# IL 5 OTTOBRE TORNA ECOMMERCE HUB, L’EVENTO DEDICATO AL COMMERCIO ELETTRONICO

## Ormai alla quarta edizione, Ecommerce HUB conferma l’ex Tabacchificio Centola, eh!wards e i workshop

Tutto pronto per la quarta edizione di **Ecommerce HUB**. Da oggi, infatti, sono aperte le iscrizioni all’evento interamente dedicato al commercio elettronico, che si terrà il prossimo **5 ottobre**, presso l’**ex Tabacchificio Centola** a Pontecagnano Faiano (SA). La giornata formativa, come da tradizione, punterà a diffondere la cultura del commercio elettronico, attraverso la formazione. Una formula che, finora, ha visto la presenza di oltre duemila fra partecipanti e partners.

### LE NOVITÀ DI EH!2018

Anche quest’anno la giornata formativa resta invariata: la plenaria, la cui partecipazione è gratuita, dove si alterneranno alcuni dei principali esperti del panorama, offrendo una formazione di settore a 360° sul mondo del commercio elettronico. Accanto a questa, per chi vorrà una formazione ancora più approfondita e spendibile sin da subito, tornano i **workshop**. Le verticali quest’anno verteranno su alcuni delle principali tematiche del momento: Facebook ADS, SEO, Analytics, SEM.

Visto l’apprezzamento riservato alla location, anche per la quarta edizione dell’evento è stato confermato l’ex Tabacchificio Centola. Un allestimento completamente nuovo, tuttavia, stupirà anche quest’anno i partecipanti. Come sempre, ampio spazio sarà dedicato agli espositori. Quello di Ecommerce HUB, resta così un contenitore ideale per la formazione, il confronto e il networking, ma anche per premiare la qualità. Nella nuova edizione di **eh!wards**, saranno premiati anche quest’anno gli ecommerce che decideranno di sottoporsi alla giuria di esperti di Ecommerce HUB.

### IL TEMA: LA DIGITAL EXPERIENCE

La rincorsa ai trends più recenti, nel mondo del commercio elettronico come in ogni settore produttivo, rischia di far perdere di vista l’obiettivo reale: le persone. In ultima analisi, sono sempre le persone, i clienti, che spendono il proprio denaro per acquistare prodotti online. Ed è a loro, dunque, che ogni strategia commerciale - pur tenendo conto dei trends – deve essere rivolta. Da qui, la **digital experience**: più le tecniche del commercio elettronico diventano sopraffine (machine learning, neuromarketing, marketing automation, chatbot, ecc.) più occorre richiamare i merchant (e i loro consulenti) verso l’importanza di un’esperienza d’acquisto fatta da umani per umani. Questo il tema della quarta edizione di Ecommerce HUB 2018.