενη αυξημένα κόστη καυσίμων και logistics. Η εταιρεία ενημέρωσε τους πωλητές μέσω του Seller Central ότι μέρος των επιπλέον εξόδων, τα οποία μέχρι σήμερα απορροφούσε, θα μετακυλιστεί πλέον στους συνεργάτες της. Το μέτρο αφορά τόσο το Fulfilment by Amazon (FBA) όσο και το Multi-Channel Fulfilment (MCF).

Από τις 17 Απριλίου, θα προστεθεί επιβάρυνση 1,5% στα μεταφορικά κόστη FBA σε 10 ευρωπαϊκές αγορές, μεταξύ των οποίων Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία. Στις 2 Μαΐου, η ίδια επιβάρυνση θα εφαρμοστεί και στο Multi-Channel Fulfilment σε πέντε βασικές αγορές της Ευρώπης. Η χρέωση υπολογίζεται στα κόστη αποστολής και όχι στην τιμή πώλησης των προϊόντων.

Στα 5 λεπτά κάθε επιβάρυνση

Σύμφωνα με την Amazon, η μέση επιβάρυνση αντιστοιχεί σε περίπου 5 λεπτά του ευρώ ανά αποστολή εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης, αν και το τελικό ποσό εξαρτάται από το μέγεθος και το βάρος των προϊόντων. Η εταιρεία σημειώνει ότι το ποσοστό παραμένει χαμηλότερο από αυτό άλλων μεγάλων μεταφορέων. Παράλληλα, η Amazon ανακοίνωσε αντίστοιχη επιβάρυνση και σε Ηνωμένες Πολιτείες και Καναδά, όπου φτάνει το 3,5%, επισημαίνοντας ότι θα επανεξετάσει το μέτρο ανάλογα με τις εξελίξεις στην αγορά.

Νέος e-Commerce Manager στην Kiko Milano



Στο δυναμικό της **Kiko Milano** εντάχθηκε ο Γρηγόρης Ανδρεόπουλος, αναλαμβάνοντας καθήκοντα e-Commerce Manager GR/CY. Τα τελευταία περίπου τρία χρόνια, ο Γρηγόρης Ανδρεόπουλος εργαζόταν στο Public Group, περνώντας από διάφορες θέσεις, με πιο πρόσφατη αυτή του Entertainment & Lifestyle Supervisor.

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





Η Amazon κατηγορείται για υποκλοπή βίντεο για εκπαίδευση AI

Η Amazon βρίσκεται αντιμέτωπη με ομαδική αγωγή από δημιουργούς περιεχομένου, οι οποίοι ισχυρίζονται ότι η εταιρεία χρησιμοποίησε χωρίς άδεια βίντεο από το YouTube για την εκπαίδευση του συστήματος παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης **Nova Reel**. Σύμφωνα με τους ενάγοντες, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται οι **Ted Entertainment, Matt Fisher** και **Golfholics**, η εταιρεία φέρεται να προχώρησε σε μαζική συλλογή περιεχομένου που προστατεύεται από πνευματικά δικαιώματα, παρακάμπτοντας τεχνικούς περιορισμούς και ψηφιακές «κλειδαριές».

Οι δημιουργοί υποστηρίζουν ότι το γεγονός πως τα βίντεο είναι δημόσια διαθέσιμα δεν συνεπάγεται δικαίωμα χρήσης τους για εκπαίδευση μοντέλων τεχνητής νοημοσύνης. Όπως αναφέρεται στην αγωγή, η δημόσια πρόσβαση δεν ισοδυναμεί με ελεύθερη αξιοποίηση του περιεχομένου, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για συστηματική εξαγωγή δεδομένων σε μεγάλη κλίμακα. Οι ενάγοντες τονίζουν ότι η πρακτική αυτή μπορεί να υπονομεύσει την αξία της δημιουργικής εργασίας και να δημιουργήσει προηγούμενο για τη χρήση προστατευμένου υλικού χωρίς αποζημίωση.

Η υπόθεση αναδεικνύει τη συνεχιζόμενη ένταση μεταξύ εταιρειών τεχνητής νοημοσύνης και δημιουργών περιεχομένου σχετικά με τα δεδομένα εκπαίδευσης. Πολλοί creators εκφράζουν ανησυχίες ότι τα έργα τους χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη συστημάτων που ενδέχεται να ανταγωνίζονται άμεσα το δικό τους περιεχόμενο, χωρίς διαφάνεια ή οικονομική ανταπόδοση.

Από την πλευρά της, η Amazon έχει δηλώσει ότι το **Nova Reel** εκπαιδεύεται σε επιλεγμένα και αδειοδοτημένα δεδομένα. Ωστόσο, εκπρόσωπος της εταιρείας αρνήθηκε να σχολιάσει περαιτέρω, επισημαίνοντας ότι δεν συζητούνται δημόσια ζητήματα που βρίσκονται σε ενεργή δικαστική διαμάχη. Η εξέλιξη της υπόθεσης αναμένεται να επηρεάσει ευρύτερα τη συζήτηση γύρω από τα πνευματικά δικαιώματα και την εκπαίδευση AI.

Νέα πλατφόρμα Kanaa ενισχύει το e-commerce στη Σαουδική Αραβία

Η **Kanaa** λανσάρεται ως mobile-first πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου στη **Σαουδική Αραβία**, προσφέροντας επιλεγμένα προϊόντα, αυθημερόν παράδοση και εκτεταμένες εγγυήσεις. Η στρατηγική εστιάζει σε ταχύτητα, αξιοπιστία και εμπειρία χρήστη. Η ανάπτυξη στηρίζεται στην αυξανόμενη διείσδυση διαδικτύου, τον νεανικό πληθυσμό και επενδύσεις σε logistics, εντείνοντας τον ανταγωνισμό και ανεβάζοντας τα πρότυπα εξυπηρέτησης στην αγορά.

Σεντσέν: απλοποίηση τελωνειακών διαδικασιών για e-commerce εξαγωγές

Η **Σεντσέν**, η «Σίλικον Βάλεϊ» της Κίνας, προχωρά σε απλοποίηση των τελωνειακών διαδικασιών για εξαγωγές ηλεκτρονικού εμπορίου, εφαρμόζοντας το μοντέλο «επιθεώρηση πρώτα, φόρτωση αργότερα». Ο πρώτος τομέας εποπτείας διασυνοριακού e-commerce τέθηκε σε λειτουργία στις 2 Απριλίου, επιτρέποντας ταχύτερη γραφειοκρατική εκκαθάριση φορτίων. Η πρώτη αποστολή ολοκληρώθηκε ομαλά, σηματοδοτώντας μια πιο αποδοτική διαδικασία για επιχειρήσεις. Σύμφωνα με το αρμόδιο γραφείο εμπορίου, ο χρόνος εκκαθάρισης μειώθηκε πάνω από 50%, ενώ τα επιχειρηματικά κόστη περιορίστηκαν περισσότερο από 30%.

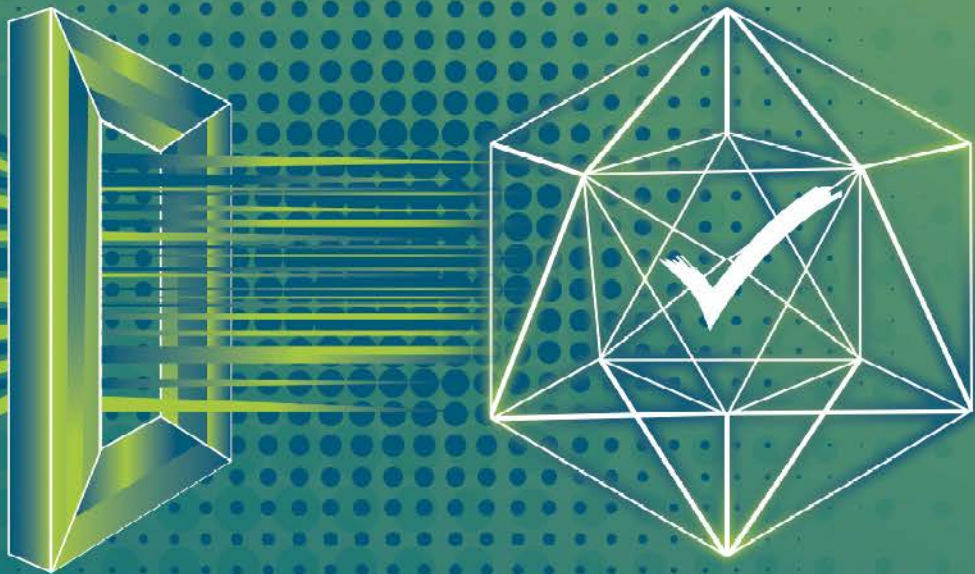




BEYOND COMPLIANCE:

ONLINE
EVENT

TRANSFORMING ESG DATA
INTO OPERATIONAL VALUE



ΠΕΜΠΤΗ 4 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026

WWW.ESGUNIVERSE.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



SmartPress



SmartEvents



SmartPress S.A.



SmartEvents





Η HyperSKU επενδύει 4 εκατ. ευρώ στο BigBuy για ανάπτυξη στο ecommerce

Η παγκόσμια πλατφόρμα προμήθειας και εκπλήρωσης **HyperSKU** ανακοίνωσε ότι έχει επενδύσει στον πρόσφατο διεθνή γύρο χρηματοδότησης του **BigBuy** ύψους 4 εκατομμυρίων ευρώ. Η ισπανική τεχνολογική πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου και dropshipping BigBuy δήλωσε ότι η χρηματοδότηση θα υποστηρίξει περαιτέρω ανάπτυξη.

ΕΕ: Διπλασιασμός δασμών στον εισαγόμενο χάλυβα

Ευρωβουλευτές και κράτη μέλη συμφώνησαν στον **διπλασιασμό των δασμών στον εισαγόμενο χάλυβα** από 25% σε 50%, για προστασία της ευρωπαϊκής βιομηχανίας από φθηνές εισαγωγές. Παράλληλα μειώνονται κατά 47% οι ποσοστώσεις αδασιολόγητων εισαγωγών, στα 18,3 εκατ. τόνους ετησίως. Η απόφαση στοχεύει στην της παγκόσμιας υπερπαραγωγής, αντιμετώπιση κυρίως από την Κίνα, και στην ενίσχυση της σταθερότητας των ευρωπαϊκών παραγωγών.



Το TikTok Shop προετοιμάζεται για είσοδο στην Πολωνία και τη Μπενελοούξ

Το **TikTok Shop** ετοιμάζεται να επεκταθεί στην **Πολωνία**, την **Ολλανδία** και το **Βέλγιο**, σύμφωνα με αγγελίες εργασίας που αναφέρονται σε ομάδα στρατηγικής ετοιμότητας και σε ρόλους υποστήριξης εμπόρων.

Η εταιρεία φαίνεται ότι έχει ήδη δημιουργήσει περιβάλλοντα πωλητών για τις νέες αγορές, χωρίς όμως να έχουν ενεργοποιηθεί ακόμη.

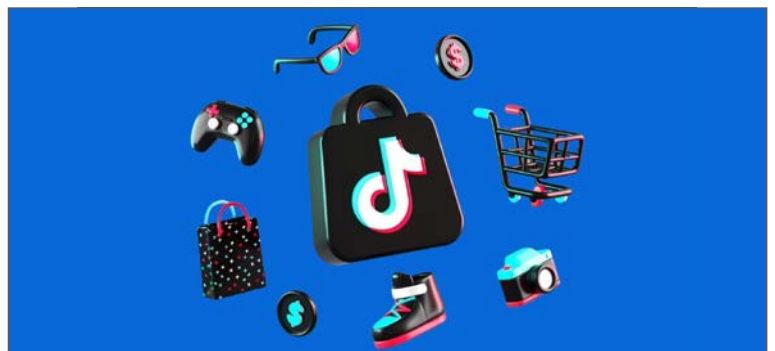
Η πλατφόρμα κοινωνικού εμπορίου της **ByteDance**, που ξεκίνησε το 2021, έχει αναπτυχθεί ταχύτατα, με λανσαρίσματα στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία, την Ιρλανδία και αργότερα σε Γερμανία, Γαλλία και Ιταλία.

Πλέον δραστηριοποιείται σε βασικές ευρωπαϊκές αγορές και εξετάζει μικρότερες χώρες, όπως και τις σκανδιναβικές.

Οι νέες προσλήψεις στοχεύουν στην ένταξη στρατηγικών εμπόρων και στην παροχή τεχνικής καθοδήγησης, με απαίτηση γνώσης πολωνικών ή ολλανδικών για επικοινωνία με τοπικούς συνεργάτες.

Παράλληλα, έχουν εμφανιστεί αναφορές σε σελίδες λογαριασμών πωλητών για τις συγκεκριμένες χώρες, γεγονός που υποδηλώνει επικείμενη έναρξη.

Η αποδοχή του social commerce αυξάνεται στην Ευρώπη, καθώς στο Ηνωμένο Βασίλειο οι καταναλωτές πραγματοποιούν πλέον αγορές μεγαλύτερης αξίας, ενώ στη Γερμανία περίπου το 15% των χρηστών ψωνίζει μέσα σε έναν χρόνο μετά την κυκλοφορία της υπηρεσίας και την ενίσχυση εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις online αγορές πλέον.





Social media: «Stop» για τους κάτω των 15 - Έρχονται πρόστιμα για τις πλατφόρμες

Σε αυστηροποίηση του πλαισίου χρήσης των social media από ανηλικούς προχωρά η κυβέρνηση, θέτοντας όριο ηλικίας τα 15 έτη και μεταφέροντας την ευθύνη συμμόρφωσης στις ίδιες τις πλατφόρμες. Το μέτρο αναμένεται να τεθεί σε εφαρμογή την **1η Ιανουαρίου 2027** και θα συνοδεύεται από κυρώσεις για όσες εταιρείες δεν εφαρμόσουν αποτελεσματικούς μηχανισμούς επαλήθευσης ηλικίας.

Όπως επιβεβαίωσε ο υπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης **Δημήτρης Παπαστεργίου**, η ρύθμιση στοχεύει στην αντιμετώπιση του ψηφιακού εθισμού και στην ενίσχυση της προστασίας των ανηλίκων. Το πλαίσιο αφορά μεγάλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες θα υποχρεωθούν να εντοπίζουν αν ένας λογαριασμός ανήκει σε χρήστη κάτω των 15 ετών και να ζητούν επιβεβαίωση ηλικίας μέσω αξιόπιστων εργαλείων.

Κεντρικό ρόλο στο σχέδιο αναμένεται να διαδραματίσει το **Kids Wallet**, ως ψηφιακός μηχανισμός ασφαλούς ταυτοποίησης. Παρότι η χρήση του δεν μπορεί να επιβληθεί υποχρεωτικά σε ευρωπαϊκό επίπεδο λόγω των κανόνων της ενιαίας αγοράς, η κυβέρνηση το προωθεί ως βασικό εργαλείο επαλήθευσης ηλικίας. Οι πλατφόρμες θα μπορούν να αξιοποιούν και άλλες τεχνολογικές λύσεις, εφόσον διασφαλίζεται η αξιοπιστία της διαδικασίας.

Τσουχτερά πρόστιμα

Το νέο πλαίσιο προβλέπει σημαντικά πρόστιμα για τις εταιρείες που δεν συμμορφώνονται. Οι κυρώσεις θα επιβάλλονται μέσω διασυνοριακής διαδικασίας, καθώς οι περισσότερες πλατφόρμες έχουν έδρα στην **Ιρλανδία**. Σε περίπτωση παραβίασης, θα υποβάλλεται καταγγελία στην **Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων**, η οποία θα ενημερώνει τον αρμόδιο ευρωπαϊκό φορέα και τις αρχές της χώρας εγκατάστασης.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη γενικότερη ευρωπαϊκή συζήτηση για την προστασία των ανηλίκων στο ψηφιακό περιβάλλον. Με την εισαγωγή αυστηρότερων κανόνων, η Ελλάδα επιχειρεί να περιορίσει την ανεξέλεγκτη πρόσβαση ανηλίκων στα social media, ενισχύοντας παράλληλα τη λογοδοσία των πλατφορμών και θέτοντας νέα πρότυπα για την ασφάλεια των παιδιών στο διαδίκτυο.

Το Gemini πέρασε μπροστά από το Perplexity σε επισκεψιμότητα

Το **Google Gemini** κατέκτησε τη δεύτερη θέση επισκεψιμότητας από **AI chatbots**, ξεπερνώντας το **Perplexity**, καταγράφοντας αύξηση άνω του 100% μέσα σε δύο μήνες. Η δυναμική συνδέεται με την κυκλοφορία νέων μοντέλων και βαθύτερη ενσωμάτωση στις υπηρεσίες αναζήτησης. Παρά την κυριαρχία του ChatGPT, το μερίδιο αλλάζει σταδιακά, καθώς τα chatbots εξελίσσονται σε βασικές πύλες traffic.

TikTok και Cameo φέρνουν εξατομικευμένα video από celebrities

Το **TikTok** συνεργάζεται με την **Cameo** για τη δημιουργία εξατομικευμένων video από celebrities, δίνοντας στους θαυμαστές τη δυνατότητα να ζητούν προσωποποιημένα μηνύματα από υπάρχον περιεχόμενο creators. Η κίνηση στοχεύει σε νέα έσοδα και ισχυρότερη σύνδεση κοινού-δημιουργών. Η συνεργασία εντάσσεται στη στρατηγική ανάκαμψης της Cameo μετά τη μεγάλη πτώση αξίας, με υψηλότερα ποσοστά στους creators και στόχο επιστροφή στην κερδοφορία.

Η Axel Accessories στην Geeko Digital

Υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής performance marketing

Η **Axel Accessories** ξεκίνησε συνεργασία με τη **Geeko Digital**, με στόχο να ενισχύσει ουσιαστικά την παρουσία της Axel στο digital περιβάλλον. Η ομάδα της Geeko αναλαμβάνει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής performance marketing. Παράλληλα, μέσα από τη χρήση καινοτόμων εργαλείων που έχει αναπτύξει η Geeko Digital, όπως το Dynamic Creative Optimizer (DCO) και το Comparison Shopping Service (CSS), δίνεται η δυνατότητα για ενίσχυση της εικόνας του brand.



Στην Good Karma ανέθεσε η Tlicker

Νέα συνεργασία ξεκίνησε η **Good Karma** με την **Tlicker**, μια έξυπνη πλατφόρμα task management που βοηθά τις ομάδες να οργανώνουν, να αναθέτουν και να παρακολουθούν τις εργασίες τους πιο γρήγορα και πιο αποτελεσματικά. Η συνεργασία προέκυψε μέσα από την ανάγκη της Tlicker για μια δυναμική και στοχευμένη digital παρουσία, με στόχο την ενίσχυση του brand awareness και την ανάδειξή του σε ευρύτερο κοινό. Σε αυτό το πλαίσιο, η Good Karma δημιούργησε καμπάνια, στην οποία εμφανίζεται ένας εργαζόμενος, ο οποίος αντιμετωπίζει δυσκολία στην επικοινωνία με τον πελάτη.

Globalsat & Padu για λύσεις digital signage

Η **Globalsat** και η **Padu Business** ξεκινούν συνεργασία για την παροχή ολοκληρωμένων λύσεων digital signage, δημιουργώντας ένα ενιαίο οικοσύστημα που συνδυάζει εξοπλισμό, λογισμικό και διαχείριση περιεχομένου. Οι υπηρεσίες καλύπτουν από την εγκατάσταση έως τη λειτουργική υποστήριξη, απευθυνόμενες σε λιανεμπόριο και χώρους υψηλής επισκεψιμότητας. Στόχος είναι πιο στοχευμένη επικοινωνία με το κοινό και βελτιστοποίηση της εμπειρίας πελάτη μέσω δεδομένων.

Kovald και Marque σε συνεργασία για ενίσχυση digital παρουσίας

Η **Kovald** ανακοινώνει συνεργασία με τη **Marque**, premium fashion brand ανδρικής ένδυσης, με στόχο την ενίσχυση του brand positioning και την ανάπτυξη ολοκληρωμένου digital marketing οικοσυστήματος. Η συνεργασία επικεντρώνεται στη μετάφραση της αισθητικής ταυτότητας της Marque σε μετρήσιμα αποτελέσματα. Στόχος είναι η στρατηγική ανάπτυξη, η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και η δημιουργία συνεπούς εμπειρίας σε όλα τα ψηφιακά σημεία επαφής.

Θα γίνουν οι διαφημίσεις στο ChatGPT βασικό μέρος του performance media mix;



Οι διαφημίσεις στο **ChatGPT** σηματοδοτούν την έναρξη της μεγάλης κλίμακας εμπορικής αξιοποίησης των μεγάλων γλωσσικών μοντέλων. Βραχυπρόθεσμα, είναι πιθανό να προσελκύσουν

σημαντικές επενδύσεις: το κοινό είναι μεγάλο και αυξανόμενο, τα σήματα πρόθεσης είναι ισχυρά και οι marketers έχουν σαφή στρατηγικό λόγο να δοκιμάσουν το νέο αυτό περιβάλλον. Όμως το κρίσιμο ερώτημα δεν είναι αν θα προσελκύσουν αρχικές δαπάνες, αλλά αν θα εξελιχθούν σε σταθερό στοιχείο του performance media mix.

Η ιστορία δείχνει ότι κάθε νέο κανάλι ακολουθεί παρόμοια πορεία. Αρχικά εμφανίζει δυναμική και οι προϋπολογισμοί αυξάνονται. Με τον χρόνο, όμως, η καινοτομία χάνει τη λάμψη της και το βασικό κριτήριο γίνεται η μετρήσιμη απόδοση σε σύγκριση με τα υπόλοιπα κανάλια. Τότε κρίνεται αν ένα νέο περιβάλλον θα καθιερωθεί ή θα παραμείνει σε φάση δοκιμής.

Παρόμοια εξέλιξη παρατηρήθηκε στο mobile και αργότερα στο connected TV, όπου η κατακερματισμένη μέτρηση καθυστέρησε τη μεταφορά budgets. Τα LLMs αναμένεται να αντιμετωπιστούν με τα ίδια αυστηρά standards, ιδιαίτερα καθώς απορροφούν δραστηριότητα που ανήκε στην αναζήτηση, έναν από τους πιο καθαρούς performance χώρους στο marketing.

Οι πιο επιτυχημένες διαφημιστικές πλατφόρμες, παρότι λειτουργούν ως "walled gardens", υιοθέτησαν συνεργασίες με ανεξάρτητους παρόχους μέτρησης ώστε να επιτρέπουν συγκρισιμότητα μεταξύ καναλιών. Αυτή η δυνατότητα είναι κρίσιμη για τη μετακίνηση προϋπολογισμών και την ενσωμάτωση σε omnichannel στρατηγικές. Τα LLMs αποτελούν νέο τρόπο αλληλεπίδρασης, συμπυκνώνοντας ανακάλυψη, αξιολόγηση και δράση σε μία διεπαφή. Αυτό μπορεί να μεταβάλει τη διαδρομή των καταναλωτών και να ανακαταλείψει τη ζήτηση. Για τον λόγο αυτό, η ενιαία και ανεξάρτητη μέτρηση από την αρχή είναι απαραίτητη. Αν επιτευχθεί, οι διαφημίσεις στα LLMs μπορούν να εξελιχθούν από πειραματικό budget σε κανονικοποιημένο μέρος της σύγχρονης media στρατηγικής.

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

