



Si è svolta ieri, all'Hotel Bologna Fiera di Bologna, alla presenza di un numeroso e attento pubblico, la IV edizione de **Il commercio al centro "Il punto vendita come luogo di esperienza e relazione. Idee, strategie e proposte per i negozi al dettaglio"**.

L'iniziativa, che fa parte del programma di lavoro del *Digital Innovation Hub Confesercenti Emilia Romagna* (la rete degli sportelli a supporto dell'innovazione nelle piccole e medie imprese del commercio) e del CAT Confesercenti Bologna, richiama sempre più interessati considerando che, secondo un'indagine condotta nel mese di gennaio dall'Ufficio Studi di Confesercenti E.R., su un campione di imprese del commercio al dettaglio della regione l'82% delle imprese intervistate fa attività di e-commerce attraverso il proprio sito aziendale e quasi la metà su marketplace.

Dopo i saluti del direttore di Confesercenti E.R., **Marco Pasi** e del coordinatore dell'area e-commerce dell'associazione, **Paolo Benasciutti, Giovanni Cappellotto**, consulente eCommerce & Web Marketer, ha aperto i lavori fornendo una panoramica del mondo e-commerce con l'intervento dal titolo "Potenzialità e prospettive per i negozi al dettaglio. Idee da sviluppare per un nuovo retail".

**Mario Masiero**, docente e consulente visual, Fashion Marketing, Vetrina Fisica&Virtuale nel suo intervento "Lo spettacolo della merce. Trasferire le esperienze sensoriali dal negozio fisico all'online" ha illustrato ai presenti il processo e i metodi per rendere attraente la merce in una vetrina online; **Alessandro Cappellotto**, digital Marketing Strategist, esperto copywriter per il retail ha spiegato come usare: "Le parole della vendita, testi e immagini per vendere, scrivere sui marketplace e scrivere su facebook" in modo da rendere attraente e originale le proprie proposte di vendita; **Francesco D'Avella**, esperto Ceo piattaforma e-commerce Storeden è intervenuto su: "Piattaforme integrate di e-commerce per aiutare i negozi a vendere online e nel punto fisico".

I lavori della mattinata si sono conclusi con l'intervento di **Elisa Filippini**,

vicepresidente Confesercenti Bologna.

Nel pomeriggio **Andrea Baioni**, web marketing strategist chief di Abstudios.r.l ha spiegato come “Organizzare e ottimizzare le informazioni dei clienti del negozio nell’ottica del web marketing e social media”; **Enrico Candeo**, esperto di social media, Facebook, Instagram ha illustrato: “Come usare Instagram per creare una base di fan e clienti fedeli”; **Gabriele Qualizza** del team di Brandforum.it è intervenuto su “Nuovi negozi e nuovi modelli di vendita esperienziale a cui guardare con attenzione”.

Il presidente di Confesercenti E.R. **Dario Domenichini** ha infine chiuso i lavori della giornata salutando i presenti e invitandoli a partecipare alla prossima edizione che si terrà l’anno prossimo.