## **ECOMMERCE HUB: IL 5 OTTOBRE LA QUARTA EDIZIONE DELL’EVENTO DEDICATO AL COMMERCIO ONLINE**

### *Nell’ex Tabacchificio Centola otto ore di formazione dedicate alle novità del mondo del commercio elettronico, con 26 relatori di fama nazionale e 4 workshop di approfondimento.*

Il **5 ottobre**, nella splendida cornice dell’ex **Tabacchificio Centola** di **Pontecagnano Faiano** (SA), torna l’evento dedicato al **commercio elettronico** più importante del sud Italia: **Ecommerce HUB**. La quarta edizione, dedicata al tema della **Digital Experience**, si affiderà ancora una volta alla formazione per migliorare l’esperienza di acquisto online. Una formula che, nelle tre edizioni precedenti, ha visto la presenza di oltre duemila persone, fra partecipanti e partners.

### *La giornata formativa: sala plenaria e workshop*

La giornata formativa sarà suddivisa fra sala plenaria e workshop. La prima, come da tradizione completamente gratuita, vedrà alternarsi alcuni dei protagonisti del panorama. Grazie ai loro interventi, i partecipanti potranno vedere da vicino le novità più recenti del settore, i modelli di business vincenti, ma anche alcuni casi pratici che rappresentano eccellenze nel campo del commercio elettronico e del marketing online.

Accanto alla sala principale, i workshop di approfondimento. Quattro incontri dedicati ad argomenti strategici: Facebook, Instagram, Email Marketing e SEO. I partecipanti potranno così scoprire ancora più approfonditamente come usare gli strumenti che possono fare la fortuna di un ecommerce. I docenti, anche in questo caso, rappresentano il meglio che possa offrire il panorama nel settore di competenza.

Un modello di formazione che, già nelle passate edizioni, ha registrato un successo di critica e partecipazione. A parlare, sono i numeri: da quando la manifestazione è nata, nel 2015, vi hanno preso parte oltre duemila partecipanti. Numeri che, anche quest’anno, sono confermati dall’interesse suscitato.

### *L’evento nell’evento: eh!wards, Ecommerce Arena e area espositiva*

La quarta edizione di **Ecommerce HUB** è la migliore edizione di sempre. L’offerta di momenti, che accompagnano la giornata formativa, rappresentano un vero evento nell’evento. A cominciare dalla terza edizione di **eh!wards**, il concorso che premia i migliori ecommerce candidati. Anche quest’anno, la partecipazione è stata ricca con esponenti di brands fra i più conosciuti. Proprio in questi giorni, la giuria sta valutando quali saranno i vincitori del concorso.

Per la prima volta da quest’anno, si svolgerà anche l’**Ecommerce Arena**. Si tratta di incontri formativi tenuti da professionisti e protagonisti di questo ambito, con l’obiettivo di fornire competenze tecniche specifiche su alcune tematiche di forte attualità.

A tutto questo, infine, si affiancherà una ricca area espositiva, dove saranno presenti alcuni dei principali brand nazionali e internazionali. Partners che hanno riconosciuto nell’evento un momento di incontro e confronto fondamentale: «*Il 5 ottobre sarà l’occasione per tutti i partecipanti di creare nuove opportunità di business e networking. Come per le passate edizioni* - dichiara Alfonso Annunziata, co-founder dell’evento - *la manifestazione si contraddistinguerà per la ricca agenda di appuntamenti, dove i partecipanti avranno l’opportunità di arricchire il proprio bagaglio di conoscenze sui principali argomenti riguardanti il commercio elettronico, attraverso gli interventi dei migliori relatori nel panorama digitale nazionale e internazionale. Un ringraziamento, infine, va a tutti i partner che ci supportano e che permettono la realizzazione dell’evento*».

### *La Digital Experience: il tema della quarta edizione*

Come da tradizione, anche per la quarta edizione è stato scelto un tema che rappresenta il filo conduttore della manifestazione. Quello di quest’anno è la **Digital Experience**. La rincorsa alle ultime novità, nel mondo del commercio elettronico come in ogni ambito produttivo, rischia di far perdere di vista l’obiettivo reale: le persone. In ultima analisi, sono queste 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, più occorre richiamare i merchant (e i loro consulenti) verso l’importanza di un’esperienza d’acquisto fatta da umani per umani.