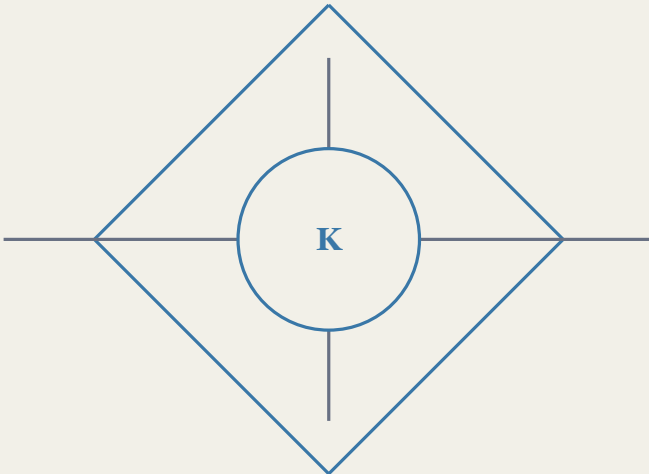


Κερδοφόρο eShop

Προϊόν, conversion, περιθώριο και ανάπτυξη με έλεγχο του
πραγματικού κέρδους



GNOSERA

KNOWLEDGE FOR THE NEXT ERA • BY INDIGO

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. Ο σχεδιασμός, η επιμέλεια, η διάρθρωση και η παρούσα ψηφιακή έκδοση αποτελούν αποκλειστική εκδοτική παραγωγή της INDIGO GROUP MON. ΙΚΕ. Απαγορεύεται η αντιγραφή, αναδημοσίευση, μεταπώληση, δημόσια ανάρτηση, τροποποίηση ή διανομή ολόκληρου ή μέρους του έργου χωρίς προηγούμενη έγγραφη άδεια του εκδότη. Η αγορά παρέχει μία προσωπική, μη μεταβιβάσιμη άδεια χρήσης στον αρχικό αγοραστή. Η άδεια δεν περιλαμβάνει δικαίωμα εμπορικής εκμετάλλευσης, αναπαραγωγής ή παραχώρησης σε τρίτους.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΣΗΜΕΙΩΣΗ

Εκπαιδευτικό επιχειρηματικό περιεχόμενο. Δεν αποτελεί εξατομικευμένη νομική, φορολογική ή επενδυτική συμβουλή.

Από τη γνώση στην απόφαση

Το βιβλίο είναι εφαρμοσμένο πρόγραμμα. Κάθε κεφάλαιο ολοκληρώνεται με απόφαση, εργαστήριο και checklist.

01 Κατανόηση

Ξεχώρισε το πρόβλημα, τα δεδομένα, τις παραδοχές και τα όρια.

02 Εφαρμογή

Δούλεψε πάνω σε πραγματική περίπτωση της δικής σου επιχείρησης.

03 Έλεγχος

Δοκίμασε κανονικά, οριακά και αποτυχημένα σενάρια.

04 Απόφαση

Κλιμάκωσε μόνο όταν αξία, ποιότητα και κίνδυνος είναι μετρήσιμα.

ASSORTMENT ☐ TRAFFIC ☐ CONVERSION ☐ FULFILMENT ☐ PROFIT

Το eShop είναι κερδοφόρο όταν κάθε παραγγελία αξιολογείται μετά από κόστος προϊόντος, πληρωμής, fulfilment, επιδότηση μεταφορικών, acquisition και επιστροφές. Η αύξηση τζίρου χωρίς return-adjusted contribution μπορεί να επιταχύνει την κατανάλωση μετρητών.

ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΡΜΗΝΕΙΑ

Η μεθοδολογία μετατρέπει κάθε θέμα σε ελεγχόμενη απόφαση: baseline, πλήρες οικονομικό αποτέλεσμα, customer outcome, guardrails, δυσμενές σενάριο, evidence και σαφές επόμενο gate. Έτσι η ανάπτυξη δεν συγχέεται με vanity metrics ή μη επαναλήψιμη αύξηση.

ΚΑΝΟΝΑΣ ΠΗΓΩΝ

Μεταβαλλόμενοι ισχυρισμοί ελέγχθηκαν έως 1 Σεπτεμβρίου 2026. Επίσημες πηγές και πρωτογενή δεδομένα υπερισχύουν εμπορικών περιλήψεων. Πριν από νομική, φορολογική ή επενδυτική απόφαση απαιτείται επανέλεγχος από αρμόδιο επαγγελματία.

Διαδρομή 15 κεφαλαίων

01 Το οικονομικό μοντέλο του eShop

02 Πελάτης και πρόθεση

03 Assortment strategy

04 Product economics

05 Product pages

06 Navigation και search

07 Cart και checkout

08 Conversion rate

Διαδρομή 15 κεφαλαίων

09 Traffic acquisition

10 Inventory

11 Fulfilment

12 Returns και refunds

13 Customer service

14 Συμμόρφωση και ασφάλεια

15 Scale χωρίς απώλεια κέρδους

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 01

Το οικονομικό μοντέλο του eShop

Να συνδεθούν παραγγελία, συμβολή, κεφάλαιο και επιστροφές.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1.1 Revenue per order

1.2 Product cost

1.3 Fulfilment cost

1.4 Acquisition cost

1.5 Returns and net contribution

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ

eShop profit equation

1.1 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Revenue per order

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Revenue per order», να εφαρμόζει «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο eShop profit equation.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Revenue per order» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να συνδεθούν παραγγελία, συμβολή, κεφάλαιο και επιστροφές. με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Revenue per order», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Revenue per order».
- Εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» με σταθερό scope και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατέγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο eShop profit equation.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Revenue per order» σε 456 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 18.376,80 € και μικτό περιθώριο 31,6%. Το αποτέλεσμα 5.807,07 € ελέγχεται με baseline, holdout και «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Revenue per order», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

1.2 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Product cost

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Product cost», να εφαρμόζει «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο eShop profit equation.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Product cost» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να συνδεθούν παραγγελία, συμβολή, κεφάλαιο και επιστροφές. με κοινό scope, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Product cost», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Product cost».
- Εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» με σταθερό scope και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο eShop profit equation.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Product cost» σε 463 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 18.658,90 € και μικτό περιθώριο 31,6%. Το αποτέλεσμα 5.896,21 € ελέγχεται με baseline, holdout και «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Product cost», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

1.3 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Fulfilment cost

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Fulfilment cost», να εφαρμόζει «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο eShop profit equation.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Fulfilment cost» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να συνδεθούν παραγγελία, συμβολή, κεφάλαιο και επιστροφές. με κοινό scope, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Fulfilment cost», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Fulfilment cost».
- Εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» με σταθερό scope και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο eShop profit equation.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Fulfilment cost» σε 470 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 18.941,00 € και μικτό περιθώριο 31,6%. Το αποτέλεσμα 5.985,36 € ελέγχεται με baseline, holdout και «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρης κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Fulfilment cost», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

1.4 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Acquisition cost

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Acquisition cost», να εφαρμόζει «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο eShop profit equation.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Acquisition cost» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να συνδεθούν παραγγελία, συμβολή, κεφάλαιο και επιστροφές. με κοινό scope, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Acquisition cost», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Acquisition cost».
- Εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» με σταθερό scope και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο eShop profit equation.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Acquisition cost» σε 477 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 19.223,10 € και μικτό περιθώριο 31,6%. Το αποτέλεσμα 6.074,50 € ελέγχεται με baseline, holdout και «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρης κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Acquisition cost», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

1.5 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Returns and net contribution

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Returns and net contribution», να εφαρμόζει «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο eShop profit equation.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Returns and net contribution» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να συνδεθούν παραγγελία, συμβολή, κεφάλαιο και επιστροφές, με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Returns and net contribution», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Returns and net contribution».
- Εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» με σταθερό scope και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο eShop profit equation.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Returns and net contribution» σε 484 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 19.505,20 € και μικτό περιθώριο 31,6%. Το αποτέλεσμα 6.163,64 € ελέγχεται με baseline, holdout και «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Returns and net contribution», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

Εργαστήριο εφαρμογής: Το οικονομικό μοντέλο του eShop

Εφάρμοσε το κεφάλαιο σε πραγματική περίπτωση και ολοκλήρωσε το eShop profit equation.

ΒΗΜΑΤΑ

1. Κλείδωσε scope, segment, owner, περίοδο και baseline.
2. Συμφώνησε πηγές, κόστη, eligibility, exclusions και rights.
3. Εφάρμοσε «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» σε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο.
4. Κατέγραψε controls, fallback, evidence και decision rule.
5. Επαλήθευσε αποτέλεσμα και όρισε επόμενο review.

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ

Ολοκληρωμένο eShop profit equation με reproducible calculations και audit trail.

Έλεγχος πριν από την επόμενη απόφαση

eShop profit equation

- ☐ Scope, segment, περίοδος και owner είναι σαφή.
- ☐ Baseline και comparison group χρησιμοποιούν κοινή βάση.
- ☐ Κάθε αριθμός έχει source, timestamp και data version.
- ☐ Η σχέση «contribution per order = net sales - COGS - fulfilment - payment - returns - variable media» αναπαράγεται από τρίτο πρόσωπο.
- ☐ Πλήρες κόστος, margin, cash timing και operational capacity εμφανίζονται.
- ☐ Eligibility, exclusions, rights και suppression έχουν ελεγχθεί.
- ☐ Υπάρχει δυσμενές και οριακό σενάριο.
- ☐ Fallback, exception και escalation έχουν owner.
- ☐ Η απόφαση συνδέεται με measurable customer outcome.
- ☐ Το eShop profit equation έχει εγκρίνοντα και review date.

Πελάτης και πρόθεση

Να επιλεγούν κοινά με σαφή ανάγκη και διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

2.1 Primary segment

2.2 Use case

2.3 Purchase trigger

2.4 Objections

2.5 Negative audience

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ

Customer and intent map

2.1 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Primary segment

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Primary segment», να εφαρμόζει «gross margin = net sales - landed product cost» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο Customer and intent map.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Primary segment» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να επιλεγούν κοινά με σαφή ανάγκη και διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά. με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «gross margin = net sales - landed product cost» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Primary segment», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «gross margin = net sales - landed product cost», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Primary segment».
- Εφάρμοσε «gross margin = net sales - landed product cost» με σταθερό score και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο Customer and intent map.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Primary segment» σε 485 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 20.661,00 € και μικτό περιθώριο 32,2%. Το αποτέλεσμα 6.652,84 € ελέγχεται με baseline, holdout και «gross margin = net sales - landed product cost».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Primary segment», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

2.2 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Use case

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Use case», να εφαρμόζει $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο Customer and intent map.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Use case» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να επιλεγούν κοινά με σαφή ανάγκη και διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά. με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Use case», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$, έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Use case».
- Εφάρμοσε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ με σταθερό score και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο Customer and intent map.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Use case» σε 492 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 20.959,20 € και μικτό περιθώριο 32,2%. Το αποτέλεσμα 6.748,86 € ελέγχεται με baseline, holdout και $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$.

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρης κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Use case», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

2.3 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Purchase trigger

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Purchase trigger», να εφαρμόζει $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο Customer and intent map.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Purchase trigger» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να επιλεγούν κοινά με σαφή ανάγκη και διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά. με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Purchase trigger», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$, έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Purchase trigger».
- Εφάρμοσε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ με σταθερό score και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο Customer and intent map.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Purchase trigger» σε 499 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 21.257,40 € και μικτό περιθώριο 32,2%. Το αποτέλεσμα 6.844,88 € ελέγχεται με baseline, holdout και $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$.

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Purchase trigger», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

2.4 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Objections

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Objections», να εφαρμόζει $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο Customer and intent map.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Objections» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να επιλεγούν κοινά με σαφή ανάγκη και διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά. με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Objections», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$, έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Objections».
- Εφάρμοσε $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$ με σταθερό score και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατάγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο Customer and intent map.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Objections» σε 506 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 21.555,60 € και μικτό περιθώριο 32,2%. Το αποτέλεσμα 6.940,90 € ελέγχεται με baseline, holdout και $\text{gross margin} = \text{net sales} - \text{landed product cost}$.

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Objections», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.

2.5 - ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Negative audience

Μετά την ενότητα, ο αναγνώστης μπορεί να εξηγήσει το «Negative audience», να εφαρμόσει «gross margin = net sales - landed product cost» και να τεκμηριώνει το αποτέλεσμα στο Customer and intent map.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙΣ

Το «Negative audience» μετατρέπεται σε ελέγξιμη επιχειρηματική απόφαση. Το κεφάλαιο συνδέει να επιλεγούν κοινά με σαφή ανάγκη και διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά. με κοινό score, οικονομικό αποτέλεσμα, εμπειρία πελάτη και όρια κινδύνου. Η απόφαση δεν βασίζεται σε vanity metric αλλά σε «gross margin = net sales - landed product cost» και επαληθεύσιμα δεδομένα.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Όρισε οντότητα, segment, περίοδο, source, owner, κόστος και αποδεκτή έξοδο. Για το «Negative audience», συμφώνησε ιστορικό baseline, eligibility και exclusions, εφάρμοσε «gross margin = net sales - landed product cost», έλεγξε βασικό, δυσμενές και οριακό σενάριο και σύγκρινε με holdout ή προηγούμενη σταθερή περίοδο. Κατέγραψε evidence, decision rule, fallback και ημερομηνία επανελέγχου.

ΠΡΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- Όρισε την απόφαση και τον owner για το «Negative audience».
- Εφάρμοσε «gross margin = net sales - landed product cost» με σταθερό score και έκδοση δεδομένων.
- Σύνδεσε κάθε κρίσιμο ποσό ή event με source, timestamp, owner και evidence.
- Έλεγξε baseline, holdout, δυσμενές σενάριο, rights και operational guardrails.
- Κατέγραψε απόφαση, exception, action και επόμενο review στο Customer and intent map.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Ελληνική ΜμΕ αξιολογεί το «Negative audience» σε 513 επιλέξιμες περιπτώσεις, καθαρά έσοδα 21.853,80 € και μικτό περιθώριο 32,2%. Το αποτέλεσμα 7.036,92 € ελέγχεται με baseline, holdout και «gross margin = net sales - landed product cost».

RED FLAG

Σταμάτησε όταν αλλάζει το cohort, λείπει πλήρες κόστος ή νόμιμη βάση, η απόδοση αποδίδεται σε λάθος αιτία ή δεν υπάρχει fallback. Ειδικά για το «Negative audience», αποτέλεσμα χωρίς source, timestamp και owner δεν δικαιολογεί κλιμάκωση.