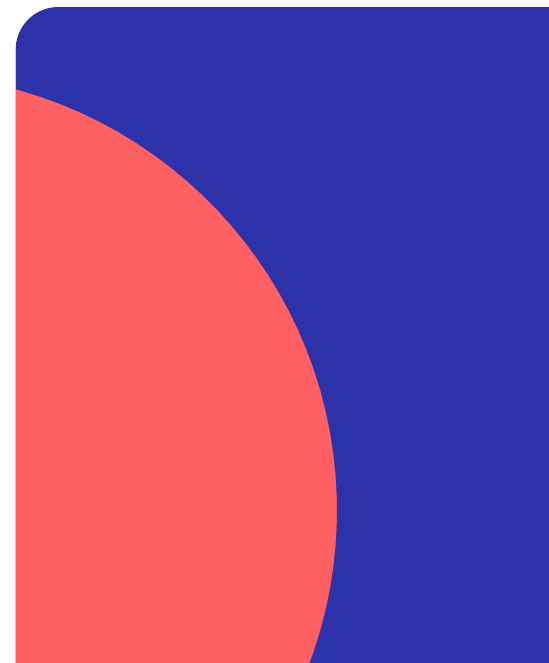
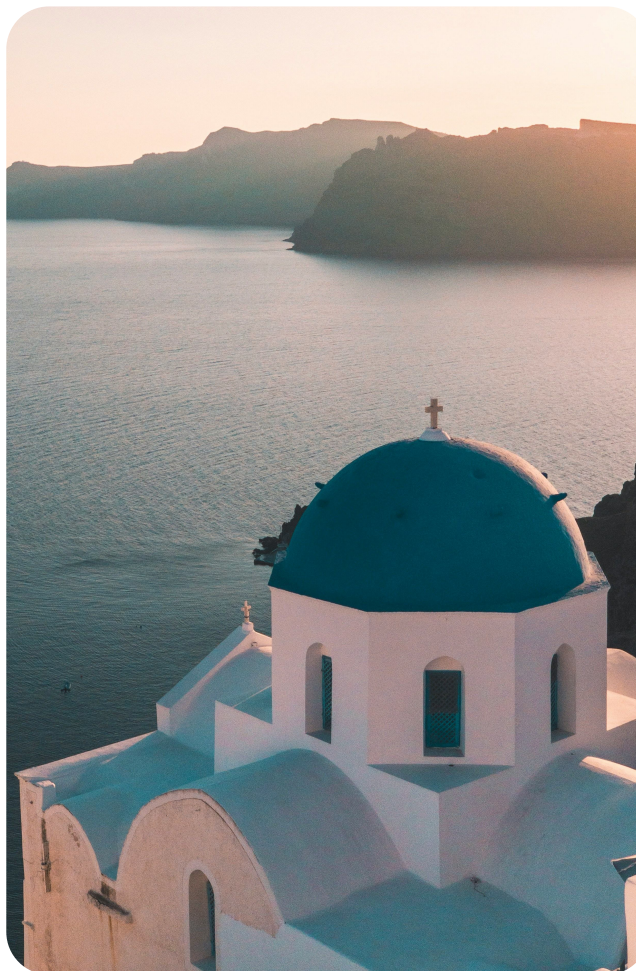


nexi

Ecommerce Report 2024 Greece



Αυτό είναι το eCommerce report!

Στην έκθεση παρουσιάζονται τα αποτελέσματα μιας εκτενούς έρευνας που διεξήχθη το 2024 σχετικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε όλη την Ευρώπη, με στόχο την κατανόηση των τάσεων και της δυναμικής των ηλεκτρονικών αγορών για τη στήριξη του εξελισσόμενου ηλεκτρονικού εμπορίου σε επίπεδο λιανεμπορίου και πληρωμών.

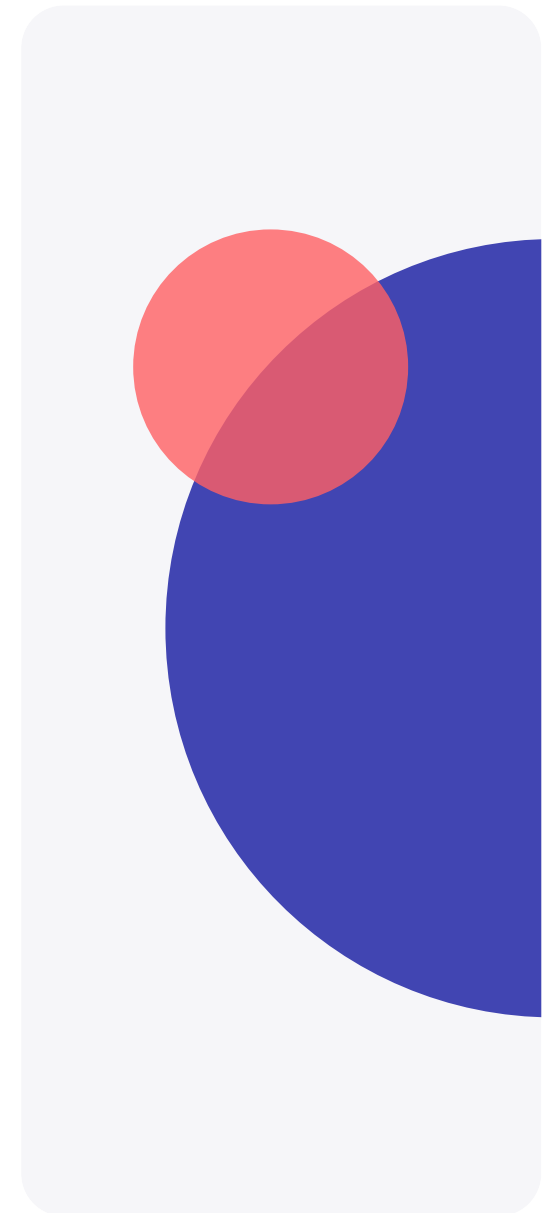
Γεωγραφικές περιοχές που συμπεριλήφθηκαν: 11 χώρες σε όλη την Ευρώπη
Βόρεια Ευρώπη: Δανία, Φινλανδία, Νορβηγία, Πολωνία, Σουηδία.
Κεντρική Ευρώπη: Αυστρία, Γερμανία, Ελβετία, Κροατία
Νότια Ευρώπη: Ιταλία, Ελλάδα

Ερωτηθέντες: άτομα ηλικίας 18-79 ετών με πρόσβαση στο internet, τα οποία αντιπροσωπεύουν τον τοπικό πληθυσμό.

Κύριο σημείο εστίασης της έρευνας: οι συνήθειες που αφορούν τις ηλεκτρονικές αγορές, με στόχο την κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών σε σχέση με τις επιλογές προϊόντων και υπηρεσιών, τις συνολικές δαπάνες και τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή ηλεκτρονικού καταστήματος, αγορών και πληρωμών.

Κάθε εβδομάδα, όλο το 2024, οι ερωτηθέντες καλούνταν να σχολιάσουν την εμπειρία τους με τις ηλεκτρονικές αγορές που έκαναν τις προηγούμενες 28 ημέρες. Το συνολικό δείγμα των ερωτηθέντων έδωσε 28.644 συνεντεύξεις, γεγονός που καθιστά την έρευνα αυτή μια από τις ευρύτερες έρευνες για τις ηλεκτρονικές αγορές στην Ευρώπη. Σε κάθε χώρα, η βάση απαντήσεων αποτελούνταν από 2.604 ερωτηθέντες.

Η έρευνα διεξήχθη από την Teleperformance για λογαριασμό της Nexi.



Το 2024 αποτέλεσε μια καθοριστική χρονιά για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα, καθώς πραγματοποίησαν το πρώτο ουσιαστικό βήμα προς την ψηφιακή αποδοχή πληρωμών με την ευρεία εγκατάσταση τερματικών POS.

Η υποχρεωτική εφαρμογή λύσεων αποδοχής πληρωμών σε όλες τις κατηγορίες επιχειρήσεων οδήγησε σε ένα εκτεταμένο κύμα ψηφιοποίησης, με αποτέλεσμα το 90%* των συναλλαγών να πραγματοποιείται πλέον μέσω αυτών των τερματικών. Η αλλαγή αυτή δεν απλώς βελτίωσε τη διαφάνεια και την ασφάλεια στις συναλλαγές, αλλά έδωσε στις επιχειρήσεις νέα εργαλεία για τη βελτίωση της ρευστότητας και της εμπειρίας των πελατών τους.

Αυτή η εξέλιξη δημιουργεί ένα ισχυρό θεμέλιο για το 2025, το οποίο προδιαγράφεται ως η χρονιά όπου θα επικεντρωθούμε στην εκπαίδευση και υποστήριξη των ΜμΕ ώστε να κάνουν το επόμενο βήμα στον ψηφιακό μετασχηματισμό τους.

Στόχος είναι η ομαλή μετάβαση προς πιο ψηφιοποιημένες λύσεις αποδοχής πληρωμών, όπως οι online συναλλαγές και τα ολοκληρωμένα ψηφιακά συστήματα διαχείρισης πληρωμών. Με αυτόν τον τρόπο, οι επιχειρήσεις θα ενισχύσουν την ευελιξία τους, θα προσελκύσουν νέους πελάτες και θα ανταποκριθούν αποτελεσματικότερα στις συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς, ενώ παράλληλα θα βελτιώσουν τη συνολική τους ανταγωνιστικότητα σε ένα ολοένα και πιο ψηφιακό περιβάλλον.



Eleny Argyropoulou

Chief Commercial Officer Greece, Nexi Group

Το 2024 παρατηρήσαμε έντονη στροφή των μικρομεσαίων εμπόρων προς τις online συναλλαγές, καθώς μετά την καθιέρωση των POS, οι επιχειρήσεις άρχισαν να αναζητούν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και το ψηφιακό κανάλι για την ανάπτυξή τους. Σε αυτό το πλαίσιο, παρουσιάσαμε στην ελληνική αγορά τη Nexi XPay – μια σύγχρονη, ολοκληρωμένη και ευέλικτη πλατφόρμα ηλεκτρονικών πληρωμών που σχεδιάστηκε ειδικά για να καλύψει τις αυξανόμενες ανάγκες των ΜμΕ.

Η XPay προσφέρει λειτουργίες όπως πληρωμές εξ αποστάσεως μέσω Pay-by-Link, αποθήκευση καρτών για επαναλαμβανόμενες χρεώσεις (tokenization), δυναμικά checkout που προσαρμόζονται στο προφίλ κάθε επιχείρησης, καθώς και απλή διασύνδεση με τα πιο δημοφιλή e-commerce περιβάλλοντα και mobile apps. Το 2025, ενσωματώσαμε και τις πληρωμές μέσω digital wallets, συνεχίζοντας τη στρατηγική μας για διαρκή εξέλιξη της πλατφόρμας, με στόχο τη βέλτιστη εμπειρία του τελικού πελάτη και την προσφορά λύσεων που αυξάνουν τα conversion rates και ενισχύουν την εμπιστοσύνη στις ψηφιακές αγορές.

Η XPay έθεσε το θεμέλιο για την ουσιαστική μετάβαση των ελληνικών εμπόρων στο ηλεκτρονικό εμπόριο, με τρόπο προσβάσιμο, ασφαλή και απόλυτα εστιασμένο στις εμπορικές τους ανάγκες.



Aikaterini Katsarou

Head of Marketing Greece, Nexi Group

Η Ελλάδα το 2024 Σημαντικότερα στοιχεία

ΔΙΑΝΟΜΗ

78%

των ερωτηθέντων δηλώνει ότι ψωνίζει
από επιχειρήσεις εντός Ελλάδας

71%

των ερωτηθέντων δηλώνει ότι επιλέγει
μέθοδο πληρωμής με βάση την
ασφάλεια

ΑΓΟΡΕΣ

50%

των ερωτηθέντων αγόρασε ρούχα από το
διαδίκτυο τις τελευταίες 28 ημέρες

ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

57%

των ερωτηθέντων πλήρωσε με
χρεωστική κάρτα κατά τις ηλεκτρονικές
αγορές που έκανε τις τελευταίες 28
ημέρες

11 Ποιες είναι οι προτιμήσεις όσον αφορά τις ηλεκτρονικές αγορές;

ΣΕΛΙΔΑ 6

- 1.1. ΑΓΟΡΕΣ Μ'ΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ;
- 1.2. ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
- 1.3. ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ
- 1.4. Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ;

2 Υλικά αγαθά

ΣΕΛΙΔΑ 15

- 2.1. ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΈΝΔΥΣΗ
- 2.2. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ
- 2.3. ΟΙΚΙΑΚΑ ΕΪΔΗ

3 Υπηρεσίες

ΣΕΛΙΔΑ 21

4 Ταξίδια και διαμονή

ΣΕΛΙΔΑ 24

5 Μέθοδοι πληρωμής

ΣΕΛΙΔΑ 27

1

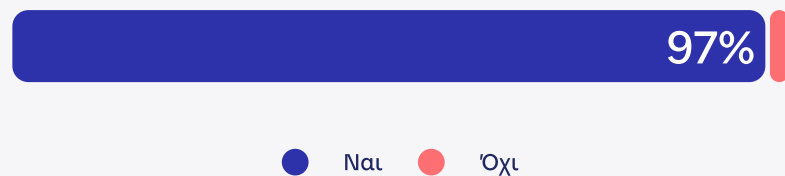
Ποιες είναι οι
προτιμήσεις
όσον αφορά
τις
ηλεκτρονικές
αγορές;



1.1 Πραγματοποίηση αγορών μέσω διαδικτύου;

Οι ηλεκτρονικές αγορές είναι η νέα κανονικότητα

Άτομα που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές τις τελευταίες 28 ημέρες (%)



Μειώνοντας τη μεταξύ μας διαφορά

Άτομα που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές τις τελευταίες 28 ημέρες ανά φύλο (%)

Γυναίκες

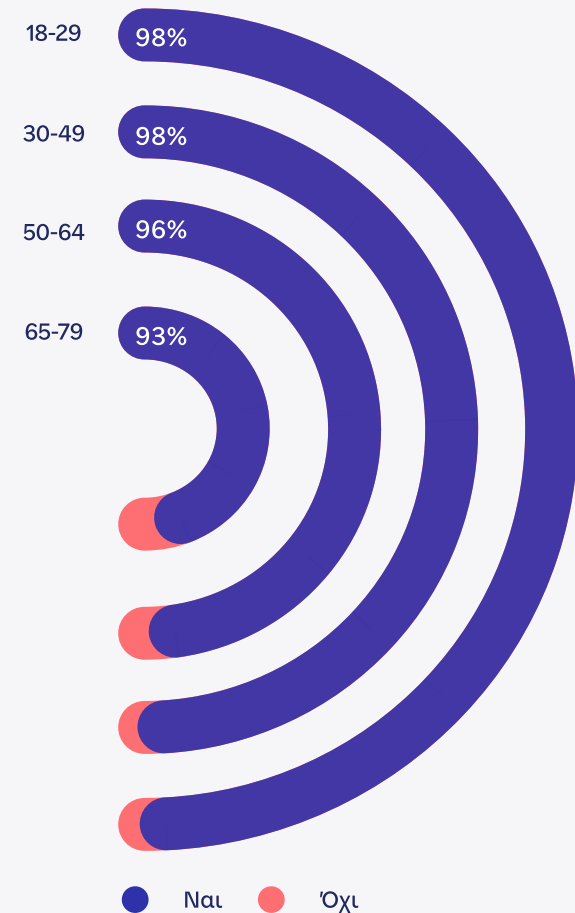


Άνδρες



Ηλεκτρονικές αγορές για όλους

Άτομα που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές τις τελευταίες 28 ημέρες ανά ηλικία (%)

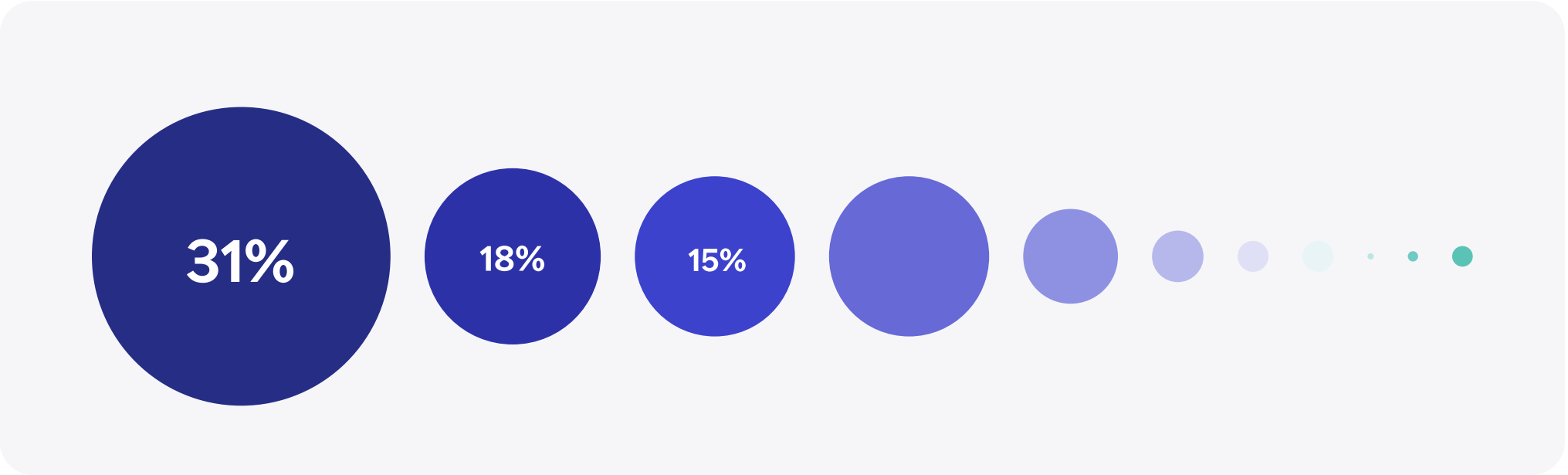


Η δύναμη της τιμής

Οι ηλεκτρονικές αγορές συχνά θεωρούνται πιο έξυπνη επιλογή από τις παραδοσιακές αγορές εντός του καταστήματος, κυρίως λόγω τις ασύγκριτης ευκολίας, των ανταγωνιστικών τιμών και του πλεονεκτήματος της εξοικονόμησης χρόνου. Οι αγοραστές προτιμούν τη δυνατότητα περιήγησης και αγοράς προϊόντων από την άνεση του σπιτιού τους, καθώς αποφεύγουν τις μεγάλες ουρές, τα γεμάτα κόσμο καταστήματα και την ταλαιπωρία των μετακινήσεων.

Για ποιους λόγους κάνουμε αγορές από το διαδίκτυο;

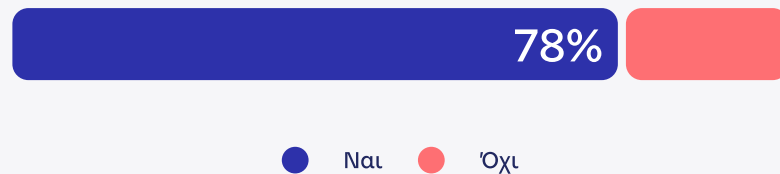
Χαμηλότερες τιμές	31%
Εξοικονόμηση χρόνου	18%
Άνεση/Ευκολία	15%
Εύκολη σύγκριση τιμών	15%
Μεγαλύτερη ποικιλία	8%
Δεν παίζει ρόλο το ωράριο λειτουργίας	5%
Αποφυγή συνωστισμού	3%
Δεν υπάρχει αναμονή σε μεγάλες ουρές	3%
Περισσότερες μοναδικές επιλογές	<1%
Δεν ξέρω	1%
Άλλο	2%



1.2 Αγορές από ελληνικές επιχειρήσεις

Η ελληνική αγορά νικά την παγκόσμια

Άτομα που πραγματοποίησαν αγορές από ελληνική διαδικτυακή επιχείρηση τις τελευταίες 28 ημέρες (%)



Δίπλα δίπλα

Διαφορές μεταξύ των δύο φύλων όσον αφορά τη στήριξη τοπικών επιχειρήσεων (%)

Γυναίκες

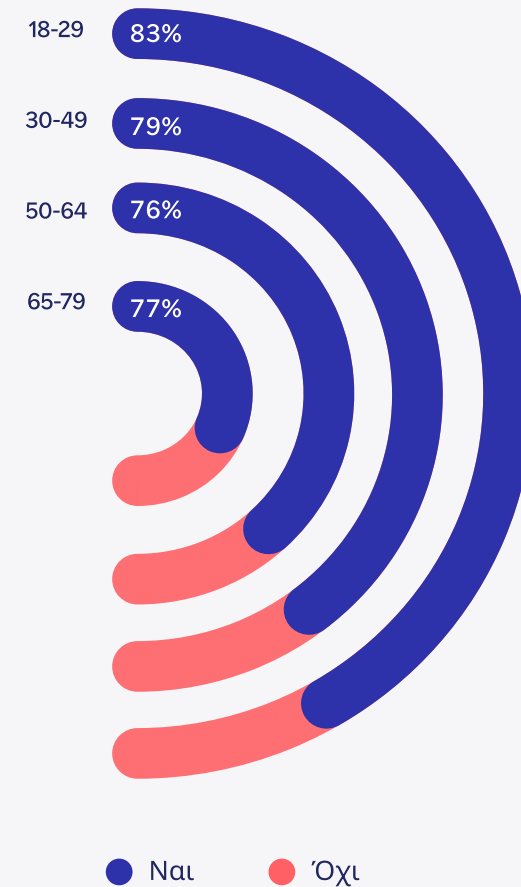


Άνδρες



Κλίση προς την τοπική αγορά

Διαφορές μεταξύ γενιών όσον αφορά τις ηλεκτρονικές αγορές από τοπικές επιχειρήσεις (%)



1.3 Παράδοση

Κοντά και βολικά

Οι κυριότερες προτιμήσεις παράδοσης (%)

Παράδοση

Παράδοση στο σπίτι

58%

Παραλαβή

Παραλαβή από τον πλησιέστερο σταθμό διανομής (π.χ. δέματα)

22%

Παραλαβή από το πλησιέστερο σημείο διανομής (π.χ. ταχυδρομείο, βενζινάδικο)

14%

Παραλαβή από το κατάστημα

6%

Δεν ξέρω

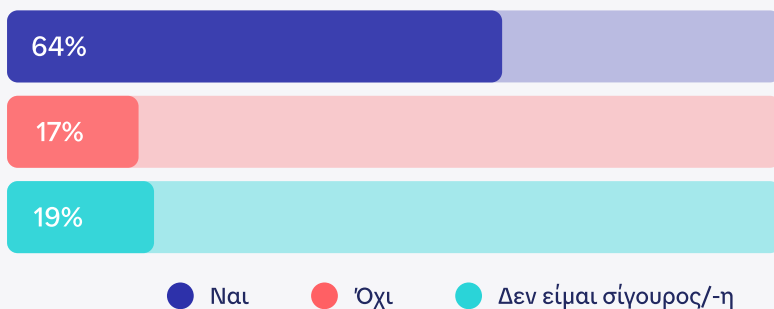
1%



1.4 Δίνουμε προτεραιότητα στη βιωσιμότητα;

Η βιωσιμότητα πάνω από την άνεση

Άτομα που είπαν ότι είναι σημαντικό τα ηλεκτρονικά καταστήματα να νοιάζονται για το περιβάλλον (%)



Πρωτοπόροι

Διαφορές μεταξύ των δύο φύλων σε σχέση με την επιλογή βιώσιμων μέτρων (%)

Γυναίκες

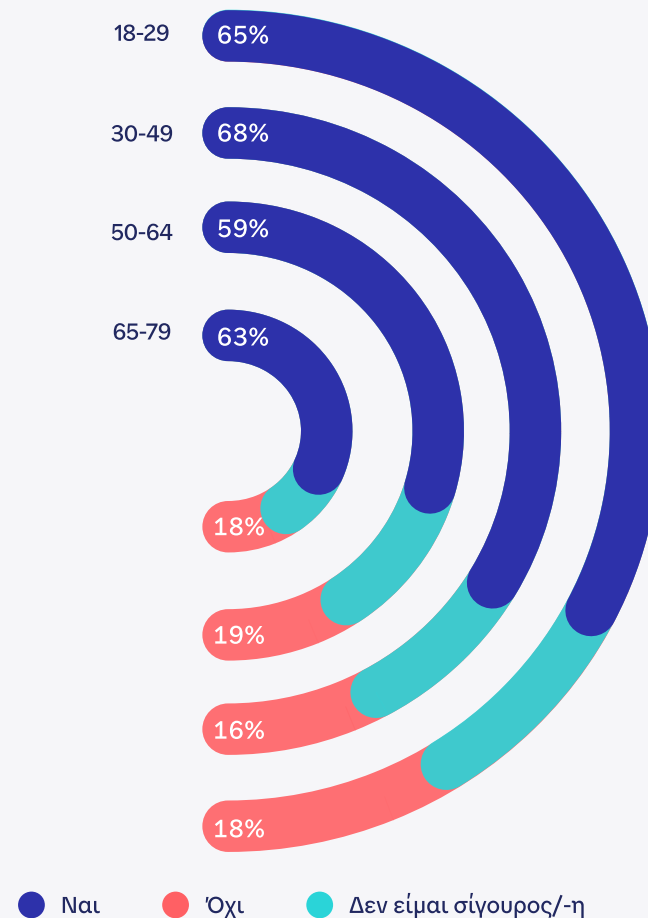


Άνδρες



Πράσινη γενιά

Διαφορές μεταξύ γενιών σε σχέση με την επιλογή βιώσιμων μέτρων (%)



Η βιωσιμότητα ξεκινά με λιγότερες συσκευασίες

Η βιωσιμότητα αντιμετωπίζεται σε μεγάλο βαθμό ως ευθύνη των εμπόρων, ιδίως μέσω της χρήσης ελάχιστων συσκευασιών και της υιοθέτησης φιλικών προς το περιβάλλον διαδικασιών επιστροφής.

Φέτος, περισσότεροι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι είναι πρόθυμοι να στηρίξουν αυτές τις προσπάθειες, ακόμη κι αν αυτό σημαίνει ότι πρέπει να επαναχρησιμοποιούν τις συσκευασίες για επιστροφές ή να επιλέγουν λιγότερο βολικούς τρόπους επιστροφής, ώστε να συμβάλλουν στη μείωση του αντικτύπου τους στο περιβάλλον.

Τι είδους μέτρα θα προτιμούσατε να προσφέρει ένας ιστότοπος;

Ελάχιστες συσκευασίες (μεταφορά χωρίς απορρίμματα)	54%
Διαδικασίες επιστροφής φιλικές προς το περιβάλλον	36%
Επιλογή φιλικής προς το κλίμα παράδοσης (π.χ. με ποδήλατο)	20%
Τέλος αντιστάθμισης εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα	17%
Μεγαλύτεροι χρόνοι παράδοσης για εξορθολογισμό των logistics	15%
Άλλο	2%
Δεν ξέρω	16%

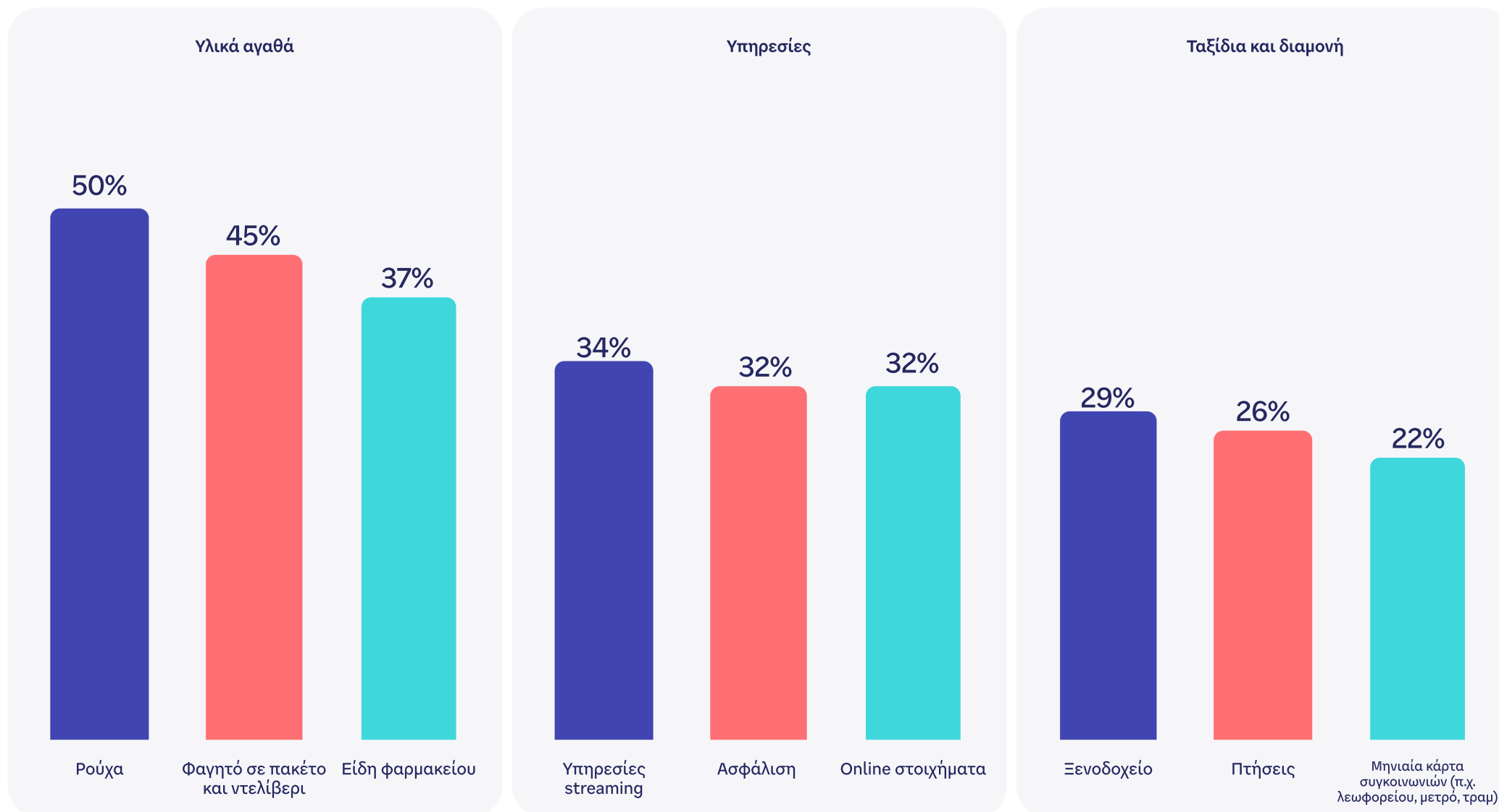
54%

36%

20%

Οι βασικές κατηγορίες ηλεκτρονικών αγορών το 2024

Προϊόντα ή υπηρεσίες που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)



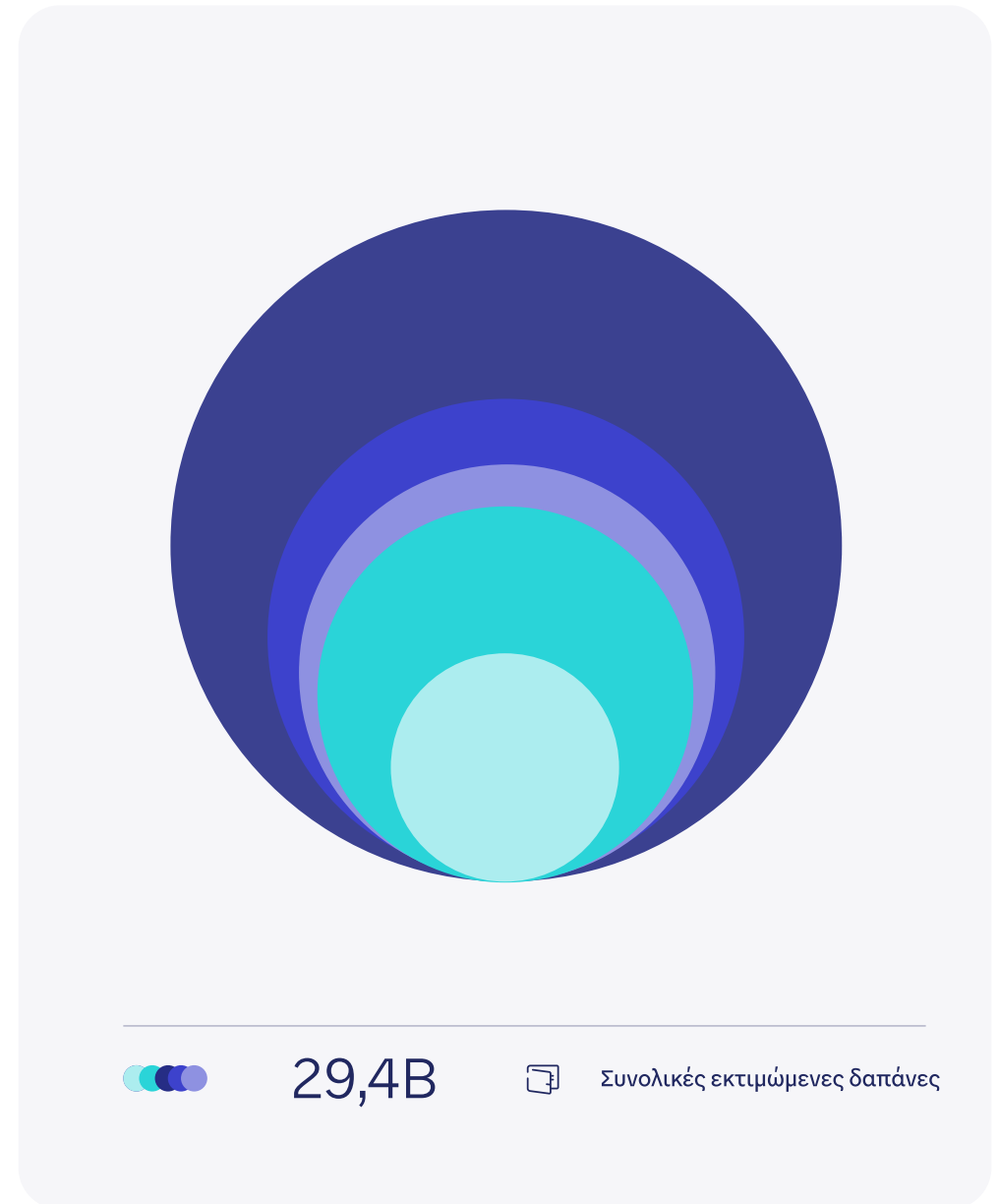
Αποδράσεις αντί για ψώνια

Οι ηλεκτρονικές αγορές έχουν γίνει ο αγαπημένος τρόπος αγοράς προϊόντων καθημερινής χρήσης, από προϊόντα φαρμακείου και προϊόντα ομορφιάς μέχρι τρόφιμα και υπηρεσίες streaming. Πλέον δεν περιορίζονται μόνο στη μόδα, τα ταξίδια ή τις περιστασιακές αγορές οικιακών ειδών.

Δαπάνες στο διαδίκτυο για το 2024

*εκτιμώμενες δαπάνες σε δισεκατομμύρια ευρώ

●	9,1	✈ Ταξίδια και διαμονή
●	6,5	🤝 Υπηρεσίες
●	5,6	👕 Μόδα και ένδυση
●	5,1	📺 Οικιακά είδη
●	3,1	🛒 Προϊόντα καθημερινής χρήσης



2.1

Μόδα και ένδυση

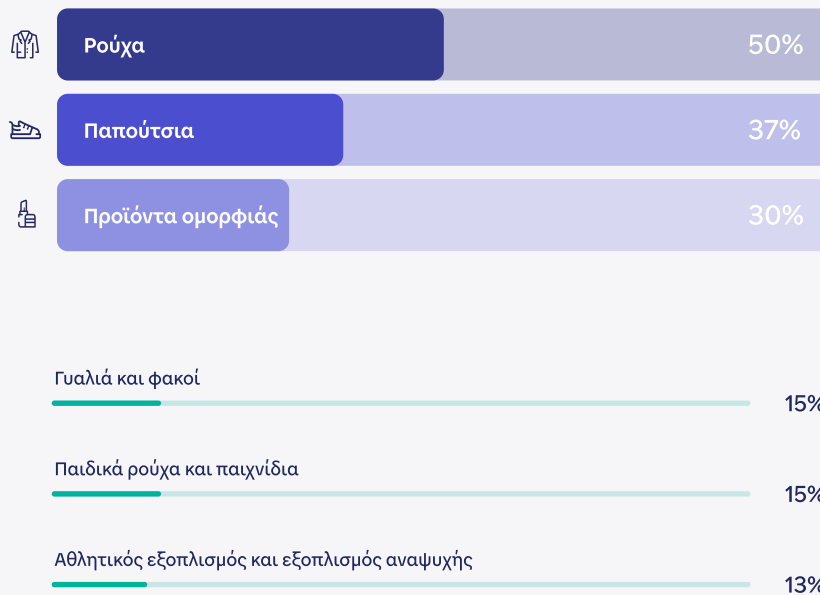
Υλικά αγαθά



Μηνιαίες αγοραστικές συνήθειες

Ρούχα και άλλα είδη ένδυσης που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)

Ο κλάδος της μόδας συνεχίζει να κυριαρχεί στο διαδίκτυο. Η κατηγορία προϊόντων με το μεγαλύτερο ποσοστό αγορών ήταν τα ρούχα και ακολουθούν τα παπούτσια και τα προϊόντα ομορφιάς.



Αλλαγές στις 3 κορυφαίες κατηγορίες

Αλλαγή στις αγορές ρούχων και άλλων ειδών ένδυσης τις τελευταίες 28 ημέρες σε σύγκριση με το 2023 σε Π.Μ.*



*Ποσοστιαίες μονάδες = Π.Μ.

2.2

Προϊόντα καθημερι νής χρήσης

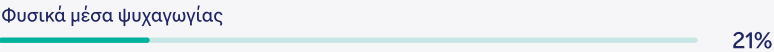
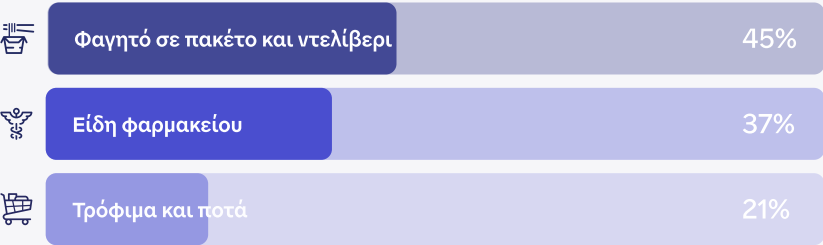
Υλικά αγαθά



Μηνιαίες αγοραστικές συνήθειες

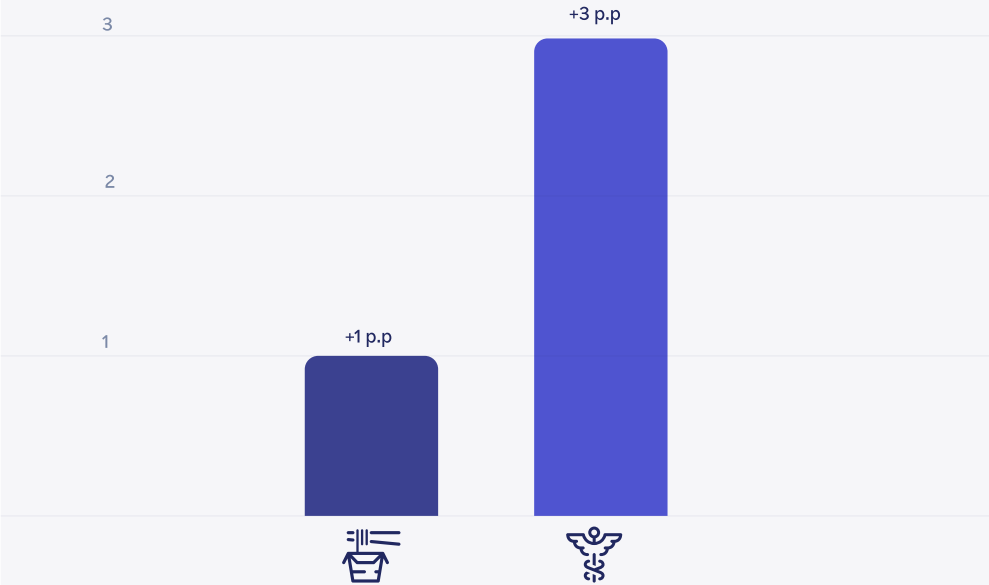
Προϊόντα καθημερινής χρήσης που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)

Το φαγητό σε πακέτο (takeaway) καταλαμβάνει την πρώτη θέση όσον αφορά τον όγκο των ηλεκτρονικών αγορών, το οποίο αποτυπώνει πόσο βαθιά ριζωμένες είναι αυτές οι συνήθειες στην καθημερινότητά μας. Οι καταναλωτές δείχνουν επίσης μεγάλη προτίμηση στα προϊόντα φαρμακείου στο διαδίκτυο, γεγονός που αντανακλά την αυξανόμενη ωριμότητα της αγοράς όσον αφορά την κάλυψη καθημερινών αναγκών υγείας και ευεξίας.



Αλλαγές στις 3 κορυφαίες κατηγορίες

Αλλαγή στις αγορές προϊόντων καθημερινής χρήσης τις τελευταίες 28 ημέρες σε σύγκριση με το 2023 σε Π.Μ.*



*Ποσοστιαίες μονάδες = Π.Μ.

2.3

Οικιακά είδη

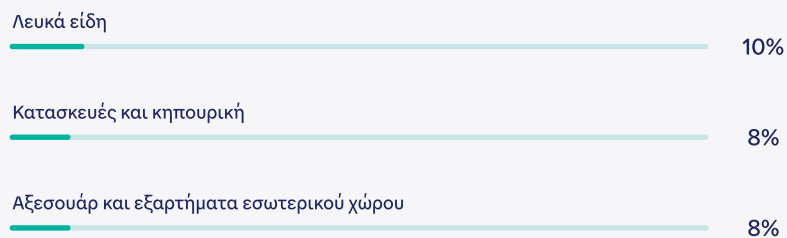
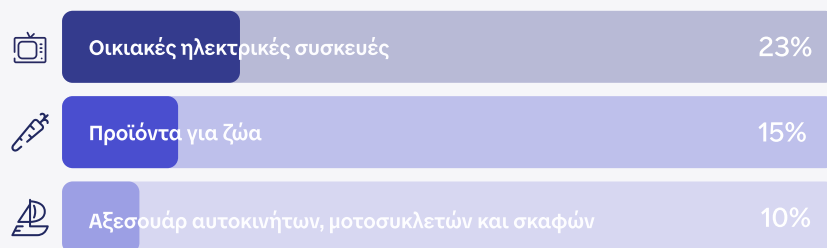
Υλικά αγαθά



Μηνιαίες αγοραστικές συνήθειες

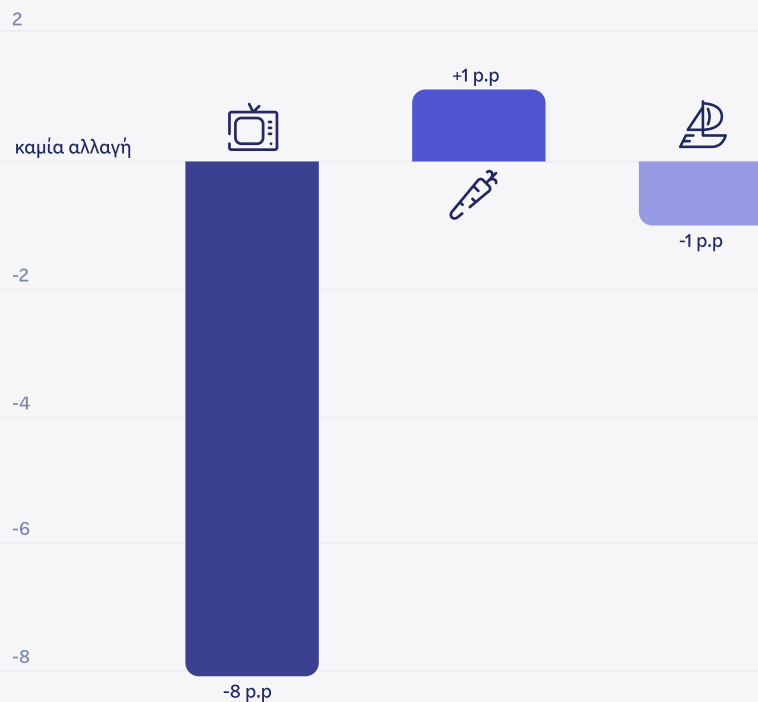
Οικιακά είδη που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)

Μια σημαντική τάση είναι η αυξανόμενη προτίμηση στην αγορά οικιακών ηλεκτρικών συσκευών μέσω διαδικτύου, η οποία αντανακλά την αυξημένη εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε ψηφιακά κανάλια για την αγορά οικιακών ειδών.



Αλλαγές στις 3 κορυφαίες κατηγορίες

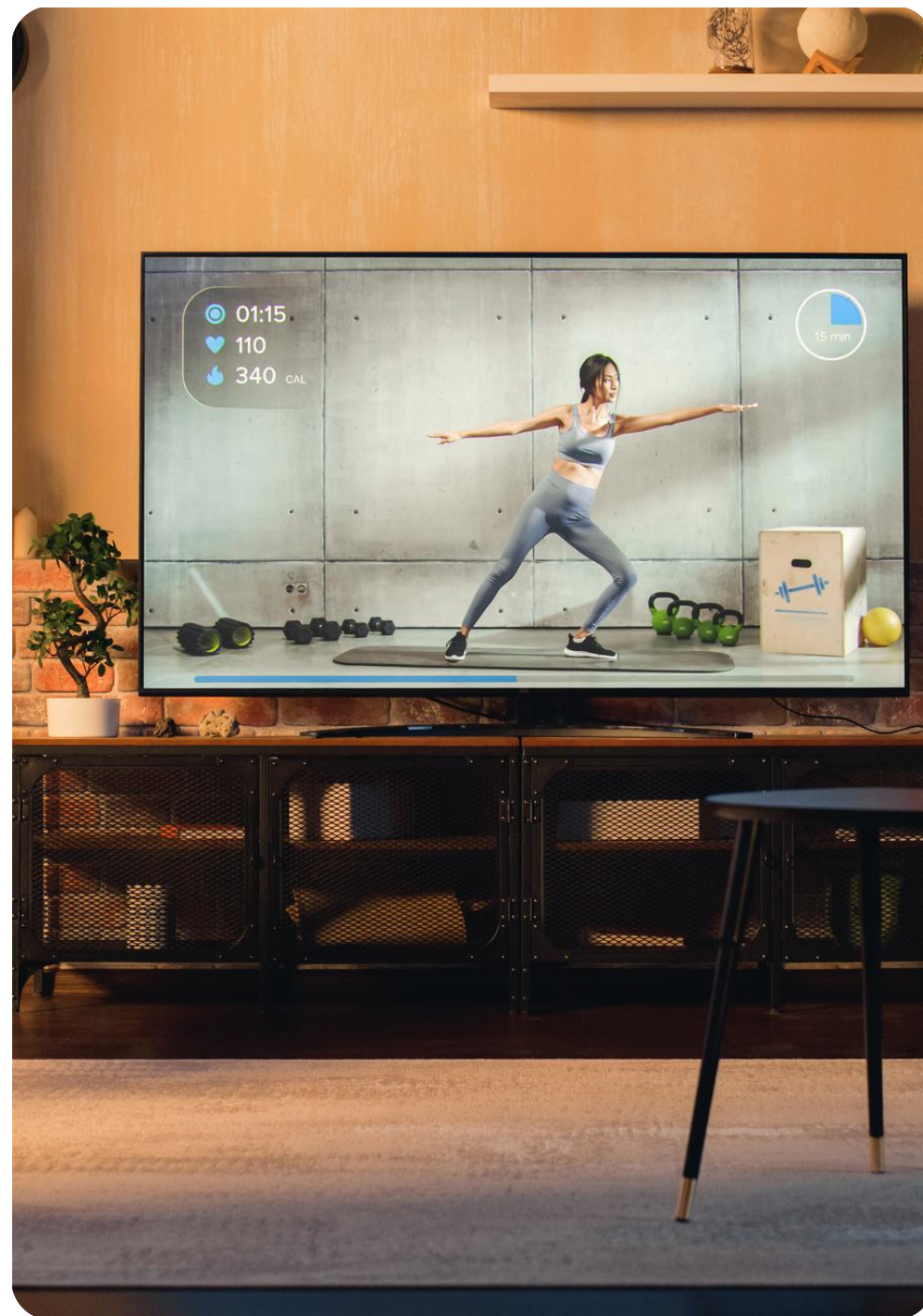
Αλλαγή στις αγορές οικιακών ειδών τις τελευταίες 28 ημέρες σε σύγκριση με το 2023 σε Π.Μ.*



*Ποσοστιαίες μονάδες = Π.Μ.

3

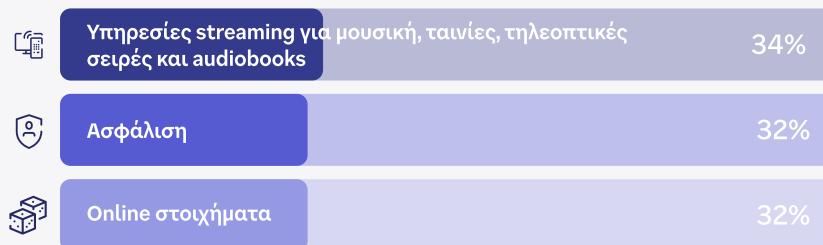
Υπηρεσίες



Μηνιαίες αγοραστικές συνήθειες

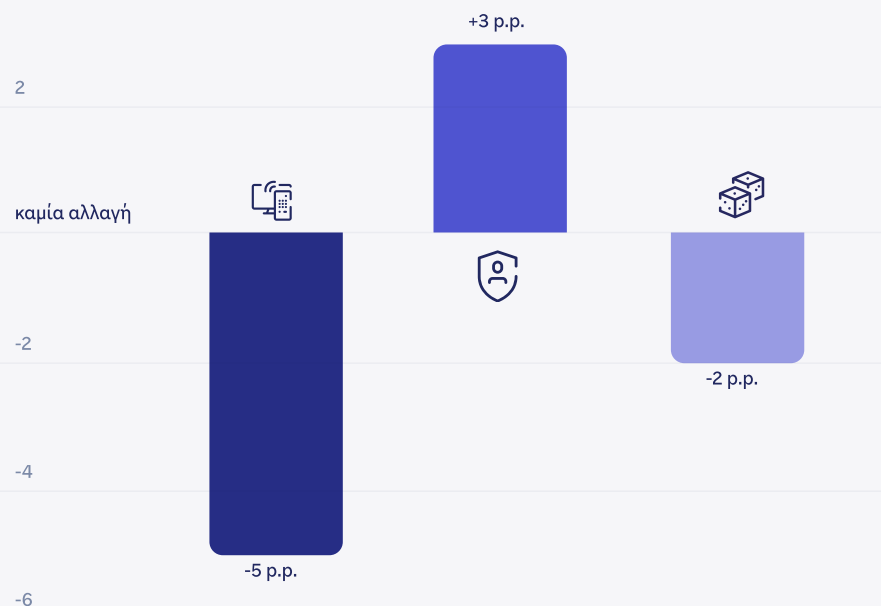
Υπηρεσίες που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)

Οι υπηρεσίες streaming συνεχίζουν να είναι ανάμεσα στις δημοφιλέστερες υπηρεσίες που αγοράζονται στο διαδίκτυο, γεγονός που αναδεικνύει τη σταθερή ελκυστικότητα της on-demand ψυχαγωγίας και της ψηφιακής ευκολίας. Ωστόσο, παρά την ισχυρή παρουσία τους, αναδύεται μια αισθητή αρνητική τάση. Η μείωση αυτή ενδεχομένως φανερώνει κορεσμό της αγοράς, εξάντληση λόγω των πολλών συνδρομών ή εξελισσόμενες προσδοκίες των καταναλωτών σχετικά με την ποιότητα και την αξία του περιεχομένου.



Αλλαγές στις 3 κορυφαίες κατηγορίες

Αλλαγή στις αγορές υπηρεσιών τις τελευταίες 28 ημέρες σε σύγκριση με το 2023 σε Π.Μ.*

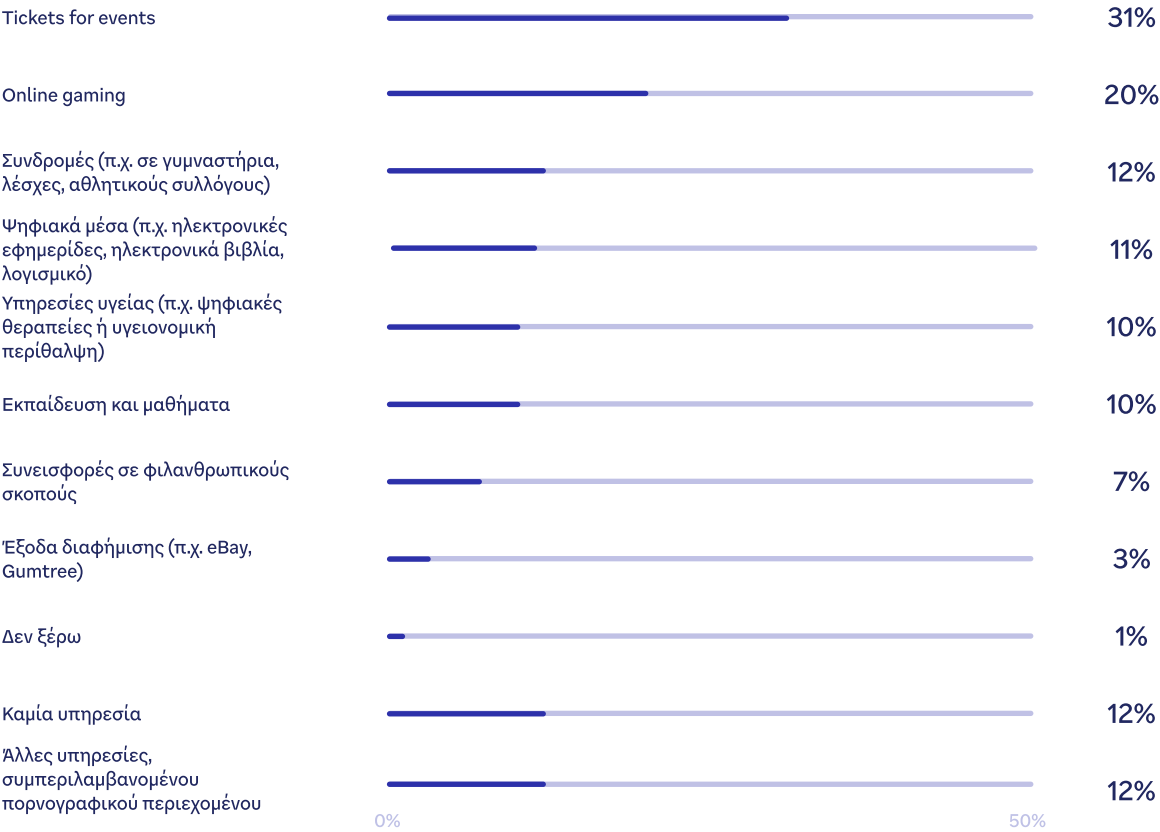


*Ποσοστιαίες μονάδες = Π.Μ.



Άλλες υπηρεσίες στη μηνιαία λίστα αγορών μας:

Υπηρεσίες που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)



4

Ταξίδια και διαμονή

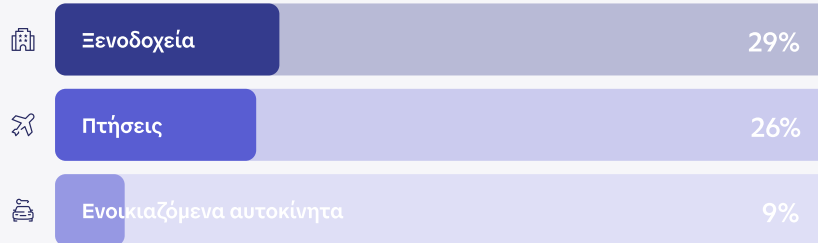


Μηνιαίες αγοραστικές συνήθειες

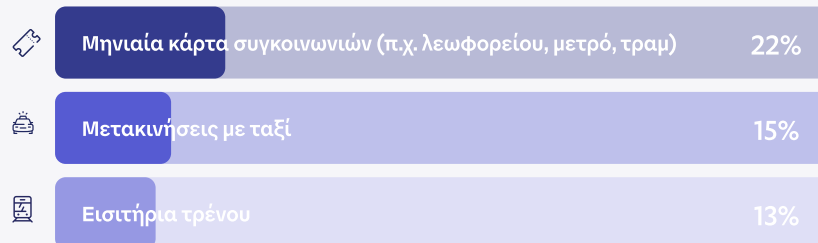
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)

Παρά τον περιορισμένο αριθμό καταναλωτών, τα ταξίδια εξακολουθούν να είναι η πιο σημαντική κατηγορία δαπανών. Οι καθημερινές μετακινήσεις παρουσιάζουν μεγάλη αύξηση στη διαδικτυακή καθημερινότητα

Ταξίδια



Καθημερινές μετακινήσεις



Αλλαγές στις 3 κορυφαίες κατηγορίες

Αλλαγή στις αγορές ταξιδιωτικών υπηρεσιών τις τελευταίες 28 ημέρες σε σύγκριση με το 2023 σε Π.Μ.*

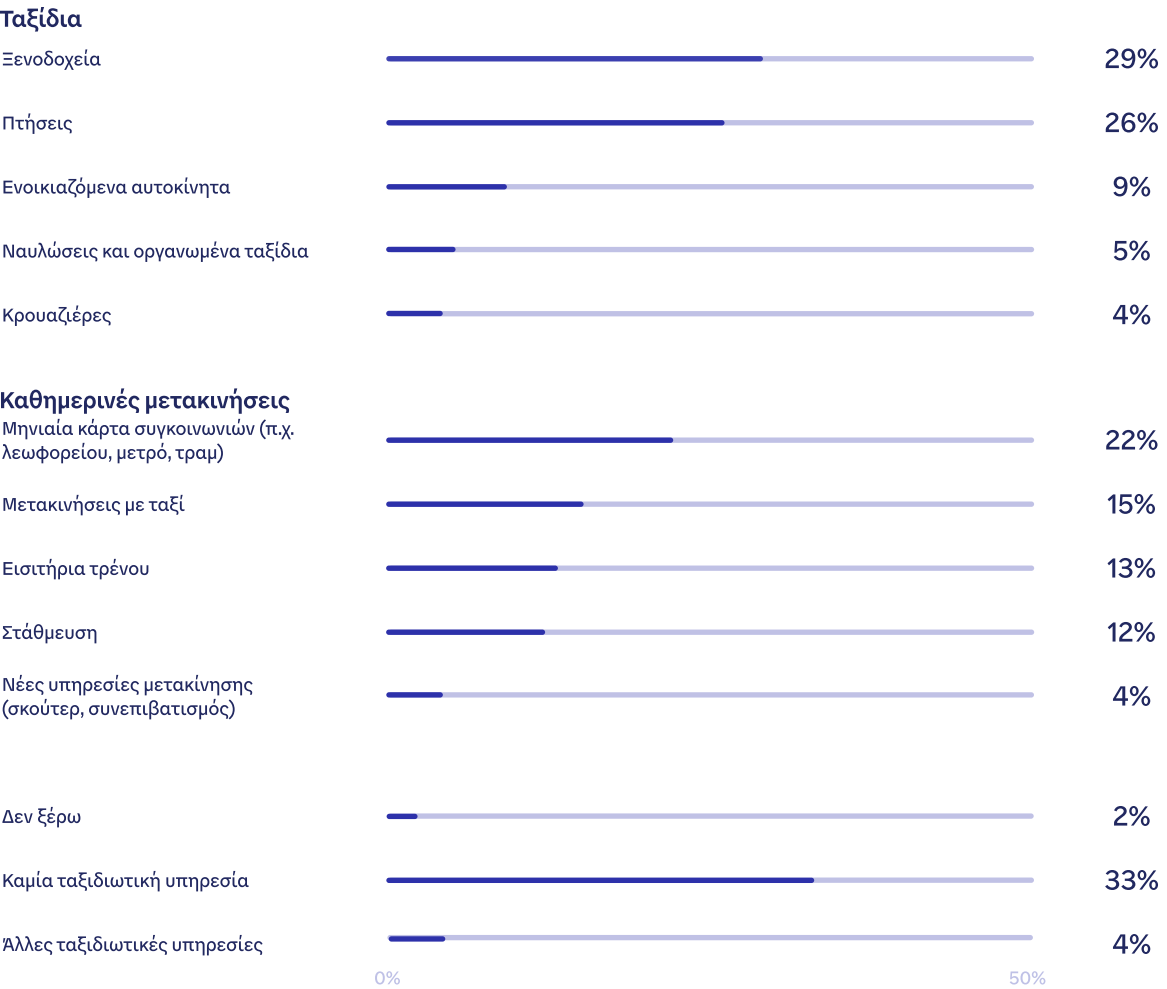


*Ποσοστιαίες μονάδες = Π.Μ.



Γενική εικόνα μηνιαίας λίστας αγορών:

Ταξιδιωτικές υπηρεσίες που αγοράστηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)



5

Μέθοδοι πληρωμής και αγοραστική εμπειρία



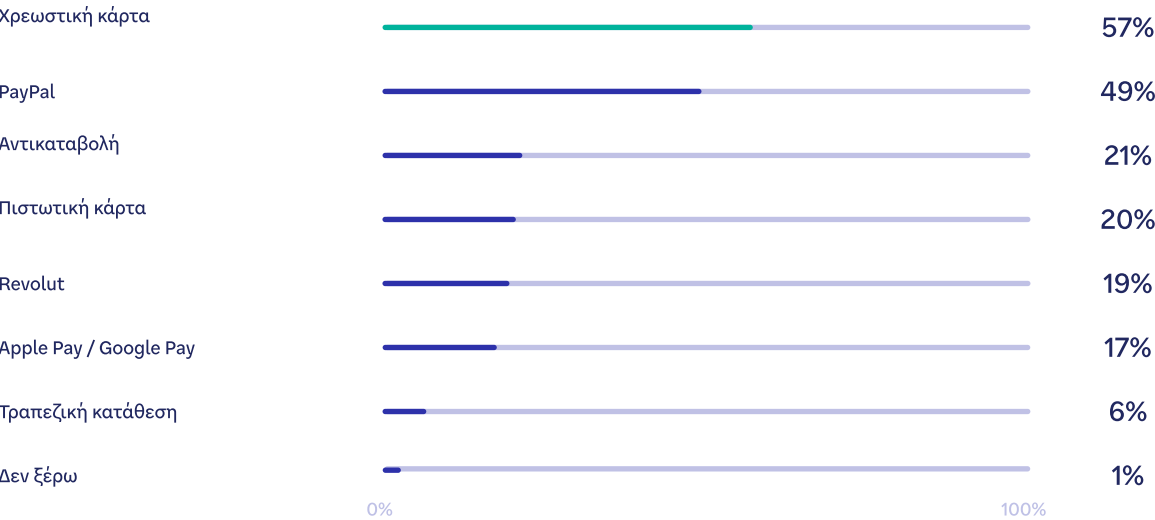
Αξιοπιστία και ευκολία

Οι χρεωστικές κάρτες εξακολουθούν να κυριαρχούν λόγω της αξιοπιστίας τους και της εξοικείωσης των χρηστών.

Η επιλογή μεθόδου πληρωμής καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από δύο βασικούς παράγοντες: την ασφάλεια και την ταχύτητα. Οι αγοραστές δίνουν προτεραιότητα σε επιλογές που διασφαλίζουν την προστασία των προσωπικών και οικονομικών τους δεδομένων και, παράλληλα, διευκολύνουν τις γρήγορες και απρόσκοπτες συναλλαγές.

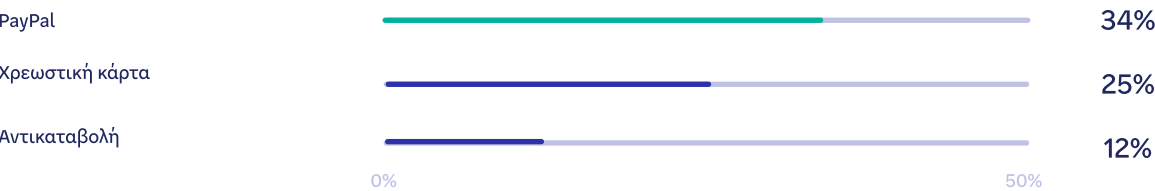
Πώς πληρώνετε στο διαδίκτυο;

Μέθοδοι πληρωμής που χρησιμοποιήθηκαν τις τελευταίες 28 ημέρες (%)



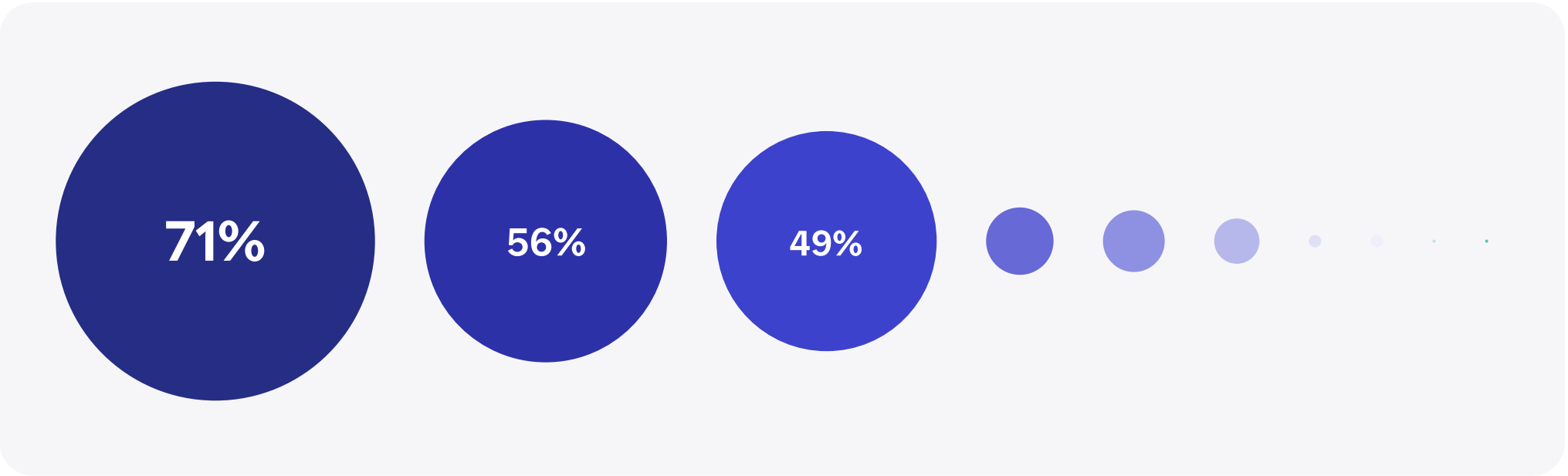
Πώς προτιμάτε να πληρώνετε στο διαδίκτυο;

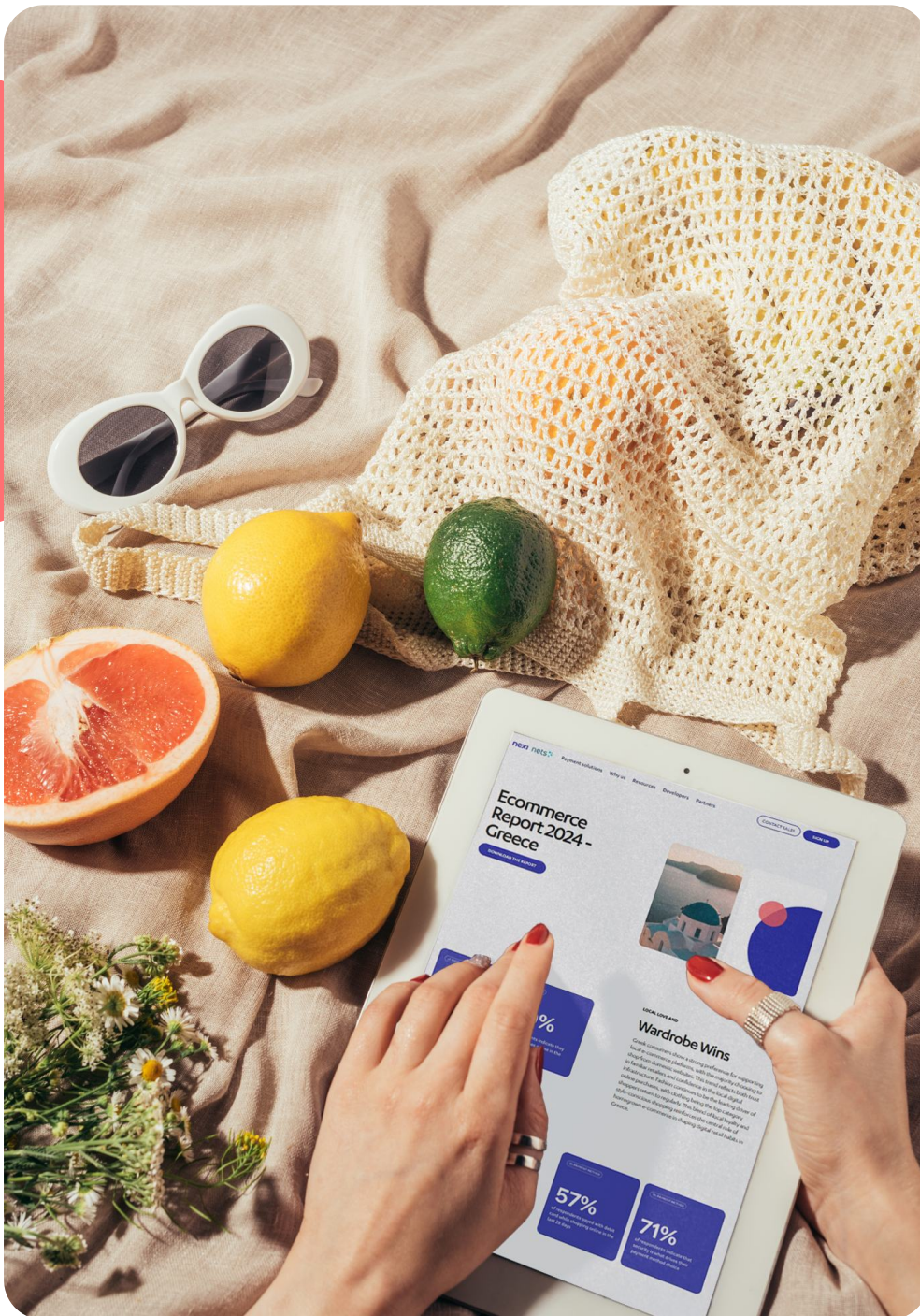
Οι 3 κυριότερες προτιμώμενες μέθοδοι πληρωμής (%)



Ποιοι είναι οι βασικοί λόγοι για την επιλογή μιας συγκεκριμένης μεθόδου πληρωμής;

Ασφάλεια	71%
Ταχύτητα	56%
Ευκολία	49%
Συνήθεια	15%
Οικονομία	14%
Bonus πόντοι	10%
Θέλω να πληρώσω αργότερα	2%
Θέλω να μπορώ να πληρώνω σε δόσεις	2%
Δεν ξέρω	<1%
Άλλο	1%





Ευχαριστούμε για την ανάγνωση

Ως μέλος του Ομίλου Nexi, της κορυφαίας εταιρείας PayTech στην Ελλάδα και την Ευρώπη, προσφέρουμε καινοτόμες και αξιόπιστες λύσεις που απλοποιούν τις πληρωμές και επιτρέπουν στις επιχειρήσεις και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να εξυπηρετούν καλύτερα τους πελάτες τους.

Θα χαρούμε να σας παρουσιάσουμε τις λύσεις μας και να συζητήσουμε μαζί σας πώς μπορούμε να στηρίξουμε την επιχείρησή σας.

ΑΣ ΞΕΚΙΝΗΣΟΥΜΕ

