



HOME INDUSTRY

Seasonality Report

01/12/2022 - 31/01/2023
Top 18 Home e-Shops

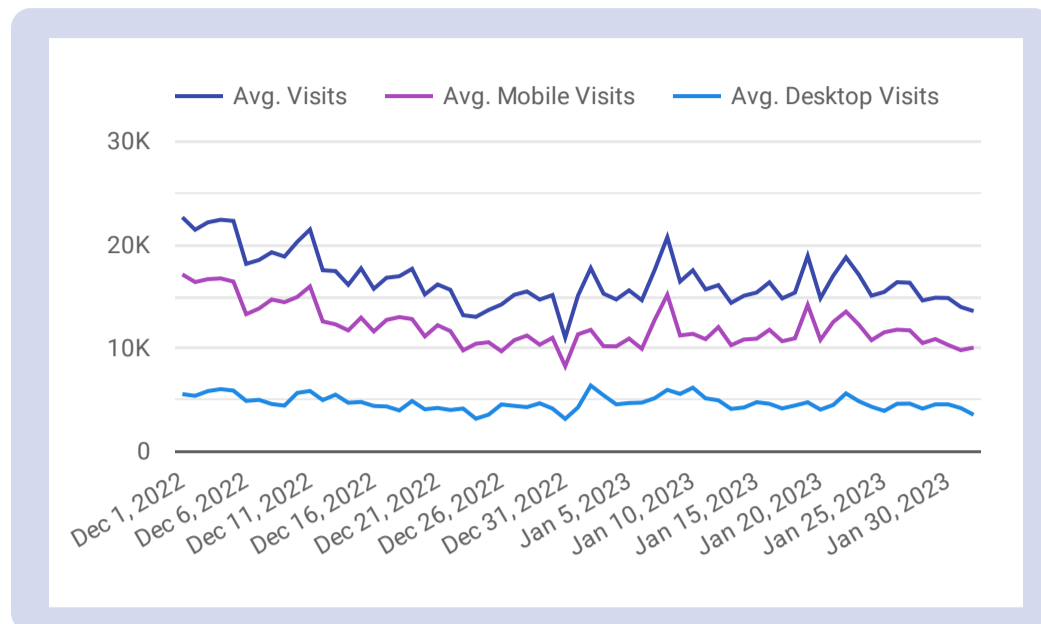




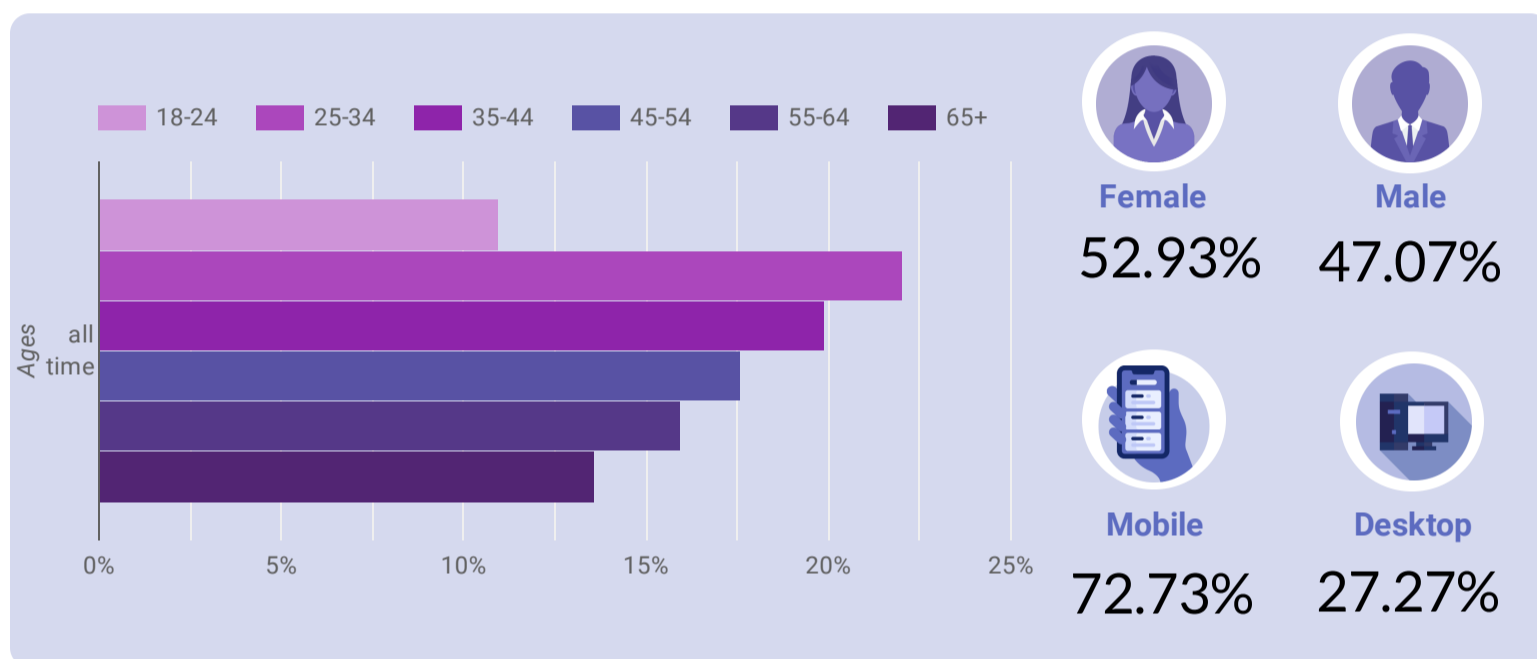
Τι γίνεται με τη δυναμική της αγοράς αυτό το διάστημα;

Παρατηρώντας τη μέση επισκεψιμότητα των top e-shops του χώρου το περσινό Holiday Season, εντοπίζουμε τα εξής:

- Η κίνηση του **Δεκεμβρίου** φαίνεται να ξεκινάει δυναμικά και σταδιακά να μειώνεται όσο πλησιάζουμε προς τα Χριστούγεννα.
- Η εβδομάδα μεταξύ Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς ξεκινώντας ήδη από τις **23/12** εμφανίζει μειωμένη επισκεψιμότητα.
- Η **2η εβδομάδα του Γενάρη** ξεκινάει δυναμικά ήδη από την Κυριακή μαζί με τις χειμερινές εκπτώσεις.
- Τα **Σαββατοκύριακα** του Ιανουαρίου παρατηρείται μία αύξηση στο traffic.
- Προς το τέλος του Ιανουαρίου υπάρχει μία **πτωτική πορεία**.



Ποιος είναι ο πελάτης;



Η διαφορά μεταξύ του γυναικείου και του ανδρικού κοινού είναι πολύ μικρή, ενώ οι ηλικίες που ξεχωρίζουν αυτό το διάστημα είναι οι **25-44**, με τις μεγαλύτερες ηλικίες να έχουν σημαντική συμμετοχή.

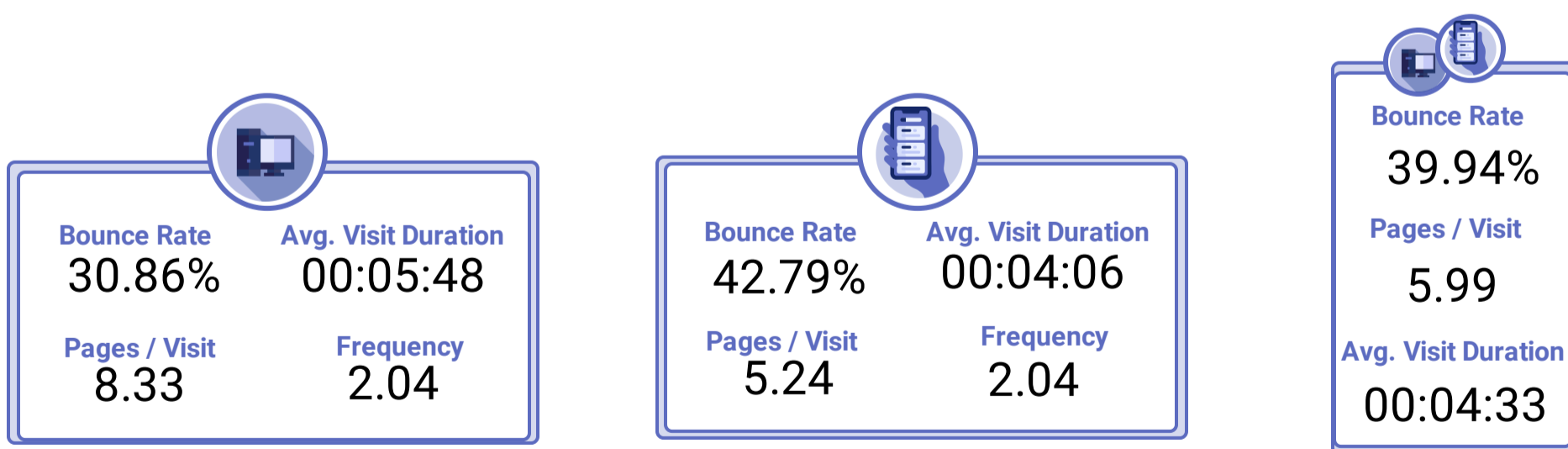
Μία **mobile first στρατηγική** για το site και τις εμπορικές επικοινωνίες, δεν είναι απλά σημαντική, αλλά αναγκαία, με την συντριπτική πλειοψηφία των επισκέψεων να έρχονται από mobile συσκευές.



Great insight για τα εικαστικά που θα δημιουργηθούν αυτό το διάστημα

Γιατί είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τι συμβαίνει ανά συσκευή;

- Οι επισκέψεις από **Desktop** φαίνονται ελαφρώς πιο **ποιοτικές**, χωρίς όμως πολύ μεγάλη διαφορά.
- Οι χρήστες έρχονται με **3πλάσιο ρυθμό από κινητό** σε σχέση με το desktop.



Η εξίσωση του Bounce Rate

- Rb = Bounce Rate
- Tv = Συνολικός αριθμός επισκέψεων που είδαν μόνο μία σελίδα
- Te = Συνολικός αριθμός εισόδου στη σελίδα

$$R_b = \frac{T_v}{T_e} \text{ Why?}$$

- Clicking on a link to a page on a different website
- Clicking the "Back" button to leave the site
- Closing an open window or tab site
- Typing a new URL
- Session Timeout

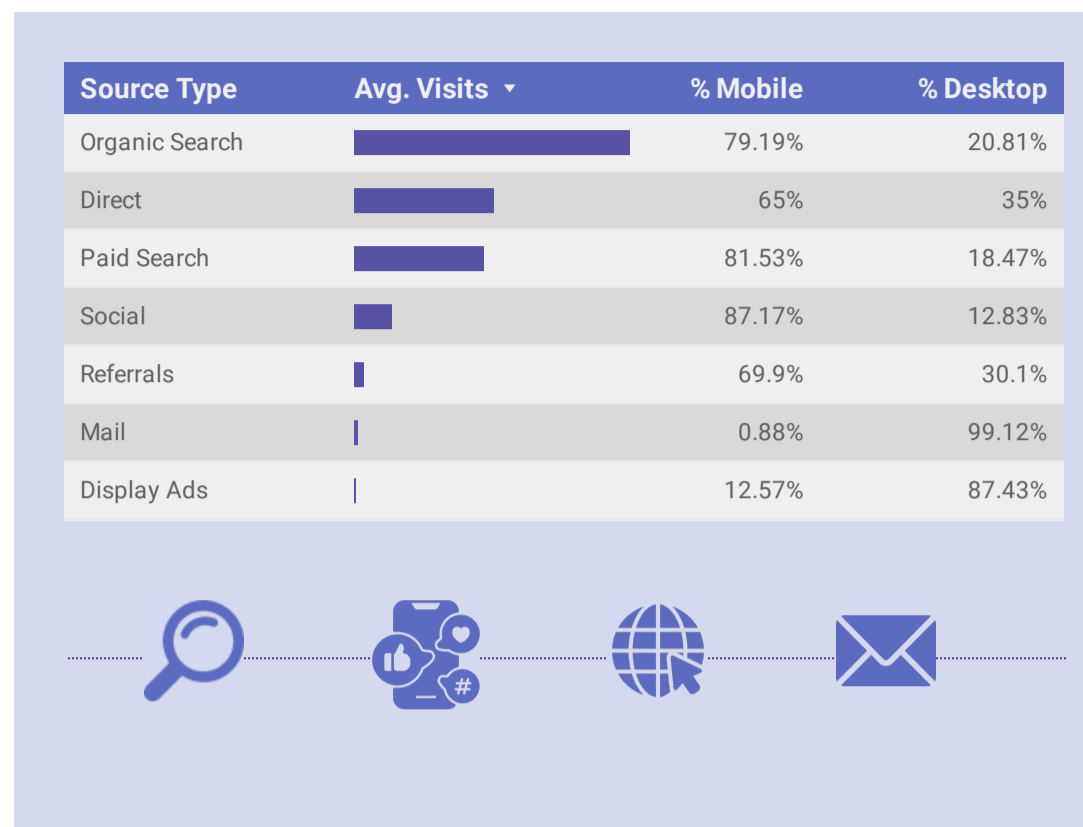


Ποια κανάλια φαίνεται να έχουν potential;

- Η **Οργανική Αναζήτηση** αποτελεί το πρώτο κανάλι με πολύ μεγάλη διαφορά για το industry, ξεπερνώντας κατά πολύ και το Direct. Συνεπώς, η επένδυση σ' αυτό το κανάλι φαίνεται να είναι σημαντικό asset για την "κυριαρχία" στο χώρο.
- Το **Direct** κανάλι έρχεται πολύ κοντά με το **διαφημιστικό Search** κανάλι. Φαίνεται, λοιπόν, η δυναμική παρουσία στο search να είναι σημαντική αυτή την περίοδο.
- Το **Social** κανάλι έρχεται στην 4η θέση παρόλο που παραδοσιακά είναι ένα οικονομικό κανάλι για traffic, γεγονός που δείχνει ότι ίσως έχει **potential**.
- Ενώ σε όλα τα κανάλια το μεγαλύτερο μέρος των επισκέψεων με μεγάλη διαφορά έρχεται από το mobile, στα **Display Ads & το Mail** το **Desktop** έχει την πρωτοκαθεδρία.



Great insight: Στα διαφημιστικά κανάλια Search & Social, τα εικαστικά πρέπει να είναι κατά μεγάλο βαθμό mobile oriented.



Desktop Only Insights

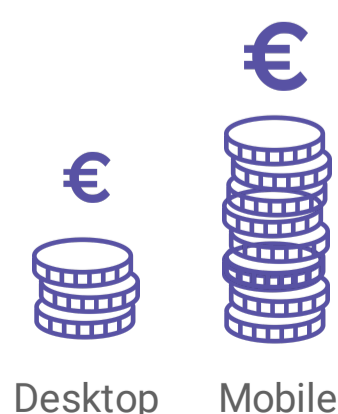
Top Display Publishers	Top Referrers	Marketing Channel...	Avg. Visit Duration	Notes
daddy-cool.gr	villagecinemas.gr	Social	00:04:04	<ul style="list-style-type: none"> ■ Display ads & Email δημιουργούν την λιγότερο ποιοτική κίνηση. ■ Το Paid Search εμφανίζει το πιο ποιοτικό traffic μετά την οργανική αναζήτηση.
xe.gr	travelstories.gr	Referrals	00:04:59	
queen.gr	star.gr	Paid Search	00:05:59	
megatv.com	snif.gr	Organic Search	00:06:12	
okairos.gr	skroutz.gr	Email	00:03:51	
star.gr	skaitv.gr	Display Ads	00:03:33	
apps.facebook.com	sencor.com.gr	Direct	00:05:27	
vendora.gr	search.brave.com			
cnn.gr	protothema.gr			
newmoney.gr	pricedrops.gr			

Great insight: Το Social κανάλι παρουσιάζει ένα καλό μέσο χρόνο επίσκεψης για το home industry, σχετικά με τα γενικά στοιχεία και δεν φέρνει μεγάλο μερίδιο των επισκέψεων.

Τι συμβαίνει στο Search Κανάλι;

- Φυσικά, η **μεγαλύτερη επένδυση** γίνεται στο **mobile**, καθώς η πλειονότητα των επισκέψεων έρχεται από εκεί.
- Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το CPC στο mobile είναι ακριβότερο από το desktop.
- Βλέπουμε ότι συνολικά η επένδυση τον Δεκέμβριο ήταν **16%** μεγαλύτερη από τον Ιανουάριο

Date	Avg. Desktop CPC	Avg. Mobile CPC
Dec 2022	0.20 €	0.23 €
Jan 2023	0.22 €	0.24 €



x4

το spending σε mobile σε σχέση με το desktop



Ποια είναι τα Top Search Terms;

- Τα **top searches**, αν εξαιρέσουμε τα **brand names**, αφορούν κυρίως αυτήν την περίοδο **χριστουγεννιάτικα δέντρα, καρέκλα γραφείου, τραπεζάκια σαλονιού και καναπέ κρεβάτι**.
- Το **16%** των επισκέψεων συνολικά προέρχεται από non-branded search terms, σχετικά χαμηλό ποσοστό συγκρίνοντας τα υπόλοιπα industries, αν και τα δεδομένα προέρχονται μόνο από τα μεγάλα brands του κλάδου.

Desktop Search Terms	Search Volume	Avg. CPC
πλυντήριο ρουχων	22,400	0.2 €
χριστουγεννιατικα δεντρα	15,200	0.34 €
καρεκλα γραφειου	14,720	0.54 €
τραπεζακια σαλονιου	10,880	0.42 €
καναπεσ κρεβατι	10,720	0.42 €
ριχταρια καναπε	9,900	0.54 €
παρουσιαση	9,700	1.36 €
επιπλο τηλεορασησ	9,500	0.42 €
χαλια	9,360	0.46 €
παπουτσοθηκη	8,740	0.2 €
φριτεζα αεροσ	7,980	0.2 €
κρεβατια	7,940	0.56 €
καρεκλεσ γραφειου	7,860	0.68 €
στρωματα υπνου	6,900	0.5 €

Mobile Search Terms	Search Volume	Avg. CPC
χριστουγεννιατικα δεντρα	7,600	0.17 €
καρεκλα γραφειου	7,360	0.27 €
συρταριερα	7,100	0.2 €
γραφειο	6,810	0.22 €
επιπλα μπανιου	6,050	0.16 €
τραπεζακια σαλονιου	5,440	0.21 €
καναπεσ κρεβατι	5,360	0.21 €
αλυσιδεσ χιονιου	5,270	0.22 €
παρουσιαση	4,850	0.68 €
χαλια	4,680	0.23 €
φωτιστικα	4,350	0.21 €
κρεβατια	3,970	0.28 €
καρεκλεσ γραφειου	3,930	0.34 €
αφυγραντήρας	3,240	0.19 €

Great insight: Από τα δεδομένα φαίνεται ότι στον κλάδο υπάρχει potential σε πιο γενικά search terms αφού αποτελούν μόνο το 16% της επισκεψιμότητας αλλά γενικά το branding διαδραματίζει σημαντικό ρόλο.

Ποια είναι η δυναμική αυτών των keywords;

- Με βάση τα δεδομένα από το [Google Keyword Planner](#), έχουμε τα παρακάτω στοιχεία.
- Το τελευταίο τρίμηνο*, τη μεγαλύτερη αύξηση φαίνεται να έχουν τα **χριστουγεννιάτικα δέντρα**, οι **αλυσίδες χιονιού**, και τα **χαλιά**.

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition
πλυντήριο ρουχων	40,500	+22%	+22%	High
χριστουγεννιατικα δεντ...	27,100	+1,561%	0%	High
καρεκλα γραφειου	18,100	0%	+22%	High
τραπεζακια σαλονιου	27,100	+49%	-18%	High
καναπεσ κρεβατι	49,500	0%	+22%	High
ριχταρια καναπε	18,100	+49%	0%	High
παρουσιαση	18,100	+50%	0%	Low
επιπλο τηλεορασησ	40,500	+22%	0%	High
χαλια	18,100	+173%	0%	High
παπουτσοθηκη	27,100	+22%	+50%	High

Desktop

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition
χριστουγεννιατικα δεντ...	27,100	+1,561%	0%	High
καρεκλα γραφειου	18,100	0%	+22%	High
συρταριερα	22,200	0%	+22%	High
γραφειο	27,100	-33%	+22%	High
επιπλα μπανιου	33,100	0%	0%	High
τραπεζακια σαλονιου	27,100	+49%	-18%	High
καναπεσ κρεβατι	49,500	0%	+22%	High
αλυσιδεσ χιονιου	22,200	+404%	-45%	High
παρουσιαση	18,100	+50%	0%	Low
χαλια	18,100	+173%	0%	High

Mobile

Ποιός είναι ο σκοπός των Market Industry Reports του GRECA

Στα πλαίσια της προσπάθειας του να ενδυναμώσει τις Ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ο Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GR.EC.A) δημοσιεύει ανά τακτά χρονικά διαστήματα μια σειρά από Market Industry Reports με στόχο να παρέχει στα ηλεκτρονικά καταστήματα ένα σημείο αναφοράς για σημαντικά και ευρέως χρησιμοποιούμενα metrics που σχετίζονται με την online συμπεριφορά των καταναλωτών.

Τα reports παρέχουν μια επισκόπηση του κλάδου του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τα μεγάλα verticals του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για την Ελλάδα, εξετάζοντας συγκεκριμένες εμπορικές περιόδους.



Προέλευση Δεδομένων

Τα δεδομένα των Market Industry Reports προέρχονται από το δημοφιλές εργαλείο Similar Web (<https://www.similarweb.com/>), το οποίο παρέχει πληροφορίες για κάθε ιστότοπο, εφαρμογή, κλάδο και αγορά.



Η μεθοδολογία συλλογής δεδομένων του Similar Web περιγράφεται [σε αυτό το σύνδεσμο](#). Τα δεδομένα τα οποία χρησιμοποιεί προέρχονται από 4 κύριες πηγές:

- 1. Άμεση Μέτρηση** – εκατομμύρια ιστότοποι και εφαρμογές επιλέγουν να μοιραστούν τα αναλυτικά στοιχεία πρώτου μέρους μαζί μας.
- 2. Συνεισφορικό Δίκτυο** – μια συλλογή καταναλωτικών προϊόντων που συγκεντρώνει ανώνυμα δεδομένα συμπεριφοράς συσκευής.
- 3. Συνεργασίες** – ένα παγκόσμιο δίκτυο οργανισμών που συλλέγουν «ψηφιακά σήματα» μέσω του Διαδικτύου.
- 4. Εξαγωγή Δημόσιων Δεδομένων** – μια προηγμένη αλγοριθμική μηχανή που καταγράφει και ευρετηριάζει δημόσια δεδομένα από δισεκατομμύρια ιστότοπους και εφαρμογές.

Τα δεδομένα του Similar Web αποτελούν εκτιμήσεις και δεν μπορούν να αντικαταστήσουν δεδομένα απευθείας μέτρησης που προέρχονται από εργαλεία Web Analytics. Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την ακρίβεια των δεδομένων του similar web μπορείτε να ανατρέξετε [σε αυτό το σύνδεσμο](#).

Ταυτότητα Δεδομένων

Περίοδος: Το παρόν report περιέχει δεδομένα για την περίοδο Δεκέμβριος 2022 - Ιανουάριος 2023

Δείγμα: Με στόχο τη παροχή αντιπροσωπευτικών δεδομένων που δείχνουν πως συμπεριφέρεται ο online καταναλωτής, για κάθε κλάδο της αγοράς του λιανεμπορίου αξιοποιήθηκαν τα δεδομένα του Similar Web και επιλέχθηκαν σαν αντιπροσωπευτικό δείγμα τα ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία φαίνεται να έχουν τον μεγαλύτερο αριθμό επισκέψεων σε κάθε κλάδο. Μετά από επεξεργασία των δεδομένων αυτών εξήχθησαν τα insights που περιλαμβάνονται στο report που έχετε στα χέρια σας.