



Manuale Identity Spazi Enel Partner 2024

REV. del 17.09.2024



Indice

enel

01

Spazio Enel Partner

02

Negozi e Allestimenti

03

Spazio Enel Partner –
Shop in Shop

04

Insegne

05

Outfit

06

La comunicazione

07

Stampati vari

08

Below the line

09

Above The Line

10

Segnaletica

11

Digital



Spazio Enel Partner



SPAZIO ENEL PARTNER

Caratteristiche della location

- zona centrale
- alta pedonabilità
- alta visibilità
- possibilità di parcheggio



SPAZIO ENEL PARTNER

Premessa



Le tipologie di Spazio sono due.

- A da 100 mq
- B da 50 mq

Ognuna di queste due tipologie ha un'area di consulenza/vendita, magazzino, servizi igienici. L'obiettivo è quello di conferire un'immagine chiara e riconoscibile attraverso gli arredi e la loro disposizione.

SPAZIO ENEL PARTNER

Fase Preliminare



Suggerimenti per l'individuazione dello Spazio

In fase di scelta del negozio bisogna tener conto dei seguenti requisiti:

- superficie uguale o superiore a 50 mq;
- posizionamento in zona preferibilmente centrale caratterizzata da elevata pedonabilità e visibilità;
- presenza preferibilmente di due vetrine;
- possibilità di parcheggio;
- non scegliere locali dove sia presente un pavimento che non consenta la facile realizzazione delle tracce;
- non scegliere locali che abbiano un'altezza inferiore ai 3,5 m al fine di consentire una efficace canalizzazione per l'impianto di condizionamento oltre a ottimizzare l'effetto architettonico del progetto;
- non scegliere locali che presentino barriere architettoniche che non sia possibile eliminare.

Raccomandazioni

- Raccogliere sempre tutte le informazioni preliminari chiare e precise sul punto vendita relativamente a tutti gli aspetti architettonici, urbanistici, amministrativi, contrattuali e quanto altro necessario per verificare l'inesistenza di vincoli che possano impattare sulla realizzazione del progetto e sull'apertura del negozio.
- Effettuare i rilievi tenendo conto della fattibilità del progetto da realizzare, facendo riferimento al regolamento edilizio comunale e alle normative igienico sanitarie.
- Preparazione e presentazione della SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) subito prima della data effettiva di inizio lavori.

SPAZIO ENEL PARTNER

Fase di Progettazione



Approvazione del progetto

Il Partner dovrà presentare (in formato elettronico/cartaceo) il progetto preliminare del negozio, completo di arredi e impianti.

Enel Energia valuterà il progetto per verificare l'inesistenza di elementi critici in termini di immagine e layout del negozio stesso e ne darà riscontro al Partner.

Il progetto preliminare dovrà essere composto dalle seguenti tavole:

- pianta progetto architettonico con arredi e impianti;
- prospetti vetrine esterne complete di insegna;
- specifiche tecniche insegna in caso di vincoli particolari;
- resa grafica, attraverso immagini, del progetto da realizzare.

Varianti al progetto

La richiesta eventuale di modifica del progetto preliminare da parte di Enel Energia sarà comunicata al Partner nel più breve tempo possibile.

Eventuali modifiche suggerite da Enel Energia dovranno essere recepite in un nuovo progetto preliminare che il Partner provvederà a realizzare e a presentare nuovamente al referente Enel Energia per una nuova verifica.

Progetto esecutivo

Ricevuto il nulla osta al progetto preliminare, il Partner potrà realizzare il progetto definitivo e presentarlo a Enel Energia, prima dell'inizio dei lavori.

Il progetto esecutivo sarà costituito da:

- pianta progetto architettonico completo di arredi;
- pianta controsoffitti;
- prospetti vetrine esterne;
- computo arredi.

SPAZIO ENEL PARTNER

Caratteristiche generali



Controsoffitto, illuminazione, pavimentazione e pareti

- Controsoffitto: è realizzato in funzione di una adeguata illuminazione che valorizzi l'immagine del negozio. Se il colore finale dovrà essere il bianco, scegliere possibilmente RAL® 9010; la tipologia andrà concordata con il referente territoriale.
- Infissi interni: andranno concordati con il proprio referente territoriale.
- Pavimentazioni e rivestimenti: i pavimenti dovranno essere di linoleum o parquet e andranno concordati con il proprio referente territoriale.
- Pareti: la vernice utilizzata sarà di tipo ad acqua idrorepellente di colore bianco RAL® 9010. Il colore deve essere il medesimo per l'area vendita e per un eventuale back-office.

Insegne, illuminazione e vetrofanie

- Il Pakner potrà provvedere all'installazione dell'insegna solo a valle dell'ottenimento dell'autorizzazione da parte degli Enti preposti.
- Ricordiamo che sono a carico del Pakner tutti gli oneri amministrativi (imposte ed eventuali tasse) relativi alle insegne e al materiale pubblicitario esposto in vetrina (ad esempio locandina) laddove il regolamento comunale preveda esplicita autorizzazione per l'esposizione degli stessi.
- La lunghezza dei cavi elettrici per l'installazione delle insegne deve essere di 80 cm in più rispetto al punto luce.
- La pulizia dei vetri deve essere fatta preventivamente per consentire una corretta installazione delle vetrofanie.

Realizzazione della rete telematica LAN e caratteristiche tecniche della dotazione informatica

È opportuno e necessario che il Pakner si adoperi autonomamente per:

- acquistare le dotazioni informatiche necessarie all'operatività del negozio;
- attivare a propria cura e spese un collegamento internet da utilizzare per la connessione delle dotazioni informatiche alla rete aziendale Enel Energia;
- realizzare all'interno del negozio il cablaggio LAN necessario per la connessione delle dotazioni informatiche alla rete internet.

La responsabilità della realizzazione e del funzionamento del cablaggio della LAN rimane a carico del Pakner per tutta la durata del contratto.

SPAZIO ENEL PARTNER

Dimensioni e tipologia negozio



Sono state individuate due tipologie di spazi commerciali, con dimensioni differenti: tipo A e tipo B individuano due riferimenti dimensionali utili per la progettazione.

Sono state fissate inoltre delle dimensioni minime degli spazi e dei requisiti funzionali in relazione alle normative vigenti e agli elementi tecnici fissi che costituiscono caratteristiche imprescindibili del locale scelto.

A



Dimensioni ottimali Spazio tipo A:

- larghezza 10,00 m;
- profondità 10,00 m;
- altezza 3,50 m;
- 100 mq complessivi, di cui 50-60 mq per l'area consulenza/vendita.

B



Dimensioni ottimali Spazio tipo B:

- larghezza 5,00 m;
- profondità 10,00 m;
- altezza 3,50 m;
- 50 mq complessivi, di cui 35 mq per l'area consulenza/vendita.



Negozio e Allestimenti

NEGOZIO E ALLESTIMENTI

Requisiti territoriali e normativi

1.1 SPAZIO ENEL PARTNER
Requisiti funzionali
e normative



È importante fare attenzione, nella scelta, alla larghezza interna dei locali.

Fare attenzione alla presenza e alla posizione dei pilastri interni in quanto essi vincolano maggiormente la distribuzione dell'arredo, determinando uno spreco di superficie che va dal 10% al 20%.

L'altezza minima dei locali deve essere di 3,50 m incluso il controsoffitto.

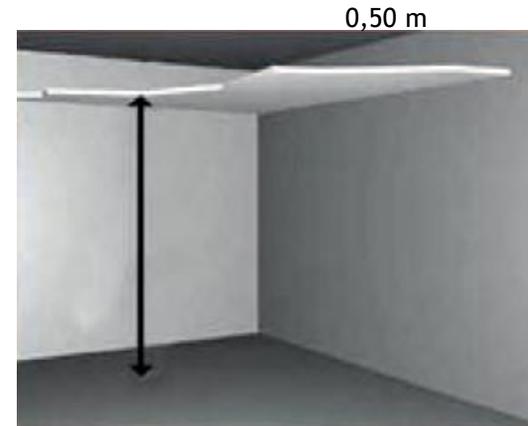
L'ingombro minimo della pake tecnologica e del controsoffitto è di 0,50 m.

I locali dovranno essere adeguati alla normativa vigente e, dove richiesto espressamente dalla normativa, sarà necessario realizzare un servizio accessibile ai disabili.

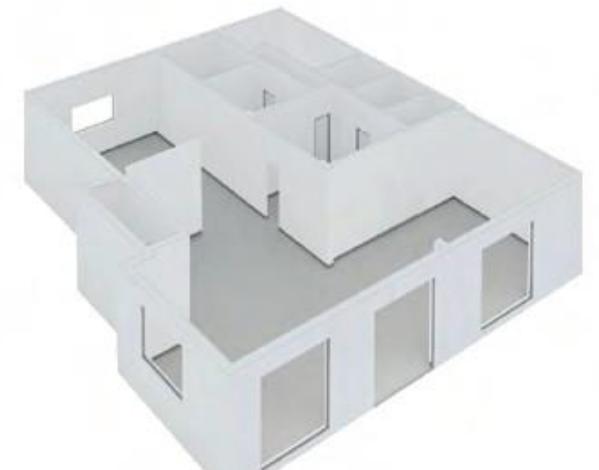
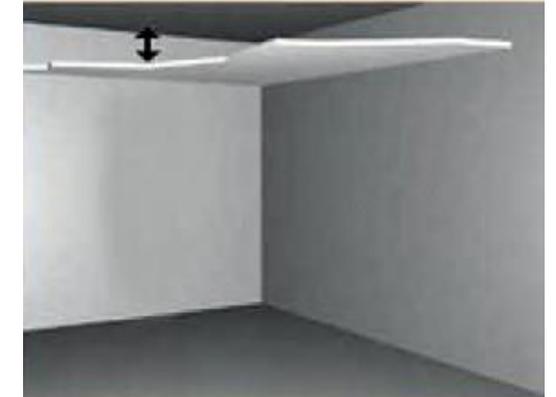
Legge 30/3/971 n° 118 DPR 27/4/1978 n° 384 al. 14 - 16 - 17 (vedi tavola 3.11).

È oppokuno verificare e individuare tutte le colonne di scarico eventualmente presenti, in modo da rendere meno vincolante la distribuzione del locale.

3,00
m



0,50 m



NEGOZIO E ALLESTIMENTI

Aree Funzionali

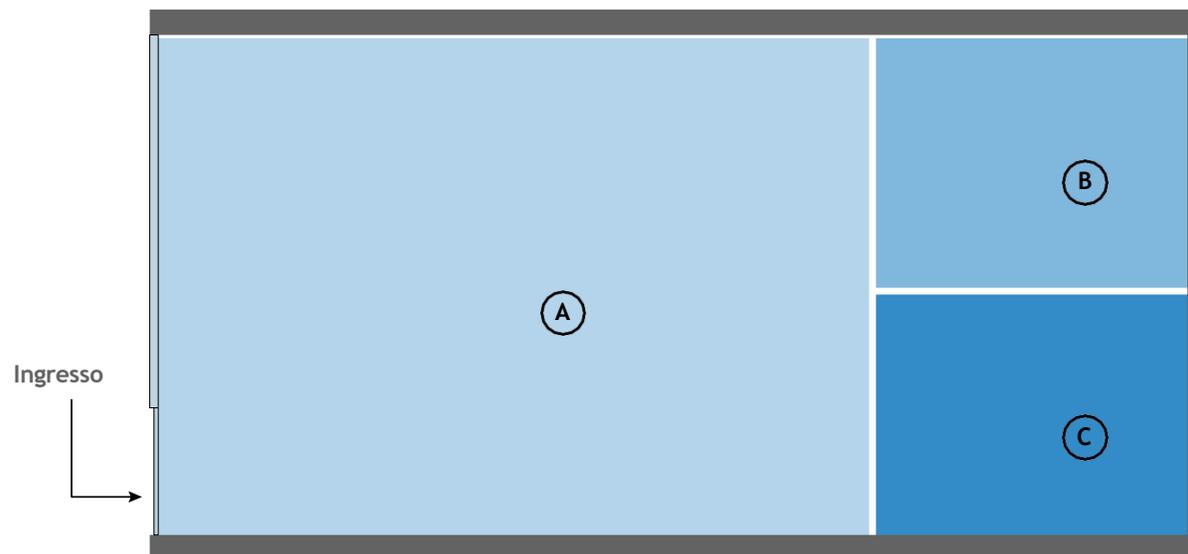


Uno Spazio ideale deve poter contenere tre aree separate:

A - area consulenza/area vendita;

B - area magazzino;

C - area servizi igienici.



NEGOZIO E ALLESTIMENTI

Consulenza e Vendita



1. - Ingresso

Dovrà consentire un facile accesso all'interno del locale e dovrà essere sgombro da oggetti in modo da consentire al fruitore una visione globale del negozio.

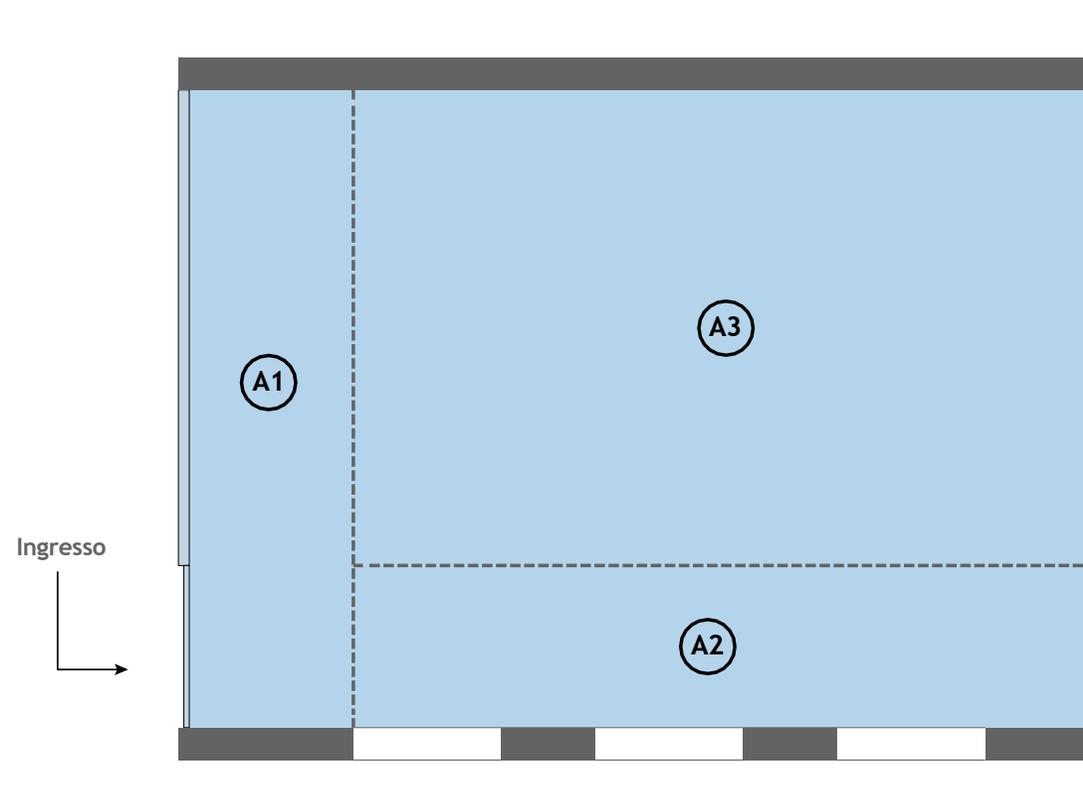
2. - Aflesa

Quest'area avrà il compito di comunicare all'esterno, attraverso apposite strutture grafiche, le strategie e le iniziative legate all'attività di vendita.

3. - Area consulenza/vendita

Quest'area, caratterizzata dalla presenza di una o più postazioni di lavoro multimediali, consentirà la commercializzazione di servizi differenti e specifici.

In quest'area sarà possibile allestire una zona espositiva dei prodotti in vendita.



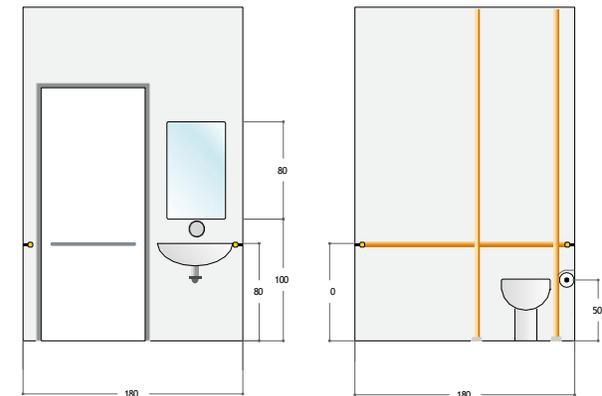
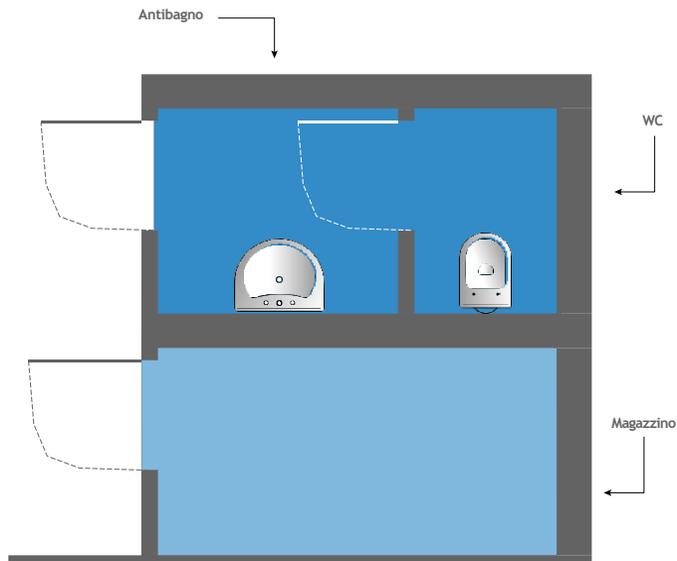
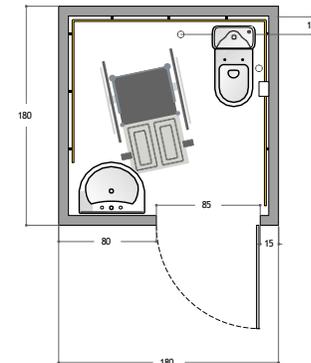
NEGOZIO E ALLESTIMENTI

Magazzino – Servizi Igienici



L'area magazzino dovrà avere una superficie minima di 4 mq e dovrà consentire, attraverso sistemi di scaffalature metalliche a pannello, l'immagazzinaggio di materiali cartacei informativi, moduli e alcune apparecchiature demo.

Nel caso in cui sia richiesto, per normativa specifica, sarà necessario realizzare un servizio igienico accessibile ai portatori di handicap motori. Legge 30/3/971 n° 118 DPR 27/4/1978 n° 384, art. 14, 16, 17.



NEGOZIO E ALLESTIMENTI

Pianta Tipologia A – 100 mq



Aree funzionali

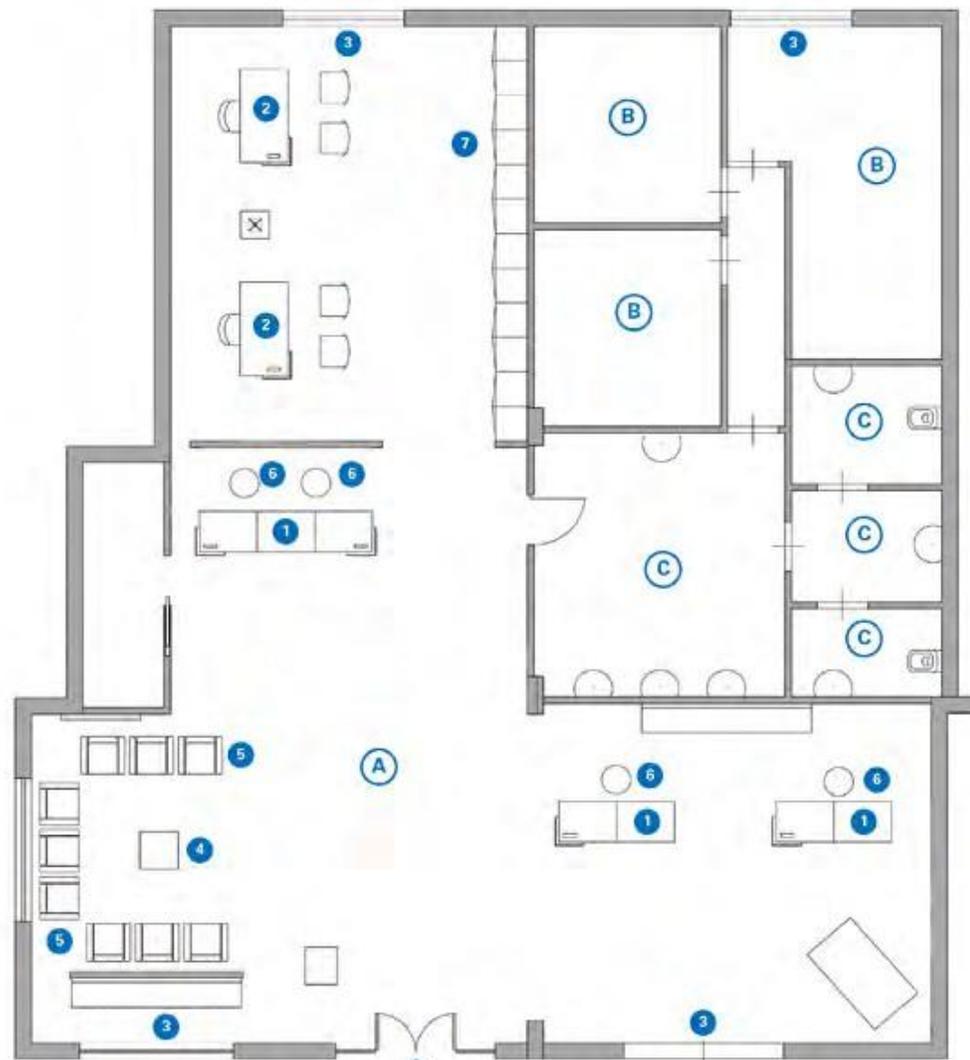
A -
Consulenza/vendita

B - Magazzino

C - Servizi igienici

Elementi di arredo riconoscitivi

- 1 Bancone
- 2 Scrivania
- 3 Poka poster
- 4 Tavolino
- 5 Poltrona
- 6 Sgabello
- 7 Armadio e contenitori



NEGOZIO E ALLESTIMENTI

Pianta Tipologia B 50 mq



Aree funzionali

A -
Consulenza/vendita

B - Magazzino

C - Servizi igienici

Elementi di arredo riconoscitivi

1 Bancone

2 Scrivania

3 Poka poster

4 Tavolino

5 Poltrona

6 Sgabello



A solid white horizontal bar located at the top left of the slide.

SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

Premessa



Un'altra tipologia di Spazio può essere lo Shop in Shop ovvero lo Spazio di Enel Energia posizionato all'interno di altre attività commerciali. Per questo motivo lo spazio dedicato dovrà prevedere elementi di forte riconoscibilità.

- Bancone
- Insegna luminosa esterna o interna
- Porta poster

I materiali usati hanno finiture lucide e riflettenti al fine di aumentare la luminosità dell'ambiente. Non è presente comunicazione che non abbia una localizzazione precisa; anche i pieghevoli sono posizionati esclusivamente all'interno dei poka leaflet.

Non è possibile sovrapporre messaggi comunicativi diversi sulla stessa vetrina. Almeno una vetrina andrà dedicata ad Enel Energia in modo esclusivo.

SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

Fase Preliminare



Suggerimenti per l'individuazione dello Spazio

In fase di realizzazione dello Shop in Shop bisogna tener conto dei seguenti requisiti:

- superficie dedicata di almeno 15 mq;
- posizionamento in un'area visibile nell'ambito del percorso di acquisto dell'intera superficie;
- un'area in cui poter utilizzare al meglio gli elementi di arredo previsti per l'allestimento dello Spazio.

SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

Fase di Progettazione



Approvazione del progetto

Il Partner dovrà presentare (in formato elettronico/cadaceo) il progetto preliminare del negozio, completo di arredi e impianti.

Enel Energia valuterà il progetto per verificare l'inesistenza di elementi critici in termini di immagine e layout del negozio stesso e ne darà riscontro al Partner.

Il progetto preliminare dovrà essere composto dalle seguenti tavole:

- pianta progetto architettonico con arredi e impianti;
- resa grafica, attraverso immagini, del progetto da realizzare.

Varianti al progetto

La richiesta eventuale di modifica del progetto preliminare da parte di

Enel Energia sarà comunicata al Partner nel più breve tempo possibile.

Eventuali modifiche suggerite da Enel Energia dovranno essere recepite in un nuovo progetto preliminare che il Partner provvederà a realizzare e a presentare nuovamente al referente Enel Energia per una nuova verifica.

Progetto esecutivo

Ricevuto il nulla osta al progetto preliminare, il Partner potrà realizzare il progetto definitivo e presentarlo a Enel Energia, prima dell'inizio dei lavori.

Il progetto esecutivo sarà costituito da:

- pianta progetto architettonico completo di arredi;
- computo arredi.

SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

Caratteristiche Generali



Realizzazione della rete telematica LAN e caratteristiche tecniche della dotazione informatica

È opportuno e necessario che il Partner si adoperi autonomamente per:

- acquistare le dotazioni informatiche necessarie all'operatività del negozio;
- attivare a propria cura e spese un collegamento internet da utilizzare per la connessione delle dotazioni informatiche alla rete aziendale Enel Energia;
- realizzare all'interno del negozio il cablaggio LAN necessario per la connessione delle dotazioni informatiche alla rete internet.

La responsabilità della realizzazione e del funzionamento del cablaggio della LAN rimane a carico del Partner per tutta la durata del contratto.

SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

Area funzionale: Consulenza/Vendita

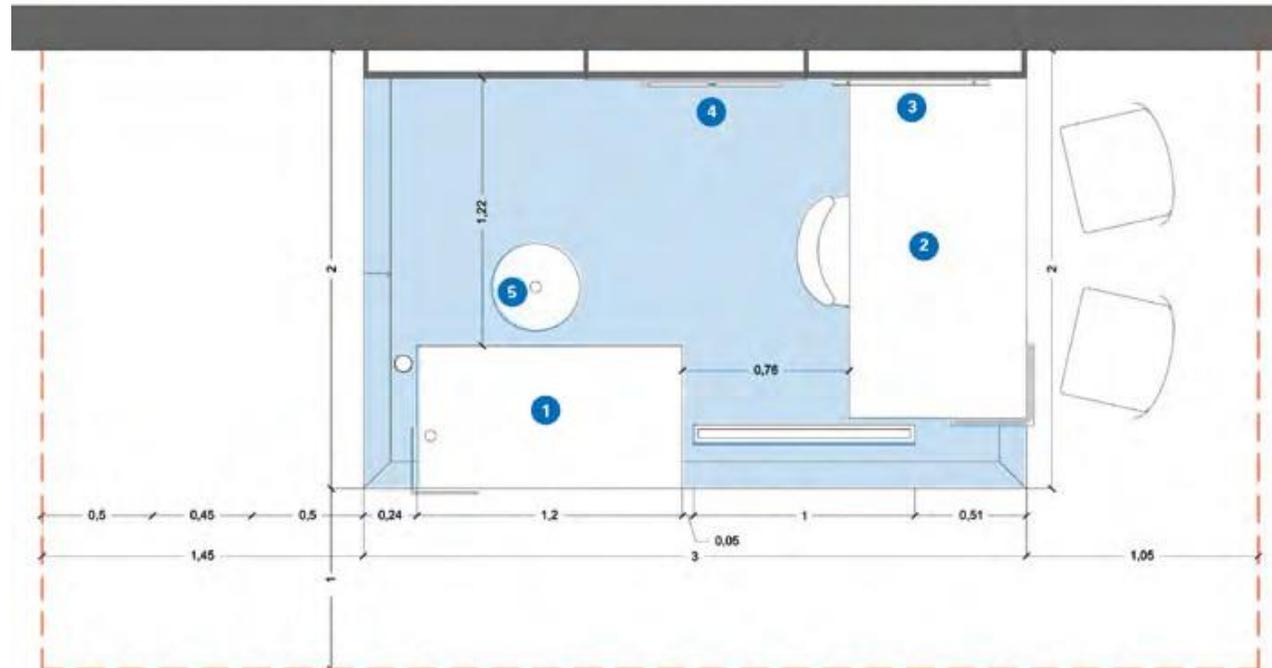


Lo Spazio Enel Shop in Shop si presenta come uno spazio apeko o semiaperto che si va a collocare in uno spazio commerciale comune condiviso con altri brand e che deve quindi presentare forti e chiari elementi di riconoscibilità.

Sono state fissate inoltre delle dimensioni minime degli spazi e dei requisiti funzionali in relazione alle normative vigenti e agli elementi tecnici fissi che costituiscono caratteristiche imprescindibili del locale scelto.

Elementi di arredo

- 1 Bancone
- 2 Scrivania
- 3 Porta poster
- 4 Insegna luminosa da interno
- 5 Sgabello



SPAZIO ENEL PARTNER – SHOP IN SHOP

Immagine



Spazio espositivo dedicato a un Brand terzo.



Visualizzazione dello Spazio a titolo esemplificativo.



Insegne

enel

Insegne da esterno

Tipologia A

Insegna luminosa NP1 - NP2 - NP4

Insegna costituita da cassetta in alluminio verniciato bianco con logo e cursore luminosi. Cursore con lato sinistro e destro in plexiglass. Opalino con illuminazione a led RGB. Colore modificabile tramite telecomando a 5 pulsanti.



N.B. Tutti gli elementi di segnaletica sono soggetti a verifiche/approvazioni comunali, nel rispetto delle normative vigenti.

<https://enelflow.it/comunicazione/seгнаletica-e-allestimenti>

Clicca qui, procedi con il login e visiona il materiale aggiornato.

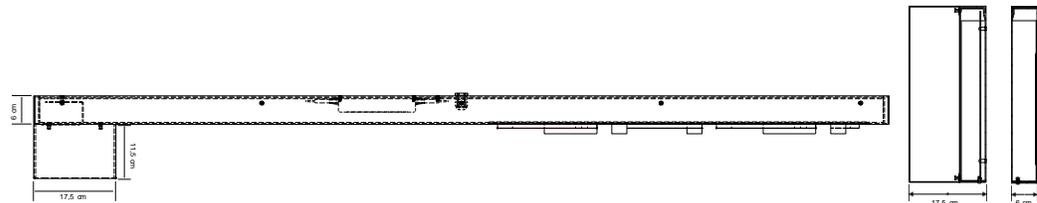
NP1 - Lunghezza da 146 a 385 cm - Altezza 40 cm.



NP2 - Lunghezza da 292 a 385 cm - Altezza 40 cm.



NP4 - Lunghezza da 146 a 385 cm - Altezza 60 cm.



Insegne da esterno

Tipologia B

Insegna luminosa NP10

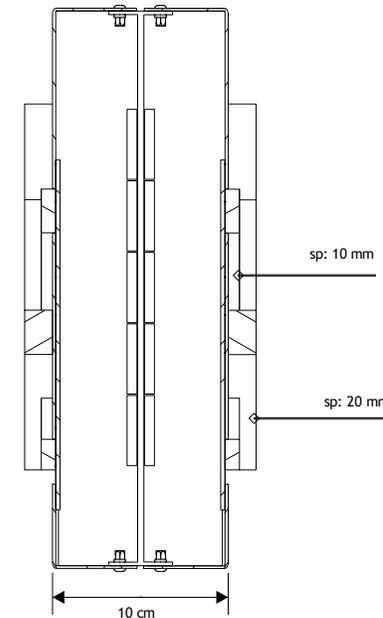
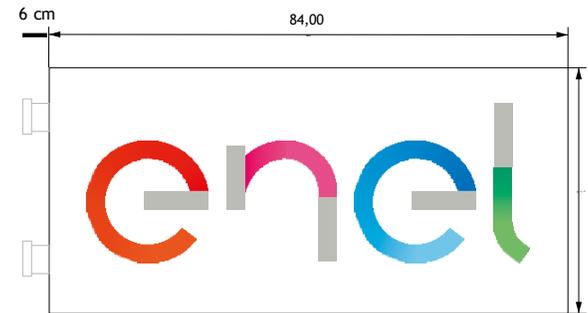
Insegna esterna bifacciale con staffe per fissaggio a palo o a parete 84x40 cm.



N.B. Tutti gli elementi di segnaletica sono soggetti a verifiche/approvazioni comunali, nel rispetto delle normative vigenti.

<https://enelflow.it/comunicazione/signaletica-e-allestimenti>

Clicca qui, procedi con il login e visiona il materiale aggiornato.



Insegne da interno



Insegna luminosa NP8 - NP9

Insegna bifacciale per interni costituita da cakella in alluminio verniciato bianco con loghi luminosi. Montaggio a soffitto tramite cavetti in acciaio e coppette.

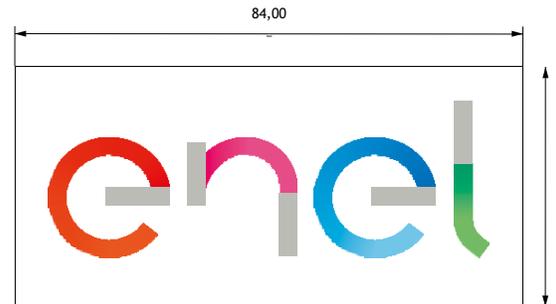


N.B. Tutti gli elementi di segnaletica sono soggetti a verifiche/approvazioni comunali, nel rispetto delle normative vigenti.

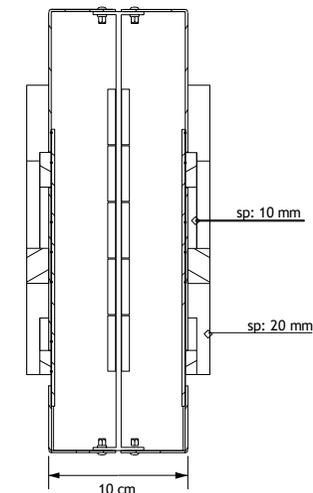
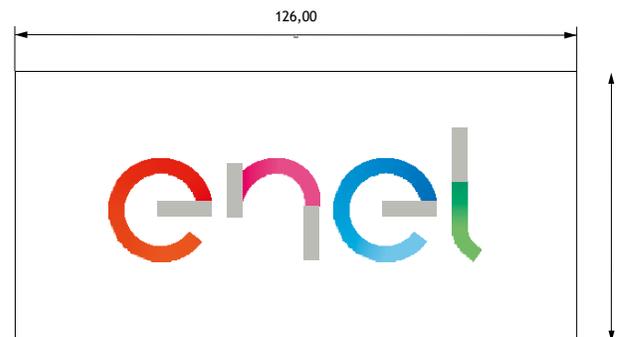
<https://enelflow.it/comunicazione/signaletica-e-allestimenti>

Clicca qui, procedi con il login e visiona il materiale aggiornato.

NP8 - bifacciale sospesa 84x40 cm.



NP9 - bifacciale sospesa 126x60 cm.





Outfit

enel

Outfit



Polo mezza
maniche grigia
| Maschile



Polo mezza
maniche grigia
| Femminile



Polo mezza
lunghe grigia |
Unisex



Felpa mezza
lunghe grigia |
Unisex



Gilet
smanicato
tecnico nero |
Unisex



Camicia a
maniche
lunghe grigia |
Femminile



Camicia a
maniche
lunghe grigia |
Maschile



Foulard
magenta |
Femminile

Outfit

Polo mezze maniche grigia | Maschile

Dettaglio personalizzazioni:

1. Colorazione colletto e bordo manica color magenta
2. Ricamo logo sul pettorale sinistro

Colore: grigio chiaro

Polo manica corta con ottima vestibilità comfort fit.

100% cotone piquet pettinato - 190 g/m², tintura reactive dye

- ✓ OEKO-TEX® STANDARD 100
- ✓ 3 bottoni in tinta effetto perlato
- ✓ cucitura sul colletto rinforzata con nastro a contrasto
- ✓ spacchetti laterali
- ✓ composizione colore grigio: 93% cotone, 7% viscosa



Outfit

Polo mezze maniche grigia | Femminile

Dettaglio personalizzazioni:

1. Colorazione colletto e bordo manica color magenta
2. Ricamo logo sul pettorale sinistro

Colore: grigio chiaro

Polo manica corta con ottima vestibilità comfort fit.

100% cotone piquet pettinato - 190 g/m², tintura reactive dye

- ✓ OEKO-TEX® STANDARD 100
- ✓ 3 bottoni in tinta effetto perlato
- ✓ cucitura sul colletto rinforzata con nastro a contrasto
- ✓ spacchetti laterali
- ✓ composizione colore grigio: 93% cotone, 7% viscosa



Outfit

Polo mezze lunghe grigia | Unisex

Dettaglio personalizzazioni:

1. Colorazione colletto e bordo manica color magenta
2. Ricamo logo sul pettorale sinistro

Colore: grigio chiaro

Polo manica corta con ottima vestibilità comfort fit.

100% cotone piquet pettinato - 190 g/m², tintura reactive dye

- ✓ OEKO-TEX® STANDARD 100
- ✓ 3 bottoni in tinta effetto perlato
- ✓ cucitura sul colletto rinforzata con nastro a contrasto
- ✓ spacchetti laterali
- ✓ composizione colore grigio: 93% cotone, 7% viscosa



Outfit

Felpa maniche lunghe grigia | Unisex



Dettaglio personalizzazioni:

1. Colorazione colletto e bordo manica color magenta
2. Ricamo logo sul pettorale sinistro

Colore: grigio chiaro

Felpa girocollo con manica raglan per una migliore vestibilità.

70% cotone, 30% poliestere - 300 g/m²

- ✓ OEKO-TEX® STANDARD 100
- ✓ cucitura estetica a V sul collo e nastro interno a contrasto
- ✓ polsini e vita in robusta costina elasticizzata
- ✓ cuciture rinforzate
- ✓ composizione colore grigio: 70% cotone, 25% poliestere, 5% viscosa



Outfit

Gilet smanicato tecnico nero | Unisex

Dettaglio personalizzazioni:

Nessuna personalizzazione

Colore: nero

Gilet multistagionale con membrana elasticizzata, idrorepellente, antivento e traspirante.

94% poliestere, 6% elastane - 300 g/m²

- ✓ interno in morbido e caldo micropile
- ✓ 3 tasche esterne con cerniera e 2 tasconi interni
- ✓ inserti riflettenti
- ✓ impermeabilità 8.000 mm colonna d'acqua, traspirabilità 3.000 MVP



Outfit

Camicia a maniche lunghe grigia | Femminile

Dettaglio personalizzazioni:

Ricamo logo sul pettorale sinistro

Colore: grigio silver\bianca (SL)

- Maglia a maniche lunghe.
- Taglio sagomato, capo semi-attillato.
- Bottoni dello stesso colore della camicia.
- Oxford - 60% Cotone / 40% Poliestere
- DB, DG, GR - 70% Cotone / 30% Poliestere
- BU - 68% Rayon / 32% Poliestere



Outfit

Camicia a maniche lunghe grigia | Maschile

Dettaglio personalizzazioni:

Ricamo logo sul pettorale sinistro

Colore: grigio silver\bianca (SL)

- Maglia a maniche lunghe.
- Colletto button-down.
- Tasca sul petto sinistra.
- Bottoni dello stesso colore della camicia.
- Oxford - 60% Cotone / 40% Poliestere
- DB, DG, GR - 70% Cotone / 30% Poliestere
- BU - 68% Rayon / 32% Poliestere



Outfit

Foulard magenta | Femminile

Dettaglio personalizzazioni:

Nessuna personalizzazione

Colore: rosa

Materiale: microfibra





Comunicazione





Premessa



La comunicazione ricopre un ruolo fondamentale nella vita di un brand: aiuta a creare una sempre più stretta relazione con il cliente. Altrettanto importante è la funzione svolta dagli Spazio Enel perché sono il luogo fisico, il volto dell'azienda sul territorio, rappresentano i suoi valori e trasmettono la sua immagine. Devono quindi essere sempre all'altezza delle aspettative perché è proprio lì che le promesse della comunicazione diventano realtà trasformandosi in accoglienza, ascolto, sorrisi, servizi e contratti.

Qualsiasi materiale di comunicazione prodotto in autonomia dal Partner dovrà essere soggetto ad approvazione del Trade Marketing di Enel.

Il logo

Versione primaria



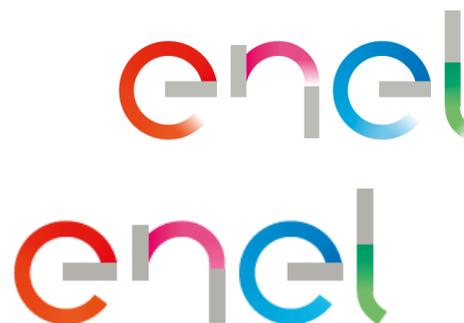
Il logo Enel è l'elemento di base che costituisce l'identità aziendale.

E' formato da 5 cursori e si avvale di una palette di 8 colori che non possono essere alterati.

La versione multi colore del logo è la versione primaria, deve essere la scelta preferita su ogni materiale aziendale. Va usata solo su fondi bianchi, mai sul nero, immagini o fondi colorati.

La versione primaria può essere standard o solida:

- **standard** per dimensioni ≥ 20 mm o ≥ 55 pixels;
- **solida** per dimensioni da 19 mm a 7,5 mm o ≥ 45 pixels, senza sfumatura a trasparente



Il logo

Versione secondaria

Il logo secondario ha le stesse caratteristiche del logo primario, ad eccezione dei colori che sono sostituiti dal nero o dal bianco e viene applicato su fondi colorati o su fotografie quando non è possibile utilizzare la versione primaria multicolor.

Evitare l'utilizzo su qualsiasi altro colore che non sia presente nella palette istituzionale. Tale regola non si applica quando il logo è inserito su materiali di sponsorizzazione o co-branding di cui non si ha il controllo delle cromie.

La versione secondaria può essere standard o solida:

- **standard** - per dimensioni ≥ 20 mm o ≥ 55 pixels;
- **solida** - per dimensioni da 19 mm a 7,5 mm o ≥ 45 pixels, senza sfumatura a trasparente



I Colori



La palette è costituita da 8 colori.

A questi colori si aggiungono il bianco e nero e il grigio Cool Grey 6 che è il colore dei cursori presenti nel logo primario.

Tale gamma cromatica permette di dare varietà e freschezza al brand. La stessa palette colori è utilizzata anche per il linguaggio iconografico che caratterizza i pittogrammi delle commodity.

CMYK 0/95/100/0 RGB 230/20/0 Pantone® 2035 HEX e61400	CMYK 5/100/5/0 RGB 255/15/100 Pantone® 214 HEX ff0f64	CMYK 100/45/0/0 RGB 5/85/250 Pantone® 285 HEX 0555fa	CMYK 100/0/75/0 RGB 0/140/90 Pantone® 334 HEX 008c5a
CMYK 0/80/100/0 RGB 255/90/15 Pantone® 2026 HEX ff5a0f	CMYK 0/70/5/0 RGB 255/70/135 Pantone® 190 HEX ff4687	CMYK 70/0/5/0 RGB 65/185/230 Pantone® 298 HEX 41b9e6	CMYK 60/0/75/0 RGB 85/190/90 Pantone® 7489 HEX 55be5a
CMYK 0/0/5/35 RGB 198/198/198 Pantone® Cool Grey 6 HEX c6c6c6	CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0	CMYK 0/0/0/0 RGB 255/255/255	

Iconografia



Ogni commodity ha il suo colore di riferimento che non identifica solo l'icona ma anche tutta la comunicazione collegata. In questa pagina sono rappresentati solo alcuni esempi di icone che verranno integrate a seconda delle esigenze di comunicazione.



Luce



Gas



Fibra



Luce + Gas + Fibra



Mobilità



Programma Fedeltà



Servizi/Attività
generiche

Il Font primario

Roobert ENEL



Roobert ENEL è la font primaria e deve sempre essere usata al 100% di nero o in bianco.

Deve essere usata per tutti i tipi di comunicazione.

<i>Enel Roobert Light</i>	<i>Enel Roobert Light Italic</i>
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	<i>ABCDEFGHIJKLMN</i> <i>OPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnop</i> <i>qrstuvwxyz</i> <i>0123456789</i>
<i>Enel Roobert Regular</i>	<i>Enel Roobert Regular Italic</i>
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	<i>ABCDEFGHIJKLMN</i> <i>OPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnop</i> <i>qrstuvwxyz</i> <i>0123456789</i>
<i>Enel Roobert Bold</i>	<i>Enel Roobert Bold Italic</i>
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyz 0123456789	<i>ABCDEFGHIJKLMN</i> <i>OPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnop</i> <i>qrstuvwxyz</i> <i>0123456789</i>
<i>Enel Roobert Black</i>	<i>Enel Roobert Black Italic</i>
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyz 0123456789	<i>ABCDEFGHIJKLMN</i> <i>OPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnop</i> <i>qrstuvwxyz</i> <i>0123456789</i>

Il Font secondario

Arial

Arial è la font secondaria (font di sistema) e deve essere usata per i materiali o supporti dove non si riesca a usare la font primaria (Roobert ENEL), come le applicazioni online o i documenti in word.



Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Enel Flow

Enelflow è la piattaforma che rende disponibili tutti gli strumenti necessari all'attività lavorativa dei canali commerciali.

Accedi alla tua area dedicata tramite il link

<https://enelflow.it/comunicazione>

Ecco cosa puoi trovare:

- ultime news e aggiornamenti sui processi;
- materiali di comunicazione
- area Community;
- dettagli delle offerte in corso di validità;
- area strumenti: training e formazione sui processi, download area, schede commerciali e CTE, applicativi funzionali alle attività e tutto ciò di cui hai bisogno per rispondere alle tue esigenze lavorative quotidiane.

Cliccando nella sezione COMUNICAZIONE, sarà possibile scaricare tutti i materiali (es. locandine, leaflet, annunci stampa, affissioni, ecc.) costantemente aggiornati, per rendere maggiormente efficace, la tua campagna di comunicazione.



e-flow

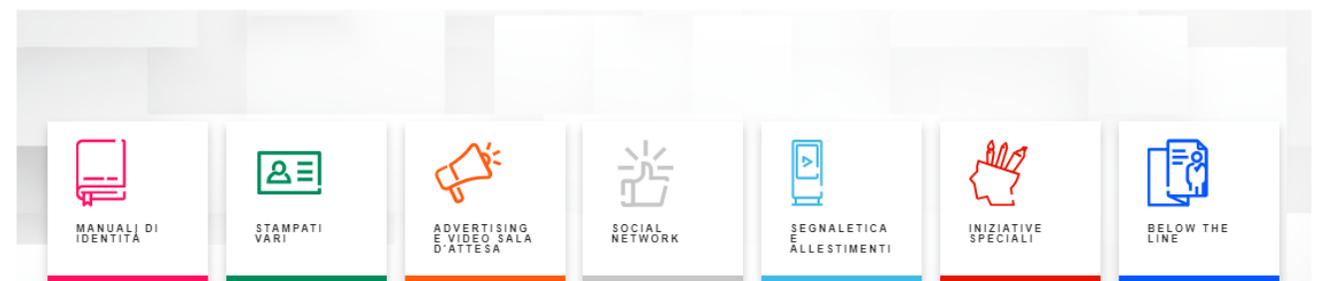
Focus on • Community • Vendita & Loyalty • Selettore Offerte • Comunicazione • Altro +

Ti diamo il benvenuto!

In questo spazio hai sempre a portata di mano tutto quello che ti serve per **comunicare in modo corretto ed efficace con la Clientela**.

Clicca sui pulsanti che vedi qui sotto per accedere alle rispettive sezioni, consultare le **ultime novità** e scaricare i **materiali aggiornati!**

In più ricordati che in [Help](#) puoi trovare la **guida** con le istruzioni per navigare ed utilizzare al meglio la sezione.





Stampati Vari

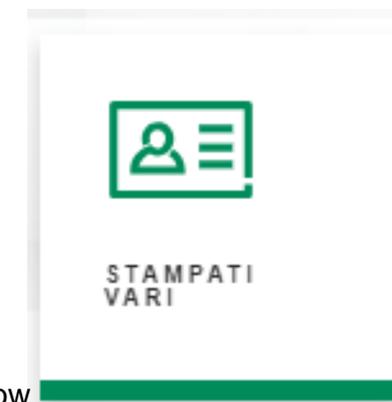
Premessa



All'interno di questa sezione sono presenti una serie di utili strumenti per la comunicazione dello Spazio Enel Partner.

Sono tutti strumenti pronti per la stampa ma da personalizzare con il proprio timbro o con i propri recapiti. Perché ogni esigenza deve trovare, sempre e comunque, una risposta adeguata.

Ricordiamo che i materiali personalizzati devono essere approvati dal Trade Marketing di Enel: le proposte di personalizzazione devono essere inviate almeno 15 giorni prima dell'on air.



La carta Intestata

Formato: A4 (21x29,7 cm).

Carta suggerita: di tipo FSC,
certificata da filiera sostenibile.

Grammatura: 100 g.

Il secondo foglio si presenta solo con il logo

Enel in alto a sinistra senza dati societari.

I testi sono redatti utilizzando il font
di sistema Arial.

Consulta la piattaforma Enelflow per scaricare
questi materiali nella versione in Word.



Enel Energia per il mercato libero.

Nome e Cognome Destinatario
Indirizzo Linea 1
Indirizzo Linea 2
Paese

Alia cortese attenzione di Nome Cognome

Città
Data
Prot. 000/ABC

Caro Sig./Sig.ra Cognome

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas tellus lacus, scelerisque non efficitur nec, blandit nec lacus. Vivamus libero risus, tempus id scelerisque et, ullamcorper a erat. Nullam dolor risus, lacinia vitae sollicitudin eu, tincidunt sed enim. Duis condimentum felis dapibus nunc consequat, a auctor velit porta. In laculis elementum elit sed malesuada. Donec finibus massa nisi, in pulvinar purus dignissim at. Nullam vitae commodo dui.

Vestibulum in ullamcorper urna. Donec euismod erat augue, aliquam vehicula neque consequat condimentum. Cras blandit lobortis porta. Pellentesque quam diam, tristique eu sapien et, consequat egestas est. Pellentesque quis nisi maximus est porta ornare quis ut tellus. Duis sed leo quis nisi malesuada mollis sed non odio. Etiam at velit augue. Cras massa arcu, tincidunt ac magna sed, bibendum tristique lacus. Pellentesque accumsan laculis risus a semper.

Duis in libero ac purus eleifend ultrices vel dignissim neque. Duis scelerisque augue convallis nisi porttitor condimentum. Aliquam porta elit pulvinar elit aliquet, et placerat quam ultrices. Etiam fringilla diam nibh, eget dignissim quam tristique nec. Ut laoreet auctor eleifend. Cras sed augue dolor. Donec molestie, ipsum sed porta laoreet, elit sem accumsan velit, a lobortis odio lorem posuere lorem. Duis ut turpis sed velit volutpat consequat.

Nullam neque tortor, faucibus sit amet sapien vel, tincidunt porttitor tortor. Donec euismod ultricies nisi vel lobortis. Aenean et facilisis nisi. Integer id sollicitudin ante, eget semper ante. Nunc semper, ligula a porta luctus, mauris diam maximus ligula, in efficitur tellus dolor sed orci. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Sed ante nisi, bibendum id eros et, euismod vehicula justo. Morbi et ipsum hendrerit lacus elementum scelerisque a id risus.

Nome Cognome

Spazio Enel Partner - Ragione Sociale, Indirizzo completo, cap città
tel, telefono, fax, mail, website

Biglietto da visita



Formato: 8,5x5,5 cm.

Carta suggerita: di tipo FSC,
certificata da filiera sostenibile.

Grammatura: 270 g.

Retro: scegliere una delle quattro
opzioni rappresentate.

Consulta sempre la piattaforma Enelflow
per scaricare questi materiali.



Il Badge



Formato: 8,5x5,5 cm.

Il badge può essere cartaceo (300 g)
oppure in pvc.

Consulta sempre la piattaforma Enelflow
per scaricare questi materiali.



Cartellina porta documenti

Formato chiuso: 22,5x31,5 cm.

Formato aperto: 47x40,5 cm.

Carta suggerita: di tipo FSC,
certificata da filiera sostenibile.

Grammatura: 300 g.

Retro: prevede uno spazio per il
timbro personalizzato.

Consulta sempre la piattaforma Enelflow
per scaricare questi materiali



Retro

Fronte



Timbro personalizzabile



Formato 1: 4x4 cm

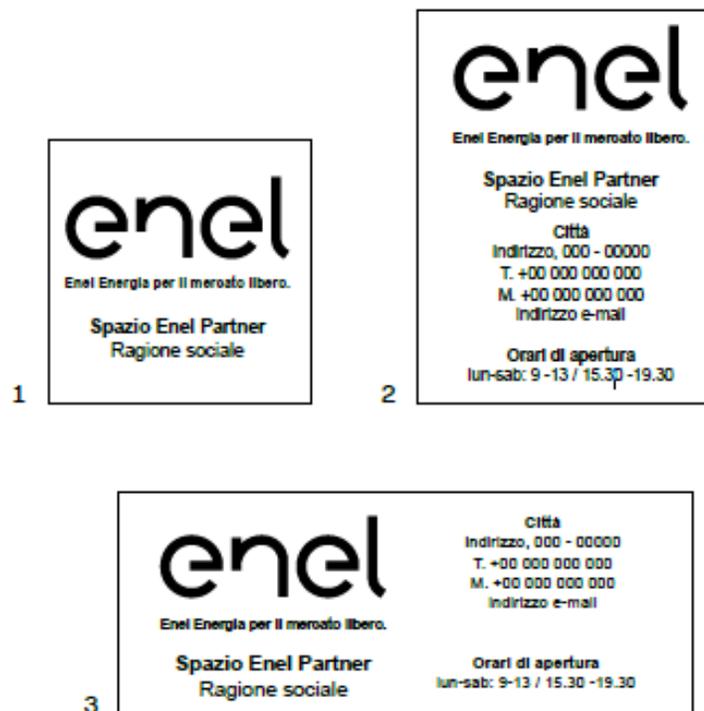
Formato 2: 4,7x6 cm

Formato 3: 8,75x3,4 cm

Scegliere uno dei formati indicati.

Il timbro si potrà usare per personalizzare, ad esempio, le cartelline.

Consulta sempre la piattaforma Enelflow per scaricare questi materiali.



Firma e-mail



Template per la firma in calce alle comunicazioni via email.

Quando inserisci il riferimento all'indirizzo email e al sito web, fai attenzione al nome del dominio che scegli. È vietato inserire la dicitura "Enel" all'interno del dominio e nell'alias di posta elettronica e del sito web dedicato al negozio.

Es. andrea@partneralessandria.com

I testi sono redatti utilizzando il font di sistema Arial.

Consulta sempre la piattaforma Enelflow per scaricare questi materiali.

<p>Nome Cognome AGENTE DI VENDITA E CONSULENTE DI GESTIONE PARTNER ESTERNO DI ENEL ENERGIA</p>  <p>Enel Energia per il mercato libero.</p> <p>Spazio Enel Partner Ragione sociale Indirizzo 00 - 00000 Città - Paese T +00 00 00000000 - F +00 00 00000000 M +00 00 00000000 Indirizzo e-mail sito web</p> <hr/> <p>Questo messaggio è da ritenersi di uso: PUBBLICO - AZIENDALE - RISERVATO AZIENDALE - RISTRETTO</p> <hr/> <p><small>Questa comunicazione è confidenziale e potrebbe contenere informazioni considerate privilegiate in base alla legge. Deve essere utilizzata esclusivamente dal destinatario in relazione alle finalità per le quali è stata ricevuta e ne è vietata qualsiasi forma di riproduzione senza esplicita autorizzazione. Qualora fosse stata ricevuta per errore si prega di informare tempestivamente il mittente e di distruggere la copia in proprio possesso.</small></p>
--



Below The Line - BTL

Premessa



Il cliente è il centro dell'universo Enel, è punto di riferimento e fonte d'ispirazione. Tutto ruota intorno a lui.

Anche le strategie di marketing.

Il nuovo format per la comunicazione commerciale below the line è nato così, volutamente cliente-centrico. Guarda al cliente con l'occhio analitico ed insieme complice di un obiettivo fotografico, perché è proprio attraverso l'immagine fotografica che si riesce a fare della vita quotidiana di ogni persona uno straordinario e coinvolgente storytelling.

Per questo motivo il format prevede prevalentemente immagini fotografiche, a tutta pagina, di persone riprese nella loro quotidianità e una grafica molto asciutta con titoli grandi che si fonde con loro.

Siamo ad un nuovo, affascinante capitolo della storia evolutiva della comunicazione commerciale Enel.

Ricordiamo che **i materiali personalizzati devono essere sempre approvati dal Trade Marketing prima dell'on air.**

Le proposte di personalizzazione devono essere inviate almeno 15 giorni prima dell'utilizzo, per consentire la valutazione nel rispetto della compliance aziendale .

I materiali dedicati alla comunicazione below the line NON possono essere adattati ai formati above the line (affissioni/stampa locale).

Tutti i materiali dedicati agli Spazio Enel Partner potranno essere personalizzati inserendo nello spazio editabile "Spazio Enel Partner + Ragione Sociale + indirizzo completo + telefono fisso" (solo laddove il partner abbia accettato di effettuare l'attività di cosiddetta presa appuntamento telefonica e abbia comunicato ad Enel Energia il numero di telefono dedicato



Pulsante Enel Flow

Locandine

Formato 70x100 cm

Vengono realizzati continui layout per comunicare tutte le commodity, ogni nuova offerta e tutto il mondo di valori e servizi di Enel

Esempio di locandina in store.

E' presente la call to action:

"Chiedi qui ai nostri consulenti".

Associate alle locandine sono spesso presenti altri materiali come ad es.:

leaflet, card e roll up.

Consulta costantemente la piattaforma Enelflow dove potrai scaricare i materiali, nei diversi formati, delle campagne commerciali, sempre aggiornati.

Verranno fornite specifiche logiche di priorità sull'esposizione delle locandine nelle Linee Guida Mensili, veicolate sia attraverso la piattaforma di Eflow, sia con comunicazioni ad hoc.



**Tutto Enel,
è Formidabile.**

Luce, gas, impianti fotovoltaici, fibre e mobilità elettrica: **con Enel c'è un'offerta formidabile per ogni famiglia**, con più vantaggi per i nuovi o per i già clienti luce.



Chiedi qui ai nostri consulenti.

Segui @EnelEnergie su [Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [enel.it](#)

© 2023 Enel Energia. Tutti i diritti sono riservati. Enel Energia è un marchio Enel.





Flyer flr

Formato 14,8x21 cm

Vengono realizzati continui layout per comunicare tutte le commodity, ogni nuova offerta e tutto il mondo di valori e servizi di Enel

Esempio di flyer out-of-store che presenta un'offerta flash luce in versione fotografica.

Nella versione out-of-store l'indirizzo del negozio va inserito nella fascia bianca (vedi Area Personalizzabile). La fascia bianca sarà editabile nelle specifiche indicate (font Arial dimensione carattere preferibilmente

10 pt). Si ricorda che l'inserimento del numero di telefono fisso sarà consentito solo laddove il partner abbia accettato di effettuare l'attività di cosiddetta presa

appuntamento telefonica e abbia comunicato ad Enel Energia il numero di telefono dedicato.

Si distingue dalle altre per la forte presenza del colore su tutta la pagina.

Consulta costantemente la piattaforma Enelflow dove potrai scaricare i materiali, nei diversi formati, delle campagne commerciali, sempre aggiornati.

Tutto Enel, è Formidabile. Anche per la tua attività.

Scegli l'offerta **FORMIDABILE LUCE IMPRESA.**

Bonus in bolletta di 150 € in 12 mesi.

Componente energia pari a **PUN** + contributo al consumo di **0,0396 €/kWh** e **CCV 12 €/POD/mese** per i primi 12 mesi (IVA e imposte escluse).



Enel Energia per il mercato libero.




OGGI HAI UNA NUOVA OFFERTA FORMIDABILE, ANCHE PER LA TUA ATTIVITÀ.

Bonus in bolletta di 150 € in 12 mesi.

PUN + (a) 0,0396 €/kWh
Prezzo della componente energia

12 €/POD/mese
Correttivo di commercializzazione e vendita luce (CCV luce)

- **Offerta trioraria** che ti permette di spendere meno la **notte** e **nei festivi**;
- Servizio di **BOLLETTA WEB**, all'indirizzo di posta elettronica indicato;
- **Area clienti** sul sito enel.it per gestire le tue forniture, in pochi semplici click;
- **La vettura è gratis** se cambi intestatario del contratto e fornitore.

INFO UTILI **FORMIDABILE LUCE IMPRESA** è l'offerta riservata ai clienti finali non domestici che passano a Enel Energia con fornitura di energia elettrica alimentata in bassa tensione (BT) a potenza compresa tra 3 e 20 kW. L'offerta prevede un prezzo composto da un correttivo di commercializzazione e vendita (CCV luce), applicato a ogni punto di prelievo, pari a 144 €/POD/anno, da corrispondere su base mensile, e una componente energia, applicata ai consumi, pari al Prezzo Unico Nazionale (PUN), definito come valore consuntivo medio aritmetico mensile del PUN, approvato in CNW, così come determinato e pubblicato sul proprio sito dal Gestore dei Mercati Energetici (GME), differenziato su tre fasce orarie (F1 (lun-ven dalle ore 8:00 alle 13:00), F2 (lun-ven dalle 17:00 alle 8:00 e dalle 13:00 alle 23:00) + sabato dalle 7:00 alle 23:00, escluse le festività nazionali) e F3 (lun-sab dalle 23:00 alle 7:00) + domenica e giorni festivi (24/24) e che sarà maggiorato della portata di rete applicata come definita e aggiornata da ARERA, attualmente pari al 30% del consumo per i clienti alimentati in BT. Il PUN è maggiorato di un contributo al consumo α , pari a 0,0396 €/kWh, comprensivo delle perdite di rete applicate come definite e aggiornate da ARERA, tale parametro è fisso e invariabile per 12 mesi decorrenti dalla data di attivazione della fornitura, rappresentativo dei costi per la spesa della materia prima non coperti dal PUN. Le restanti componenti di spesa sono applicate come indicato nelle Condizioni Tecniche Economiche dell'offerta. L'offerta prevede un bonus complessivo di 150 € che sarà riconosciuto in bolletta, a partire dal primo mese di fornitura per 12 mesi, con un importo mensile pari a 12,50 € che sarà recuperato dal corrispettivo totale fatturato in bolletta. Condizioni economiche valide fino al 01/07/2024 salvo proroghe. Per i dettagli vai su enel.it.

Tutti i prezzi in questo documento si intendono IVA e imposte escluse.

Enel Energia per il mercato libero.

 Enel Energia è stata nominata "Campione del Servizio 2024" dall'Istituto Italiano di Qualità nel settore Luce e Gas.

800 21 80000860

Segui @EnelEnergia su:    



Above The Line - ATL

Premessa



Al fine di pianificare una efficace campagna di comunicazione ADV, nelle pagine a seguire forniamo alcuni esempi di media, materiali esplicativi.

Avete a disposizione file dedicati all'**ADV su stampa e su affissione**, quindi utili per spazi pubblicitari acquistati, ad esempio, su riviste di settore e quotidiani e su cartellonistica stradale.

I soggetti generici quali “Nuove Aperture” - “Evento” - “Pedonalità”, e quelli relativi alle campagne ATL di profilo Nazionale.

L'annuncio stampa e radio dedicati alle nuove aperture possono essere utilizzati solo ed esclusivamente dai negozi che stanno aprendo. Dopo 30 giorni sarà necessario aggiornare l'affissione e lo spot radio con la creatività dedicata ai negozi Esistenti.

Su Enelflow, per le campagne ATL che lo prevederanno già a livello centrale, avrete a disposizione anche degli **spot TV** personalizzabili in chiusura.

La prenotazione dello spazio per poter programmare uno spot radiofonico sulla radio locale di interesse è a cura del Partner. Ricordiamo che i materiali personalizzati **devono essere approvati dal Trade marketing di Enel**: le proposte di personalizzazione devono essere inviate almeno 9 giorni prima della data di on air.

Pulsante Enel Flow



Gli strumenti

Affissione, Stampa, Radio, Tv



Formati Affissione e Stampa:

- 12x3
- 100x140
- 275x197
- 275x404
- 580x280
- 900x300

Spot per Radio Locali

- 15''
- 30''

*con il codino di 5''
personalizzabile con i
riferimenti del negozio

Spot per TV Locali

- 15''
- 30''

*con il codino di 5''
personalizzabile con i
riferimenti del negozio



La possibilità di pianificare campagne di comunicazione locali, rappresenta un' opportunità di rafforzare la conoscenza del negozio e di collocarsi come riferimento su quel determinato territorio.

Gli strumenti messi a disposizione rispondono ad esigenze specifiche quali eventi, nuove aperture, spostamento negozi, ma spaziano anche tra tutte le commodity e le offerte di Enel.

Sono tutte creatività personalizzabili con i riferimenti del negozio partner.

E' necessaria l'approvazione dell'editing da parte del Trade Marketing di Enel prima della consegna al concessionario media.



Segnaletica

Cartelli direzionali e di avvicinamento

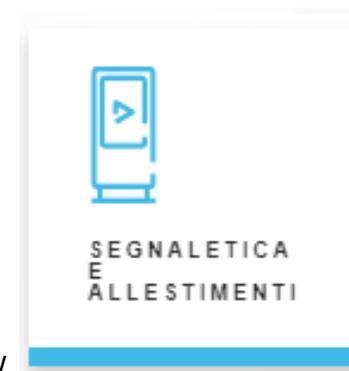


Questa tipologia di materiale ha l'obiettivo di facilitare il raggiungimento del negozio da parte dei clienti e di massimizzare la conoscenza dello Spazio Enel Partner in un determinato territorio.

Le creatività messe a disposizione sono tutte personalizzabili da parte del partner e richiedono un'approvazione dal Marketing di Enel prima dell'on air.



N.B. Tutti gli elementi di segnaletica sono soggetti a verifiche/approvazioni comunali, nel rispetto delle normative vigenti.



Pulsante Enel Flow

Cartelli direzionali e di avvicinamento

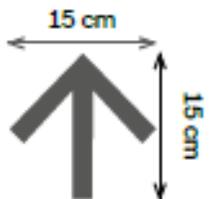
Il cartello stradale indica la direzione da percorrere per raggiungere il negozio ed è posizionato in prossimità degli incroci.

Colori e Materiali

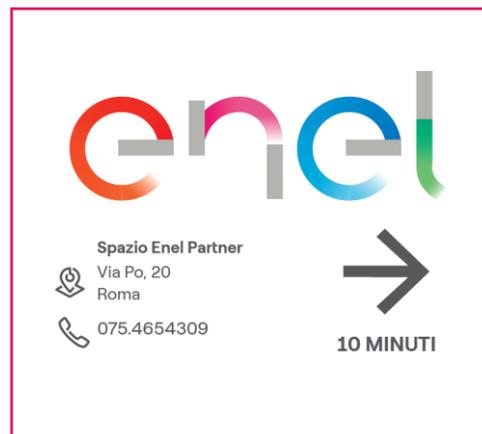
Grafica su adesivo 3M di lunga durata con protettivo in film (stampa nei colori istituzionali).

Testi e freccia sono in nero 80%.

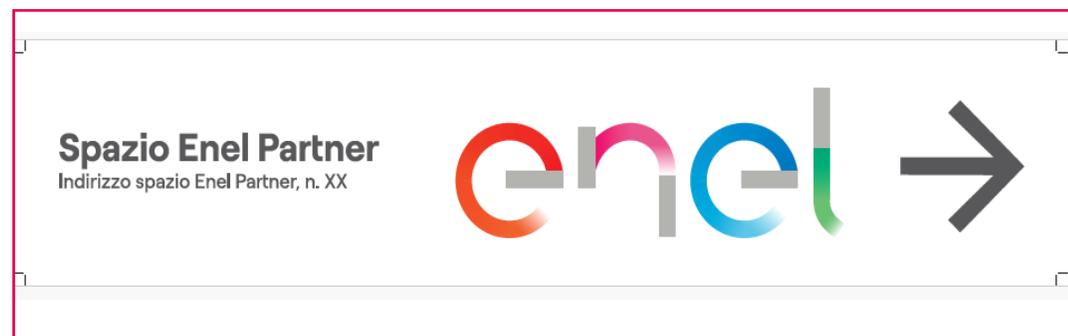
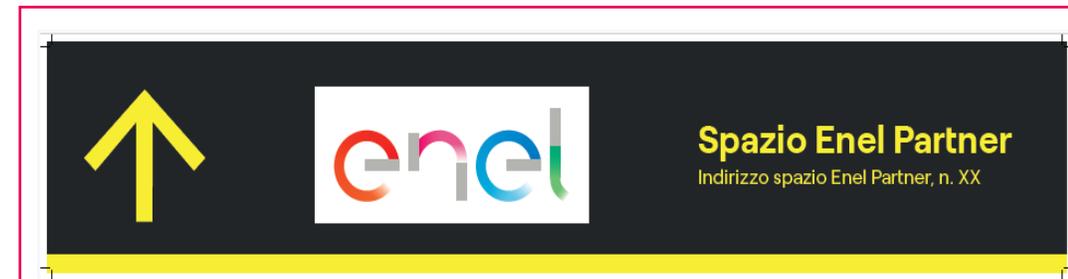
Cartello in lamiera preverniciata munito di supporti posteriori per fissaggio a parete/su palo.



A seconda delle esigenze di direzione, la freccia potrà ruotare di 90° in senso orario, mantenendo la medesima posizione



← max 41 cm →



← max 41 cm →



Digital

enel

I profili social di Enel



I canali social di Enel Energia comunicano in modo integrato con uno stile grafico chiaro e mobile friendly. Le persone hanno un ruolo centrale nella strategia di Enel Energia: i valori del brand sono raccontati attraverso la narrazione di storie per appassionare gli utenti che interagiscono con le pagine social. Il tono di voce è professionale ma caldo al tempo stesso, trasmette vicinanza, affidabilità e competenza. Sulle pagine del brand, ogni domanda riceve sempre una risposta, l'attenzione al Cliente è al primo posto.

Per essere sempre aggiornato sui nuovi contenuti, è fortemente raccomandato seguire i profili di **Enel Energia**:



Facebook



Instagram



LinkedIn



Twitter



Youtube

I profili Social dei Partner

Facebook, Instagram, Google My Business



E' fortemente raccomandato che ogni negozio abbia un profilo **su Facebook, su Instagram** e su **GMB**.

Questi tre strumenti lavorano in forte complementarietà per fornire agli utenti sia una narrazione dei valori e delle attività del brand e del negozio, ma anche per fornire informazioni utili e di rapida consultazione quali: indirizzo, orari del negozio, servizi offerti, recensioni.



Obiettivo: creare una community locale, informare e coinvolgere i clienti e i prospect.

Contenuti: Post sui servizi offerti, promozioni, foto gallery di eventi e offerte. Interazione con i follower tramite commenti e messaggi.



Obiettivo: Aumentare la visibilità del negozio, realizzare uno storytelling e costruire un legame con i clienti e i prospect.

Contenuti: post sui servizi offerti, promozioni, eventi e offerte. Repost di contenuti educational dalla pagina di Enel Energia. Immagini accattivanti e video brevi per attirare attenzione.



G. My Business

Obiettivo: migliorare la visibilità locale e facilitare il contatto diretto con potenziali clienti.

Contenuti: informazioni precise sugli orari di apertura, indirizzo, contatti, e foto del punto vendita. E' fondamentale aggiornare sempre le informazioni di apertura, anche in occasione di chiusure eccezionali e/o stagionali. È importante monitorare e gestire le recensioni, fornire risposte rapide a domande, e integrarsi con Google Maps

Facebook

Indicazioni per il naming della pagina e la pubblicazione dei contenuti.



Come nominare la pagina Facebook del tuo negozio.

Se sei l'unico negozio presente nella tua città: Spazio Enel Partner + Città

- Esempio: *Spazio Enel Partner Cuneo*

Se non sei l'unico negozio presente nella tua città: Spazio Enel Partner + Città + quartiere\indirizzo (senza civico)

- Esempio: *Spazio Enel Partner Cuneo Via Cassinis.*

Nota Bene:

- tutte le lettere iniziali del nome della pagina sono maiuscole. Es: *Spazio Enel Partner Cuneo Via Cassinis.*
 - Avere una regola alla base del naming permette di uniformare la rete del territorio e sottolineare l'appartenenza allo stesso gruppo.
- **È fortemente raccomandato non nominare la pagina legata al negozio in altro modo.**

Pubblicazione dei contenuti

Per comunicare in modo efficace è importante seguire un piano editoriale costante e coerente con il brand. Per questo forniamo mensilmente delle creatività, dei copy e una pianificazione per la pubblicazione sul canale social.

- **È fortemente raccomandato non pubblicare contenuti che non rispettino queste indicazioni.**

L'immagine di profilo e di copertina

L'immagine profilo e quella di copertina saranno messe a disposizione da Enel Energia e saranno uguali per tutti gli Spazio Enel Partner

- **È fortemente raccomandato non utilizzare qualsiasi altra immagine.**

Instagram

Indicazioni per il naming della pagina e la pubblicazione dei contenuti.

Come nominare la pagina Instagram del tuo negozio.

Nel campo **nome e cognome** inserire: Spazio Enel Partner – Città

- Esempio: Spazio Enel Partner – Cuneo.

Nel campo **nome utente** inserire: spazioenelpartner_città

- Esempio: spazioenelpartner_cuneo.

Se sei un partner con **più di un negozio**: spazioenelpartner_ragione sociale

- Esempio: spazioenelpartner_rossi.

Se al momento dell’inserimento il nome utente risulta già utilizzato si procede con la progressione numerica.

- Esempio: spazioenelpartner_cuneo1, spazioenelpartner_cuneo2 etc.

Nota Bene:

- tutte le lettere iniziali del nome e cognome sono maiuscole. Es: *Spazio Enel Partner - Cuneo.*
 - tutte le lettere iniziali del nome utente sono minuscole. Es: spazioenelpartner_cuneo.
 - Avere una regola alla base del naming permette di uniformare la rete del territorio e sottolineare l’appartenenza allo stesso gruppo.
- **È fortemente raccomandato non nominare la pagina legata al negozio in altro modo.**

Pubblicazione dei contenuti

Per comunicare in modo efficace è importante seguire un piano editoriale costante e coerente con il brand. Per questo forniamo mensilmente delle creatività, dei copy e una pianificazione per la pubblicazione sul canale social.

- **È fortemente raccomandato non pubblicare contenuti che non rispettino queste indicazioni.**

L’immagine di profilo e di copertina

L’immagine profilo e quella di copertina saranno messe a disposizione da Enel Energia e saranno uguali per tutti gli Spazio Enel Partner

- **È fortemente raccomandato non utilizzare qualsiasi altra immagine.**



Google My Business

Indicazioni per il naming della pagina e la pubblicazione dei contenuti.



Come nominare la pagina Google My Business del tuo negozio.

Nel campo **nome attività** inserire: Spazio Enel Partner + Città

- Esempio: *Spazio Enel Partner Cuneo.*

Se sei un partner con **più di un negozio** nella stessa città, nel campo **nome attività** inserire: Spazio Enel Partner - Città -quartiere\indirizzo (senza civico)

- Esempio: *Spazio Enel Partner - Cuneo - Via Cassinis.*

Nota Bene:

- tutte le lettere iniziali del nome della pagina sono maiuscole. Es: *Spazio Enel Partner Cuneo Via Cassinis.*
- Avere una regola alla base del naming permette di uniformare la rete del territorio e sottolineare l'appartenenza allo stesso gruppo.
- **È fortemente raccomandato non nominare la pagina legata al negozio in altro modo.**

Aggiornamento dei contenuti

E' fondamentale aggiornare le informazioni relative agli orari di apertura e chiusura, gli utenti spesso controllano prima su google per organizzare la visita al punto vendita. Assicurarsi di inserire le informazioni necessarie come numero di telefono, sito web se presente, indirizzo.

- **È fortemente raccomandato collegare il profilo a Google Maps**

Le immagini del profilo

Utilizzare foto del negozio.

Consigli generali per la pubblicazione



Il mondo dei social media è in continua evoluzione e comunicare su queste piattaforme è una sfida sempre più importante da affrontare. Ecco alcuni consigli utili per la gestione quotidiana dei tuoi profili social:



Publicare contenuti di valore

L'importante non è la quantità, ma la qualità dei post pubblicati. Sono preferibili massimo 2 post alla settimana.



Utilizzare un linguaggio semplice e diretto

Parlare di sé in prima persona plurale con il «noi» e rivolgersi ai propri fan con il «tu» crea vicinanza.



Pensare mobile first

Per favorire la visualizzazione da mobile, è meglio realizzare le creatività in formato 1:1 piuttosto che 16:9.



Fare formazione continua

I social evolvono in fretta, per questo motivo è fondamentale essere sempre aggiornati sulle novità.



Ottimizzare il messaggio a seconda del canale

Ogni canale social ha il suo stile di comunicazione. Affinché il messaggio sia efficace è importante adattare il contenuto al canale.



Ascoltare i dati

Monitorare periodicamente le interazioni dei post pubblicati è la base per capire quali contenuti funzionano meglio.

Pillole di caring



Rispondere ai commenti generati dalle tue pubblicazioni e intrattenere conversazioni con la tua follower base, ti consente di diventare un punto di riferimento ma soprattutto rappresentare Enel Energia in maniera professionale.



Interpreta i commenti...

Prima di rispondere ad un commento è importante prendere il giusto tempo per valutare il contenuto oggettivo e capire il senso.



...e rispondi rapidamente.

I social sono mezzi di comunicazione immediati, si aggiornano quasi in tempo reale per questo motivo gli utenti si aspettano una risposta rapida.



Rispondi sempre...

Rispondere a tutti i commenti, anche quelli più critici è sempre consigliato.



...o quasi.

Solo se il commento utilizza termini offensivi o un insulto fine a se stesso è preferibile eliminarlo.



Prediligi un linguaggio semplice...

È importante essere sempre gentili e disponibili a trovare una soluzione.



...ma professionale.

Utilizzare il giusto tone of voice e evitare toni polemicici o eccessivamente ironici.

Indicazioni generali community management



Le modalità di gestione dei commenti degli utenti.

- Il **linguaggio** utilizzato deve essere **semplice, chiaro e comprensibile**.
- È importante **evitare tecnicismi e inglesismi**, usandoli solo quando necessario.
- Invitare l'utente a recarsi in negozio per la **gestione dei casi specifici** o per informazioni su offerte.
- Utilizzare **link** a landing page per rimando ad offerte.
- È importante **non** firmarsi come «TEAM Enel o TEAM Enel Energia». Per firmarsi si può ad esempio utilizzare il nome dell'operatore che sta rispondendo, o con il nome dello Spazio Enel Partner.
- È importante **non incolpare** aziende, istituzioni e persone.
- È importante **non utilizzare dati sensibili** dell'utente pubblicamente, e nascondere il commento se l'utente condivide i suoi dati sensibili (nome, numero di telefono, codice cliente, POD, ecc.).

Indicazioni generali community management

Esempi di casistiche e risposte.



CONTENUTO	AZIONE	FAQ
<p>OFFENSIVO Commento/messaggio/story di puro insulto che non contiene una segnalazione da risolvere.</p>	<p>Rispondere al primo commento con FAQ nascondendolo. Qualora dovessero arrivare da parte dello stesso utente altri commenti offensivi dovranno essere nascosti.</p>	<p>«Ciao xxx, ci dispiace molto, ma abbiamo dovuto nascondere questo commento, a causa del linguaggio utilizzato, che non rispetta le linee guida di Meta e non rispecchia l'ambiente rispettoso e il clima positivo che vogliamo mantenere nella nostra community. Siamo comunque sempre a disposizione per darti supporto. Grazie per la collaborazione, il Team dello Spazio Enel Partner di XXX.» ***** <u>NB</u> Qualora l'utente critichi l'azione di rimozione del commento (ad esempio: «Non vedo più il mio commento, l'avete nascosto come tutti quelli di questo post») consigliamo di rispondere come segue: «Ciao XXX, rimuoviamo solo i commenti che non rispettano le linee guida di Meta e l'ambiente rispettoso e positivo che vogliamo mantenere nella nostra community. Rimaniamo sempre a disposizione per offrire il nostro supporto. Grazie per la collaborazione, il Team dello Spazio Enel Partner di XXX.»</p>
<p>OFFENSIVO Commento/messaggio/story offensivo ma contenente una segnalazione o problematiche da risolvere.</p>	<p>Rispondere al commento nascondendolo con FAQ +risposta alla problematica o invito in negozio per risolvere .</p>	<p>«Ciao XXX, ci dispiace sapere che la tua esperienza con noi non è stata positiva. abbiamo dovuto nascondere questo commento, a causa del linguaggio utilizzato, che non rispetta le linee guida di Meta, ma vogliamo capire meglio la situazione e trovare una soluzione insieme a te. Vieni a trovarci in (inserire indirizzo Spazio Enel Partner) per trovare una soluzione insieme. Grazie per la collaborazione, il Team dello Spazio Partner Enel di XXX».</p>
<p>Contenente DATI SENSIBILI dell'utente o di altre persone</p>	<p>Nascondere il commento con la faq adeguata con invito in negozio</p>	<p>«Ciao xxx, abbiamo dovuto rimuovere il tuo commento per motivi di privacy, poiché hai condiviso dati sensibili. Per poterti assistere nel rispetto della riservatezza dei dati personali, ti invitiamo a venirci a trovare in negozio, in via (inserire indirizzo) per raccontarci meglio la tua situazione. Grazie per la collaborazione, il Team dello Spazio Enel Partner di XXX».</p>
<p>SPAM Utente continuativo con insulti o promotore di offerte di altri brand.</p>	<p>Nascondere i commenti di utenti continuativi ad offendere il brand e nascondere e bloccare i commenti di agenti promotori di offerte competitor.</p>	
<p>DOMANDA DIRETTA Commento/messaggio/story che contiene una segnalazione/problematica da risolvere</p>	<p>Lasciare il commento visibile, se possibile rispondere con l'informazione richiesta e invito in negozio .</p>	
<p>POSITIVO Commento/messaggio/story positivo sul brand o punto enel o di cliente soddisfatto</p>	<p>Mettere like</p>	

Sito Web



Attraverso la propria presenza nel web, anche gli Spazio Enel Partner svolgono un ruolo prezioso veicolando i valori del brand e fornendo informazioni alla clientela nell'ottica di un servizio digitale a 360°. È importante che tutti i touchpoint digitali siano in armonia con la comunicazione e le linee guida del brand.

Dominio

Fai attenzione al nome del dominio che scegli.

È vietato inserire la dicitura "Enel" all'interno del dominio del tuo sito dedicato al negozio.

- <http://www.spazioenelnomepartner.it>

All'interno del sito proprietario è consigliato svolgere le seguenti attività:

- raccontare la storia della propria azienda;
- presentare i propri dipendenti;
- invitare le persone in negozio;

➤ **È fortemente raccomandato non promuovere offerte commerciali e raccogliere lead.**



Digital Presence

Amplificazione Adv dei contenuti social.



I partner possono richiedere delle creatività personalizzate con obiettivi specifici, o possono proporre delle creatività realizzate autonomamente, che dovrà però essere soggetto ad approvazione del Trade Marketing di Enel.

E' possibile pianificare attività di comunicazione paid (sponsorizzate) su FB, IG, Google.

L'attività va pianificata attraverso l'agenzia incaricata da Enel Energia, con assegnazione di gara.