FocusBari

Human Understanding. Smarter Decisions.

Δύο κόσμοι. Μία ζωή.

Online ή offline; Μήπως η ερώτηση είναι πια λάθος;

Κατερίνα Κοντού
Account Manager
Focus Bari

e-commerce Digital Marketing World

Θα δούμε

01 **Click: Ο Digital Έλληνας σήμερα**
Εξέλιξη σε όλους τους «δείκτες»

02 **Scroll: Ο Έλληνας & τα social media**
Συνήθεια & Καθημερινότητα

03 **Prompt: Ο Έλληνας και η ΤΝ**
3 διαφορετικές personas

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Η Μεγάλη Εικόνα

Το digital δεν είναι πια ένας δεύτερος κόσμος

Τρεις διαφορετικές μετρήσεις. Μία κοινή διαπίστωση: η τεχνολογία διαπερνά την καθημερινότητα.

98%

Χρήση internet

Βάση: 13-74, Πανελλαδικά

87%

Χρήση social media

Βάση: 13-74, Πανελλαδικά

90%

Δοκίμασαν ΤΝ

Βάση: Πανελλαδικά, 18+

Η πρόσβαση έγινε σχεδόν καθολική. Οι ανάγκες και οι στάσεις μεταβάλλονται.

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Οι πηγές μου

Focus ontechlife
mobile · households · web · kids

Η σχέση των Ελλήνων με την τεχνολογία

Από το 1995

Τηλεφωνικές συνεντεύξεις (CATI)

18.000
ετήσιο δείγμα

YouGov Profiles by FocusBari

Συνεχής πανελλαδική online έρευνα

Αγοραστικές συνήθειες, στάσεις και κοινωνικά θέματα

Δεδομένα κοινού και ΜΜΕ

10.000+
ετήσιο δείγμα

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Πανελλαδική έρευνα για την Τεχνητή Νοημοσύνη

Ενήλικες 18+ · Online συνεντεύξεις via YouGov Panel

Fieldwork: 29/09–05/10/2026

1.009
συμμετέχοντες

01

Click:
Ο Digital Έλληνας Σήμερα

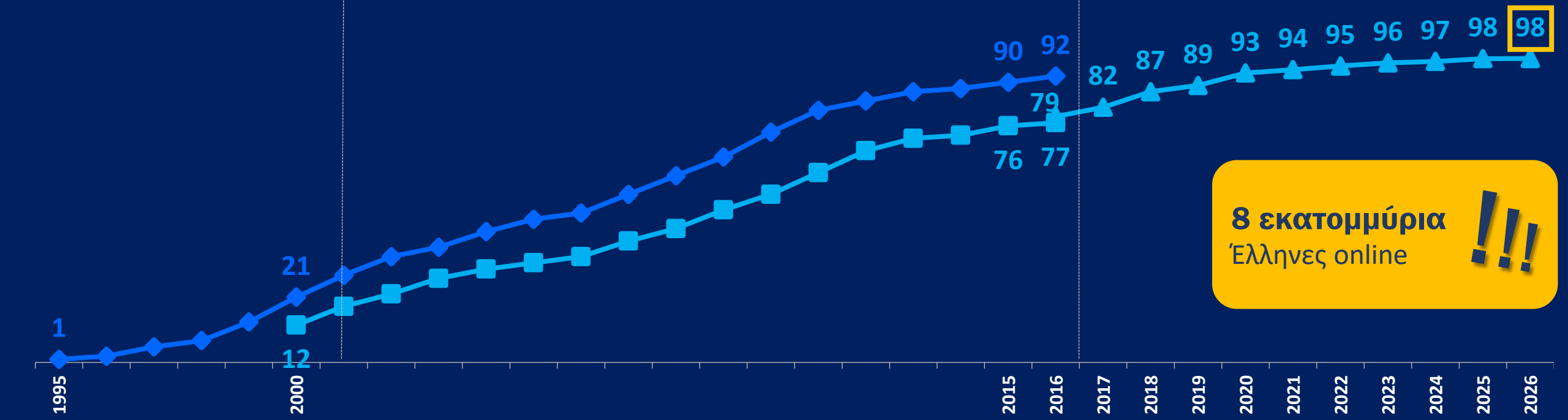
Η εξέλιξη σε όλους τους «δείκτες»



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Η εξέλιξη χρήσης Internet μέσα σε τρεις δεκαετίες : καθολική!

Αρχή	Επέκταση	Σήμερα
Ηλικίες 13-54, Αστικά 50+	Άνδρες-Γυναίκες 13-70, Πανελλαδικά (-25 χλμ.)	Άνδρες-Γυναίκες 13-74, Πανελλαδικά
3.604.000	6.585.000	8.073.000

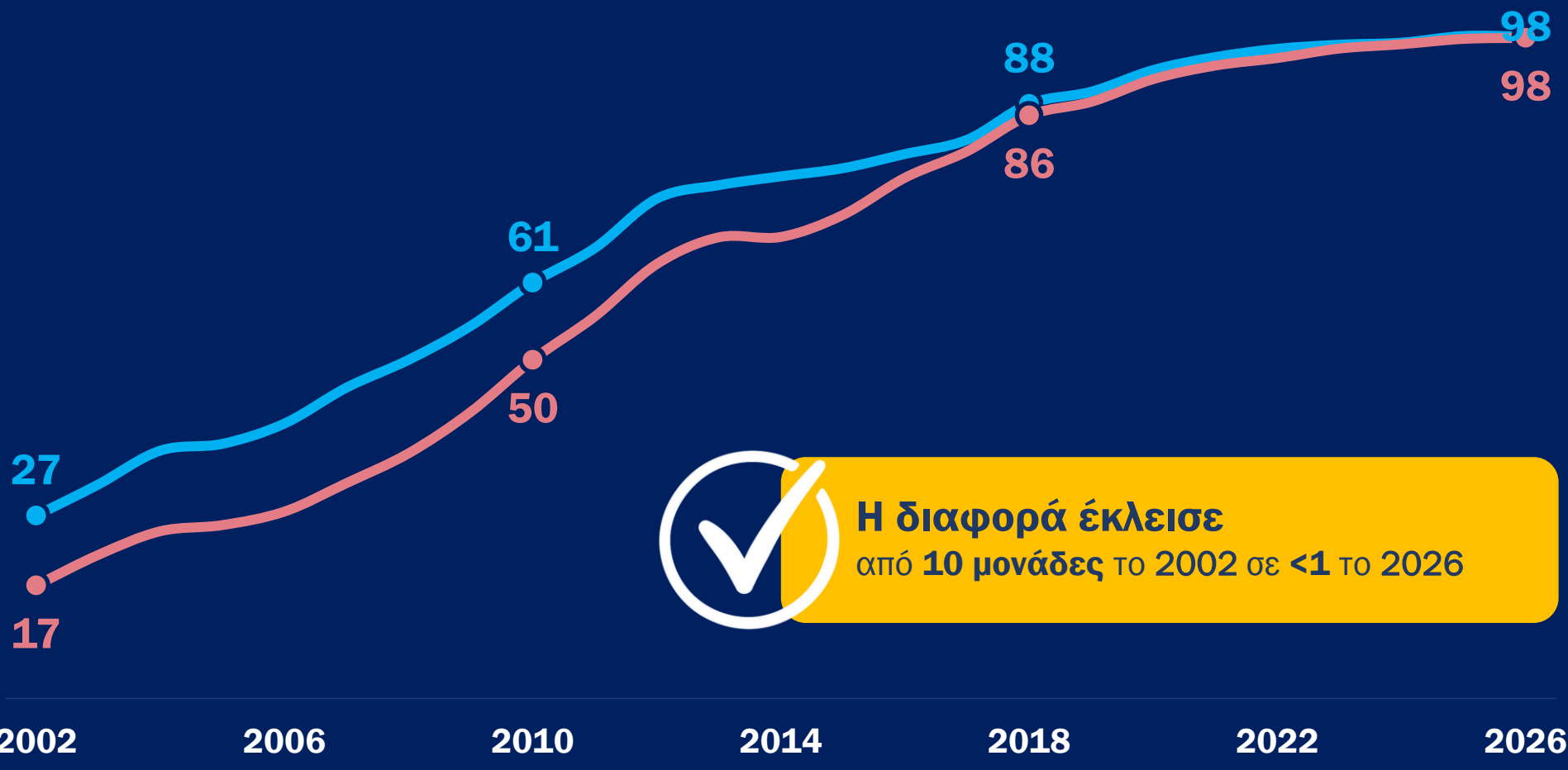


8 εκατομμύρια
Έλληνες online
!!!

Βάση: 13-74, Πανελλαδικά

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Χωρίς διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών πλέον

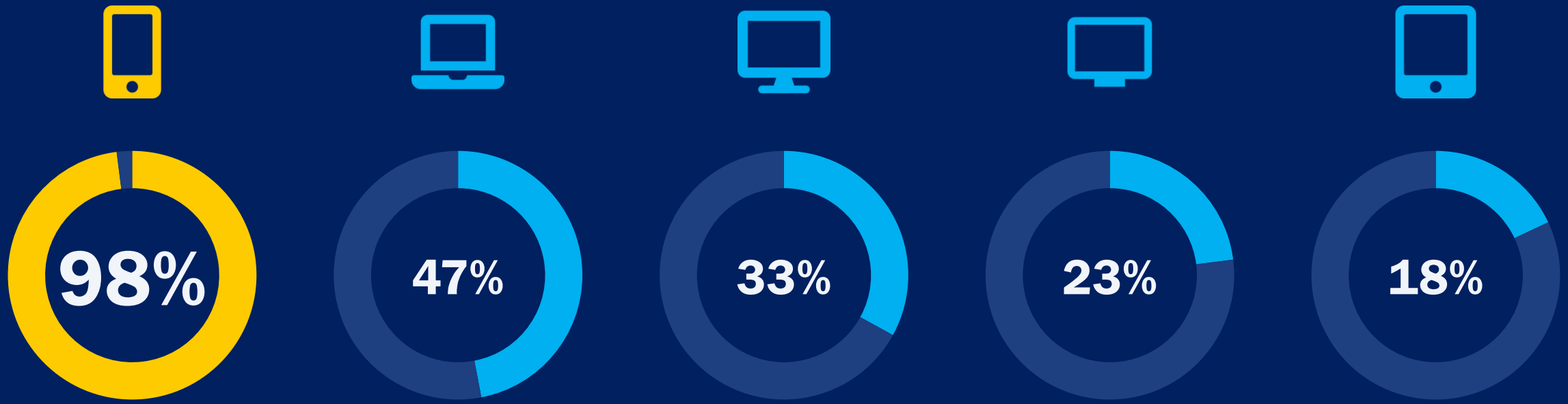


Η διαφορά έκλεισε
από **10 μονάδες** το 2002 σε **<1** το 2026

Βάση: 13-74, Πανελλαδικά

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Το Smartphone είναι η «αυτονόητη» πύλη 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.

Το mobile use καθορίζει & καθοδηγεί business strategies

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

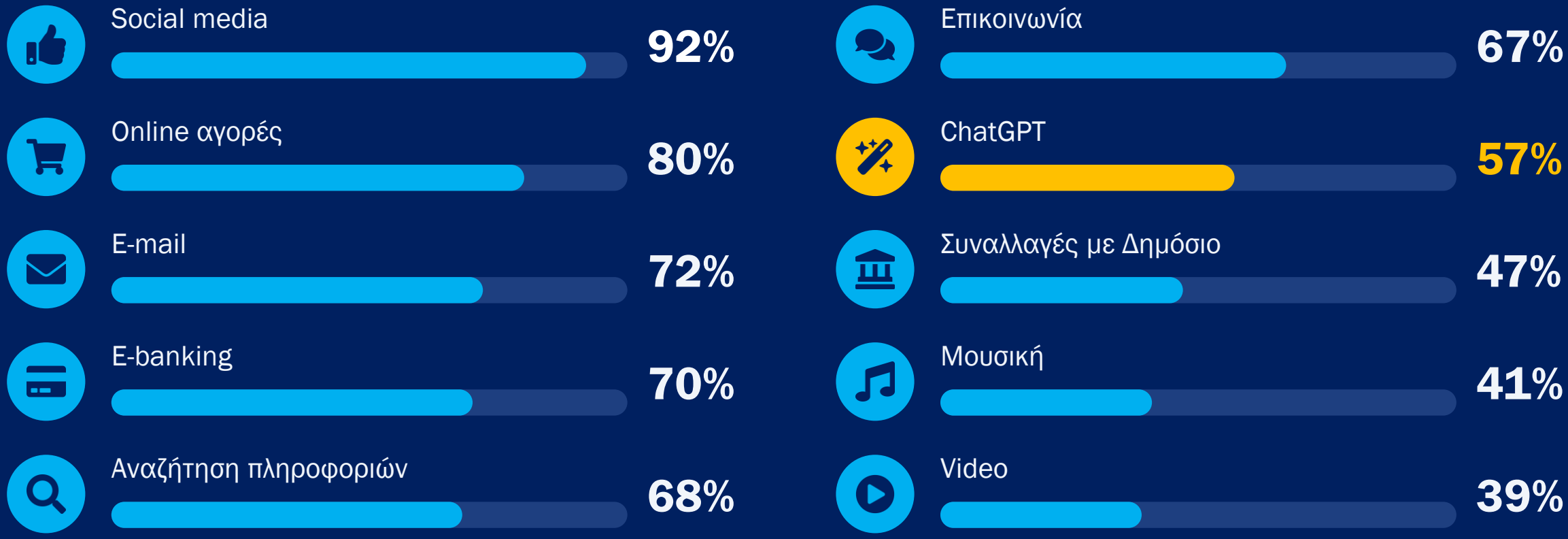


δίνουν **πολλή / αρκετή προσοχή**
σε **διαφημίσεις ή προωθητικό υλικό** στο κινητό

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

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Τι κάνουν mobile - online καθημερινά/συστηματικά



Σε λιγότερο από 4 χρόνια από την εμφάνιση του ChatGPT, το χρησιμοποιούν τακτικά 3 / 5!

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

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

01
KEY LEARNING

Όλοι οι Έλληνες—ακόμα και οι μεγαλύτερες ηλικίες—ζουν μια διαδικτυακή καθημερινότητα

Το smartphone είναι το «προσωπικό εργαλείο» για όλους και για όλα

Η συνεχής–συχνά αποκλειστική–πρόσβαση μέσω κινητού διαμορφώνει, καθορίζει & καθοδηγεί τις επιχειρηματικές στρατηγικές marketing & e-commerce



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

02

SCROLL

Οι Έλληνες και τα social media

Συνήθεια και καθημερινότητα



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Στα social, το «παιχνίδι» παίζεται σε πολλά ταμπλό!

76% Facebook

74% YouTube

70% Instagram

45% TikTok

22% Pinterest

22% LinkedIn

16% X

Το digital κοινό βρίσκεται σε διαφορετικές πλατφόρμες — και κάθε μία έχει τη δική της δυναμική

Πηγή: YouGov Profiles

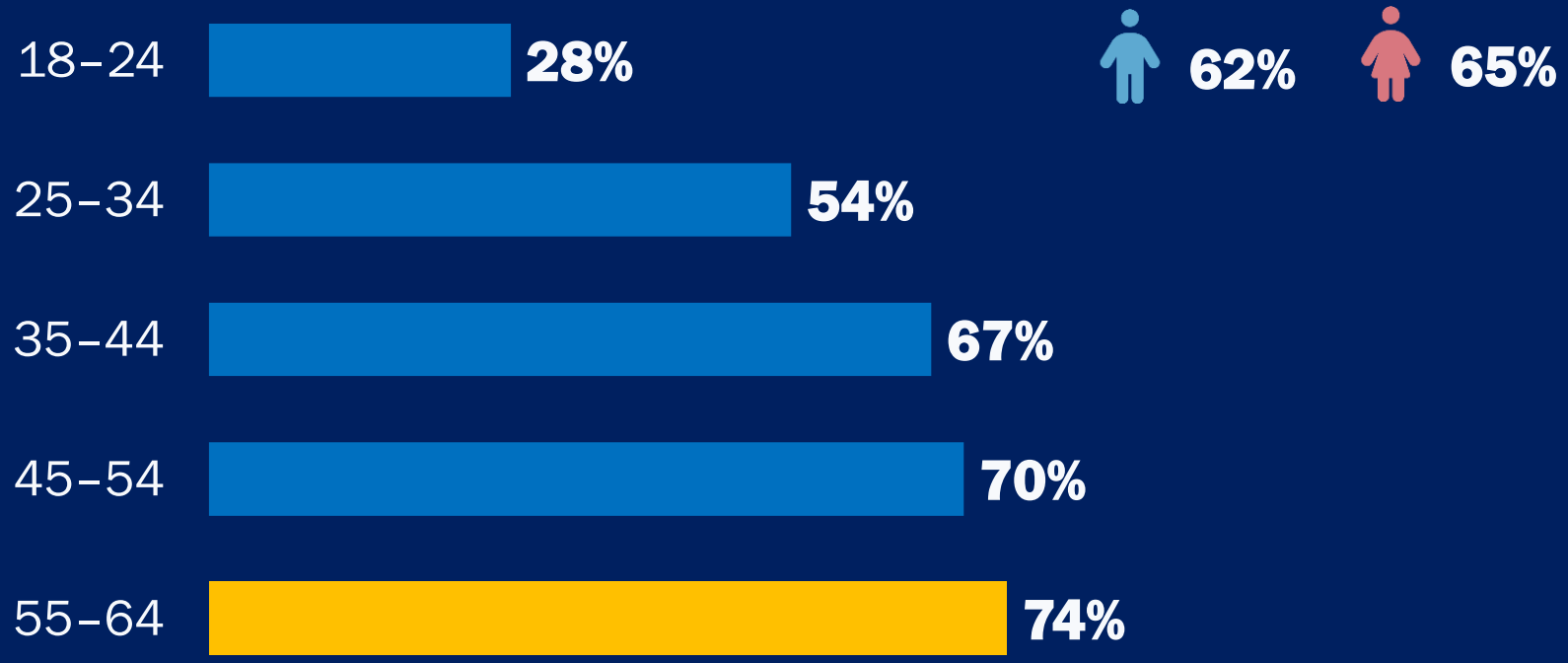
Χρήση πλατφόρμας, ανεξαρτήτως συχνότητας

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Όσο ανεβαίνει η ηλικία, ανεβαίνουν και τα likes!

63% *καθημερινά*

46% *αρκετές φορές την ημέρα*



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

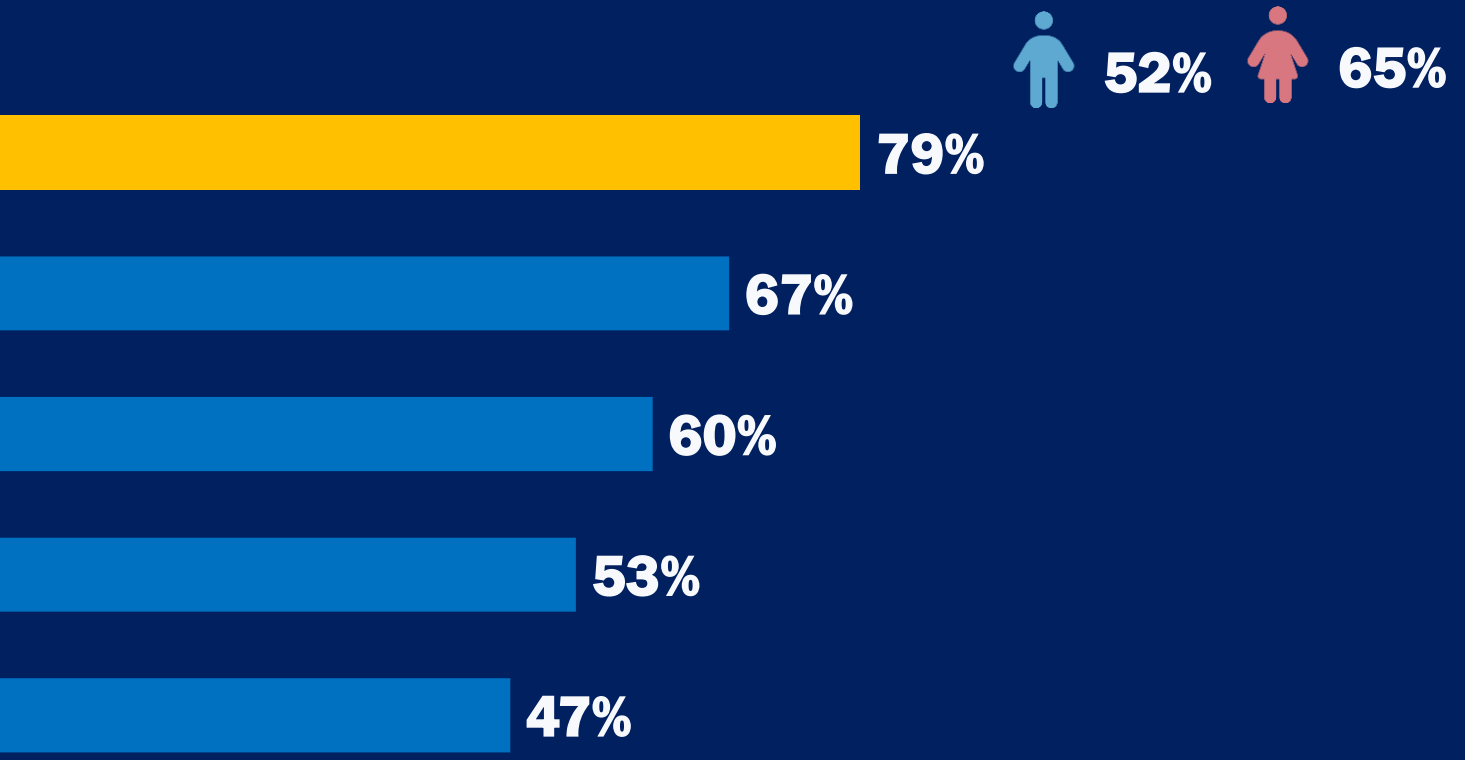
Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Οι νέοι δεν κάνουν απλώς scroll... ζουν εκεί !

58% *καθημερινά*

45% *αρκετές φορές την ημέρα*



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

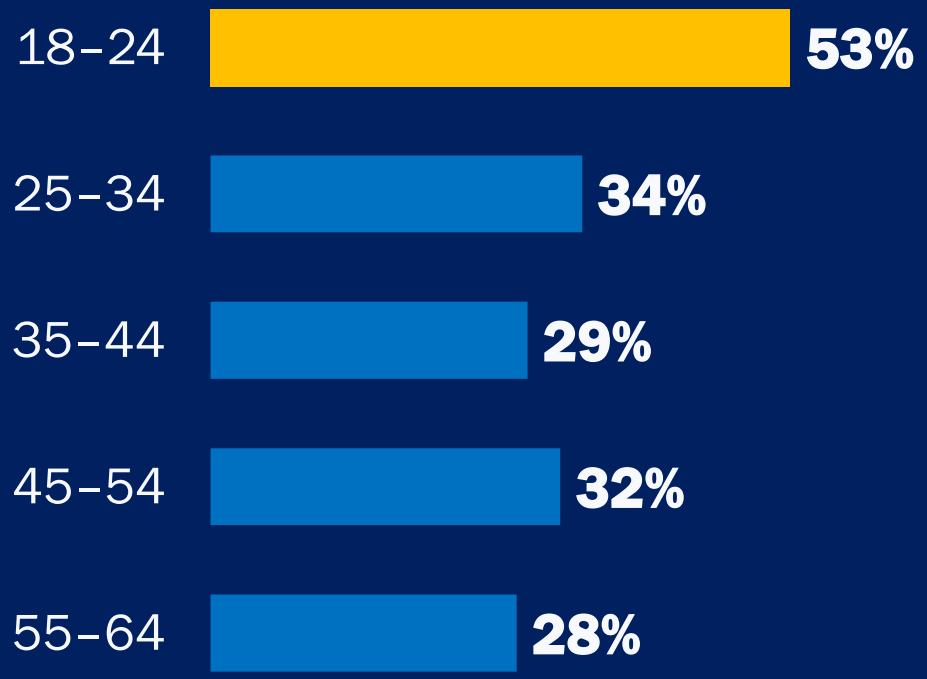
Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Νεανικό DNA, διαγενεακή απήχηση!

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.

Το ατελείωτο scroll αρχίζει να μας προβληματίζει!

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

51%

Σύνολο

65%

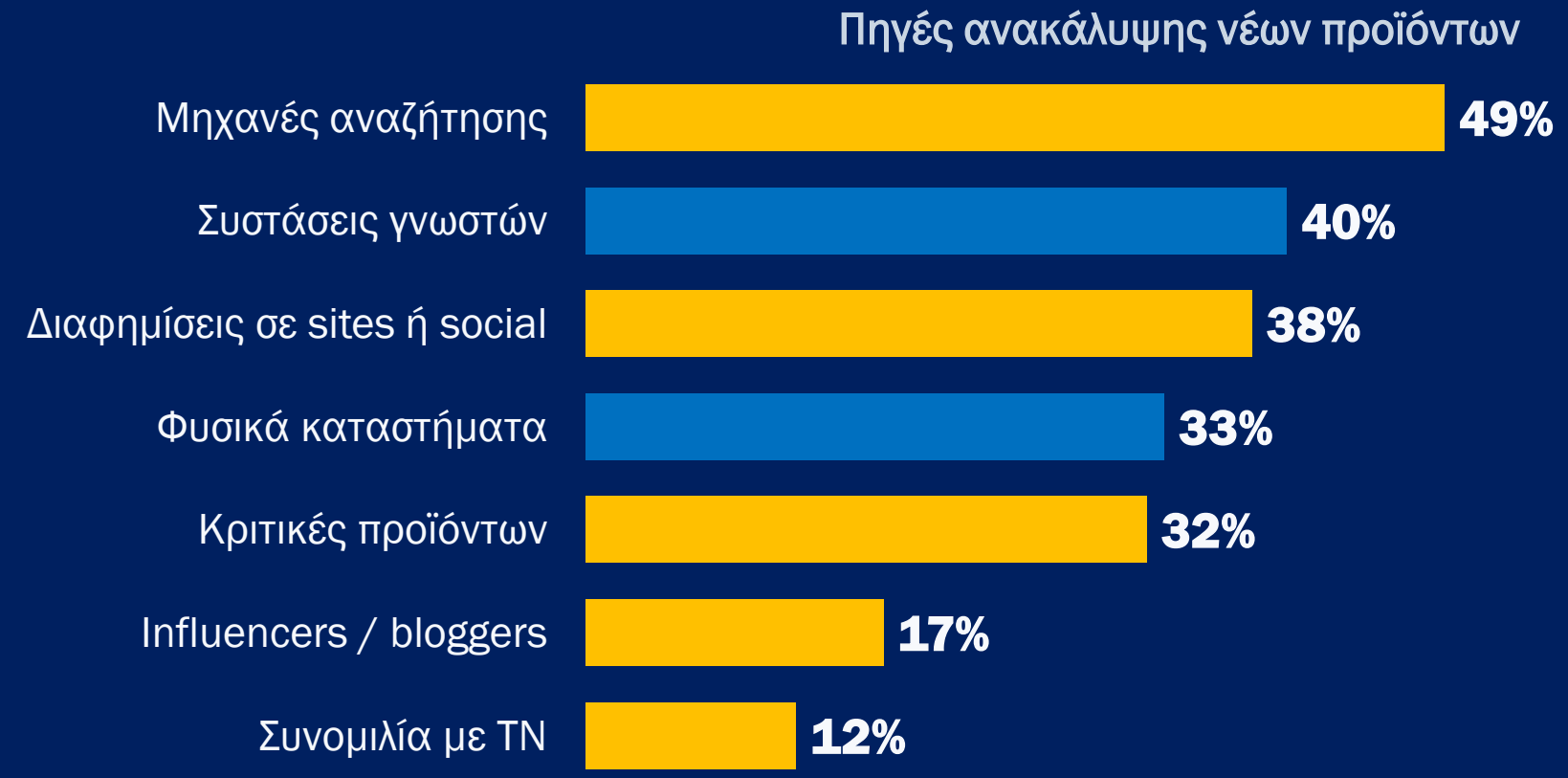
Ηλικίες 18–24

Όταν οι χρήστες “μετρούν” τον χρόνο τους, τα brands πρέπει να κάνουν κάθε δευτερόλεπτο να μετρά!

Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Από το search στο scroll... κάπου εκεί ανακαλύπτουμε τα brands!



32%

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

Για τα brands, κάθε digital touchpoint είναι μια νέα ευκαιρία να μπουν στο «ραντάρ» του καταναλωτή!

Πηγή: YouGov Profiles

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

02
KEY LEARNING

Τα social media ενώνουν τις γενιές, αλλά η κάθε μία έχει τις δικές της συνήθειες!

Η καθημερινή χρήση είναι έντονη, όμως αυξάνεται και ο προβληματισμός για τον χρόνο που αφιερώνουμε...

Για τα brands, το ζητούμενο δεν είναι να βρίσκονται παντού, αλλά στα σωστά κανάλια, με περιεχόμενο που αξίζει την προσοχή μας.



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

03

Prompt

Ο Έλληνας και τη ΤΝ

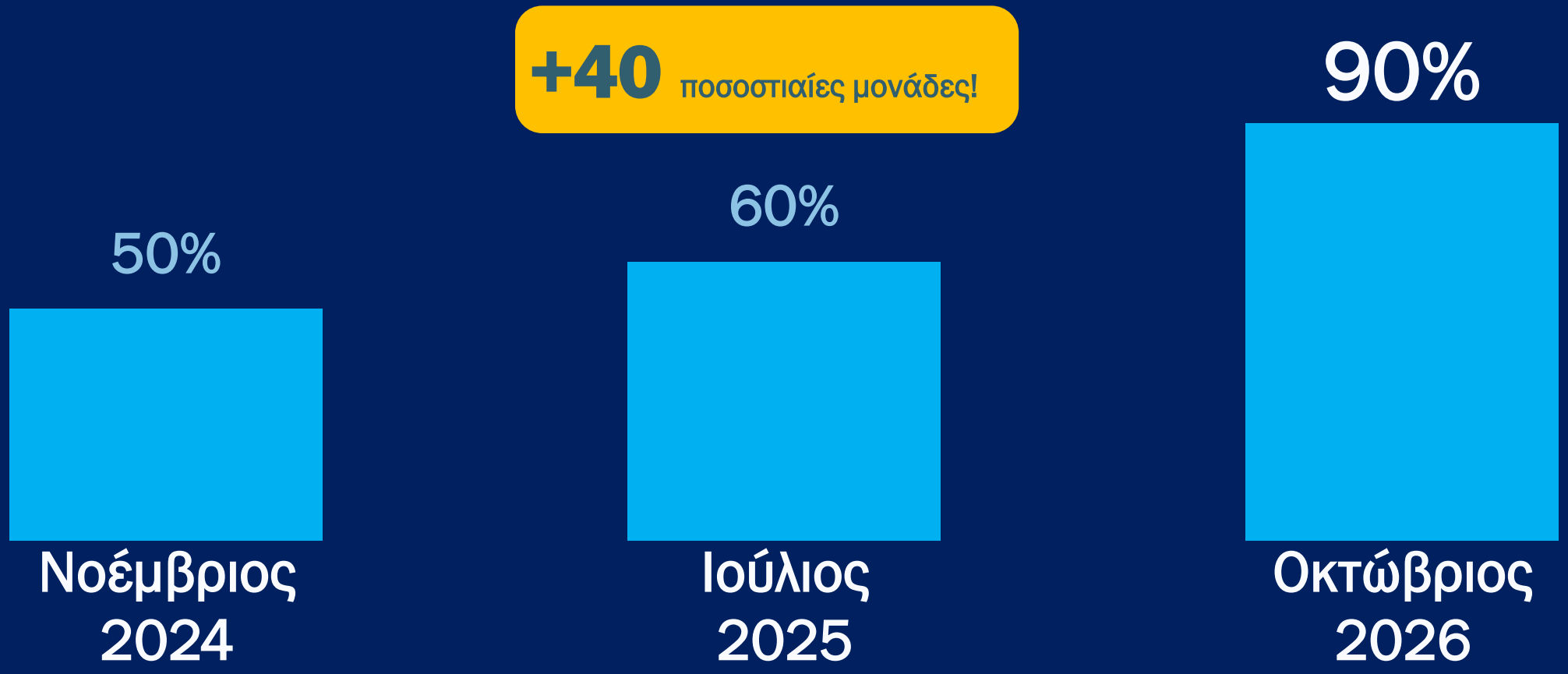
3 Διαφορετικές Νοοτροπίες



FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Η ΤΝ περνά από τη δοκιμή στη μαζική εξοικείωση

9 στους 10 Ελληνες έχουν χρησιμοποιήσει τουλάχιστον ένα εργαλείο



Πηγή: Focus Bari, AI στην Ελλάδα · διαχρονικά κύματα 2024–2026.

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

2026: Από τα ποσοστά, στους ανθρώπους

Η διαδικασία step by step

01

1.009 φωνές

Διαφορετικές εμπειρίες, προσδοκίες και επιφυλάξεις

02

Κοινά μοτίβα

Πολυμεταβλητή ανάλυση ομαδοποίησης (cluster analysis)

03

Τρεις σχέσεις

Ομάδες που ξεχωρίζουν στο πώς σκέφτονται και δρουν

Το αποτέλεσμα...

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Η ίδια ΤΝ 3 διαφορετικές νοοτροπίες

Η χρήση δεν σημαίνει απαραίτητα εμπιστοσύνη — ούτε η επιφύλαξη σημαίνει αποχή!



Οι Κριτικοί Πραγματιστές

38%

«Αγκαλιάζω την καινοτομία, επιμένω στις αξίες μου»



Οι Open-minded Αισιόδοξοι

35%

«Θέλω να είμαι μέρος της εξέλιξης»



Οι Επιφυλακτικοί Αμφισβητίες

27%

«Δεν είναι κάθε τεχνολογικό άλμα και κοινωνική πρόοδος»

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Οι Κριτικοί Πραγματιστές



38%

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ

Κυρίως άντρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο
Προσεγγίζουν την ΤΝ με γνώση και κριτική σκέψη

ΤΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ

Βλέπουν επαγγελματικά οφέλη, αλλά ανησυχούν για την εργασία
Ζητούν σαφείς κανόνες και ανθρώπινο έλεγχο

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ

Έχουν εντάξει την ΤΝ στην καθημερινότητα
Δοκιμάζουν εργαλεία, αναζητώντας ουσιαστική χρησιμότητα

87% βλέπουν επαγγελματικό όφελος **63%** ζητούν σαφείς κανόνες

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΔΟΚΙΜΑΣΕΙ

ChatGPT 88% · Gemini 59% · Claude 26% · Copilot 24%

Αποδείξτε την αξία, εξηγήστε πώς λειτουργεί, αφήστε τον χρήστη να ελέγχει

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Οι Open-minded Αισιόδοξοι



35%

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ

Λίγο παραπάνω γυναίκες, σχεδόν από όλες τις ηλικίες
Ανοιχτό πνεύμα και αυτοπεποίθηση

ΤΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ

Βλέπουν στην ΤΝ ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και θετικές κοινωνικές προοπτικές — περισσότερο από απειλές

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ

Χρησιμοποιούν συχνά ChatGPT και Gemini και εξερευνούν πιο εξειδικευμένα εργαλεία, όπως το NotebookLM

84% βλέπουν επαγγελματικό όφελος **72%** **δεν** αναμένουν αντικατάσταση της εργασίας τους

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΔΟΚΙΜΑΣΕΙ

ChatGPT 81% · Gemini 61% · Copilot 23% · Claude 18% · NotebookLM 10%

Δώστε τους έμπνευση, νέες δυνατότητες και χώρο για πειραματισμό

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Οι Επιφυλακτικοί Αμφισβητίες



27%

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ

Συναντάμαι κυρίως γυναίκες, μέσης μόρφωσης
Δεν απέχουν, αλλά προσεγγίζουν την ΤΝ με δυσπιστία

ΤΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ

Αμφισβητούν τα οφέλη και ανησυχούν για ανεξέλεγκτες εξελίξεις
Η πολυπλοκότητα της τεχνολογίας αποτελεί πρόσθετο εμπόδιο

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ

Έχουν δοκιμάσει κυρίως ChatGPT, αλλά η χρήση τους είναι περιστασιακή και όχι καθημερινή συνήθεια

44% βλέπουν αρνητικό αντίκτυπο **23%** δεν έχουν δοκιμάσει εργαλείο

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΔΟΚΙΜΑΣΕΙ

ChatGPT 63% · Gemini 35% · Copilot 10% · Claude 8%

Μιλήστε απλά, δείξτε χειροπιαστό όφελος και χτίστε εμπιστοσύνη

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

Μία τεχνολογία. Τρεις δρόμοι προς το κοινό!

Άλλη αφετηρία, άλλες προσδοκίες, διαφορετικός τρόπος να χτίσεις σχέση

38%



Οι Κριτικοί Πραγματιστές

- Ενεργοί
- Αναλυτικοί
- Προσανατολισμένοι στην αξία

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ - ΕΛΕΓΧΟΣ

35%



Οι Open-minded Αισιόδοξοι

- Ανοιχτοί
- Αισιόδοξοι
- Εξοικειωμένοι

ΕΜΠΝΕΥΣΗ & ΕΞΕΡΕΥΝΗΣΗ

27%



Οι Επιφυλακτικοί Αμφισβητίες

- Συγκρατημένοι
- Διστακτικοί
- Αναζητούν αποδείξεις

ΑΠΛΟΤΗΤΑ & ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ

Δεν υπάρχει ενιαίο κοινό για την ΤΝ — και δεν αρκεί ένα μόνο μήνυμα από τις επιχειρήσεις

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

03
KEY LEARNING

Η ΤΝ δεν έχει ένα κοινό.
Έχει τρεις διαφορετικές οπτικές!

Για τα brands, **δεν υπάρχει one-size-fits-all προσέγγιση:** άλλοι ζητούν έλεγχο, άλλοι βλέπουν ευκαιρίες και κάποιοι παραμένουν επιφυλακτικοί.



ΔΥΟ ΚΟΣΜΟΙ. ΜΙΑ ΖΩΗ.

Η τεχνολογία αλλάζει την καθημερινότητά μας

Η ουσιαστική επικοινωνία
των brands
ξεκινά
από την κατανόηση του ανθρώπου!

FocusBari
Human Understanding. Smarter Decisions.

FocusBari

Human Understanding. Smarter Decisions.



Δύο κόσμοι. Μία ζωή.

Online ή offline; Μήπως η ερώτηση είναι πια λάθος;

Κατερίνα Κοντού
Account Manager
Focus Bari

e-commerce Digital Marketing World