

E-COMMERCE NEWS

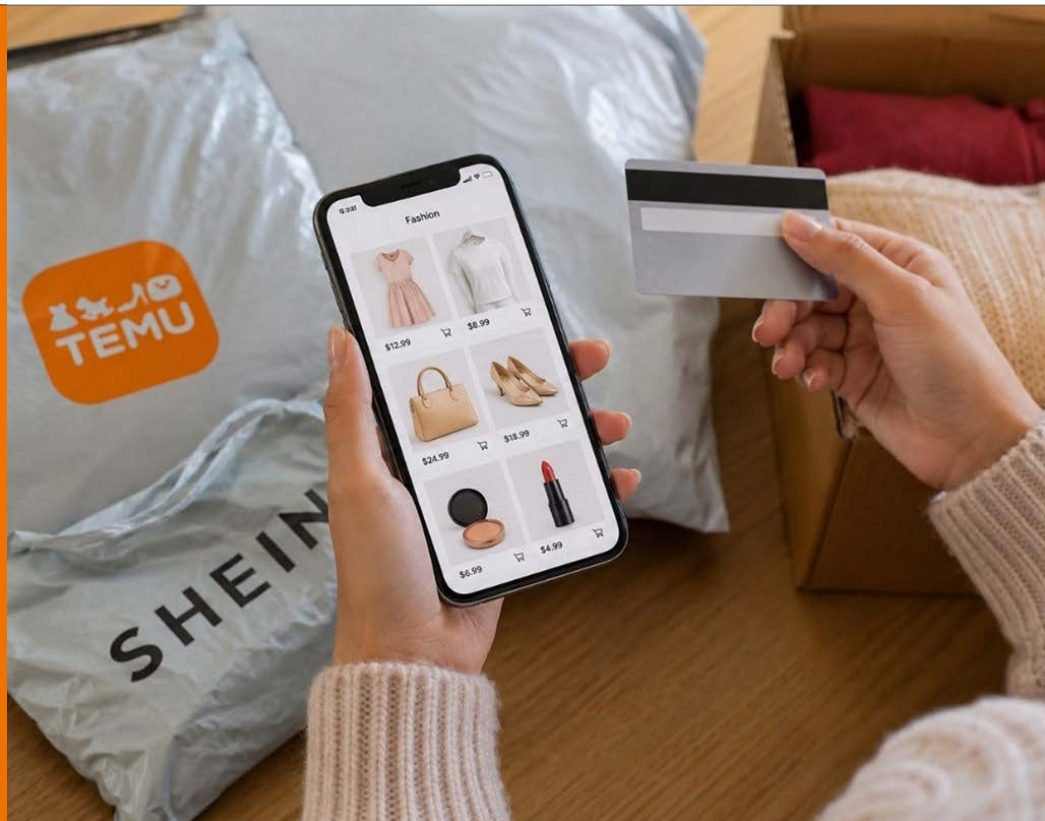
DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 4 / 6 / 2026

COMING SOON

Νέο τέλος €3 στα μικροδέματα από Κίνα

Από την 1η Ιουλίου, η Ευρωπαϊκή Ένωση επιβάλλει τέλος 3 ευρώ σε μικροδέματα αξίας έως 150 ευρώ από χώρες εκτός Ε.Ε., βάζοντας «φρένο» σε φθηνές αγορές από Temu και Shein.



L'ORÉAL
HELLAS


skroutz

10 Brands • 10 Official Stores • 1 Marketplace

Στρατηγική συνεργασία Skroutz - L'Oréal Hellas

Το Skroutz και η L'Oréal Hellas ξεκινούν **στρατηγική συνεργασία**, με την εταιρεία να μπαίνει απευθείας στην πλατφόρμα μέσω επίσημων ηλεκτρονικών καταστημάτων. Οι καταναλωτές βρίσκουν brands όπως **Cerave, Vichy, Maybelline** και **Kérastase**, ενώ η L'Oréal συμμετέχει στο **Fulfilled by Skroutz**, με **Priority Delivery**.

LAST MINUTE

- 01** Η Διακίνησης Κρήτης δημιουργεί νέα μονάδα logistics στο Ηράκλειο, επένδυσης 4,5 εκατ. ευρώ, με κρατική ενίσχυση 2,5 εκατ.
- 02** Ο επικεφαλής υγείας της Amazon αποχωρεί, ενώ ο συνιδρυτής της Amwell, Ρόι Σένμπεργκ, αναλαμβάνει την ηγεσία τον Ιούλιο.
- 03** Η Amazon διαθέτει την τεχνολογία AI shopping σε άλλους retailers, επιδιώκοντας να γίνει βασικός πάροχος εργαλείων ηλεκτρονικού εμπορίου.
- 04** Η Costco κατέγραψε ρεκόρ πωλήσεων καυσίμων στο γ' τρίμηνο, ενώ αναμένει επιστροφές δασμών λόγω μακροοικονομικών πιέσεων.
- 05** Η DHL και η USPS υπέγραψαν πολυετή συμφωνία 10 δισ. δολαρίων για ενίσχυση της παράδοσης τελευταίου μιλίου στις ΗΠΑ πανεθνικά.

Υψηλή Ποιότητα | 100% Εγγύηση | Next Day Παράδοση | Υποστήριξη B2B

123ink.gr

Εξοικονόμησε έως και 70% σε μελάνια & toner

Εξόπλισε την επιχείρησή σου εύκολα
και οικονομικά, με άμεση παράδοση.

Ανακάλυψε μια μεγάλη ποικιλία σε
εκτυπωτές και είδη γραφείου.



211 19 98 568



info@123ink.gr



123ink.gr

Ακολούθησε μας:



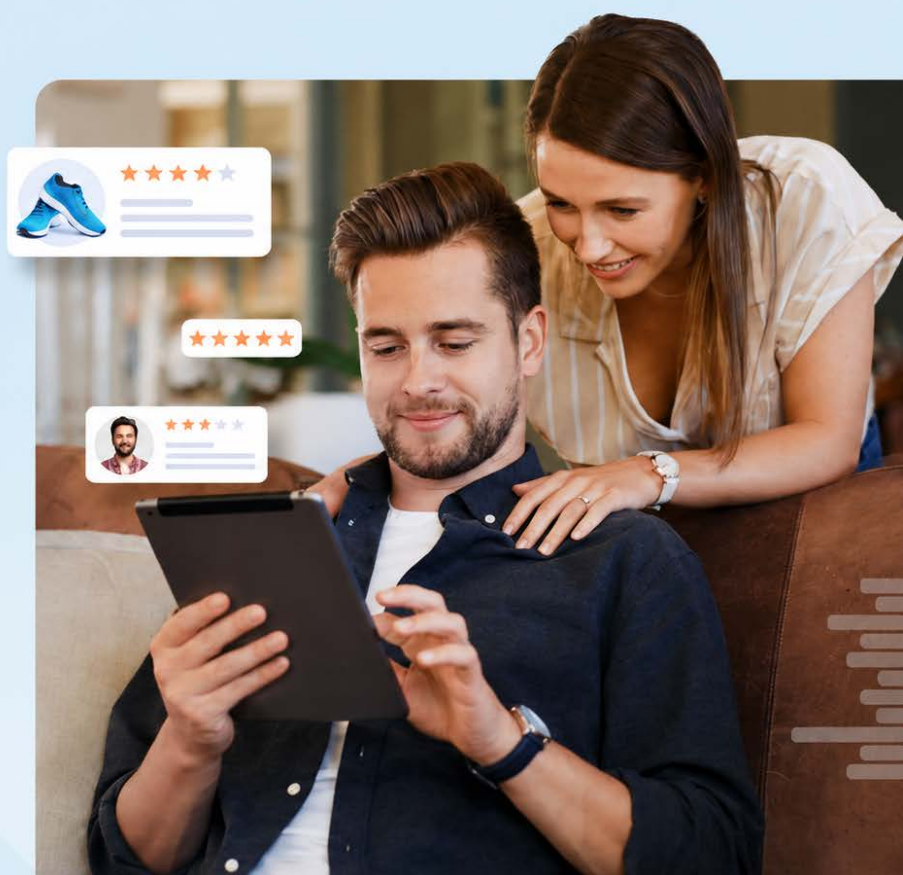
Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου 2026

Η συμπεριφορά του
Έλληνα Καταναλωτή
στις Διαδικτυακές Αγορές

GRECA
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

THE E-BUSINESS RESEARCH CENTER
ELTRUN
A JWCENTRO OF BSB & ARES

eQuality



ΣΕ ΝΕΑ ΦΑΣΗ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ E-COMMERCE Η ακρίβεια αλλάζει τις online αγορές

Σε περίοδο **ωρίμανσης** φαίνεται πως περνά το ελληνικό **ηλεκτρονικό εμπόριο** το **2026**, καθώς η πίεση από την **ακρίβεια**, η συγκράτηση της κατανάλωσης και η επιβράδυνση στο Λιανεμπόριο περιορίζουν τους έντονους ρυθμούς ανάπτυξης που είχαν καταγραφεί τα προηγούμενα χρόνια.

Παρότι οι **online αγορές** έχουν πλέον ενταχθεί δυναμικά στην καθημερινότητα των καταναλωτών, η συνολική αξία της αγοράς εκτιμάται ότι θα κινηθεί κοντά στα επίπεδα του **2025**, δείχνοντας πως ο κλάδος εισέρχεται σε μια πιο σταθερή, αλλά και πιο απαιτητική περίοδο.

Σύμφωνα με τη νέα έρευνα του **GR.EC.A.** και του **ELTRUN** του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, οι Έλληνες καταναλωτές συνεχίζουν να αγοράζουν συχνά από το διαδίκτυο, ωστόσο εμφανίζονται πιο **προσεκτικοί**, πιο **επιλεκτικοί** και περισσότερο προσανατολισμένοι στην **τιμή**, την **αξιοπιστία**, την **ευκολία** και την ποιότητα της εξυπηρέτησης.

Το **77,6%** των καταναλωτών δηλώνει ότι πραγματοποιεί συχνά ή πολύ συχνά ηλεκτρονικές αγορές, ποσοστό ελαφρώς αυξημένο σε σχέση με το **2025**. Την ίδια στιγμή, μόλις το **0,5%** αναφέρει ότι

«δεν ψωνίζει ποτέ online», γεγονός που επιβεβαιώνει ότι το **e-commerce** έχει καθιερωθεί ως βασικό κανάλι αγορών.

Η πρόεδρος του **GR.EC.A.**, **Κατερίνα Φραιδάκη**, σημείωσε ότι η αυξημένη συχνότητα των online αγορών και η ενίσχυση της μέσης μηνιαίας δαπάνης αποτυπώνουν την εμπιστοσύνη που έχουν κερδίσει τα ηλεκτρονικά καταστήματα, μέσα από επενδύσεις στην **ασφάλεια συναλλαγών**, την **ποιότητα υπηρεσιών** και τη συνολική **εμπειρία πελάτη**.

Ωστόσο, τα στελέχη της αγοράς επισημαίνουν ότι η ανάπτυξη έχει πλέον χαμηλότερη ταχύτητα. Το πρώτο τρίμηνο του έτους κινήθηκε πιο υποτονικά, καθώς η οικονομική αβεβαιότητα και η πίεση στο διαθέσιμο εισόδημα επηρεάζουν τις αγοραστικές αποφάσεις. Για το σύνολο του **2026**, η αγορά εκτιμάται ότι θα κλείσει οριακά υψηλότερα ή κοντά στα επίπεδα της προηγούμενης χρονιάς.

Ιδιαίτερα θετική εικόνα παρουσιάζει ο κλάδος του **ηλεκτρονικού φαρμακείου** και των προϊόντων **προσωπικής φροντίδας**, ο οποίος συνεχίζει να αναπτύσσεται δυναμικά. Η συγκεκριμένη κατηγορία ενισχύθηκε στο **58,9%** το 2026, από περίπου **56,5%** το

2025, δείχνοντας ότι οι καταναλωτές εξακολουθούν να εμπιστεύονται το διαδίκτυο για αγορές υγείας, ομορφιάς και καθημερινής φροντίδας.

Σημαντική άνοδος καταγράφηκε και στην **ένδυση** και **υπόδηση**, που αναδείχθηκαν στην κορυφαία κατηγορία online αγορών. Το **75,7%** των καταναλωτών αγοράζει πλέον ρούχα και παπούτσια μέσω διαδικτύου, ξεπερνώντας ακόμη και τις κατηγορίες που συνδέονται με ταξίδια και διαμονή.

Η δυναμική αυτή αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στις συνεχείς **προσφορές**, τις **εκπτώσεις** και τις εμπορικές ενέργειες των επιχειρήσεων μόδας, οι οποίες προσπαθούν να διατηρήσουν τη ζήτηση σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Παράλληλα, η πίεση από διεθνείς πλατφόρμες χαμηλού κόστους οδηγεί τις ελληνικές επιχειρήσεις σε πιο ευέλικτες στρατηγικές τιμολόγησης.

Πτώση στο delivery

Αντίθετα, πώση εμφανίζει η online παραγγελία **φαγητού** και **καφέ**, με τις υπηρεσίες delivery να καταγράφουν μείωση περίπου **9%**. Το αυξημένο κόστος φαίνεται πως οδηγεί αρκετούς καταναλωτές στον περιορισμό των συχνών παραγγελιών, ενώ παράλληλα ενισχύεται η τάση για μαγείρεμα στο σπίτι και αναζήτηση συνταγών online.

Παρά τη συνολική συγκράτηση της κατανάλωσης, ένα μέρος των καταναλωτών αυξάνει τις δαπάνες του. Το ποσοστό όσων ξοδεύουν **1.000 έως 2.000 ευρώ** τον μήνα σε online αγορές ανέβηκε στο **6%**, από **2%** πέρυσι, ενώ άνοδος καταγράφεται και στην κατηγορία δαπανών **500-1.000 ευρώ**. Τα ελληνικά **e-shops** διατηρούν ισχυρή παρουσία, καθώς περίπου το **85%** των online αγορών πραγματοποιείται από ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα. Οι βασικοί λόγοι είναι η μεγαλύτερη **εμπιστοσύνη**, οι πιο γρήγορες **παραδόσεις** και η καλύτερη εξυπηρέτηση μετά την αγορά.



Ενισχύεται ο ρόλος των διεθνών marketplaces

Την ίδια στιγμή, όμως, ενισχύεται ο ρόλος των διεθνών **marketplaces** και των πλατφορμών σύγκρισης τιμών. Ένας στους 2 καταναλωτές δηλώνει ότι χρησιμοποιεί marketplaces για περισσότερες από τις μισές online αγορές του, ενώ 8 στους 10 έχουν πραγματοποιήσει αγορές από χώρες εκτός Ελλάδας.

Ο ανταγωνισμός από ultra low-cost πλατφόρμες, όπως η **Shein**, συνεχίζει να προβληματίζει τις ελληνικές επιχειρήσεις. Οι νέες ευρωπαϊκές ρυθμίσεις, μεταξύ των οποίων η πρόσθετη χρέωση ανά μικροδέμα από τρίτες χώρες, εκτιμάται ότι μπορεί να περιορίσουν μέρος του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Παράλληλα, οι επιχειρήσεις του κλάδου προετοιμάζονται για νέες επιβαρύνσεις που σχετίζονται με το **sustainable packaging**, ενώ το **omnichannel** μοντέλο καθιερώνεται ως βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι καταναλωτές κινούνται πλέον με άνεση ανάμεσα σε φυσικά και ψηφιακά κανάλια, αναζητώντας πληροφορίες online και ολοκληρώνοντας την αγορά είτε ψηφιακά είτε σε κατάστημα.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, οι επιχειρήσεις επενδύουν σε **logistics**, **αυτοματισμούς** και εργαλεία **τεχνητής νοημοσύνης**, με στόχο τη μείωση του κόστους και τη βελτίωση της εξυπηρέτησης. Το **AI** μπορεί να ενισχύσει την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων, υποστηρίζοντας διαδικασίες όπως μεταφράσεις, περιγραφές προϊόντων και customer service.

Η **τιμή** παραμένει καθοριστικός παράγοντας για τον καταναλωτή, αλλά δεν είναι πλέον το μοναδικό κριτήριο. Η **εμπιστοσύνη**, η **ταχύτητα παράδοσης**, η **εμπειρία χρήσης** και η **ποιότητα εξυπηρέτησης** αναδεικνύονται σε βασικά στοιχεία επιτυχίας για τα ηλεκτρονικά καταστήματα στη νέα εποχή του ελληνικού **e-commerce**.

HUAWEI **IdeaHub** Makes Ideas Possible



Smart choice for enterprise digital office



IdeaHub S2



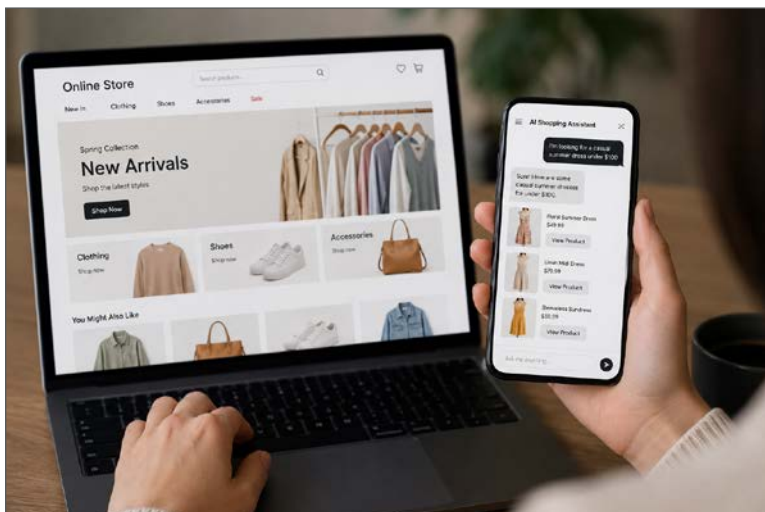
HUAWEI IdeaHub B3

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





Η AI μεταμορφώνει την αναζήτηση και τις πωλήσεις στο e-commerce

Η **Τεχνητή Νοημοσύνη** ενισχύει σταθερά την παρουσία της στο **ηλεκτρονικό εμπόριο**, αλλάζοντας τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αναζητούν προϊόντα και καταλήγουν σε αγορά. Νέα στοιχεία της **Adobe** δείχνουν ότι οι χρήστες που φτάνουν σε ηλεκτρονικά καταστήματα μέσω εργαλείων AI έχουν πλέον μεγαλύτερη πιθανότητα να ολοκληρώσουν συναλλαγή σε σχέση με όσους χρησιμοποιούν παραδοσιακές μηχανές αναζήτησης.

Η τάση αυτή αποτυπώνει μια σημαντική αλλαγή στη συμπεριφορά του online καταναλωτή. Αντί για απλή αναζήτηση με λέξεις-κλειδιά και σύγκριση πολλών αποτελεσμάτων, οι χρήστες απευθύνονται σε **AI assistants**, chatbots και συνομιλιακά εργαλεία, ζητώντας άμεσες προτάσεις και πιο στοχευμένες απαντήσεις. Συχνά, οι απαντήσεις αυτές συνοδεύονται από συνδέσμους αγοράς, μειώνοντας τα βήματα μέχρι την τελική απόφαση.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Adobe για τον **Μάιο**, το ποσοστό μετατροπής επισκέψεων σε αγορές μέσω εργαλείων AI αυξήθηκε κατά **182%** σε ετήσια βάση. Σε σύγκριση με τον **Ιανουάριο του 2024**, η άνοδος φτάνει το **543%**, γεγονός που δείχνει πόσο γρήγορα ενσωματώνεται η τεχνολογία στην αγοραστική διαδικασία.

Την ίδια στιγμή, η επισκεψιμότητα προς e-shops από εργαλεία **τεχνητής νοημοσύνης** αυξήθηκε κατά **393%**, επιβεβαιώνοντας ότι η AI εξελίσσεται σε νέο κανάλι εισόδου για το **online shopping**. Επιπλέον, το **70%** των χρηστών που αξιοποιούν AI assistants δηλώνει ότι τους χρησιμοποιεί ως βασική πηγή έρευνας πριν από αγορά.

Για τις επιχειρήσεις, η εξέλιξη αυτή δημιουργεί νέες ανάγκες σε περιεχόμενο, τεχνική βελτιστοποίηση και προσωποποιημένη εξυπηρέτηση. Τα e-shops καλούνται να προσαρμόσουν τη στρατηγική τους, ώστε να εμφανίζονται σωστά και μέσα στα νέα AI-driven περιβάλλοντα αναζήτησης.

Έτσι, η **AI** δεν λειτουργεί πλέον μόνο ως εργαλείο πληροφόρησης, αλλά ως κρίσιμος παράγοντας που επηρεάζει την **εμπειρία πελάτη**, τις **πωλήσεις** και τη στρατηγική των e-shops στη νέα ψηφιακή αγορά σήμερα.

Σταθερή ανάπτυξη για το e-commerce στην Κίνα

Το **ηλεκτρονικό εμπόριο** στην **Κίνα** συνέχισε την ανοδική του πορεία το **α' τετράμηνο του 2026**, σύμφωνα με το υπουργείο Εμπορίου. Οι online λιανικές πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών αυξήθηκαν κατά **6,6%**, ενώ οι πωλήσεις αγροτικών προϊόντων μέσω διαδικτύου ενισχύθηκαν κατά **12,2%**. Το e-commerce παραμένει βασικός μοχλός ανάπτυξης της κινεζικής κατανάλωσης.

Χαμηλή χρήση IRIS στα φυσικά καταστήματα

Οι πληρωμές με **IRIS** στα φυσικά καταστήματα παραμένουν περιορισμένες, παρότι η δυνατότητα έγινε υποχρεωτική για τους εμπόρους. Στο πεντάμηνο **Ιανουαρίου-Μαΐου 2026**, οι συναλλαγές έφτασαν περίπου τις **270.000**, αξίας έως **11 εκατ. ευρώ**. Αντίθετα, στο **e-commerce** το IRIS αναπτύσσεται ταχύτερα, με **5,3 εκατ. συναλλαγές** και αξία **458 εκατ. ευρώ**, καθώς προσφέρει πιο οικεία εμπειρία χρήσης.

Νέα συνεργασία BestPrice και Freenow

Το **BestPrice** και το **Freenow by Lyft** ξεκινούν **στρατηγική συνεργασία**, συνδέοντας την **έξυπνη έρευνα αγοράς** με τη **σύγχρονη αστική μετακίνηση**. Η συνεργασία εμπλουτίζει το πρόγραμμα **BestPrice Credits Club**, προσφέροντας στα μέλη **αποκλειστικό δώρο** για την επόμενη διαδρομή τους με Freenow. Έτσι, η ενεργή συμμετοχή στην πλατφόρμα του **BestPrice** μετατρέπεται σε **καθημερινό όφελος**, δημιουργώντας μια νέα εμπειρία αξίας για τους καταναλωτές και ενισχύοντας τη σύνδεση μεταξύ **digital αγορών** και μετακίνησης.





Γίνετε σήμερα συνεργάτης της NEXUS B2B

Ενισχύστε την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησής σας και προσφέρετε μεγαλύτερη ποικιλία στους πελάτες σας μέσα από χιλιάδες επώνυμα προϊόντα σε κατηγορίες όπως:

- Ανταλλακτικά υπολογιστών (κάρτες γραφικών, μητρικές κάρτες, σκληροί δίσκοι, επεξεργαστές, οθόνες κτλ.)
- Τηλεοράσεις
- Αναλώσιμα (γνήσια μελάνια, toners κτλ.)
- Παιδικά παιχνίδια (Lego, Playmobil κτλ.)
- Εργαλεία (για κάθε επαγγελματία)

και πολλές ακόμη κατηγορίες προϊόντων.

Τι προσφέρει η NEXUS B2B

- Ανταγωνιστικές χονδρικές τιμές
- Υψηλή διαθεσιμότητα χιλιάδων προϊόντων μέσω του ευρωπαϊκού δικτύου προμηθευτών μας
- Express παράδοση διαθέσιμων κωδικών εντός μίας εργάσιμης ημέρας, καθώς και Standard αποστολές για ογκώδη προϊόντα
- Απόλυτη διαφάνεια στο κόστος μεταφορικών
- Πανευρωπαϊκή εγγύηση προϊόντων
- Πλήρη ποιοτικό έλεγχο πριν από κάθε αποστολή στις εγκαταστάσεις μας, σε σύγχρονο χώρο 800 τ.μ. με χρήση scanners και συστημάτων παρακολούθησης
- Ολοκληρωμένη οργανωτική δομή με εξειδικευμένα τμήματα πωλήσεων, marketing, παραγγελιών, τιμολόγησης, αποθήκης και RMA
- Εσωτερικό τηλεφωνικό κέντρο και λογιστήριο, με ξεχωριστό τμήμα controlling σε συνεχή συνεργασία με μεγάλο εξωτερικό λογιστικό γραφείο για άμεση και αποτελεσματική εξυπηρέτηση
- Πρόσβαση σε περισσότερους από 40 προμηθευτές σε όλη την Ευρώπη μέσω συνεργατών μας στην Ελλάδα
- Εξειδίκευση στη χονδρική

Η NEXUS B2B δραστηριοποιείται με επιτυχία στην ελληνική αγορά από το 2023, εξυπηρετώντας δεκάδες επαγγελματίες συνεργάτες B2B.

Σχέσεις συνεργασίας με διάρκεια

Στη NEXUS B2B επενδύουμε στη σωστή επικοινωνία, στην κατανόηση των αναγκών της αγοράς και στη δημιουργία μακροχρόνιων συνεργασιών που βασίζονται στην αξιοπιστία, τη συνέπεια και τον επαγγελματισμό.

Ξεχωρίζουμε για:

- τη συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών μας,
- την ευελιξία στις ανάγκες των συνεργατών μας, και
- τη διαρκή προσαρμογή στις εξελίξεις της αγοράς

Ενδιαφέρεστε να συνεργαστούμε;

Επικοινωνήστε μαζί μας στο info@nexusb2b.gr για να προγραμματίσουμε μία συνάντηση γνωριμίας και να σας παρουσιάσουμε αναλυτικά τους όρους και τη φιλοσοφία συνεργασίας μας.

Για περισσότερες πληροφορίες:

**NEXUS B2B
ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ
Ι.Κ.Ε**

(NEXUS B2B SINGLE
MEMBER P.C.)

☎ +302104404285
ΑΦΜ 802256980

ΓΕΜΗ 173103001000
ΔΟΥ ΚΕΦΟΔΕ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ 4 ΚΑΙ
ΣΗΤΕΙΑΣ

ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ
Τ.Κ 14451

ΕΝΑΡΞΗ: 31/10/2023

<https://nexusb2b.gr/>

info@nexusb2b.gr



**NEXUS
B2B**

ΤΟ ΤΙΚ ΤΟΚ SHOP ΕΡΧΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όλα όσα πρέπει να γνωρίζεις για αυτή την είσοδο**Τί σημαίνει πρακτικά για τις επιχειρήσεις;**

Ένα καινούριο κανάλι πωλήσεων εμφανίζεται μπροστά μας. Το social commerce δεν υπάρχει σε αυτή τη μορφή και είναι σίγουρο ότι οι πρώτοι που θα μπου θα έχουν μεγάλο πλεονέκτημα.

Σε όποια Ευρωπαϊκή χώρα δοκιμάστηκε, στην αρχή τα νούμερα ήταν συγκρατημένα καθώς ο κόσμος χρειάζεται κάποιο διάστημα για να το συνηθίσει, στην πορεία μας ήταν πολύ εντυπωσιακά.

Συγκεκριμένα:

- Το live shopping στο Tik Tok Shop μετατρέπει σε αγορά με ποσοστό **8-12%**, έναντι 2-4% του παραδοσιακού e-commerce.
- Ο μέσος χρόνος από το scroll ως το checkout είναι **κάτω από 4 λεπτά**.

Σαν διαδικασία μετά την εγγραφή, θα πρέπει να γίνει η διασύνδεση του site με την πλατφόρμα (όπως σε κάθε marketplace). Σύντομα θα μπορούν οι εταιρείες, με μια μόνο εγγραφή να πουλάνε σε όλες τις Ευρωπαϊκές αγορές.

Ευκαιρία για τους creators

Οι creators έχουν μπροστά τους μια τεράστια ευκαιρία. Οι εταιρείες, ειδικά στην αρχή, θα δυσκολευτούν να οργανώσουν το live, οπότε είναι μια ευκαιρία να το παρέχουν σαν υπηρεσία.

Παράλληλα μπορούν μέσα από το κανάλι τους να προωθήσουν προϊόντα είτε σε απευθείας συνεργασία με τις εταιρείες, είτε μέσα από το affiliate πρόγραμμα της πλατφόρμας.

Τελικό checklist

- Το Tik Tok Shop έρχεται, φρόντισε να προετοιμαστείς κατάλληλα!
- Φρόντισε να κάνεις την εγγραφή σου στην πλατφόρμα.
- Συνεννοήσου με τον προγραμματιστή σου για τη διασύνδεση.
- Ετοιμάσου για να βγεις live στο Tik Tok.
- Φτιάξε μια λίστα με creators που θα μπορούσες να συνεργαστείς.

Κισκιπελής Γιάννης,

Ecommerce consultant

Founder @Upcommerce Group

TikTok Shop

Το Tik Tok είναι περισσότερο γνωστό στη χώρα μας ως ένα κοινωνικό δίκτυο, παρόλα αυτά αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα marketplaces παγκοσμίως (Top 3 σε τζίρο). Το global GMV του για το 2025 έφτασε τα **\$64,3 δισ.**, και για το 2026 προβλέπεται να ξεπεράσει τα **\$112,2 δισ.** Προσέλκυσε περίπου **71,4 εκατ. αγοραστές** το 2025. Παγκοσμίως υπάρχουν πλέον **πάνω από 15 εκατ. merchants**

Τί σημαίνει πρακτικά για τους χρήστες;

Θα ανοίξει μέσα στο προφίλ σου το tab shop ανάμεσα στο for you και στο followers. Εκεί μέσα θα βλέπεις τα προϊόντα, με μια αρχική οθόνη και σε κατηγορίες. Η εμπειρία περιήγησης μοιάζει αρκετά με τα υπόλοιπα Κινέζικα marketplaces. Η αγορά γίνεται μέσα στην πλατφόρμα.

Επιπλέον θα μπορείς να βλέπεις live streaming εταιρειών και creators, (ίσως δούμε και dedicated κανάλια στο μέλλον) και μέσα από εκεί θα μπορείς να κάνεις απευθείας checkout χωρίς να φύγεις από την πλατφόρμα.



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



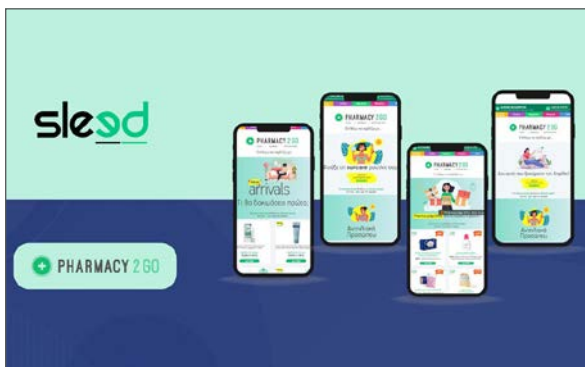


Εμπορικός Σύλλογος Πειραιώς: Το πρόστιμο στην Temu φέρνει ξανά στο προσκήνιο τους ίσους όρους

Ο Εμπορικός Σύλλογος Πειραιώς τονίζει την ανάγκη για **ενιαίους κανόνες** στην ευρωπαϊκή αγορά, μετά το πρόστιμο **200 εκατ. ευρώ** στην **Temu**. Όπως επισημαίνει, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις τηρούν αυστηρές υποχρεώσεις σε **ασφάλεια προϊόντων**, φορολογία και προστασία καταναλωτή, ενώ οι μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες πρέπει να ελέγχονται με τον ίδιο τρόπο. Η ανάπτυξη του **e-commerce** απαιτεί διαφάνεια, εποπτεία και θεμιτό ανταγωνισμό για όλους.

Pharmacy2go και Sleed επενδύουν στο CRM

Το **Pharmacy2go** ανέθεσε στη **Sleed** ολοκληρωμένη **data-driven CRM στρατηγική**, με έμφαση στα **marketing automations**, τα δεδομένα και το **customer journey**. Στόχος είναι η ενίσχυση της **πιστότητας**, του **LTV** και της **προσωποποιημένης επικοινωνίας** με τους πελάτες, σε κάθε στάδιο αγοράς.



Βαρύ πρόστιμο στην Temu για τους ελέγχους προϊόντων

Η **Ευρωπαϊκή Ένωση** επέβαλε πρόστιμο **200 εκατ. ευρώ** στην **Temu**, βάζοντας στο επίκεντρο το ζήτημα της **ασφάλειας προϊόντων** στα διεθνή **marketplaces**. Η πλατφόρμα κατηγορείται ότι δεν αξιολόγησε επαρκώς τους κινδύνους που συνδέονται με **παράνομα ή μη ασφαλή προϊόντα** τα οποία διατίθενται σε καταναλωτές εντός της **ΕΕ**.

Σύμφωνα με την **Ευρωπαϊκή Επιτροπή**, η Temu δεν προχώρησε με την απαραίτητη επιμέλεια στον εντοπισμό, την ανάλυση και την αντιμετώπιση των συστημικών κινδύνων που δημιουργούνται από προϊόντα τα οποία δεν συμμορφώνονται με την ευρωπαϊκή νομοθεσία. Η έρευνα έδειξε ότι αρκετά είδη απέτυχαν σε **ελέγχους ασφαλείας**, γεγονός που αυξάνει την ανησυχία για την προστασία των καταναλωτών.

Στα προβληματικά προϊόντα περιλαμβάνονται **μη ασφαλείς φορτιστές** και **παιδικά παιχνίδια** με χημικές ουσίες πάνω από τα νόμιμα όρια ή με χαρακτηριστικά που ενδέχεται να προκαλέσουν κίνδυνο ασφυξίας.

Το πρόστιμο επιβλήθηκε στο πλαίσιο του **Digital Services Act**, που θέτει αυξημένες υποχρεώσεις στις πολύ μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες. Οι εταιρείες αυτές οφείλουν να αναγνωρίζουν κινδύνους, να λαμβάνουν μέτρα και να διασφαλίζουν μεγαλύτερη **διαφάνεια** απέναντι σε αρχές, χρήστες και καταναλωτές.

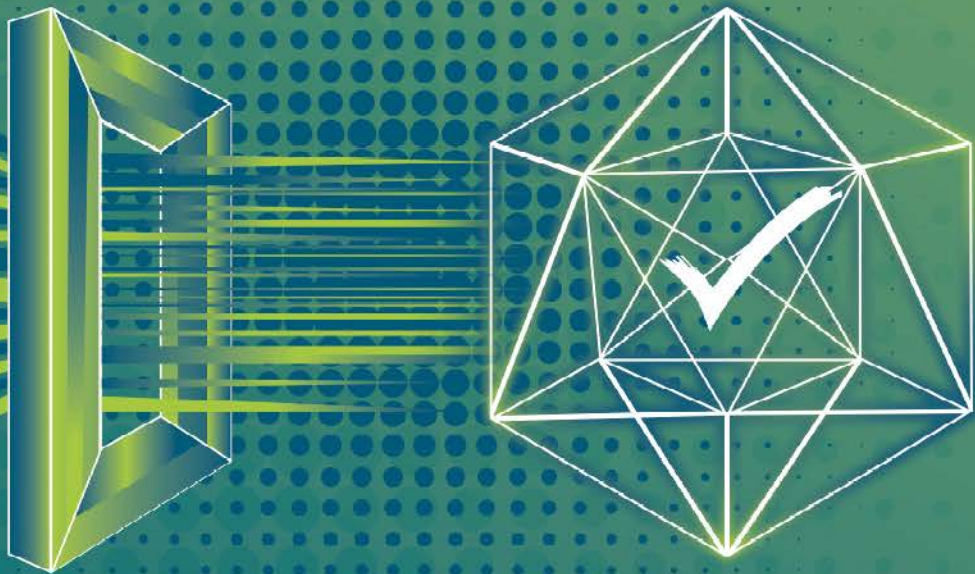
Η Temu, που δραστηριοποιείται στην Ευρώπη από το **2023**, χαρακτήρισε υπερβολική την απόφαση, υποστηρίζοντας ότι αφορά παλαιότερη αξιολόγηση και όχι τις σημερινές διαδικασίες της. Η υπόθεση αναδεικνύει την ανάγκη για αυστηρότερη εποπτεία, ίσους κανόνες και μεγαλύτερη υπευθυνότητα στο **ηλεκτρονικό εμπόριο**. Παράλληλα, ενισχύεται η πίεση προς όλες τις πλατφόρμες για καλύτερους μηχανισμούς **συμμόρφωσης**.



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 Amazon επένδυσε 17 δισ. ευρώ στο Ηνωμένο Βασίλειο

Η Amazon επένδυσε το 2025 πάνω από **17 δισεκατομμύρια ευρώ** στο **Ηνωμένο Βασίλειο**, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική σημασία της βρετανικής αγοράς για τον όμιλο. Η κίνηση αυτή εντάσσεται σε ευρύτερο επενδυτικό σχέδιο, καθώς η εταιρεία έχει ανακοινώσει ότι θα διαθέσει συνολικά **46 δισεκατομμύρια ευρώ** έως το τέλος του 2027.

Σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία της Amazon, το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελεί πλέον την **τρίτη μεγαλύτερη αγορά** της παγκοσμίως, μετά τις **Ηνωμένες Πολιτείες** και τη **Γερμανία**. Τα έσοδα από τις δραστηριότητές της στη χώρα ξεπέρασαν τα **34 δισεκατομμύρια ευρώ** το 2025, ενώ οι φόροι που κατέβαλε ανήλθαν σε περισσότερα από **1,5 δισεκατομμύριο ευρώ**, σημειώνοντας αύξηση 20% σε σύγκριση με το 2024.

Η Amazon απασχολεί περίπου **75.000 εργαζομένους** στο Ηνωμένο Βασίλειο και σχεδιάζει την κατασκευή **τεσσάρων νέων αποθηκών** στην κεντρική και βόρεια Αγγλία. Τα έργα αναμένεται να δημιουργήσουν **χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας** και να ενισχύσουν το δίκτυο **logistics**. Παράλληλα, η επένδυση δείχνει τη σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου και των γρήγορων παραδόσεων, σε μια περίοδο έντονου ανταγωνισμού στην ευρωπαϊκή αγορά και αυξημένων απαιτήσεων από τους καταναλωτές.



Zalando και Vestiaire Collective ενισχύουν το pre-owned fashion

Η Zalando συνεργάζεται με τη **Vestiaire Collective**, ενισχύοντας τη θέση της στην αγορά **second-hand μόδας**. Μέσω της συνεργασίας, οι πελάτες θα αποκτήσουν πρόσβαση σε περίπου **50 designer brands** μέσα από την κατηγορία **Pre-Owned**. Η κίνηση απαντά στη αυξανόμενη ζήτηση για **ποιοτική μεταχειρισμένη μόδα**, με έμφαση σε αυθεντικά luxury προϊόντα, ρούχα, παπούτσια, τσάντες και αξεσουάρ.

Νέος επικεφαλής της Wolt στην Ελλάδα

Ο **Ηλίας Πίτσαβος** ανέλαβε **Country Representative** της **Wolt Ελλάδος** από τον **Φεβρουάριο 2026**. Με εμπειρία σε **τεχνολογία, e-commerce** και **ψηφιακές πληρωμές**, θα συμβάλει στην ενίσχυση της ελληνικής αγοράς, συνεργαζόμενος με τον επικεφαλής της εταιρείας για τη ΝΑ Ευρώπη **Δημήτρη Καρέλο** για τη στρατηγική ανάπτυξη της Wolt.



6°
ELECTRIC
MICRO
MOBILITY
FORUM

FUTURE IN MOTION!

ELECTRICMICROMOBILITY.GR

ΠΕΜΠΗ
1 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ
2026

DIVANI CARAVEL HOTEL

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μόσχης 11, 10438, Αθήνα

Τ.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

getelectric

GetElectric.gr

GetElectricGR

SmartPress SA

SmartPress

SmartEvents

@SmartEventsGR





Η Revolut ξεπερνά τα 2 εκατομμύρια πελάτες στην Ελλάδα, ενισχύοντας τη φιλοδοξία της να εξελιχθεί σε μία από τις κορυφαίες τράπεζες της χώρας

- Η Revolut συνεχίζει να ενισχύει την παρουσία της στην Ελλάδα, εξυπηρετώντας πλέον πάνω από το 18% του πληθυσμού της χώρας
- Η Ελλάδα αποτελεί πλέον την 11η μεγαλύτερη αγορά της Revolut παγκοσμίως και μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες στην Ευρώπη.
- Η επικείμενη λειτουργία ελληνικού υποκαταστήματος θα προσφέρει ελληνικά IBAN και νέες τοπικές τραπεζικές υπηρεσίες

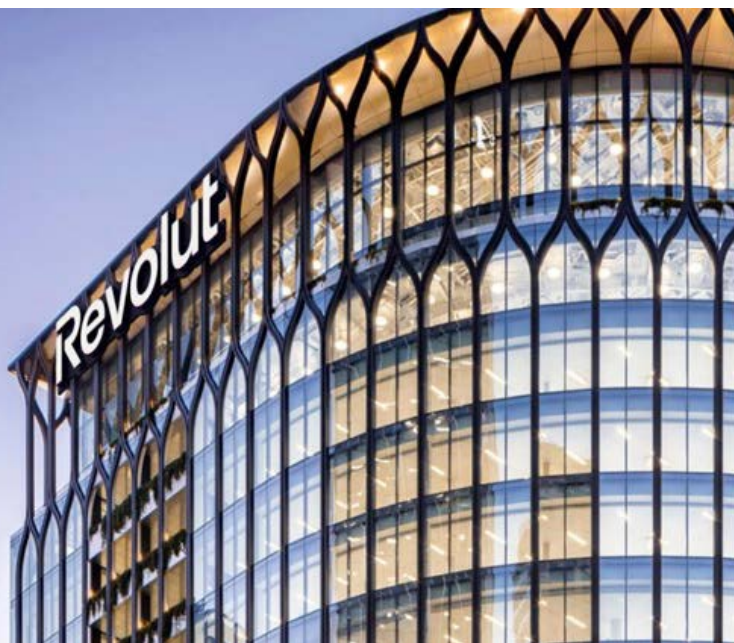
Η Revolut, η παγκόσμια fintech με περισσότερους από 75 εκατομμύρια πελάτες σε όλο τον κόσμο, ξεπέρασε το ορόσημο των 2 εκατομμυρίων πελατών στην Ελλάδα. Η εξέλιξη αυτή σηματοδοτεί τη θεαματική της μετάβαση από μια εφαρμογή ταξιδιωτικών πληρωμών και μεταφοράς χρημάτων, σε βασικό τραπεζικό συνεργάτη για εκατομμύρια καταναλωτές.

Το επίτευγμα αυτό εδραϊώνει τη θέση της Ελλάδας ως μιας από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αλλά και στρατηγικά σημαντικότερες αγορές της Revolut διεθνώς. Σήμερα, περισσότερο από το 18% του ελληνικού πληθυσμού χρησιμοποιεί τη Revolut, γεγονός που κατατάσσει τη χώρα μεταξύ των αγορών με τη μεγαλύτερη διείσδυση της εταιρείας

παγκοσμίως. Παράλληλα, η Ελλάδα αποτελεί πλέον την 11η μεγαλύτερη αγορά της Revolut διεθνώς, με βάση τον αριθμό ιδιωτών πελατών.

Η εξέλιξη αυτή αντανακλά μια ευρύτερη αλλαγή στο ελληνικό τραπεζικό τοπίο, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες που είναι εύχρηστες και προσαρμοσμένες στις ανάγκες της καθημερινότητάς τους, προσφέροντας διαφάνεια στις χρεώσεις.

Ως αποτέλεσμα, η Revolut αποκτά όλο και πιο ενεργό ρόλο στις καθημερινές οικονομικές συνήθειες των πελατών της, από τις πληρωμές και την αποταμίευση μέχρι τις επενδύσεις και τις υπηρεσίες που απευθύνονται σε επιχειρήσεις.



Η δυναμική αυτή ενισχύθηκε σημαντικά τα τελευταία δύο χρόνια. Μόνο μέσα στο 2025, η Revolut πρόσθεσε περισσότερους από 400.000 νέους ιδιώτες πελάτες στην Ελλάδα, ενώ η συνολική πελατειακή της βάση αυξήθηκε κατά περισσότερο από 30%. Παράλληλα, η χρήση της πλατφόρμας αυξήθηκε σημαντικά, επιβεβαιώνοντας τη μετάβαση της Revolut από εργαλείο ταξιδιωτικών συναλλαγών σε μια πλατφόρμα καθημερινής διαχείρισης οικονομικών.

Η αλλαγή αυτή αποτυπώνεται ξεκάθαρα και στη χρήση της εφαρμογής εντός Ελλάδας. Το ποσοστό των εγχώριων πληρωμών αυξάνεται σταθερά σε ετήσια βάση και πλέον αντιστοιχεί στο 68% του συνόλου των πληρωμών με κάρτα, στοιχείο που δείχνει ότι οι πελάτες χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο τη Revolut για τις καθημερινές τους ανάγκες στην Ελλάδα, και όχι μόνο κατά τη διάρκεια ταξιδιών στο εξωτερικό. Το σύνολο των συναλλαγών με κάρτα αυξήθηκε σχεδόν κατά 50% σε ετήσια βάση το 2025, ενώ η Revolut παρέμεινε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά η δημοφιλέστερη χρηματοοικονομική εφαρμογή σε downloads στην Ελλάδα.

Παράλληλα, οι πελάτες συγκεντρώνουν ολοένα και μεγαλύτερο μέρος της ευρύτερης οικονομικής τους δραστηριότητας στην πλατφόρμα της. Οι πελάτες του Revolut Business αυξήθηκαν κατά περισσότερο από 40%, ενώ οι εταιρικές καταθέσεις σημείωσαν αύξηση της τάξεως του 60%, γεγονός που αντανάκλα την αυξανόμενη υιοθέτηση της πλατφόρμας από ελληνικές επιχειρήσεις και επαγγελματίες.

Αντίστοιχα, σημαντική ήταν και η ενίσχυση της επενδυτικής δραστηριότητας, με τον αριθμό των επενδυτών να αυξάνεται κατά σχεδόν 60%, ενώ ο συνολικός όγκος επενδύσεων κατέγραψε εντυπωσιακή άνοδο άνω του 130%. Σήμερα, πάνω από 320 εκατ. ευρώ έχουν επενδυθεί από Έλληνες πελάτες στα Ευέλικτα Κεφάλαια.

Ο Ignacio Zunzunegui, Επικεφαλής Ανάπτυξης της Revolut για τη Νότια Ευρώπη, δήλωσε:

«Η Ελλάδα αναδεικνύεται σε ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα στην Ευρώπη για το πώς ο ψηφιακός μετασχηματισμός και ο ανταγωνισμός επαναπροσδιορίζουν τον τραπεζικό κλάδο. Οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και περισσότερο χρηματοοικονομικές υπηρεσίες που είναι πιο απλές, πιο δίκαιες και σχεδιασμένες γύρω από τις καθημερινές τους ανάγκες. Αυτός είναι ακριβώς ο λόγος για τον οποίο η Revolut κερδίζει την εμπιστοσύνη τους σε μεγάλη κλίμακα.

Η επίτευξη των 2 εκατομμυρίων πελατών αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό ορόσημο για εμάς, καθώς αντανάκλα μια βαθύτερη αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών, οι οποίοι χρησιμοποιούν πλέον τη Revolut για τη διαχείριση των καθημερινών οικονομικών τους, της αποταμίευσης και των επενδύσεών τους.

Η φιλοδοξία μας για την επόμενη ημέρα είναι ξεκάθαρη: να είμαστε μία από τις κορυφαίες τραπεζικές επιλογές στην Ελλάδα, επενδύοντας σε τοπικά προϊόντα, τοπικές υποδομές και σε μια ακόμη ισχυρότερη παρουσία στην ελληνική αγορά.»

Το επόμενο στάδιο ανάπτυξης στην Ελλάδα

Στο πλαίσιο αυτής της νέας φάσης ανάπτυξης της στη χώρα, η Revolut σχεδιάζει τη λειτουργία τοπικού υποκαταστήματος στην Ελλάδα, το οποίο θα επιτρέψει την παροχή ελληνικών IBAN, καθώς και μιας διευρυμένης γκάμας τοπικά προσαρμοσμένων τραπεζικών υπηρεσιών. Η εξέλιξη αυτή αναμένεται να ενισχύσει περαιτέρω τη θέση της Revolut ως καθημερινού τραπεζικού συνεργάτη για ιδιώτες και επιχειρήσεις.

Παράλληλα, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στο τοπικό οικοσύστημα μέσα από συνεργασίες με κορυφαίες ελληνικές εταιρείες, όπως οι Skrutz, efood, Public και Plaisio. Μέσω της ενσωμάτωσης του Revolut Pay στη διαδικασία ολοκλήρωσης αγοράς των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, η εταιρεία συμβάλλει στην περαιτέρω αναβάθμιση των ψηφιακών πληρωμών, προσφέροντας μια γρήγορη, ασφαλή και απρόσκοπτη εμπειρία αγορών σε εκατομμύρια καταναλωτές στην Ελλάδα, ενώ παράλληλα διερευνά νέες ευκαιρίες για ακόμη δυναμικότερη παρουσία στη χώρα.





Το TikTok Shop γίνεται πανευρωπαϊκό marketplace

Το **TikTok Shop** επεκτείνεται γρήγορα στην Ευρώπη, καθώς στις **15 Ιουνίου** θα λανσαριστεί σε **Αυστρία, Βέλγιο, Ολλανδία** και **Πολωνία**. Με τη νέα λειτουργία **Sell Across Europe**, οι πωλητές θα μπορούν να δραστηριοποιούνται σε πολλές χώρες με μία εγγραφή. Η πλατφόρμα ενισχύει τα logistics, αξιοποιεί δημιουργούς περιεχομένου και εξελίσσεται σε ισχυρό ανταγωνιστή της **Amazon**.

Η Zenith αναλαμβάνει τον media account του efood

Η **Zenith** του **Publicis Group** αναλαμβάνει το **media planning & buying** του **efood**, έπειτα από **spec** με συμμετοχή **τριών εταιρειών**. Το Efood αποτελεί μια από τις πλέον αναπτυσσόμενες εταιρείες στην ελληνική αγορά, και συνεργάζεται σήμερα με περισσότερα από 21.000 καταστήματα, σε 100 πόλεις.

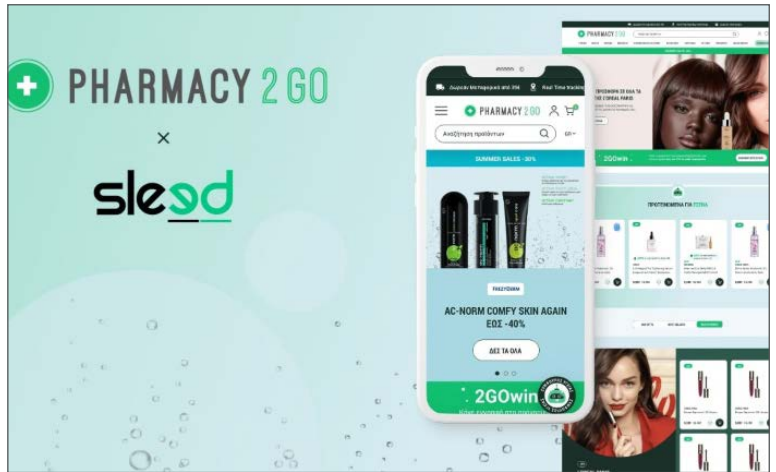


Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας

ASCEND

www.ascend.gr



Στη Slead η στρατηγική CRM του Pharmacy2go

Στόχος, η ενίσχυση πιστότητας και customer LTV

Το **Pharmacy2go** ανέθεσε στη **Slead** τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ολοκληρωμένης, **data driven CRM στρατηγικής**, βασισμένης σε αυτοματοποιημένες επικοινωνίες (**marketing automations**). Η συνεργασία επικεντρώνεται στη δημιουργία ουσιαστικών σχέσεων μεταξύ του **Pharmacy2go** και των πελατών του, με απώτερο στόχο την ενίσχυση της **πιστότητας** και του **customer lifetime value (LTV)**.

Όπως επισημαίνεται, η υπηρεσία επικεντρώνεται στην ανάπτυξη ολοκληρωμένης, **Data Driven Στρατηγικής**, η οποία αποτυπώνεται σε επιμέρους άξονες όπως το **Δυναμικό Segmentation** των χρηστών για προσωποποιημένη επικοινωνία, την ανάπτυξη αυτοματισμών στην **Klaviyo** μέσω εξειδικευμένων **automated message flows**, τη δημιουργία **Concepts** για ελκυστικές και στοχευμένες επικοινωνίες, εναρμονισμένες τόσο με τη συμπεριφορά των χρηστών όσο και με την ταυτότητα του Pharmacy2go, τη διαχείριση λίστας και **Deliverability** και, τέλος, το **Reporting**, με μηνιαία αξιολόγηση των **KPIs** και εξαγωγή insights για συνεχή βελτιστοποίηση.

Ο **Ευάγγελος Κοτσώνης**, Co-Founder και Head of Technology της **Slead**, δήλωσε: «Για το Pharmacy2go, η συνεργασία αυτή είναι δήλωση ότι η πραγματική ανάπτυξη κρύβεται στα δεδομένα και την κατανόηση του **customer journey**».



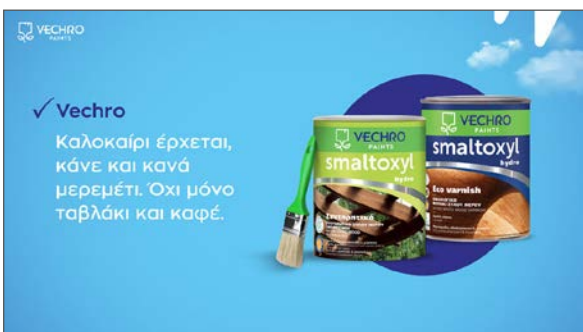


Η Salty Digital αναλαμβάνει το HappySizes.gr

Η Salty Digital ξεκίνησε νέα συνεργασία με το HappySizes.gr, αναλαμβάνοντας τη στρατηγική SEO και τη βελτιστοποίηση του digital experience. Στόχος είναι η ενίσχυση της online παρουσίας του fashion brand και η περαιτέρω ανάπτυξη του στην ελληνική αγορά.

Η Vechro Paints λανσάρει νέα digital καμπάνια

Η Vechro Paints παρουσιάζει τη νέα ψηφιακή καμπάνια «Τα Απαραίτητα», σε δημιουργικό σχεδιασμό της Kevin + Marshall. Με χιούμορ και ελληνικές καθημερινές αναφορές, η καμπάνια συνδέει εποχές, επιφάνειες και προϊόντα της μάρκας, όπως Smaltoxyl Hydro και Smaltoplast Acrylic, υπενθυμίζοντας ότι η συντήρηση και ανανέωση του σπιτιού μπορεί να γίνει πιο προσιτή και ευχάριστη.



Σε μόλις 5 ημέρες «σβήνουν» τα trends στο TikTok

Τα τρία χαρακτηριστικά που κάνουν τη διαφορά

Οι περισσότερες τάσεις στο TikTok εξαφανίζονται μέσα σε λίγες ημέρες, όμως εκείνες που διατηρούνται έχουν **τρία βασικά χαρακτηριστικά**: βασίζονται σε κοινά ανθρώπινα συναισθήματα, ενθαρρύνουν το **remixing** και δημιουργούνται μαζί με **creators**, αντί να επιβάλλονται από τα **brands**.

Αυτό είναι ένα από τα βασικά συμπεράσματα της νέας μελέτης «**Globalisation of TikTok Trends: How Culture Travels, Transforms and Connects**» των Publicis Groupe APAC και TikTok.

Σύμφωνα με την έρευνα, μόλις το **27%** των trends παραμένει επίκαιρο για περισσότερο από **2 εβδομάδες**, ενώ η μέση διάρκειά τους είναι μόλις **5 ημέρες**.

Η **NA Ασία** εμφανίζεται ως η πιο «δεμένη» πολιτισμικά περιοχή, με trends που διαδίδονται γρήγορα μεταξύ αγορών, παρά τις γλωσσικές διαφορές. Η μελέτη δείχνει επίσης ότι τα **formats** ταξιδεύουν πιο εύκολα από τα μηνύματα, ενώ καθοριστικό ρόλο παίζουν οι **creators**.

Η έκθεση αναδεικνύει αλλαγή στρατηγικής: τα **brands** πρέπει να δημιουργούν στιγμές και όχι μακροχρόνια κινήματα. Για τους **marketers**, αυτό απαιτεί αναπροσαρμογή της προσέγγισης, με έμφαση σε περιεχόμενο που διατηρεί τη συμμετοχή για μεγαλύτερο διάστημα.





Google: Το AI Search παραμένει υπόθεση σωστού SEO

Η **Google** δημοσίευσε νέες οδηγίες για τη βελτιστοποίηση ιστοσελίδων στις λειτουργίες **generative AI** της Αναζήτησης, όπως τα **AI Overviews** και το **AI Mode**, ξεκαθαρίζοντας ότι η βάση παραμένει το παραδοσιακό **SEO**. Ο οδηγός δεν εισάγει κάποια νέα τακτική, αλλά επιβεβαιώνει πως το ποιοτικό περιεχόμενο, η σωστή τεχνική δομή και η **εμπειρία χρήστη** παραμένουν καθοριστικά.

Σύμφωνα με τη Google, η βελτιστοποίηση για αναζήτηση με **Τεχνητή Νοημοσύνη** είναι ουσιαστικά βελτιστοποίηση για την ίδια την εμπειρία αναζήτησης. Οι απαντήσεις των AI λειτουργιών βασίζονται στα οργανικά αποτελέσματα, άρα οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύουν σε περιεχόμενο χρήσιμο, πρωτότυπο και προσανατολισμένο στον άνθρωπο.

Οι βασικές συστάσεις περιλαμβάνουν καθαρή δομή σελίδων, ποιοτικές εικόνες και βίντεο, προσβασιμότητα για τα **crawlers** της Google, σωστή χρήση **HTML**, περιορισμό διπλότυπου περιεχομένου και καλή εμπειρία σε όλες τις συσκευές. Για τα **e-shops**, ιδιαίτερη σημασία έχουν οι αναλυτικές ροές προϊόντων και η σωστή υποβολή τους στο **Merchant Center**.

Παράλληλα, η Google αποδομεί μύθους γύρω από το **SEO**. Δεν απαιτούνται αρχεία **LLMs.txt**, σελίδες Markdown, τεχνητός «τεμαχισμός» περιεχομένου ή ειδική γραφή για AI. Το μήνυμα προς τα brands είναι σαφές: η εποχή του **AI Search** δεν καταργεί το **SEO**, αλλά το κάνει ακόμη πιο κρίσιμο.



Στη λίστα FT1000 η Ferryhopper

Η **Ferryhopper** εντάχθηκε στη λίστα των Financial Times «FT1000: Europe's Fastest-Growing Companies 2026», κατακτώντας την 163η θέση συνολικά και την πρώτη μεταξύ των ελληνικών εταιρειών. Παράλληλα, διακρίθηκε στο «Sifted 100: Southern Europe 2026 Leaderboard», στη θέση #91, επιβεβαιώνοντας τη δυναμική ανάπτυξη της και τη συνεχή επένδυση σε ψηφιακές λύσεις για ακτοπλοϊκά ταξίδια στη Μεσόγειο.

Gardiklis Consulting και Butterfly γίνονται TBDA

Η **Gardiklis Consulting** και το **The Butterfly Digital Agency** ενώνουν τις δυνάμεις τους υπό τη νέα ταυτότητα **TBDA**. Η εξέλιξη αυτή συγκεντρώνει υπηρεσίες στρατηγικής, branding, digital performance, SoMe, web design, e-commerce, SEO και GEO, εκφράζοντας μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση στο σύγχρονο digital marketing.



Εκδότης

Κώστας Νόσσης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύνταξη Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Πέτρος Κυπραίος,

Μάνος Κωνσταντινιάδης

Ανταποκριτές Εξωτερικού:

Otto Hansen, Markus Hoenig,

Dieter Hoenig (Γερμανία)

Διεύθυνση Διαφήμισης: Ειρήνη Νόσση

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

