

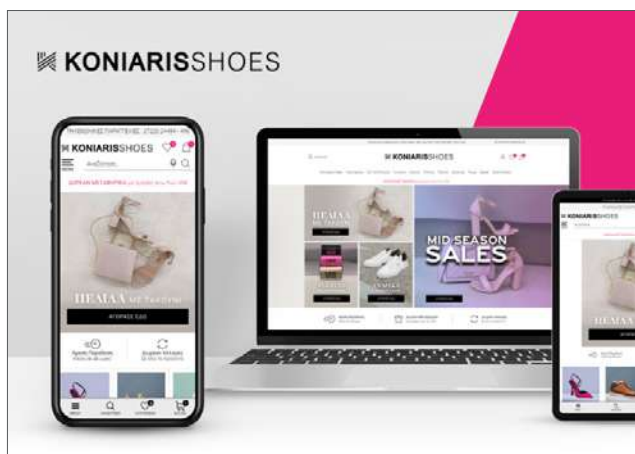
E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA

E-BUSINESS

RETAIL MARKET

Πέμπτη 20 | 7 | 2023



Από την Plushost το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα Koniarisshoes.gr

Στο 360° e-commerce model by Plushost, εισήλθε ένα από τα πιο δημοφιλή brands υποδημάτων, ρούχων κι αξεσουάρ, η εταιρεία **KoniarisShoes**. Η **Plushost** ανέλαβε την υλοποίηση των ηλεκτρονικών καταστημάτων της εταιρείας σε Ελλάδα και Κύπρο, το **koniarisshoes.gr** & το **koniarisshoes.com.cy** και την εκτέλεση των ενεργειών προώθησης σε όλα τα κανάλια Marketing.

LAST MINUTE

- 01** Η **Xiaomi** θα ενισχύσει τις πωλήσεις της στην Ινδία από καταστήματα λιανικής, μετά από χρόνια στοιχημάτων που έθετε στο e-Commerce.
- 02** Την **ACS Ταχυδρομικές Υπηρεσίες**, πιστοποίησε η ΤάV Hellas σε μια σειρά από κομβικούς τομείς για την ασφάλεια και τη λειτουργία της.
- 03** Σύμφωνα με τη **Research and Markets**, η παγκόσμια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου μόδας θα αυξηθεί κατά 10% φέτος, από τα \$744,4 δις το 2022 στα \$821,19 δις.
- 04** Η **Zalando** λανσάρει λειτουργία μέτρησης σώματος για να βοηθήσει τους πελάτες στην περιοχή DACH να βρουν το σωστό τους μέγεθος.
- 05** Η ισπανική μάρκα μόδας **Desigual** παρουσιάζει την πρώτη της συλλογή κατά παραγγελία. Τα ενδύματα μπορούν να παραγγελθούν μόνο online.

COMING SOON



Η Metro Cash & Carry λανσάρει virtual σύμβουλο πωλήσεων

Στο α' πρώτο τρίμηνο του 2024, η **Metro Cash & Carry** θα λανσάρει στο e-shop τον πρώτο **virtual σύμβουλο πωλήσεων** για επαγγελματίες.

Περνούν όλα από τα χέρια σας?



Αφήστε τα όλα στο...

360° e-Commerce by Plushost

και αφιερωθείτε σε αυτό που αγαπάτε.
Το εμπόριο.

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



ecommerceDB: αύξηση 12,3% για το eCommerce στην Ελλάδα το 2023 - Ποιοι είναι οι μεγαλύτεροι παίκτες

Η **Ελλάδα** είναι η **51η μεγαλύτερη αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου** στον κόσμο, με τα προβλεπόμενα έσοδα για το 2023 να φτάνουν τα **\$3,74 δις ΗΠΑ** (3,39 δις. ευρώ), τοποθετώντας την μπροστά από το Κατάρ, σύμφωνα με τα στοιχεία της **ecommerceDB**.

Με αναμενόμενη αύξηση 12,3% το 2023, η ελληνική αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται αισθητά πάνω από τον μέσο όρο του παγκοσμίου ρυθμού ανάπτυξης, ο οποίος αναμένεται να βρεθεί στο 9,6% το 2023.

Όσον αφορά στον τζίρο της επόμενης πενταετίας, αναμένεται να παρουσιάσει σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR 2023-2027) 8,9%, με αποτέλεσμα ο προβλεπόμενος όγκος αγοράς να φτάσει τα \$5,27 δις μέχρι το 2027 - 4,77 δις. ευρώ.

Η κατηγορία των προϊόντων μόδας είναι η μεγαλύτερη αγορά και αντιπροσωπεύει το 32,8% των εσόδων του ελληνικού ηλεκτρονικού εμπορίου. Ακολουθούν οι κατηγορίες «Τρόφιμα & Προσωπική Φροντίδα» με 23,7%, «Ηλεκτρονικά & Μέσα» με 21%, «Παιχνίδια, Χόμπι & DIY» με 12,7% και «Επιπλα & Συσκευές» με 10%.

Όσον αφορά στο μερίδιο στην ελληνική αγορά λιανικής, οι online πωλήσεις έχουν ποσοστό 6,8%, το οποίο αναμένεται να αυξηθεί κατά μέσο όρο κατά 8,7% σε 9,4% έως το 2027. Το διαδικτυακό μερίδιο αναφέρεται στο ποσοστό του όγκου λιανικής που πραγματοποιούνται συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου και λαμβάνονται υπόψη μόνο τα φυσικά αγαθά.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ecommerceDB, ο μεγαλύτερος παίκτης στην ελληνική αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου είναι το **public.gr**, με έσοδα σχεδόν 117 εκ. ευρώ το 2022. Το public.gr ακολουθείται από το **shein.com**, με 110 εκ. ευρώ τζίρο και το **zara.com** με τζίρο 87 εκ. ευρώ. Συνολικά, τα τρία κορυφαία καταστήματα αντιπροσωπεύουν το 14,9% των εσόδων των 100 κορυφαίων ηλεκτρονικών καταστημάτων στην Ελλάδα.

FOODMARKET B2B IKE

Σε τροχιά περαιτέρω επέκτασης η Foodmarket

Σε τροχιά περαιτέρω επέκτασης βρίσκεται η εταιρεία τροφοδοσίας πιστοποιημένων τροφίμων

Foodmarket με Ιδιοκτήτες τους **Αργύρη Καβάγια** και **Γεωργία Καβάγια**.

Αντικειμενικός στόχος της εταιρείας είναι να επεκταθεί στο χώρο της τροφοδοσίας καταστημάτων, σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ, ξενοδοχείων, και καφέ. Πιο συγκεκριμένα άμεσος στόχος της εταιρείας **Foodmarket** είναι να τοποθετήσει προϊόντα σε μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ όπως **Σκλαβενίτης, AB Βασιλόπουλος, mymarket** κ.ά. Συγκριτικό πλεονέκτημα της εταιρείας Foodmarket είναι η εμπειρία ετών στον χώρο, η υψηλή ποιότητα παροχής υπηρεσιών, η αξιοπιστία, οι ανταγωνιστικές τιμές και το after sales στην υποστήριξη πελατών.

Πληροφορίες:

Αργύρης Καβάγιας
6988 115 950

Επί τάπητος το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Τις προτεραιότητες της οικονομικής πολιτικής της κυβέρνησης, παρουσίασε σε **Eurogroup** και **Ecofin** ο υπουργός Εθνικής Οικονομίας **Κωστής Χατζηδάκης**. Παρουσιάστηκε δέσμη προτάσεων της Κομισιόν με την οποία επιδιώκεται η απλοποίηση των υφιστάμενων διαδικασιών, η ενίσχυση της αποτελεσματικότητας των ελέγχων και η αντιμετώπιση σύγχρονων προκλήσεων όπως το **ηλεκτρονικό εμπόριο**. Ο κ. Χατζηδάκης χαιρέτησε την πρωτοβουλία την οποία χαρακτήρισε απολύτως αναγκαία.



Είναι ρεαλιστικά τα πρότυπα ομορφιάς;

Σχεδόν οι μισές Ελληνίδες (47%), οι οποίες συμμετείχαν στη νέα έρευνα της ευρωπαϊκής πλατφόρμας αναζήτησης μόδας **Glami**, με τίτλο «**Fashion (Re) search**», θεωρούν **ουτοπικά** τα **standards ομορφιάς** που έχουν καθιερωθεί και προβάλλονται από τα brands μόδας και ομορφιάς παγκοσμίως, με το 37% των ανδρών να συμφωνεί. Επίσης, 32% των γυναικών πιστεύουν ότι τα πρότυπα είναι περισσότερο ουτοπικά για τις ίδιες.



by Profit Purpose

POWERING A
SUSTAINABLE
FUTURE!

ONLINE EVENT

25 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ

2023

ΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T. 210.5201500,
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



InfoComNews



InfoComConferences



InfoCom.gr



InfoComWorld



infocom-gr



Smart Press S.A.

www.esguniverse.gr



Skrutz: η ανδρική μόδα κατέκτησε την πρώτη θέση των προτιμήσεων των καταναλωτών

Το Skrutz, αναλύει την online αγοραστική κίνηση για τη συγκεκριμένη κατηγορία, από τις αρχές του 2023 μέχρι και σήμερα. Σύμφωνα με τα δεδομένα που προκύπτουν, στο διάστημα αυτό πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από μισό εκατ. αγορές σε είδη μόδας. Με σχεδόν 1.5 εκατ. προϊόντα και 4.700 brands μόδας, το Skrutz φέρνει τη μόδα στους καταναλωτές, αποτελώντας τον fashion go-to προορισμό όπου ο καταναλωτής μπορεί να βρει σχεδόν τα πάντα για κάθε look και κάθε περίπτωση. Οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν τα είδη που επιθυμούν μέσα από περίπου 150 εξειδικευμένες κατηγορίες μόδας. Με τη μέση αξία καλαθιού αγορών να αγγίζει τα 50€, και το ποσοστό των καταναλωτών που αγοράζουν περισσότερες από μια φορά προϊόντα μόδας να ανέρχεται σχεδόν στο 30%, η νέα καμπάνια του Skrutz, δικαιολογεί τον τίτλο της, καθώς το μεγαλύτερο marketplace στην Ελλάδα φέρνει όντως τη μόδα. Πιο συγκεκριμένα, κατά το εξεταζόμενο διάστημα η **ανδρική μόδα** κατέκτησε την πρώτη θέση των προτιμήσεων των καταναλωτών με βάση τον αριθμό των παραγγελιών, με τα sportswear, τις τσάντες ώμου και την υπόδηση να ακολουθούν.

Στο Q Commerce η Σκλαβενίτης

Την είσοδό της στον κλάδο του **quick commerce** υλοποιεί η **Σκλαβενίτης**, ξεκινώντας, αρχικά σε πιλοτικό στάδιο τη λειτουργία της νέας υπηρεσίας «**Σκλαβενίτης express**» μέσω της **efood**. Η πιλοτική έναρξη γίνεται δοκιμαστικά από τα Βόρεια και Ανατολικά προάστια της Αττικής και θα καλύπτει αρχικά τις παραγγελίες από περιοχές που βρίσκονται σε ακτίνα 2 χλμ. από το e-hub της Σκλαβενίτης στον Γέρακα. Μέσω της νέας υπηρεσίας οι καταναλωτές θα μπορούν να λάβουν την παραγγελία τους εντός 40'.



Public Insights: η νέα υπηρεσία του Public Group

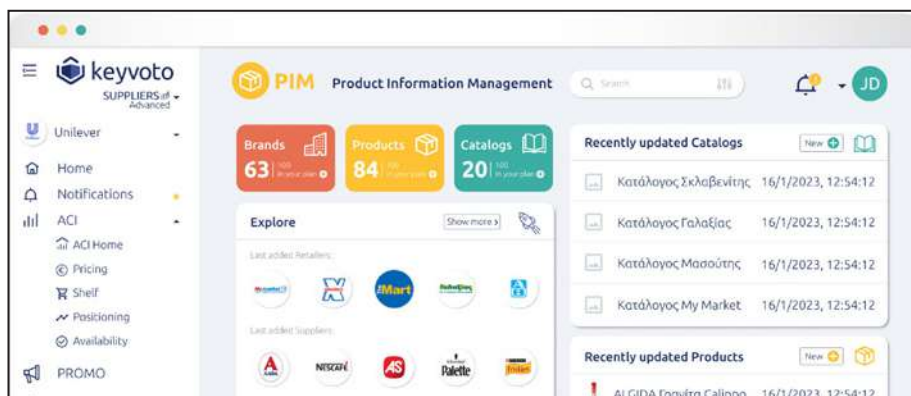
Το **Public Group**, παρουσιάζει την πλατφόρμα «**Public Insights**». Η πρωτοποριακή για τα ευρωπαϊκά δεδομένα πρωτοβουλία -ιδιαίτερα για τους κλάδους τεχνολογίας, ψυχαγωγίας και ηλεκτρικών/οικιακών συσκευών- επιτρέπει τη βέλτιστη και από κοινού με τους προμηθευτές γνώση των δεδομένων της αγοράς, πάντα με σεβασμό στην ισχύουσα νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων.

Public Insights

OmniAnalytics for Brands

Επανασχεδιασμός για την πλατφόρμα της Keyvoto

Τον επανασχεδιασμό της πλατφόρμας διαχείρισης προϊόντικής πληροφορίας (product experience management - PXM) που έχει αναπτύξει ολοκλήρωσε πρόσφατα η **Keyvoto**, ένα από τα πλέον καινοτόμα ελληνικά startups, η οποία επιδιώκει να αλλάξει τα δεδομένα στην εμπειρία αγορών στο ηλεκτρονικό εμπόριο.



ComoCare από την Como

Υπό τη σκέπη της **Como** βρίσκεται και το ηλεκτρονικό κατάστημα **ComoCare** με προϊόντα για τον ύπνο, το οποίο δραστηριοποιείται στο εμπόριο στρωμάτων, ανωστρωμάτων, μαξιλαριών και άλλων ειδών γύρω από το υπνοδωμάτιο, προερχόμενων από συνεργάτες της Como, κάτι που εξασφαλίζει την καλύτερη δυνατή σχέση τιμής και ποιότητας.



Το σωστό μέγεθος για το παπούτσι

Η **SafeSize** είναι μια εταιρία τεχνολογίας, που δίνει λύση σε ένα βασικό πρόβλημα, που αντιμετωπίζει η παγκόσμια αγορά υποδημάτων: «Ποιο είναι το σωστό μέγεθος παπουτσιού;». Ιδρύθηκε το 2013, έχει στελέχη από 19 διαφορετικές εθνικότητες, συνεργάζεται με τις μεγαλύτερες αλυσίδες παπουτσιών στον κόσμο και έχει βοηθήσει περισσότερους από 20 εκατ. καταναλωτές σε 50 χώρες να βρουν παπούτσια με τέλεια εφαρμογή.



Η εποχή του Διαδικτύου: η επίσκεψη του e-shop.gr στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος

Στο πλαίσιο των ενεργειών Δράσεις Ευθύνης του e-shop.gr και με αφορμή την **Παγκόσμια Ημέρα Ασφαλούς Πλοήγησης στο Διαδίκτυο** και την **Ευρωπαϊκή Ημέρα Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων**, το **e-shop.gr** επισκέφτηκε την Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, με σκοπό να τιμήσει το προσωπικό της Υπηρεσίας, για τη συμβολή του στην προστασία των χρηστών του διαδικτύου.

Οι Δράσεις Ευθύνης αποτελούν μια πρωτοβουλία ενεργειών του **e-shop.gr** και εντάσσονται στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη του πρώτου ηλεκτρονικού πολυκαταστήματος στην Ελλάδα. Το e-shop.gr επιλέγει να τιμήσει, αλλά και να στηρίξει Φορείς από διάφορους κλάδους, οι οποίοι εργάζονται καθημερινά με σκοπό να αντιμετωπίσουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα και να βελτιώσουν με κάθε τρόπο τις συνθήκες ζωής μιας κοινωνίας ανθρώπων που ευτυχώς συνεχώς εξελίσσεται και διαφοροποιείται.

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, αναγνωρίζοντας το έργο της Υπηρεσίας, με κατεύθυνση την προστασία του χρήστη από τις ηλεκτρονικές απειλές, έγινε απονομή τιμητικής πλακέτας από την Διευθύντρια Marketing του **e-shop.gr** κα **Νίκη Προδρόμου**. Επίσης, προσφέρθηκε στην υπηρεσία ipad τελευταίας τεχνολογίας και ακολούθησε συζήτηση, με το προσωπικό και τον Διοικητή της Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος κ. Βασίλειο Παπακώστα.




ΕΧΟΥΜΕ ΤΗΝ ΑΠΟΘΗΚΕΥΤΙΚΗ ΛΥΣΗ ΠΟΥ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΣΑΣ!

☎ 210 2206904

@ info@wemoveyou.gr

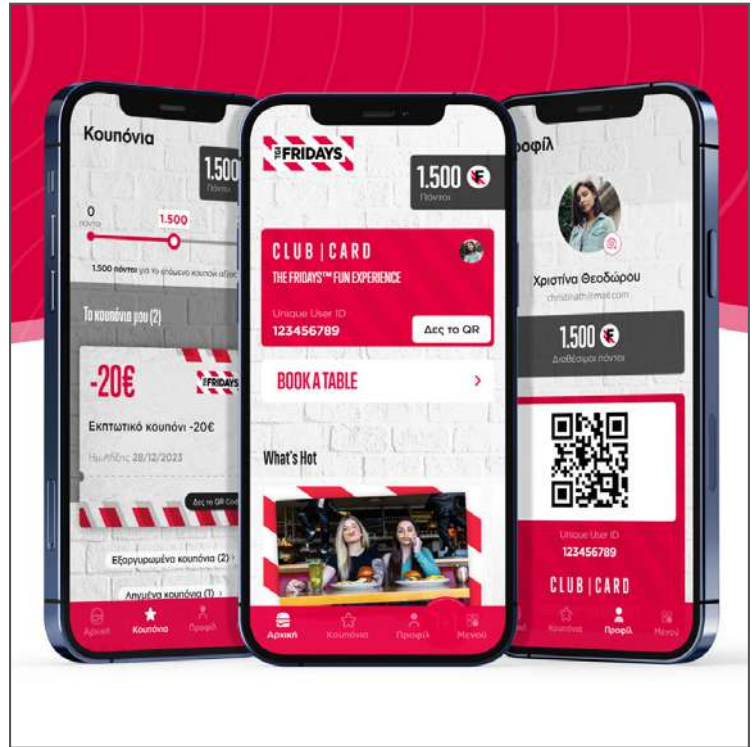
Η Sinsay στην ελληνική αγορά

Στα τέλη του Ιανουαρίου το πρώτο σημείο της αλυσίδας επί ελληνικού εδάφους άνοιξε τις πόρτες του στο εμπορικό κέντρο **Talos Plaza** στο Ηράκλειο, σημειώνοντας θετικές πρώτες εντυπώσεις και αντίστοιχα καλά αποτελέσματα των πρώτων έξι μηνών λειτουργίας. Πριν από το opening, η εταιρεία είχε προχωρήσει στη λειτουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων και των πέντε brands που διαχειρίζεται ο όμιλος.



Νέο κατάστημα Juicy Couture

Ο Όμιλος FF Group υπέγραψε εμπορική συμφωνία, για το άνοιγμα του πρώτου monobrand καταστήματος **Juicy Couture** στην ελληνική αγορά, με την εταιρεία Top Trends A.E., αποκλειστικό αντιπρόσωπο του lifestyle brand για Ελλάδα και Κύπρο. Το πρώτο κατάστημα Juicy Couture άνοιξε τις πόρτες του στην οδό Δημάρχου Αγγέλου Μεταξά 34 στη Γλυφάδα από τον Όμιλο FF Group και ήδη έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον του αγοραστικού κοινού.



Στη Warply ανέθεσαν τα TGI Fridays™ το νέο loyalty πρόγραμμα και το mobile app “Fridays™ Club”

Τα TGI Fridays™ ανέθεσαν στη **Warply** το σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη διαχείριση του νέου προγράμματος επιβράβευσης πελατών “Fridays™ Club”. Πρόκειται για ένα μοναδικό πρόγραμμα loyalty που προσφέρει επιβράβευση και προνόμια στα μέλη του κάθε φορά που επισκέπτονται το αγαπημένο τους κατάστημα TGI Fridays™ σε όλη την Ελλάδα. Το νέο πρόγραμμα λανσαρίστηκε πρόσφατα, μαζί με την καινούργια εφαρμογή για κινητά Fridays™ Club” και έχει ήδη πάνω από 120.000 χρήστες.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, τα TGI Fridays™ επέλεξαν την loyalty & customer engagement πλατφόρμα Warply Engage, για την επιβράβευση των πελατών, τις αποκλειστικές προσφορές για τα μέλη και τις επικοινωνίες συμπεριλαμβανομένων push notifications, in-app campaigns, newsletters καθώς και engaging in app games.

Η Warply είναι #1 εταιρεία στα προγράμματα επιβράβευσης πελατών και μια από τις μεγαλύτερες σε Mobile Loyalty & Mobile Payments στην περιοχή EMEA, μέλος του start path της Mastercard παγκοσμίως. Η Warply αναδείχθηκε “Loyalty Agency of the Year 2020” και “Mobile Agency of the Year 2020” ενώ είναι στρατηγικός συνεργάτης ενός μεγάλου πελατολογίου από όλο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένων μεταξύ άλλων κορυφαίων τραπεζών, σε Ελλάδα και εξωτερικό. Χάρη στην AI Loyalty & Customer Engagement πλατφόρμα της Warply, η εταιρεία δίνει τη δυνατότητα σε επιχειρήσεις να αυξήσουν τις πωλήσεις τους, με προγράμματα πιστότητας και επιβράβευσης, λύσεις προσωποποιημένης επικοινωνίας με πολλαπλά κανάλια και proximity marketing, analytics με πρόβλεψη απόδοσης, κ.ά.





BOX NOW: Pay on the Go

Πλέον οι καταναλωτές που έχουν την αντικαταβολή ως πρώτη επιλογή στις online αγορές τους μπορούν να χρησιμοποιήσουν την **BOX NOW Pay on the Go** σε περισσότερα από 50 συνεργαζόμενα e-shops όπως PUBLIC, BSB, Decoro, CosmosSport, Zackret, Tommy Hilfiger, Mothercare, κ.ά.

Η διαδικασία απλή. Ο καταναλωτής παραγγέλνει το προϊόν που επιθυμεί από το συνεργαζόμενο με τη BOX NOW e-shop. Μόλις παραδοθεί η παραγγελία στο locker, ολοκληρώνει την πληρωμή online σε ασφαλές περιβάλλον και παραλαμβάνει το δέμα.

Καλπάζει η πλατφόρμα του ΟΤΕ, BOX

Με διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης τρέχει η πλατφόρμα delivery του **ΟΤΕ, Box**. Σήμερα η πλατφόρμα εξυπηρετεί πάνω από **11.000 καταστήματα** στην Ελλάδα και σε περισσότερες από 70 πόλεις. Ο στόχος για **12.000 καταστήματα** αναμένεται σύντομα να ξεπεραστεί. Η εταιρεία αναμένεται να συνεχίσει να αναπτύσσει τον τομέα των προσφορών. Δηλαδή να εμπλουτίζει τα προγράμματα επιβράβευσης που έχει.

Ο «υβριδικός» καταναλωτής αλληλεπιδρά σε 20+ κανάλια με τα brands

Το WARC σε συνεργασία με το Amazon Ads παρουσιάζει την έκθεση «Next wave measurement: Marketing mix modelling in the age of retail media», η οποία καταδεικνύει τα οφέλη του Marketing Mix Modelling (MMM). Η ανάπτυξη των retail media αυξάνει την πολυπλοκότητα για τους marketers. Έρευνα από την Upland BlueVenn δείχνει ότι ο σημερινός «υβριδικός καταναλωτής» αλληλεπιδρά με μια επωνυμία σε 20 κανάλια, κατά μέσο όρο.

Αποκαλύφθηκε μεγάλη βιομηχανία ψεύτικων κριτικών στην Amazon

Η ομάδα κυβερνοασφάλειας SafetyDetectives αποκάλυψε μια ανοιχτή βάση δεδομένων ElasticSearch που αποκαλύπτει μια οργανωμένη απάτη ψεύτικων κριτικών που επηρεάζει την Amazon. Στον διακομιστή βρέθηκαν μηνύματα μεταξύ πωλητών της Amazon και πελατών, οι οποίοι ήταν πρόθυμοι να παρέχουν ψεύτικες κριτικές με αντάλλαγμα δωρεάν προϊόντα. Συνολικά, υπάρχουν 13.124.962 αρχεία τα οποία εμπλέκουν δυνητικά περισσότερα από 200.000 άτομα σε αυτές ανήθικες δραστηριότητες. Αν και δεν είναι σαφές σε ποιον ανήκει η βάση δεδομένων, η παραβίαση καταδεικνύει τη λειτουργία και οργάνωση ενός κυκλώματος που επηρεάζει τη βιομηχανία λιανικής στο διαδίκτυο και εν προκειμένω το marketplace της Amazon. Οι πληροφορίες που βρέθηκαν στον server περιγράφουν μια συγκεκριμένη διαδικασία με την οποία έμποροι στην Amazon προμηθεύονται fake reviews για τα προϊόντα τους. Αυτοί, αρχικά στέλνουν μια λίστα με προϊόντα για τα οποία θα ήθελαν μια κριτική 5 αστέρων. Τα άτομα που παρέχουν τις ψεύτικες κριτικές αγοράζουν τα προϊόντα και αφήνουν κατόπιν μια κριτική 5 αστέρων στην Amazon, λίγες μέρες μετά την παραλαβή των εμπορευμάτων τους.

Μετά την ολοκλήρωση, ο πάροχος της ψεύτικης κριτικής θα στείλει μήνυμα στον πωλητή που περιέχει έναν σύνδεσμο προς το προφίλ του στην Amazon, μαζί με τα στοιχεία του στην PayPal. Μόλις ο έμπορος επιβεβαιώσει ότι έχει ολοκληρωθεί η κριτική, προχωρά σε επιστροφή χρημάτων μέσω PayPal και ο reviewer κρατά ως αμοιβή το αντικείμενο που αγόρασε.

Η επιστροφή χρημάτων πραγματοποιείται μέσω PayPal και όχι απευθείας μέσω της πλατφόρμας της Amazon. Αυτό κάνει την κριτική πέντε αστέρων να φαίνεται πραγματική, ώστε να μην κινήσει υποψίες από τους συντονιστές της Amazon.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να υπάρξει και επιπλέον αμοιβή, με βάση την κλίμακα των υπηρεσιών που παρέχονται από το άτομο που δημοσιεύει ψεύτικες κριτικές.





Καλοκαιρινές προσφορές από το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα Techolic.gr

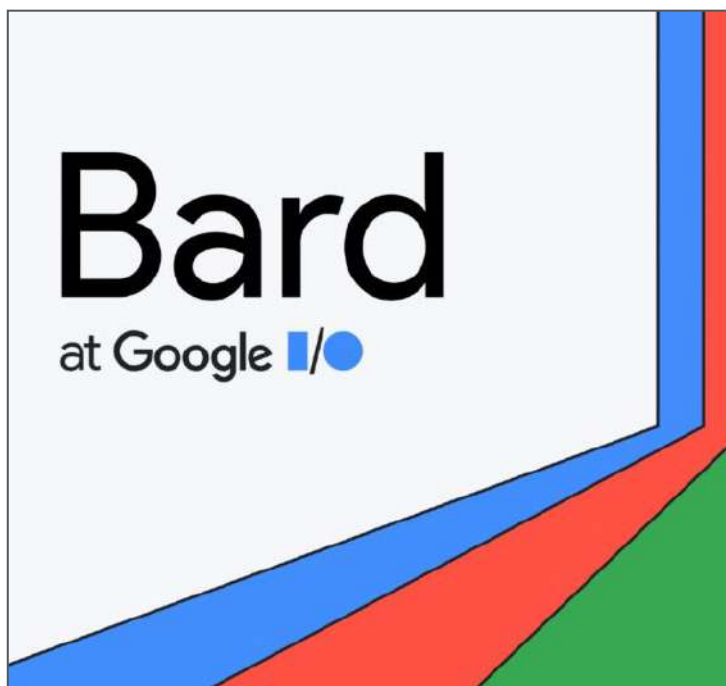
Το Techolic.gr, το νέο ηλεκτρονικό κατάστημα, με χιλιάδες προϊόντα σε είδη τεχνολογίας, εικόνας, ήχου, οικιακών συσκευών και e-mobility, ανακοινώνει νέες προσφορές για την περίοδο του καλοκαιριού που φτάνουν έως και -53%. Οι εκπωπτικοί κωδικοί αφορούν ένα μεγάλο εύρος των προϊόντων του καταστήματος, μεταξύ των οποίων προϊόντα ηλεκτροκίνησης, τσάντες, gadget και λύσεις ήχου.

Μοναδικές προσφορές σε προϊόντα E-mobility

Με ένα διευρυμένο κατάλογο προϊόντων στον τομέα της ηλεκτροκίνησης, που περιλαμβάνει ηλεκτρικά ποδήλατα, πατίνια, hoverboard και Kart, το Techolic.gr εισάγει νέες προσφορές έως και μείον 30%. Μέσα στους εκπωπτικούς κωδικούς περιλαμβάνονται τα ηλεκτρικά ποδήλατα της Nilox, X7 PLUS και X8 PLUS, αλλά και τα ηλεκτρικά πατίνια της Urbanglide, Ecross Pro και Ride 62s. Από την ίδια εταιρεία, διατίθενται με έκπτωση το Hoverboard 65 lite και τα αντίστοιχα Ride 55 flash, ιδανικά για τους μικρότερους χρήστες. Τέλος, οι χρήστες μπορούν να βρουν με έκπτωση τη φορητή ηλεκτρική τρόμπα 4,5 mAh, διευκολύνοντας την καθημερινή τους μετακίνηση.

Δίνοντας λύση σε κάθε ταξιδιώτη, φέτος το καλοκαίρι, το Techolic.gr, διαθέτει τα σακίδια ταξιδιού, ιδανικά για camping και backpackers, χωρητικότητας 30L, της Rivacase με έκπτωση μείον 53%. Από την ίδια εταιρεία διατίθενται και οι τσάντες μέσης για μικρότερες, φορητές συσκευές, αλλά και τα απαραίτητα για την παραλία και το μπάνιο στη θάλασσα, όπως φουσκωτά θαλάσσης.

Το Techolic.gr παρέχει εκπτώσεις και σε μοναδικά καλοκαιρινά gadget έως και 34% φθηνότερα. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι action κάμερες 4K και 720p της X'trem, αλλά και το powerbank 16000 mAh της Rivacase. Οι χρήστες μπορούν να επωφεληθούν και από τις εκπτώσεις στα έξυπνα ξυπνητήρια της Lenco με ενσωματωμένο ραδιόφωνο, αλλά και σε ένα πλήθος λύσεων χωρητικότητας από την Intenso, μεταξύ των οποίων CD, DVD, USB, SSD και microSD.

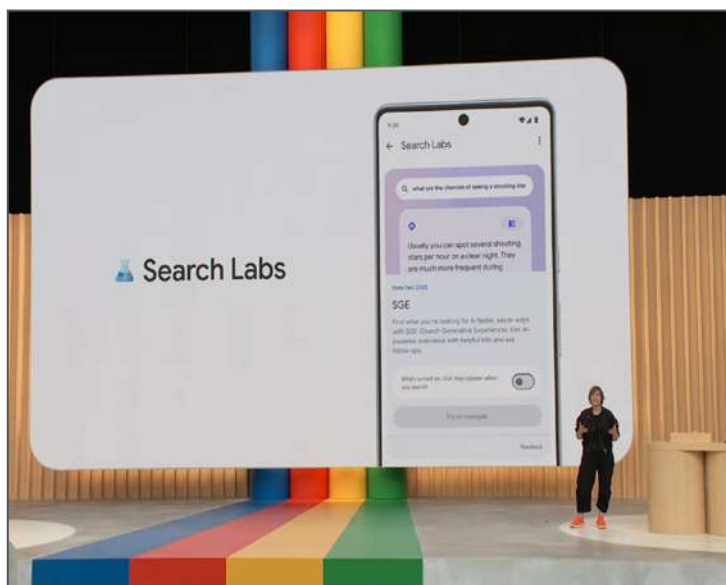


Πώς η αναζήτηση AI της Google μπορεί να επηρεάσει το ηλεκτρονικό εμπόριο

Τα αποτελέσματα της αναζήτησης της Google που βασίζονται σε τεχνητή νοημοσύνη είναι «πειραματικά». Αλλά αυτό δεν εμπόδισε τους search engine experts να μαντέψουν το πώς αυτά τα αποτελέσματα θα επηρεάσουν την επισκεψιμότητα των web sites, συμπεριλαμβανομένων των e-shop.

Η Search Generative Experience (SGE) της Google επιδιώκει να απαντήσει σε ένα ερώτημα συνομιλητικά, όπως θα έκανε ένα άτομο.

Τον περασμένο μήνα, ο Kevin Indig, ο πρώην διευθυντής SEO στο Shopify, έγραψε: «Το πώς η Google αποφασίζει ποια προϊόντα θα εμφανίσει, δεν είναι σαφές για μένα μέχρι τώρα. Δεν επικαλύπτονται με προϊόντα στο καρουζέλ αγορών στη σελίδα.»



DIGITAL MARKETING

Η Πλαίσιο αναδεικνύει τα κορυφαία talenta επιχειρηματικής τεχνολογίας στον μεγάλο τελικό “Plaisiobots: Race 2.0”

Με κεντρικό πυλώνα ευαισθητοποίησης την Τεχνολογία στην Εκπαίδευση, η Πλαίσιο Computers συνέχισε για ακόμα μία χρονιά τον θεσμό των “Plaisiobots”. Η δέσμευσή της για ενσωμάτωση της τεχνολογίας στην εκπαίδευση και στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων, ώστε να βελτιώσει την ποιότητα ζωής τους, αποτέλεσε τη θεματική για το φετινό “Plaisiobots: The Race 2.0”. Πρόκειται για το δεύτερο κατά σειρά μαθητικό «ταξίδι» στην εκπαιδευτική Ρομποτική και την Επιχειρηματικότητα, ο τελικός του οποίου αποτέλεσε μια θετική και αισιόδοξη πρόκληση για τους κριτές και όλους όσοι τον παρακολούθησαν, σε μια γιορτή αφιερωμένη στην τεχνολογία και την επιστήμη.

Ο τελικός του 2ου Open Call Διαγωνισμού Ρομποτικής & Επιχειρηματικότητας από την Πλαίσιο, πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 9 Ιουλίου στον χώρο του Art Factory, σημειώνοντας για ακόμα μία φορά τεράστια επιτυχία. Μετά από μήνες υγιούς αλλά έντονου συναγωνισμού και καινοτομίας, τα πιο δημιουργικά νεαρά μυαλά από όλες τις γωνίες της Ελλάδας παρουσίασαν μπροστά στους κριτές τις ιδέες τους και την εφευρετικότητά τους. Ξεπερνώντας τα όρια της επιστήμης, της ρομποτικής, του προγραμματισμού και του αυτοματισμού, επέδειξαν τις πρωτότυπες επιχειρηματικές τους ιδέες, με στόχο τη



δημιουργία ενός πιο φωτεινού μέλλοντος για όλους. Μαζί με τα παιδιά, στον ρόλο του εμπνευστή και οικοδεσπότη της διοργάνωσης, βρισκόταν ο Διονύσης Ατζαράκης. Με τη θετική του ενέργεια, το μεταδοτικό χιούμορ και τη δυναμική σκηνική του παρουσία, ενέπνευσε και χαλάρωσε τους νέους επιστήμονες, ώστε να ξεφύγουν από το άγχος της ημέρας και να δώσουν το 100% τους στο διαγωνιστικό κομμάτι.

Συνολικά 58 ομάδες και πάνω από 200 μαθητές, με την καθοδήγηση της Παγκόσμιας Πρωταθλήτριας Ρομποτικής, **Διάνας Βουτυράκου**, καθώς και των συνεργαζόμενων Εκπαιδευτικών Κέντρων Ρομποτικής που ανέλαβαν την προπόνησή τους σε 16 πόλεις της Ελλάδας, παρουσίασαν τις καινοτόμες ιδέες τους στην κριτική επιτροπή, που πλαισιωνόταν από εξέχοντες επιστήμονες της ρομποτικής και της επιχειρηματικότητας που έχουν ξεχωρίσει για το εκπαιδευτικό έργο τους, καθώς και τον εμπνευστή του διαγωνισμού και Διευθύνοντα Σύμβουλο της Πλαίσιο, **κ. Κώστα Γεράρδο**.

Πυράντοχα συστήματα με Ευρωπαϊκή πιστοποίηση, για κάθε απαίτηση επίδοσης.



On air νέα digital επικοινωνία από Knauf Greece και Choose

Στον «αέρα» βρίσκεται νέα digital επικοινωνία της Choose Strategic Communications Partner για την Knauf Greece, η οποία βασίζεται στο ακόλουθο κεντρικό μήνυμα: «Η καινοτομία είναι στο DNA της Knauf. Όπως είναι η εξέλιξη, η ευθύνη, η σιγουριά. Έτσι, ξεχωρίζει. Έτσι, πρωτοπορεί. Έτσι, στέκεται στην κορυφή των εξελίξεων. Τα συστήματα πυραντοχής Knauf είναι τα μόνα που παράγονται εξολοκλήρου στην Ελλάδα με ευρωπαϊκή πιστοποίηση και αποτελούν μια σημαντική εξέλιξη στον χώρο της αρχιτεκτονικής και των σύγχρονων κατασκευών».

Το παγκόσμιο media spend ξεπέρασε τα 400 δισ. δολάρια το 2022

Το παγκόσμιο media spend υπολογίζεται ότι έφτασε τα 401 δισ. δολάρια το 2022, σύμφωνα με την Comvergence. Οι δαπάνες αυξήθηκαν κατά 6,4% ετησίως από τα 377 δισ. δολάρια το 2021, σύμφωνα με τη μελέτη 2022 Billings Rankings & Market Shares. Η ανάλυση του Comvergence βασίστηκε στα δεδομένα από 46 χώρες που, συνολικά, αντιπροσωπεύουν το 96% του παγκόσμιου media spend.

Glo: νέα ενέργεια «my glorious Moments»

Στη νέα ενέργεια του glo επαναπροσδιορίζεται η έννοια αυτής της λέξης, εξυμνώντας το make it your way ως μέτρο ζωής. Έξι ξεχωριστές προσωπικότητες παρουσίασαν τα glorious στιγμιότυπα της ζωής τους μέσα από μια σειρά από 6 mini documentaries. Πρωταγωνιστές των YouTube videos της ενέργειας αυτής, αποτελούν αγαπημένοι celebrities οι οποίοι δημιουργούν καθημερινά τα δικά τους μοναδικά glorious moments.



Από την Action Global Communications η δημιουργία του απολογιστικού βίντεο της καμπάνιας Life Skills του British Council

Η εταιρεία είχε αναλάβει το 2022 και τη συνολική υλοποίηση και επικοινωνία του προγράμματος.

Το **British Council** επέλεξε την **Action Global Communications** για τη δημιουργία ενός απολογιστικού βίντεο του επιτυχημένου προγράμματος Life Skills που εκπονείται από το British Council με χρηματοδότηση της HSBC, στο πλαίσιο της διευρυμένης συνεργασίας του με το PR agency, που έχει αναλάβει την υλοποίηση ολόκληρης της επικοινωνιακής καμπάνιας του προγράμματος από το 2022.

Τα γυρίσματα πραγματοποιήθηκαν σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Καρδίτσα και το βίντεο καταγράφει και προβάλλει την εμπειρία τεσσάρων κοινωνικών επιχειρήσεων, των «Ρομά χωρίς Σύνορα», «Black Light», «Roes Cooperativa» και iSea μέσα από την συμμετοχή τους ως φορείς κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας που απασχόλησαν σε δίμηνη αμειβόμενη πρακτική άσκηση τους συμμετέχοντες. Στο βίντεο πήραν μέρος και οι ίδιοι οι συμμετέχοντες, οι οποίοι μίλησαν για την ξεχωριστή εμπειρία τους μέσα από το πρόγραμμα ενώ προλογίστηκε από την Μαρία Νομικού, Regional Lead, Youth, Skills & Schools, EU Region, British Council.

Το **Life Skills** αποτελεί ένα πρόγραμμα με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα έχοντας ως ώρα φέρει κοντά πάνω από 2.000 νέους μέσα από τις δράσεις του που περιλαμβάνουν αμειβόμενες πρακτικές, βιωματικά εργαστήρια αλλά και τα καινοτόμα social hackathons.

Μπορείτε να δείτε το βίντεο [εδώ](#):

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα επισκεφθείτε την [ιστοσελίδα](#).

Το YouTube εισάγει search hyperlinks στα σχόλια

Για την αύξηση της αλληλεπίδρασης με τους θεατές Το **YouTube** σχεδιάζει να δοκιμάσει μια νέα λειτουργία, η οποία θα μπορούσε να βοηθήσει επωνυμίες και δημιουργούς να αλληλεπιδράσουν περαιτέρω με τους θεατές. Η λειτουργία «hyperlinked keywords» στα σχόλια θα επιτρέψει στους θεατές να εξερευνήσουν θέματα και προτάσεις. Φράσεις ή μεμονωμένες λέξεις στα σχόλια μπορούν να γίνουν υπερσύνδεσμοι.

Σε ποιες συσκευές περνούν χρόνο οι καταναλωτές;

Οι ενήλικες στις ΗΠΑ θα περνούν περισσότερες από 7,5 ώρες την ημέρα σε συνδεδεμένες συσκευές φέτος, χρόνος που είναι αυξημένος κατά μία ώρα σε σχέση με το 2020, σύμφωνα με την καταγραφή και ανάλυση του Insider Intelligence. Αθροιστικά, αυτός ο χρόνος αντιστοιχεί σε πάνω από τα τρία τέταρτα του συνολικού χρόνου που θα ξοδεύουν online φέτος οι ενήλικες στις ΗΠΑ.

Τη Slead επέλεξε η ColgatePalmolive Hellas

Τη **Slead** επέλεξε η **ColgatePalmolive Hellas**, για να αναλάβει το localization του διεθνούς concept με τίτλο «Soupline. Άρωμα που διαρκεί όσο η αγάπη της μαμάς», σε online και offline περιβάλλον. Η καμπάνια απέκτησε ελληνικό άρωμα, με τη δημιουργία μιας tailor-made 360° επικοινωνίας, εμπνευσμένης από cliché ατάκες της Ελληνίδας μητέρας, που δεν παύει λεπτό να ανησυχεί για το παιδί της. Με άρωμα Soupline γέμισε ένας ολόκληρος συρμός του μετρό της Αθήνας, αλλά και στα σούπερ μάρκετ με μια σειρά από shopper activations.

Εκδότης-Διευθυντής

Κώστας Νόσσης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύνταξη Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη,
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:

Γιάννης Ζούμπας, Νίκος Χαλκιαδάκης

Λογιστήριο:

Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS

BE SMART!

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ONLINE

ΟΛΑ ΤΑ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

THΣ
SMARTPRESS
ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ
ΚΙΟΣΚΙ

www.yumpu.com/user/smartpress

