Ψηφιακή Ξάνθη 2026

Ελέγξαμε 500 επιχειρήσεις της Ξάνθης σε 10 κλάδους. Δεν ρωτήσαμε αν έχουν ιστοσελίδα. Ρωτήσαμε τι μπορεί πραγματικά να κάνει ο πελάτης τους online.

500	10	95
επιχειρήσεις ελέγχθηκαν	κλάδοι, 50 επιχειρήσεις στον καθένα	επιχειρήσεις με επιβεβαιωμένη online ενέργεια

1 στις 5

95 από τις 500 επιχειρήσεις (19%) δίνουν στον πελάτη τη δυνατότητα να αγοράσει, να παραγγείλει, να κλείσει ή να ζητήσει κάτι online. Για τις υπόλοιπες 405 δεν βρήκαμε δημόσιο τεκμήριο. Τις καταγράψαμε ως «Άγνωστο» και όχι ως «Όχι».

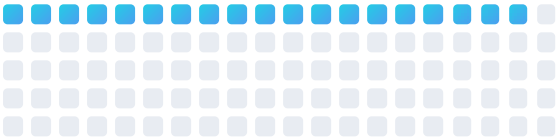
ΒΑΣΙΚΟ ΕΥΡΗΜΑ

Η εικόνα με μια ματιά

Μετρήσαμε αν ο πελάτης μπορεί να κάνει κάτι πρακτικό online: να αγοράσει, να παραγγείλει, να κλείσει κράτηση ή ραντεβού, να στείλει αίτημα ή να εξυπηρετηθεί από απόσταση.

1 στις 5

95 από τις 500 επιχειρήσεις (19%) έχουν επιβεβαιωμένη online ενέργεια για τον πελάτη.



Επιβεβαιωμένη online ενέργεια · 95

Δεν βρέθηκε δημόσιο τεκμήριο · 405

1 τετράγωνο = 5 επιχειρήσεις

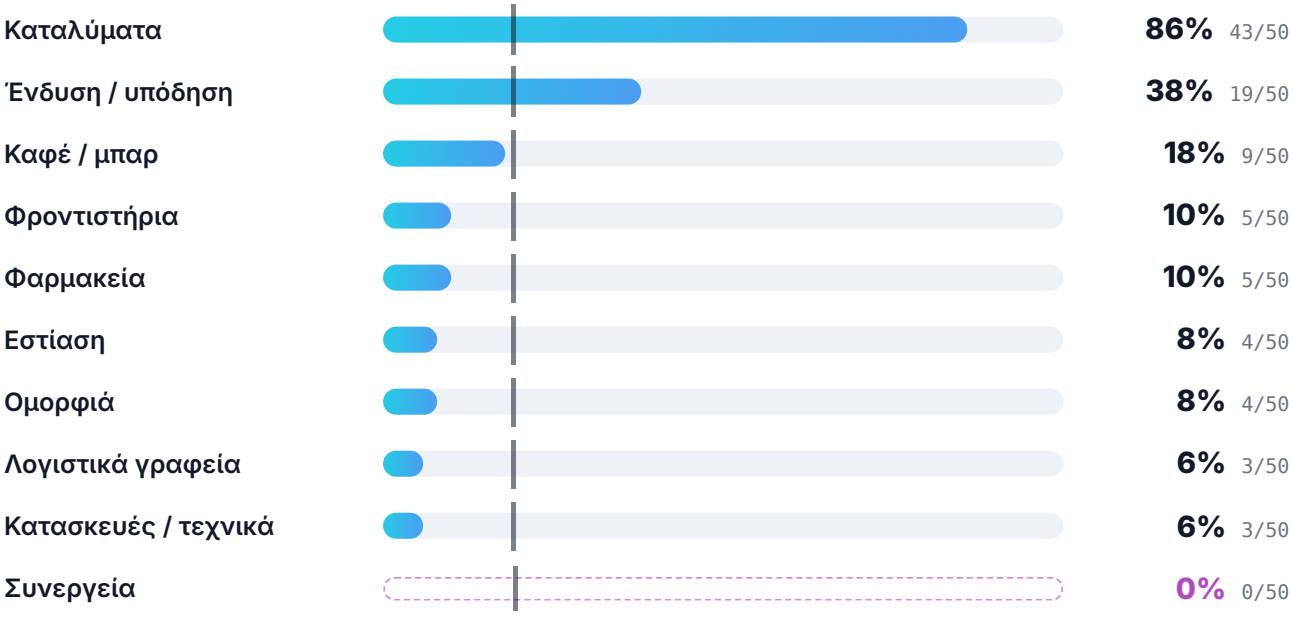
Τι σημαίνει αυτό;

Δεν σημαίνει ότι οι υπόλοιπες 405 επιχειρήσεις δεν έχουν τίποτα online. Σημαίνει ότι ο πελάτης δεν βρίσκει εύκολα τρόπο να αγοράσει, να κλείσει ή να ζητήσει κάτι online. Το 19% είναι το ελάχιστο που μπορούμε να επιβεβαιώσουμε.

Μεγάλες διαφορές ανά κλάδο

Ίσο δείγμα 50 επιχειρήσεων σε κάθε κλάδο. Από 43 στα 50 μέχρι κανένα.

Μέσος όρος όλων των κλάδων: 19%



Οι αριθμοί δείχνουν μόνο τις περιπτώσεις που μπορέσαμε να επιβεβαιώσουμε δημόσια. Το 19% αφορά το συγκεκριμένο δείγμα και δεν αποτελεί εκτίμηση για όλες τις επιχειρήσεις του Δήμου. Το 0/50 στα συνεργεία δεν σημαίνει ότι κανένα συνεργείο στην Ξάνθη δεν εξυπηρετεί online.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ

Τι δείχνουν τα αποτελέσματα

Το βασικό εύρημα: 95 στις 500 επιχειρήσεις

95/500 · 19%

Σε **95 από τις 500 επιχειρήσεις** βρήκαμε σαφή, δημόσια επαληθεύσιμη δυνατότητα να κάνει ο πελάτης κάτι online. Όχι απλώς να δει ένα τηλέφωνο ή μια διεύθυνση, αλλά να αγοράσει από e-shop, να παραγγείλει, να κλείσει δωμάτιο ή ραντεβού, να στείλει αίτημα ή να εξυπηρετηθεί από απόσταση.

Αυτό είναι το **19% του δείγματος**, περίπου 1 στις 5 επιχειρήσεις. Είναι το ελάχιστο που μπορούμε να επιβεβαιώσουμε: για τις υπόλοιπες 405 δεν βρήκαμε δημόσιο τεκμήριο, οπότε τις καταγράψαμε ως «Άγνωστο» και όχι ως «Όχι».

Καταλύματα: ο πιο ψηφιακός κλάδος

43/50 · 86%

Σε **43 από τα 50** καταλύματα ο επισκέπτης μπορεί να κλείσει online. Στον τουρισμό ο πελάτης περιμένει πια να δει διαθεσιμότητα, τιμές, φωτογραφίες και κριτικές, και να κάνει κράτηση αμέσως. Η online κράτηση δεν είναι πλέον πλεονέκτημα. Είναι προϋπόθεση για να είσαι στην αγορά.

Υπάρχει όμως διαφορά ανάμεσα στο «δέχομαι κρατήσεις online» και στο «έχω το δικό μου κανάλι κρατήσεων». Μεγάλο μέρος της ζήτησης περνά από τις μεγάλες πλατφόρμες κρατήσεων και όχι από το δικό τους site.

Ένδυση και υπόδηση: η ευκαιρία του e-shop

19/50 · 38%

Στην ένδυση και υπόδηση, **19 από τις 50** επιχειρήσεις πουλούν ήδη online. Από τις 50, οι 21 έχουν ιστοσελίδα και οι 17 έχουν δικό τους τρόπο να δέχονται παραγγελίες online.

Εδώ το online δεν είναι μόνο ευκολία. Αλλάζει το μέγεθος της αγοράς: ένα κατάστημα που πουλά μόνο από τη βιτρίνα του απευθύνεται κυρίως στην πόλη του. Με ένα οργανωμένο e-shop μπορεί να πουλήσει σε όλη την Ελλάδα.

Καφέ και εστίαση: online, αλλά συνήθως μέσω τρίτων

Καφέ 9/50 Εστίαση 4/50

Στα καφέ βρήκαμε **9 στα 50** με επιβεβαιωμένη online παραγγελία και στην εστίαση **4 στα 50**.

Η χρήση πλατφορμών delivery είναι μάλλον μεγαλύτερη από όση φαίνεται στα δημόσια στοιχεία. Το πιο ενδιαφέρον όμως είναι η εξάρτηση από αυτές: για τον πελάτη η παραγγελία είναι online, για την επιχείρηση όμως δεν είναι δικό της κανάλι.

Όταν όλες οι παραγγελίες περνούν από τρίτο, η επιχείρηση ελέγχει λιγότερο τη σχέση με τον πελάτη, τα στοιχεία του και τους όρους της πώλησης.

Κομμωτήρια και ομορφιά: το online ραντεβού δεν είναι ακόμη ο κανόνας

4/50 · 8%

Σε **4 από τις 50** επιχειρήσεις ο πελάτης μπορεί να κλείσει ραντεβού online. Υπάρχει ήδη στην Ξάνθη, αλλά είναι η εξαίρεση.

Για τις περισσότερες, το ραντεβού κλείνει ακόμη με μήνυμα στο Instagram ή με τηλέφωνο. Ένα απλό σύστημα κρατήσεων επιτρέπει στον πελάτη να κλείσει ώρα όποτε θέλει, χωρίς να χρειάζεται κάποιος να απαντήσει εκείνη τη στιγμή.

Συνεργεία: η μεγαλύτερη απόσταση

0/50

Στα 50 συνεργεία του δείγματος **δεν βρήκαμε κανένα** όπου ο πελάτης να μπορεί να ολοκληρώσει online ένα αίτημα, από την περιγραφή του προβλήματος μέχρι το ραντεβού.

Αυτό δεν σημαίνει ότι τα συνεργεία λείπουν από το internet, ούτε ότι κανένα συνεργείο στην Ξάνθη δεν δέχεται αιτήματα online. Υπάρχουν προφίλ στο Google, καταχωρίσεις σε καταλόγους και κάποιες ιστοσελίδες. Η διαδικασία όμως παραμένει η ίδια: βρες το συνεργείο, τηλεφώνησε, εξήγησε το πρόβλημα, κλείσε ραντεβού.

Εδώ αρκεί κάτι απλό: μια φόρμα όπου ο πελάτης γράφει το όχημα, περιγράφει το πρόβλημα, ανεβάζει φωτογραφίες, διαλέγει ημερομηνία και ζητά να τον καλέσουν.

Λογιστές, τεχνικές εταιρείες και υπηρεσίες

Λογιστικά 3/50 Κατασκευές 3/50

Στα λογιστικά γραφεία βρήκαμε **3 στα 50** με επιβεβαιωμένη online δυνατότητα. Το ίδιο και στις κατασκευές και τα τεχνικά επαγγέλματα: **3 στα 50**.

Σε αυτούς τους κλάδους το «online» δεν σημαίνει e-shop. Σημαίνει να μπορεί ο πελάτης να ζητήσει προσφορά, να στείλει τα έγγραφά του, να περιγράψει το έργο ή να κλείσει μια συνάντηση χωρίς να χρειαστεί πρώτα τηλέφωνο.

Φροντιστήρια: περισσότερες ιστοσελίδες παρά online εγγραφές

13/50 με ιστοσελίδα 5/50 online

Στα φροντιστήρια και τις σχολές, **13 από τα 50** έχουν ιστοσελίδα, αλλά μόνο στα **5** μπορεί ο γονέας να κάνει κάτι online.

Η διαφορά δείχνει ότι η ιστοσελίδα από μόνη της δεν αρκεί. Αν ο γονέας πρέπει τελικά να τηλεφωνήσει για πρόγραμμα, εγγραφή ή τιμές, η ιστοσελίδα είναι απλώς μια ηλεκτρονική βιτρίνα.

Φαρμακεία: τοπικό κατάστημα, πανελλαδική αγορά

5/50 · 10%

Σε **5 από τα 50** φαρμακεία βρήκαμε δυνατότητα online αγοράς. Ο κλάδος έχει ενδιαφέρον, γιατί συνδυάζει ισχυρή τοπική παρουσία με προϊόντα που πωλούνται εύκολα online.

Ένα οργανωμένο e-shop για παραφαρμακευτικά, καλλυντικά και προϊόντα περιποίησης μπορεί να φέρει πελάτες πολύ πέρα από τη γειτονιά.

«Έχω ιστοσελίδα» δεν σημαίνει «εξυπηρετώ online»

Ένα από τα πιο καθαρά συμπεράσματα είναι η διαφορά ανάμεσα στο να **φαίνεσαι** online και στο να **εξυπηρετείς** online.

Μια επιχείρηση μπορεί να έχει ιστοσελίδα, Facebook, Instagram και προφίλ στο Google, και ο πελάτης να μην μπορεί να κάνει τίποτα χωρίς τηλέφωνο. Μια άλλη, με πιο απλή παρουσία, μπορεί να έχει e-shop που δουλεύει, online κρατήσεις ή φόρμα αιτημάτων.

Το ερώτημα του 2026 δεν είναι «έχετε ιστοσελίδα;». Είναι «τι μπορεί να κάνει ο πελάτης σας online;»

Μετά το Google, έρχεται η τεχνητή νοημοσύνη

Ο τρόπος που οι πελάτες ψάχνουν επιχειρήσεις αλλάζει ήδη. Ερωτήσεις όπως «πού να φάω στην Ξάνθη;» ή «ποιο ξενοδοχείο μπορώ να κλείσω online;» γίνονται πλέον απευθείας στο ChatGPT, στο Gemini και σε άλλους βοηθούς τεχνητής νοημοσύνης.

Δεν αρκεί λοιπόν να υπάρχει η επιχείρηση online. Οι πληροφορίες της πρέπει να είναι σαφείς, ίδιες παντού, ενημερωμένες και γραμμένες έτσι ώστε να τις καταλαβαίνουν και τα συστήματα που απαντούν στον πελάτη.

Η μεγαλύτερη ευκαιρία μπορεί να είναι μια μικρή αλλαγή

Η έρευνα δεν λέει ότι κάθε μικρή επιχείρηση χρειάζεται ένα μεγάλο και ακριβό ψηφιακό έργο. Συχνά το μεγαλύτερο αποτέλεσμα έρχεται από κάτι απλό:

- Ένα κουμπί κράτησης για δωμάτιο, τραπέζι ή ραντεβού
- Μια φόρμα για αίτημα προσφοράς ή service
- Ένα e-shop που δουλεύει πραγματικά
- Μια περιοχή πελάτη για έγγραφα και παραγγελίες

Ο στόχος είναι ένας: ένα βήμα λιγότερο ανάμεσα στον ενδιαφερόμενο και στον πελάτη.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Πώς έγινε η καταγραφή

Επιλέξαμε ίσο αριθμό επιχειρήσεων σε κάθε κλάδο, ώστε οι κλάδοι να συγκρίνονται μεταξύ τους. Το δείγμα δεν είναι τυχαίο και δεν αντιπροσωπεύει όλες τις επιχειρήσεις του Δήμου.

Δείγμα	500 ενεργές επιχειρήσεις που εξυπηρετούν καταναλωτές, 50 σε κάθε έναν από 10 κλάδους.
Έλεγχος λειτουργίας	Πριν μπει στο δείγμα, κάθε επιχείρηση ελέγχθηκε ότι λειτουργεί και ανήκει στον σωστό κλάδο. Όσες ήταν κλειστές, εκτός κλάδου ή αμφίβολες αντικαταστάθηκαν.
Online: Ναι	Μόνο όταν υπήρχε σαφές δημόσιο τεκμήριο ότι ο πελάτης μπορεί να αγοράσει, να παραγγείλει, να κλείσει κράτηση, να στείλει αίτημα ή να κάνει άλλη πραγματική ενέργεια από απόσταση.
Online: Άγνωστο	Δεν βρέθηκε αρκετό δημόσιο τεκμήριο κατά τον έλεγχο. Δεν ισοδυναμεί με «Όχι».
Καταλύματα	Μετρήθηκαν τα καταλύματα που δέχονται κρατήσεις. Αυτό δεν σημαίνει ότι κάθε κατάλυμα είναι ξεχωριστή επιχείρηση.
Ημερομηνία	Η καταγραφή και οι έλεγχοι λειτουργίας αφορούν την κατάσταση στις 2 Νοεμβρίου 2026.

Για τον Τύπο

Η έρευνα «Ψηφιακή Ξάνθη 2026» πραγματοποιήθηκε από την IKAROS Pro, που φτιάχνει ιστοσελίδες, e-shops και online κρατήσεις για επιχειρήσεις στην Ελλάδα και το Βέλγιο.

Η πλήρης έρευνα, με τα διαγράμματα ανά κλάδο, βρίσκεται στο ikaros.pro.

```
Πηγή: IKAROS Pro, «Ψηφιακή Ξάνθη 2026», Νοέμβριος 2026
```

Επικοινωνία

E-mail
hello@ikaros.pro

Τηλέφωνο
+30 693 348 2324

Διεύθυνση
Πραξιτέλους 2, 67100 Ξάνθη

Πλήρης έρευνα
ikaros.pro/el/ψηφιακή-ξάνθη-2026