



# TECHNOLOGY INDUSTRY

Q4 2023 Report

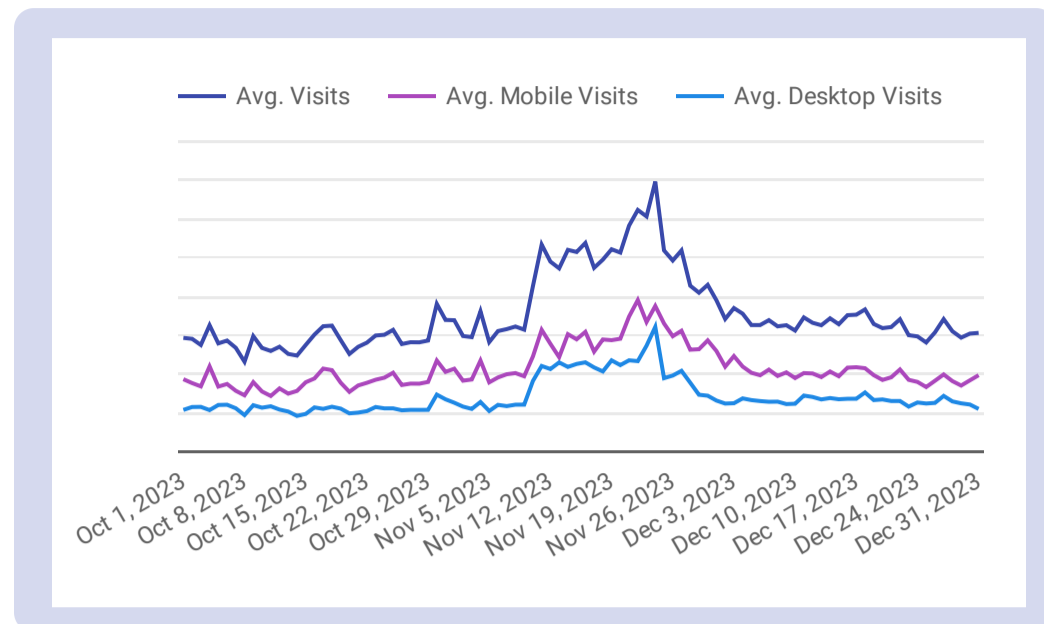
01/10/2023 - 31/12/2023  
Top 15 Technology e-Shops



## Τι γίνεται με τη δυναμική της αγοράς αυτό το διάστημα;

Παρατηρώντας τη μέση επισκεψιμότητα των top e-shops του χώρου το τελευταίο quarter του 2023, εντοπίζουμε τα εξής:

- Η κίνηση τον **Οκτώβριο** εμφανίζεται σχετικά **χαμηλή** με μικρές αυξομειώσεις.
- Ήδη από τις αρχές του **Νοεμβρίου** η επισκεψιμότητα εμφανίζεται **ελαφρώς αυξημένη**.
- Η μεγάλη αύξηση εμφανίζεται από τις **11/11** και διαρκεί έως και το τέλος του μήνα λόγω των **Black Friday** εκπτώσεων.
- Το traffic είναι ιδιαίτερα **αυξημένο** την **εβδομάδα της Black Friday** με το peak να γίνεται την Παρασκευή.
- Ο **Δεκέμβριος** εμφανίζει μία σχετικά **σταθερή πορεία**, όντας αυξημένος σε κινητικότητα σε σχέση με τον Οκτώβριο.
- Η **εβδομάδα πριν τα Χριστούγεννα** και ιδιαίτερα το **σαββατοκύριακο**, παρουσιάζουν την **καλύτερη απόδοση**.

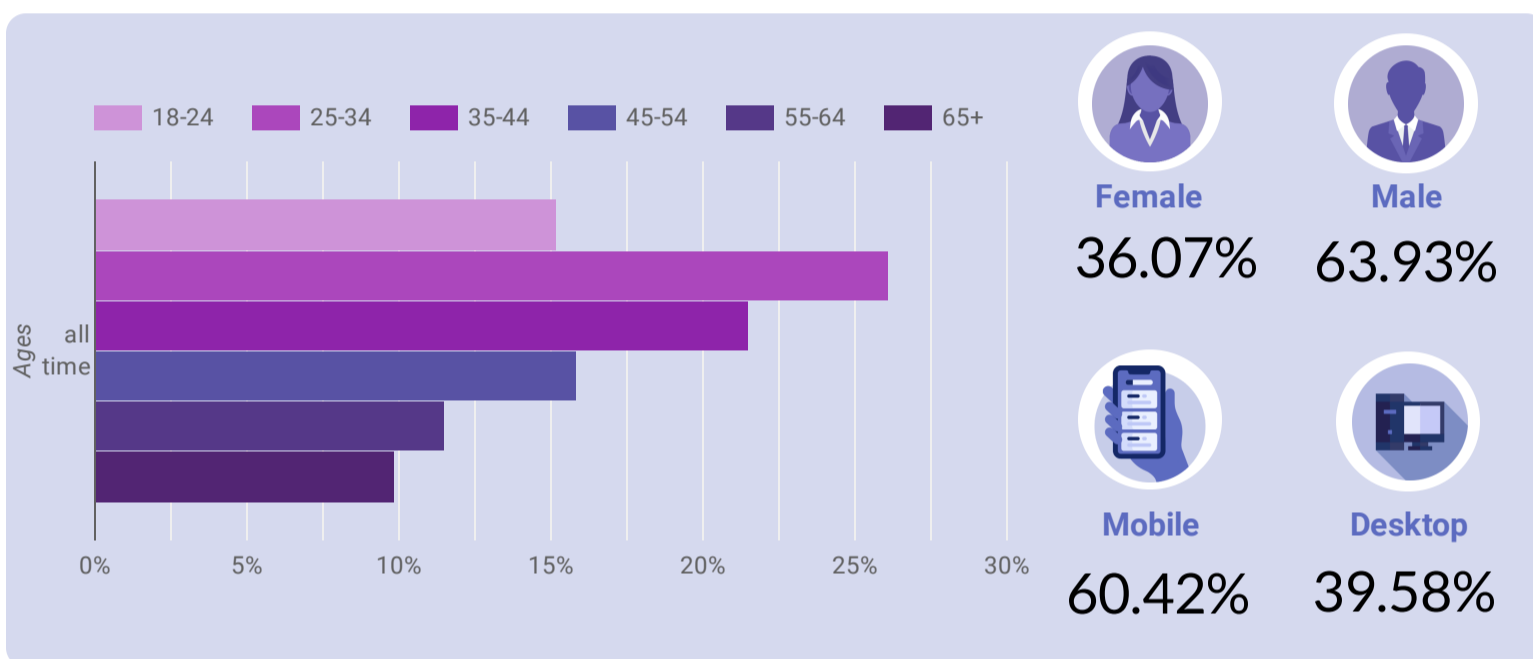


## Ποιος είναι ο πελάτης;

Στην πλειοψηφία το κοινό στον χώρο της τεχνολογίας για αυτό το διάστημα είναι **άνδρες**, με τις ηλικίες που ξεχωρίζουν αισθητά να είναι οι **25-34**

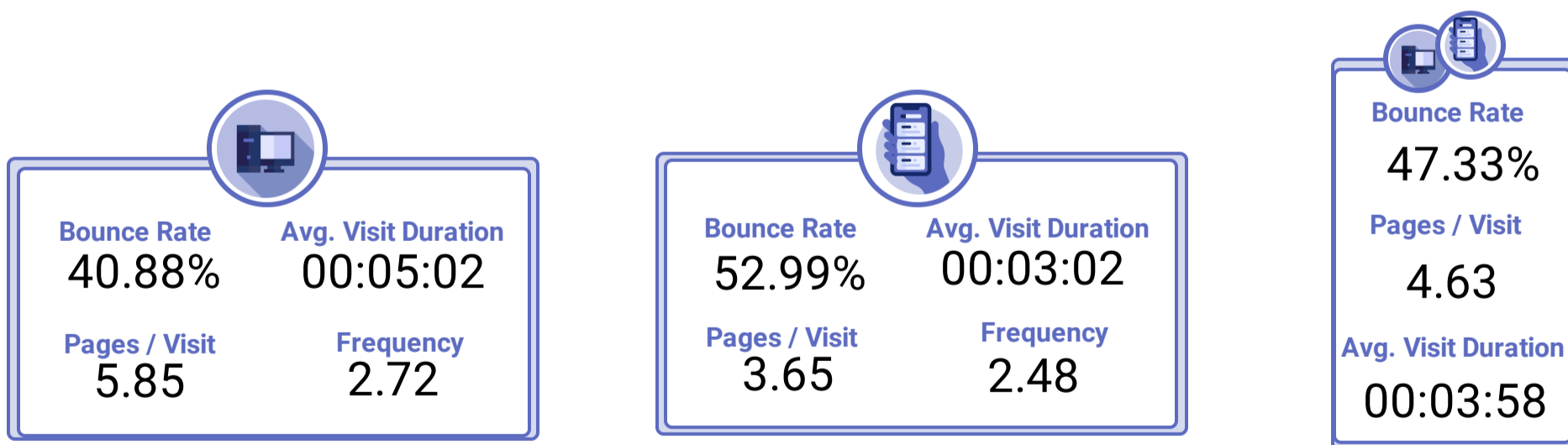
Παρόλο που το mobile υπερτερεί, βλέπουμε το desktop να έχει υψηλή συμμετοχή, γεγονός που δείχνει ότι το συγκεκριμένο industry **δεν είναι τόσο mobile oriented**.

**Great insight** για έμφαση στο user experience και των 2 συσκευών.



## Γιατί είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τι συμβαίνει ανά συσκευή;

- Οι επισκέψεις από **Desktop** φαίνονται να είναι ελαφρώς **πιο ποιοτικές**.
- Οι χρήστες έρχονται κατά **60% από κινητό** και **40% από desktop**.



### Η εξίσωση του Bounce Rate

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

$$R_b = \frac{T_v}{T_e}$$

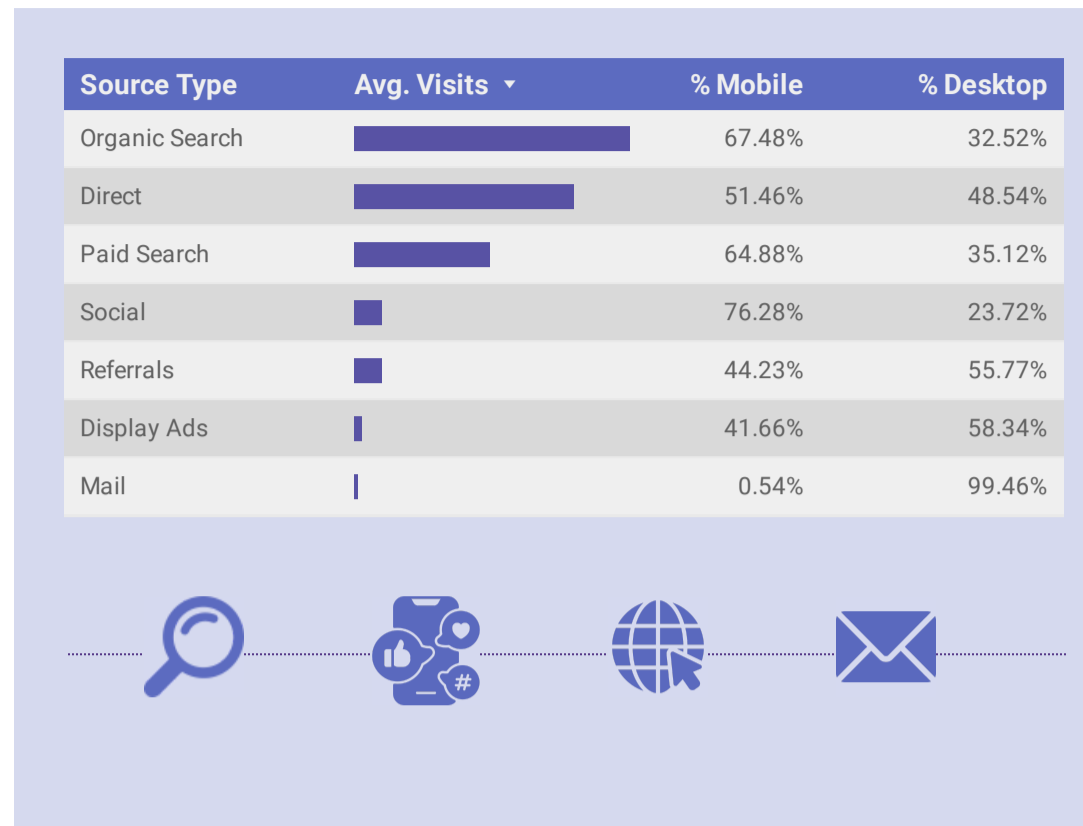
Why?

- 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;

- Κυρίαρχο ρόλο στην επισκεψιμότητα φαίνεται να έχει η **Οργανική Αναζήτηση και το Direct**, που είναι τα κατεξοχήν branded oriented κανάλια. Ιδιαίτερα στο Direct οι επισκέψεις έρχονται σχεδόν στο ίδιο ποσοστό από mobile & desktop.
- Ακολουθεί το διαφημιστικό κανάλι του **Search** με μεγάλη διαφορά από τα κανάλια που ακολουθούν.
- Τα **Social** έχουν μικρή συμμετοχή στην επισκεψιμότητα και είναι mobile oriented.
- Τα **Referrals** φαίνεται να έχουν **potential** και περιθώρια ανάπτυξης.
- Το **Email Marketing & τα Display Ads** φαίνεται να μην έχουν μεγάλη συμμετοχή στο σύνολο της κίνησης ενώ το mail είναι το μόνο που σχεδόν όλη η επισκεψιμότητα έρχεται από το desktop.



**Great insight:** Τα εικαστικά στα Social μπορούν να δημιουργούνται κυρίως σκεπτόμενοι τις mobile συσκευές.

## Desktop Only Insights

Top Display Publishers
whotracks.me
lagonika.gr
unboxholics.com
freemeteo.gr
youtube.com
armyvoice.gr
paopantou.gr
gossip-tv.gr
newsbomb.gr
musicity.gr

Top Referrers
zero-ground.com
zen10.gr
xbox.com
txnservices.edps.gr
tools.otenet.gr
thelab.gr
snif.gr
skroutz.gr
secondgo.eco
razer.gr

Marketing Channel...	Avg. Visit Duration
Social	00:03:05
Referrals	00:03:59
Paid Search	00:05:28
Organic Search	00:03:40
Email	00:02:17
Display Ads	00:02:40
Direct	00:04:31

### Notes

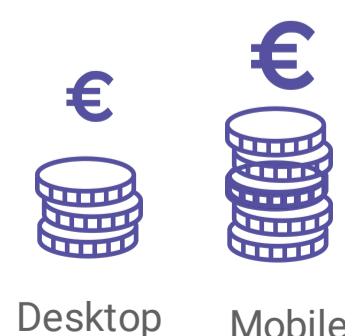
- Display ads & Email δημιουργούν την λιγότερο ποιοτική κίνηση.
- Το Paid Search εμφανίζει το πιο ποιοτικό traffic από τα διαφημιστικά κανάλια.
- Τα Referrals δημιουργούν αρκετά ποιοτικό traffic.

**Great insight:** Τα Referrals εμφανίζουν αρκετά ποιοτική επισκεψιμότητα & με βάση την συμβολή τους στην επισκεψιμότητα, ίσως υπάρχει περιθώριο ανάπτυξης.

## Τι συμβαίνει στο Search Κανάλι;

- Η μεγαλύτερη **επένδυση** γίνεται στο **mobile**, καθώς η πλειονότητα των επισκέψεων των διαφημιστικών καναλιών έρχεται κυρίως από εκεί.
- Βλέπουμε ότι συνολικά η **επένδυση** τον Νοέμβριος ήταν σχεδόν **50%** μεγαλύτερη από τους άλλους 2 μήνες.
- Αυξημένο **CPC** εμφανίζεται το Νοέμβριο στο desktop.

Date	Avg. Desktop CPC	Avg. Mobile CPC
Oct 2023	0.28 €	0.32 €
Nov 2023	0.33 €	0.32 €
Dec 2023	0.30 €	0.27 €



**x2**  
το spending σε mobile σε σχέση με το desktop



## Ποια είναι τα Top Search Terms;

- Τα **top searches** αφορούν κατά βάση **air fryer, black friday** ενώ υψηλά βρίσκονται και οι αναζητήσεις σχετικά με το **playstation 5**.

Από τις non-branded αναζητήσεις, ενδιαφέρον παρουσιάζει ότι αυτό το διάστημα βλέπουμε πολλές αναζητήσεις για **black friday** αλλά και τα **crazy sundays**.

- Περίπου το **23%** των επισκέψεων συνολικά προέρχεται από **non-branded search terms**, ενώ σε επίπεδο search volume το **37%** προέρχεται από **non-branded search terms**. Συγκριτικά με τα υπόλοιπα industries και αν λάβουμε υπόψη ότι το δείγμα περιλαμβάνει τα πιο γνωστά brands, τα ποσοστά είναι υψηλά και συνεπώς στον κλάδο φαίνεται να έχουν impact οι non-branded αναζητήσεις.

\*Τα top search terms είναι οι όροι αναζήτησης που δημιούργησαν τις περισσότερες επισκέψεις, τόσο από οργανικές, όσο και από paid αναζητήσεις. Για κάθε όρο παρέχεται επιπλέον και το μέσο CPC (όταν είναι μέρος paid search campaigns), αλλά και ο συνολικός όγκος αναζητήσεων, ανεξαρτήτως industry.

Desktop Search Tems	Visits (% of total)...	Avg. CPC	Search Volu...
crazy sundays	9%	0.24 €	40,480
black friday	5%	0.48 €	39,220
black friday 2023	2%	0.34 €	42,060
ps5	2%	0.38 €	65,420
iphone 15	2%	0.38 €	98,640
air fryer	2%	0.32 €	53,220
iphone 15 pro max	2%	0.42 €	54,340
ps5 slim	1%	0.23 €	5,380
καρεκλα γραφειου	1%	0.70 €	14,280
iphone 15 pro	1%	0.40 €	25,300
airfryer	1%	0.34 €	27,120
inventor stardust	1%	0.26 €	1,230
playstation 5	1%	0.50 €	40,540
crazysundays	1%	0.12 €	5,350

Mobile Search Ter...	Visits (% of total)...	Avg. CPC	Search Volume
air fryer	8%	0.16 €	26,610
black friday	8%	0.24 €	19,610
ps5	5%	0.19 €	32,710
playstation 5	5%	0.25 €	20,270
ηλεκτρικο ποδηλατο	5%	0.17 €	65,260
iphone 15 pro max	4%	0.21 €	27,170
crazy sundays	4%	0.12 €	20,240
iphone 13	4%	0.25 €	39,440
πλυντηριο ρουχων	3%	0.17 €	21,600
iphone 14	3%	0.16 €	39,310
iphone 11	3%	0.27 €	43,890
black friday 2023	3%	0.17 €	21,030
ακουστικα bluetooth	2%	0.20 €	8,290
iphone 15	2%	0.19 €	49,320

**Great insight:** Από τα δεδομένα φαίνονται τα top προϊόντα του κλάδου, οπότε μπορεί να αποτελέσει μία ένδειξη για το product mix της περιόδου.

## Ποια είναι η δυναμική αυτών των keywords;

- Σε αυτή την ενότητα παρατίθενται search trends για τους πιο δημοφιλείς όρους αναζήτησης, όπως δίνονται από το εργαλείο [Google Keyword Planner](#). Εντοπίζονται, λοιπόν, ευκαιρίες που έχουν πολλές αναζητήσεις, αλλά χαμηλή ανταγωνιστικότητα (η στήλη "competition" έχει τιμή Low), όπως και οι αναζητήσεις με τη μεγαλύτερη αύξηση σε αναζητήσεις από τους χρήστες.

- Τον τελευταίο χρόνο, τη μεγαλύτερη αύξηση, φαίνεται να έχουν το **iphone 15 pro**, το **ps5 slim** και το **iphone 15 pro max**.

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition
crazy sundays	49,500	-18%	0%	Low
black friday	40,500	-56%	-16%	Low
black friday 2023	40,500	-77%	+108%	Low
ps5	60,500	-63%	0%	High
iphone 15	135,000	-33%	+234%	High
air fryer	74,000	+22%	+173%	High
iphone 15 pro max	74,000	-33%	+647%	High
ps5 slim	12,100	-45%	+1,292%	High
καρεκλα γραφειου	22,200	0%	+22%	High
iphone 15 pro	33,100	-18%	+1,297%	High

Desktop

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition
air fryer	74,000	+22%	+173%	High
black friday	40,500	-56%	-16%	Low
ps5	60,500	-63%	0%	High
playstation 5	40,500	-63%	0%	High
ηλεκτρικο ποδηλατο	9,900	0%	0%	High
iphone 15 pro max	74,000	-33%	+647%	High
crazy sundays	49,500	-18%	0%	Low
iphone 13	110,000	-19%	+49%	High
πλυντηριο ρουχων	40,500	0%	+22%	High
iphone 14	110,000	-18%	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 Οκτώβριος 2023 - Δεκέμβριος 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.