

UI/UX & SECURITY AUDIT

Αναφορά Αξιολόγησης Ηλεκτρονικού Καταστήματος

theangel.gr — WordPress / WooCommerce (θέμα Woodmart)

Ιστότοπος	www.theangel.gr
Πεδίο ελέγχου	UI/UX & Security (passive)
Συσκευές	Desktop & Mobile
Ημερομηνία	26 Οκτωβρίου 2026
Έκδοση	1.0

1. Σκοπός της αναφοράς

Σκοπός αυτής της αναφοράς είναι να αναδείξει ενδεχόμενα προβλήματα ή δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι πελάτες του eshop κατά τη χρήση του, καθώς και αδυναμίες ασφαλείας που θα μπορούσαν να εκθέσουν το κατάστημα ή τα δεδομένα του. Η διόρθωση των ευρημάτων στοχεύει αφενός στη **βελτίωση της εμπειρίας χρήσης** — ώστε η πλοήγηση, η επιλογή προϊόντος και η ολοκλήρωση της παραγγελίας να γίνονται πιο γρήγορα, καθαρά και με εμπιστοσύνη — και ενδεχομένως η διόρθωσή τους να οδηγήσει σε **μείωση του ποσοστού εγκατάλειψης καλαθιών (cart abandonment rate)**, σε αύξηση του ποσοστού μετατροπής (conversion rate) και της μέσης αξίας παραγγελίας (AOV). Αφετέρου, στοχεύει στην **ενίσχυση της ασφάλειας και της συμμόρφωσης** του καταστήματος, μειώνοντας την επιφάνεια επίθεσης (attack surface) και τον κίνδυνο διαρροής στοιχείων ή μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης.

Η αναφορά απευθύνεται τόσο στην ομάδα διαχείρισης/marketing (ενότητα UI/UX) όσο και στην τεχνική ομάδα συντήρησης (ενότητα Security). Κάθε εύρημα συνοδεύεται από **βαθμό σοβαρότητας** και **συγκεκριμένη πρόταση διόρθωσης**, ώστε να μπορεί να προτεραιοποιηθεί.

Μεθοδολογία & πεδίο

Ο έλεγχος πραγματοποιήθηκε **αποκλειστικά με μη επεμβατικές (passive) τεχνικές** από πλευράς επισκέπτη: ανάγνωση δημόσιων endpoints, HTTP headers, δημόσιων αρχείων ρυθμίσεων και επιθεώρηση των σελίδων στο πρόγραμμα περιήγησης. **Δεν** έγινε καμία προσπάθεια εκμετάλλευσης (exploit), brute-force, υποβολής παραγγελίας ή τροποποίησης δεδομένων. Οι σελίδες που εξετάστηκαν: Αρχική, Category archive (ΚΟΥΒΕΡΤΕΣ / VELVET), σελίδα μεταβλητού προϊόντος (Pink Velvet Κουβερτούλα, με variations), καλάθι και checkout — σε **mobile (375px)** και **desktop (1440px)**.

Σημείωση εμβέλειας: Ορισμένα ευρήματα ασφαλείας (π.χ. ακριβείς εκδόσεις/CVEs plugins) απαιτούν επιβεβαίωση από το WordPress admin ή με authenticated scan (π.χ. WPScan/Patchstack) — επισημαίνονται ρητά ως «προς επαλήθευση». Κατά τον έλεγχο, μια ριπή αιτημάτων ενεργοποίησε μηχανισμό rate-limiting/WAF του server (θετικό σημάδι), γεγονός που επιβεβαιώνει ότι υπάρχει κάποια προστασία σε επίπεδο δικτύου.

2. Σύνοψη ευρημάτων (Executive summary)

Συνολικά εντοπίστηκαν **5 ευρήματα ασφαλείας** και **16 ευρήματα UI/UX**. Κανένα δεν είναι κρίσιμης (critical) σοβαρότητας με βάση τον passive έλεγχο· τα σημαντικότερα αφορούν τη **συμμόρφωση στο checkout**, τη **συνέπεια γλώσσας/πληροφορίας** και την **ενημέρωση plugins**.



Τα 6 σημαντικότερα σημεία προς δράση

#	Εύρημα	Τύπος	Σοβαρότητα
UX-03	Απουσία checkbox αποδοχής Όρων / GDPR consent πριν την υποβολή παραγγελίας	Compliance	Υψηλό
UX-01	Διπλή εμφάνιση τιμής μετά την επιλογή variation (εύρος €30–€59 + €42)	UX	Μέτριο
UX-02	Ανάμεικτα ελληνικά/αγγλικά labels σε όλο το funnel	UX	Μέτριο
SEC-01	Author/User enumeration μέσω <code>?rest_route=</code> (παρακάμπτει το μπλοκ)	Security	Μέτριο
SEC-05	Plugins υψηλού ρίσκου προς επιβεβαίωση ενημέρωσης (Slider Revolution κ.ά.)	Security	Μέτριο
UX-10	Παράδοση σε 5-10 εργάσιμες — ανακοινώνεται μόνο στο checkout	UX	Μέτριο

3. Ασφάλεια (Security)

Αναγνωρισμένο stack: **WordPress** (generator: `WordPress 7.1.3`), **WooCommerce**, θέμα **Woodmart 8.6.2** (+ child). Server: **LiteSpeed** (με HTTP/3). Παρακάτω τα ευρήματα και, στη συνέχεια, ο πίνακας των σημείων που ελέγχθηκαν και βρέθηκαν **σωστά προστατευμένα**.

SEC-01 · User/Author enumeration

Μέτριο

Το κανονικό endpoint `/wp-json/wp/v2/users` είναι μπλοκαρισμένο (HTTP 406), όμως η εναλλακτική μορφή `/?rest_route=/wp/v2/users` **δεν** είναι και επιστρέφει τον λογαριασμό διαχειριστή — με `slug` (username) `angel`, εμφανιζόμενο όνομα και `is_super_admin:true`. Επιπλέον, το oEmbed endpoint αποκαλύπτει δεύτερο username (`sakistav`) και υπάρχουν ενεργά author archives (`/author/angel/`).

Η αποκάλυψη έγκυρων usernames διευκολύνει στοχευμένο brute-force / credential-stuffing στο login.

Πρόταση: Αποκλεισμός και του `rest_route` variant για το users endpoint (μέσω security plugin π.χ. Wordfence/iThemes, ή κανόνα server), απόκρυψη author από REST/oEmbed, redirect των author archives, και αλλαγή του admin login ώστε να μη συμπίπτει με το δημόσιο slug (nickname ≠ username).

SEC-02 · Version disclosure (WordPress/plugins)

Χαμηλό

Αποκαλύπτονται ακριβείς εκδόσεις μέσω: `<meta name="generator">`, προσβάσιμου `/readme.html` (HTTP 200), `/license.txt` (200) και των `?ver=` στα assets των plugins/θέματος. Αυτό επιτρέπει σε αυτοματοποιημένα εργαλεία να στοχεύσουν γνωστά CVEs για τις συγκεκριμένες εκδόσεις.

Πρόταση: Αφαίρεση του generator meta, μπλοκ πρόσβασης σε `readme.html` / `license.txt`, και (προαιρετικά) απόκρυψη των `?ver` query strings.

SEC-03 · Ελλιπή security headers

Χαμηλό

Στις αποκρίσεις του server **απουσιάζουν**: `Strict-Transport-Security` (HSTS), `Content-Security-Policy`, `X-Frame-Options`, `X-Content-Type-Options`, `Referrer-Policy` και `Permissions-Policy`.

Πρόταση: Προσθήκη τουλάχιστον `HSTS` (με preload αφού επιβεβαιωθεί full-HTTPS), `X-Content-Type-Options: nosniff`, `X-Frame-Options: SAMEORIGIN` και `Referrer-Policy: strict-origin-when-cross-origin`. Το CSP απαιτεί προσεκτική ρύθμιση λόγω των πολλών third-party scripts (FB pixel, Google Ads, reCAPTCHA).

SEC-04 · Login / wp-admin — επιφάνεια & hardening

Χαμηλό

Τα `/wp-login.php` και `/wp-admin/` είναι δημόσια προσβάσιμα (τυπικό για WordPress). Υπάρχει **reCAPTCHA** site-wide (θετικό). Δεν ήταν δυνατό να επιβεβαιωθεί passively η ύπαρξη περιορισμού προσπαθειών (login limiter) ή 2FA.

Πρόταση: Επιβεβαίωση/ενεργοποίηση `limit login attempts`, 2FA για τους admin λογαριασμούς, και προαιρετικά μετονομασία του login URL. Σε συνδυασμό με το SEC-01 μειώνεται δραστικά ο κίνδυνος.

Εντοπίστηκαν τα παρακάτω (εκδόσεις από τα public assets). Πολλά page-builder/slider plugins έχουν ιστορικό κρίσιμων ευπαθειών· συνιστάται έλεγχος κάθε ενός έναντι της τελευταίας έκδοσης και γνωστών CVEs (WPScan/Patchstack) και άμεση ενημέρωση όπου απαιτείται.

Plugin / Theme	Έκδοση	Σχόλιο
Slider Revolution (revslider)	6.7.58	Ιστορικό critical CVEs — προτεραιότητα ελέγχου
WPBakery (js_composer)	8.7.2	Page builder — έλεγχος έκδοσης
Woo Discount Rules	2.6.18	Έλεγχος CVEs
Popup Builder	4.4.5	Ιστορικό XSS/CVEs — έλεγχος
Contact Form 7	6.1.7	Έλεγχος έκδοσης
Facebook for WooCommerce	3.7.6	—
Product Input Fields for Woo (Pro)	1.2.4	—
ACO Product Labels, B2B, Google Listings & Ads	—	Έλεγχος ενημερώσεων
Θέμα Woodmart (+child)	8.6.2	Έλεγχος για νεότερη patched έκδοση

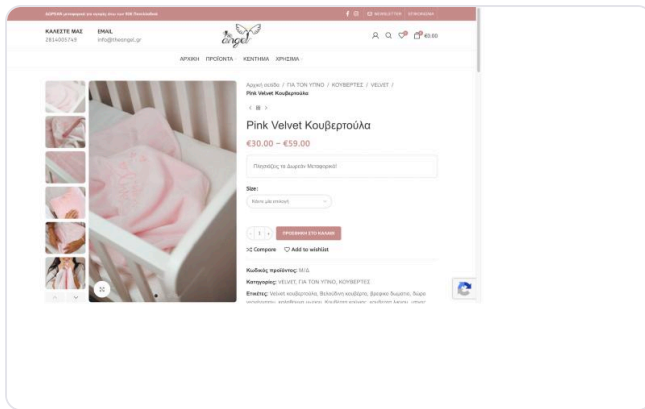
Πρόταση: Authenticated scan με WPScan ή Patchstack, πλάνο τακτικών ενημερώσεων, και staging δοκιμή πριν την εφαρμογή στο production.

Σημεία που ελέγχθηκαν και βρέθηκαν OK (protected)

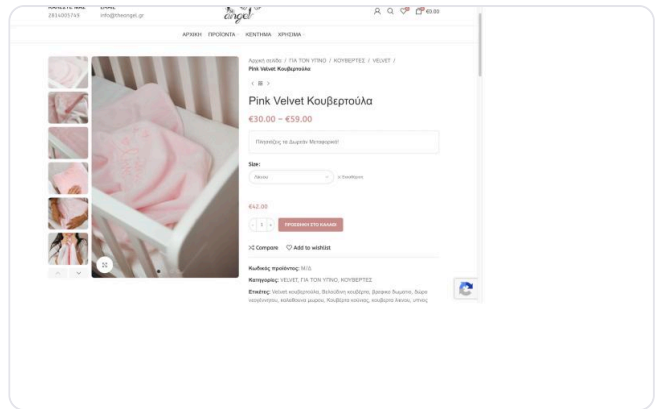
Έλεγχος	Αποτέλεσμα	Παρατήρηση
xmlrpc.php	OK	HTTP 406 — μπλοκαρισμένο (αποτρέπει ringback/brute-force amplification)
/wp-json/wp/v2/users	OK*	406 μπλοκ — αλλά υπάρχει bypass (βλ. SEC-01)
wp-config.php / .bak	OK	HTTP 406 — δεν εκτίθεται
.env / .git / .htaccess	OK	HTTP 403 — δεν εκτίθενται
Directory listing /wp-content/uploads/	OK	HTTP 406 — απενεργοποιημένο
/wp-content/uploads/wc-logs/	OK	HTTP 403 + disallow στο robots.txt
/wp-content/debug.log	OK	HTTP 406 — δεν εκτίθεται
phpinfo.php	OK	HTTP 404 — δεν υπάρχει
wp-admin/install.php & setup-config.php	OK	Already installed / 409 — δεν επανεγκαθίσταται
REST: /wp-json/wc/v3/orders	OK	HTTP 401 — απαιτεί authentication
robots.txt	OK	Σωστά disallow σε wc-logs, transient & uploads, add-to-cart

reCAPTCHA (login/register/checkout)	OK	Ενεργό site-wide
Rate-limiting / WAF	OK	Ενεργοποιήθηκε throttling σε ριπή αιτημάτων
Guest checkout / forced registration	OK	Επιτρέπεται αγορά χωρίς λογαριασμό (create account προαιρετικό)
HTTPS / HTTP-3	OK	Serving over TLS με <code>alt-svc h3</code>

4. UI/UX — Σελίδα προϊόντος (PDP)



PDP — Desktop (αρχική προβολή)



Μετά την επιλογή «Λίκνου» — το εύρος €30-€59 παραμένει, το €42 εμφανίζεται χωριστά

UX-01 • Διπλή / διαφορούμενη εμφάνιση τιμής

Μέτριο

Μετά την επιλογή μεγέθους, ο τίτλος εξακολουθεί να δείχνει το εύρος **€30.00 - €59.00**, ενώ η πραγματική τιμή του variation (**€42.00**) εμφανίζεται χαμηλότερα. Ο χρήστης βλέπει ταυτόχρονα δύο τιμές — πηγή σύγχυσης και δισταγμού ακριβώς πριν το «Προσθήκη στο καλάθι».

Πρόταση: Μετά την επιλογή, η κύρια τιμή να **αντικαθίσταται** από τη συγκεκριμένη τιμή του variation (ή να αποκρύπτεται το εύρος).

UX-02 • Ανάμεικτα ελληνικά / αγγλικά labels

Μέτριο

Σε ελληνικό κατάστημα εμφανίζονται αμετάφραστα: `Size`, `Add to wishlist`, `Compare`, το mini-cart «`Shopping cart`», τα βήματα checkout «`SHOPPING CART / CHECKOUT / ORDER COMPLETE`», placeholders διεύθυνσης «`House number and street name`», «`Apartment, suite, unit...`», «`Email`», «`Search for products`». Μειώνει την αίσθηση επαγγελματισμού/εμπιστοσύνης.

Πρόταση: Πλήρης μετάφραση μέσω του θέματος/WooCommerce (Loco Translate ή string overrides). Γρήγορη νίκη με μεγάλη επίδραση στη συνέπεια.

UX-04 • Απουσία οδηγού μεγεθών / διαστάσεων

Μέτριο

Τα μεγέθη είναι τύποι κρεβατιού (**Κούνιας / Λίκνου / Mini newborn**) χωρίς διαστάσεις σε cm. Ο αγοραστής (συχνά δώρο για νεογέννητο) δεν γνωρίζει ποιο ταιριάζει.

Πρόταση: Πίνακας διαστάσεων (π.χ. tooltip ή tab «Οδηγός μεγεθών») με τα cm κάθε επιλογής. Μειώνει αναποφασιστικότητα και επιστροφές.

UX-05 • SKU = «M/Δ»

Χαμηλό

Η ένδειξη «Κωδικός προϊόντος: **M/Δ**» εμφανίζεται σε όλα τα προϊόντα — δείχνει ημιτελής.

Πρόταση: Συμπλήρωση SKU ανά variation, ή απόκρυψη του πεδίου όταν είναι κενό.

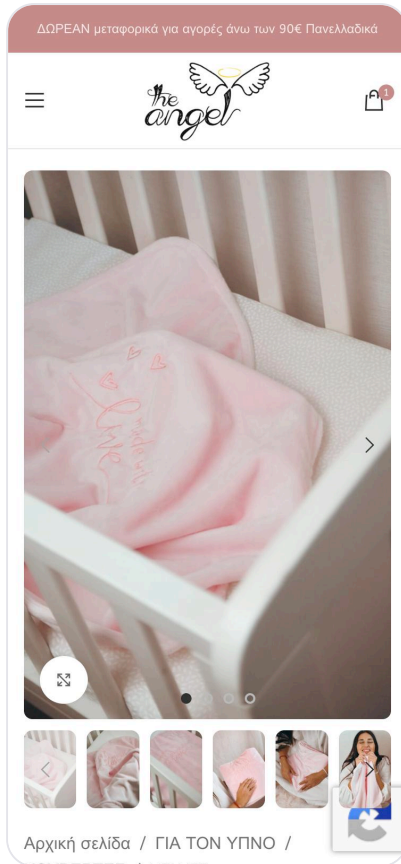
UX-06 · «Mini newborn» — ασυνεπής γραφή

Χαμηλό

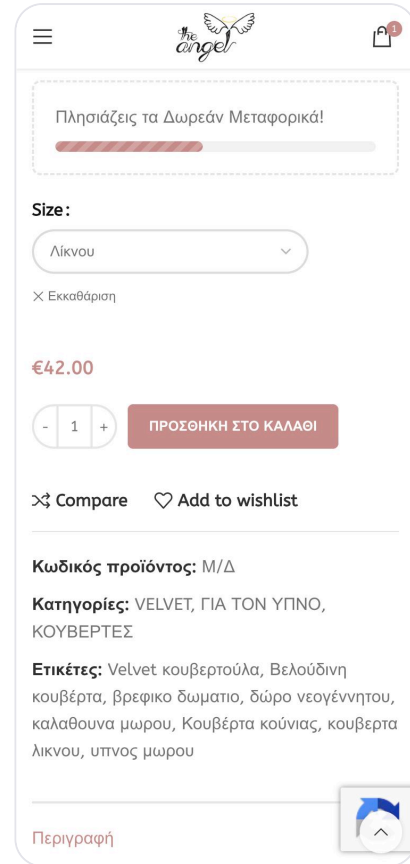
Το «Mini» μικτογραφείται (ελληνικό κεφαλαίο «Μ» + λατινικό «ini»). Μικρής σημασίας, αλλά φαίνεται.

Πρόταση: Ενοποίηση ονοματολογίας variations (π.χ. «Mini / Newborn» ή «Μίνι»).

Mobile — σελίδα προϊόντος



Όλη η πρώτη οθόνη = gallery· τίτλος/τιμή/CTA κάτω από το fold



Buy box με επιλεγμένο «Λίκνου» (€42.00)

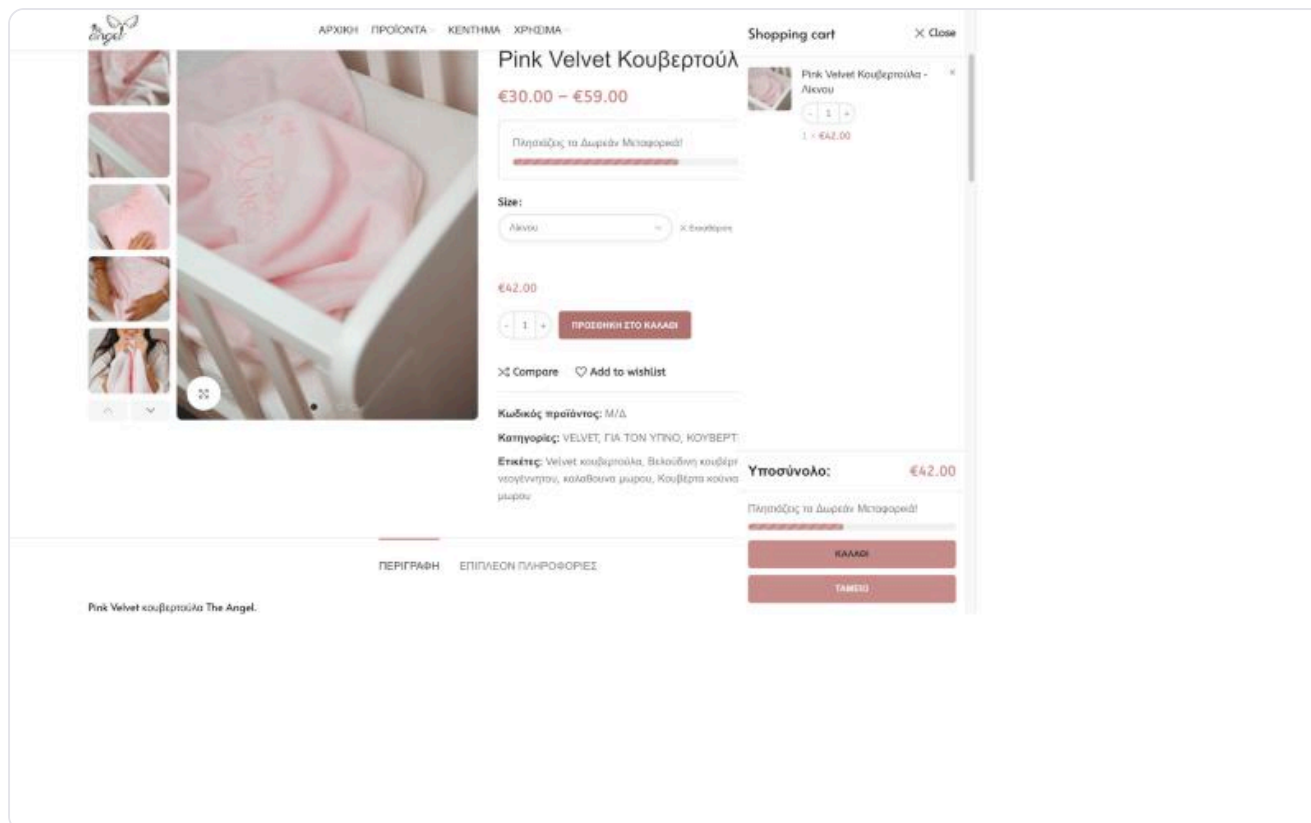
UX-07 · Mobile: το CTA πέφτει πολύ χαμηλά

Μέτριο

Στο mobile, ολόκληρη η πρώτη οθόνη καταλαμβάνεται από τη μεγάλη gallery + λωρίδα thumbnails. Ο τίτλος, η τιμή και το «Προσθήκη στο καλάθι» απαιτούν αρκετό scroll για να φανούν.

Πρόταση: Πιο συμπαγές ύψος gallery στο mobile ή/και **sticky "Add to cart" bar** που εμφανίζει τιμή + κουμπί κατά το scroll.

5. UI/UX — Καλάθι & «Δωρεάν Μεταφορικά»



Mini-cart — επικεφαλίδα «Shopping cart» (αγγλικά), με μπάρα προόδου δωρεάν μεταφορικών

UX-08 · Ασαφές μήνυμα δωρεάν μεταφορικών

Χαμηλό · revenue

Η μπάρα «Πλησιάζεις τα Δωρεάν Μεταφορικά!» **δεν αναφέρει πόσο λείπει**. Επίσης εμφανίζεται και στη σελίδα προϊόντος με άδειο καλάθι (στο 0%). Το όριο είναι €90 (από το banner).

Πρόταση: Δυναμικό μήνυμα τύπου «Προσθέστε ακόμη **€48,00** για δωρεάν μεταφορικά». Αποδεδειγμένος μοχλός αύξησης AOV και άμεσα συνδεδεμένο με τη μείωση εγκατάλειψης.

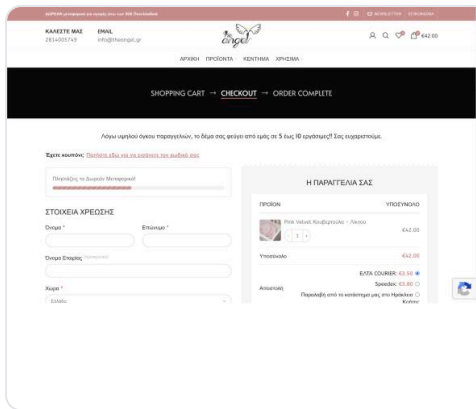
UX-16 · Προεπιλεγμένος τρόπος πληρωμής = Τραπεζική Κατάθεση

Πληροφ.

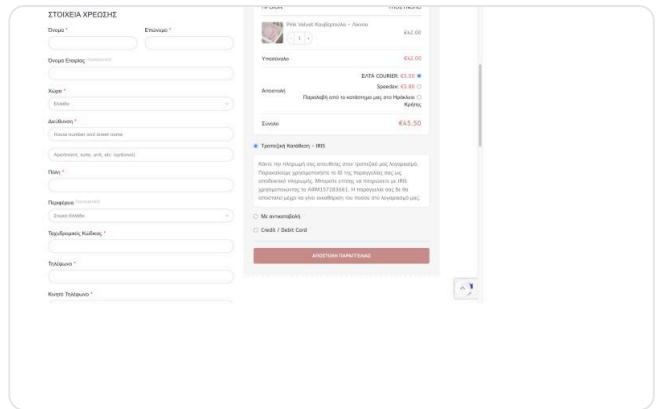
Στο checkout προεπιλέγεται το «Τραπεζική Κατάθεση - IRIS». Για αγορές παρόρμησης (δώρα), η κάρτα ή η αντικαταβολή συχνά μετατρέπουν καλύτερα.

Πρόταση: Δοκιμή (A/B) με προεπιλογή κάρτας ή αντικαταβολής.

6. UI/UX — Checkout



Checkout — βήματα στα αγγλικά, banner παράδοσης 5-10 ημερών, πεδίο κουπονιού



Πεδία διεύθυνσης με αγγλικά placeholders· 2 υποχρεωτικά τηλέφωνα· μέθοδοι πληρωμής

UX-03 · Απουσία αποδοχής Όρων / GDPR consent

Υψηλό · compliance

Πριν το κουμπί «ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ» **δεν υπάρχει checkbox** αποδοχής Όρων Χρήσης / Πολιτικής Απορρήτου (επιβεβαιώθηκε σε desktop & mobile). Η ελληνική/ΕΕ νομοθεσία προστασίας καταναλωτή απαιτεί ρητή συγκατάθεση στους όρους πώλησης πριν την ολοκλήρωση.

Πρόταση: Ενεργοποίηση του WooCommerce *Terms & Conditions* checkbox (υποχρεωτικό) με link στη σελίδα Όρων, και σαφής αναφορά στην Πολιτική Απορρήτου. Προτεραιότητα λόγω νομικού ρίσκου.

UX-10 · Παράδοση 5-10 εργάσιμες — αποκαλύπτεται αργά

Μέτριο

Το μήνυμα «Λόγω υψηλού όγκου παραγγελιών, το δέμα σας φεύγει από εμάς σε 5 έως 10 εργάσιμες!!» εμφανίζεται **μόνο στο checkout**. Η αποκάλυψη μεγάλου χρόνου αποστολής στο τελευταίο βήμα είναι κλασική αιτία εγκατάλειψης.

Πρόταση: Εμφάνιση του χρόνου παράδοσης νωρίτερα (PDP/καλάθι), με θετική διατύπωση (π.χ. «Χειροποίητο — αποστολή σε 5-10 εργάσιμες»). Η πρώιμη, ειλικρινής ενημέρωση μειώνει την εγκατάλειψη στο τέλος.

UX-11 · Δύο υποχρεωτικά πεδία τηλεφώνου

Χαμηλό

Τόσο «Τηλέφωνο *» όσο και «Κινητό Τηλέφωνο *» είναι υποχρεωτικά — περιττή τριβή (το κινητό αρκεί για courier/SMS).

Πρόταση: Ένα υποχρεωτικό (κινητό), το άλλο προαιρετικό.

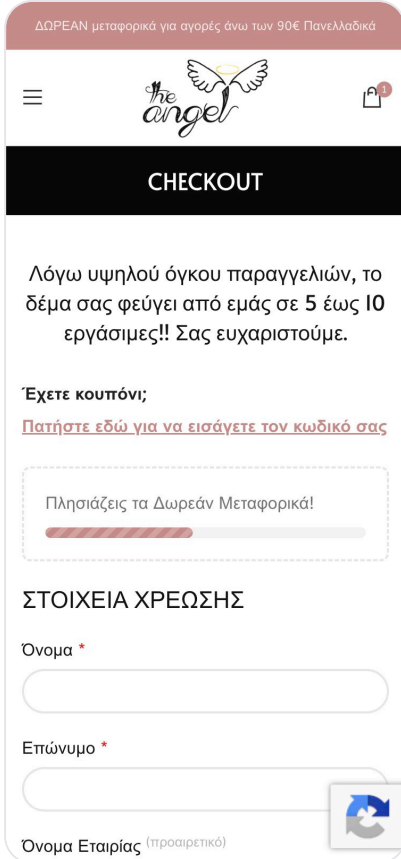
UX-12 · Πεδίο κουπονιού προβεβλημένο στην κορυφή

Χαμηλό

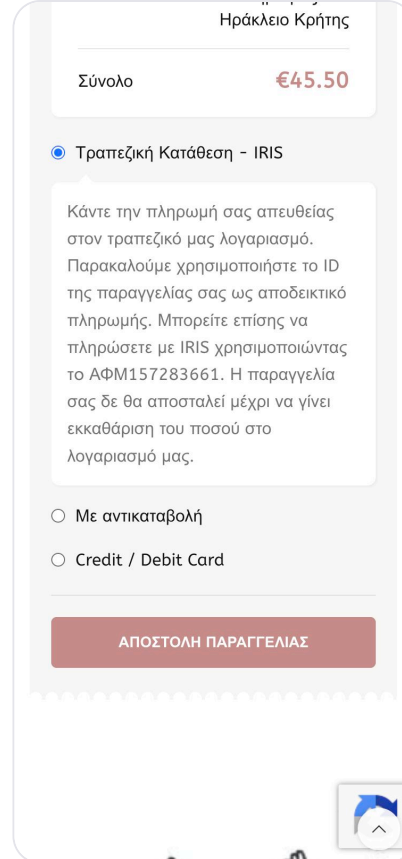
Το «Έχετε κουπόνι;» στην κορυφή του checkout παρακινεί χρήστες χωρίς κωδικό να φύγουν να ψάξουν — κλασικός «coupon leak».

Πρόταση: Διακριτικό, collapsed link χαμηλότερα στη σύνοψη παραγγελίας.

Mobile — checkout



«CHECKOUT» (αγγλικά) + banner 5–10 ημερών



Σύνοψη & πληρωμή — στο τέλος μακριάς φόρμας· χωρίς checkbox όρων

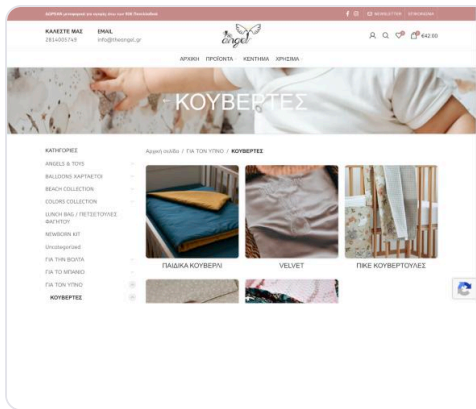
UX-13 · Mobile: σύνοψη παραγγελίας στο τέλος της φόρμας

Χαμηλό

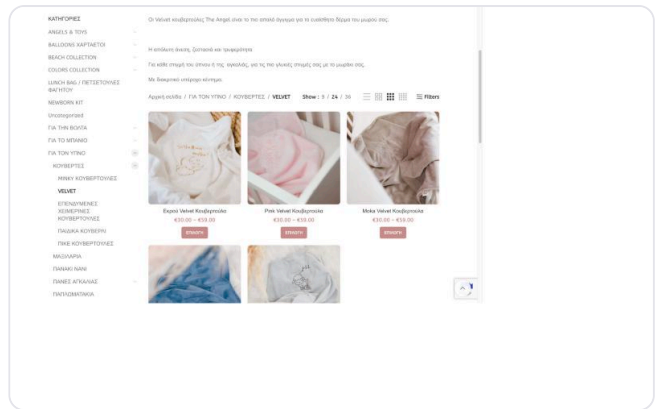
Στο mobile η σύνοψη («τι πληρώνω») βρίσκεται κάτω από όλα τα πεδία χρέωσης· ο χρήστης συμπληρώνει τη φόρμα χωρίς να βλέπει το σύνολο.

Πρόταση: Collapsible σύνοψη παραγγελίας στην κορυφή του mobile checkout.

7. UI/UX — Κατηγορίες & Πλοήγηση



«ΚΟΥΒΕΡΤΕΣ» — εμφανίζει μόνο subcategory tiles (όχι προϊόντα)



Υποκατηγορία VELVET — σωστό grid προϊόντων με «ΕΠΙΛΟΓΗ»

UX-09 · Γονική κατηγορία χωρίς προϊόντα

Μέτριο

Η «ΚΟΥΒΕΡΤΕΣ» (87 προϊόντα στο δέντρο) εμφανίζει μόνο 5 subcategory tiles και **κανένα προϊόν**· δεν υπάρχει «δες όλα». Ο χρήστης που θέλει να περιηγηθεί σε όλες τις κουβέρτες φτάνει σε αδιέξοδο υποκατηγοριών.

Πρόταση: Εμφάνιση grid προϊόντων κάτω από τα tiles, ή κουμπί «Δες όλα τα προϊόντα».

UX-14 · Διπλές/επικαλυπτόμενες κατηγορίες

Χαμηλό · SEO

Ονόματα όπως «MINKY ΚΟΥΒΕΡΤΟΥΛΕΣ», «ΠΙΚΕ ΚΟΥΒΕΡΤΟΥΛΕΣ», «ΕΠΕΝΔΥΜΕΝΕΣ...» εμφανίζονται κάτω από δύο διαφορετικούς γονείς (π.χ. «Για τη βόλτα» και «Για τον ύπνο»). Μπερδεύει την πλοήγηση και δημιουργεί κίνδυνο duplicate content.

Πρόταση: Ενοποίηση/αποσαφήνιση ονομάτων (π.χ. «Minky — Ύπνου» vs «Minky — Βόλτας») και canonical/διαχείριση duplicate.

UX-15 · «Uncategorized» ορατό στο μενού

Χαμηλό

Στο sidebar κατηγοριών εμφανίζεται «Uncategorized» — προϊόν(τα) χωρίς κατηγορία.

Πρόταση: Κατηγοριοποίηση των προϊόντων και απόκρυψη/μετονομασία του «Uncategorized».

Θετικά σημεία UX: καθαρή, on-brand αισθητική & ποιοτική φωτογραφία προϊόντων· άμεση ενημέρωση τιμής variation· one-page checkout· guest checkout· επιλογή παραλαβής από κατάστημα & πολλαπλοί courier· reCAPTCHA· HTTP/3· καλογραμμένα ελληνικά κείμενα κατηγοριών.

8. Προτεραιοποίηση δράσεων

ΑΜΕΣΑ (QUICK WINS, ΥΨΗΛΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ / ΧΑΜΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ)

- **UX-03** — Ενεργοποίηση checkbox Όρων/GDPR στο checkout (νομική συμμόρφωση).
- **UX-02** — Πλήρης μετάφραση αγγλικών labels (Size, wishlist, checkout steps, placeholders).
- **UX-01** — Αντικατάσταση εύρους τιμής με την τιμή του επιλεγμένου variation.
- **UX-08** — Μήνυμα «Προσθέστε €X για δωρεάν μεταφορικά».
- **SEC-02/03** — Μπλοκ `readme.html` / `license.txt`, αφαίρεση generator, προσθήκη βασικών security headers.

ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΑ

- **SEC-01/04** — Φραγή `?rest_route` users bypass, login limiter, 2FA admin.
- **SEC-05** — WPScan/Patchstack scan & ενημέρωση plugins/θέματος (προτεραιότητα Slider Revolution).
- **UX-04** — Οδηγός διαστάσεων στα variations.
- **UX-07/13** — Sticky add-to-cart & collapsible σύνοψη στο mobile.
- **UX-09/14/15** — Αναδιάρθρωση κατηγοριών (προϊόντα σε γονικές, ενοποίηση διπλών, καθάρισμα Uncategorized).
- **UX-10** — Πρώιμη, θετική επικοινωνία χρόνου παράδοσης.

ΧΑΜΗΛΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ / ΔΟΚΙΜΕΣ

- **UX-05/06/11/12/16** — SKU, ονοματολογία variations, διπλό τηλέφωνο, θέση κουπονιού, προεπιλογή πληρωμής (A/B).

Αποποίηση ευθύνης: Η αξιολόγηση είναι passive και από πλευράς επισκέπτη, σε δεδομένο χρονικό σημείο (26/10/2026). Δεν υποκαθιστά authenticated penetration test ή νομικό έλεγχο συμμόρφωσης. Οι εκδόσεις/CVEs plugins χρήζουν επιβεβαίωσης από το admin του WordPress.