ENELPREMIA 3.0

La nuova loyalty di Enel Energia

21/09/2016

BGOOD

social responsibility > loyalty > profitto

La loyalty in Enel

2005 – 2015

2005
ENELCLUB

1,4 mln clienti
Enel Distribuzione

“Sconti e vantaggi”

2006
ACCENDIPREMI

400 K clienti
Enel Gas

“Prima raccolta a punti nelle utilities”

2007 ➔ 2015
ENELPREMIA

4,5 mln clienti
Enel Energia

2007

2009

2010

2011

2013

2015

“Format diverso solo nei messaggi: premialità, ambiente, famiglia, innovazione”

Meccanica

- Iscrizione “automatica”
- Accumulo “automatico” attraverso consumo di luce/gas
- Redenzione dei premi da catalogo: unico momento attivo da parte del cliente

Evidenze

– Dei 4.5 mln di clienti iscritti a EP², **solo l’8% ha partecipato al programma nell’arco di un anno**

\+ **Al crescere del numero delle interazioni cresce la probabilità di una interazione successiva**

Il cliente che interagisce più volte ha un tasso di abbandono più basso della media CB

La nuova loyalty in Enel

Dicembre 2015: ENELPREMIA 3.0

Obiettivi

- **Consapevolezza:** iscrizione volontaria
- **Partecipazione**: accumulo “consapevole” basato sulla partecipazione.

Concept

- **Enel Energia promuove uno stile di vita sostenibile**: una mission che vuole dimostrare con il suo impegno, con la sua comunicazione e anche con la sua loyalty.
- **Il brand si fa portavoce di una nuova energia**, e non lo fa solo promuovendo comportamenti positivi, ma anche premiandoli.
- **Gli iscritti alla loyalty saranno ingaggiati in attività che faranno accumulare punti e miglioreranno anche la qualità della loro vita.**

ENELPREMIA 3.0

Il programma che premia le buone abitudini

Un nuovo modello di engagement: con attività, giochi, iniziative e concorsi.

Gamification: con le attività si progredisce nel livello di gioco e si acquisiscono nuovi status: **da simpatizzante ad amico, da fan ad ambasciatore.**

ENELPREMIA 3.0

Il modello d'ingaggio

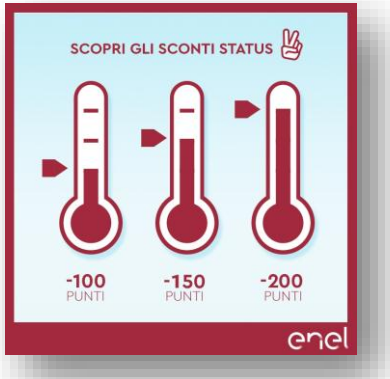
Premiamo
il valore del cliente

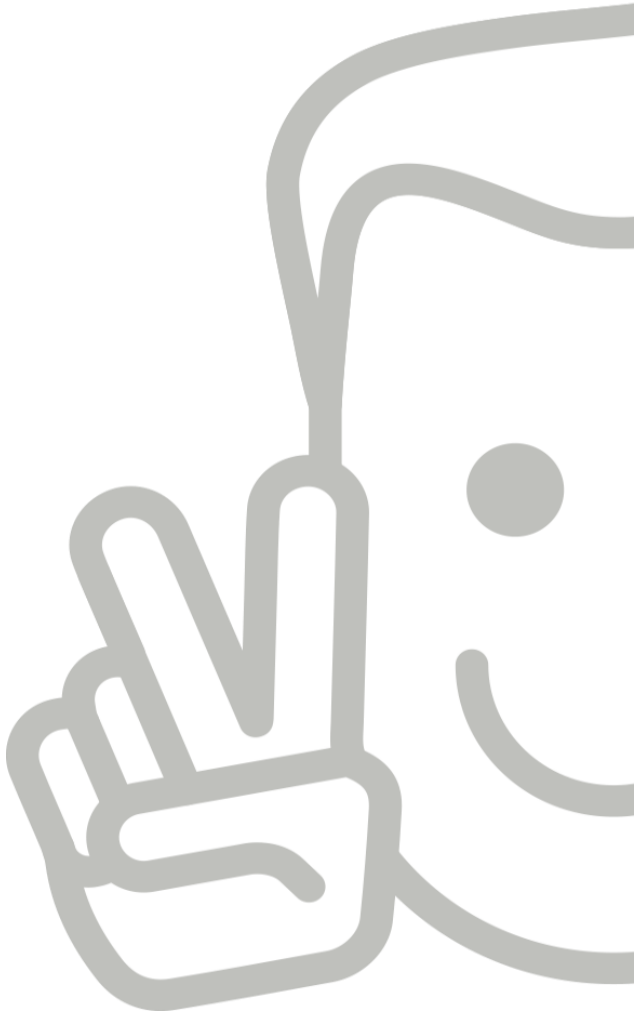
- Autolettura
- Servizio di bolletta web
- Pagamento puntuale delle bollette
- Domiciliazione bancaria o postale
- Acquisto dei prodotti per l'efficienza energetica di Enel Energia
- Livello potenza contrattuale

Premiamo
la partecipazione

- Giochi e quiz sui temi della mobilità, dell'alimentazione corretta, dell'efficienza energetica e della raccolta differenziata
- Concorsi per vincere fantastici premi
- Iniziative dei partner

Premiamo
i risultati





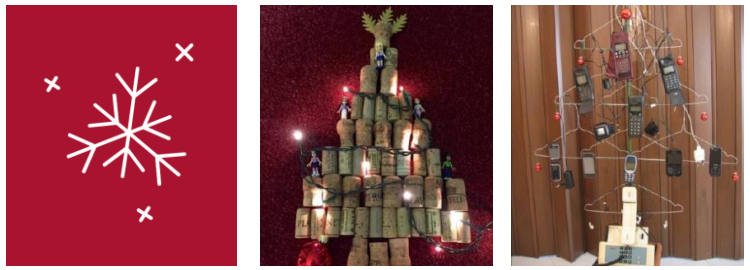
ENELPREMIA 3.0

Il modello di ingaggio

ENELPREMIA 3.0

L'attività di lancio dicembre 2015: **Per fare un albero ci vuole ingegno**

- Oltre **13.600 iscritti** al concorso.
- Circa **16.300 immagini caricate,** di cui 4.550 accettate.
- Più di **3.600 condivisioni sui social,** pari a circa l'80% dei contributi accettati.
- Circa **11.800 like** e quasi **900 condivisioni** del post sulla pagina Facebook Enel Energia.
- **150.000 clienti iscritti** nei primi 20 giorni.



ENELPREMIA 3.0

Il palinsesto

ENELPREMIA 3.0

Il palinsesto: ***dalla realizzazione dell'albero di Natale all'ingaggio su attività on line…***

Dicembre - Gennaio

ENELPREMIA

Concorso
Per fare un albero ci vuole ingegno

Stardust

Attività
E-Quiz

Febbraio

MI APPASSIONO

Concorso
Ogni dolce vale

EATALY alti cibi

Game
Mangiare bene ci conviene

Marzo - Aprile

MI RISPETTO

Game
Fai la differenza

Game
Un minuto per la terra

Game
Sulla strada giusta

direct line

Attività
E-quiz Mi rispetto

Game
Designer per un giorno

Game
Connettiti all'ambiente

ENELPREMIA 3.0

Il palinsesto: ***… dalla partecipazione agli eventi di solidarietà alla mobilità sostenibile …***

Maggio - Giugno

ESPLORO

Game
Energia in sella

Game
Italia in viaggio

Game
Una capitale da scoprire

Game
Passione senza freni

Game
ENELPREMIA Black Edition

Game
Curiosità ad alta quota

Attività
Corri con Race for the Cure

Game
Incroci sostenibili

Luglio - Settembre

CONDIVIDO

Game
Il tuo catalogo a 360°

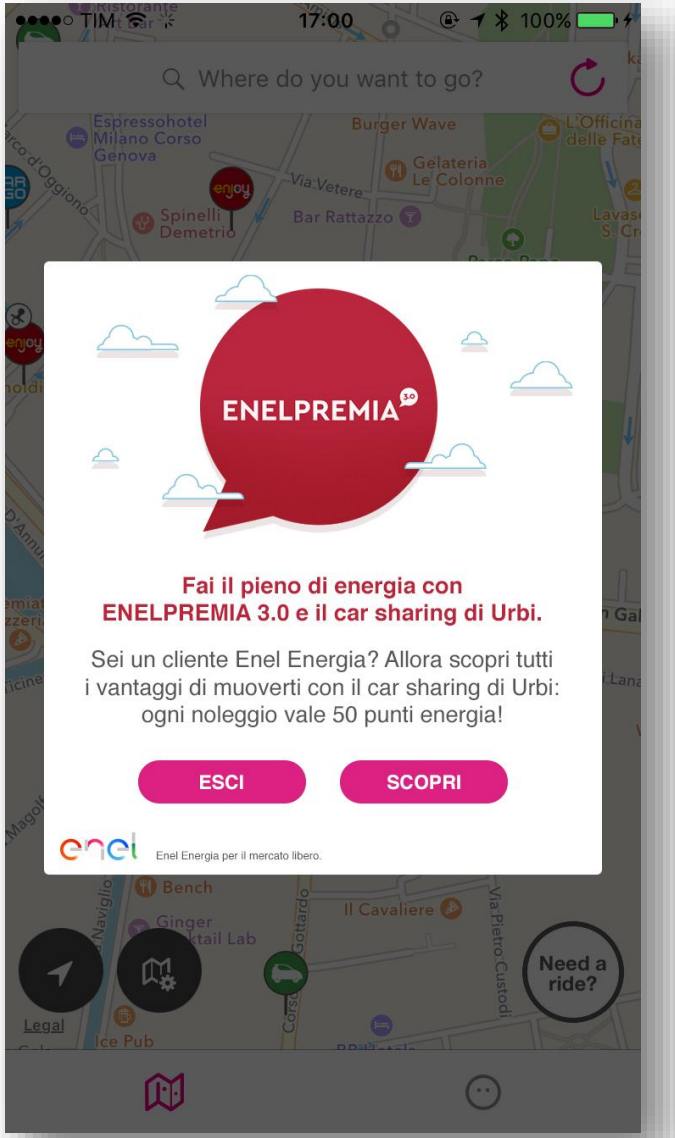
Game
Porta in vacanza le buone abitudini

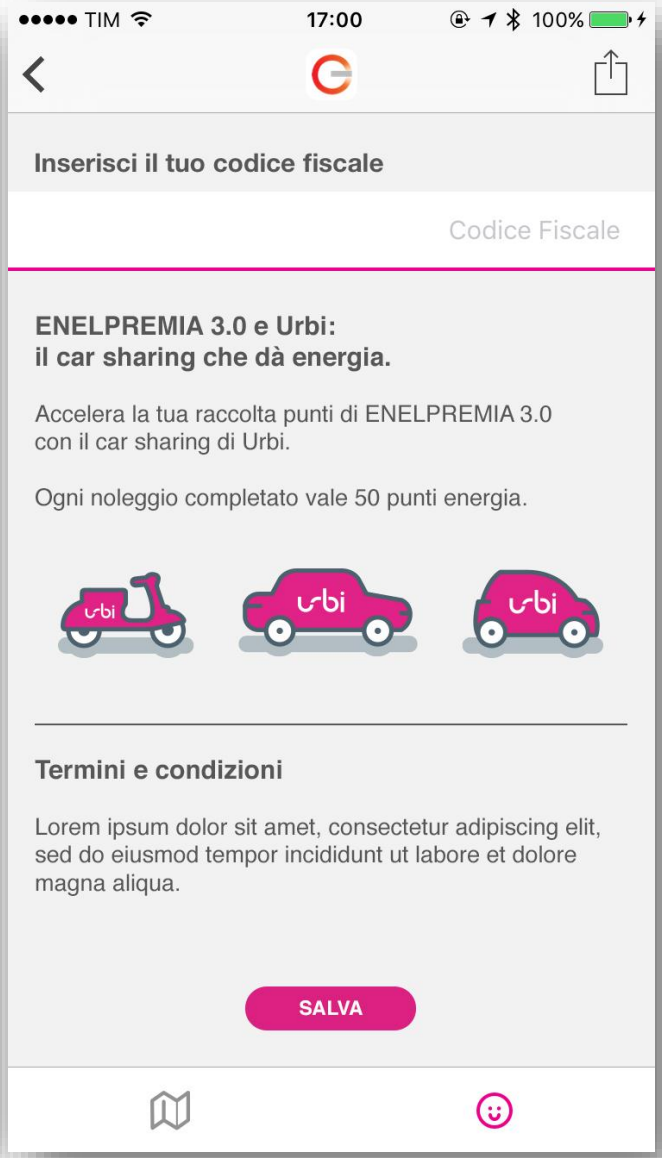
Game
Indovinelli d'autore

Game
Chi cerca, guida

ENELPREMIA 3.0

Il programma che premia il car sharing





ENELPREMIA 3.0

I numeri delle attività

Online dall'11/01 al 05/02

- Oltre **60.000** utenti unici

Online dal 05/02 al 20/02

- Circa **7.000** iscritti

Online dal 15/02

- Oltre **101.000** utenti unici

Online dal 01/03

- Circa **91.000** utenti unici

ENELPREMIA 3.0

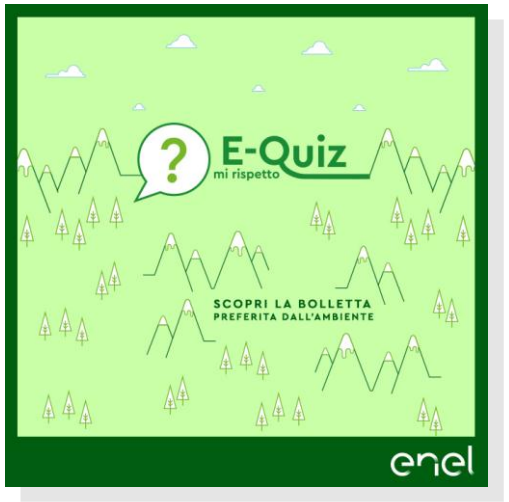
I numeri delle attività

Online dal 15/03

- Oltre **70.000** utenti unici

Online dal 22/03

- Oltre **74.000** utenti unici



Online dal 06/04

- Oltre **67.000** utenti unici

Online dal 12/04 al 20/04

- Quasi **30.000** utenti unici

ENELPREMIA 3.0

I numeri delle attività

Online dal 21/04

- Circa **51.000** utenti unici

Online dal 06/05

- Oltre **64.000** utenti unici

Online dal 11/05

- Circa **50.000** utenti unici

Online dal 17/05

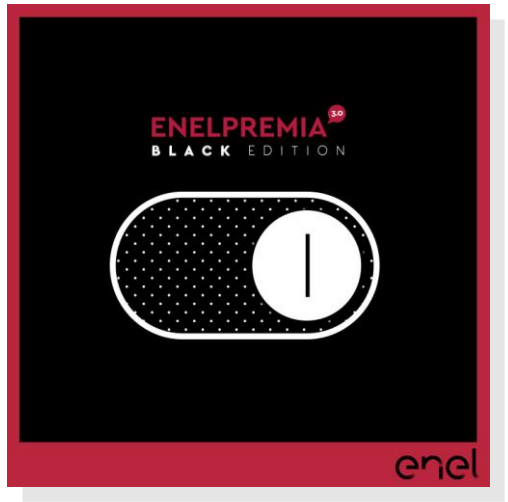
- Circa **50.000** utenti unici

ENELPREMIA 3.0

I numeri delle attività

Online dal 27/05

- Circa **41.000** utenti unici



Online dal 01/06 al 30/06

- Circa **50.000** utenti unici
- Quasi **63.000** accessi in modalità black per un totale stimato di circa **170.000 Watt** risparmiati

Online dal 14/06

- Oltre **33.000** utenti unici

Online dal 28/06

- Oltre **27.000** utenti unici

ENELPREMIA 3.0

In cifre

Circa **700.000** iscritti a oggi dal 9 dicembre 2015.

Circa **170.000 utenti unici** che hanno partecipato almeno ad una attività.

Circa **26 milioni** di e-mail inviate con un open rate di **oltre il 30%.**

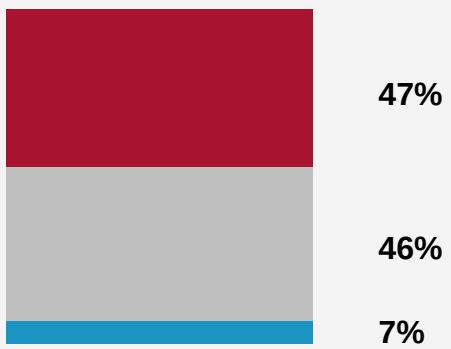
Circa **1.6 milioni** di SMS inviati.

Circa **15.000 clienti** hanno redento a oggi

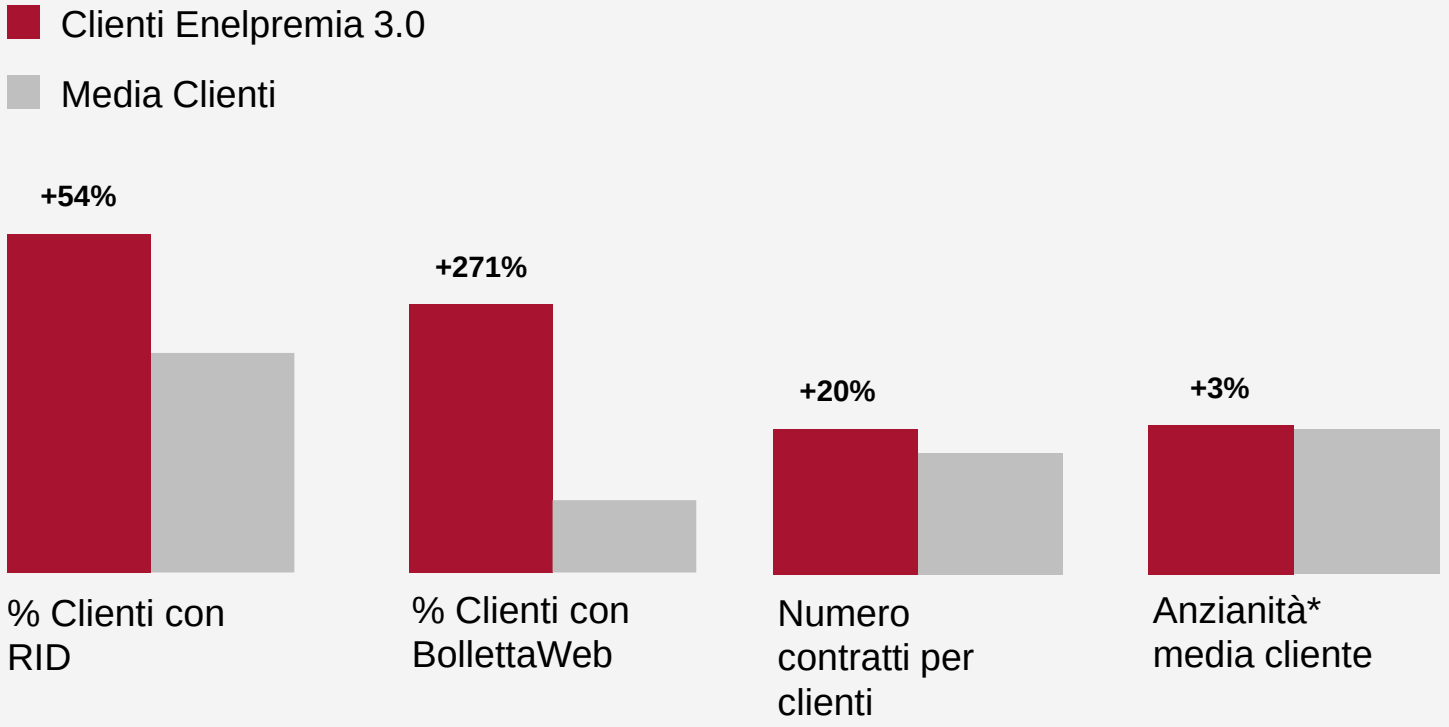
- Bonus Luce e Gas
- Premi fisici
- Voucher e Scambi punti

ENELPREMIA 3.0

Il valore dei clienti iscritti



Distribuzione iscritti per canale iscrizione



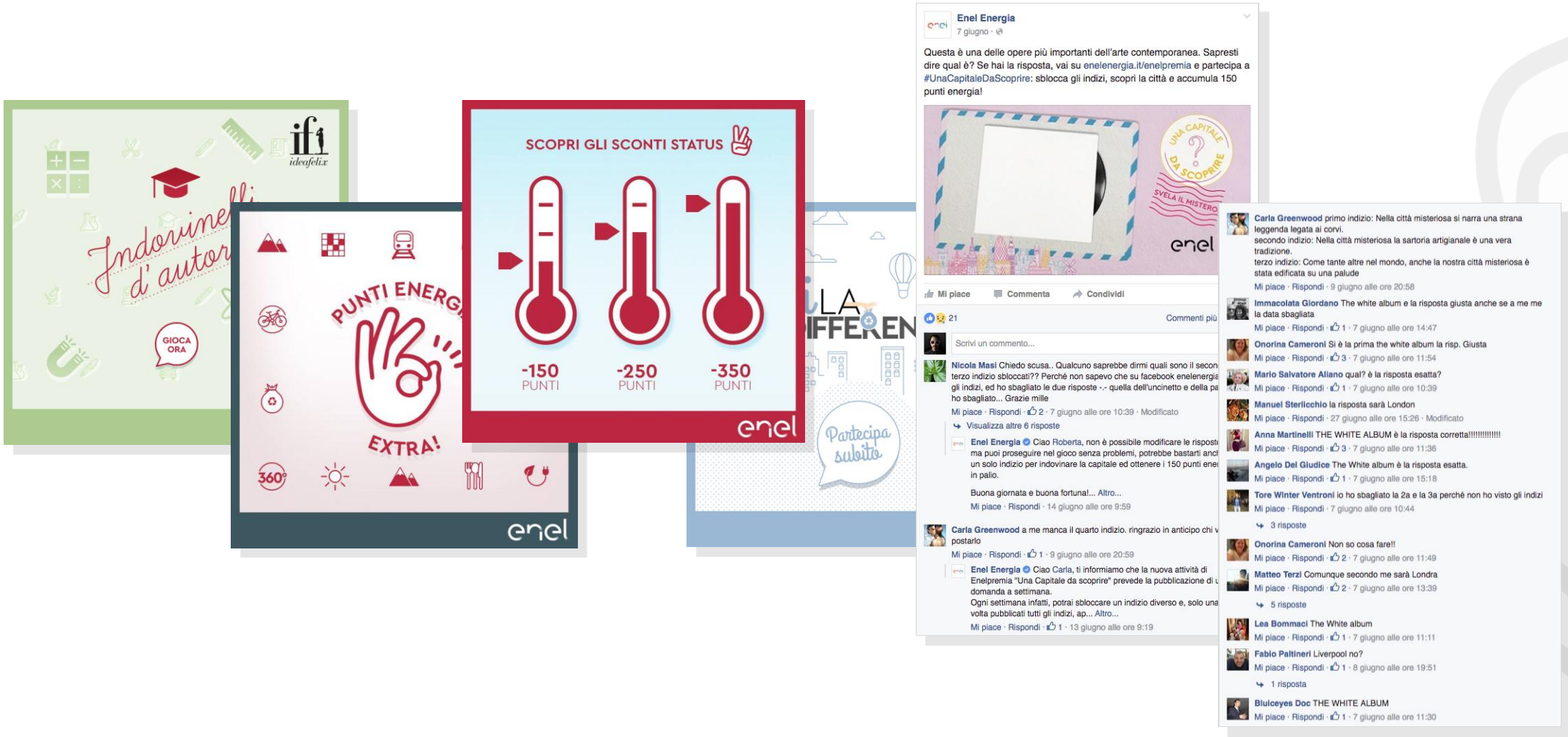
* Anzianità del cliente calcolata a partire dalla data di attivazione della prima fornitura tra quelle tutt'ora attive – situazione al 30/6.

ENELPREMIA 3.0

La comunicazione delle attività / Direct e-mail

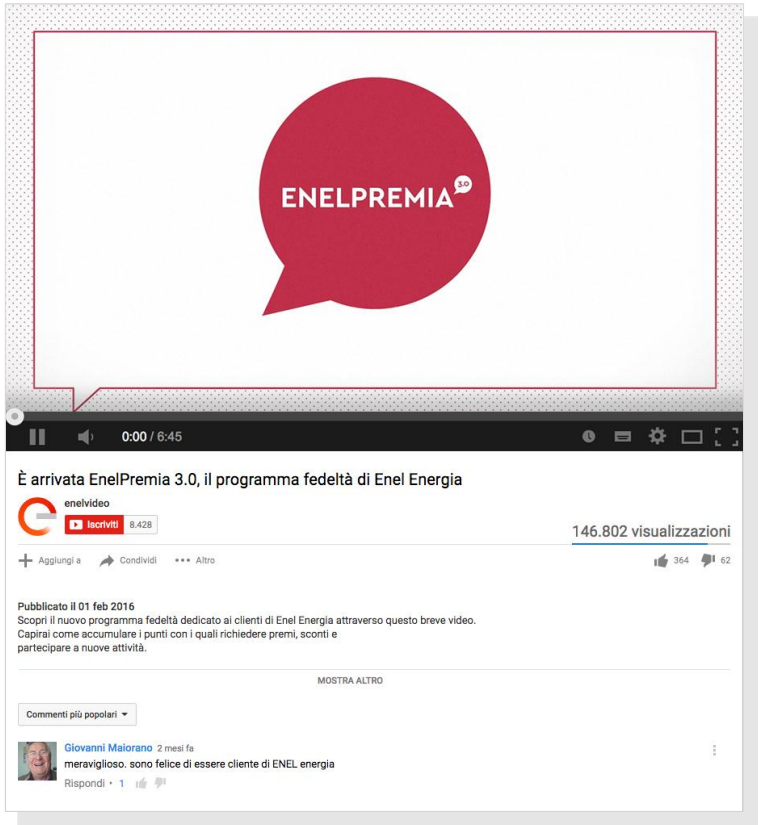
ENELPREMIA 3.0

La comunicazione delle attività / Post social



ENELPREMIA 3.0

La comunicazione delle attività / Video



Grazie

carmen.pisani@enel.com