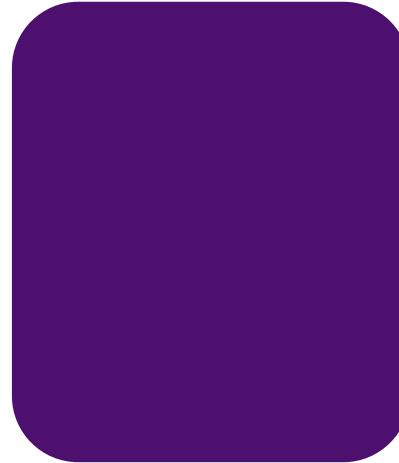




Ο Μπακαλόγατος άνοιξε **Convenience**

Από τον μπακάλη της γειτονιάς στο
σύγχρονο convenience ecosystem

Copyright 2026 Circana, LLC ("Circana"). All rights reserved. Circana, the Circana logo, and the names of Circana products and services are trademarks of Circana. All other trademarks are the property of their respective owners.



Το convenience δεν γεννήθηκε τόωρα.

Ένα παραδοσιακό μοντέλο επιστρέφει
– ενισχυμένο από δίκτυα, δεδομένα,
franchise και ψηφιακές πλατφόρμες.



Η συνάρτηση του Convenience



Time saved

Λιγότερος χρόνος



Relevance

Η σωστή λύση



Availability

Εδώ και τώρα



Friction

Κάθε εμπόδιο



Convenience removes time, distance and effort from a specific shopper need.

Οι 4 διαστάσεις

Το ορίζει η τριβή που αφαιρεί – όχι το μέγεθος.



Proximity: πόσο κοντά βρίσκεται στον shopper



Speed: πόσο γρήγορα ολοκληρώνεται η αγορά



Availability: ό,τι χρειάζεται ο shopper, όταν το χρειάζεται



Relevance: πόσο καλά εξυπηρετεί τη συγκεκριμένη περίπτωση



Size
δεν αρκεί

0
friction



Less friction

Πίσω στη γειτονιά

Γιατί γυρνάμε στο κατάστημα γειτονιάς;



01

0 shopper γύρισε στη γειτονιά — και έμεινε

Επιταχύνθηκε στην πανδημία, έμεινε για πιο διαχρονικούς λόγους



Proximity

Πάνω στην καθημερινή διαδρομή



Extended hours

Ανοιχτό όταν τα άλλα κλείνουν



Broader assortment

Καλύπτει περισσότερες ανάγκες



Speed

Λιγότερος χρόνος και πολυπλοκότητα



Personal relationship

Ανθρώπινη σχέση και εμπιστοσύνη



Tourism

Άμεση λύση για όσους δεν ξέρουν την αγορά



Price perception

Το proximity δεν είναι πια «ακριβό» by default



Έκτακτες ανάγκες

Λύσεις για κάθε ώρα και occasion

«Τι χρειάζομαι τώρα»

Από το «πού ψωνίζω» στις shopper missions

02

4 shopper missions

Η αφετηρία δεν είναι το κατάστημα – είναι η στιγμή

Need it now

Top-up και έκτακτες ελλείψεις

- «Ξέχασα κάτι»
- Toilet paper is still king



Eat & drink now

Άμεση κατανάλωση on the go

- Coffee & breakfast
- Snack & impulse treat



Solve a meal

Food for now & food for later

- Έτοιμα γεύματα
- Υλικά για home cooking



After hours

Όταν όλα τα άλλα κλείνουν

- Late-night snacking
- Tourism & delivery





Τώρα.

Ο shopper δεν επιλέγει πρώτα format. Επιλέγει τη λύση για τη συγκεκριμένη στιγμή.

Retailers “all-in” on Convenience

Το franchise ως όχημα ανάπτυξης



Franchise

Όχημα ανάπτυξης με πόρους συνεργατών:

- Χρηματοοικονομικούς
- Ανθρώπινο δυναμικό / FTEs



Οι «μεγάλοι»

Μονόδρομος, μέσω συνεργασιών franchise:

- ↑ Δίκτυο και παρουσία
- ↓ Κόστη, ↑ περιθώρια

Οι Παίκτες του Convenience

Ανταγωνιστές ή συναγωνιστές; Ανά occasion, το πεδίο είναι πολύ ευρύτερο



Supermarkets

Top-up & planned



Φούρνοι

Breakfast & snack



Café

Coffee on the go



QSR

Lunch & dinner



Q-commerce

Delivery στην πόρτα



Περίπτερα

Impulse & ώρες



Vending

24/7 impulse



Gas stations

Pump-to-store



Φαρμακεία

Proximity network

Quick Commerce

Διπλή ψήφος εμπιστοσύνης – ένα άτυπο co-branding

Η προσωπική σχέση δεν εξαφανίζεται.

Γίνεται τρίγωνο: shopper · retailer · aggregator.



Platform: αναζήτηση, πληρωμή, παράδοση, προτάσεις



Retailer: ποικιλία, ποιότητα, διαθεσιμότητα, εκτέλεση



Aggregator: δεδομένα, loyalty, recommendations, συνήθειες

Πέρα από το co-branding

Ποιος γνωρίζει τον **shopper**;

Ποιος κάνει την **επόμενη επικοινωνία**;

Ποιος ελέγχει το **recommendation**;

Ποιος χτίζει **loyalty**;

Ποιος απορροφά το **promotional investment**;

Who owns the trust, the data and the repeat purchase?

Gas stations: from pump to store

The pump creates traffic. The store must create the occasion.



Pump-to-store

Η στάση για καύσιμα γίνεται επίσκεψη στο κατάστημα



Meals & PM snack

Lunch & dinner, craveable προϊόντα, portable formats, bundles, LTOs



Test & scale

Offers, loyalty triggers, shelf resets – scale μόνο ό,τι φέρνει incremental sales

Assortment challenge

Less space requires better choices

Τι υπεραποδίδει

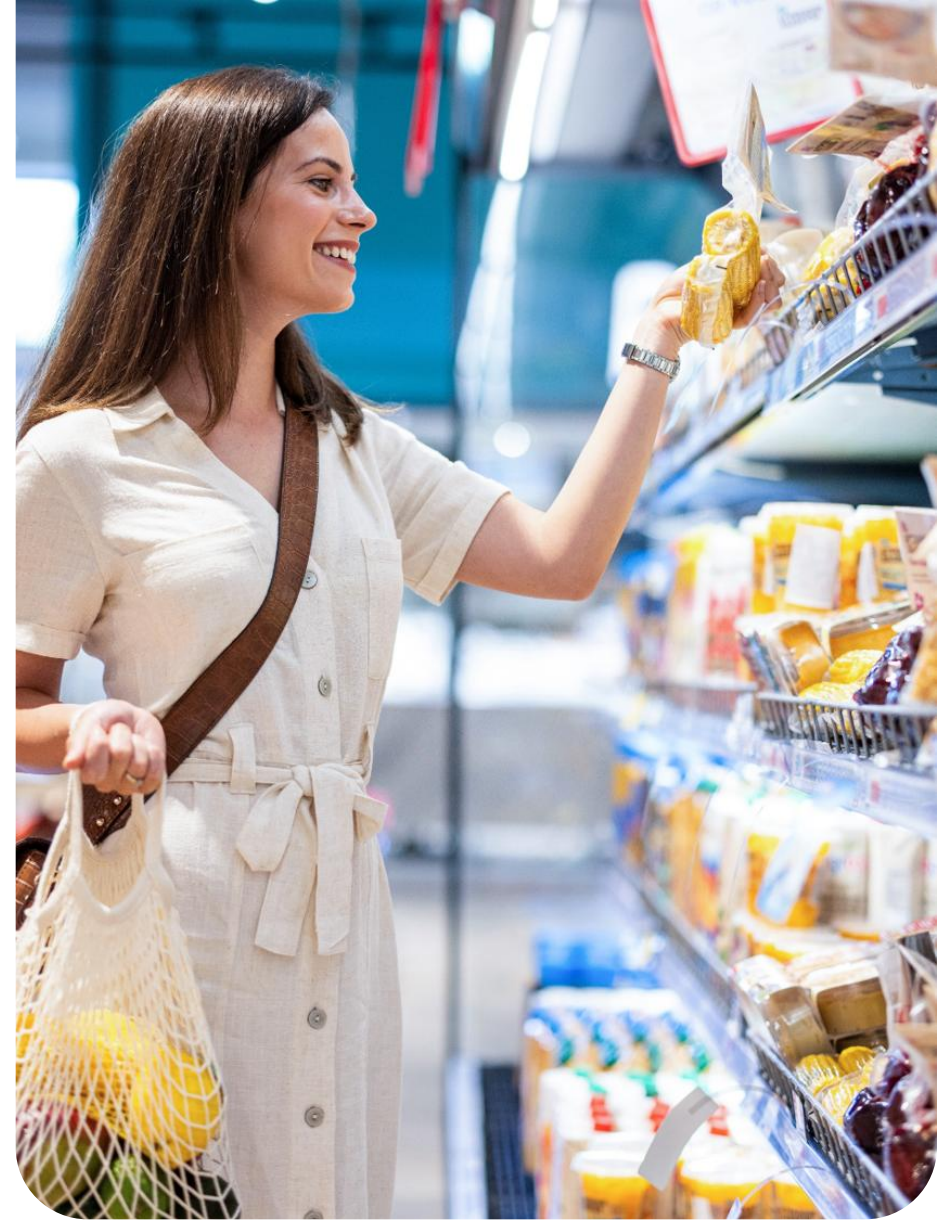
Immediate consumption, ready-to-eat & ready-to-drink, premium & indulgence, impulse και cross-category

Για ποια στιγμή

Shopper missions & dayparts – πρωί, μεσημέρι, απόγευμα, βράδυ – με pack sizes για μικρά baskets

Πώς αποφασίζω

Σαφής ρόλος για κάθε SKU (κράχτες), τοπική προσαρμογή, core vs discovery, γρήγορη αξιολόγηση νέων





OOS

Στο convenience το out-of-stock δεν συγχωρείται. Ο shopper δεν περιμένει – πάει αλλού.

What brands need to rethink

Convenience δεν είναι
ένα μικρότερο
supermarket.

**Χρειάζεται δική του
growth strategy.**



01



Portfolio ανά mission

Σωστή pack-price
architecture



02



**Visibility στην
περίσταση**

Cross-category
προτάσεις



03



Innovation on the go

Missions, όχι μόνο
promo calendars

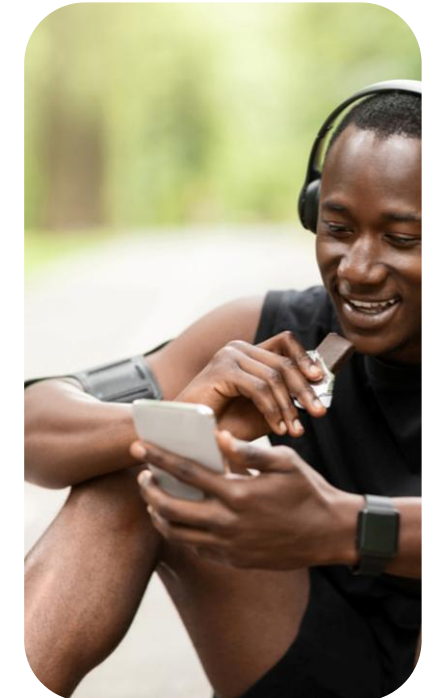
Snacking: the natural bridge

Snacks are no longer occasional – they are a daily necessity

Occasion platform, όχι απλώς κατηγορία

Συνδέει χρόνο, περίσταση και άμεση διαθεσιμότητα.

- Afternoon & late-night occasions
- Beverages + snacks ως συνδυασμένη αγορά
- Portable formats, μικρές απολαύσεις, bundles



Actions

Τι έχει να μας διδάξει το old school μπακάλικο



03

Τα μαθήματα του μπάκαλικου

Όχι επιστροφή στο παρελθόν – ανάκτηση τεσσάρων δυνατοτήτων

Know me



Αναγνώριση πελάτη,
προσωπική σχέση, κατανόηση
τοπικών αναγκών

01

Show me



Ψυγεία και stands έξω από το
μαγαζί – ισχυρός «κράχτης»
στην είσοδο

02

Solve it for me



Snack, lunch, dinner, top-up
και emergency solutions

03

Tell me why



Λόγος να έρθω σήμερα: η
σωστή προσφορά στη σωστή
ώρα

04

Τι λείπει: Στοχευμένη επικοινωνία για λόγους επίσκεψης

Όχι γενικά «μεγάλη ποικιλία», «καλές τιμές», «προσφορές» – αλλά:

«Το βραδινό που δεν
πρόλαβες»



DINNER

Solve a meal

«Ό,τι λείπει, δίπλα σου»

«Late-night cravings, sorted»

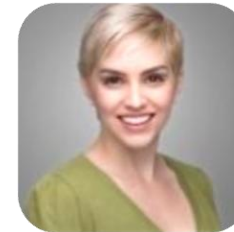


AFTER HOURS

Late-night

«Lunch on the go»

«Καφές και snack στη
διαδρομή σου»



ON THE GO

Eat or drink it now

«Χωρίς μεγάλη διαδρομή»



“

Μήπως, για να σχεδιάσουμε το convenience του μέλλοντος, πρέπει να ξαναγίνουμε **μπακάληδες**;

CONVENIENCE RETAILING CONFERENCE 2026