FocusBari

Human Understanding. Smarter Decisions.



Ο Digital Έλληνας 2026

Internet, social media & online αγορές στην Ελλάδα

FOCUS BARI A.E. Λεωφ. Κηφισίας 62 & Χ. Σαμπαγ - Σ. Χουρι, 151 25 Μαρούσι | +30 210 7238122 | info@focus.gr | www.focusbari.gr | ΑΡ. ΓΕΜΗ:001239201000

Περιεχόμενα

01 **Digital life**
Πώς συνδεόμαστε και τι κάνουμε online

02 **Social life**
Πώς διαφέρουν οι συνήθειες ανά ηλικία

03 **Digital consumer**
Πώς ανακαλύπτουμε προϊόντα &
πώς βλέπουμε τις online αγορές

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Οι πηγές μας

Focus ontechlife
mobile • households • web • kids

Η σχέση των Ελλήνων με την τεχνολογία

Από το 1995

Τηλεφωνικές συνεντεύξεις (CATI)

18.000

ετήσιο δείγμα

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

YouGov®

Συνεχής πανελλαδική online έρευνα

Αγοραστικές συνήθειες, στάσεις και κοινωνικά θέματα

Δεδομένα κοινού και ΜΜΕ

10.000+

ετήσιο δείγμα

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Η Μεγάλη Εικόνα

Το κινητό κυριαρχεί, ο χρόνος στα social προβληματίζει,
η προτίμηση για online αγορές δεν είναι δεδομένη.

ΣΥΝΔΕΣΗ ΑΠΟ ΚΙΝΗΤΟ

98%

Συνδέονται στο internet μέσω κινητού τηλεφώνου

Χρήστες internet 16–64 ετών

ΧΡΟΝΟΣ ΣΤΑ SOCIAL

65%

Μερικές φορές ανησυχούν για τον χρόνο που περνούν στα social media

Ηλικίες 18–24 ετών

ONLINE ΑΓΟΡΕΣ

29%

Προτιμούν να αγοράζουν online αντί σε φυσικά καταστήματα

Σύνολο ερωτηθέντων

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

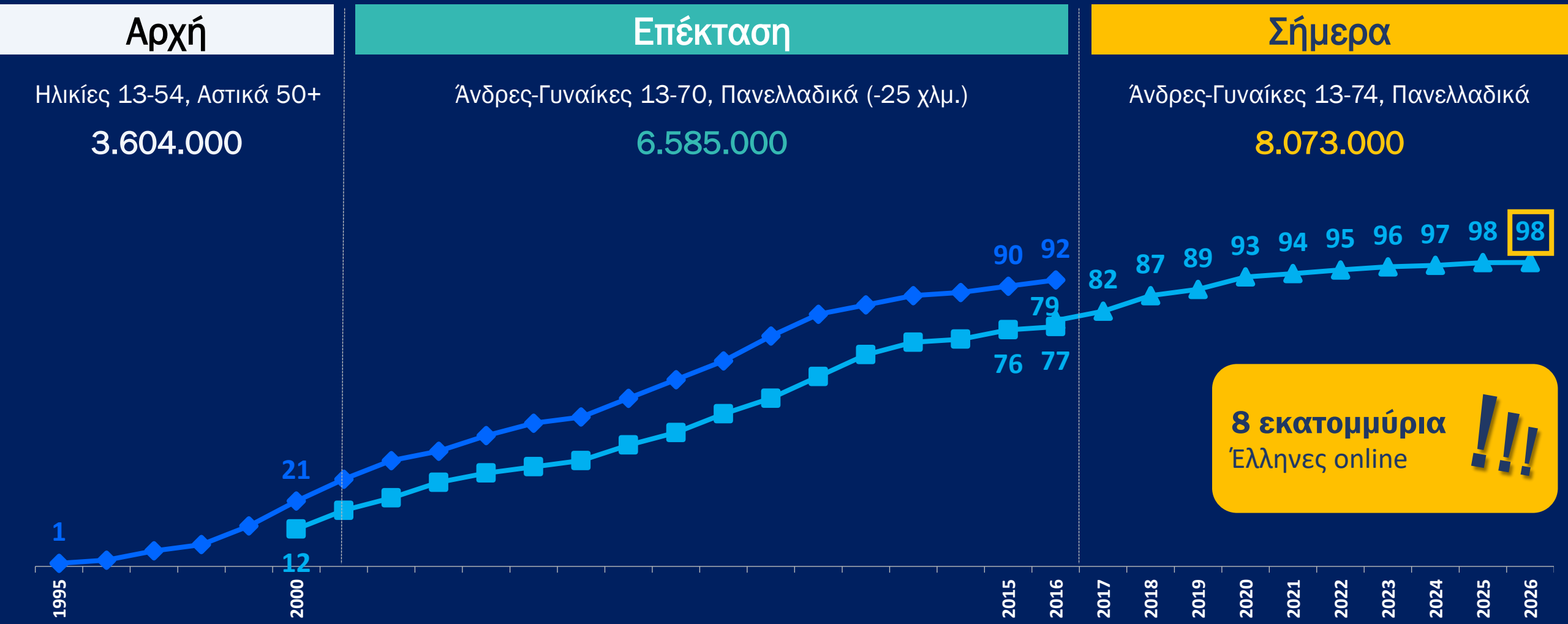
01

Digital Life

Πώς συνδεόμαστε και τι κάνουμε online



Η εξέλιξη χρήσης Internet μέσα σε τρεις δεκαετίες : καθολική!



Βάση: 13-74, Πανελλαδικά

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

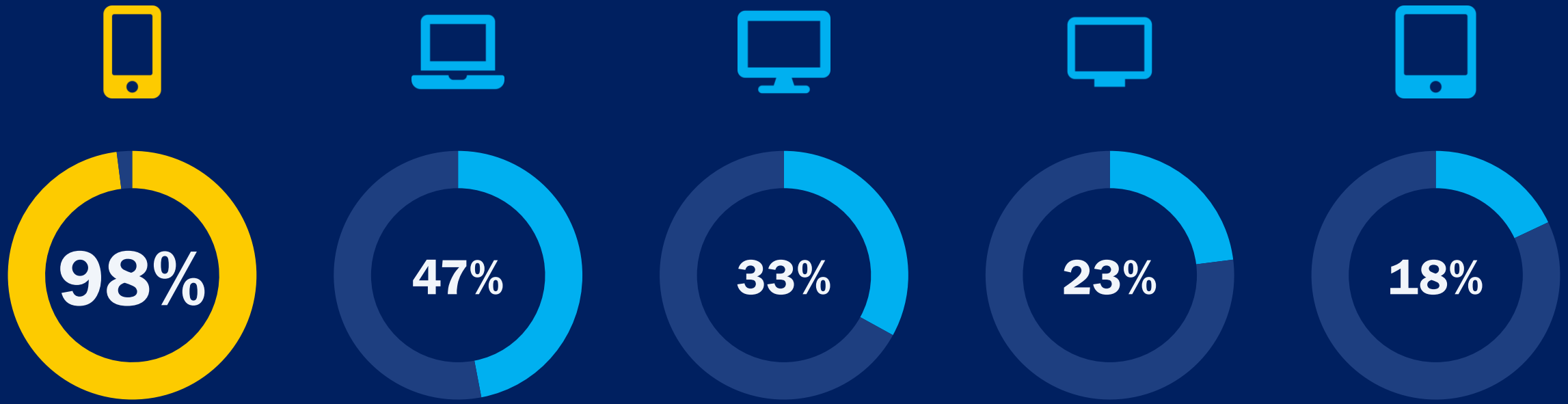
Η διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών έχει κλείσει



Βάση: 13-74, Πανελλαδικά

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Το Smartphone κυριαρχεί στην πρόσβαση στο internet



Κινητό τηλέφωνο

Φορητός υπολογιστής

Σταθερός υπολογιστής

Smart TV

Tablet

Βάση: Χρήστες Internet (τελευταίες 30 ημέρες), 16-64 ετών

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Smartphone: Καθημερινή σύνδεση, επιλεκτική προσοχή στη διαφήμιση

96%

Συνδέονται από το κινητό
κάθε μέρα

λίγο πάνω από

2 ώρες

(Μ.Ο.: **135 λεπτά / ημέρα**)
αφιερώνουν στο internet
από το κινητό

1 στους 5

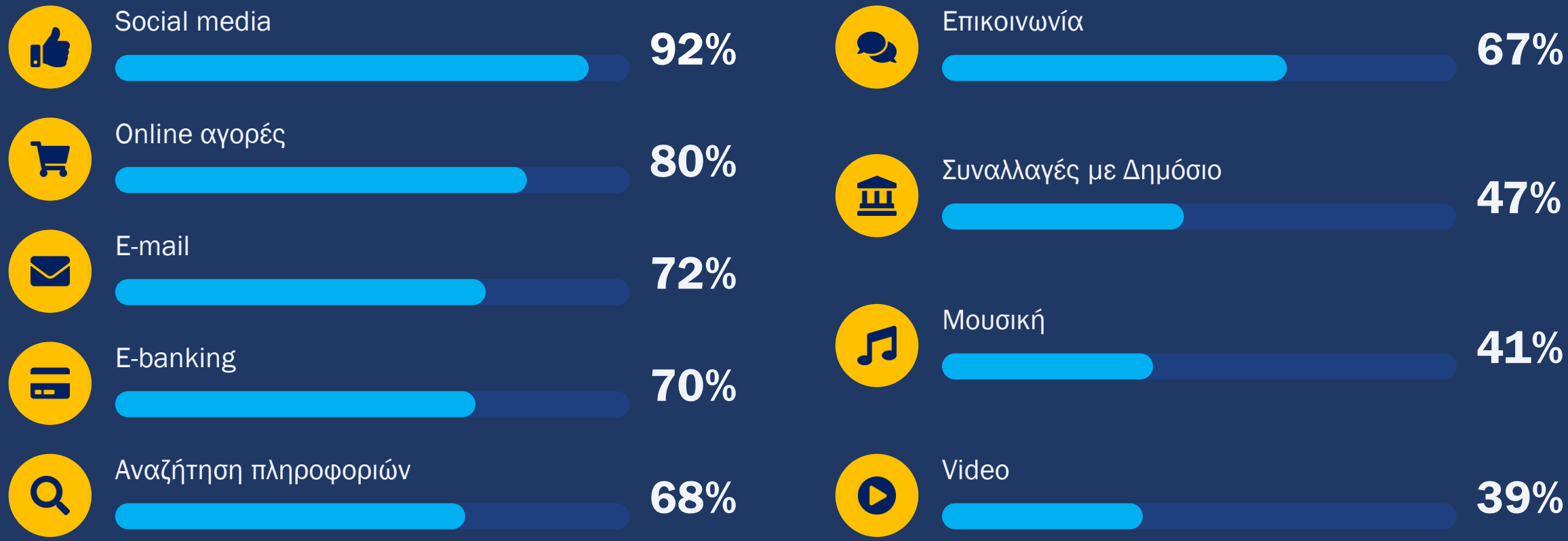


δίνουν **πολλή / αρκετή προσοχή**
σε **διαφημίσεις ή προωθητικό υλικό** στο κινητό

Βάση: Όσοι συνδέθηκαν στο διαδίκτυο μέσω κινητού τηλεφώνου (τελευταίους 6 μήνες)

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Τι κάνουν οι Έλληνες mobile - online καθημερινά/συστηματικά



Έντονη και σταθερή καθημερινή δραστηριότητα στο mobile–online περιβάλλον.

Βάση: Χρήστες Internet (τελευταίες 30 ημέρες), 16-64 ετών

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

#1 KEY LEARNING

Το smartphone βρίσκεται στο επίκεντρο της ψηφιακής μας καθημερινότητας.

Η καθημερινή σύνδεση αυξάνει την πιθανότητα προσοχής στην διαφήμιση, όχι όμως για όλο το κοινό.

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

02

Social Life

Πώς διαφέρουν οι συνήθειες ανά ηλικία



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Social media: Πολλές πλατφόρμες, διαφορετική απήχηση

76% Facebook

74% YouTube

70% Instagram

45% TikTok

22% Pinterest

22% LinkedIn

16% X

Facebook, YouTube και Instagram στην πρώτη γραμμή, με το TikTok να ακολουθεί

Πηγή: YouGov Profiles

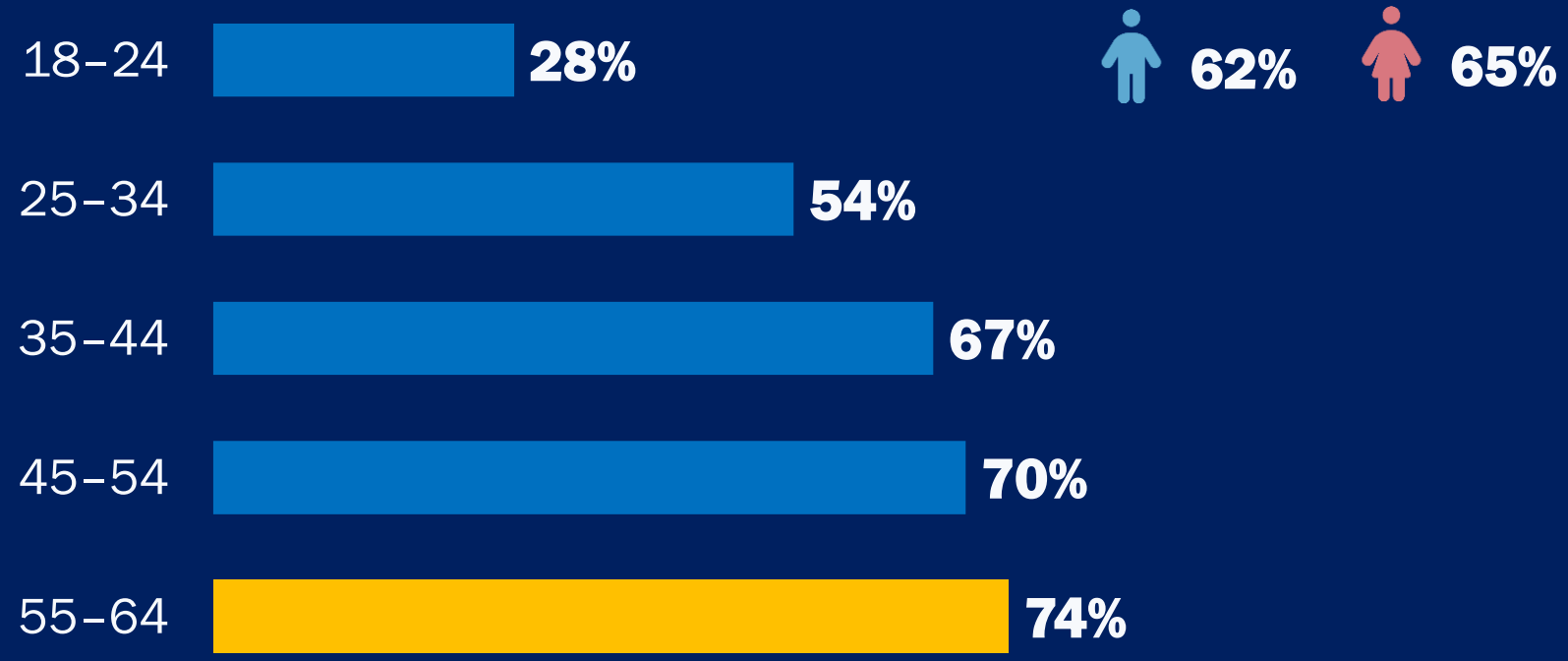
χρήση πλατφόρμας, ανεξαρτήτως συχνότητας

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Στο Facebook, οι μεγαλύτερες ηλικίες έχουν τον πρώτο λόγο!

63% *καθημερινά*

46% *αρκετές φορές την ημέρα*



Στις ηλικίες 55-64, το 54% μπαίνει αρκετές φορές την ημέρα

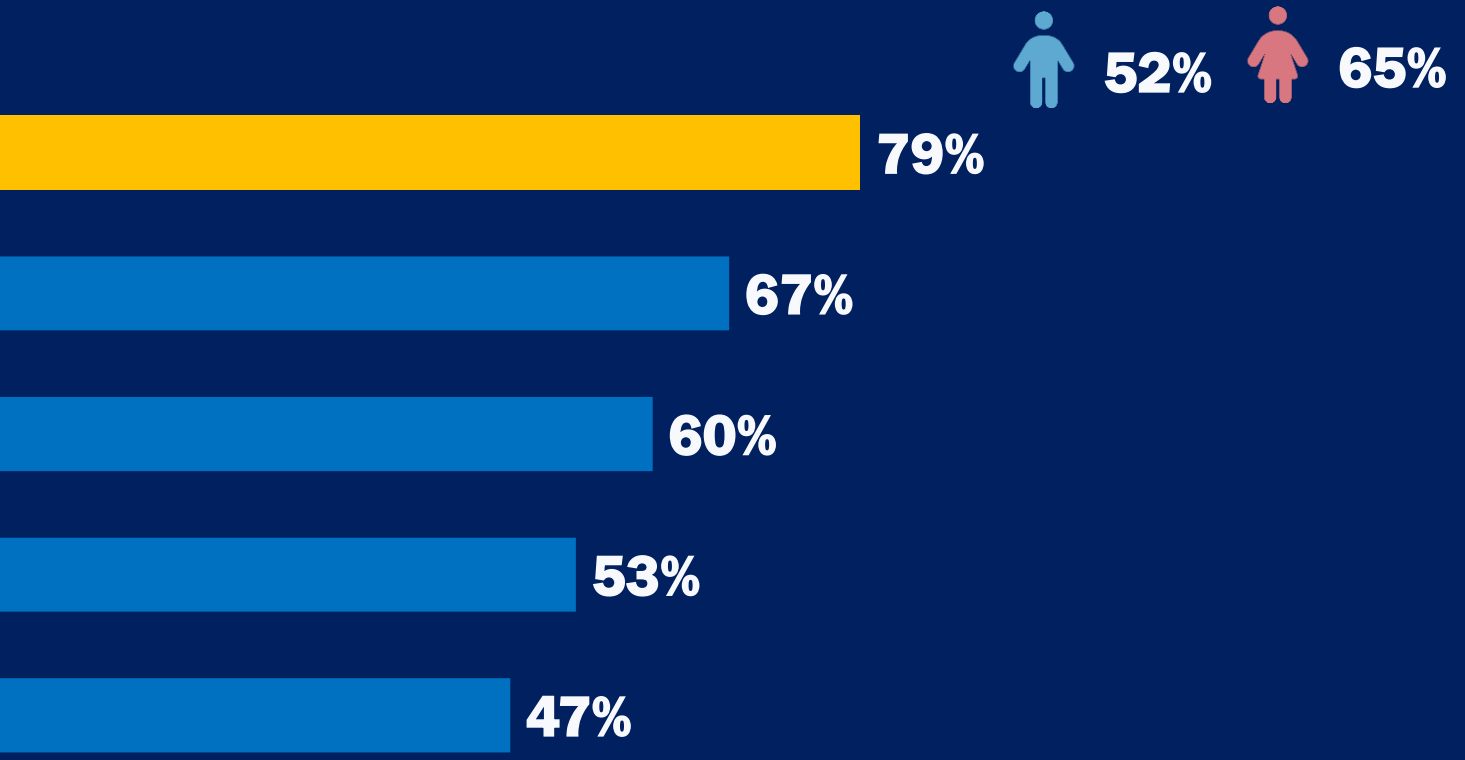
Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Για τους νέους, το Instagram είναι καθημερινή υπόθεση!

58% *καθημερινά*

45% *αρκετές φορές την ημέρα*



Στις ηλικίες 18–24, το 73% μπαίνει αρκετές φορές την ημέρα

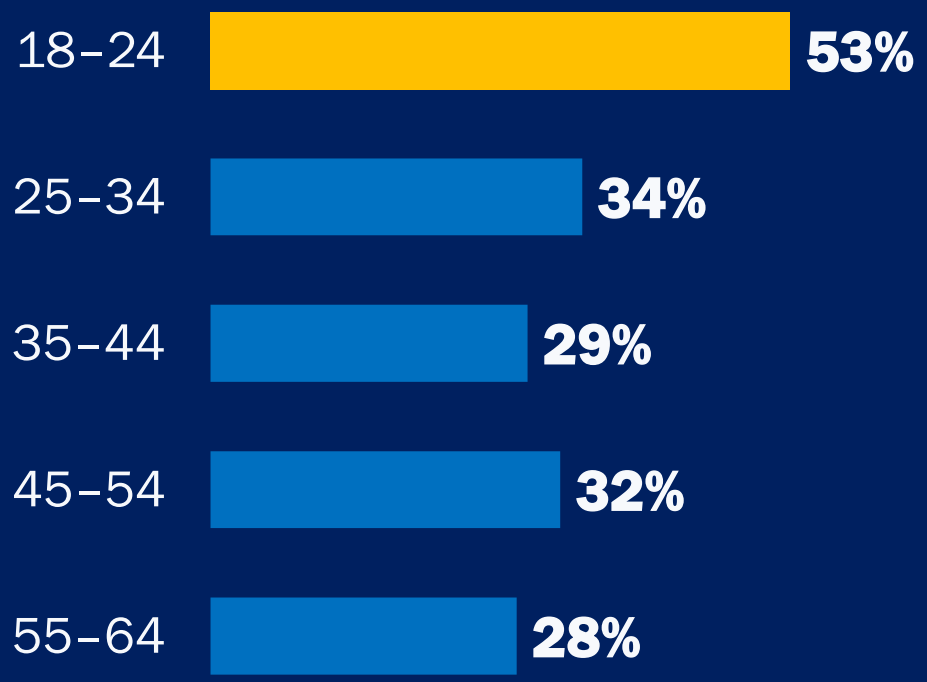
Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

TikTok: Η καθημερινή συνήθεια και πέρα από τις νεότερες ηλικίες

33% *καθημερινά*

24% *αρκετές φορές την ημέρα*





Στις ηλικίες 18–24, το 46% μπαίνει αρκετές φορές την ημέρα

Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Ο χρόνος στα social προβληματίζει, ιδιαίτερα τους νέους

«Μερικές φορές ανησυχώ για τον χρόνο που ξοδεύω στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»

51%

Σύνολο

65%

Ηλικίες 18–24

Ο προβληματισμός για τον χρόνο στα social media είναι εντονότερος στους νέους 18–24!

Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

#2 KEY LEARNING

Τα social media είναι κοινός τόπος για όλες τις γενιές

Κάθε ηλικία έχει τις δικές της συνήθειες στο scroll

Ο χρόνος που περνάμε στα social προβληματίζει, ιδιαίτερα τις νεότερες ηλικίες

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

03

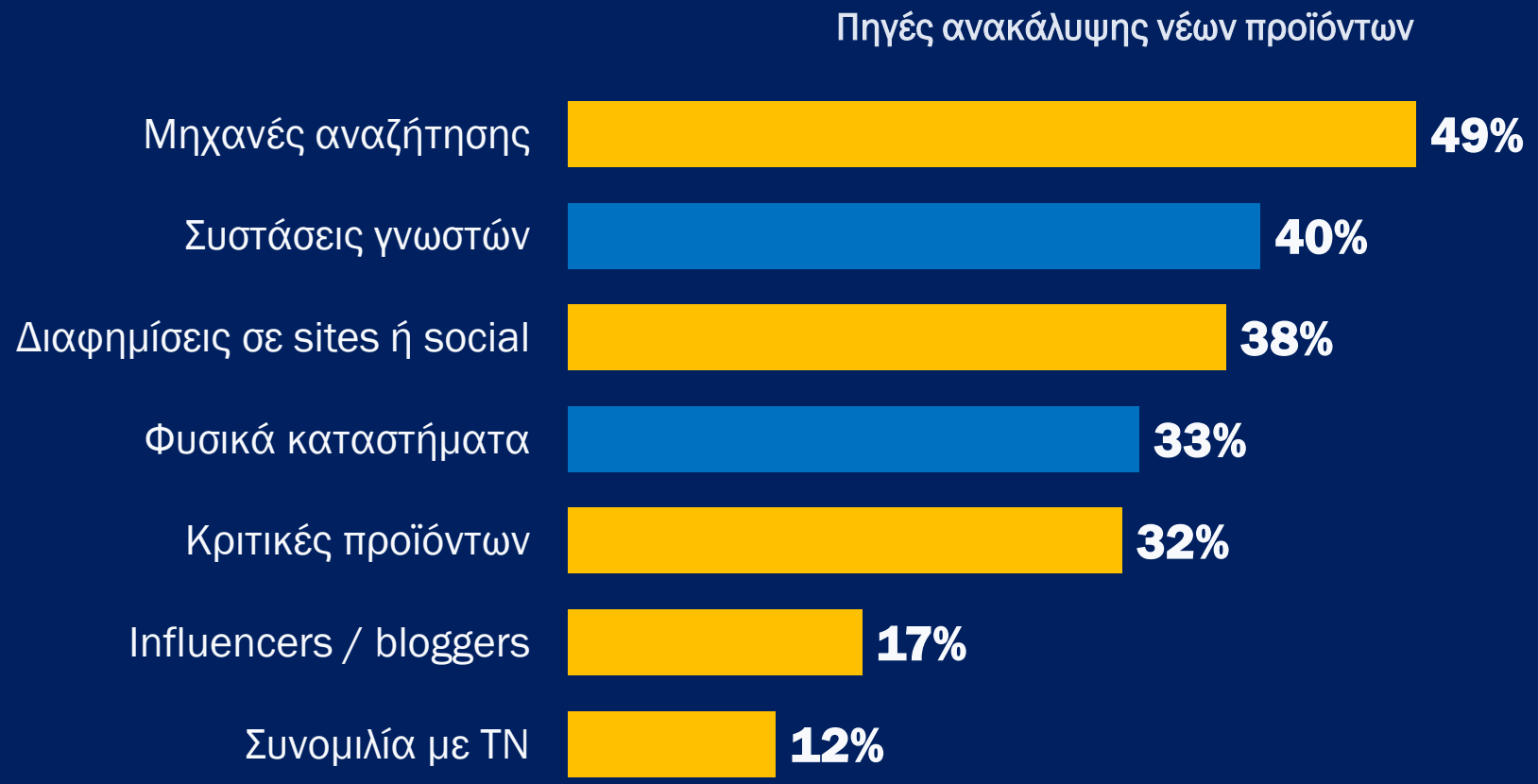
Digital Consumer

Πώς ανακαλύπτουμε προϊόντα &
Πώς βλέπουμε τις online αγορές



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Πώς ανακαλύπτουμε νέα προϊόντα



32%

στις ηλικίες 18–24
ανακαλύπτουν νέα προϊόντα μέσω
influencers / bloggers

Digital κανάλια: πολλοί δρόμοι, νέες ανακαλύψεις!

Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Online αγορές: Η ευκολία κερδίζει, η προτίμηση δεν είναι δεδομένη

Ποσοστό συμφωνίας: Συμφωνώ απόλυτα + Τείνω να συμφωνήσω



**Η ευκολία του online αναγνωρίζεται ευρέως,
χωρίς να υποκαθιστά την προτίμηση για τα φυσικά καταστήματα.**

Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

#3 KEY LEARNING

Το online shopping κερδίζει σε ευκολία.

Όχι απαραίτητα σε προτίμηση.

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

So what?

Το κινητό δίνει άμεση πρόσβαση στο κοινό. Η προσοχή χρειάζεται να κερδηθεί.

Η επικοινωνία μέσω κινητού χρειάζεται περιεχόμενο που να ενδιαφέρει και να εξυπηρετεί το κοινό.

Τα social είναι κοινός τόπος. Κάθε κοινό χρειάζεται τη δική του προσέγγιση.

Οι συνήθειες κάθε ηλικίας δίνουν κατεύθυνση στην επιλογή πλατφόρμας και περιεχομένου.

Η ευκολία των online αγορών αναγνωρίζεται. Η προτίμηση δεν είναι δεδομένη.

Για τα brands, έχει σημασία να κατανοήσουν τι ενθαρρύνει τον καταναλωτή να επιλέξει το online κανάλι

Η κατανόηση των ψηφιακών συνηθειών των καταναλωτών, βοηθά τις επιχειρήσεις να επιλέγουν κανάλια και περιεχόμενο και να προσαρμόζουν την αγοραστική εμπειρία.

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

FocusBari

Human Understanding. Smarter Decisions.

Ευχαριστούμε!

Xenia Kourtoglou

- +30 6944 530100
- xenia@focus.gr
- www.focusbari.gr

Katerina Kontou

- +30 6948 594112
- kkontou@focus.gr
- www.focusbari.gr